

Concrete Amsterdam vertaalt de energie van New York naar Steve Madden's eerste Europese flagshipstore



Concrete Amsterdam heeft de eerste Steve Madden-flagshipstore in de Westfield Mall of the Netherlands ontworpen, waarmee een volledig nieuw winkelconcept wordt geïntroduceerd. Dit ontwerp haalt inspiratie uit de geschiedenis van het merk en de connectie met New York, waarbij het stedelijke dakenlandschap als uitgangspunt dient om een vernieuwende winkelomgeving te creëren.

Het ontwerp van de nieuwe generatie Steve Madden-winkels is ontstaan vanuit de heritage van het merk als een lifestylelabel. Het winkelconcept weerspiegelt het gevoel van vrijheid dat ontstaat boven de drukke straten van de stad – een ontsnapping aan het dagelijks leven in New York. Geïnspireerd door het stedelijke dakenlandschap wordt de ruimte meer dan alleen een winkelomgeving; het is een plek waar iedere unieke persoonlijkheid, elk item en elke collectie tot uiting komt en wordt gevierd.

De basis van het winkelconcept vindt zijn oorsprong in de skyline van New York, vertaald naar een reeks aluminium torens. Klanten worden uitgenodigd om de stad van bovenaf te verkennen, navigerend tussen deze abstracte daken, waarbij elk Steve Madden-item op een uniek platform wordt gepresenteerd om de diversiteit van de collectie benadrukken. De displays zijn modulair en kunnen worden aangepast aan elke collectie, of het nu om seizoensgebonden items, uitverkoop of standaardcollecties gaat.

De modulaire display bevatten een variatie aan materialen – waaronder leer, rubber, steen en hout – die de texturen van Steve Madden's schoenen en accessoires weerspiegelen. Zo worden elk product en elke collectie op unieke wijze gepresenteerd.

Deze typologie strekt zich uit tot de kassa, waar functionele elementen zoals de kassalade, opslag en andere benodigdheden zijn geïntegreerd in dezelfde skyscraper structuur. Als extra knipoog naar de New Yorkse daken en het Vrijheidsbeeld zijn de toppen van de kassa-eenheden gecreëerd uit groen geoxideerd koper, wat de connectie met de architectonische taal van de stad versterkt.

Naast de typologie van de 'skyscrapers' brengen de horizontale 'landscaper', die dienen als schoenendisplay, het ontwerp samen. Deze hebben een ruwe betonnen afwerking, wat een stedelijke en industriële sfeer creëert. De oppervlakken zijn voorzien van abstracte graffiti-tags met verwijzingen naar productnamen van Steve Madden, wat een extra laag storytelling en merkidentiteit toevoegt.

De integratie van stedelijke elementen zet zich voort in de gehele winkel. Abstracte straatmarkeringen, zoals een gestileerd zebrapad en gele wegmarkering, zijn verwerkt in de vloer om de connectie met het stadslandschap te versterken. Aan het einde van het zebrapad verdubbelen spiegels visueel de ruimte, wat de winkelervaring versterkt en een ultiem selfiemoment creëert. De groene zitplaatsen, bekleed met stof en leer, doen denken aan een luchtfoto van Central Park, die in contrast staat met de stedelijke setting van New York.

Verlichting speelt een cruciale rol in de beleving van de winkel. Twee sculpturale kroonluchters verwijzen naar het Vrijheidsbeeld en versterken het gevoel van vrijheid in de winkel. De digitale schermen ontworpen als abstracte zuilen, tonen campagnebeelden die de levendige energie van New York vastleggen. In combinatie met strategisch geplaatste spots wordt zo een perfect podium voor de producten gecreëerd.

Het gevoel van vrijheid en ruimte wordt vergroot door de mat bronzen spiegels aan weerszijden van de ingang. Een tickerdisplay, geïnspireerd op de borden van Times Square, benadrukt het DNA van New York. Samen vormen deze elementen een winkelomgeving die klanten onderdompelt in de wereld van Steve Madden.

Het nieuwe winkelconcept wordt internationaal uitgerold. De Steve Madden-winkel in Dubai Hills Mall reeds geopend, binnenkort openen er Steve Madden winkels in Rotterdam en Eindhoven.

Noot voor de redactie**Over Concrete Amsterdam**

Concrete Amsterdam is een multidisciplinaire interieur- en architectuurstudio in Amsterdam. Sinds 1997 ontwikkelt Concrete innovatieve concepten die traditionele grenzen overschrijden op het gebied van architectuur, interieur, stedenbouw, branding en conceptuele programmering. Concrete plaatst mensen boven gebouwen en erkent dat de essentie van design ligt in de menselijke connectie. Met de overtuiging dat het ontwerp zich conformeert aan het leven 'form follows life', door omgevingen te creëren die moeiteloos integreren met de manier waarop mensen leven en met elkaar omgaan. Of het nu gaat om onze uitgebreide reeks horecaprojecten, openbare gebouwen, (sociale) huisvesting of winkels, elk project belichaamt Concrete's 'inside out' benadering, waarbij mensen op de eerste plaats komen. Dit heeft wereldwijd geleid tot nieuwe typologieën en onconventionele en op maat gemaakte oplossingen.

