



LANG LEVE HET LOKALE WINKELCENTRUM!

Een gewaagde titel? Het kleine regionale winkelcentrum heeft het toch hartstikke zwaar? Mensen trekken massaal naar de steden. De regio's lopen leeg, de grote steden worden steeds drukker. En dat is niet de enige uitdaging voor het regionale winkelcentrum: we winkelen steeds vaker online en hebben steeds minder tijd om de plaatselijke bakker of slager te bezoeken. Toch ben ik van mening dat we de potentie van het lokale winkelcentrum collectief onderschatten. Daarom: lang leve het lokale winkelcentrum!

'DE PAREL IN DE OESTER'

Natuurlijk kunnen de buurtcentra niet opboksen tegen het geweld van internet, dat moeten ze ook helemaal niet proberen. Daar is veel meer aanbod, wordt alles razendsnel thuisbezorgd en kan je uitstekend zoeken naar de beste prijs. Maar één belangrijke troef zal het web nooit kunnen uitspelen; de locatie. In elk dorp of buurt waar zich een winkelcentrum bevindt wonen mensen met bepaalde behoeftes. Zo moet er dagelijks gegeten en gedronken worden en vooral: is er behoefte aan menselijk contact. Boodschappen doen is een sociale aangelegenheid. Een praatje met de kassière of bijkletsen met een buurtgenoot; mensen willen graag

gezien en gehoord worden en het gevoel hebben deel uit te maken van de gemeenschap. En dat is de kracht van de lokale winkelcentra en neemt geen webshop hen af. Een winkelcentrum dat juist die behoefte gaat faciliteren en het echt leuk maakt om de deur uit te gaan voor een boodschap heeft de toekomst.

HET HART VAN DE GEMEENSCHAP

En er moet nog best wat gebeuren voor het plaatselijke winkelcentrum weer het hart van de gemeenschap wordt. Ik kan niet ontkennen dat het soms lijkt alsof de tijd heeft stilgestaan. Dus: hoe wordt het winkelcentrum weer het hart van de gemeenschap?

Weten wat er speelt in je dorp of buurt is meer dan op de buurt-app berichtjes lezen over het lawaai van de hond van verderop in de straat. Sterker, het is juist die digitalisering die het verlangen naar menselijk contact en het uitwisselen van de plaatselijke koetjes en kalfjes zo heeft doen toenemen. En waar kan dat beter dan tijdens de dagelijkse boodschap in het eigen dorp? Dat kan ook bereikt worden door andere services te beiden dan de plaatselijke bakker en slager. In een aantal winkelcentra wordt ruimte gegeven aan nieuwe initiatieven zoals werkplekken, een pick-up point van de bibliotheek of een open atelier. Allemaal voorbeelden van plekken waar mensen graag naar toe komen om te verblijven en elkaar te ontmoeten.

LEEGSTAND OF TRAFFICBUILDERS?

Maar waar is het verdienmodel? Juist, dat lijkt er op het eerste gezicht niet te zijn. Zomaar ruimte 'weggeven' aan non-profit initiatieven is niet iets waar vastgoedeigenaren voor in de rij staan. Bovendien is het lastig uit te leggen aan betalende huurders in hetzelfde centrum dat een aantal partijen geen of minder huur betalen.

Ben je het met me eens dat traditionele retail nooit meer wordt zoals het was? Dat er steeds minder papa- en-mama winkeltjes zijn? Dat internetshoppen blijft groeien? Als dat zo is moet je je afvragen wat het alternatief is voor de leegstaande panden. Wil je leegstand of trafficbuilders? Het winkelcentrum is er en staat op een goed bereikbare locatie. Midden in het dorp, midden in de buurt waar mensen wonen. Klaar om weer het bruisend hart van de buurt te worden!

Ir. Jasmijn Prinszen

JDV

TERUGBLIK 2019

Wat was de belangrijkste les uit 2019

Het voelt alsof de wereld steeds kleiner wordt. JDV werkt al meer dan 30 jaar over de grens maar zoveel projecten in het buitenland als afgelopen jaar hadden we nog nooit. Naast Europese landen zijn we bezig met opdrachtgevers in Australië, Rusland, Zuid-Afrika, Kenia, Egypte, Singapore, Canada, Oekraïne en Azerbeidzjan. Een smeltkroes van culturen, consumenten, behoeftes en wensen, kortom, een

enorm dynamische uitdaging! Welk cijfer geef je 2019? Natuurlijk willen we onszelf elk jaar weer overtreffen en hebben we stiekem een lijstje van klanten waar we graag voor zouden willen werken. Afgelopen jaar hebben we er een aantal van mogen afstrepen, waar we heel trots op zijn. Veel nieuwe opdrachten in het buitenland, maar ook in Nederland waar we met bijvoorbeeld Hema, VodafoneZiggo, ASR, Jumbo, Ekoplaza en Shell hebben mogen werken. Met het huidige team van JDV geef ik

afgelopen jaar dan ook een dikke tien! (Volgend jaar een elf dus ;-)

