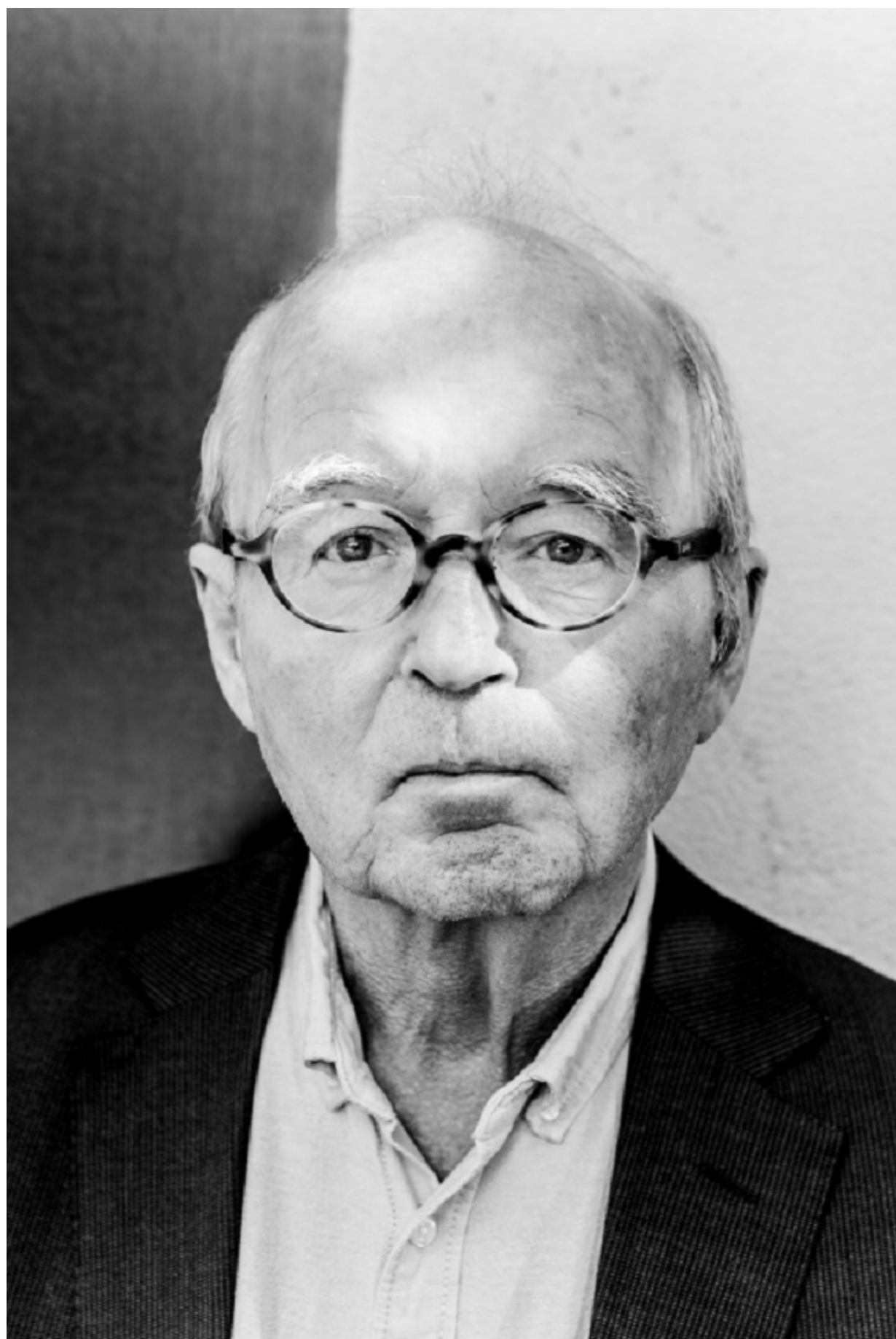


Je kunt nog beter een levende pad eten

18-03-2016 10:35



Onze columnist en voormalig hoofdredacteur Hans Verstraaten overleed op 29 december op 62-jarige leeftijd. Ter ere van hem publiceert RetailTrends deze week elke dag een van zijn beste columns van de afgelopen jaren. Vandaag: de opkomst van het retailnieuws.

Kent u dat Chinese gezegde? Het gaat zo: 'Je kunt elke ochtend het beste beginnen met het eten van een levende pad, dan kan de rest van de dag alleen maar meevallen'. In mijn omgeving is er geen pad te bekennen, levend noch dood, maar ik heb tegenwoordig mijn eigen variant. Ik begin de dag met het doornemen van het laatste retailnieuws in de media – wat dermate deprimerend is dat wat er verder ook geschiedt die dag (afspraak gaat niet door, net de trein gemist, hond rent weg tijdens het uitlaten) ik daar alleen nog maar mild om kan lachen.

