

# HANDBOEK HOW TO OPEN A

POP  
UP  
STORE

“Een geknipt concept voor de high speed-maatschappij is de pop-up store. Deze tijdelijke winkels duiken plotseling op op onverwachte locaties en zijn dan weer verdwenen. Pop-Up of guerrilla stores kenmerken zich door hun exclusieve karakter en trekken met een uitgesproken en extreem ontwerp behalve veel media-aandacht ook de hippe consumenten, die altijd op zoek zijn naar nieuwigheden.

Het fenomeen van de pop-up of guerrilla store is afkomstig uit Londen en New York en biedt ruimte voor creativiteit en duurzame ideeën”

Bron: <http://www.dearchitect.nl/nieuws/2011/06/28/pop-up-stores/pop-up-stores.html>

# Inhoud

---

Why Popusquare.nl?	4
<b>Facts, Figures &amp; Trends</b>	<b>5</b>
Retailtrends	5
Groei leegstaande gebouwen	6
Consumententrends	6
<b>Informatie voor de ondernemer</b>	<b>8</b>
Help!	8
<b>Wat wil de consument?</b>	<b>11</b>
Tips voor de ondernemer om de consument te verleiden, als je een Pop-Up Store opent	11
Inspiratie	11
Duurzame, handgemaakt, zelfontworpen producten of producten met een verhaal	11
7 tips over "How to open a Pop-Up Store?"	13
<b>Stappenplan</b>	<b>21</b>
Bepaal "Wie je bent"	21
Bepaal "Wie is je doelgroep?"	22
Bepaal je doelstelling van je Pop-Up Store	22
Ga op zoek naar locaties die bij bovengenoemde antwoorden passen	22
Bereid je Pop-Up Store voortijdig voor met e-Marketing	22
<b>Informatie voor de eigenaar/manager van leegstaand vastgoed</b>	<b>25</b>
Een Pop-Up Store blaast nieuw leven in leegstaande panden!	25
<b>Operationeel hoofdstuk</b>	<b>29</b>
Vergunningen	29
Verzekeringen	31
Organisatie/management van een Pop-Up Store met meerdere partners /partijen	32
Voorbeeld Gebruiksovereenkomst met pandeigenaar (makelaar)	33
Voorbeeld voorwaarden indien je met andere gebruikers gaat werken en jij bent de Manager	36

De schrijver van dit handboek kan niet aansprakelijk gesteld worden voor enig gevolg voortvloeiende uit de inhoud van dit handboek. Dit handboek is op persoonlijke titel geschreven. Eenieder die de inhoud hiervan gebruikt doet dit op eigen risico en verantwoordelijkheid.

## Why Popusquare.nl?

De afgelopen maanden is Popusquare.nl geïnitieerd (voortvloeiend uit 3isacrowd Pop-Up Warehouses) waarbij gebruik is gemaakt van de specialistische kennis van de drie partners—op het gebied van pop-up stores, vastgoed, sales, branding, retail, vormgeving en technische websitebuilding—maar met name van een hoge dosis enthousiasme, idealisme en passie!

Wij hebben een lange ervaring in het organiseren en ontwikkelen van diverse Pop-Up Stores. Van een *one-day-sale* in een Loods tot en met een 6 maanden lange Pop-Up Store in hartje Amsterdam, van een Pop-Up Gallery in de befaamde Spiegelbuurt tot en met een groot XMAS Pop-Up Warehouse aan de Amsterdam Zuidas. Wij worden geïnspireerd door ondernemers, die meedenken en actie ondernemen in deze tijden van crisis. Gepassioneerde mensen inspireren ons. Wij gebruiken ons onderbuikgevoel als leidraad en kijken met kritische ogen naar de haalbaarheid van wat daar uit voortvloeit. De altijd vurige drang om mensen die mooie dingen maken of doen bij elkaar te brengen zodat zij elkaar en anderen ook weer kunnen inspireren, geven wij graag alle ruimte.

Deze ruimten zoeken wij in al die leegstaande gebouwen die schreeuwen om gebruik.

De verspilling en verloedering van stedelijk gebied die al deze leegstand met zich mee brengt is ons een doorn in het oog. Teloorgang van al deze oorspronkelijke panden vinden we vernietiging van kapitaal, in deze tijden zeker *not done!* Graag denken we met jullie allen inclusief gemeentes na over invulling in de transitieperiode naar nieuwe (tijdelijke) bestemmingen.

Iedereen die meedoet draagt een beetje bij aan leegstandoplossingen. Op kleine en op grote schaal.

Wij willen nadrukkelijk vermelden dat pop-up stores niet de waarheid zijn of de oplossing. Het kan een middel—een kans zijn—om aan de ene kant een ondernemer “op de kaart te zetten” en aan de andere kant het leegstaande pand weer even in een positief daglicht te plaatsen.

Wij hopen op veel ambassadeurs en veel positieve “matches”. Dank voor het meedoen en je steun!

*Jeroen Bosma, De Heren Van*

*René van Dijk, Pixlbar*

*Donja Hehenkamp-Tuinier, 3isacrowd*

*Caroline de Jager, 3isacrowd*



## Facts, Figures & Trends

### Retailtrends

Volgens [Trendwatching.com](http://Trendwatching.com) worden steeds meer tijdelijke retail evenementen georganiseerd over de hele wereld onder het mom van *Pop-Up Retail*.

- Guerrilla stores van **Comme de Garçons** in Los Angeles, Glasgow en Berlijn
- **Diverse Pop-Up Stores** in New York
- **Vacant clubs** in New York, London, Tokyo, Shanghai, Parijs, Berlijn, Stockholm en Los Angeles
- **Fashion Bus** in Londen
- **Ebay Showhouse** in New York
- **Mobile Merchandise** in Brazilië

Deze tijd (van crisis) kenmerkt zich door een explosieve groei van startende zelfstandig ondernemers. Het aantal webshop ondernemers groeit nog steeds. Deze webshopondernemers zijn veelal op zoek naar tijdelijke fysieke mogelijkheden om hun producten te laten zien en in direct contact te komen met de klant. Veelal organiseren ze nu zogenaamde *homesales* of huren een kraam op een markt of *fair*.

**1/4** Nederlandse bevolking  
boven 18 behoort tot de  
**cultureel  
creatieven**

## Consumententrends

Het steeds groter worden van de groep cultureel creatieven (<http://tinyurl.com/6a3393f>) afkomstig van het Amerikaanse fenomeen *cultural creatives*. Het belangrijkste kenmerk van deze groep is dat ze leven naar hun waarden. Onderzoek van Marketresponse (2004-2006) maakt duidelijk dat een kwart van de Nederlandse bevolking boven de 18 jaar tot deze doelgroep behoort.

