

**POP-UP STORE ALS ANTWOORD OP
LEEGLOOP**
EEN BEKNOPT ONDERZOEK NAAR MENINGEN
VAN ASTENAREN OVER POP-UP STORES



Gemaakt door: Femme van Dinten, Dimphy van Verre en Marjolein van Grootel
Begeleider: Meneer Maassen
Inleverdatum: 03-04-2020

INHOUD

Voorwoord	3
Hoofdstuk 1: Inleiding	4
1.1 Wat is een pop-up store?	4
1.2 Zijn pop-up stores aantrekkelijk?	4
1.3 Mensen zijn toe aan iets nieuws	5
1.4 De hypothese en het conceptueel model	5
Hoofdstuk 2: Methode	6
2.1 Enquête	6
2.2 Interview	6
Hoofdstuk 3: resultaten.....	7
3.1 Interview	7
3.1.1 Interview bedrijf gevestigd in de Midas	7
3.1.2 Interview bedrijf gevestigd buiten de Midas	8
3.1.3 Interview gemeente medewerker centrumontwikkeling	9
3.2 Resultaten enquête	11
Hoofdstuk 4:conclusie	19
4.1 Conclusie literair onderzoek	19
4.2 Conclusie interview	19
4.2.1 Conclusie interview winkel gevestigd in de Midas	19
4.2.2 Conclusie interview winkel gevestigd buiten de Midas	19
4.2.3 Conclusie beide winkels.....	20
4.2.4 Conclusie interview gemeente medewerker centrumontwikkeling.....	20
4.3 Conclusie Enquête.....	20
4.4 Eindconclusie.....	21
4.5 Antwoord op hoofdvraag en hypothese.....	22
Hoofdstuk 5: Discussie	22
Literatuurlijst	23
Bijlage	24
Bijlage 1: Interview winkel bevestigd in Midas.....	24
Bijlage 2: Interview winkel gevestigd buiten Midas.....	24
Bijlage 3: Interview gemeente medewerker centrumontwikkeling.....	25
Bijlage 4: Enquête.....	25

VOORWOORD

Wij zijn Femme van Dinten, Marjolein van Grootel en Dimphy van Verre, wij zitten op het Varendonck College in Asten en hebben een onderzoek gedaan over pop-up stores voor het vak maatschappijwetenschappen. Onze hoofdvraag bij dit onderzoek is 'zorgt een pop-up store in Asten (Midas) ervoor dat het aantal bezoekers/klanten omhoog gaat?'.

Deze vraag konden wij beantwoorden door een literair onderzoek en ons eigen onderzoek in Asten (Midas). In ons eigen onderzoek hebben we een enquête afgelegd, en interviews gehouden.

In het begin is het lastig, een goed onderwerp, een goede hoofdvraag en dan vervolgens ook nog goede deelvragen. Wij denken dat dit uiteindelijk goed gelukt is en we zijn daarom ook erg blij met ons eindresultaat.

Dit resultaat hadden we nooit behaald zonder onze docent; Meneer Maassen. Heel erg bedankt voor de uitleg en de individuele hulp.

Maar ook niet te vergeten de mensen in het dorp die enquêtes wilden invullen en de mensen waar wij interviews mee mochten houden; eigenaar van een winkel in de Midas, eigenaar van een winkel buiten de Midas en gemeente medewerker centrumontwikkeling Eric Sprangers.

HOOFDSTUK 1: INLEIDING

1.1 Wat is een pop-up store?

Een pop-up store is een tijdelijke winkel, vaak verschijnen deze tijdelijke winkels in een bestaand gebouw of lege ruimte. De pop-up store is meer dan alleen een retailtrend: het is een essentieel onderdeel geworden van veel retail-strategieën. Van nieuwe merken die hun naam op de kaart willen zetten tot gevestigde namen en luxe merken: iedereen maakt graag gebruik van een pop-up store. (Lightspeed, 2019)

Een pop-up store heeft vaak 4 kenmerken;

- Ten eerste is een pop-up store beschikbaar vanaf enkele dagen tot maximaal een jaar. De eigenaren van de pop-up store moeten belangrijke beslissingen nemen, waar ze willen opduiken hoelang ze willen blijven en wanneer ze weer verdwijnen. (Kim et al, 2010) Consumenten hebben namelijk het gevoel dat ze zo snel mogelijk de winkel moeten bezoeken, omdat dat hij elk moment kan verdwijnen. (Maul, 2008)
- Ten tweede een verhoogde klantenervaring. De klanten moeten informatie krijgen over de nieuwe/niet bekende winkel/merk.
- Ten derde wordt de winkel/merk gepromoot. Zo kunnen nieuwe klanten zich bereiken aan deze pop-up winkel.
- Als laatste komen de meeste pop-up stores in kleine en unieke winkeltjes terecht. Er is dus meestal een kleinere ruimte voor een pop-up store dan voor een normale winkel.

Uit onderzoek van Marketing Tribune (2015) blijkt dat 65% van de consumenten bekend is met een pop-up store of tijdelijke winkel. Ook heeft al 63% van de consumenten ooit een pop-up store bezocht of gezien in een winkelstraat in de buurt. Van de 63% die ooit een pop-up store hebben bezocht hebben er 43% iets daadwerkelijk gekocht. De meer dan de helft van de mensen 53% vindt een pop-up store interessant en leuk. Ook vind 58% van de mensen een pop-up store verrassend, omdat er vaak andere dingen te koop zijn dan in normale winkels.

Bij een pop-up store is er een beperkt risico, er zijn lage huurkosten die binnen een jaar worden opgezegd, omdat pop-up stores nooit langer dan een jaar mogen blijven. Wanneer een pop-up store niet werkt, is er dus nog niet teveel geld in geïnvesteerd. Wanneer een pop-up store goed werkt kun je ervoor kiezen om een echte winkel te gaan beginnen. Ook is het snel te realiseren, bij een normale winkel kost het tijd en geld, je moet daar echt in investeren. Een pop-up store is makkelijker, de winkel is er al en je hoeft alleen je eigen producten er neer te zetten en dus is het makkelijker te realiseren. Op deze manier kun je ook werken aan je naamsbekendheid en merk je of de plek waar de producten nu worden verkocht een goede plek is. (yourpopupstore)

1.2 Zijn pop-up stores aantrekkelijk?

Uit onderzoek van Tribune (2015) valt op dat Nederlanders pop-up stores niet echt uitnodigend vinden, 45% van de mensen vindt dat pop-up stores niet aantrekkelijk zijn. Ook geeft 55% aan dat het niet uitmaakt of er meer of minder pop-up stores bijkomen. Terwijl 27% weer zegt dat ze het leuk zouden vinden als meer pop-up stores hun deuren zouden openen met bijvoorbeeld schoenen, herenmode en sieraden. Je ziet dus dat er veel verschillende meningen zijn over pop-up stores.

NS helpt mee om pop-up stores aantrekkelijk te maken, op bijvoorbeeld Utrecht Centraal en Amsterdam Centraal staan bijvoorbeeld een paar pop-up stores. Dit doen ze omdat hier veel mensen langs af komen gelopen en het nieuwe merk/product dan op een snelle manier

bekend wordt. Ook doet de NS aan marketing, ze maken advertenties over wat er te doen en te vinden is op de verschillende stations. (Suzanna Timmers, 2019)

Niet alleen de pop-up store is aantrekkelijk omdat om de zoveel maanden de winkel veranderd, het hele centrum heeft er plezier van. Doordat er iedere keer verschillende winkels zijn komen mensen sneller naar het centrum toe, waardoor de hele welvaart groter wordt. (Marketing Tribune, 2015)

1.3 Mensen zijn toe aan iets nieuws

Wat blijkt uit de conclusie van Marketing Tribune is dat mensen toe zijn aan iets nieuws. Zij hoeven geen overvloedige voorraad die producenten zo snel mogelijk willen verkopen en zij hoeven ook geen seizoen gerelateerde producten. Mensen zijn op zoek naar iets nieuws, iets fris. Mensen verwachten bij een pop-up store een nieuw product. Ook geeft minister Henk Kamp van Economische zaken aan dat de beleving in winkelgebieden toeneemt zodra er een pop-up store is. Henk Kamp: "Klanten willen meer beleving dan alleen boodschappen, de pop-up winkels kunnen goed bijdragen aan het winkelplezier". (Marketing Tribune, 2015)

1.4 De hypothese en het conceptueel model

De hoofdvraag van dit onderzoek is; zorgt een pop-up store in Asten (Midas) ervoor dat het aantal bezoekers/winkeliers omhoog gaat?

