



Inschrijfformulier NRW Jaarprijs 2018

De volgende retailontwikkelingen zijn geschikt voor inschrijving:

- de retailontwikkeling is gerealiseerd in Nederland, en
- is geopend voor publiek tussen 1 mei 2015 en 1 mei 2018, en
- betreft nieuwbouw, herontwikkeling of een combinatie van beide, en
- de gehele ontwikkeling bestaat uit tenminste 2.500 m² retail, verdeeld over minimaal 3 retail units.

De retailontwikkeling dient gepland en gerealiseerd te zijn als één geheel, eventueel in verschillende fases. Het wordt afgeraden een project in te zenden dat nog nauwelijks in exploitatie is genomen omdat de jury dan moeilijk de beoogde kwaliteit kan beoordelen. Het is toegestaan meerdere projecten in te dienen.

AANLEVEREN

Alle informatie dient bij NRW binnen te zijn **uiterlijk 1 mei 2018**.

Het digitale materiaal en de eventuele overige documentatie kunt u versturen naar info@nrw.nl onder vermelding van Inzending NRW Jaarprijs 2018.

Indiener(s) retailontwikkeling NRW Jaarprijs 2018

Het project kan door 1 of meer partijen worden ingediend voor de NRW Jaarprijs, waarbij tenminste 1 partij lid dient te zijn van NRW.

Naam indiener(s) - bedrijf en persoonsnaam	NRW lid
1.	Ja/nee
2.	Ja/nee
3.	Ja/nee
4.	Ja/nee



Inzending

Retailontwikkeling voor inzending	
Naam	
Retailontwikkeling	
Adres	
Website	
Ja / Nee	Nieuwbouw (open voor publiek)
Ja / Nee	Herontwikkeling (open voor publiek)
Ja / Nee	Combinatie nieuwbouw en herontwikkeling (open voor publiek)

Betrokken partijen		
<p>LET OP; deze informatie zal gebruikt worden in alle <u>officiële berichtgevingen</u>! Vul hier alle de betrokken partijen in die u steeds vermeld wilt zien. Geef zorgvuldig de juiste tenaamstelling aan.</p>		<p>(*) Deze partij wel/niet steeds vermelden in de officiële berichtgeving</p>
Ontwikkelaar		Wel/niet(*)
Eigenaar		Wel/niet(*)
Management/beheerder		Wel/niet(*)
Architect		Wel/niet(*)
(Technisch) adviseur		Wel/niet(*)
(Verhuur) makelaar		Wel/niet(*)
Overig, namelijk...		Wel/niet(*)

Motivatie voor NRW Jaarprijs

De NRW Jaarprijs is een prestigieuze prijs voor de beste retailontwikkeling van Nederland. Elk jaar kent een deskundige jury de NRW Jaarprijs toe aan een project dat recent nieuw gebouwd is of herontwikkeld is en dat als toekomstbestendig en inspirerend voorbeeld wordt gezien voor de sector.



Om te kunnen meedingen naar de Jaarprijs dient de inzending een aantoonbare bijdrage te leveren aan de kwalitatieve ontwikkeling van het winkellandschap in Nederland door het vernieuwende karakter van het project en/of de commerciële en sociale aantrekkelijkheid van het project voor bezoekers en ondernemers.

Kunt u zo concreet mogelijk motiveren waarom uw inzending in aanmerking moet komen voor de NRW Jaarprijs? (ca 150 woorden).

Kerngegevens inzending

Belangrijke data	
Openingsdatum voor exploitatie retailontwikkeling na nieuwbouw en/of herontwikkeling.	
Oorspronkelijke openingsdatum van het project (vóór de nieuwbouw en/of herontwikkeling, indien van toepassing).	
Eventuele overige belangrijke data (bijvoorbeeld bij gefaseerde ontwikkeling).	



Omvang van de retailontwikkeling	
Wat was het oorspronkelijke oppervlak van de retailontwikkeling voor herontwikkeling/uitbreiding, indien van toepassing?	
Hoeveel vierkante meter is toegevoegd of gesaneerd (nieuwbouw/uitbreiding)?	
Hoeveel vierkante meter is gerenoveerd/herontwikkeld?	
Is er ook een deel van de gehele retailontwikkeling niet gerenoveerd of herontwikkeld? Geef aan.	