## Groei leegstaande gebouwen

Het aantal vierkante meters leegstaande gebouwen wordt steeds groter. Met name verouderde panden op onaantrekkelijke locaties staan leeg. De laatste jaren is er een groei ontstaan in leegstand van winkelpanden. Het leegstandcijfer groeit nog steeds en staat nu op 6% van alle winkelpanden.

Leegstand van winkelruimte is ongewenst: schaarse ruimte wordt zo niet optimaal gebruikt, het kan onveilige situaties opleveren—zowel sociaal als bouwkundig—en het pand of de straat ziet er vaak verloederd uit en heeft een negatieve uitstraling op de omgeving. Ook de “overgebleven” ondernemers of retailers hebben last van leegstand in hun buurt of straat met alle gevolgen van dien.



# MET EEN ORDINAIRE POP-UP STORE KOM JE ER NIET

INFORMATIE VOOR DE ONDERNEMER

## Informatie voor de ondernemer

Je bent ondernemer op het gebied van bijvoorbeeld interieur, design, keramiek, kleding, vintage, sieraden, tassen, betaalbare kunst, outdoor- of kinderproducten, mooie biologische producten of natuurlijk lekker eten en drinken. Je hebt een mooie webshop ontwikkeld en gebouwd. Je verkoopt best aardig of misschien wel heel goed, maar je wilt meer... oog-in-oog met je consument. Dan is een Pop-Up Store echt iets voor jou.

Een Pop-Up Store kenmerkt zich door het vernieuwende concept van flexibiliteit, verrassing, tijdelijkheid en beleving. Het is een uitermate goed middel om jouw webshop en jouw producten in direct contact met de consument te brengen en andersom. Niet alleen ondernemers maar ook kunstenaars, cateraars, wijnhandelaren, nieuwe dienstverleners of charitatieve instellingen kunnen hun plek vinden in een Pop-Up Store.

Popupsquare.nl faciliteert de mogelijkheden om, op een makkelijke en efficiënte wijze, op zoek te gaan naar een voor jou passend leegstaand pand die past binnen jou criteria en activiteit.

### Help!

De organisatie van Popupsquare.nl kan jou daarnaast helpen met het maken van een specifiek plan van aanpak voor het zoeken van een passende locatie, de invulling ervan, het organiseren van evenementen -toegesplitst op de locatie en jouw product-, het inrichten, het opmaken van communicatiemiddelen, het opmaken van een (e-)Marketing & Salesplan, het aanjagen van Social Media, het adviseren op het gebied van de juiste leveranciers, het onderhandelen met de eigenaar en het opmaken van een contract op maat. Voor dit advies kun je bij ons een offerte aanvragen.



# “MET EEN ORDINAIRE POP-UP STORE KOM JE ER NIET”

~ Trendwatcher Henry Mason, trendwatching.com

‘Merken zullen daarom op zoek gaan naar steeds uitzinniger manifestaties, of de aandacht verplaatsen van verkopen en productintroducties naar testwinkels en plekken om met consumenten in gesprek te komen.’

Zo ontdekte het leger van duizenden trendzoekers die werken voor Trendwatching de Liefdesmachine van Britse warenhuisketen Selfridges. Een verkoopapparaat met portefeuilles van het Japanse modemerken Comme des Garçons, Dior-nagellak en leren jurken van Alexander Wang.

Of het rondtrekkende Save the Beach Hotel van biermerk Corona Extra. Dat is niet alleen opgetrokken uit afval, maar ook een waarschuwing tegen de teloorgang van Europese stranden. Bedoeling is minstens een strand per jaar van de vervuiling te redden.

## Ordinair

Met een ordinaire Pop-Up kun je niet meer aankomen, meent Erik Kessels van reclamebureau KesselsKramer. ‘Je struikelt daarover in steden als Londen. Als je nu nog een tijdelijke winkel neerzet, moet die de klant op het verkeerde been zetten, de boel ontregelen.’

Zo bedacht hij voor de Hema een sinterklaasoptocht die op 2 december in Londen plaatsvond, inclusief pepernoten, (witte) pieten en Pop-Up Store. ‘Slaat helemaal nergens op’, zegt Kessels. ‘Niemand in Londen kent de goedheilig man.’

Alhoewel. Met duizenden Nederlanders in de Britse hoofdstad zat de Pop-Up Store toch nog flink vol. Verkoop was echter niet de reden voor de ludieke actie. Noch diende deze om het verkoopproces van de Hema-keten weer vlot te trekken. Het ging het warenhuis om de reuring.

## Vaste winkel

Hema klopte daarvoor aan bij KesselsKramer (KK), nadat een andere retailer deze zomer de Londense galerie annex winkel van het communicatiebureau in was getrokken. Het legendarische Parijse warenhuis Colette zette zijn assortiment een tijdje in de KK Outlet.

Tegelijkertijd waren de producten van het reclamebureau verkrijgbaar in het Parijse warenhuis. De winkelruil was voor Colette een manier om de Britse markt af te tasten. Net als Vegt aan de Haarlemmerdijk wil uitproberen of een vaste winkel haalbaar is.

De Amerikaanse producent Procter & Gamble experimenteert met Pop-Ups als een methode om klanten nieuwe producten uit te laten proberen. Afgelopen oktober trok een winkel op 57th Street in Manhattan veertienduizend bezoekers in de tien dagen dat deze open was.

## Goede ervaringen

De New Yorkse Pop-Up Store had geen kassa's: alles was gratis. Voor niets een Cover Girl make-over of je haren laten wassen met Head & Shoulders. Het waren productdemonstraties en er waren gratis monsters van twaalf merken, aldus Ronald van de Straat van P&G in Rotterdam. Dat trekt ook in New York publiek.

De reus in consumentenartikelen heeft de afgelopen jaren goede ervaringen opgedaan met een soort openbare Pop-Up toiletten op Times Square tijdens de kerstperiode, zegt Van de Straat. Die ‘Enjoy the Go’-wc's werden gesponsord door het toiletpapiermerk Charmin.

Een Pop-Up dient om te experimenteren, om media-aandacht te krijgen en voor extra verkoop in drukke winkelperioden. Toys ‘R’ Us opende dit jaar al zeshonderd Pop-Upspeelgoedwinkels in de vakantieperiode. Vorig jaar waren dat er nog maar negentig.



De toegevoegde waarde voor ondernemers is drieledig:

## A. Betaalbare winkelplek

Deze tijd (van crisis) kenmerkt zich door een explosieve groei van startende zelfstandig ondernemers. De vraag naar fysieke, betaalbare en flexibele werkplekken is daarmee evenredig toegenomen.

Popupsquare.nl faciliteert een platform, waarop eigenaren van leegstaande panden in contact kunnen treden met jou om zo een betaalbare en flexibele plek te vinden.

## B. Zichtbaarheid

Door aanwezig te zijn op een fysieke plek in een winkelstraat word jij en worden je producten sneller zichtbaar voor de consument! Zo versnel je je bekendheid.

