

Storefront staat aan de basis van wereldwijde digitale retail revolutie

04-04-2017 10:25

Pop-up winkels met tijdelijke huurcontracten zijn inmiddels een vertrouwd fenomeen. Wie hierop knap inspeelt is [Storefront](#), ook wel de Airbnb van de retail genoemd. In dit artikel leest u hoe Storefront de retailsector met de vastgoedwereld weet te verbinden. Een artikel van Jort Duijcker, director Netherlands van Storefront.

De economische crisis van 2008 leidde tot een terugval van de wereldwijde fysieke retailmarkt. In combinatie met de sterke groei van e-commerce, webwinkels en de digitale consument heeft dit gezorgd voor een verschuiving binnen een deel van het retaillandschap van langlopende huurcontracten naar tijdelijke pop-up winkels.

Momenteel wordt de waarde van de wereldwijde markt voor tijdelijke verhuur geschat op zo'n €21 miljard. Een bedrijf dat vanaf het begin een leidende rol speelt in deze ontwikkeling is Storefront, een digitaal platform voor kortlopende huur en verhuur van retail ruimte.

Eerste marktplaats voor pop-up winkels

Beter bekend als '[the Airbnb of retail](#)' en '[the face of the sharing economy](#)' is Storefront de eerste internationale marktplaats voor pop-up winkels. Het online platform biedt wereldwijd meer dan 10 000 ruimtes aan, van Los Angeles, San Francisco en New York, tot Hong Kong, Londen, Parijs, en Amsterdam.

Doelstelling van het bedrijf is om deze wereldwijde groei de komende jaren verder door te zetten. Een netwerk van meer dan 80.000 merken en retailers heeft inmiddels al gebruik gemaakt van Storefront voor het vinden van tijdelijke pop-up ruimte. Het vinden en boeken van tijdelijke ruimte wordt volgens Storefront hiermee even gemakkelijk als het boeken van een hotelkamer.

Zoals bij veel van de nieuwe technologiebedrijven is Storefront ontstaan uit een persoonlijke noodzaak van de oprichters. Een aantal jaar geleden, middenin de financiële crisis, was Storefront's CEO en medeoprichter Mohammed Haouache in New York om een vriend te helpen met het openen van een kunstgalerie. '

Impasse

Het lukte hem toen niet om een tijdelijke ruimte te vinden tegen een redelijke prijs. Ondanks een overvloed aan leegstaande winkelpanden en talloze innovatieve merken die bereid waren om de onbezette ruimtes te vullen met pop-up initiatieven en evenementen, was er sprake van een impasse. Gefascineerd door de deeleconomie, gecreëerd door pioniers als Airbnb, besloot Haouache een website te ontwikkelen die retailers verbindt met merken voor tijdelijke verhuur. Zo begon Storefront's rol in de retail-revolutie.

In een paar jaar tijd heeft Storefront grote merken als Nike, Hermès, L'Oreal, Samsung, PlayStation, Kanye West en duizenden anderen aan tijdelijke winkels over de hele wereld geholpen. In 2017 is de pop-up inmiddels een vertrouwd fenomeen en geldt het niet langer alleen als het speelterrein voor onafhankelijke merken of als guerrilla marketing. Ooit gezien als een bedreiging voor de traditionele winkelverhuur, hebben de pop-up winkels zich bewezen een uitstekende combinatie te zijn tussen online commercie, optimaal gebruik van vastgoed en vastgoedeigenaren. Storefront laat de retail- en vastgoedsector op een goede manier op elkaar aansluiten.

Het platform heeft de retailindustrie vernieuwd door deze tijdelijke ruimtes breed toegankelijk te maken en

tegelijkertijd het boekingsproces te versnellen. De directeur van Storefront Asia, Benoît Clement-Bollee, vertelt ons dat dat het hiervoor vrijwel onmogelijk was voor merken om in contact te komen met pandeigenaren en op die manier pop-up winkels te vinden: "It was a nightmare. It took six to eight months just to find a space and agree on terms. Even when you wanted to rent it for a short-term project, it didn't make sense."

Gebruikersvriendelijk

Daarnaast vergemakkelijkt Storefront het boeking-proces van begin tot eind dankzij hun gebruiksvriendelijke Airbnb-achtige interface en biedt het complementaire juridische documentatie, beschermde transacties en een gratis aansprakelijkheidsverzekering voor de klanten die via het platform een ruimte boeken. Pandeigenaren kunnen bovendien geheel gratis hun ruimte(s) op de site beschikbaar stellen.

Onroerend goed is van oudsher een lokaal gebonden industrie waarbij de kennis beperkt is tot regionale makelaarskantoren, met alle logische beperkingen die hier met zich meebrengen. Storefront helpt hier door lokale kennis in één globale marktplaats te verzamelen.

In het kielzog van de recessie won het tijdelijk huurcontract aan populariteit als een manier om zowel de cashflow als inkomsten van leegstaande objecten te verbeteren. Inmiddels is deze situatie sterk veranderd en met de alom aanwezige aanwezigheid van pop-up shops vandaag de dag, gelden de kortlopende huurcontracten in het huidige veel flexibelere retaillandschap als een belangrijke huurvorm die steeds meer een gevestigd onderdeel vormt op de bestaande verdienmodellen. In plaats van een noodzakelijke opvulling van leegstand heeft de mate waarop leidende merken gebruikmaken van een pop-up strategie, de interesse gewekt van zowel eigenaren als makelaars.

De 'loop' vergroten

Niet alleen pandeigenaren profiteren van het vullen van leegstaande ruimtes, maar de veranderende invulling van de panden blijkt ook een goede manier om de 'loop' naar het pand en het omliggende winkelgebied te vergroten. Daarnaast zijn er veel merken die een pop-up winkel lanceren om hun product in een bepaalde omgeving te testen en, mits succesvol, vaak een permanent huurcontract willen afsluiten voor de testlocatie.

Bedrijven als Hutspot, Ace and Tate en Things I Like Things I Love gingen hierin al voor in Amsterdam. Naast extra inkomsten maakt tijdelijke verhuur leegstaande panden op deze manier de ruimtes eveneens aantrekkelijker voor kopers en lange termijnhuurders.

Haouache ziet de rol van Storefront als drijfveer van deze beweging positief in: "We want to free creativity, we want to empower anyone to be able to rise up and become the next Louis Vuitton or Amazon."

Kijkend naar de groeiverwachtingen van tijdelijke verhuur en de permanente verschuivingen binnen retail is het duidelijk dat de markt ook de komende jaren gunstig zal blijven voor partijen als Storefront en hun partners.

Jort Duijnker is Director Netherlands van [Storefront](#)

Voor meer informatie over Storefront en eventuele samenwerkingsmogelijkheden kan rechtstreeks contact worden opgenomen met Storefront Nederland via contactnl@thestorefront.com o.v.v. 'VJ Tech'.