

Uitstraling en aansluiting op bestaande winkelgebieden schiet tekort

In tal van binnensteden wordt het winkelareaal uitgebreid met nieuwe, veelal overdekte, winkelcentra. Deze centra moeten bijdragen aan een versterking van de winkelstructuur en leiden tot meer bezoekers aan het stadscentrum. Helaas blijken veel nieuwe overdekte winkelgebieden niet naar verwachting te functioneren. Het publiek komt niet in grote getale op het nieuwe winkelcentrum af en de ondernemers hebben derhalve te maken met tegenvallende omzetten.

ARIE HOOGSTAD*

In dit artikel wordt aangegeven welke ruimtelijke elementen een rol spelen bij het creëren van een afdoende functionerend overdekt winkelcentrum. Sleutelbegrippen daarbij zijn de 'openbaarheid' en 'routing' van winkelgebieden. Met openbaarheid wordt de toegankelijkheid van een winkelcentrum bedoeld. De vormgeving speelt hierin een belangrijke rol. Een overdekt winkelcentrum functioneert optimaal als de consument dit winkelgebied ervaart als een gewone winkelstraat. Vaak worden er allerlei drempels opgeworpen die maken dat er minder consumenten het winkelcentrum bezoeken. De belangrijkste drempel is echter de entree van het winkelgebied. De vormgeving speelt daarin een belangrijke rol: deze moet herkenbaar en uitnodigend zijn. Zeker waar de



Drievriendenhof Dordrecht, voorbeeld van een lichtkap met "openbaar" karakter. Bron: HD-Planconcept

entree de ruimtelijke koppeling vormt tussen bestaand en nieuw winkelgebied: hier moet de bezoeker van het stadscentrum het nieuwe winkelgebied worden binnengeleid. In de praktijk gaat het juist bij de entree van overdekte winkelcentra mis.

VOORBEELDEN

Vaak is de entree sterk aangezet en vormt daardoor een zwaar ruimtelijk accent. Bij een open bouwvolume werkt dit prima, maar meestal bevindt zich juist een gesloten bouwvolume boven de entree. Daardoor kan er geen terugliggende daklijn worden gemaakt en is de overgang van daglicht naar kunstlicht te hard. In het overgangsgebied tussen niet-overdekt en overdekt winkelgebied moet de hoeveelheid licht juist zo veel mogelijk constant worden gehouden zodat er sprake is van een natuurlijke overgang. De consument moet het idee krijgen dat hij van de ene winkelstraat naar de andere winkelstraat gaat. De entree van de Rozenhof aan de Gedempte Gracht in Zaandam is een voorbeeld van een entree met een gesloten bouwvolume. Het daglicht kan niet vanaf boven tot op de grond doordringen en mede daardoor is de entree matig herkenbaar. Tot slot is de afsluitbaarheid van de entree van belang. Hoewel vanwege de beheerbaarheid een afsluitbare entree de voorkeur heeft, komt dit de openbaarheid absoluut niet ten goede. Toegangsdeuren (in welke vorm dan ook) werpen ten alle tijden een drempel op. Net als bij individuele winkels geldt voor een overdekt winkelcentrum: 'geen pui is de beste pui'. De Zoetelaarpassage in Almere is hiervan een positief voorbeeld.

Naast de entreepartijen is de vormgeving van de overkapping, de inrichting en de interne gevelopbouw van het overdekte winkelcentrum van invloed op het functioneren van de winkels. Sowieso moet voorkomen worden dat de vormgeving van het winkelcentrum beeldbepalender is dan de winkelfunctie. Een overkapping met zware staalconstructies en aandachtvragende vormen -zoals Cityplaza in Nieuwegein- is visueel een te dominant element ten opzichte van de winkels. Een functionele lichtkap zoals in de Haagse Passage en in de Drievriendenhof in Dordrecht die bovendien zorgdraagt voor een uitstekende daglichttoetreding voldoet beter aan de voorwaarden voor een goed winkelcentrum. Voor de inrichting van een winkelcentrum geldt hetzelfde: een eenvoudige, doelmatige bestrating die niet afleidt van de winkelpuien. De voorkeur gaat uit naar een inrichting die nog het meeste lijkt op een gewone straat, eventueel in een wat luxere variant.