## C. Leer je consument kennen

En *last* but zeker *not least*; door fysiek aanwezig te zijn en in direct contact te komen met je consument, leer je de klant kennen. Weten wie je klant is, wat hij koopt en waarom, zijn waardevolle gegevens voor jou, jouw bedrijf en voor je eventuele groei of innovatie.

Wat wil jouw consument nou echt? Dat is wat je wilt en moet weten!

## Wat wil de consument?

Tips voor de ondernemer om de consument te verleiden, als je een Pop-Up Store opent

### BELEVING

Het nieuwe winkelen kenmerkt zich door een onderscheid in:

- boodschappen doen, en
- belevingswinkelen.

Zorg dat je van je Pop-Up Store een Beleving maakt. Verleid de bezoeker/consument met nieuwe producten, diensten en vormen van ontspanning. Ludieke evenementen, passend bij jou producten—bijvoorbeeld een Italiaanse wijnproeverij of kindermiddag of een VIP avond voor je belangrijkste klanten—maken jouw Pop-Up Store tot een nieuwe vorm van stedelijk recreëren of *hotspot*, met aantrekkingskracht, niet alleen voor je vaste klanten maar ook voor nieuwe klanten!

### INSPIRATIE

Consumenten raken geïnspireerd door specialisten en nieuwe creatieve disciplines om zelf hun horizon te verbreden en nieuwe kennis op te doen. Ontmoetingen met mensen met een missie zetten de consument aan het denken en zullen zo sneller en eerder kiezen voor 'anders' dan de *mainstream* producten.

### DUURZAME, HANDGEMAAKT, ZELFONTWORPEN PRODUCTEN OF PRODUCTEN MET EEN VERHAAL

Nederland is (gelukkig) een doelgroep rijker namelijk de cultureel creatieven [?]. Het belangrijkste kenmerk van deze groep is dat ze leven naar hun waarden. Onderzoek van Marketresponse (2004-2006) maakt duidelijk dat een kwart van de Nederlandse bevolking boven de 18 jaar tot deze doelgroep behoort. Ze zullen de komende jaren een belangrijk stempel drukken op de samenleving en het bedrijfsleven. Ze staan kritisch tegenover materialisme en economisch gewin, ze willen graag iets betekenen voor de ander en voelen zich zeer betrokken bij de leefomgeving. Het zijn mensen die bereid zijn een extra stap te zetten, ook financieel, als daarmee een betere wereld dichterbij komt. Deze doelgroep is op zoek naar andere winkels en andere producten. Met een Pop-Up Store kun je deze doelgroep makkelijker en directer bereiken.

**7 tips over  
How to Open  
A Pop-Up  
Store?"**


1  
2  
3  
4  
5  
6  
7

## 7 tips over “How to open a Pop-Up Store?”

Maak gebruik van dezelfde passie als waarmee je jouw product ontwerpt, inkoopt of maakt. Breng in de Pop-Up Store een hoge dosis enthousiasme, idealisme en passie en je winkel wordt sowieso een aangename plek voor de consument.

Tip 1 is dan ook: Ga zelf je winkel runnen! Jij Bent het product, kent jouw product en dit is jouw manier om jouw consument direct te leren kennen en andersom. Ook leer je van verkopen, welk product beter loopt dan het andere en waarom.

**#1** Zelf je  
winkel  
runnen!



Tip 2 hangt aan tip 1 vast: Wees je bewust van de tijdrovende klus die je gaat uitvoeren. Winkelier zijn is een serieuze zaak, een vak. Je winkel moet bemand zijn, ingericht zijn, schoon zijn en je moet ook nog producten verkopen. Een halve winkel is geen winkel, doe het goed of doe het niet!

CHECK  
CHECK  
EN NOG  
EENS  
CHECK

**#2**



Er zijn allerlei operationele zaken waar je aan moet denken, zoals schoonmaak, kassasysteem, pinautomaten inpakmateriaal, inrichting en diefstal. Tip 3 is: wees je bewust van de kosten van deze operationele zaken. Naast de gebruiksfee die je betaalt aan de eigenaar zijn ook dit kosten die je moet incalculeren. Zet die kosten op een rijtje en probeer het te budgetteren. Hoe lager de kosten hoe beter, want je winkel is tenslotte tijdelijk en grote investeringen in kassa-systemen en inrichtingen zijn dan ook niet noodzakelijk.

Wel belangrijk om te beseffen is: een Pop-Up Store is uiteindelijk een middel om jezelf, jouw producten en jouw (eventuele) webshop bekend(er) te maken. Je kunt het dus een marketingmiddel noemen. De operationele kosten van een Pop-Up Store moet je dan ook kunnen betalen uit je marketingbudget.

 **Kosten  
# bewust**

Een aantal operationele zaken op een rijtje:

✓ **Kassa en pinautomaat:** Er zijn verschillende aanbieders die tijdelijke pinautomaten en kassasystemen leveren, echter de kosten zijn hier hoog van. Wel is de ervaring dat een pinautomaat het aankoopgedrag van de consument in positieve zin beïnvloedt. Zeker als het gaat om luxe artikelen, zal de consument minder snel aankopen met contant geld dan met een pinautomaat! Het loont dus wel!

✓ **Inrichting en inpakmateriaal:** Met een beetje fantasie kun je vrij makkelijk en goedkoop inrichtingsmateriaal aanschaffen. Let wel: het moet natuurlijk wel bij jouw producten passen! De uitstraling van een Pop-Up Store is natuurlijk wel die van tijdelijk of reizend en dat mag best naar voren komen in een winkel. Indien je inrichtingsadvies wil, kunnen wij die ook voor je leveren.

✓ **Diefstal / verzekering:** Je verzekeren voor diefstal en andere zaken is zeer omslachtig en een dure bezigheid. Aangezien de winkelruimte tijdelijk is, zullen veel verzekeringsmaatschappijen niet gemakkelijk een inboedel of diefstal verzekering afsluiten met je. Mits je zeer exclusieve en dure producten hebt, kun je beter je dit risico incalculeren, dat kost waarschijnlijk minder. Wel is het aan te raden een bedrijfsaansprakelijkheidverzekering af te sluiten. Het is namelijk zo, dat je aansprakelijk bent voor datgene wat er gebeurt in jouw winkel. Indien iemand daar over iets struikelt kun jij aansprakelijk gesteld worden.

# #4

**Zorg dat je goede afspraken met de eigenaar maakt.** De meeste zaken zijn geregeld in het voorbeeld contract wat je kunt downloaden, maar misschien willen jullie afwijkende of aanvullende zaken afspreken. Weet ook wat je afspreekt! Indien je nader (juridisch) advies wilt kunnen wij dat ook leveren. Bedenk ook dat je de afspraken goed nakomt. Een goede naam komt je altijd en overal ten goede in het vervolgtraject van je onderneming en wellicht kun je zo langer of vaker in betreffend leegstaand pand terecht.