De hypothese hierbij is; de populatie gaat omhoog in Asten (Midas) als er een pop-up store komt.

Conceptueel model:

Een pop-up store
in de Midas (
Asten)



Meer mensen naar
'centrum van Asten
(= Midas)

HOOFDSTUK 2: METHODE

2.1 Enquête

De vragen van de enquête zijn beantwoord in Asten (Midas), waar een groot deel van het onderzoek plaats vond. Er waren acht vragen waar het antwoord tussen "helemaal mee oneens – helemaal mee eens" lag. Deze stonden in een kolom en waren aan te kruisen, de bedoeling is om aan te kruisen wat het beste bij diegene past.

In de enquête is ook gevraagd om de leeftijd, woonplaats en man/vrouw. Het onderscheid in leeftijd is te zien in de resultaten van de enquête. Dit is namelijk verdeeld in mensen onder de 40 jaar en mensen boven de 40 jaar. 50% van de geënquêteerden was boven de 40 jaar en 50% van de geënquêteerden was onder de 40 jaar. 100% van de geënquêteerden woont in Asten. 60% was man en 40% was vrouw.

Zie enquête: bijlage 4

2.2 Interview

Om meer specifieke informatie te krijgen over een bepaald onderwerp, leg je een interview af. In een interview stel je meer diepgaande vragen over het onderwerp. Hierin kies je de mensen die je wilt interviewen van tevoren uit. Zo is er voor iedere doelgroep een ander interview.

In dit onderzoek zijn er drie verschillende interviews gehouden. Het eerste interview met een medewerker van de gemeente Asten (gespecialiseerd in centrumontwikkeling). Zie hiervoor bijlage 3. Het tweede interview is gehouden met de eigenaar van Mauries, een kledingwinkel net buiten de Midas. Zie hiervoor bijlage 2. Het laatste interview is gehouden met de eigenares van Baboba, deze winkel zit in de Midas. Zie hiervoor bijlage 1.

HOOFDSTUK 3: RESULTATEN

3.1 Interview

De eerste methode is interview. Er zijn 3 interviews afgelegd. Deze resultaten zijn per interview uitgewerkt in onderstaande tabellen.

3.1.1 Interview bedrijf gevestigd in de Midas

1. Weet u wat een pop-up store is?	Medewerker: 'Ja, een tijdelijke winkel die maar heel even verkoopt'.
2. Wat vindt u van de algemene populatie in de Midas/Asten?	Medewerker: 'Ja wel een iets oudere generatie maar op zich best wel druk bezocht'. Femme: Merkt u zeg maar ook verschil in tijd? Medewerker: 'Ja in het weekend is het wel echt een hele andere populatie, wat jongere vooral. Door de week ook wel jongere maar meestal wat oudere, je merkt het ook als de scholen uit zijn in drukte maar bijvoorbeeld ook als er lunch pauzes zijn is het druk. Daarna is het allemaal even wat rustiger is'.
3. Zou u een pop-up store in de Midas een goed idee vinden?	Medewerker: 'Ja ik denk het wel, want als er ergens een plek voor is wat bijvoorbeeld toch leeg staat zou het wel goed zijn want dan is het opgevuld en het trekt toch weer mensen aan. En ja ik denk het dus wel!'
4. Denkt u dat de algemene consument van de Midas / in Asten geïnteresseerd zo zijn in een pop-up store in de Midas?	Medewerker: 'Ja licht echt een beetje aan wat die winkel dan gaat verkopen want het is wel een dorp in die zin en dat moet je niet vergelijken met een stad ook in de zin van producten omdat de vraag heel anders is in een dorp. Maar ik denk het wel, want mensen vinden het wel leuk als er iets anders en iets nieuws is!'
5. Naar wat voor pop-up stores is de algemene consument van de Midas / in Asten het meest geïnteresseerd denkt u? (Techniek, cosmetica, mode, voedsel).	Medewerker: 'Ja dat vind ik lastig maar dan denk ik eerder mode maar techniek denk ik niet...maar ik denk dat mode altijd wel iets is wat iedereen leuk vind'.
6. Is het lastig om een bedrijfspand in de Midas/Asten te krijgen als nieuw bedrijf?	Medewerker: 'Ja, zolang er niks leeg staat natuurlijk wel want dan is er gewoon niks, maar ik denk als er iets leeg staat dat het dan helemaal niet lastig is want dan moet het opgevuld worden dus dan kan je altijd iets regelen denk ik. Maar zolang er niks leeg staat is het wel heel lastig'.
7. Denkt u dat een pop-up store zou helpen bij het verhogen van de algemene populatie in Asten?	Medewerker: 'Ja dat is lastig want het is gewoon heel lastig te meten omdat het ligt aan waar je in de Midas gevestigd zit en wat voor producten je in je winkel te bieden hebt

	<i>en hoe dit reageert op de vraag van de consument'.</i>
8. Wat zou voor u een oplossing zijn om de algemene populatie in de Midas/Asten te verhogen?	Medewerker: <i>'Zelf hoorde ik dat het postkantoor in Asten weg gaat, dus als dat in de Midas zouden plaatsnemen dan trek je wel veel consumenten die toch naar de Midas moeten komen om hun pakketje af te geven en dan ook bij andere winkels naar binnen gaan'.</i>
9. Waarom is de Midas/Asten volgens u een goede plek om een bedrijf te op te starten/vestigen?	Medewerker: <i>'Je hebt best veel panden en winkels onder een dak en heel veel mensen komen voor een andere winkel maar dan zien ze ook een andere winkel en dan trek je makkelijker consumenten'.</i>
10. Wat voor winkels zouden er volgens u in de Midas/Asten nog moeten komen?	Medewerker: <i>'Vind ik lastig want we hebben al heel veel variatie dus dat zou ik niet direct weten'.</i>

3.1.2 Interview bedrijf gevestigd buiten de Midas

1. Weet u wat een pop-up store is?	Eigenaar: <i>Ja dat weet ik. Femme:</i> <i>Bent u al ooit bij een pop-up store geweest? Eigenaar:</i> <i>in de stad ooit.</i>
2. Wat vindt u van de algemene populatie in de Midas/Asten?	Eigenaar: <i>Over het algemeen is het druk in Asten, het is wel ooit dat met koopavonden het in de Albert Heijn heel druk is maar de omheen liggende winkels rustig is. Over het algemeen komen er veel mensen uit de regio ook naar Asten toe. Femme:</i> <i>Merkt u aan tijden of dagen verschil in de hoogte van de populatie? Eigenaar:</i> <i>Over het algemeen zijn de dinsdagen en donderdagen het rustigste en de vrijdagen en zaterdag het drukste.</i>
3. Zou u een pop-up store in de Midas een goed idee vinden?	Eigenaar: <i>Ja kan denk ik geen kwaad.</i>
4. Denkt u dat de algemene consument van de Midas / in Asten geïnteresseerd zo zijn in een pop-up store in de Midas?	Eigenaar: <i>Ik denk dat het winkelend publiek er sowieso wel in geïnteresseerd zou zijn.</i>
5. Naar wat voor pop-up stores is de algemene consument van de Midas / in Asten het meest geïnteresseerd denkt u? (Techniek, cosmetica, mode, voedsel).	Eigenaar: <i>Kijkend naar de winkels die zich al in de Midas begeven zou ik zeggen dat vooral mode zaken het goed zouden doen en belangrijk zijn.</i>
6. Is het lastig om een bedrijfspand in de Midas/Asten te krijgen als nieuw bedrijf?	Eigenaar: <i>Op het moment is er heel weinig leegstand in Asten dus er staan misschien in het centrum 3 panden leeg dus de keuze is niet reuze en dat maakt het moeilijk. In bijvoorbeeld Someren staan er in het centrum 15 panden leeg dus daar kun je zo ergens iets krijgen en voor lagere kosten denk ik. Maar op het moment is het er moeilijk.</i>

