

Pop-up store blijft in beeld

12-09-2008 00:00

Het Japanse modemerken Comme des Garçons introduceerde in 2004 een nieuwe buzz in de retail. Met zogeheten pop-up stores moest niet alleen de aandacht van trendy shoppers worden getrokken, de tijdelijke winkels dienden ook een zweem van exclusiviteit op te roepen. Sindsdien openen vele merken en retailers een pop-up shop. Over de houdbaarheid van een concept dat mikt op tijdelijkheid.

'Wees er snel bij, anders zijn we weer weg.' Onder dit motto openen inmiddels een flinke reeks pop-up shops hun deuren, om korte tijd later weer te sluiten. Hoewel de tijdelijke winkels een underground karakter meekrijgen zijn het vooral de gevestigde merken die ze openen, zoals de sportgiganten Adidas, Nike en Puma, horlogemerken Swatch en jeansmerk Levi's. Is hier sprake van een tijdelijke retailhype of zijn de popup winkels, van soms maar een dag, een ontwikkeling waar retailers niet meer om heen kunnen?

Alles over pop-up stores is te lezen in het septembernummer van RetailTrends

Een jaarabonnement op RetailTrends? Klik [hier](#)

U kunt vrijblijvend een proefnummer aanvragen via sales@retailtrends.nl