# Duidelijke + Heldere Afspraken



# #5

## WEET WAAR JE DE POP- UP STORE GAAT BEGINNEN

Ken je de omgeving?  
Wat is het voor straat?  
Wat voor mensen komen er?  
Pas jij er met je winkel wel tussen?  
Wie zijn je burens? Niet voor niets roepen ze in  
vastgoed-wereld altijd: Locatie, locatie, locatie. De  
locatie is dus belangrijker dan de ruimte zelf!



Het is prettig als je kunt meeliften met de  
passanten en klanten van de winkels om je heen  
en als die er niet zijn, besef je dat dan!  
Dan zul je zelf de klanten naar je toe moeten  
trekken en dat is niet makkelijk!



## Realistische targets

# #6

### **Stel jezelf realistische doelen.**

Wat is de doelstelling van de Pop-Up Store?

Wil je zoveel mogelijk verkopen?

Wil je bekendheid opbouwen?

Wil je zoveel mogelijk informatie over je  
(toekomstige) klant?

Het bepalen van deze doelstellingen zorgt ervoor dat je niet teleurgesteld wordt, dat je weet wat je prioriteiten zijn en waar je naar toe moet werken.



# Verras!

**Een Pop-Up Store is tijdelijk en dus verrassend.**

Tijdelijkheid is aan de ene kant een kracht maar tevens je zwakte. Je hebt dus geen tijd om een klantenbestand op te bouwen! Zorg dat je vanuit die kracht ervan aan de slag gaat!

Zorg dat mensen weten dat je er "maar even" bent.

**Maak dat aantrekkelijk!**

Zet op de etalage:

"Nog ... dagen open!"

Pop-Up Stores passen het principe van beperkte oplage toe. Dat geeft een gevoel van vergankelijkheid. Een gevoel van speciaal zijn. Het geeft de consument een beter gevoel over het product en zijn aankoop; er zijn immers al zoveel saaie winkels en producten!

*Bron: [Authenticity or What consumer really want](#)  
Gillmore & Pine*

# #7



# 3 ISACROWD

## Pop-Up Store



# Stappenplan

## Bepaal “Wie je bent”

1

Wat is jouw *brand*?

Branding; vrij vertaald is “er een merk van maken”, een manier om onderscheidend vermogen te creëren en dit herkenbaar en consistent te communiceren.

Merken bestaan uit verschillende elementen zoals een naam, symbolen die kunnen worden samengevat in een logo, bepaalde persoonlijkheden die symbool staan voor iets, een kleur, een combinatie van kleuren, vormgeving, presentatie, welke merkwaarden, associaties, communicatiemiddelen, inrichting, etc.

Een merk is een mentaal concept van allerlei betekenis en associatiestructuren (denk aan Nike, Apple, Volvo, etc.) het creëren en communiceren van deze elementen noemen we branding.

Als hulpmiddel kun je deze branding piramide invullen. Door onderaan te beginnen eindig je als het goed is bovenin met het antwoord op (liefst in zo min mogelijk woorden): “Wie ben je? Wat is je *brand*?”

Het is belangrijk om je *brand* te bepalen, om zo te weten of een Pop-Up Store iets voor jou is en bij je past, en zo ja, hoe die er dan uit moet zien. Kijk dan naar de door jou ingevulde **kernwaarden**.

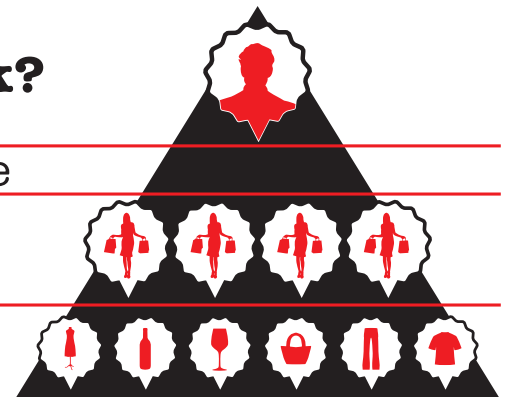
Branding Piramide »

## Wie ben ik?

Kernwaarde

Beleving

Funcities



2

## Bepaal “Wie is je doelgroep? En waar begeeft deze zich?”

Belangrijk om te bepalen, indien je dit niet al hebt gedaan. De doelgroep die je wilt bereiken winkelt op bepaalde plekken. Het is dus belangrijk te weten waar jouw doelgroep zich begeeft, wat hij doet en belangrijk vindt.

3

## Bepaal je doelstelling van je Pop-Up Store

Heel belangrijk ook om dit vast te stellen en te houden. Je gehele communicatie strategie is hierop afgestemd. Wil je zoveel mogelijk *stock* kwijt? Wil je vernieuwend zijn, wil je bekendheid genereren? In de box hiernaast een aantal argumenten om een Pop-Up Store te openen. Bepaal die van jou!

4

## Ga op zoek naar locaties die bij bovengenoemde antwoorden passen

- Stap op je fiets of in de auto en ga rondrijden. Naast je inschrijving op [Popupsquare.nl](http://Popupsquare.nl), moet je ook zelf je zoektocht uitvoeren! Ook om te zien, voelen en beleven, wat er gebeurt op de plekken die jij interessant vindt. Passen deze locaties en de passanten bij jouw *brand*, doelgroep en

doelstelling?

- Noteer nummer makelaar en adres.
- Zoek in het kadaster naar de eigenaar van het pand.
- Maak een presentatie van jouw bedrijf en zorg voor een afspraak met de eigenaar.
- Hoe beter en betrouwbaarder je presentatie, hoe makkelijker je zaken kunt afspreken met de eigenaar.
- Natuurlijk kun je ook ons inschakelen om dit traject uit te voeren voor jou!

## Bereid je Pop-Up Store voortijdig voor met e-Marketing

Efficiënte marketing is noodzakelijk, omdat je te maken hebt met een tijdelijke winkel en dus in zeer korte tijd impact moet hebben.

Denk aan zowel aan on- en offline PR, zoals;

1. Posters, flyers, stickers, plaatselijke krant, etc.
2. Openingsfeest met gerelateerde evenementen en *broadcast* via social media
3. Nieuwsbrief aan bestaande klanten met een killer-aanbieding die alleen in de Pop-Up Store in te wisselen zijn.
4. Doelgroepgerichte social media advertising met een stimulans of beloning voor het delen van deze aanbiedingen met vrienden.

5

# Is a Pop-Up Store Something for You?

There are a variety of reasons Pop-Up shops have been successful. Some top reasons why Pop-Ups work well are listed below.

