

Wat disruptie doet

04-02-2015 09:31

Door Hans Verstraaten

Bron: RetailTrends 1

Ik las onlangs dat Cor Molenaar, onze enige, echte retailgoeroe (het NOS Journaal had onlangs ook een soort retailgoeroe, iets tussen een meisje en een vrouw in, die in de Kalverstraat giechelend stond uit te leggen waarom MEXX failliet was gegaan, geen touw aan vast te knopen, aan dat vrouwtje, ja, ik geef het niet graag toe, maar het blijkt toch een vak, retailgoeroe en, even wat anders, volgens mij is deze zin ernstig uit de hand aan het lopen), dat die Cor Molenaar er vanuit gaat dat één op de drie winkels ten dode is opgeschreven, evenals tien tot vijftien procent van de winkelcentra en, meldde hij ook nog, voor winkelbranches als muziek, boeken en elektronica is geen toekomst en, nog zo wat (en ik vrees dat deze zin niet meer te redden is, maar dit terzijde), ongeveer de helft van alle modewinkels zal niet overleven.

Poeh hé, dacht ik, en ik zag uitgestorven winkelcentra voor me en aan lager wal geraakte winkeliers, bedelend, met een fles goedkope wijn in de hand. Maar toen besloot Cor plotseling met de volgende drie zinnen: 'Dat is ook niet erg. Dat heet disruptie. Dat hoort bij het leven.'

Mooi gezegd, toch? U runt een elektronikaketen en die dreigt over de kop te gaan. Uw levenswerk! U zit in zak en as maar dan hoort u dat dit enkel en alleen disruptie is en dat disruptie niet alleen bij het leven hoort, maar bovenal Nieuwe Kansen schept. Met dit innovatief inzicht sluit u uw keten en begint een studie neurochirurgie, heel wat anders ja, maar, stelt u vast, eigenlijk bijna net zo nuttig als leuk als wasmachines en flatscreens verkopen.

Disruptie is echt in opkomst. Ook onder bankiers. U heeft vast gemerkt dat retailers nog maar heel moeilijk een krediet krijgen, waarbij bankiers stelselmatig wijzen naar DNB, AFM en Basel III met hun strengere toezicht en strengere regelgeving als de schulden, want ja, je kunt veel van een bankier verlangen, maar toch niet dat hij ooit naar zichzelf zal wijzen.

En weet u wat die bankiers nu tegen die retailers zeggen? Jongens, deze disruptie, die is juist goed voor jullie! Zo ontdekken jullie nieuwe financieringsbronnen – private equity, crowdfunding, misschien je oma wel of desnoods, kan ook, een Chinees goksyndicaat – en, mooi hoor, zo ontdekken jullie nieuwe werelden en als dat niet lukt dan sluit je je deur en dat is ook niet erg want dan ontdekt je als kersverse failliete ondernemer ook nieuwe werelden en nieuwe werelden, dat is een synoniem voor Nieuwe Kansen.

Ik hoorde onlangs op de radio een moderetailer die vertelde dat hij een fenomeen als Zalando een uitdaging vond. Ja, zoiets creëerde, komt ie weer, Nieuwe Kansen. Als eenzame moderetailer enthousiast worden over de strijd tegen een Duitse onlinegigant die zich jaar na jaar miljarden verliezen kan permitteren. Het zal wel weer veroorzaakt worden door disruptie, maar het komt toch ook wel een beetje in de buurt van wat in de psychiatrie bekend staat als psychose.

Disruptie is in de leer der economie het tweelingbroertje van creatieve destructie, een begrip grootgemaakt door de Oostenrijker Joseph Schumpeter en als volgt uit te leggen: in de economie vindt voortdurend vernietiging plaats, voornamelijk door nieuwe technologie, en daar moet je, men raadt het al, niet om treuren. Welnee, want dit dwingt ondernemers juist tot ontzettend creatief gedrag. Disruptie, creatieve destructie: hoe je zelfs de meest belabberde situatie zonnig kunt bezien.

Ik werk in het centrum van Tiel en zie maand na maand de ene na de andere winkel de deur sluiten, enfin, een

situatie die gemaakt is voor disruptie, want wat een Nieuwe Kansen levert dit op! Zo kun je, ik noem maar wat, de Weerstraat (winkelleegstand: vijftig procent) omtoveren tot een domein voor startups, tot het Silicon Valley van De Betuwe. En de HEMA, aan het eind van de straat, wordt hét centrum voor experimentele designers. De Markt, erachter, wordt een paradijs voor lekker vrij rondscharrelende biggetjes. En zeker blijft er ook plaats voor fysieke winkels, maar dan very high end en very niche. Waar nu de Bruna zit – met een bord TE HUUR op de deur – kan een filiaal van Hermès komen en de even verderop gelegen Harense Smid – nog net even open – is een prima plek voor een flagshipstore van Prada. Ja, dat is wat disruptie doet – niet alleen met een provinciestad, maar bovenal, steeds meer, steeds erger, met de hersenen van tot voor kort weldenkende mensen.