Onderverdeling naar functies van de totaal voorgedragen ontwikkeling		
	<i>Aantal units</i>	<i>Totaal oppervlak</i>
Retail		
Horeca		
Leisure		
Wonen	nvt	
Kantoren	nvt	
Overige functies	<i>Specificatie</i>	
-		
-		
-		
Totaal voorgedragen metrage NRW Jaarprijs vierkante meter		
Ruimtelijke setting		
Maakt de voorgedragen ontwikkeling deel uit van een grotere ontwikkeling? Zo ja, geef hier een korte omschrijving.		



Bijzondere voorzieningen	
Zijn er speciale voorzieningen aanwezig voor de bezoekers die u graag wilt vermelden, zoals kinderopvang, toiletten, publieke zitruimtes, voorzieningen voor minder validen etc.?	
Omschrijf de kwaliteit van de (semi) openbare ruimte.	

Parkeervoorzieningen voor winkelend publiek	
Omschrijf de parkeervoorzieningen ten behoeve van het winkelend publiek (denk aan aantal plaatsen, betaald/onbetaald, overdekt/maaiveld).	

Verzorgingsgebied van het winkelgebied	
Geef een typering van de functie van de retailontwikkeling in relatie tot het verzorgingsgebied (denk aan buurtcentrum, hoofdwinkelstraat, dagelijks, niet-dagelijks, etc).	
Geef een inschatting van het aantal inwoners binnen het verzorgingsgebied of geef aan welke wijken of plaatsen hiertoe behoren.	



Marktpositionering

Beoogde resultaat van de (her)ontwikkeling
<p>Wat was de belangrijkste aanleiding voor de realisatie van de retailontwikkeling? Omschrijf de beoogde doelstelling van de ontwikkeling.</p>
<p>Kunt u omschrijven waarin het project onderscheidend is van andere ontwikkelingen? Wat voegt het project toe aan de bestaande winkelstructuur of welke vernieuwende of innovatieve impulsen geeft het project aan het Nederlandse winkellandschap?</p>
<p>Kunt u aangeven in welke opzichten de retailontwikkeling een voorbeeldfunctie vervult ten opzichte van andere projecten in Nederland?</p>



Kunt u aangeven op welke terreinen de retailontwikkeling **excelleert** in vergelijking met andere ontwikkelingen. Hierbij kunt u denken aan: het planningsproces, (de kwaliteit van) het ontwerp, de (moeilijkheidsgraad van de) realisatie, de samenwerking tussen partners bij de ontwikkeling, op gebied van duurzaamheid, het multifunctionele karakter, de sociale meerwaarde, etc.

Sociale en commerciële meerwaarde van de (her)ontwikkeling

Wat zijn volgens u de belangrijkste **kenmerken van de mensen** die uw winkelcentrum bezoeken? Hoe zou u deze mensen omschrijven?

Wat is de **(sociale) meerwaarde** van uw winkelcentrum? Of, anders geformuleerd, welke sociale aspecten geven uw winkelcentrum toegevoegde waarde naast het winkelen?

Definitie sociale meerwaarde: Het begrip meerwaarde heeft betrekking op de toegevoegde waarde naast puur (dagelijks en recreatief) winkelen. Sociale aspecten die meerwaarde bieden hebben betrekking op het faciliteren van alle vormen van het leggen en onderhouden van contacten tussen mensen onderling. Zie ook: [Nieuwe richtlijnen voor succesvolle winkelgebieden](#)*



<p>Wat maakt de retailontwikkeling aantrekkelijk voor retailers (concurrentiepositie, type consumenten, combinatie met andere functies, lay-out van het centrum en de units, huurvoorwaarden, etc)?</p>

Stakeholders en samenwerkingsverbanden

Rol stakeholders in het ontwikkelingsproces	
<p>Geef aan op welke wijze de gemeente (financieel of anders) geparticipeerd heeft in de retailontwikkeling, indien van toepassing.</p>	
<p>Geef een omschrijving van de aanwezige organisatie van het winkelgebied en de bijbehorende taken en verantwoordelijkheden (een of meerdere eigenaren, aanwezigheid</p>	



centrummanagement, Ondernemersfonds, BIZ regeling, winkeliersvereniging etc.).	
Geef aan op welke wijze de belangrijkste stakeholders (financieel of anders) geparticipeerd hebben in de retailontwikkeling, indien van toepassing.	