- 1.** To gain attention for your business. Between the media interest and the interest of everyday consumers passing by your Pop-Up, you are almost certain to gain new customers. This combined with proper PR planning and marketing offer a great avenue for new exposure.
- 2.** To get rid of excess inventory. Online companies often want to clean house without dealing with a massive online sale. A Pop-Up can be a great alternative for them. Likewise, companies looking to simply get rid of inventory – whether new or old – can use Pop-Ups to effectively reach a consumer audience in an exciting outlet. Some smaller companies have even shared a Pop-Up shop to offer more to customers while reducing overall overhead for them.
- 3.** To test new markets. Often businesses are successful in one area and naturally, want to expand to another. Pop-Ups allow for business owners to determine if an area is right for them before investing deeply in real estate contracts, overhead and much more.
- 4.** To try a new business idea. Some Pop-Ups are used simply to test the waters. Whether offering a product or a service, a Pop-Up can allow you to gain customer feedback and really determine if your idea will be successful year round.
- 5.** To make money and to save money. Money is always an issue. While it will cost money to open a Pop-Up, it could save you money long term. Traditional expenses include insurance, rent, merchandising fixtures, inventory, and staffing.

Bron: <http://retailminded.com/pop-up-shop/>





#### **« Inrichting en inpakmateriaal**

Met een beetje fantasie kun je vrij makkelijk en goedkoop inrichtingsmateriaal aanschaffen. Let wel: het moet natuurlijk wel bij jouw producten passen!

De uitstraling van een Pop-Up Store is natuurlijk wel die van tijdelijk of reizend en dat mag best naar voren komen in een winkel. Indien je inrichtingsadvies wil, kunnen wij die ook voor je leveren.

*Bron: Ervaring 3isacrowd Popwarehouse*

<http://www.3isacrowd.nl>



# Informatie voor de eigenaar/manager van leegstaand vastgoed

Een Pop-Up Store blaast nieuw leven in leegstaande panden!

Een Pop-Up Store heeft als doel een fysieke plek te zijn voor, over het algemeen, (startende) creatieve en culturele ondernemers op het gebied van lifestyle (food, fashion, design, interior, art, beauty) met eerlijke, oprechte en authentieke producten/diensten. Dit podium kan zijn plek vinden in tijdelijk leegstaande gebouwen, waar een Pop-Up Store dan een creatieve invulling aan geeft.

[Popupsquare.nl](http://Popupsquare.nl) faciliteert allerlei vormen van zogenaamde *Pop-Up retail*. Dit is een tijdelijk vorm van retail. Popupsquare.nl is een "dating site" voor Pop-Up-ondernemers en vastgoedeigenaren!

Ondernemers zijn er zichtbaar. Ondernemers die normaal gesproken een online shop hebben willen de kans krijgen om tijdelijk offline hun producten tentoonstellen, maar ook bijvoorbeeld ondernemers die net gestart zijn en (nog) niet een winkel willen openen kunnen zich aansluiten.

Door de link te leggen tussen deze ondernemers en leegstaande panden ontstaat een nieuw leven!

Het leegstaande pand wordt in een nieuw daglicht gezet, waardoor het weer bekend raakt en men er toe wordt aangetrokken. Het levert met een bijdrage aan en maatschappelijk klimaat van de straat of het centrum of zorgt voor invulling in de transitieperiode naar de uiteindelijke bestemming van het pand.

Voor de eigenaar/makelaar/beheerder/ontwikkelaar brengt het de mogelijkheid het pand te vullen met aantrekkelijke bedrijven, initiatieven en evenementen die het pand aantrekkelijk maken voor nieuwe investeerders en/of huurders.

**Wij leveren op deze wijze een bijdrage aan het cultureel en maatschappelijk klimaat van de stad en zorgt voor invulling in de transitieperiode naar de uiteindelijke bestemming van een gebouw.**



De toegevoegde waarde voor vastgoed eigenaren kan driedelig zijn:

## A. Free publicity

Een (reeds lang) leegstaand gebouw of pand wordt in een nieuw daglicht gezet, waardoor het weer op de kaart wordt gezet. (De leegstand van kantoren is in het afgelopen jaar explosief vermeerderd naar 20%!) POPUPSQUARE.nl brengt de mogelijkheid het gebouw te vullen met aantrekkelijke bedrijven, initiatieven en evenementen die het weer interessant maakt voor nieuwe gebruikers, huurders of investeerders. Voor de eigenaar is een Pop-Up Store een leuke, hippe of levendige invulling en levert de benodigde 'buzz without the fuzz'.

## B. Omzet

Leegstaande panden kosten de eigenaar geld. (Indien de eigenaar met een antikraak instelling werkt, wordt de eigenaar vaak geconfronteerd met hoge energiekosten). Een Pop-Up Store biedt de eigenaar een Gebruiksfee aan.

## C. Invulling op weg naar uiteindelijke bestemming

De gebouweigenaar heeft over het algemeen een uiteindelijke bestemming van het pand in het vizier (vaak passend binnen de bestemming van het omliggende gebied). Een Pop-Up Store kan de weg alvast bewandelen naar het nieuwe concept door het neerzetten van passende concepten en evenementen. Een Pop-Up Store maakt zodoende de weg vrij voor toekomstige huurders en gebruikers; het pand wordt op deze wijze aantrekkelijk gemaakt voor de nieuwe gebruikers.



# Why Pop-Ups pop up everywhere?

**Temporary shops and restaurants were once a way for artists to subvert empty urban spaces. Now, they're just as likely to be part of a corporate marketing strategy.**

For landlords whose properties have been empty for a while, these events are a great way to promote their building, bring people flooding back in, and perhaps get some free maintenance and decorating work done too. Thompson says he's never "paid anything more than a peppercorn rent – we cover business rates, we cover insurance, and in every shop we've been to we've left it in a better condition than we found it. We'll give it a lick of paint, a clean and tidy. We took a shop in Shoreham-by-Sea, initially for six months, but now for another six, and a place that had been derelict for 10 years has been completely refurbished – which has led to two other derelict shops nearby coming back into use as well."

Where artists go, corporations follow. And so does gentrification, as areas blossom, flourish and improve – and rents subsequently head skywards. Perhaps now, at a time of deep economic anxiety and trouble, we should just enjoy the most exciting of the Pop-Ups, those that bring life to depressed corners, flowers to abandoned skips, the flicker of film to the hollow beneath an underpass. There is something slightly sinister about the marketing guile – and rampant consumerism – behind some of these projects, but many are straightforwardly brilliant, and there seems no shortage of people happy to get involved. "Every time I walk past an empty shop or building," says Denny, "I think: I've got to do something in there, I just have to! If I had time, every empty space that was remotely intriguing would be filled."

