

Pop-up mall in V&D-pand Maastricht is een testcase

25-05-2016 10:09



Door Rupert Parker Brady
Directeur Retaildenkers

Een spannende mix van design én designers, concepten en innovaties. Dat belooft Temporama, een tijdelijk winkelcentrum dat op 27 mei opent in het voormalige V&D-pand in Maastricht. Eind augustus gaat huisbaas IEF Capital het pand in de Grote Staat grondig verbouwen om het eind dit jaar te kunnen verhuren. De mogelijkheid bestaat dat het V&D-pand - meer dan drieduizend vierkante meter verdeeld over twee verdiepingen - afhankelijk van de vraag in kleinere oppervlaktes wordt gesplitst om meerdere huurders te faciliteren. De kans dat warenhuis Hudson's Bay er in zal trekken, pal naast de Bijenkorf, is klein maar niet uit te sluiten.

Gebrek aan belangstelling is er zeker niet, want Maastricht is ondanks het relatief kleine inwonersaantal van 122 duizend in trek. Jaarlijks bezoeken maar liefst drie miljoen mensen de stad. Cijfers wijzen uit dat bezoekers gemiddeld 84,50 euro besteden. De hoofdmoot daarvan wordt uitgegeven aan winkelen. Toch is de leegstand in de binnenstad van Maastricht de laatste jaren gestegen naar negen procent, en dat is boven het landelijk gemiddelde. De Rekenkamer van Maastricht start binnenkort een onderzoek om de oorzaken te achterhalen.

De leegstand is een buitenkans voor de Belg Christiaan Kastrop, die in het dagelijks leven een creatief bureau runt. Hij is vorig jaar Temporary Lane gestart, een commercieel platform voor fashion- en designlabels. Gevestigde namen, maar ook creatieve starters kunnen tijdelijk hun intrek nemen in leegstaande panden. Variërend van webshops die tijdelijk offline willen gaan tot starters en innovatieve concepten, maar ook gevestigde merken die de kans grijpen een try-out te doen in een andere stad of land.

Belofte

'Temporary Lane is een stedelijke defibrillator om het (tijdelijke) hartfalen in een straat te verhelpen. Niet met één pop-up, wel door een aaneenschakeling van verschillende tijdelijke shops in een leegstaand pand. Het

resultaat is positief en verstrekkend voor zowel stad, bewoners, bezoekers als vastgoedeigenaren.' Tot zover de belofte, nu de resultaten. In december 2015 zijn in de leeggelopen Molenstraat in Genk een maand lang zes van de twaalf leegstaande panden gevuld met dertig pop-ups met verrassende producten en diensten. Bezoekers en gemeentebestuur waren lovend over de kwalitatieve uitstraling. In 2016 krijgt het initiatief een vervolg in Genk, gevolgd door Hasselt en Lommel.

Nu is ook Nederland aan de beurt. Vanaf 27 mei landen veertig merken in het voormalige V&D-pand, gelegen aan de Grote Staat in Maastricht, dat als winkelgebied al jaren in de top vijf staat qua drukte en huurprijzen. Jaarlijks passeren hier duizenden mensen. Het leuke is dat vorige week op de begane grond spelbakkerij De Bisschopsmolen een pop-up bakkerij heeft geopend in het voormalige La Place-restaurant, een begrip voor Maastrichtenaren. Het pop-up restaurant, dat "Van Streek" zal gaan heten, richt zich op de verkoop van producten uit de regio. Van Streek is een samenwerking tussen twee lokale partijen, Lutio en Groetjes uit Maastricht. De bakkerij blijft in ieder geval tot augustus in het pand zijn broden, vlaaien, pizza's en worstenbroodjes bakken. De horeca-uitbaters betalen naar verluidt slechts vijfhonderd euro per maand en duizend euro servicekosten, wat natuurlijk een schijntje is voor de beste vierkante meters.

De resterende vierkante meters zijn een maand lang gereserveerd voor Temporama: een 'unieke Euregionale shoppingmall'. In Maastricht weet iedereen wat er met 'Euregionaal' wordt bedoeld, maar boven de rivieren weten we dat natuurlijk niet. Het verwijst naar de Euregio Maas-Rijn, een internationaal samenwerkingsverband rond de zeshoek Hasselt-Maastricht-Luik-Aken-Heerlen-Eupen, verspreid over drie landen met vier miljoen inwoners. Curator Kastrop en zijn team hebben veertig merken weten te overtuigen om in een fysieke omgeving hun waren en diensten in de Nederlandse markt te testen. Deze pop-up shops zijn natuurlijk geen standaard merken, maar redelijk uniek in hun verschijning en aanbod. Dat maakt de aantrekkingskracht wel groot. Temporama is volgens de creatieve ondernemer een ideale testcase voor Belgische labels die lonken naar de Nederlandse markt. 'De cultuur van Maastricht sluit veel nauwer aan bij België dan de rest van Nederland.'

Huurprijzen

Temporama is nadrukkelijk een tijdelijk initiatief: één maand lang. En uitgerekend in de periode tussen twee bekende evenementen die Maastricht op de kaart zetten: Design Day en Fashion Clash. Met beide evenementen is er een nauwe samenwerking. Ook al is de pop-up shopping mall primair een sales-tempel, ook jonge starters en kleine ondernemingen krijgen hierin een plek. De huurprijzen worden ook afgestemd op de haalbaarheid. Er zijn vaste vierkantemeterprijzen voor de grotere spelers en de breedste schouders dragen ook iets meer de lasten. Het enige waar altijd rekening mee moet worden gehouden is een omzethuur. De komende vier weken verhuurt de vastgoedeigenaar de vierkante meters tegen een omzethuur van acht procent over de gerealiseerde omzet met een minimum van negenduizend euro. Christiaan Kastrop is als hoofdhuurder verplicht een correcte opgave te verstrekken van de behaalde omzet door de pop-up winkels. IEF Capital wil in ruil voor de schappelijke huur alles weten over wat er de komende dertig dagen ter plekke gebeurt qua passanten, bezoekersprofielen, bestedingen, et cetera.

Het is voor de vastgoedeigenaar evengoed een experiment, dus meten is weten. Petje af voor de lef om dit te doen. Hopelijk letten andere vastgoedeigenaren goed op, en dat geldt ook voor gemeenten. Er staan zoveel mooie panden in Nederlandse steden leeg, daar moet in de sfeer van tijdelijkheid actiever gezocht worden naar creatieve oplossingen.

Uit het onderzoek, dat Q&A vorig jaar voor het congres Start Pop-Up Now 2015 heeft uitgevoerd onder Nederlandse consumenten, blijkt ook dat er serieuze vraag is naar tijdelijke concepten die verrassen omdat ze bijzonder anders zijn. Ik verwacht dat Temporama een doorslaand succes zal zijn. Wie volgt?

Gespreksleider van het debat 'De toekomst van winkelen' op 31 mei van 20.00 – 22.00 uur in Temporama met experts en deskundigen, waaronder Hans Teunissen, Gedeputeerde Provincie Limburg en Paul ten Haaf van Centrummanagement Maastricht. Meer informatie bij [Maastricht LAB](#).