

Tien in het oog springende pop-up stores

06-05-2015 09:59

Door Fleur en Jeanine de Jongh
Eigenaren van The POP UP Stores

Pop-up stores zie je steeds vaker in de stad opduiken en even snel weer verdwijnen. Ze zorgen voor leven in de stad en brengen reuring met zich mee. Het winkellandschap is hierdoor aan het veranderen. Online en offline winkelen integreren met elkaar en daardoor loopt de winkelleegstand in veel plaatsen op. Veel ondernemers hebben geen opvolging. Hierdoor verandert het speelveld voor startende winkeliers, vastgoedeigenaren, overheden, makelaars en andere belanghebbenden in winkelgebieden blijvend. Retail in de tijdelijkheid is een nieuwe vorm van ondernemen die steeds meer voet aan de grond krijgt.

Maar hoe reageert het publiek? Wat werkt nu echt als pop-up? [The POP UP Stores](#) is een online platform dat dagelijks de nieuwste pop-up initiatieven beschrijft voor de consument. Via de [POP UP Calendar](#) kan je op plaats, datum en onderwerp zoeken naar pop-ups die voor de pop-upliefhebbers interessant zijn.

Wat zien we dan als we daar naar kijken? Het publiek heeft zo zijn eigen voorkeuren. Natuurlijk is een pop-up afhankelijk van de natuurlijke doorloop van een locatie, maar als hij goed wordt gepromoot, zijn eigen 'fanbase' ook uitnodigt en een interessant aanbod biedt, dan is de slagingskans een stuk groter. En natuurlijk is 'timing everything'. Huur je een week, neem dan twee weekenden. Zorg dat je publiek ook de tijd heeft om je te bezoeken.

The POP UP Stores heeft een top tien pop-ups geselecteerd die er qua publiekstrekkers en publicaties dit jaar uit sprongen. Natuurlijk kan je dan de grote [biowinkel](#) van Albert Heijn noemen en de tijdelijke winkel van [IKEA](#) in Amsterdam. Maar The POP UP Stores is ook bijzonder fan van kleinere initiatieven, waar creativiteit er zowel in uitwerking als productaanbod uit springt:

1. Pop-up Van Baerlestraat, Amsterdam

Carmen West deelt de ruimte met Hemsted Maatkleding, Cluse watches en Real Skin Care. Kortom, een fijn eigentijds warenhuis, met voor elk wat wils. De aankleding is sfeervol ingezet, waarbij de verschillende merken elkaar hebben gevonden in een gezamenlijke pop-up locatie.

