

Storefront: 'We hebben Google onlangs geholpen aan een ruimte op de Prinsengracht'

25-01-2018 10:10

Technologie, innovatie en digitalisering is in de bouw- en vastgoedsector aan de orde van de dag. PropTech biedt enorme kansen voor organisaties om nieuwe business te creëren. [Holland ConTech & PropTech](#) interviewt startup en scale-up leden speciaal voor Vastgoedjournaal. Deze keer aan het woord: Tom van der Vossen, Business Development Manager van Storefront.

1) Stel je zelf eens voor?

"Mijn naam is Tom van der Vossen, Business Development Manager bij Storefront in Amsterdam. Wij zijn 's werelds grootste marktplaats voor het huren en verhuren van retail- en evenementenlocaties. Onze focus ligt op de korte termijn verhuur. Sinds onze start in 2013 zijn we inmiddels uitgegroeid tot een scale-up met 8 kantoren verdeeld over 3 continenten."

2) Welk probleem lost jouw product of dienst op?

"Wij maken fysieke retail toegankelijk voor iedereen. Of je nu een beginnende ondernemer bent die zijn product wilt testen binnen een nieuwe markt, of een grote onderneming die een ruimte zoekt voor een marketingstunt; wij kunnen je helpen. Daarnaast zijn wij dé oplossing voor leegstaande objecten."

3) Hoe is het idee ontstaan?

"Onze CEO hielp een vriend die een galerieruimte zocht in New York. Hij verbaasde zich over de obstakels die zich voordeden bij het zoeken naar een ruimte die beschikbaar is voor de korte termijn. Zelfs de ruimtes die al enige tijd leeg stonden waren enkel beschikbaar voor de lange termijn, terwijl de wens binnen de retailwereld juist flexibiliteit en dynamiek is. Zo ontstond een online platform waar vraag en aanbod bij elkaar komen."

4) Van welke technologie maak je gebruik en wat is je businessmodel?

"Via ons online platform kan een pandeigenaar een ruimte geheel gratis aanbieden. Hij of zij bepaalt zelf de beschikbare periode, type huurder, en de prijs. Aan de andere kant van het model staat de klant. Hij of zij kan een ruimte kiezen via het platform, of onze conciërges assisteren hen bij de zoektocht. Wij blijven bemiddelaar tussen beiden partijen om het samenwerkingsproces soepel te laten verlopen en vooral om beiden partijen volledig te ontzorgen."

Wij regelen alles omtrent verzekeringen, contracten en kunnen de bezichtigingen doen. Ook kan de verhuurder gratis gebruik maken van de diensten van onze professionele fotograaf. Daarnaast hanteren wij een no-cure-no-pay model. Er wordt niks in rekening gebracht tot de droomlocatie gevonden is."

5) Wie is je de ideale klant? En met welke bedrijven wil je graag nieuwe business creëren?

"Omdat ons model twee kanten kent zijn wij altijd op zoek naar mensen die (winkel)panden kunnen aanbieden voor de korte termijn (van 1 dag tot 2 jaar)."

Onze ideale huurder is een ondernemer die een concreet plan en budget heeft voor zijn of haar project. Op deze manier kunnen wij het project op de beste manier indienen bij de desbetreffende verhuurder."

6) Wat was de moeilijkste fase tot nu toe en wat heb je daarvan geleerd?

"Het pop-up fenomeen wordt natuurlijk al lange tijd omarmd door het grote publiek. Het lastige was voor ons om pandeigenaren en verhuurders ertoe aan te zetten om hun ruimte hiervoor beschikbaar te stellen. Traditioneel gezien heeft de vastgoedwereld een voorkeur naar lange termijn verhuur. Denk aan 5-jarige

contracten met optie tot verlenging van 5 jaar.

Wat wij merken is dat een groot deel van de markt zich onvoldoende bewust is van de huidige veranderingen binnen de retail. Steeds minder retailers zijn bereid zich te binden aan dit soort contracten en geven de voorkeur voor een flexibele optie. En daarnaast vraagt de consument om een dynamisch en wisselend straatbeeld, dat zich meet aan het enorme online aanbod. De pop-up is een blijvertje. Men ziet in dat verhuur aan 5 verschillende concepten voor een jaar meer op kan leveren dan verhuur aan 1 partij voor 5 jaar."

7) Wat is de volgende belangrijke stap?

"Verder groeien. Momenteel zijn wij bezig met de uitbreiding naar andere grote steden in Nederland, met het oog op een introductie in België."

8) Wie of wat heb je daarvoor nodig?

"Iedereen met een winkelpand. Of je nu als particulier een winkel runt of werkzaam bent bij een groot makelaarskantoor. Daarnaast staan wij ook altijd open voor (grote) merken die wij aan deze ruimtes kunnen koppelen."

9) Waar ben je het meest trots op wat je bereikt hebt?

"We hebben Google onlangs geholpen aan een ruimte op de Prinsengracht voor hun Digitale Werkplaats, dat was een supermooi project. Daarnaast zijn initiatieven als de Kaasletterwinkel van Old Amsterdam en de Nachtwinkel van de HEMA altijd inspirerend. Ook het feit dat we het Londense fietsmerk Brompton al ruim 1,5 jaar aan een winkel middenin de 9 Straatjes in Amsterdam hebben kunnen helpen, is fantastisch. Dit soort internationale projecten danken wij onder andere aan ons globale succes, waarbij onze acht kantoren nauw samenwerken. Maar ook de meer maatschappelijke projecten zoals Oma's Soep geven voldoening."

10) Wat is de reden dat je bent aangesloten bij Holland ConTech & PropTech?

"Na onze nominatie van de JLL 'Green Brick Award' 2017 zijn wij in contact gekomen met Wouter Truffino. Omdat wij relatief nieuw zijn in de vastgoedwereld waren wij erg enthousiast over het concept van Holland ConTech & PropTech. Na de matchmaking meetup van BPD zagen wij hoe mooi het netwerk is dat deze organisatie in relatief korte periode heeft opgebouwd. Wij komen graag in contact met partijen uit de vastgoedwereld en Holland ConTech & PropTech kan ons hierbij helpen."

Wil jij in contact komen met Storefront, ga dan naar www.thestorefront.com? Of neem contact op met Tom van der Vossen (Business Development Manager, 06 211 63 990).

Holland ConTech & PropTech ondersteunt organisaties die met technologie, innovatie en digitale transformatie koploper zijn of willen zijn, zodat er meer winst en nieuwe omzet wordt gecreëerd voor een toekomst vaste business. Meer weten? Bezoek <http://www.contechproptech.nl/>

Rogier Hentenaar