Exploitatie informatie

Bezoekersaantallen	
Worden bezoekersaantallen periodiek of doorlopende geteld? Zo ja, hoeveel bezoekers heeft het project (per week of per jaar)?	
Is het bekend hoeveel bezoekers er waren vóór de herontwikkeling/uitbreiding, indien van toepassing? Zo ja, hoeveel?	
Ligt het huidig aantal bezoekers boven of onder verwachting? Zijn nadere acties gewenst of noodzakelijk? En zo ja, welke acties staan gepland?	



Retailers	
Waren alle winkelunits verhuurd bij (her)opening van de retailontwikkeling?	Ja/nee
Geef hier aan welke units nog niet verhuurd zijn (inclusief oppervlakte en eventueel de beoogde branchering)	
Voeg een volledige huurderslijst toe in de bijlage.	Huurderslijst toegevoegd: ja/nee

Huurprijsniveau en overige kosten	
Wat is het gemiddelde huurprijsniveau van een representatieve units in de ontwikkeling?	EUR
Wat is het gemiddelde servicekostenniveau per m ² per jaar?	EUR
Wat is de gemiddelde promotiekostenniveau per m ² per jaar?	EUR

Marketing en promotie bij (her)opening	
In welke vorm hebben eventuele speciale acties, (promotie)campagnes en evenementen plaats gevonden bij de opening van de ontwikkeling?	
Hoe groot was het hiervoor bestemde budget?	



Marketing en promotie jaarlijks	
Welke partij(en) is/zijn verantwoordelijk voor de uitvoering van de (totale) marketing van het centrum?	
Hoe hoog is het jaarlijkse budget voor consumentgerichte marketing?	
Is er een structurele samenwerking tussen de winkeliers(-vereniging) en de beheerder? Geef een nadere omschrijving.	

Online-strategie	
Geef aan op welke wijze invulling wordt gegeven aan de omnichannel marketingstrategie (koppeling online en offline voor de retail en de winkelomgeving).	

Investing	
Kunt u een indicatie geven van de totale investering die gemoeid is geweest met de voorgedragen retailontwikkeling, desgewenst uitgesplitst per fase?	EUR



Duurzaamheid

In hoeverre heeft duurzaamheid een rol gespeeld bij de retailontwikkeling?
Denk hierbij aan **fysieke en milieutechnische aspecten** (bouwkundig, materialen, installaties, kosten- en energiebesparende maatregelen, etc).

Heeft er een **certificeringstraject** plaatsgevonden (zoals Breeam) voor het project? Zo ja, wat was het resultaat?

Heeft de **eigenaar/verhuurder specifieke eisen** gesteld aan de huurders m.b.t. duurzaamheidsaspecten? Bijvoorbeeld inzake de uitwisseling van gegevens omtrent gebruik van energie of het afsluiten van green leases?

Zijn er nog speciale **duurzame sociale aspecten** die u wilt vermelden (mens en maatschappij, werkgelegenheid, verantwoord ondernemen, etc)?



Contactinformatie

Contactpersoon voor NRW juryproces	<i>(ten behoeve van afstemming jurybezoeken, consumenten- en ondernemersonderzoek, filmdagen, etc.).</i>
Contactpersoon 1	
Bedrijfsnaam	
Functie	
Adres	
Plaats	
Telefoonnummer	
Mobiel nummer	
E-mailadres	
Contactpersoon 2	
Bedrijfsnaam	
Functie	
Adres	
Plaats	
Telefoonnummer	
Mobiel nummer	
E-mailadres	
Contactpersoon Communicatie	<i>(ten behoeve van bekendmaking finalisten, prijsuitreiking en persberichten).</i>
Bedrijfsnaam	
Contactpersoon	
Functie	
Adres	
Telefoonnummer	
Mobiel nummer	
E-mailadres	