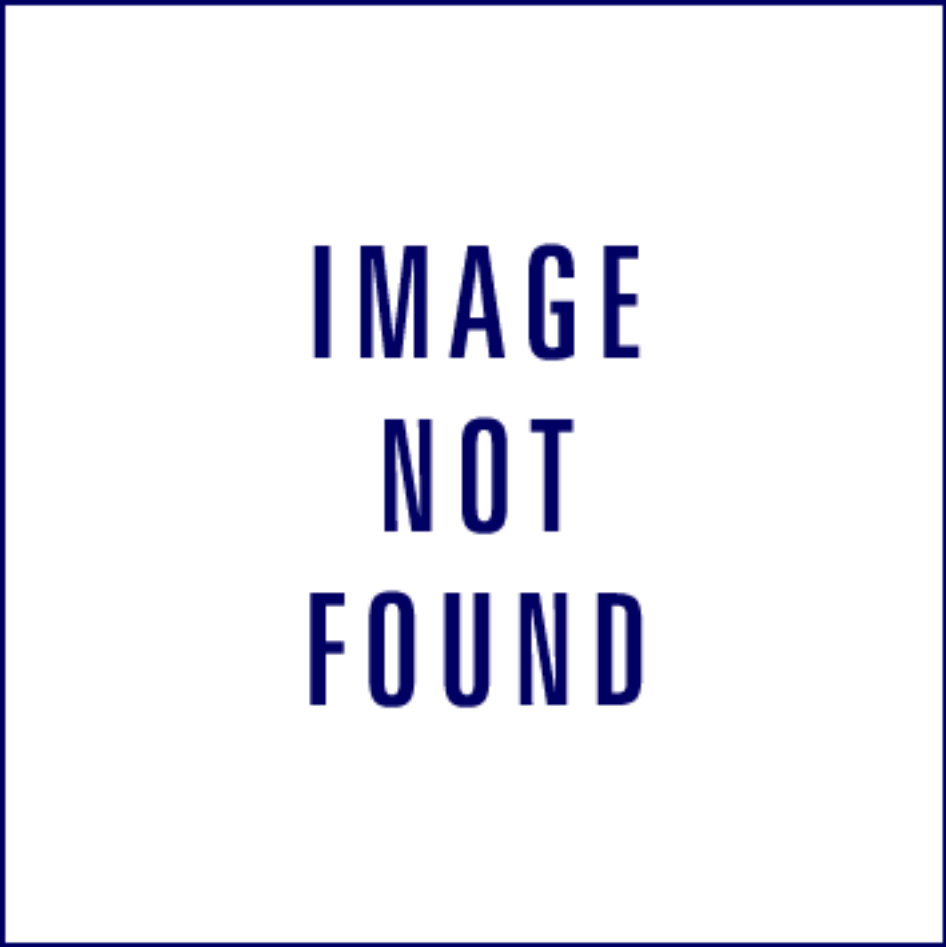


IMAGE
NOT
FOUND

2. Little Wannahaves, Utrecht

Deze pop-up store is gespecialiseerd in accessoires voor kleine kinderen en tieners. Met bijna 2500 volgers op Facebook een mooie gelegenheid om de tijdelijke winkel ook 'echt' te bezoeken. Dat zie je ook aan de enthousiaste reacties die ze krijgen.