7. Denkt u dat een pop-up store zou helpen bij het verhogen van de algemene populatie in Asten?	Eigenaar: <i>Dat denk ik wel. Femme:</i> <i>Omdat het mensen aantrekt of waarom?</i> Eigenaar: <i>Ja, omdat het mensen zal aantrekken.</i>
8. Wat zou voor u een oplossing zijn om de algemene populatie in de Midas/Asten te verhogen?	Eigenaar: <i>Ik denk als winkeliers gezamenlijk naar buiten treden in de regio, gezamenlijk adverteren op verschillende forums adverteren als 'mode dorp' omdat wij op het moment de slag van bijvoorbeeld Deurne winnen als het gaat om mode en schoenen zaken. Femme:</i> <i>Denkt u dat het voor een pop-up store in Asten mogelijk is met financiën etc.</i> Eigenaar: <i>dan moet er wel eigen geld zijn, en dit geld natuurlijk niet alleen voor pop-up stores.</i>
9. Waarom is de Midas/Asten volgens u een goede plek om een bedrijf te op te starten/vestigen?	Eigenaar: <i>Er is veel bedrijvigheid, de Albert-Heijn bijvoorbeeld is de grote trekker.</i>
10. Wat voor winkels zouden er volgens u in de Midas/Asten nog moeten komen?	Eigenaar: <i>Er mogen van mij nog meer schoenen en tassen zaken bij komen. Femme:</i> <i>Is dat omdat u er zelf veel vraag naar krijgt?</i> Eigenaar: <i>In Asten zitten maar 2 schoenen zaken, een duurdere en een goedkopere maar daar mag wel meer bijkomen.</i>

3.1.3 Interview gemeente medewerker centrumontwikkeling

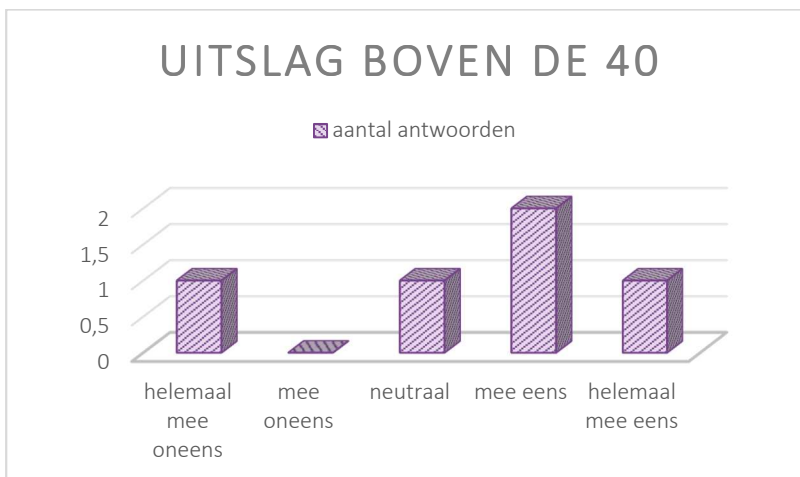
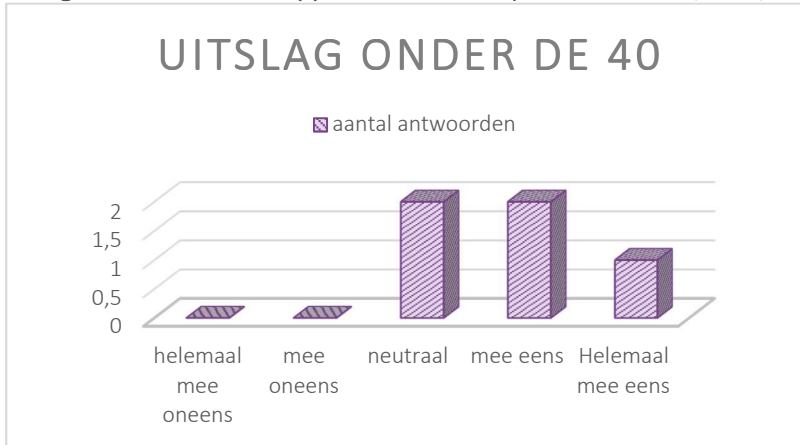
1. Weet u wat een pop-up store is?	De heer Sprangers: <i>Ja</i>
2. Functioneert de Midas zoals verwacht?	De heer Sprangers: <i>Ja, volgens de eigenaren Van der Loo loopt de Midas goed. Alle winkels zijn op het moment ook bezet.</i>
3. Waarom is de Midas opgericht?	De heer Sprangers: <i>De gemeente heeft dit niet gedaan, Van der Loo had dit idee om centrumontwikkeling in gang te zetten met een hoop appartementen en een parkeergarage. Ze hebben er zelf voor gekozen om een overdekt winkelcentrum te creëren met daarin een supermarkt en verschillende andere winkels.</i>
4. Is de populatie meer geworden toen de Midas kwam?	De heer Sprangers: <i>Het centrum van Asten heeft wel een bepaalde aantrekkingskracht. Tegenover Someren, Deurne en Neerkant is Asten toch wel een meer bezocht centrum, het is een stuk populairder geworden.</i>
5. Wat voor eisen moet een bedrijf hebben om in de Midas te mogen starten?	De heer Sprangers: <i>Het moet een winkel zijn, dus detail handel. Horeca mag niet.</i>
6. Wat voor winkels mist Asten nog in de Midas?	De heer Sprangers: <i>Als je kijkt naar heel het centrum van Asten mist Asten nog wel kledingwinkels voor mannen. Dit is wel persoonlijk. Over het algemeen is Asten wel gevarieerd qua winkels. Het zou fijn zijn als</i>

	<i>deze variatie blijft en dat er een 'trekker' komt in het centrum van Asten.</i>
7. Zouden jullie open staan om nieuwe bedrijven door middel van een pop-up store een opstart te geven?	De heer Sprangers: <i>Ja, dat is een leuk idee.</i>
8. Hoelang duurt het voordat een pand in de Midas kan worden uitgegeven aan een pop-up store?	De heer Sprangers: <i>Dat hangt van de bezetting af, de gemeente heeft hier geen controle over. Er is wel vrijheid in de Midas om onderling te handelen. Zo kun je bijvoorbeeld een winkel kleiner maken zodat er nog plek is voor iets anders.</i>
9. Is het mogelijk om een pop-up store in de Midas te laten komen?	De heer Sprangers: <i>Dit is lastig. Leeg staande panden worden vaker verhuurd aan pop-up stores omdat deze er voor een korte tijd zijn en de huur dus ook voor korte duur is. Hiermee kun je dus zakken in de prijs. Voor een winkel die er langer is betaal je meestal ook een stuk hogere huurprijzen. Op het moment zijn er alleen geen leegstaande panden in de Midas. De opbrengst voor de eigenaar van het pand is lager met een pop-up store.</i>
10. Zou de gemeente willen mee financieren aan een pop-up store	De heer Sprangers: <i>Nee, De gemeente helpt bedrijven niet.</i>

