

# Thema instore: Waarom retail meer met biophilic design moet doen

14-06-2017 14:29



Lege winkelpanden geven veel binnensteden een trieste aanblik. In de felle concurrentiestrijd met onlineshops hebben al diverse ketens het loodje gelegd. Een fysieke winkel moet meer dan ooit een plek zijn waar klanten graag willen zijn. Een plek waar sfeer en beleving een echte meerwaarde bieden boven een aankoop vanaf de bank. Biophilic design kan daarbij helpen.

Biophilic design is het opnemen van natuurlijke elementen en designs geïnspireerd op de natuur. In de natuur vinden we rust, kalmte en ontspanning, maar ook inspiratie en positieve energie. Door toenemende verstedelijking verdwijnt veel groen en natuur uit onze omgeving. Terwijl uit onderzoek keer op keer blijkt dat de connectie met de natuur ons vele fysieke, mentale en sociale voordelen biedt. Met biophilic design haal je die positieve vibes letterlijk naar binnen.

## Rust en overzicht in de winkel

De voordelen van biophilic design zijn in een retailomgeving meer dan welkom. Zo brengt het gebruik van natuurlijk elementen rust en overzicht in een winkel. Mensen met weinig tijd zijn sneller geneigd op de drempel om te draaien als het binnen onoverzichtelijk is en ze de producten die ze nodig hebben letterlijk moeten zoeken. Uit [onderzoek](#) blijkt dat klanten die stress ervaren minder snel tot een aankoop overgaan en minder geld uitgeven.

Biophilic design stimuleert bovendien tot aankoop. Consumenten beoordelen namelijk de waarde en kwaliteit van de producten hoger als er natuurlijke elementen in de winkel aanwezig zijn. Klanten zijn ook nog eens bereid meer te betalen.

### **Gezondere omgeving**

Maar hoe uit biophilic design zich nu eigenlijk in een winkel? Een element als natuurlijk daglicht speelt een belangrijke rol. Uit [onderzoek bij 73 Amerikaanse winkels](#) bleek dat na het plaatsen van lichtkoepels de omzet met veertig procent steeg.

En hoewel we ons vaak zorgen maken over de vervuilde buitenlucht, blijkt dat de lucht binnenshuis over het algemeen tien keer zo vervuild is. Met name planten hebben een zuiverende werking. Dat is prettig voor de klanten, maar vooral voor de medewerkers. Zij zijn immers voor langere perioden in de ruimte aanwezig. In combinatie met de rustgevende effecten van natuurlijke elementen, kan biophilic design het ziekteverzuim fors terugbrengen.

### **Inspiratie**

Hoewel biophilic design nog niet op grote schaal wordt toegepast in de retail, zijn de voordelen dus legio. Winkeliers die nieuwsgierig zijn naar de toepassing van de natuur in hun winkels, kunnen hun (dag)licht opsteken bij deze inspirerende voorbeelden:

#### **1. Ga slim om met licht**

Daglicht heeft een positief effect op ons welzijn. Volgens onderzoek verbetert het ook ons zicht en is het minder vermoeiend voor onze ogen dan kunstlicht. Daglicht is dan ook meer dan welkom in een retailomgeving. Maak er dan ook waar mogelijk gebruik van, en zorg met bijvoorbeeld extra ramen of lichtstraten voor meer natuurlijk licht in de winkel.

Het gebruik van natuurlijk licht is niet altijd mogelijk en bovendien niet altijd voldoende om de winkel goed uit te lichten. Het gebruik van kunstlicht is dan ook beslist geen zonde. Vermijd in dat geval kille lichtbronnen zoals TL-licht en kies voor verlichting met een warme kleurtemperatuur. Nog beter is het veranderen van de intensiteit en kleur naarmate de dag vordert. Op die manier sluit het nog beter aan bij ons bioritme. Zorg altijd voor diffuus licht, niemand vindt het prettig rechtstreeks in een lamp te kijken.

Ten slotte kun je het gevoel van daglicht simuleren met een slimme truc: plaats een kunstraam in de wand en plaats daarachter een lichtbron. Zo wek je de illusie van daglicht en bovendien zorgt het kunstraam voor een minder opgesloten gevoel.