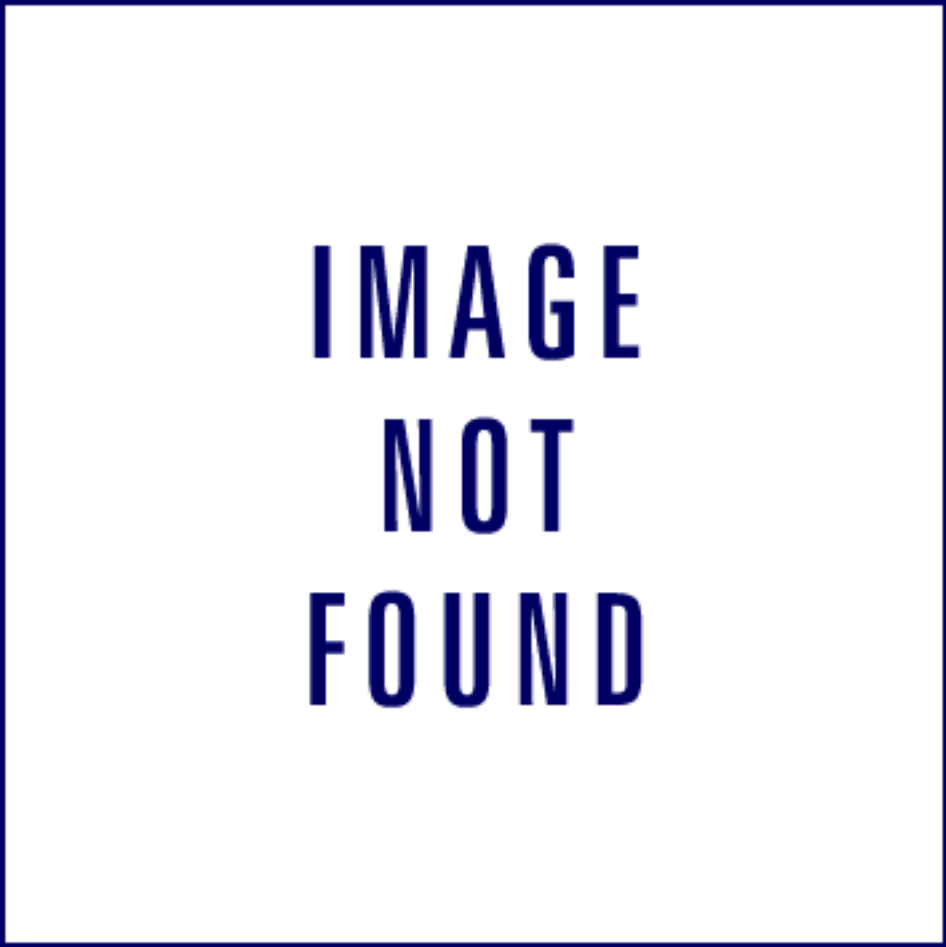


IMAGE
NOT
FOUND

3. Sissy-Boy, Eindhoven

Sissy-Boy organiseert in Eindhoven komend weekeinde een pop-up playground, waar kinderen zich creatief kunnen uitleven: een eigen huis bouwen, timmeren met korting op de kidscollectie. Een pop-up shop in combinatie met brandactivation werkt altijd heel goed. Probeer altijd op meerdere onderdelen de fans/bezoekers te triggeren om te komen, en vaak worden deze locaties ook goed bezocht!

4. MelkSalon, Amsterdam

Nog een mooi voorbeeld, waarbij de pop-up meer als platform en activatie neer wordt gezet: De pop-up MelkSalon (<http://www.demelksalon.nl/>). De MelkSalon brengt consumenten, melkveehouders, zuivelverwerkers, ontwerpers en wetenschappers samen, om de waarde(n) van melk te herontdekken. De MelkSalon is tegelijkertijd een winkel en een melkbar. Wij vinden het een super concept, waarbij je laat zien dat de merk en klantbeleving heel erg door elkaar heen kan lopen.

5. Barts Accessoires, Amsterdam

De nieuwste trend: seizoensgebonden pop-up's: Bijvoorbeeld de winkel van Barts Accessoires: in januari hadden zij een pop-up met alleen maar warme mutsen. Hetzelfde zien we in de zomer met bikini- en zonnebrillenmerken. Het publiek loopt er warm voor!