*Bron: <http://www.guardian.co.uk/lifeandstyle/2010/oct/12/pop-up-temporary-shops-restaurants>*





**KNOCK KNOCK...**  
**Who's there?**

# Operationeel hoofdstuk

## Vergunningen

Indien je een Pop-Up Store opent heb je te maken met detailhandel en een winkelpand met retail bestemming.

### Wat is dan nodig?

Als de vestiging voldoet aan het bestemmingsplan (retail bestemming) dan zijn er verschillende soorten 'vergunningen' waar je mee te maken kunt krijgen.

In zeer veel gevallen kan een winkelier **volstaan met het melden van zijn activiteiten** bij het cluster Milieu van de gemeente. Een aparte milieuvergunning is dan niet noodzakelijk. Als er sprake is van bijvoorbeeld opslag van gevaarlijke goederen of er wordt een bepaalde hoeveelheid aan elektrisch vermogen verbruikt, kan het zijn dat een milieuvergunning is vereist.

Indien er sprake is van een ruimte waar **meer dan 50 personen** in aanwezig kunnen zijn, dan is een **gebruiksvergunning noodzakelijk**. Deze vergunning wordt verstrekt door de brandweer en ziet toe op de brandveiligheid in een ruimte. Een gebruiksvergunning kan doorgaans binnen 6 weken worden verleend.

### Gebruiksvergunning

De gebruiksvergunning geeft voorschriften voor het:

- beperken van de kans op brand;
- beperken van de gevolgen van brand;
- vluchten uit een gebouw bij brand.

Deze voorschriften worden vertaald naar bouwkundige tekeningen en als voorwaarden in de vergunning opgenomen. De voorschriften worden op advies van de brandweer bepaald door de gemeente. De verantwoordelijkheid voor het veilig gebruik van een bouwwerk of inrichting ligt bij de gebruiker van het pand. Dit is dus ook degene die de gebruiksvergunning aanvraagt. De gebruiker is de persoon of de organisatie die een gebouw voor een bepaald doel gebruikt of exploiteert. Zowel de eigenaar als de huurder kunnen dus gebruiker zijn.

### Wanneer is een gebruiksvergunning nodig?

Een gebruiksvergunning is nodig als er sprake is van grotere risico's. Bijvoorbeeld als grote groepen mensen een pand gelijktijdig gebruiken, of bij aanwezigheid van gevaarlijke stoffen.

Een gebruiksvergunning is vereist in bouwwerken of inrichtingen waarin:

1. meer dan 50 personen tegelijk aanwezig zullen zijn;

2. bedrijfsmatig gevaarlijke stoffen worden opgeslagen zoals aangegeven in de Regeling Bouwbesluit 2003;
3. aan meer dan 4 personen bedrijfsmatig / vanwege verzorging nachtverblijf wordt gegeven;
4. aan meer dan 10 kinderen jonger dan 12 jaar, of aan meer dan 10 lichamelijk en/of geestelijk gehandicapten dagverblijf zal worden verschaft;
5. aan meer dan 4 personen woonverblijf zal worden verschaft, anders dan een huishouden per woning. Bijvoorbeeld een kamerverhuurbedrijf.

Daarnaast mogen gemeenten aanvullende voorwaarden en eisen stellen, deze kunt u bij de betreffende gemeente kosteloos opvragen.

### **Geldigheid gebruiksvergunning**

De vergunningsplicht geldt voor nieuwbouw, voor bestaande bouw en voor tijdelijke bouwwerken. Soms kan de vergunningsplicht ontstaan bij wijziging van het gebruik. Voor nieuwbouw of bij wijziging van het gebruik van een bestaand pand moet u de vergunning aanvragen vóór de ingebruikname van het pand. Voor bestaande bouwwerken zal de gemeente de eigenaren of huurders van vergunningplichtige gebouwen aanschrijven en bezoeken.

### **Procedure en bezwaar**

Informeer bij de gemeente waar u bent gevestigd of zich gaat vestigen of u in aanmerking komt voor een gebruiksvergunning. De aanvraagformulieren kunt u bij de gemeente opvragen. In de Bouwverordening wordt aangegeven aan welke eisen de aanvraag moet voldoen. De behandeling van de aanvraag duurt 13 weken.

Burgemeester en wethouders kunnen de gebruiksvergunning weigeren of verlenen onder voorwaarden. Bent u het niet eens met het besluit of de voorwaarden, dan kunt u een bezwaarschrift indienen. De brandweer controleert de naleving van de gebruiksvergunning.

### **Winkelopeningstijden**

De Winkeltijdenwet bepaalt dat winkels geopend mogen zijn op maandag tot en met zaterdag tussen 06.00 en 22.00 uur. Winkels in toeristische winkelgebieden mogen elke zondag open zijn. Heb je als winkelier een vraag aan de gemeente? Neem dan contact op met de winkelstraatmanager van je winkelgebied. Hij is op de hoogte van ontwikkelingen binnen het gebied; ondersteunt/adviseert ondernemersverenigingen en onderneemt actie bij langdurige leegstand of inactiviteit van winkelpanden.

### **Winkeluitstalling**

Wil je producten of diensten onder de aandacht brengen met een uitstalling voor je winkel? Dan

heb je daar tegenwoordig geen vergunning meer voor nodig. Je moet je wel houden aan de algemene regels die gelden voor het plaatsen van een uitstalling.

### **Bedrijfsafval en reinigingsrecht**

Wat moet je doen met bedrijfsafval? Dit hangt af van de hoeveelheid en het soort afval. Uitgangspunt van bedrijfsafvalinzameling is dat de vervuiler betaalt. Het reinigingsrecht is een kostendekkende heffing voor het inzamelen en verwerken van bedrijfsafval. De stadsdelen voeren ieder een eigen afvalinzamelingsbeleid.

### **Winkelstraatmanagers**

Heb je als winkelier een vraag aan de gemeente? Neem dan contact op met de winkelstraatmanager van je winkelgebied. Hij is op de hoogte van ontwikkelingen binnen het gebied; ondersteunt/adviseert ondernemersverenigingen en onderneemt actie bij langdurige leegstand of inactiviteit van winkelpanden.

### **Inhoud bestemmingsplan**

In een bestemmingsplan staan de gebruiksmogelijkheden van een bedrijfspand en perceel. Ook staat beschreven wat er in de omgeving van een bedrijf mogelijk kan veranderen.

## **Verzekeringen**

De volgende verzekeringen kun je besluiten af te sluiten (let op weeg je eigen risico af):

### **Voorwerpenverzekering**

Verzekering voor brand, waterschade, diefstal of elke andere schade aan de voorwerpen. Zoals al eerder aangegeven is dit een dure verzekering, maar vergelijk het altijd met de waarde van je spullen!

### **Schadeverzekering Pand**

Een verzekering voor schade aan het pand, brand, waterschade etc. gaat via een aparte WA verzekering. Het is belangrijk dit met de eigenaar te bespreken. Vaak is die verzekering namelijk al afgesloten door de eigenaar.

