

Prijzenoorlog is cultureel gevaar

11-11-2005 00:00

De neerwaartse spiraal van almaar lager wordende prijzen is een gevaar voor onze economie en cultuur. Dat verkondigt de Zwitserse filosoof David Bosshart in zijn boek 'Goedkoop'. De Wal-Martisering zal desastreuze gevolgen hebben voor onze samenleving. "Met prijzen stunten is gewoon luiheid. Het is het tegendeel van inventiviteit, kuddegedrag, iedereen doet het", aldus Bosshart. In zijn boek analyseert hij Wal-Mart, in zijn ogen de tegenhanger van de Europese Aldi en Lidl. Het Amerikaanse bedrijf ziet zichzelf niet meer als retailer maar als distributeur. De producten moeten in een zo hoog mogelijke snelheid aan zoveel mogelijk mensen worden verkocht. Wal-Mart begon als supermarkt en verkoopt nu zo goed als alles. Inmiddels koop je op de goedkoopste manier ook oorbellen van 34.000 dollar bij Wal-Mart.

De lage prijzen hebben een grote keerzijde. Het bedrijf werkt met vaste toeleveranciers. Deze groep krijgt jaarlijks minder voor hun waar. En nadat je product in de schappen heeft gehangen bij de prijsvechter is het imago dusdanig aangetast dat het moeilijk is om een dergelijke omzet bij een andere keten te behalen. Er is dus geen weg terug meer. In de ogen van Bosshart je reinste zelfdestructie.

Ook voor de klant is het winkelen minder leuk. Het aanbod laat de originele afkomst van het bedrijf zien: mainstream producten liefst met christelijke inslag. Daardoor komt alles wat afwijkt niet in de schappen. Uiteindelijk kunnen kunstenaars en andere creatievelingen nergens meer terecht met hun verrassende en innovatieve producten. Hetgeen zorgt voor een verarming van de cultuur.