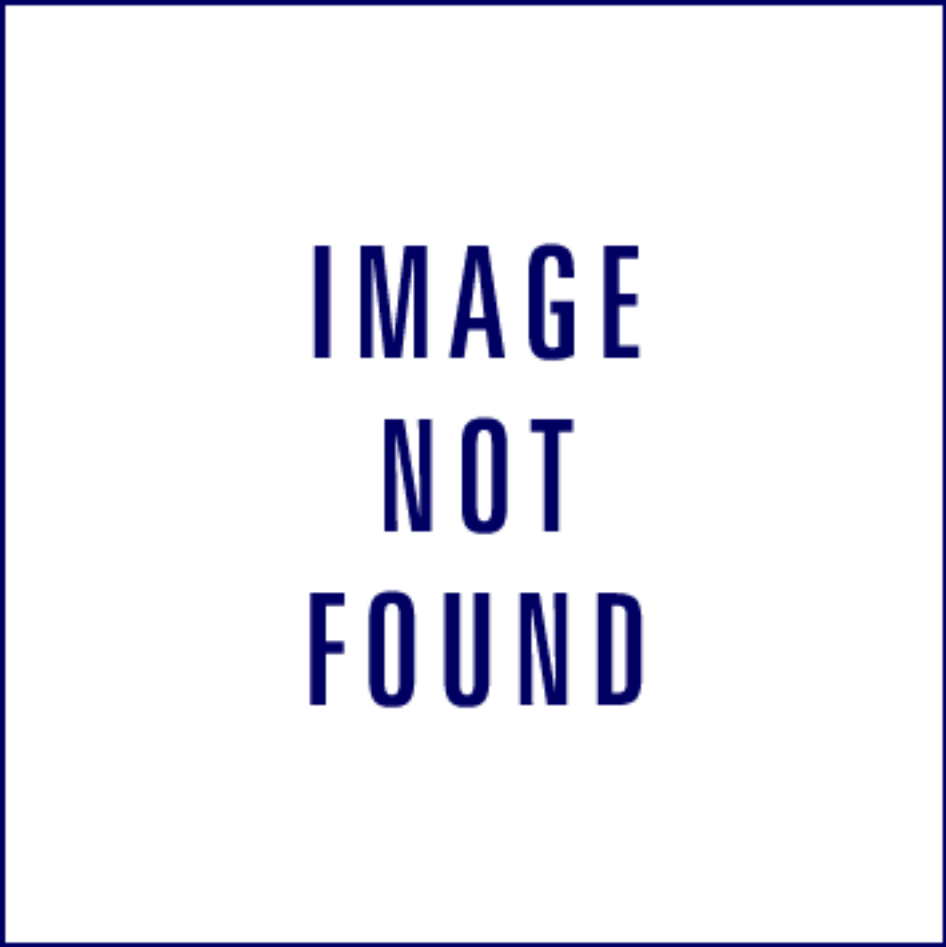


IMAGE
NOT
FOUND

6. Oilily, Amsterdam

Een nieuwe strategie: de vernieuwde dames- en kindercollectie die vooral online wordt verkocht promoten via een pop-up store. Er is voor deze eerste tijdelijke winkel gekozen voor een mooie locatie in de Pijp. Voor Oilily is de Gerard Doustraat op dit moment de perfecte plek: tussen de innovatieve winkelconcepten en vernieuwende merken. Niet tussen de grote ketens in de Kalverstraat.

7. BAUT, Amsterdam

'When time is ticking': terwijl het pand van de oude Citroën-garage bij het Olympisch Stadion wacht op de vergunningen voor de verbouwing wordt het als pop-up restaurant ingezet door BAUT met chefkok-eigenaar Michiel van der Eerde. De locatie van duizend vierkante meter biedt veel ruimte voor kunst, design en muziek. Een mooie manier om de tijdelijke leegstand voor de verbouwing op te vullen. En het publiek is er happig op.

8. Hermès

Het Franse modehuis Hermès lanceert de eerste online pop-up store: de mobiele webwinkel op LaMaisonDescarres.com. In de tijdelijke online winkel staan de zijden sjaals van Hermès silk centraal. Bezoekers kunnen in de e-store door verschillende ruimten navigeren, zoals een schatkamer, salon en keuken.

9. Beach pop-up

Chanel heeft jaarlijks een beach pop-up, en Essentiel heeft een beach pop-up store in Knokke geopend om haar allereerste strandcollectie te promoten. De badstad is het ideale decor voor deze tijdelijke winkel. We krijgen naast de aanvragen voor de Belgische kust ook in Nederland steeds vaker aanvragen voor locaties aan zee.

10. The Wunderkammer, Amsterdam

En gewoon omdat het zo mooi is, is dit een favoriet: [The Wunderkammer](#). Ieder jaar opnieuw een shop-for-a-week in Amsterdam. Interieur inspiration met prachtige bloemen. Ze komen eind mei weer en we zien dat ze met de jaren een vast publiek trekken.

Pop-up is vaak een samenspel tussen het vastgoedaanbod, inspringen op kansen en creatieve mensen die de mogelijkheden zien. Het is nu aan vastgoedondernemers en winkelgebieden de uitdaging om vast te stellen hoe pop-up van meerwaarde kan zijn voor de locatie en de winkelbeleving. Pop-up is maatwerk, maar kan zo leuk zijn!