

## Mama, het nieuwe kindje van de voormalig Fame-eigenaar

13-07-2017 11:42



Arthur ter Braak nam vorig jaar afscheid van 'zijn' Fame. Liefst veertien jaar was hij bij de iconische platenzaak betrokken. Eerst als directeur en na het faillissement van moederbedrijf Free Record Shop zelfs als mede-eigenaar. Ook na een tweede doorstart onder Media Markt in Amsterdam bleef hij het gezicht van Fame. Toen bleek dat Media Markt niet van plan was om Fame uit te breiden naar andere filialen, vond Ter Braak het tijd om te vertrekken. "Ook omdat ik weer graag zelfstandig ondernemer wilde worden, zoals ik ook onder Hans Breukhoven was in 2002."

Ter Braak nam na zijn vertrek bij Fame in de zomer van vorig jaar de tijd om te speuren naar een gat in de winkelmarkt. Die heeft hij gevonden in de babysector. "Wie kinderen heeft zal het gevoel ongetwijfeld herkennen. Als ze eenmaal vijf jaar zijn staat je zolder tjokvol met babyspullen. Ik heb het zelf ook meegemaakt. Mijn nichtje kwam ze met een aanhangwagen ophalen. Toen ze weer vertrok dacht ik toch even: 'Daar rijdt achtduizend euro de straat uit'."

Hij had er ook voor kunnen kiezen om de babyspullen via Marktplaats te verkopen. "Maar daar ben ik het type niet voor. Ik wil niet vijftig keer een advertentie plaatsen, vijftig keer onderhandelen en vijftig verschillende mensen aan de deur krijgen." Ter Braak is ervan overtuigd dat hij daarin niet alleen staat. Onder de naam Mama werkt hij nu aan een alternatief. Via de website Mamaruimtop.nl kunnen ouders hun inboedel aanmelden, waarna Mama de gebruikte baby- en peuterspullen komt ophalen. De spullen worden vervolgens in een 'hippe winkel' verkocht en de ouders krijgen veertig procent van de omzet. Volgens Ter Braak 'een eerlijke

prijs, zonder het gedoe van los verkopen op internet’.

### **Kringloop**

Mama is inmiddels druk bezig de winkel vol te krijgen. Ouders die voor meer dan duizend euro (nieuwwaarde) aan kinderwagens en luiertassen opgeven via een formulier, kunnen een bezoek van Ter Braak verwachten. “Voor alleen een fleswarmer van vijftien euro komen we niet. Misschien dat we daar op een later stadium een oplossing voor vinden. Inleveren in de winkel kan natuurlijk altijd.”

Voordat de spullen in de winkel worden gepresenteerd worden ze gereinigd en indien nodig gerestaureerd. Mama wordt geen kringloopwinkel, benadrukt de oprichter. “Daar staan we ver vanaf. Het wordt een hippe winkel van ruim zevenhonderd vierkante meter, waar ieder weekends iets te beleven is. Dat deden we bij Fame al jaren voordat het een hot item in de retail werd en dat gaan we nu weer doen. Denk bijvoorbeeld aan een demonstratie van zwangerschapsyoga of een lezing van een verloskundige in Mama’s café. Mensen moeten echt een reden hebben om de winkel te bezoeken.” Bovendien wil Ter Braak een winkel creëren waarbij klanten niet het gevoel krijgen ‘goedkoop’ te zijn, omdat ze tweedehands producten kopen. “Nee, ze moeten juist het gevoel krijgen dat ze milieubewust bezig zijn.”



*Het logo van het nieuwe concept Mama.*

Duurzaamheid is een belangrijk thema voor Ter Braak. “Dat is de afgelopen jaren echt een ding geworden. Daar kunnen en willen we niet omheen.” Het concept op zichzelf is al duurzaam te noemen, doordat de baby- en peuterspullen volgens hem nu minder snel op de vuilnisbelt belanden. Daarnaast schenkt Mama alles wat niet voor verkoop in de winkel geschikt is na reiniging en restauratie aan een goed doel voor minder bedeelde (aanstaande) moeders in de regio.

### **Uitrollen**

De eerste winkel van Mama komt in Spijkenisse. Ter Braak mikt daarbij op consumenten uit de wijde omgeving. “Wie in de regio Rijnmond een baby krijgt kan nu kiezen uit Prénatal of de winkels van Babydump in Spijkenisse of Capelle aan den IJssel. Daartussen zit niets. Ik kies er nu voor om in de buurt van Babydump in Spijkenisse te beginnen.”

De opening staat gepland voor medio augustus. De exacte datum hangt af van hoe snel het nieuwe concept over voldoende voorraad beschikt om de winkel te vullen. Een webwinkel komt er niet, stelt Ter Braak. “Wel laten we online zien wat er allemaal in de winkel te koop is. We willen dat vaders en moeders naar de winkel komen, zodat ze samen met opa en oma met misschien wel een volledige uitzet de deur uitlopen.”

Ter Braak trekt een aantal jaar uit om ervoor te zorgen dat het concept staat en de kinderziektes eruit zijn. Zijn ambities reiken echter verder dan Spijkenisse. “Ik zie voor me dat we Mama op termijn in bijvoorbeeld vijf

grote steden openen. Als je een concept eenmaal hebt uitgevonden, wil je het uitrollen ook.”

Nick Möller