3.2 Resultaten enquête

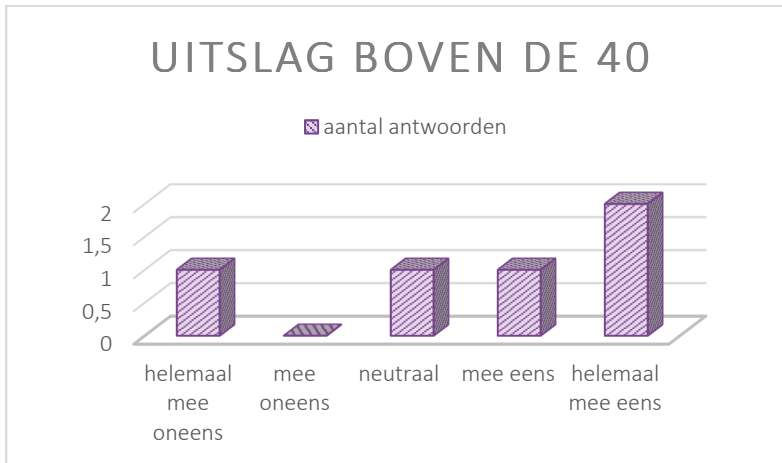
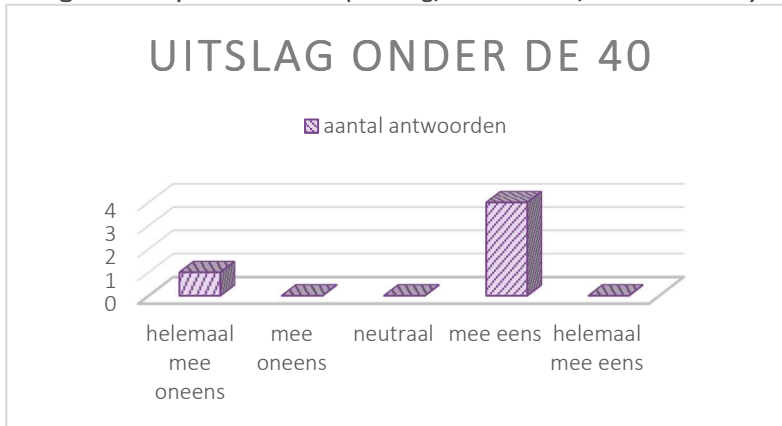
De tweede methode is enquête. Er zijn 8 vragen gesteld met als antwoordmogelijkheden 'helemaal mee eens' tot en met 'helemaal mee oneens'. Er is onderscheid gemaakt van mensen boven en onder de 40 jaar.

Vraag 1: Ik doe boodschappen in de Midas: (levensmiddelen, eten, drinken)



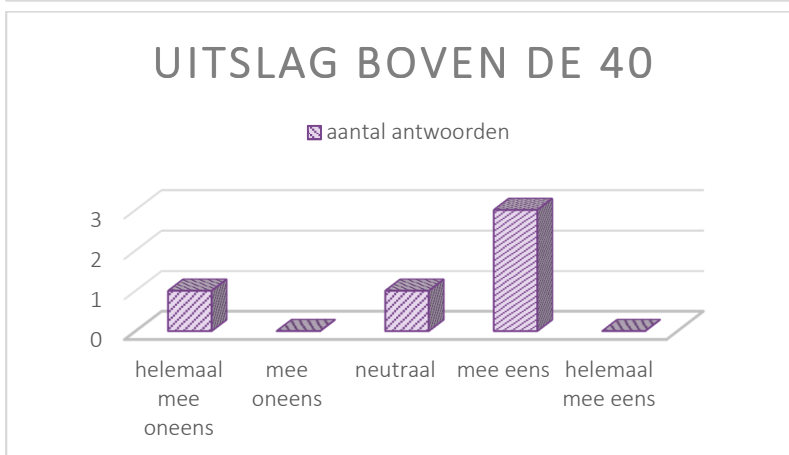
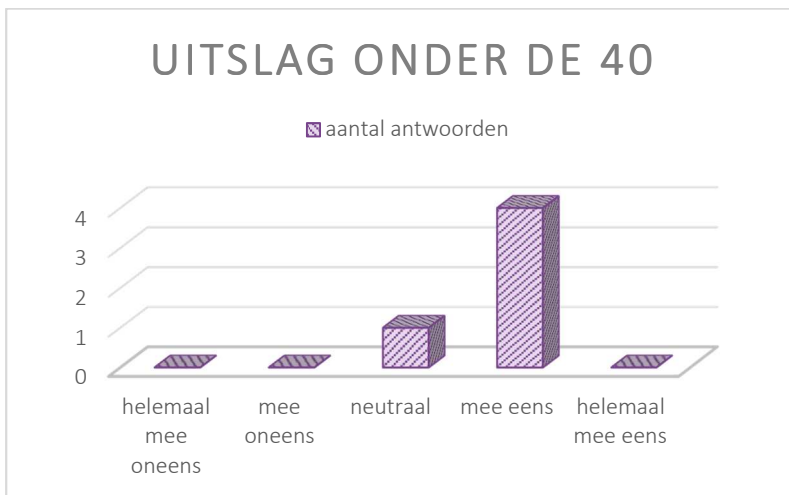
Bij deze vraag kwam eruit dat vooral onder de 40 veel mensen boodschappen doen in Asten, mensen boven de 40 waren de antwoorden een beetje verdeeld toch was het meest gegeven antwoord bij beide leeftijdsgroepen: mee eens.

Vraag 2: Ik shop in de Midas: (kleding, accessoires, schoenen etc.)



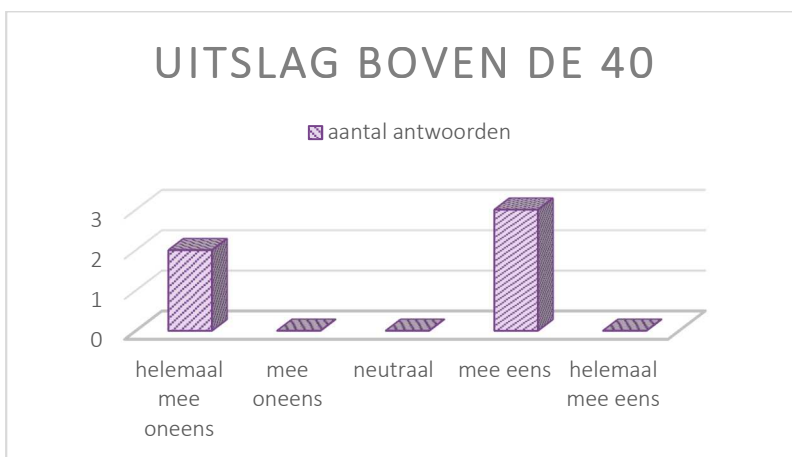
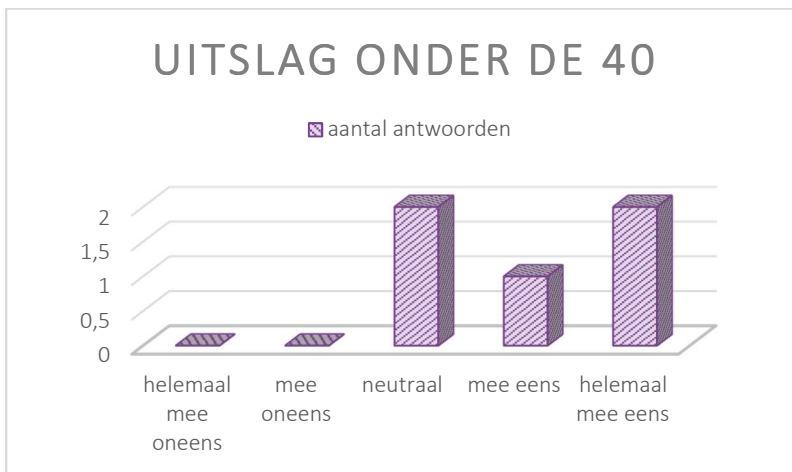
Hierbij werd vooral bij mensen onder de 40 mee eens beantwoord, mensen boven de 40 waren weer een beetje verdeeld in de antwoorden het meest gegeven antwoord wat de leeftijdsgroep gaf was: helemaal mee eens.

