

‘Starbucks is geen trendy merk’

01-06-2016 13:49

Starbucks ontwerpt zijn winkels zo dat iedereen zich er thuisvoelt. “Wij zijn absoluut geen shiny brand”, zegt vice president storedesign Ad de Hond in het juninummer van RetailTrends.

Warmte is een van de belangrijkste merkwaarden bij het ontwerpen van winkels, zegt De Hond. “Wij zijn er voor iedereen, Starbucks is een democratisch merk.” Hij noemt voorbeelden van vestigingen in een winkelstraat naast H&M, waardoor er veel meisjes over de vloer komen, en in een kantoorgebouw met vooral mannen van 35-plus als klant.

Starbucks beschouwt zich niet als trendy, maar wil juist tijdloos zijn. Zo zijn de vestigingen van de koffieketen bijna altijd voorzien van soft seats en lange, grote tafels waar iedereen aan kan schuiven. “Die elementen typeren wel wat we doen”, aldus De Hond.

De filialen van Starbucks moeten verder een rustpunt zijn in de omgeving. “In winkelcentra, die over het algemeen wit, helder en luidruchtig zijn, proberen we donkerder te zijn en passen we de akoestiek aan.” Het aantal winkelformats van de retailer is volgens hem ‘oneindig’, door de vele verschillende verschijningsvormen en typen locaties.

In het juninummer van RetailTrends gaat De Hond uitgebreid in op het proces rond het design van de Starbucks-winkels, en licht hij zijn persoonlijke favorieten uit. [Klik hier voor meer informatie over een abonnement.](#)