Extra materialen

Checklist aanvullend materiaal. Om uw aanmelding compleet te maken dient u de volgende zaken aan te leveren:

- Huurderslijst (inclusief oppervlakte per unit)
- Digitale plattegrond van het project (drukwerkformaat)
- Digitale stadsplattegrond met daarop aangegeven de situering van het project (drukwerkformaat)
- Maximaal 10 digitale foto's in drukwerkformaat (interieur en exterieur, geen artist impressions)
- Digitale versie van het logo van het winkelcentrum (drukwerkformaat)
- Digitale versie van het logo van de indiener(s) (drukwerkformaat)

Optioneel; indien u dit relevant acht voor de beoordeling tijdens het juryproces, zoals:

- Links naar promotiefilmpjes of you-tube filmpjes
- Gescande documentatie in de vorm van persbericht(-en) en krantenartikelen

LET OP In de eerste fase van de jurering wordt uw project voor een groot deel beoordeeld aan de hand van de door u aangeleverde informatie en het beeldmateriaal. Het materiaal wordt digitaal aan de jury verstuurd. Zorg voor een goede kwaliteit van het materiaal.

De betrokken partij(-en), verantwoordelijk voor de inzending is/ zijn akkoord met de algemene voorwaarden zoals hieronder vermeld.

Akkoord; ja/nee

Naam en handtekening:

AANLEVEREN

Alle informatie dient bij NRW binnen te zijn **uiterlijk 1 mei 2018**.

Het digitale materiaal en de eventuele overige documentatie kunt u versturen naar info@nrw.nl onder vermelding van Inzending NRW Jaarprijs 2018.



Algemene voorwaarden NRW Jaarprijs 2018

DOELSTELLING

De NRW Jaarprijs wordt sinds 1989 jaarlijks uitgereikt. De activiteiten van NRW zijn er continu op gericht een bijdrage te leveren aan de realisatie van een attractief en toekomstbestendig winkellandschap voor de consument en de ondernemers. De winnaar van de NRW Jaarprijs dient ter inspiratie, als *state of the art* voorbeeld voor de sector door het vernieuwende karakter van het project en/of de commerciële aantrekkelijkheid van het project onder de aandacht te brengen.

ALGEMEEN

De jury is bevoegd geen projecten te nomineren en de prijs niet uit te reiken indien de inzendingen in de ogen van de jury niet van het vereiste niveau zijn. Tegen een dergelijke beslissing staat geen beroep open. De jury kiest uit alle inzendingen de finalisten. Deze finalisten worden gepresenteerd op de PROVADA. Tijdens de uitreikingsceremonie op het Jaarcongres van NRW worden alle finalisten gepresenteerd aan het publiek en wordt de winnaar bekend gemaakt. De NRW Jaarprijs bestaat uit een speciaal daarvoor ontworpen trofee die eigendom van de winnaar wordt, alsmede een oorkonde.

Ook de International Council of Shopping Centres (ICSC) kent jaarlijks een European Award toe. De inschrijfprocedure van beide organisaties is vergelijkbaar zodat de Nederlandse projecten eenvoudig ook ingezonden kunnen worden voor de ICSC European Award, indien gewenst.

JURY NRW JAARPRIJS

De jury van de NRW Jaarprijs bestaat uit leden van het Bestuur van NRW, vertegenwoordigers uit de NRW-Commissies, eventueel aangevuld met deskundigen vanuit de disciplines stedenbouwkunde/architectuur, overheid, detailhandel, duurzaamheid en consument. De jury treedt op als beoordelingscommissie. Tijdens het jurytraject wordt zorgvuldig zeker gesteld dat juryleden met een zogenaamd 'conflict of interest' op geen enkele wijze deelnemen aan de beoordeling. De voorzitter van de NRW Jaarprijs is onafhankelijk en heeft geen stemrecht in de jury. De voorzitter ziet toe op een zorgvuldige vakinhoudelijke discussie. Ook de directeur van NRW maakt geen onderdeel uit van de jury.