Vraag 3: Ik vind dat er genoeg winkels zijn in de Midas:



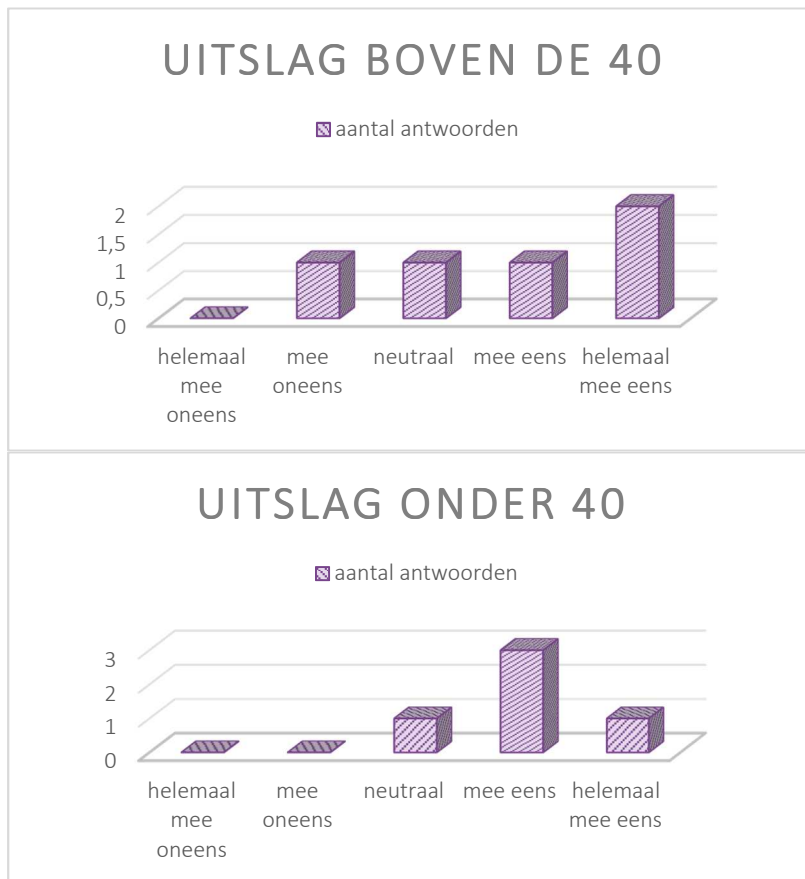
Als we kijken naar de uitslag van deze vraag zien we dat mensen boven de 40 dit niet helemaal waar vinden, wel is dit maar één gegeven antwoord, de rest was het er namelijk wel mee eens dat er genoeg winkels zijn in Asten, ook de mensen onder de 40 zijn het met deze vraag eens.

Vraag 4: Ik vind het interessant om nieuwe producten van bedrijven te zien:



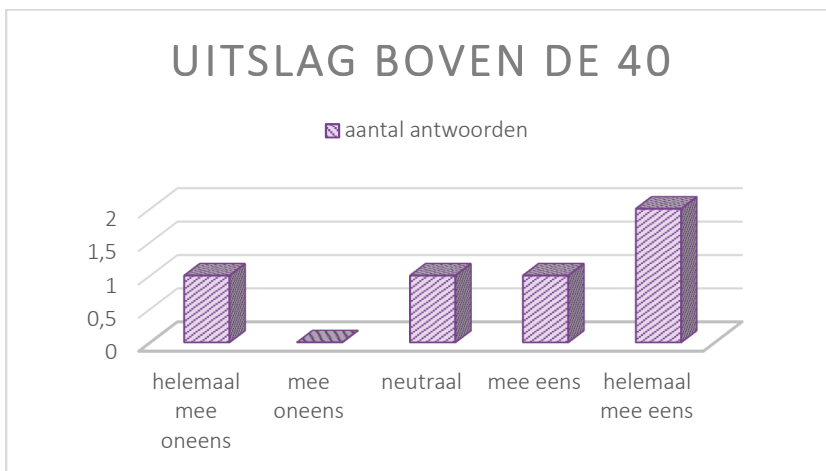
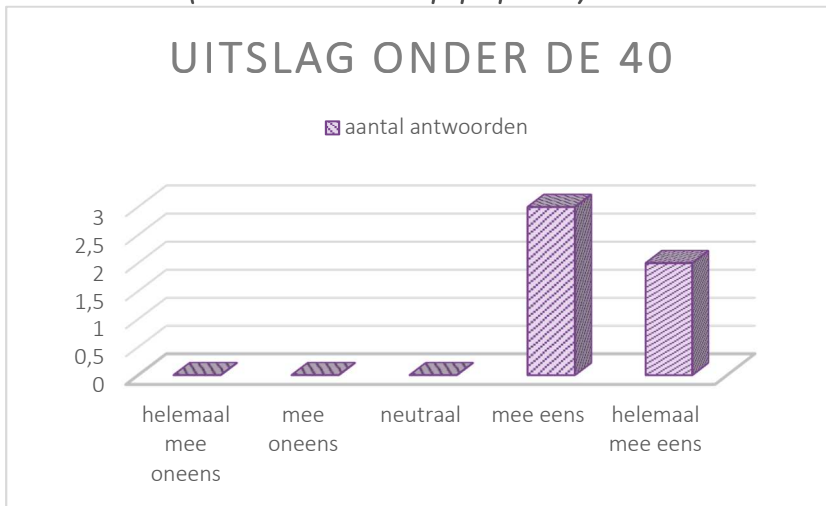
Hierbij is te zien dat mensen boven de 40 het niet per se niet heel interessant vinden om nieuwe producten te zien, ze vinden het wel goed zo wel zitten er ook antwoorden bij die het wel interessant vinden, bij deze vraag is de leeftijdsgroep boven de 40 dus een beetje verdeeld. De mensen onder de 40 gaven de antwoorden van neutraal tot helemaal mee eens.

Vraag 5: Een pop-up store in de Midas zou de populatie in Asten positief bevorderen:



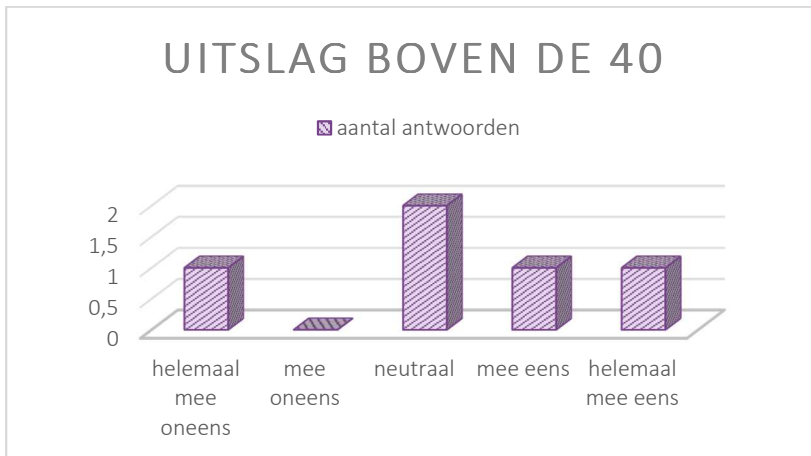
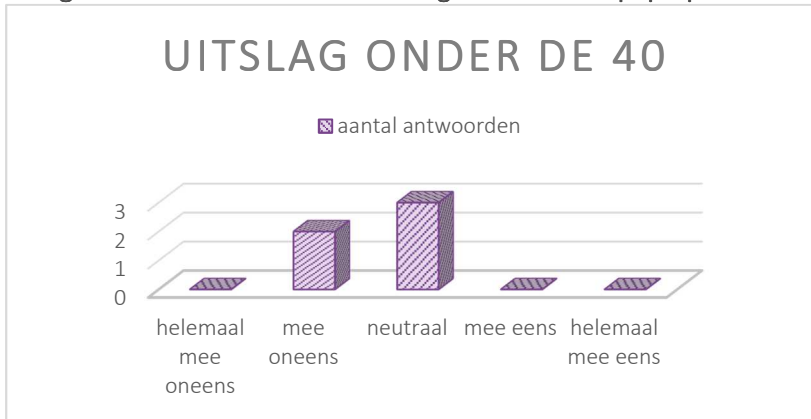
Bij deze vraag zijn de antwoorden bij beide leeftijdsgroepen erg verdeeld dit is vooral bij mensen boven de 40, mensen onder de 40 zijn het hier over het algemeen mee eens.

