



Een tijdelijke winkel helemaal voor jezelf

Pop-up store: de boekhandel in een hip jasje

Steeds meer uitgevers ontdekken de pop-up store, een tijdelijke winkel waarin zij hun boeken promoten en verkopen. Soms gebeurt dat rondom het nieuwe boek van één schrijver, soms ter gelegenheid van een jubileum en soms besluit de uitgever, zoals Van Oorschot deed, meteen maar het hele fonds in de winkel te leggen.

Bij een pop-up store kun je je van alles voorstellen. Kale panden met ruwe muren waarin jongens met baardjes retro asbakken aan de man brengen, waar een boek een concept heet, waar een zinnelijke schrijfster haar nieuwe roman persoonlijk decoreert. Minder waarschijnlijk is dat je onmiddellijk denkt aan de Russische Bibliotheek, aan de ingetogen boekomslagen van uitgeverij Van Oorschot, aan fijnbesnaarde ironie, aan lichte melancholie. Toch was het juist deze traditionele uitgever die in februari en maart van dit jaar het complete fonds in een pop-up winkel in Gouda uitstalde.

Verrassend

Uit de reacties van Van Oorschot-liefhebbers op sociale media bleek dan ook dat het fenomeen bij hen nog niet helemaal ingeburgerd was: 'Ik loop wellicht wat achter, maar wat precies is een pop-upwinkel? Het wekt de kinderlijke suggestie dat er plotseling een winkel uit het niets verschijnt zoals bij de pop-up kinderleesboeken. Maar ik vermoed dat daar een helderder, meer volwassen verhaal achter zit.' Of, zoals een andere lezer mismoedig opmerkt: 'Wist ik maar wat het was, een pop-upwinkel...' 'Een term voor een handelsreiziger', zou Voskuil een pop-up store misschien genoemd hebben.

De eerstgenoemde had het bij het rechte eind: een pop-upwinkel is inderdaad een winkel die uit het niets verschijnt in een tijdelijk leegstaand pand, en na enige tijd weer verdwijnt. De bedoeling is dat mensen juist door dat tijdelijke

aspect verrast worden en het gevoel krijgen iets bijzonders te beleven, zoals locatietheater en tijdelijke galerieën dat al veel langer doen om publiek te trekken.

Uitgevers hebben de pop-up store inmiddels ook ontdekt

Uitgevers hebben de aantrekkelijke kanten van een pop-up store inmiddels ook ontdekt. Meestal gebeurt dat als marketingstunt rondom één nieuwe titel. Uitgeverij Ambo|Anthos was in het najaar van 2012 een van de eerste uitgevers die ermee begon. De uitgever opende voor twee dagen een pop-up store aan de Amsterdamse Haarlemmerdijk. Dat gebeurde ter gelegenheid van de verschijning van het boek *Telegraph Avenue* van Michael Chabon. In de winkel waren uitsluitend exemplaren van deze nieuwe roman te vinden. Lebowski deed vorig jaar hetzelfde in samenwerking met de Nieuwe Boekhandel. De tijdelijke winkel in de Warmoesstraat stond geheel in het teken van de nieuwe roman *De Hartsvriendin* van Heleen van Royen.

Het hele fonds

Uitgeverij Van Oorschot pakte het anders aan en plaatste het hele fonds in één pop-upstore. En dat bleek goed aan te slaan bij de Russische



Bibliotheeklezers. Want hoe hipdoenerig dat 'pop-up store' ook klinken mocht, aanlokkelijk was het wel: een winkelruimte met uitsluitend de beschaafd vormgegeven boeken van Van Oorschot, een oord waar liefhebbers samenkomen, waar je de schrijvers, mits nog in leven, op zaterdagmiddagen kon begroeten, waar de gedrukte Carmiggelt nooit verpletterd zou worden onder het gewicht van Donna Tartt en waar Tsjechov het rijk alleen had, zonder beoedeld te raken door snelle jongens met schreeuwerige jasjes. Kom daar eens om bij de Bruna op de hoek. Bart Jansen, sinds vorig jaar eigenaar van Boekhandel Verkaaik in Gouda, kwam met het idee om tijdelijk een leegstaand hoekpand te huren en daarin het boekenaanbod van Van Oorschot te plaatsen. Hoewel hij in zijn boekhandel al ruimhartig veel planken inruimde voor de boeken van Van Oorschot, was dit een unieke kans om nu eens het hele fonds te kunnen aanbieden. 'Van Oorschot is in mijn ogen meer dan een doorsnee uitgever. Ik beschouw hem als de beheerder van een erfenis en vind het moedig dat hij in deze tijd zo onafhankelijk blijft,' verklaart Jansen.

