

# HET WINKELCENTRUM HEEFT EEN NIEUWE ARCHITECT NODIG

H.C.J.M. KROOT

De rol van de architect bij het ontwikkelen, renoveren en face-liften van winkelcentra heeft in de afgelopen jaren grote veranderingen ondergaan. In het verleden werd de kwaliteit van de architect bepaald door de mate waarin hij in staat was een goede samenhang te bereiken tussen de architectonische vormgeving, de functie van het winkelcentrum en de bouwkundige constructie. Heden ten dage blijken naast de bestaande ontwerpcriteria vooral de commerciële aspecten een belangrijke rol te spelen.

De geschiedenis laat ons zien dat zowel architectonisch als stedenbouwkundig door ontwikkelaars en architecten grote fouten zijn gemaakt bij de realisatie van winkelcentra. Vrijwel iedere stad in Nederland kent haar problemen als het gaat om winkelpassages en winkelcentra die niet levensvatbaar blijken.

Deze problemen zijn vooral ontstaan door het ontbreken van noodzakelijke kennis over het functioneren van winkelcentra bij architecten, ontwikkelaars en gemeentebesturen; de steeds sneller wijzigende wensen van de consument, en ook de toegenomen mobiliteit van de bezoekers.

Ook de veranderde formules van het landelijk-filiaalbedrijf en het grootwinkelbedrijf zijn van grote invloed op het functioneren van winkelcentra. Deze combinatie van factoren maakt duidelijk dat gespecialiseerde kennis met betrekking tot de genoemde onderwerpen noodzakelijk is om voor de lange termijn de juiste beslissingen te kunnen nemen.

## DESIGN

Alvorens dieper in te gaan op de rol van de architect is het van belang een eerste inzicht te krijgen in de eisen die aan een winkelcentrum worden gesteld. Het gaat te ver om in dit artikel een exposé te geven van alle elementen waar een goed

winkelcentrum aan moet voldoen, maar een aantal aspecten dat een rol speelt bij het ontwerpen en realiseren wil ik hier toch noemen: zichtlijnen, rustpunten, breedte/hoogte van de passage, pleinvorming, routing, parkeren en locatie.

Naast de hier genoemde min of meer vanzelfsprekende aspecten dienen ook onderwerpen als branchering, uitstraling/decoratie, bewegwijzering, promotie en beheer door de architect meegenomen te worden in de planvorming en het architectonische ontwerp.

Wanneer we het bovenstaande afzetten tegen de mogelijke rol van de architect bij het realiseren en renoveren van winkelcentra, dan zijn er momenteel duidelijke kansen, maar ook (buitenlandse) bedreigingen aanwezig.

Bij de realisatie c.q. renovatie van winkelcentra heeft de locatie een stedenbouwkundige aanpak nodig, die op haar beurt architectonische vormgeving verlangt. Tot hier zijn geen grote wijzigingen in de rol van de architect te verwachten, maar om van een bouwkundig produkt een geslaagd winkelcentrum te maken, dat is een uitdaging. We zien dan ook dat de rol van de architect/designer groter wordt.

## VROEG STADIUM

Deze ontwikkeling is ook te zien bij wijzigingen van reeds bestaande winkelcentra. Zo is het de tendens dat bij een rela-

tief kleine ingreep als een *face-lift* de rol van de designer groter wordt dan die van de architect. Bij een *face-lift* wordt, door toevoeging van nieuwe elementen, gepoogd te komen tot een vernieuwde uitstraling van een winkelcentrum.

Eenzelfde ontwikkeling doet zich voor bij de *grondige revitalisatie*. Deze omvat minimaal een nieuwe vloer en plafond, het aanpassen van de entreegebieden en de puien van de ondernemers, en het overdekken van het winkelcentrum of het vernieuwen van de bestaande overkapping.

Ook bij de *structurele renovatie*, de meest ingrijpende vernieuwing van een winkelcentrum, gaat het aspect design een steeds grotere rol spelen. Structurele fouten in een centrum worden opgelost, waarbij tevens sprake is van een uitbreiding van de detailhandeloppervlakte en een *face-lift*. Bij dit soort renovaties wordt vaak in een vroeg stadium een designer betrokken. Deze designer neemt in veel gevallen ook architectonische aspecten mee in zijn ontwerp.

Het totaal van mogelijke activiteiten in het renovatietraject overziend moeten we concluderen dat de rol van de traditionele architect afneemt, afhankelijk van de mate waarin het winkelcentrum wordt aangepast.

Ondanks het feit dat vanaf het begin van de jaren tachtig veel vernieuwingen van winkelcentra hebben plaatsgevonden, zijn weinig Nederlandse architectenbureaus op de nieuwe trends ingegaan. Engelse architectenbureaus als Fitch RS, Haskoll & Company en Golding Design Associates hebben dit wel gedaan. Zij zijn hun marktgebieden aan het uitbreiden en zien hun orderportefeuille dan ook groeien door Nederlandse opdrachten. In Nederland kennen we weinig allround architectenbureaus, die alle specialismen betreffende winkelcentra in huis hebben. Of hier het gezegde "schoenmaker blijf bij je leest" het juiste uitgangspunt vormt, laat ik graag ter discussie over.

Ing. H.C.J.M. Kroot is als adjunct-directeur verbonden aan de WPM Groep, waarbinnen hij de leiding heeft over WPM Planontwikkeling.



**De aankleding van een winkelcentrum wordt steeds belangrijker.**  
Bron: WPM