#### **2. Leg een verbinding met 'buiten'**

Mensen zijn van nature graag buiten. De open lucht geeft ons inspiratie en energie. Het omgekeerde is ook waar: afgesloten ruimtes werken benauwend. Gelukkig kun je daar relatief eenvoudig wat aan doen. Grote ramen zorgen voor een ruimtelijke, open sfeer. Maar zorg dan ook voor de buitenruimte waar de klant op uitkijkt zo uitnodigend mogelijk oogt. Ook kun je denken aan tapijtbanen die binnen met buiten verbinden.

#### **3. Biologisch materiaal: wat leeft, is waardevol**

Een van de meest voor de hand liggende manieren om biophilic design in te zetten, is het gebruik van biologisch materiaal en levende organismen. Bekende voorbeelden zijn natuurlijk het gebruik van moswanden, bloemen en planten of boomstronken en -stammen.

Wie wil inspelen op beleving, kiest natuurlijk biologisch materiaal dat past bij de producten. Leveranciers als [Rent a Plant](#) en [Roets](#) leveren een divers portfolio aan biologische designelementen. Zorg wel voor een zinnige

link met het karakter van je winkel en de aard van je producten. Plaats in een wijnslijterij geen hopplanten, en kies niet voor loofbomen in een skiwinkel.

#### **4. Denk verder dan planten**

Natuurlijk kun je met bloemen en planten de natuur letterlijk in huis halen. Maar biophilic design gaat over meer dan 'groen'. Zo hebben ook met natuurlijke ogende materialen en herkenbare natuurlijke patronen een positief effect op de klant. Natuurlijk beseffen we maar al te goed dat het gaat om levenloze objecten en materialen, toch koppelt ons brein hieraan dezelfde positieve gevoelens.

Een goed voorbeeld zijn bijvoorbeeld de tapijttegels van vloertegelfabrikant Interface. Zij hebben een aantal [tapijttegelcollecties](#) ontworpen waarmee je je winkel een natuurlijke uitstraling meegeeft. De tegels hebben dessins die refereren naar bijvoorbeeld rotsen, gras en kiezels. Dankzij het modulaire karakter van tapijttegels heb je alle vrijheid te spelen met verschillende zones, zodat je voor verschillende productgroepen andere patronen en texturen kunt gebruiken.

#### **5. Gebruik de kracht en de rust van water**

Het gebruik van waterelementen heeft een [bewezen](#) rustgevend effect. Het verlaagt bovendien de bloeddruk, de hartslag en verbetert ons geheugen. Bewegend water heeft bovendien een mild negatief ioniserend effect, en dat stimuleert onze hersenen. En wanneer klanten het water kunnen aanraken, verhoogt dat het gevoel van interactie met de fysieke plek. Het aanleggen van interne waterstromen, vijvers en andere waterelementen is dan ook vrijwel altijd een goed idee.

#### **6. Optimaliseer het binnenklimaat**

Biophilic design bereik je ook met een optimaal binnenklimaat. Zorg vooral voor een mooie middenweg: niet te warm, niet te koud, niet te vochtig, niet te droog. Een klein briesje is niet erg, maar vermijd te sterke luchtstroom.

Vermijd in ieder geval een te koude winkel. Uit [onderzoek blijkt](#) dat klanten bereid zijn meer te betalen voor producten die warm aanvoelen. Mensen leggen bovendien onbewust de verbinding tussen warmte en vertrouwen. Marketingboodschappen komen dan ook beter aan in een iets warmere omgeving.

#### **7. Vergeet de andere zintuigen niet**

Wat de klant ziet is uiteraard erg belangrijk, maar de andere zintuigen hebben minstens zoveel invloed op de gemoedstoestand. Met natuurlijke geluiden en geuren prikkel je de verbeelding, creëer je rust en haal je veel sfeer in je zaak. Met bijvoorbeeld een binnenfontein sla je twee vliegen in een klap: het kletterende water stimuleert de ogen en oren en zorgt zo voor maximaal effect.

*Deze blog is geschreven door freelance tekstschrijver Kim Loohuis.*

*RetailTrends besteedt deze week elke dag online aandacht aan instore. Het juninummer van RetailTrends bevat een special rond dit thema, met onder meer aandacht voor het Retail Design Lab in Hasselt en het effect van digital. Ook in het thema instore: negen vragen over het storedesign van Ace & Tate en het belang van selfiewaardig storedesign. Nog geen abonnee? [Klik hier voor meer informatie over een abonnement op RetailTrends.](#)*

Kim Loohuis