### **Bedrijfsaansprakelijkheidsverzekering**

Wij adviseren om een bedrijfsaansprakelijkheidsverzekering af te sluiten. Het is namelijk zo, dat je aansprakelijk bent voor datgene wat er gebeurt in jouw winkel. Indien iemand daar over iets struikelt kun jij daarvoor aansprakelijk gesteld worden.

## Organisatie/management van een Pop-Up Store met meerdere partners /partijen

Indien je een Pop-Up Store met meerder ondernemers opent, ga je een winkel neerzetten, waarbij je (jullie) belang hebt bij conceptbewaking. Indien je samen met andere ondernemers besluit een Pop-UpStore te openen, zorg dan dat dit concept is vastgesteld is en dat een ieder het naleeft, door middel van bijvoorbeeld voorwaarden. Deze voorwaarden dienen dan door iedereen ondertekend en nageleefd worden. Doe dat ook echt voorafgaand aan de opening, aangezien je tijdens de exploitatie van je Pop-Up Store echt met allerlei issues te maken krijgt, die je beter van te voren hebt vastgelegd.

Hieronder volgen enkele voorwaarden die je kunt gebruiken:

- **Inrichting:** Aangewezen persoon(en) bepaalt de inrichting en geeft richtlijnen aan de overige ondernemers hoe zij hun waar kunnen tentoonstellen.
- **Management:** 1 partij is aangewezen als Manager en woordvoerder naar de Eigenaar. 1 partij dient namelijk de overeenkomst met de Eigenaar te ondertekenen en is dus verantwoordelijk voor de uitvoering en nakoming van die overeenkomst.
- **Openingstijden:** De winkel is een vastgesteld

aantal werkdagen per week open. Tenminste een van de partners van de Pop-Up Store zal aanwezig zijn in de winkel. Een rooster zal worden opgesteld, zodat niet alle ondernemers tegelijkertijd maar verdeeld aanwezig zijn.

- **Huishoudelijk:** De winkel heeft hoogstwaarschijnlijk geen luxe faciliteiten. Iedere ondernemer is verantwoordelijk voor het schoon en opgeruimd achter laten van de Pop-Up Store.
- **Concept winkel overleg:** overleg is belangrijk en zal 1x per maand plaatsvinden.
- **Calamiteiten:** Er kan altijd iets gebeuren in de winkel, mensen die onder invloed zijn van alcohol, diefstal etc. Meld dat direct aan de Manager.
- **Verzekering:** Iedere ondernemer is verantwoordelijk voor zijn eigen producten. Bij diefstal kan niet een andere partij aangesproken worden voor de schade. Dat zou zoveel verwarring en moeilijkheden opleveren.

Zie hiernaast nog voor verdere voorwaarden, die je kunt hanteren.



## Voorbeeld Gebruiksovereenkomst met pandeigenaar (makelaar)

De ondergetekenden:

1. <\_\_\_\_\_>  
ten deze rechtsgeldig vertegenwoordigd door  
<\_\_\_\_\_>,  
verder te noemen "Eigenaar" of "Beheerder";  
en
2. <\_\_\_\_\_>  
gevestigd te <\_\_\_\_\_>  
ten deze rechtsgeldig vertegenwoordigd door  
<\_\_\_\_\_>  
verder te noemen "Gebruiker";

Eigenaar geeft de bedrijfsruimte op  
<\_\_\_\_\_>,  
oppervlakte ca <\_\_\_\_\_m<sup>2</sup>> in  
<\_\_\_\_\_>, te  
<\_\_\_\_\_>, in gebruik en de  
Gebruiker aanvaardt de bedrijfsruimte met ingang  
van:

Ingangsdatum: <\_\_\_\_\_>

Eigenaar en Gebruiker nemen in aanmerking:

- dat Eigenaar of Beheerder de bedrijfsruimte in eigendom danwel rechtsgeldig in beheer heeft heeft;

- dat de bedrijfsruimte een retail- of bedrijfsbestemming heeft en verhuurd dient te worden, echter nu nog leeg staat;
- dat de bedrijfsruimte nu nog geschikt is voor tijdelijk gebruik met bovengenoemde bestemming;
- dat Gebruiker behoefte heeft aan een tijdelijke gebruikruimte voor de uitoefening van haar concept, een Pop-Up Store, in de breedste zin van het woord;
- dat Gebruiker met dit concept een positieve uitstraling geeft aan de leegstaande bedrijfsruimte en haar omgeving;
- dat Eigenaar daarom heeft besloten de bedrijfsruimte tijdelijk in gebruik te geven aan Gebruiker voor het organiseren van een Pop-Up Store.

### Artikel 1. Duur en beëindiging van de gebruiksovereenkomst

1. Met ingang van <\_\_\_\_\_>  
gaan Eigenaar en Gebruiker deze gebruiksovereenkomst aan telkens voor de duur van drie maanden. De overeenkomst eindigt met voorafgaande opzegging door een der partijen, waarbij één maand opzegtermijn in acht genomen wordt. Dit hoeft geen opgaaf van redenen.
2. De gebruiker is verplicht om bij beëindiging de bedrijfsruimte ontruimd en bezemschoon op te leveren, op straffe van een boete van 500

euro te voldoen aan de Eigenaar. De kosten van het schoonmaken en opruimen in de voorafgaande staat komen ook voor rekening van de Gebruiker.

#### **Artikel 2. Kosten in verband met gebruik**

1. Alle kosten die de Gebruiker maakt in verband met het gebruik en uitvoering van de gebruiksovereenkomst zijn voor haar rekening.
2. Gebruiker en Eigenaar hebben afgesproken dat er een gebruikerfee van <\_\_\_\_\_> per maand in rekening wordt gebracht.

Gezien het tijdelijke karakter van de overeenkomst wordt door Eigenaar geen huur in rekening gebracht.

3. Nutsvoorzieningen, elektra en water, zijn voldoende aanwezig in de bedrijfsruimte. Gezien het tijdelijke karakter van de overeenkomst wordt door de Eigenaar geen van dergelijke voorzieningen en/of servicekosten in rekening gebracht.

#### **Artikel 3. Bestemming en gebruik**

1. Gebruiker zal de bedrijfsruimte uitsluitend gebruiken voor de het organiseren van een Pop-Up Store, genoegzaam bekend bij de Eigenaar.

2. Gebruiker zal als "goed huisvader" met de bedrijfsruimte omgaan.

#### **Artikel 4. Vergunningen**

1. Gebruiker zorgt zelf voor het voldoen van vereisten, waaronder het beschikken over vergunningen, goedkeuringen, ontheffingen en dergelijke, in verband met de uitoefening van zijn bedrijf of beroep in het de gebruiksruimte.