Lezingen en interviews

Wouter van Oorschot had ook wel oren naar zo'n pop-up store. 'Welke uitgever wil dat nu niet? Normaal gesproken lukt het natuurlijk nooit om al je boeken in één boekwinkel te krijgen.' Van 22 februari tot en met 29 maart verzorgde Van Oorschot elke zaterdagmiddag

een programma met lezingen en interviews. Debutanten en auteurs als Detlev van Heest, Willem-Jan Otten en Frits Abrahams waren te gast. Op zaterdag was de winkel, die zich op loopafstand van Boekhandel Verkaaik bevond, de hele dag open en doordeweeks alleen op aanvraag. Bart Jansen rende op die dagen heen en weer om de klanten in de pop-up store te kunnen helpen. Hij moest zelfs boeken bijbestellen, omdat de verkoop zo hard ging. Vooral de in het zaterdagmiddagprogramma besproken boeken deden het goed en trokken volgens Jansen ook nieuwe lezers die eerder nooit iets van Tsjechov tot zich hadden genomen. 'Legendarisch is inmiddels het verhaal van een Belgisch stel dat vanuit Antwerpen naar Gouda toog om voor vierhonderd euro boeken te kopen. Die hadden ze verder nergens kunnen vinden. Met tassen vol gingen ze weg,' vertelt Bart Jansen.

Veel animo

Hij is net als Wouter van Oorschot zichtbaar ingenomen met het grote animo voor de winkel. Hoewel het Van Oorschot in eerste instantie niet uitsluitend om het commerciële aspect gaat, is het natuurlijk wel prettig als de verkoop bevorderd wordt. 'Ik wil mooie en goed geschreven boeken uitgeven. De boekverzorging is bij ons heel belangrijk. Mijn vader zei altijd al: een goed geschreven boek verdient het om hier te worden uitgegeven. Maar ik moet ook gewoon geld verdienen en voortbestaan. Dus ik ben blij

Hoe begin je een pop-up store?

- **Ga op zoek naar een geschikte locatie**
Soms lukt het om via-via een goede plek te vinden. Er zijn echter ook websites die zijn gespecialiseerd in het bemiddelen tussen huurders en verhuurders van tijdelijke winkels.
www.zazone.nl: met vestigingen in onder andere Utrecht, Amsterdam, Den Haag en Zwolle.
www.popupsquare.nl: platform voor pop-up stores.
www.berenstraat24.nl: winkelruimte in de Negen Straatjes in Amsterdam. Je kunt de ruimte huren voor een weekend, week of maand.
- **Zoek een boekwinkel om mee samen te werken**
Een boekhandel kan je helpen om het plan te faciliteren. Hij beschikt over een kassa, over personeel, weet hoe je een winkel inricht, hoe je boeken verkoopt. De opbrengst van de verkoop wordt meestal onderling verdeeld. Kies wel een boekverkoper uit die affiniteit heeft met je fonds.
- **Bedenk wat je in de winkel gaat aanbieden**
Wat wil je laten zien? Eén schrijver met een nieuw boek, uitsluitend jeugdboeken, vier verschillende schrijvers met hun boeken of het complete boekenaanbod? Zoek naar een vorm die goed bij je past en aansluit bij de lezers die je wilt bereiken.
- **Combineer de verkoop met een aantrekkelijk programma**
Alleen boeken verkopen is niet voldoende. Zorg dat je de klanten iets extra's te bieden hebt: lezingen, workshops, auteursoptredens, voorleessessies, live muziek enzovoort.
- **Zorg dat je te vinden bent**
Sociale media zoals Twitter en Facebook zijn een prima middel om de nieuwe winkel onder de aandacht te brengen. Maak een pagina aan op Facebook en zet daarop de evenementen waaraan mensen kunnen deelnemen. Verstuur persberichten naar regionale media, plaats aankondigingen op je website, druk eventueel flyers of posters.
- **Zorg voor een pinautomaat**