VOORSPELLING 2020

Wat staat er op de agenda voor 2020? De verwachting voor 2020 is dat het vormgeven van retailconcepten, shoppingmalls en andere commerciële ruimtes steeds meer over beleving zal gaan. Winkelen wordt een online aangelegenheid, dus hoe kan je de consument nog zover krijgen dat hij je fysieke omgeving bezoekt? Welke toegevoegde waarde kan je bieden om een 'place to be' te

worden? Dit thema, en de groeiende internationalisering en digitalisering, zullen ons in 2020 volledig bezighouden. From spaces to places! Wat is je droom voor de toekomst? De toekomst is nu, of de toekomst is nooit. Het is niet mogelijk om van een vaste tijd als 'de toekomst' te spreken omdat deze altijd in beweging is en dus nooit zal bestaan. In die voortdurende beweging droom ik over de volledige integratie van online en offline, over zuiver gebruik van duurzame materialen en een wereld waarin

ruimte is voor kwaliteit, puurheid en schoonheid.

DIT WAS 2019

Beste zakenlunch of diner? Dat was op onze eigen Lounge#7. Daar hebben we ook dit jaar weer ronde-tafeldiscussies georganiseerd waar iedereen welkom was. We hebben veel interessante sprekers mogen ontvangen en tijdens een heerlijk diner zijn thema's als 'exploring happiness' en 'how to remain intriguing & innovative as a retailer?' met elkaar besproken. De gezellige

en ongedwongen sfeer is genoeg reden voor herhaling in 2020. Mooiste deal? Met veel plezier en enthousiasme hebben we het afgelopen jaar twee winkelconcepten mogen ontwerpen voor een grote Russische opdrachtgever. Eén voor het supermarkt/superstore format en een nieuw concept voor hun convenience stores. Beide concepten zijn ook dit jaar gerealiseerd en tot onze grote verrassing heeft zowel Perekrestok als Pyaterochka in verschillende categorieën de 'Best For Life Design Award' gewonnen!

Beste beurs

Op de jaarlijkse designbeurs in Milaan, de Salone di Mobile, hebben we met een aantal collega's de nieuwste trends kunnen zien en beleven. Het was heel kleurrijk en ik werd vooral geïnspireerd door de vele natuurlijke materialen die door toepassing van digitale en technische innovaties in een nieuw jasje gestoken worden. Genoeg inspiratie voor het hele jaar! Grootste verlies? Vreemd genoeg een gewonnen pitch die nooit verzilverd is. Wiselingen in het manage-

ment leiden vaker tot ander inzichten maar, wie weet, zijn er volgend jaar toch weer kansen. Opvallendste nieuws? De overname van Marqt door Ekoplaza/Udea, en deze maand het nieuws dat Hema en Jumbo met elkaar gaan samenwerken; never a dull moment in retail! De laatstgenoemde samenwerking is heel interessant en sluit naadloos aan bij één van de grootste trends van deze tijd; blurring.

VOORUITBLIK 2020

Waar ga je meer tijd en aandacht aan schenken? Kwaliteit verdient onze

volle aandacht en tijd. Kwaliteit van ons werk, onze opdrachtgevers en onze omgeving. Wij zijn bij JDV medeverantwoordelijk voor het vormgeven van morgen en het is daarom een must dat we ons bewust zijn van de kwaliteit die we aan onze ontwerpen meegeven. Grootste uitdaging? Nog eind dit jaar gaat ons nieuwe boek 'From Spaces to Places' naar de drukker. Elke drie jaar gaan we de uitdaging met onszelf aan om onze visie op commerciële ruimtes in boekvorm uiteen te zetten. Dit tiende boek van JDV

gaat over het actuele thema hoe je van een ruimte een bestemming kan maken, een plek met een betekenis. Vanaf februari 2020 is het boek te verkrijgen. Waar kijk je naar uit? De Euroshop komt eraan! De grootste, en meest toonaangevende retailbeurs in Europa vindt in februari 2020 weer plaats in Düsseldorf. JDV heeft al jaren een vaste plek op deze beurs, waar we met onze bestaande internationale klanten afspreken en potentiële nieuwe opdrachtgevers ontmoeten. Een goed begin van het nieuwe jaar!

Wat ga je anders aanpakken? Timemanagement blijft een hot topic, de verwachtingen van de opdrachtgever zijn niet altijd realistisch en daarom proberen wij onze klanten zo goed mogelijk mee te nemen in ons proces. Door helderheid te brengen in dat proces en onze activiteiten in 'modules' aan te bieden, denken we een nog betere aansluiting bij de wensen van de klant te kunnen vinden.

www.josdevries.eu