#### **Artikel 5. Staat van de bedrijfsruimte**

1. Gebruiker aanvaardt de bedrijfsruimte *as is*. Het is gebruiker niet toegestaan om zelf werkzaamheden te verrichten. Bij beëindiging van deze overeenkomst wordt de bedrijfsruimte tenminste in dezelfde staat terug gebracht door Gebruiker.

#### **Artikel 6. Slotbepalingen**

1. Gebruiker zal de door Eigenaar aangewezen personen altijd toegang verlenen tot de bedrijfsruimte. De gebruiker zorgt er voor dat de ruimte er altijd schoon en toonbaar uitziet.
2. De Gebruiker kan aan de overeenkomst geen recht op andere dan wel vervangende bedrijfsruimte, noch op enige vergoeding en/of compensatie ontlennen.
3. Zodra deze overeenkomst is ondertekend zal de Gebruiker een toegangssleutel voor het pand ontvangen.

4. Partijen maken, indien gewenst, onderling afspraken over het openen en het operabel hebben van de Pop-Up Store.

Aldus overeengekomen en in tweevoud vastgelegd

te \_\_\_\_\_ op \_\_\_\_\_

Eigenaar

Gebruiker

Voorbeeld voorwaarden indien je met andere gebruikers gaat werken en jij bent de Manager

### Voorbeeld Voorwaarden voor het gebruik van ruimte door andere ondernemers van een Pop-Up Store

#### 1. Algemeen gedeelte

- a. Deze voorwaarden zijn van toepassing op alle afspraken met <\_\_\_\_\_> (hierna Manager Pop-Up Store). De partij met wie Manager Pop-Up Store afspraken maakt wordt hierna aangeduid als contractant. Het object van de overeenkomst ten aanzien waarvan contractant en Een Pop-Up Store afspraken maken wordt hierna aangeduid als evenement.
  
- b. Contract: Contracten alsmede wijzigingen van contracten zijn voor Manager Pop-Up Store eerst bindend nadat deze schriftelijk door Manager Pop-Up Store zijn bevestigd. Een door Een Pop-Up Store aan contractant ter ondertekening verstuurd contract heeft, tenzij anders aangegeven, een geldigheidstermijn van 14 dagen na verzending. Na afloop van deze termijn kan contractant aan dit contract geen rechten meer ontlenen.

Ondernemer exposeert altijd op eigen risico zijn Producten in de Ruimte. Ondernemer vrijwaart Manager Pop-Up Store van alle schade of gevolgschade, van welke aard dan ook. Ondernemer zal, indien nodig zelf zorg dragen voor noodzakelijke verzekering van zijn of haar Producten en expositiemateriaal.

Ondernemer onderwerpt zich aan het Huishoudelijk Reglement die Manager Pop-Up Store nodig acht voor de goede exploitatie van het Warehouse, welk Huishoudelijk Reglement bijgevoegd is bij de Overeenkomst met Manager Pop-Up Store en genoegzaam bekend is bij beide partijen.

In geval van bijzondere omstandigheden is Manager Pop-Up Store gerechtigd andere dan de besproken/ Ruimte ter beschikking te stellen.

Manager Pop-Up Store is niet aansprakelijk voor technische storingen en gevolgen van omstandigheden, ontstaan buiten zijn opzet of grove schuld.

Ondernemer vrijwaart Manager Pop-Up Store voor aanspraken van derden, van welke aard dan ook, indien deze aanspraken verband houden met het gebruik door of vanwege Ondernemer van door Manager Pop-Up Store aan Ondernemer ter beschikking gestelde Ruimte, goederen en/of apparatuur, verleende diensten en/of gegeven adviezen.

Ondernemer vrijwaart Manager Pop-Up Store voor aanspraken van derden, van welke aard dan ook, indien deze aanspraken verband houden met het gebruik van door derden aangekochte Producten.

De inrichting van de Ruimte en het gehele Warehouse en de opbouw ervan geschiedt door Manager Pop-Up Store.

De keuze van de Producten die Manager Pop-Up Store exposeert en verkoopt in het Warehouse geschiedt door Manager Pop-Up Store.

Ondernemer levert zijn Producten op een voorafgaand afgesproken tijdstip.

### **Voorbeeld Huishoudelijk Reglement behorende bij alle afspraken met Manager Pop-Up Store**

Manager Pop-Up Store hecht hierbij uitermate aan de synergie van de Ondernemers en haar Producten onderling alsmede de totale conceptbewaking. Manager Pop-Up Store organiseert, faciliteert en regelt dit onder meer door middel van het (doen) naleven van dit Huishoudelijk Reglement. Dit Reglement wordt door iedereen nageleefd. Bij niet naleving en als daardoor het concept in het geding komt zullen wij de mogelijkheid moeten creëren voor onszelf en de medeondernemers om maatregelen te nemen.

**Inrichting:** Manager Pop-Up Store bepaalt de gehele inrichting van de verschillende Ruimtes, alsmede de keuze van de te exposeren Producten.

**Openingstijden:** De winkel is tenminste 4 werkdagen per week open

**Verzekering:** Gezien het feit, dat de Pop-Up Store een tijdelijke ruimte is, is deze ruimte en de te exposeren Producten NIET of NIET makkelijk te verzekeren, exposeert Ondernemer ALTIJD op eigen risico zijn Producten in de Ruimte. Ondernemer vrijwaart Manager Pop-Up Store van alle schade of gevolgschade, van welke aard dan ook. Ondernemer zal, indien nodig zelf zorg dragen voor noodzakelijke verzekering van zijn of haar producten en expositiemateriaal. Manager Pop-Up Store heeft een zorgplicht en draagt “als een goed huisvader” zorg voor de Producten van Ondernemer en zal haar uiterste inspanning leveren geen schade of diefstal van de Producten te veroorzaken.

#### **Levering producten door ondernemer:**

Ondernemer zal op vooraf met Manager Pop-Up Store afgesproken tijdstippen de Producten afleveren. (Dit om te voorkomen dat tijdens een winkeldag het Warehouse als “verhuisdag” gezien wordt.

#### **Wijze van aanleveren van de Producten:**

Ondernemer levert de Producten aan met prijskaartje, waarop vermeld: Artikelnummer, Verkoopprijs, Omschrijving Product. Ondernemer levert daarnaast aan een lijst, waarop vermeld: Geleverde Producten, Omschrijving, Artikelnummer, Verkoopprijs





UNLIMITED POS  
SIBILITIES FO  
R A LIMITED T  
IME



Compleet Pop-Up Store Platform

WEGENS  
OMSTANDIGHEDEN  
GEOTEND!!!



Compleet Pop-Up Store Platform

Lim.Space  
Max. Surprise



Compleet Pop-Up Store Platform



← LEUK VOOR IEDEREEN →



[www.popupsquare.nl](http://www.popupsquare.nl)