JURYTRAJECT NRW JAARPRIJS

FASE 1: AANMELDING + EERSTE BEOORDELING PROJECTEN

In deze fase beoordeelt de jury of het project daadwerkelijk in aanmerking komt voor nominatie. De volgende retailontwikkelingen zijn geschikt:

- de retailontwikkeling is gerealiseerd in Nederland, en
- is geopend voor publiek tussen **1 mei 2015 en 1 mei 2018**, en
- betreft nieuwbouw, herontwikkeling of een combinatie van beide, en
- de ontwikkeling bestaat uit tenminste 2.500 m² retail, verdeeld over minimaal 3 retail units;
- het project is door 1 of meer partijen ingediend, waarbij tenminste 1 partij NRW lid is.

De aangeleverde informatie en het beeldmateriaal dat door de inzenders digitaal is verstrekt wordt door de jury beoordeeld, mogelijk aangevuld met een eigen bezoek door enkele afgevaardigden van de jury.



Op basis van deze beoordelingsfase besluit de jury welke projecten als **finalisten** kunnen meedingen naar de NRW Jaarprijs. De beoordelingscriteria zijn het vernieuwende karakter van het project en de onderbouwing van de kwaliteit van het project op het gebied van strategische keuzen, marketing en promotie, online-strategie, projectaanpak, duurzaamheid, realisatie en onderscheidend vermogen. De finalisten worden bekend gemaakt tijdens de PROVADA.

FASE 2: ONDERZOEK

In deze fase vindt een consumenten- en een ondernemersonderzoek plaats in opdracht van NRW, uitgevoerd door STRABO en MindLogyx-Retail. De beoordelingscriteria in deze fase worden bepaald door de sociale meerwaarde voor de bezoekers en de commerciële aantrekkelijkheid van het project voor de detaillisten en de eigenaar. De beoordeling betreft criteria ten aanzien van fysieke kenmerken van het centrum (bereikbaarheid, routing, parkeergelegenheid, bewegwijzering etc.), functionele kenmerken (aanbod winkels, horeca, leisure en andere voorzieningen, bijzonderheid aanbod en uniciteit, trekkers etc.), commerciële kenmerken (architectuur en aankleding, openingstijden, verlichting, veiligheidsbeleving), bezettingskenmerken (huren en bijkomende kosten, positionering, concurrentiepositie en profiel etc.) duurzaamheidskenmerken en de online-strategie. Direct na afronding van het onderzoek worden de resultaten ter beschikking gesteld (enkel voor hun eigen project) aan de finalisten.

FASE 3: JURYBEZOEK

In deze fase worden de genomineerde projecten door de jury bezocht waarbij de beleving en de aansluiting op de omgeving nader wordt verkend. De voorbereiding van dit bezoek vindt plaats in overleg met de indiener(s).

FASE 4: PRESENTATIE PROJECT & EINDBEOORDELING

De finalisten worden allen afzonderlijk uitgenodigd om voor de jury een korte presentatie te verzorgen. Desgewenst kunnen de indieners reageren, of een nadere toelichting geven, op de onderzoeksresultaten uit fase 2. De jury zal tevens in de gelegenheid zijn eventuele aanvullende vragen te stellen over de gehele ontwikkeling.

In een afsluitend jury-overleg vindt de eindbeoordeling plaats en zal het winnende project gekozen worden. De winnaar wordt op het NRW jaarcongres bekend gemaakt.

VERDER ZIJN DE VOLGENDE CONDITIES VAN TOEPASSING BIJ INZENDING VAN EEN PROJECT VOOR NRW JAARPRIJS 2018

1. Inschrijven is kosteloos, echter zodra uw inzending genomineerd wordt als finalist dient u het inschrijfgeld van € 7.000,= excl. BTW per genomineerd project te voldoen U ontvangt hiervoor een factuur direct nadat de finalisten bekend zijn gemaakt. Met dit inschrijfgeld worden door NRW de kosten gefinancierd voor de pr-activiteiten rondom de prijsuitreiking, de uitreikingsceremonie, de onderzoeksrapportages, de jurybezoeken en de professionele filmpresentatie van de genomineerde projecten.
2. NRW gaat ervan uit dat het ingestuurde foto- en beeldmateriaal **rechtenvrij** gebruikt kan worden voor NRW publicaties, persberichten en website-exposure. Eventuele door de indiener gewenste bronvermelding dient bij de desbetreffende foto/beelden door de inzender nadrukkelijk aangegeven te worden.
3. Gedurende de periode tussen einddatum inzending en datum bekendmaking winnaar zal door NRW een aantal persmomenten gekozen worden. In deze persmailingen zullen de door de inzenders opgegeven perscontacten worden meegenomen.