Toen ik een jaar of tien terug met deze column begon was retail zelden of nooit in het nieuws. Nou, wat je vooruitgang noemt zeg. Geen dag gaat er nu meer voorbij of lege winkels komen in beeld, treurige klanten aan het woord, er wordt ingezoomd op huilend personeel en – ja, daar zijn ze weer hoor, meer dan ooit zelfs – retailgoeroes leggen even uit dat dit nog maar het begin is van een naderende ramp voor onze binnensteden en...

Benevens deprimerend is het vooral zó saai, zó voorspelbaar allemaal. Ja, zó een zich dagelijks herhalende berg aan clichés en open deuren. Omdat ik de dag eigenlijk toch wel wat vrolijker zou willen beginnen, wil ik graag de volgende zaken en mensen en zinnen liefst een jaartje of twee, drie niet meer zien, horen of lezen: Gerri Eickhof in een winkelstraat, Gerri Eickhof in een winkel, Gerri Eickhof in een magazijn van een winkel, Gerri Eickhof naast een kassa, Gerri Eickhof die een vraag stelt: 'Vindt u het ook zo erg dat deze V&D hier achter ons' – camera zoomt in op de V&D achter Gerri – 'nu dicht is?'

Een managementgoeroe die meldt dat binnen drie jaar 23 procent van de winkels in de binnensteden leeg zal staan, drie minuten later gevolgd door een managementgoeroe die meldt dat binnen vijf jaar 38 procent van de winkels in de binnensteden leeg zal staan. En niemand die ooit vraagt: 'hoe komt u aan die cijfers?'

Maar eigenlijk nog veel erger: managementgoeroes die in de media melden dat we eigenlijk blij moeten zijn met al die faillissementen. Oh ja, want dan komt er volop ruimte in onze binnensteden voor 'creatieve winkelconcepten vol beleving'. Ja, zo'n leegstaande V&D kun je volstoppen met 'leuke pop-upstores vol beleving'. Weleens bedacht hoeveel vierkante meter zo'n V&D telt? En een mens op zaterdag maar een bepaalde dosis beleving aan kan eer hij of zij gillend uit de binnenstad vlucht?

Echtparen van middelbare leeftijd die duidelijk niet met hun tijd zijn meegegaan en voor de camera melden: 'Ja, V&D, ze gingen ook niet met hun tijd mee, hè?'

Ontzettend blij stem (maar zelf nog nooit een winkel gerund): 'Je moet dit juist als een uitdaging zien!'

'Ik voorspel dat Blokker/Hema/Etos/Ako/Primera/etc. de volgende zal zijn die omvalt.'

'Bij ons in de studio Cor Molenaar, deskundige op het gebied van winkelgebieden. Meneer Molenaar, u ziet het somber in, toch?'

'Kijk, Coolblue, die zijn dus wél goed bezig hè.'

'Bij ons in de studio Wim van de Ven, historicus gespecialiseerd in de geschiedenis van het winkelbedrijf.'

Meneer Van de Ven, wat er nu gebeurt, dat stemt u vast niet vrolijk?’

Jongens van midden twintig die echt hélemaal bij de tijd zijn en voor de camera melden: ‘Ik? Ik koop alles alleen nog maar online joh. Easy!’

‘De klant wil vooral beleving hè.’

‘Ik zag dit drie/zes/twaalf/vijfentwintig/etc. jaar geleden al aankomen.’

Ontzettend ernstige stem (maar zelf nog nooit een winkel gerund): ‘Als je als retailer nu nog geen omnichannel strategie hebt, ja, dan kun je het toch echt wel schudden.’

‘Gratis parkeren in de binnenstad, leuk hoor, maar dat gaat de retail echt niet redden.’

Gerri Eickhof staat voor de zesde keer voor een gesloten V&D: ‘Een icoon verdwijnt uit de Nederlandse binnenstad’. Vraagt aan een ontslagen werknemer: ‘Is dit moeilijk voor u?’

En dan, last but not least, deze natuurlijk, zo onnoemelijk vaak gehoord en gelezen en zo onnoemelijk leeg dat het heimelijk eigenlijk wel weer leuk wordt: ‘We moeten de klant weer centraal stellen.’ Ik ga toch maar eens op zoek naar een levende pad.

Bron: RetailTrends 3, 2016

Hans Verstraaten