Klanten hebben geen zin om eerst op zoek te moeten naar een pinautomaat. Dan kopen ze dat boek alsnog op bol.com.



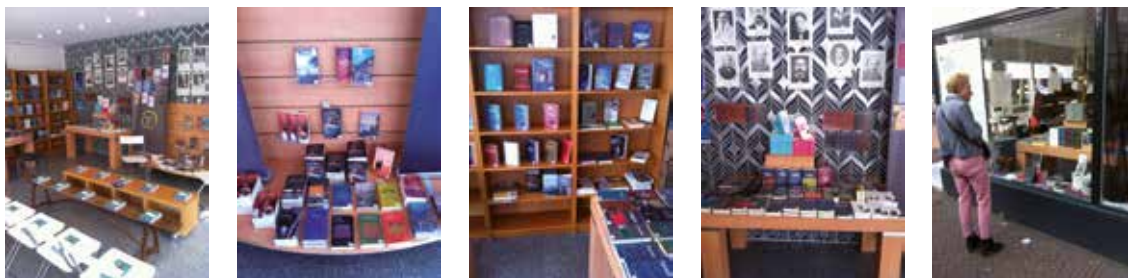
als er mensen zijn die die mooie boeken willen kopen.'

En die zijn er, weet Bart Jansen. 'Soms was het zo druk in de pop-upwinkel dat ik mijn hiel tegen de deur moest zetten om mensen buiten te houden.' Zoals op die middag waarop Wouter van Oorschot voorlas uit Tsjechov en Carmiggelt. Zijn voorleeskunst bleek niet alleen aan te sporen tot een gretige verkoop van de gedrukte verzamelbundel van Simon Carmiggelt, maar ook andere emoties los te maken. Bij elke slotzin van een verhaal klonk op de achterste rij een instemmend gekreun van een van de bezoekers: 'Geweldig! Een juweeltje! Prachtig! Oh, ga hiermee door, Wouter! Kun je het hele fonds niet voorlezen?'

Anderen reageerden zichtbaar opgetogen op de ontmoeting met gelijkgestemden. Hier konden zij met een gerust hart zeggen dat Van Oorschot zich gelukkig niet bezighield 'met dat enge tv-gedoe' zonder op tegenstand te stuiten. 'Het grijsgehalte onder de bezoekers was wel hoog,' zegt Jansen. 'De jeugd mis ik helaas nog.' Dat is ook merkbaar op de Facebookpagina van Boekhandel Verkaaik. Onder een aankondiging van de Van Oorschot pop-upwinkel reageert een hippe, jonge vrouw: 'De complete Russische Bibliotheek? Gaaf! Ga ik tegen mijn vader zeggen!'

Elke dag een ander

Van Oorschot is tot nu toe de enige uitgever die ervoor koos om het complete boekenaanbod in een pop-up store te zetten. De meeste uitgevers kozen voor een andere aanpak. Zo stond in de pop-upwinkel van Uitgeverij Cossee in november 2012 elke dag een andere auteur centraal. Bezoekers konden gedurende twee weken optredens en signeersessies van onder andere Gerbrand Bakker, Aleid Truijens, Jan van Mersbergen en Saskia Goldschmidt bijwonen. Uitgeverij Cossee opende de winkel in de Berenstraat in Amsterdam, ter gelegenheid van het tienjarig bestaan. Het jaar daarop, in oktober 2013, begon Uitgeverij Gottmer in samenwerking met boekhandel



H. de Vries uit Haarlem een jubileumwinkel ter gelegenheid van het 75-jarig bestaan van Gottmer. Gedurende acht dagen konden bezoekers boeken kopen en meedoen aan allerlei activiteiten. Zo was er voor kinderen een Grijeze Jager-middag en kwam Jet Boeke een tekenverhaal over Dikkie Dik maken.