ROUTING

Een goed ontworpen winkelcentrum heeft echter nauwelijks bestaansrecht als het verkeerd gesitueerd is. Een goede aansluiting op de bestaande 'routing' is een belangrijke voorwaarde

voor het welslagen van nieuwe winkelontwikkelingen.

Routing wordt gedefinieerd als de winkelroute die de meeste consumenten lopen in het hoofdwinkelgebied. Hieraan bevinden zich in het algemeen de zogenoemde 'trekkers' en 'subtrekkers', in de vorm van de bekende warenhuizen en filiaalbedrijven. Routing is een te beïnvloeden grootheid, zowel op functioneel gebied door de situering van trekkers en subtrekkers als in ruimtelijke zin door het creëren van een eenvoudige ruimtelijke structuur met een sterk openbaar karakter zonder routeverstorende elementen zoals roltrappen en liften. Winkelcentrum Drievriendenhof in Dordrecht scoort op dit laatste punt minder goed.

RONDLOOP

In veel plannen wordt geprobeerd een rondloop in de routing te creëren. Dit blijkt in de praktijk vrijwel nooit te werken omdat er toch enkele zwakke schakels in de routing blijven zitten door een onevenwichtige verdeling van de trekkers of de aanwezigheid van ruimtelijk storende elementen zoals te grote pleinen (bijv. het Stadhuisplein in Almere).

Resumerend is het van belang dat bij nieuwbouw van winkelcentra in binnensteden barrières zoveel mogelijk worden voorkomen. Het winkelend publiek moet met zo min mogelijk drempels van het bestaande naar het nieuwe winkelgebied worden geleid. Een logische aansluiting op de bestaande routing, herkenbare en uitnodigende entrees, een aangenaam verblijfsklimaat in het winkelcentrum waar de aandacht van de consument vooral gevestigd wordt op de individuele winkels, dragen ertoe bij dat de consument het nieuwe winkeldeel zal betrekken in zijn gebruikelijke winkelroute. Op die wijze is een belangrijke voorwaarde geschapen voor een goed functionerend winkelapparaat. Reeds in de planconceptfase moet hier het accent liggen. Extra investeringen in routing en openbaarheid in de ontwerp- en realisatiefase van een winkelcentrum kunnen voorkomen dat in de loop ter tijd regelmatig nieuwe investeringen nodig zijn om met allerlei kunstgrepen de zwakke schakels te verbeteren.

*Arie Hoogstad is oprichter van HD-Planconcept, een adviesbureau voor vraagstukken op het gebied van ruimtelijke en economische planontwikkeling

Advertentie

20 JAAR VAKMANSCHAP EN ERVARING MET MAQUETTES, DRUKWERK EN FOTOGRAFIE

DRO vormgeving

Fotobureau
Maquette-atelier
Grafisch bureau

Fotobureau
stedebouwkundige en architectonische fotografie
reproducties en tekstdia's
bezonnings- en maquettefoto's
Inlichtingen: H. Brons, telefoon 020 - 596 1368

Maquette-atelier
stedebouwkundige en architectonische maquettes
in alle materialen en op alle schalen, ook werkmaquettes
Inlichtingen: C. Wijthoef, telefoon 020 596 1377

Grafisch bureau
ontwerp en vormgeving / DTP van huisstijlen, brochures
en andere soorten drukwerk
tentoonstellingen
Inlichtingen: M. van Rijn, telefoon 020 596 2304

Computer graphics
stedebouwkundige en architectonische presentaties
in de derde dimensie
perspectieven in lijn en raster
digitale fotomontages
video animaties
Inlichtingen: R. Heit, telefoon 020 596 4514

Algemene informatie / aanvragen brochure
M. van Westen
Wibautstraat 3, 1091 GH Amsterdam
Telefoon 020 596 3630
Telefax 020 596 1307