

Zo krijg je een wetenschappelijk onderbouwd storedesign

29-08-2017 11:00



Donderdag 7 september is het zover: dan vindt het tweede [Retail & Brands Festival](#) plaats. Luister naar inspirerende talks, doe mee met hands-on workshops of ga lekker relaxen op de dagcamping. Wij garanderen een fantastische line-up van denkers, doeners, visionairs, strategen, creatieven en innovators. In aanloop naar het festival lichten we een aantal sprekers uit. Vandaag: academisch directeur Katelijn Quartier van Retail Design Lab.

Als het gaat om retaildesign gaapt er een kloof tussen theorie en praktijk. Om die te dichten, beschikt de universiteit van het Belgische Hasselt sinds dit jaar over een kenniscentrum. Het Retail Design Lab focust zich op drie punten: onderwijs, onderzoek en consultancy. Zo treedt het lab op als adviseur in een ontwerpproces. Het Retail Design Lab beschikt over een fysiek lab, waar eigen onderzoek wordt gedaan. Het deed bij de opening tien jaar geleden dienst als een simulatie van een supermarkt. "Mijn doctoraat ging over de impact van verlichting op de perceptie, het gedrag en de stemming van de consument. Uit die studie kwam onder meer naar voren dat de verlichting van invloed is op het imago van de winkel. En de prijsperceptie is daaraan gekoppeld", aldus academisch directeur Karlijn Quartier.

Het lab is blijvend in gebruik voor andere promovendi en studenten, die bijvoorbeeld experimenten met geur, muziek of planten in de winkel willen doen. Zo wordt nu in een kookwinkel onderzocht hoe geur de vormtaal en het materiaalgebruik beïnvloedt in de beleving, vertelt Quartier. "De doctoraatsstudent heeft een team ontwerpers de opdracht gegeven een winkel te ontwerpen, op basis van alleen een bepaalde geur. De

hypothese is dat de beleving intenser wordt als die geur er straks wordt verspreid.”

Het kenniscentrum vertaalt daarnaast wereldwijde onderzoeken rond het thema retaildesign naar concrete tips, tricks en tools, die op de website worden gepubliceerd. Zitten retailers daar wel op te wachten? “Verbazingwekkend genoeg wel”, zegt Quartier. “Ze voelen ook dat de sector aan het professionaliseren is. Het is niet meer zoals vroeger, toen een winkeltje al goed liep als je een beetje je best deed en vriendelijk was. Ze voelen dat het moeilijker is en dat ze ondersteuning nodig hebben.”

Dat het lab in Hasselt gevestigd is, komt volgens haar omdat Vlaanderen achterloopt in vergelijking met de buurlanden. De universiteit heeft geld gekregen van de overheid om het niveau van retailen en beleving in de winkel omhoog te krijgen, vertelt ze. Ook kon ze bij aanvang van het project rekenen op de noodzakelijke financiële steun van retailers. “We moesten twintig retailers zoeken die mee wilden financieren en dat ging vrij vlot. Vaak zagen ze de meerwaarde al na één gesprek.”

Retail & Brands Festival op 7 september in Utrecht

Donderdag 7 september staat in het teken van verwonderen, inspiratie, pionieren en best practices uit binnen- en buitenland. Onder het genot van muziek, lekker eten en drinken is er volop ruimte om professionals uit de retail & merkenwereld te ontmoeten in De Fabrique in Utrecht. [Klik hier voor meer informatie en aanmelden.](#)

Nick Möller