Goed voorbeeld doet volgen, want al snel daarna begon Lemniscaat in Polare Rotterdam ook een pop-up store, maar dan een van zo'n 150 vierkante meter, met vooral jeugdboeken. Kinderen kregen boekenadvies op maat en werden vermaakt met allerlei festiviteiten. Een kleinschaliger initiatief was dat van Martin's Pop-Up Book Store in Breukelen. Libris Boek en Kantoor Marinus van Kralingen verkochten hier in samenwerking met uitgeverij Librero boeken over kunst, architectuur, fotografie, design en creativiteit.

Pop-up stores winnen aan populariteit, omdat ze goed in te zetten zijn als marketinginstrument. Door de crisis staan bovendien meer panden leeg, waardoor het makkelijker is om een locatie voor een pop-up store te vinden. Dat juist uitgeverij zich steeds meer aangetrokken voelen tot deze tijdelijke winkels is niet zo verwonderlijk. Het is vaak knokken om een (goed) plekje in de boekwinkel krijgen. Zo'n pop-up store is een prima gelegenheid om lezers bekend te maken met je boeken en aan je te binden. Niet in de boekhandel zelf, maar op een verrassende, nieuwe plek. En juist dat is aantrekkelijk voor klanten. Het is weer eens wat anders dan de boekwinkel die ze allang kennen, waar vooral de bestsellers op de tafels opvallen en waar ze soms alleen maar even de tijdschriften doorbladeren of een verjaardagskaart kopen. Een pop-up winkel creëert exclusiviteit, biedt een eenmalige ervaring, geeft het gevoel dat je dichterbij het vuur bent dan al die anderen.

Hartsvriendin

En met dat idee moeten ook de fans van Heleen van Royen in mei 2013 naar haar winkel zijn gegaan. Het liep er storm. Van Royen was de

eerste Nederlandse schrijfster die een pop-upwinkel opende om haar nieuwe roman *De Hartsvriendin* te promoten en te verkopen. Van Royen bedacht het concept samen met haar dochter die Economics & Business Studies studeert. Ze werkten het plan uit en Van Royen belde meteen haar uitgever Lebowski: 'Jongens, ik wil een store.'

Jongens, ik wil een store

Een zo geschiedde. Een week lang zette Uitgeverij Lebowski in een pand in de Amsterdamse Warmoesstraat haar nieuwe boek in de schijnwerpers. De winkel werd gerund door Monique Burger van De Nieuwe Boekhandel. De schrijfster zat zelf tussen haar boeken, begroette de lezers en voorzag ze van een handtekening. Wat Heleen van Royen kan, kan ik ook, moet debutante Martina Bernard gedacht hebben toen zij met haar roman *Ambitie* achter het raam van een pand in Dordrecht kroop. In een pop-up store aan de Groenmarkt in Dordrecht verwelkomde ze elke bezoeker met een glas champagne en maakte ze er naar eigen zeggen 'vier dagen lang een feestje van.' 'Eén schrijver in een winkel zetten en de zaak vervolgens volgooien met zijn eigen boeken is niet helemaal onze stijl,' zegt Wouter van Oorschot. Wat die stijl dan wel is heeft Bart Jansen van Boekhandel Verkaaik goed aangevoeld. Zorgvuldig stalde hij de boeken uit op houten tafels, alle met de borst vooruit. Zo creëerde hij een plek die gemaakt leek om te sluipen, om boeken te beroeren met de eerbied die ze verdienen en die misschien wel tegen wil en dank een pop-up store moest heten.

Verder lezen op inct.nl

Op de website van inct vindt u onder meer de volgende gerelateerde artikelen:

- ▶ Hoe krijg ik mijn boek in de boekhandel?
- ▶ Hoe krijg ik mijn boek onder de aandacht van de pers?