4. De formele jurybezoeken (fase 3) aan de genomineerde winkelcentra vinden plaats in overleg met de indieners.
5. De finalisten worden geïnformeerd wanneer en op welke wijze het consumenten- en ondernemersonderzoek zal plaatsvinden. STRABO en Mindlogyx Retail neemt hierover rechtstreeks contact op met de indiener(s). De resultaten zullen enkel vertrouwelijk met de juryleden worden gedeeld en verder niet openbaar gemaakt worden. Alle finalisten ontvangen de onderzoeksresultaten met betrekking tot hun eigen project.
6. Alle finalisten worden in de gelegenheid gesteld een nadere toelichting te geven op het project aan de jury tijdens een exclusieve presentatie. De finalisten kunnen dan tevens reageren op de onderzoeksresultaten (uit fase 3). De jury kan aanvullende vragen stellen (fase 4).
7. De uitreikingsceremonie vindt plaats tijdens het NRW Jaarcongres. Het Jaarcongres is toegankelijk voor alle NRW leden en niet-leden. NRW leden kunnen gratis deelnemen aan het Jaarcongres (niet leden betalen EUR 395,-). Als finalist ontvangt u maximaal 8 vrijkaarten die u kunt gebruiken om uw gasten (zijnde niet-NRW leden) uit te nodigen voor het gehele programma.
8. Van iedere finalist dient een vertegenwoordiging aanwezig te zijn tijdens de uitreikingsceremonie op het NRW Jaarcongres.
9. Uiterlijk 2 weken voor het Jaarcongres dient u aan te geven wie bij het eventueel winnen van de jaarprijs de prijs in ontvangst zal nemen en wie de gasten zullen zijn (zie 7).
10. Over de juryuitslag kan niet worden gecorrespondeerd. Tot het laatste moment blijft de winnaar geheim.
11. Inzenders verklaren zich door deelname automatisch akkoord met de Algemene Voorwaarden.
12. NRW behoudt zich het recht voor om de NRW Jaarprijs te annuleren om moverende redenen.

CONTACT- EN CORRESPONDENTIEADRES

Nederlandse Raad Winkelcentra
Kantorencomplex Cluetinckborch
Godebaldkwartier 64
3511 DZ Utrecht
T 030 - 231 37 54
E info@nrw.nl



DATUMOVERZICHT NRW JAARPRIJS 2018 (onder voorbehoud)

3 januari 2018	NRW Jaarprijs 2018 open voor inschrijving
1 mei 2018	Sluiting inschrijvingstermijn NRW Jaarprijs 2018
8 mei 2018	1 ^e jury-overleg, eerste beoordeling (inclusief eventuele verkenning op eigen initiatief van jury) van ingezonden projecten.
5 juni 2018	Tijdens PROVADA bekendmaking finalisten NRW Jaarprijs, persbericht.
Juni 2018	Consumenten- en ondernemersonderzoek in opdracht van NRW per genomineerd project (start onderzoek in overleg met finalisten).
27 en/of 28 juni 2018	Jurybezoeken aan de genomineerde retailontwikkelingen.
5 juli 2018	Presentatie door finalisten aan jury (op kantoor NRW).
Juli 2018	Filmopnamen bij de genomineerde retailontwikkelingen.
6 september 2018	Opgeven van uw gasten voor de uitreikingsceremonie voor het NRW Jaarcongres 2018 en de persoon die eventueel de NRW Jaarprijs in ontvangst zal nemen
20 september 2018	Uitreiking NRW Jaarprijs 2018 op Jaarcongres , persbericht