Vraag 6: Ik vind het een goed idee dat nieuwe ondernemingen de kans krijgen om in Asten een start te maken: *(doormiddel van een pop-up store)*



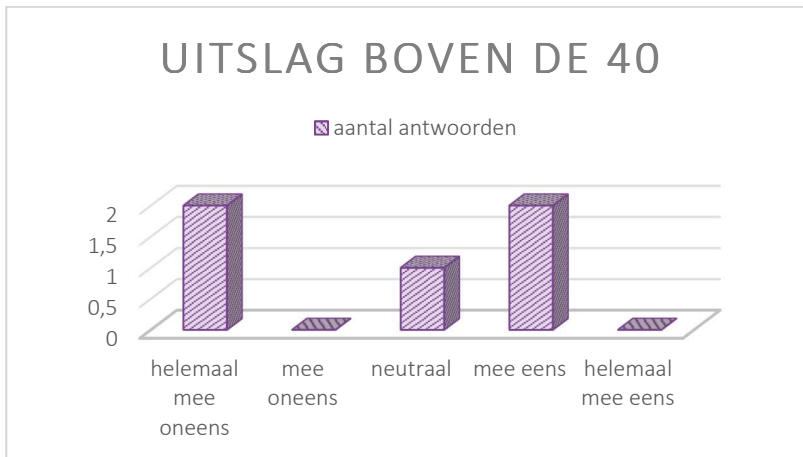
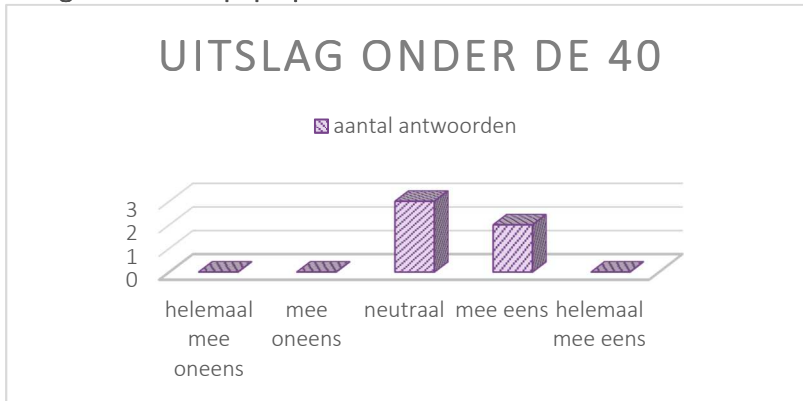
Ook bij deze vraag zijn de antwoorden over de mensen boven de 40 weer erg verdeeld ze geven bijna allemaal een ander antwoord terwijl mensen onder de 40 er mee eens zijn.

Vraag 7: Ik zou eerder naar de Midas gaan als er een pop-up store is:



Hier gaven de meeste mensen van beide leeftijdsgroepen het antwoord: neutraal aan. De rest van de antwoorden was bij boven de 40 weer verdeeld en onder de 40 mee eens.

Vraag 8: Ik wil een pop-up store in Asten:



Bij de laatste vraag is te zien dat mensen onder de 40 hiermee het vooral neutraal mee zijn, maar juist de zijn de meeste antwoorden bij mensen boven de 40 gegeven met helemaal mee oneens en mee eens hierbij zit er dus wel redelijk verschil in.

HOOFDSTUK 4:CONCLUSIE

4.1 Conclusie literair onderzoek

Uit onderzoek van Marketing Tribune (2015) blijkt dat 27% van de mensen vindt dat meer pop-up stores hun deuren moeten openen. NS helpt mee pop-up stores aantrekkelijk te maken, op een paar stations in Nederland staan pop-up stores. NS maakt hier reclame over. (Suzanna Timmer, 2019). Minister Henk Kamp van Economische zaken geeft aan dat de beleving in winkelgebieden toeneemt zodra er een pop-up store is. Henk Kamp: "Klanten willen meer beleving dan alleen boodschappen, de pop-up winkels kunnen goed bijdragen aan het winkelplezier". Ook blijkt uit onderzoek van Marketing Tribune (2015) dat mensen toe zijn aan iets nieuws in een pop-up store, iets fris.

4.2 Conclusie interview

In dit hoofdstuk staat de conclusies van de verschillende interviews. Als eerste het interview met een bedrijf gevestigd in de Midas, vervolgt door het interview met een bedrijf gevestigd buiten de Midas. Deze twee worden vergeleken. Als laatste het interview met een gemeente medewerker gespecialiseerd in centrumontwikkeling.

4.2.1 Conclusie interview winkel gevestigd in de Midas

De medewerkster van het bedrijf dat gevestigd was in de Midas wist wel wat een pop-up store was en inhield en vind over het algemeen de populatie in Asten/Midas goed maar merkt wel verschil in tijden van de dag en hoe hoog de populatie vergeleken daarmee is. De medewerkster is helemaal positief over een het idee en een eventuele pop-up store in de Midas en denkt dat de algemene consument hier ook positief ingesteld over zou zijn afhankelijk van wat er zou worden verkocht natuurlijk. De medewerkster vertelde dat het alleen lastig is te bepalen wat consumenten er nog graag bij zouden willen hebben omdat er op het moment al veel variatie is in de Midas. Als we dan aankomen op het punt of er makkelijk een bedrijfspand te krijgen is in de Midas is de mening van de medewerker hierover verdeeld. Ze verteld dat het ligt aan of er aan voorhand iets leeg staat en dat dit de grootste factor is of het makkelijk of moeilijk word een pand te krijgen. Overigens vindt ze wel dat de Midas wel een goede plek is voor (startende) bedrijven om een bedrijf te vestigen, dit omdat er al veel bedrijven onder een dak zitten waardoor het altijd mensen trekt. De medewerker vertelde dat het lastig te meten zal worden of er meer klanten naar de Midas zouden komen omdat het met verschillende factoren te maken had zoals: plaats, tijd en dag.

4.2.2 Conclusie interview winkel gevestigd buiten de Midas

De eigenaar van het bedrijf dat gevestigd is buiten de Midas weet wat een pop-up store is en heeft er ook al ooit een bezocht in de stad. De eigenaar van dit bedrijf vindt het aantal bezoekers/klanten in Asten/Midas goed maar er is op verschillende dagen meer drukte of rust te merken is, zo benoemde de eigenaar dat de koopavonden vooral bij de zoals de eigenaar het noemt; 'de grote trekker': Albert Heijn erg druk is, maar bij de omliggende winkels nauwelijks. De eigenaar denkt dat een pop-up store in de Midas geen kwaad zou kunnen en de algemeen winkelende consument er geïnteresseerd zou zijn. De eigenaar vertelde ons dat kijkend naar de omringende winkels en wat deze verkopen een pop-up store met mode artikelen het, het beste zou doen. Maar het lastige deel van een pop-up store in de Midas zit hem in een pand, omdat er op het moment nauwelijks panden leeg staan in Asten en de paar panden die nog leeg staan is het bijna onmogelijk te bekostigen, zeker voor een pop-up store. De eigenaar waar het interview bij is afgenomen denkt dat het aantal bezoekers/klanten in Asten zou verhogen door er een pop-up store in de plaatsen en dat het een goede plek ervoor is omdat er veel bedrijvigheid in Asten plaatsvind.

