

Brooklyn doorbreekt de standaard

11-11-2014 00:00

Laura Peters, retailadviseur

Training & adviesbureau raP retail advice philosophy

Omdat Manhattan vol en druk is, trokken starters en creatievelingen de Hudson over. Op de industrieterreinen, havens, ruige straten, lege loodsen was genoeg plek én een waanzinnig uitzicht over de skyline van New York. Geen wonder dat een heel stuk van Brooklyn inmiddels veranderd is van gevaarlijk en duister naar inspirerend, puur en sfeervol. Met goede lokale producten, vakmanschap, heerlijke koffie en goed eten. Kijk en oordeel zelf.

Wat opvalt is het behoud van de oorspronkelijke bestemming van het gebied. In Williamsburg herrijzen langzaam ook de hoge luxe torens met appartementen, maar de straten zijn nog steeds niet ingericht met het oog op toerisme. Er zijn vrij weinig retailketens zoals in SoHo, maar de retailers die zich hier gevestigd hebben doen dit met charme. Ze huisvesten in oude loodsen en garages en doen aan de buitenkant weinig met grote signing of beeldmerk.

JC Crew bijvoorbeeld is gevestigd in een puur wit blok, waarvan in eerste instantie niet opvalt dat het een winkel is. Het is duidelijk, deze wijk doorbreekt de standaard. Overal waar je kijkt zie je iets ontstaan. Pop-up stores en restaurants, niet alleen in de gebouwen, maar ook op straat. Vanuit caravans en busjes wordt van alles verkocht. Er is plek, maar belangrijker nog, het blijkt opvallend veilig in Williamsburg. Er is ook geen sprake van stress met betrekking tot het veiligstellen van je bezittingen. Wat dat betreft is het dus een totaal andere wereld dan Manhattan, terwijl je er met de metro slechts enkele minuten van verwijderd bent.

De opkomende delen in Brooklyn als Dumbo, Red Hook en Boerum Hill laten zien dat verschillende dimensies naast elkaar kunnen blijven bestaan. En ik hoop van harte dat dit ook zo blijft. In Red Hook vind je de echte garages voor de pick-up's maar ook voor vele schoolbussen. Er zijn traditionele opslagloodsen, met daarnaast loodsen waar unieke winkels en restaurants zich vestigen. Een unieke combinatie.

Er wordt veel zorg besteed aan het uiterlijk van de winkel, maar de puien blijven in de stijl van het pand en het gebied, dus passend bij het straatbeeld. Oude muren mogen gewoon bestaan en oud hout geeft een pure look, waar veel retailers en klanten nu naar op zoek zijn. En dat is precies wat het verschil maakt.

In Nederland hebben we ook industriële panden die een herbestemming krijgen, maar lang niet overal blijft de oorspronkelijke functie zichtbaar. Er worden concepten in gebouwd, waarbij niet altijd wordt gekeken naar de karaktereigenschappen van het gebouw, wat in mijn ogen erg zonde is. Want de elementen van het gebouw

zijn gewoon aanwezig en kunnen aanvullend zijn op de look van je assortiment. Een voorbeeld is het nieuwe concept van Urban Outfitters: Space Ninety 8.

De winkel is zowel aan de buiten- als binnenkant hoofdzakelijk heel industrieel. Uniek dus. Dat maakt deze winkel tot iets speciaals, dit is op geen enkele andere plek in de wereld op deze manier te vinden. Ook bij de uitrol van een concept, kun je je keer op keer laten inspireren door het gebouw. Hierdoor komen je producten in een nieuw daglicht te staan.

Om mij heen zie ik ook bierbrouwerijen, koffiebranderijen en slijterijen waarbij je direct kunt proeven, ruiken en kopen! Het toppunt van beleving, want wanneer zien we als klant nog het verwerkingsproces van koffie of bier? En de geur van koffiebonen op straat! Dit is het oude vakmanschap, bereikbaar voor de consument. En het leuke is dat de lokale restaurants ook gebruikmaken van de lokale producten naast de deur.

In het straatbeeld van Brooklyn vind je veel graffiti en muurschilderingen. Ook hier spelen retailers slim op in. Zoals deze fietsenzaak die met een prachtige muurschildering zijn winkel siert én zijn klant informeert. Of de perfecte handgeschilderde reclamecampagnes op kale muren. Uit alles blijkt dat we weer teruggaan naar de menselijke kracht, er is ruimte voor creativiteit en niet onbelangrijk: de straten zijn uniek en hebben een eigen identiteit!

Daarbij bestaan verschillende dimensies niet alleen náást elkaar, maar ook mét elkaar. We kennen het ook in Nederland: een fietsen-kleding- of interieurwinkel met koffiecokner. Maar hier gaan ze nog een stapje verder en brengt de eigenaar zijn passies bij elkaar met de verkoop van motors in een gewoon winkelpandje, waarbij hij ook koffie serveert. Dat hij zijn passie volgt spat er vanaf, want niets is onmogelijk als je dichtbij jezelf blijft.

Brooklyn dient als inspiratiebron voor vele andere gebieden in de wereld. In Nederland gebeurt het ook, in bijvoorbeeld Amsterdam. Amsterdam-Noord biedt ook deze ruimte en geeft tevens een fantastisch uitzicht op de skyline van het centrum over het water. Nu hopen dat het haven- en industriegevoel ook daar voelbaar blijft en retailers die zich hier gaan vestigen zich zullen aanpassen aan de omgeving. Want dát maakt een retailomgeving zo veel meer inspirerend en onderscheidend!