[Website](#) | [Instagram](#) | [LinkedIn](#) | [Vimeo](#)

Over Steve Madden

A man who wears many hats – and shoes, Steve Madden cannot be described in one word. He is an entrepreneur, an award-winning designer, a business titan, and a family man. The eponymous shoe designer is also the subject of the documentary film, *MADDMAN: The Steve Madden Story* on Netflix. A movie that delves into the man who built a booming brand and nearly lost it to “The Wolf of Wall Street,” only to rebound with a global empire. He’s endured failures and of course successes without forgetting his humble beginnings or his core consumer, resulting in millions of adoring fans worldwide. Considered the fashion footwear mogul of the 21st century, Madden has an innate sense of what’s hot, what’s next, what’s exciting and more importantly, how this will translate to the customer. Inspired by rock and roll, fused with a jolt of sex appeal and urban edge, Madden creates shoes that are innovative, fun, sometimes wild and always spot-on-chic. In 1990 with a mere \$1,100 in the bank, Madden swiftly followed his intuition to create the next big trend, anticipate consumer needs and subsequently deliver collections that were both cutting edge and highly saleable. Channeling his creative energy to produce a variety of silhouettes and vibrant styles in his Queens-based factory, quickly his dream became reality and the Steve Madden brand was born.

The prolific designer’s expertise in trend forecasting has propelled him to the top of his field. Relying on sheer instinct, he transformed a footwear relic into a phenomenon when he introduced a new amped up platform shoe at the launch of his company. Inspired by rock stars of the 70s, Madden’s now famous chunky platform shoes were one of the biggest success stories of the time and became a hallmark to the brand. With his finger on the pulse of pop culture, Madden says, “What inspires me is what I see people wearing on the streets of the world from New York to London and beyond. I get my ideas and inspiration from pounding the pavement.”

The fusion of style and music remains at Madden’s core: “Music is in the DNA of what I do.” As with fashion and design, Madden has an eye and ear for emerging talent, which led to the creation of Steve Madden Music, an integrated marketing platform that promotes music artists through a multitude of media, consumer channels and live performances. As such, he has collaborated with stars including Lady Gaga, Katy Perry, Ellie Goulding, Iggy Azalea, Santigold, Tove Lo, Jason Derulo, The Kills, Tori Kelly, Halsey, and Cardi B, all while on their rise to fame. With the continuing success and the consistent growth of the Steve Madden Music platform, Steve decided to expand on his love for music and launched 5Towns Records in 2016. On a philanthropic note, Steve Madden is continuing to shine a light on those in need of a second chance by supporting a variety of organizations in that genre, while also helping to mentor young entrepreneurs around the country with the newly launched “Self Made” company initiative. Steven Madden, LTD.: Today, the Steve Madden brand has evolved into a lifestyle company that not only owns Steve Madden, Steven by Steve Madden, Madden Girl, Freebird, Stevie’s, but it also owns and operates Betsey Johnson, Dolce Vita, Brian Atwood, Jocelyn, Report, Cejon, Mad Love, and Blondo; while it is the licensee of various brands, including handbags, belts, and the sought-after sneaker brand, Superga. Steven Madden LTD also designs and sources products under private label brand names for various retailers. Steve Madden has a robust private label division while its wholesale distribution includes department stores, specialty stores, luxury retailers, national chains and mass merchants worldwide. The company operates over 208 retail stores in 70 countries. Steve Madden licenses certain of its brands to third parties for the marketing and sale of certain products, including ready-to-wear, outerwear, intimate apparel, eyewear, hosiery, jewellery, fragrance, luggage and bedding and bath products.

[Website](#) | [Instagram](#) |

For more information & interviews please contact

Nikki Brandenburg | +31(0)20 5200200 | press@concreteamsterdam.nl |

Credits

Project: Steve Madden
Opdrachtgever: Steve Madden Europe B.V.

Architectuur & interior design:

Bureau: Concrete Amsterdam
Adres: Oudezijds Achterburgwal 78a
Plaats: 1012 DR Amsterdam
Land: Nederland
Telefoon: +31 (0)20 520 0200
E-mail: press@concreteamsterdam.nl
Website: www.concreteamsterdam.nl

Projectlocatie

Adres: Steve Madden Europe
Westfield Mall of the Netherlands – 2262 AC Leidschendam
Rotterdam - Lijnbaan 84, 3012 ER Rotterdam
Eindhoven - Demer 39, 5611 AP Eindhoven
Website: <https://stevemadden.eu/>

Projectinformatie

Start ontwerp: Augustus 2024
Opening: Maart 2025 (Westfield Mall of the Netherlands)
April 2025 (Rotterdam)
April 2025 (Eindhoven)
Totale bebouwde oppervlakte: Westfield Mall of the Netherlands: 150m² (+50m² opslag)
Rotterdam: 115m² (+50m² opslag)
Eindhoven: 115m² (+60m² opslag)

Projectteam

Projectteam Concrete: Rob Wagemans, Lisa Hassanzadeh, Melanie Knüwer,
Emmanuelle Blanc, Romy Warnars, Nick Vullings, Sofie Ruytenberg
Projectontwikkeling: Bulsink Group BV building ambitions, www.bulsink.com
Bouwpartner: Bulsink Group BV building ambitions, www.bulsink.com