4.2.3 Conclusie beide winkels

In deze conclusie spreken we beide bedrijven aan als 'samengevat' winkeliers. Wat duidelijk geworden is uit deze interviews is dat beide personen weten wat een pop-up store is, wat het inhoud en er ook al ooit vanuit hen zelf een pop-up store bezocht is. Ook vinden de winkeliers een pop-up store in de Midas een goed idee en denken zij dat het aantal bezoekers/klanten zou gaan bevorderen. Ook zijn de winkeliers het erover eens dat een bedrijfspan lastig te krijgen is in Asten en vooral de Midas omdat er niet veel aanbod is en het veel geld kost voor de winkeliers zelf. Het zou wel goed zijn om in de Midas te vestigen omdat er veel bedrijvigheid is door vooral de Albert Heijn. Over wat er in een pop-up store zou moeten komen is niet duidelijk omdat dit moeilijk te meten en te bepalen is.

4.2.4 Conclusie interview gemeente medewerker centrumontwikkeling

De gemeente medewerker gespecialiseerd in centrumontwikkeling weet wat een pop-up store is. De Midas loopt goed en alle winkels in de Midas lopen goed. Ook is heel de Midas bezet met winkels. Dit betekent dat er op dit moment geen plek is in de Midas voor een pop-up store. De Midas is niet opgericht door gemeente Asten, maar door Van Der Loo. Ze hebben ervoor gekozen om er ook een supermarkt in te plaatsen (Albert Heijn) zodat er veel mensen heen komen voor levensmiddelen. Hierdoor kom je snel andere winkels tegen waardoor de Midas erg succesvol is geworden. Het idee om een pop-up store in de Midas te plaatsen is een goed idee volgens de gemeente medewerker, hoewel de gemeente hier niet aan zou mee financieren. Dit doen ze overigens bij geen enkel bedrijf. Plek is er niet voor een pop-up store in de Midas. Alle winkels zijn bezet en zodra er een vrijkomt wordt deze eerder gehuurd voor een 'echte' winkel. Dit omdat de verhuurder hier meer winst op maakt.

4.3 Conclusie Enquête

Wat opvalt is dat de meeste mensen onder de 40 alleen naar de Midas gaan voor levensmiddelen, zij komen hier dus niet om te shoppen. Terwijl mensen boven de 40 jaar ook aangeven dat ze ook naar de Midas gaan om te shoppen. Dit valt te verklaren; mensen boven de 40 jaar vinden nieuwe producten veel minder interessant, zij vinden het prima hoe het nu is en zijn niet nieuwsgierig naar nieuwe producten. Mensen onder de 40 jaar zijn wel nieuwsgierig naar nieuwe producten, daarom zouden zij een pop-up store ook interessanter vinden. Het valt ook op dat mensen onder de 40 jaar veel positiever zijn over pop-up stores, zij geven namelijk ook aan dat ze het een goed idee vinden ondernemingen op deze manier een kans te bieden op de arbeidsmarkt. Mensen boven de 40 jaar vinden dit over het algemeen geen goed idee. We kunnen dus uit deze enquête concluderen dat vooral de mensen onder de 40 het meest geïnteresseerd zijn in een pop-up store en het op deze manier ontdekken van nieuwe producten.

4.4 Eindconclusie

Over het algemeen klopt het veldonderzoek over hoe interessant en leuk een pop-up store is volgens de consument met het literaironderzoek van Marketing Tribune uit 2015. In beide gevallen is hieruit gekomen dat de meerderheid een pop-up store een leuk en interessant initiatief vindt. Uit de enquêtes van het veldonderzoek blijkt namelijk dat ongeveer de helft van de geënquêteerde mensen het belangrijk vinden dat een pop-up store er aantrekkelijk uit ziet. Uit een bron van Marketing (2015) blijkt dat maar 45% van de consumenten een pop-up store niet aantrekkelijk vindt en 55% het geen verschil vindt maken of er wel een zou verschijnen. Wat opvalt is dat uit beide onderzoeken is gebleken dat mensen het vooral een goede oplossing vinden als opvulling van een leegwinkelpand. Dit zou de komende tijd dan ook goed te pas komen vanwege de corona crisis. Uit deze onderzoeken kan geconcludeerd worden dat: de meerderheid van de consument een pop-up store een leuk en goed initiatief zou vinden voor opvulling van het centrum.

Naast de mening van de consument is het financiële aspect aan een pop-up store ook iets waar gekeken naar moet worden. Het is wel-eens-waar geen vaste winkel maar er moeten wel verschillende dingen gefinancierd worden voor het project van start kan gaan. Zo moet er een pand gehuurd worden, hierover zijn in de interviews ook vragen gesteld. Belangrijk om te weten is dat pop-up stores nooit langer dan een jaar blijven en over het algemeen in panden verblijven met lage huurkosten om te kunnen verzekeren dat mocht het concept niet werken er dan niet te veel geld in gestoken is en mocht het wel goed werken is de kans een echte winkel te beginnen. Uit dit onderzoek kwam dat gemeente in Asten niet bereid is te helpen bij de financieren en dat winkeliers ook van mening zijn dat er eigen geld ingestoken moet worden om een pop-up store te kunnen beginnen. In Asten is het lastig een pand met lage huurkosten te vinden omdat er zoals in dit onderzoek meerdere malen naar voren kwam; weinig panden leeg staan. We zitten nu natuurlijk in een andere tijd dan ooit is meegemaakt door de meespelende corona-crisis, er is een veldonderzoek gehouden en de kans dat komende tijd vele winkels failliet zullen gaan is groter geworden en dit zou de eventuele kans op meer beschikbaarheid van panden vergroten waardoor er ook ruimte vrijkomt voor een pop-up store. Wat hieruit te concluderen is dat op het financiële vlak het lastig word een pop-up store in Asten te realiseren door weinig beschikbare ruimte (dit kan dus eventueel veranderen door de corona crisis) en hoge huurprijzen.

Ook blijkt uit de conclusie van het literaironderzoek dat de consumenten toe zijn aan iets nieuws en fris, de consument hoeft geen massaproductie waarbij de producent zo snel mogelijk de voorraad kwijt wil maar een nieuw product. Minister van Economische zaken Henk Kamp: "Klanten willen meer beleving dan alleen boodschappen, de pop-up winkels kunnen goed bijdragen aan het winkelplezier". Uit het veldonderzoek blijkt dat dit niet het enige is wat invloed heeft op de bezoeken van pop-up stores, leeftijd heeft bijvoorbeeld ook een rol. Zo blijkt dat consumenten onder de 40 jaar daadwerkelijk nog opzoek zijn naar dat verfrissende en vernieuwende product, daarentegen hebben consumenten boven de 40 hier geen behoefte meer aan. Ook kwam uit het veldonderzoek dat er niet heel veel meer bezoekers/klanten komen naar de Midas als er een pop-up store is. Over het algemeen zal er dus geen grote stijgende lijn komen als er een pop-up store in de Midas zal komen. De hypothese was dat een pop-up store in de Midas tot een gevolg van meer mensen naar het centrum van Asten zou lijden maar na deze onderzoeken en eerdere onderzoeken van andere marketing bedrijven luidt de eindconclusie op de hoofdvraag; zorgt een pop-up store in Asten (Midas) ervoor dat het aantal bezoekers/klanten omhoog gaat? Hierop is ons antwoord: waarschijnlijk zal door een pop-up store het aantal bezoekers en klanten niet heel hard omhoog gaan.

4.5 Antwoord op hoofdvraag en hypothese

De hoofdvraag van het onderzoek is; Zorgt een pop-up store in Asten (Midas) ervoor dat het aantal bezoekers/klanten omhoog gaat? Het is lastig hier een goed antwoord op te geven. Omdat het verschilt per leeftijdsgroep, mensen onder de 40 zouden eerder naar de Midas gaan als er een pop-up store is, uit nieuwsgierigheid van wat er te koop is. Mensen boven de 40 maakt het niks uit. Zij zouden nooit speciaal naar de Midas gaan om te kijken wat de pop-up store te bieden heeft.

De hypothese is; de populatie gaat omhoog in Asten (Midas) als er een pop-up store komt. Dit klopt dus alleen voor mensen onder de 40 jaar. Als je gaat kijken naar alleen de mensen boven de 40 jaar klopt deze hypothese niet.

HOOFDSTUK 5: DISCUSSIE

Het literatuuronderzoek is op het internet gevonden, dit komt van eerdere onderzoeken die gehouden zijn of kleine artikelen over een pop-up store. Dit gaat over heel Nederland, terwijl in het eigen onderzoek het alleen gaat over de Midas in Asten. Hierdoor kan het eigen onderzoek minder betrouwbaar zijn, het is namelijk niet duidelijk hoe dit in heel Nederland is. De representativiteit van het onderzoek zou vergroot worden als het door heel Nederland werd gehouden in verschillende steden en dat er onderscheidt werd gemaakt tussen dorp/centrum/stad.

De validiteit van het onderzoek is goed, er zijn verschillende leeftijdsgroepen en er zijn mannen en vrouwen geënquêteerd.

We hebben twee verschillende onderzoeksmethodes gebruikt, de enquête en het interview. Dit zijn twee grote manieren van onderzoek. Je hoort van verschillende personen hoe over het onderwerp wordt gedacht.

Voor een vervolgonderzoek zou het dan ook goed zijn om verder in te gaan op deze twee onderzoeksmethodes, en twee nieuwe methodes erbij te gaan gebruiken; observeren en experimenteren. Het zou breder kunnen, verschillende regio's pakken. Denk hier bijvoorbeeld aan het Zuiden van het land en het Noorden. Zouden hier verschillen tussen zitten? Zit er verschil tussen een dorp en een stad? Zo zijn er verschillende manieren om dit breder aan te pakken.

LITERATUURLIJST

Marketing tribune, 25 maart 2015. Geraadpleegd op 2-3-2020 via [https://www.marketingtribune.nl/food-en-retail/weblog/2015/03/\[onderzoek\]-nederlandse-consument-enthousiast-over-pop-up-retail/index.xml](https://www.marketingtribune.nl/food-en-retail/weblog/2015/03/[onderzoek]-nederlandse-consument-enthousiast-over-pop-up-retail/index.xml)

Frank News, 19 juli 2019. Geraadpleegd op 4-3-2020 via <https://www.frank.news/nl/article/marketing/wat-wil-de-ns-met-de-pop-up-stores.html>

Marketing tribune, 6 mei 2016. Geraadpleegd op 4-3-2020 via <https://www.marketingtribune.nl/b2b/weblog/2016/05/hoe-maak-je-van-een-pop-upstore-een-succes/index.xml>

Yourpopupstore, website. Geraadpleegd op 4-3-2020 via <https://yourpopupstore.com/>

Lightspeed, 2019. Geraadpleegd op 5-3-2020 via <https://www.lightspeedhq.nl/blog/retailtrends-de-impact-van-de-pop-up-store/>

BIJLAGE

Bijlage 1: Interview winkel bevestigd in Midas

1. Weet u wat een pop-up store is?
2. Wat vind u van de algemene populatie in de Midas/Asten?
3. Zou u een pop-up store in de Midas een goed idee vinden?
4. Denkt u dat de algemene consument van de Midas / in Asten geïnteresseerd zo zijn in een pop-up store in de Midas?
5. Naar wat voor pop-up stores is de algemene consument van de Midas / in Asten het meest geïnteresseerd denkt u? (Techniek, cosmetica, mode, voedsel).
6. Is het lastig om een bedrijfspand in de Midas/Asten te krijgen als nieuw bedrijf?
7. Denkt u dat een pop-up store zou helpen bij het verhogen van de algemene populatie in Asten?
8. Wat zou voor u een oplossing zijn om de algemene populatie in de Midas/Asten te verhogen?
9. Waarom is de Midas/Asten volgens u een goede plek om een bedrijf te op te starten/vestigen?
10. Wat voor winkels zouden er volgens u in de Midas/Asten nog moeten komen?

Bijlage 2: Interview winkel gevestigd buiten Midas

1. Weet u wat een pop-up store is?
2. Wat vind u van de algemene populatie in de Midas/Asten?
3. Zou u een pop-up store in de Midas een goed idee vinden?
4. Denkt u dat de algemene consument van de Midas / in Asten geïnteresseerd zo zijn in een pop-up store in de Midas?
5. Naar wat voor pop-up stores is de algemene consument van de Midas / in Asten het meest geïnteresseerd denkt u? (Techniek, cosmetica, mode, voedsel).
6. Is het lastig om een bedrijfspand in de Midas/Asten te krijgen als nieuw bedrijf?
7. Denkt u dat een pop-up store zou helpen bij het verhogen van de algemene populatie in Asten?
8. Wat zou voor u een oplossing zijn om de algemene populatie in de Midas/Asten te verhogen?
9. Waarom is de Midas/Asten volgens u een goede plek om een bedrijf te op te starten/vestigen?
10. Wat voor winkels zouden er volgens u in de Midas/Asten nog moeten komen?

Bijlage 3: Interview gemeente medewerker centrumontwikkeling

1. Functioneert de Midas zoals werd verwacht?
2. Waarom is de Midas opgericht?
3. Is de populatie meer geworden toen de Midas kwam.
4. Wat voor eisen moet een bedrijf hebben om in de Midas te mogen starten?
5. Wat voor winkels mist Asten nog in de Midas?
6. Zouden jullie open staan om nieuwe bedrijven door middel van een pop-up store een opstart te geven?
7. Hoelang duurt het voordat een pand in de Midas kan worden uitgegeven aan een pop-up store?
8. Is het mogelijk om een pop-up store in de Midas te laten komen? (Kosten enz.).
9. Zou de gemeente willen mee financieren aan een pop-up store?

Bijlage 4: Enquête

Hoofdvraag: Zorgt een pop-up store in Asten (Midas) ervoor dat het aantal bezoekers/klanten omhoog gaat?

Informatie over een pop-up store:



Een pop-up store is een tijdelijke winkel, vaak verschijnen deze tijdelijke winkels in een bestaand gebouw of lege ruimte. Vaak zijn het tijdelijke projecten om iets aan te kondigen en daarna ergens anders permanent verder te gaan.

Enquête

Woonplaats:.....

Leeftijd:.....

Man / vrouw

	Helemaal mee oneens	Mee oneens	neutraal	Mee eens	Helemaal mee eens
1. Ik doe boodschappen in de Midas (eten, drinken, eerste levensmiddelen)					
2. Ik shop in de Midas (kleding, accessoires, schoenen etc.)					
3. Ik vind dat er genoeg winkels zijn in de Midas					
4. Ik vind het interessant om nieuwe producten van bedrijven te zien					
5. Een pop-up store in de Midas zou populatie in asten positief bevorderen.					
6. Ik vind het een goed idee dat nieuwe ondernemingen de kans krijgen om in Asten een start te maken. (door middel van een pop-up store)					
7. Ik zou eerder naar de Midas gaan als er een pop-up store is					
8. Ik wil een pop-up store in Asten					