

Retailcanon: HEMA van start in Amsterdam

11-08-2016 12:41



RetailTrends stelde drie jaar geleden ter gelegenheid van het honderdste nummer een retailcanon samen. Honderd hoogte- en dieptepunten van de Nederlandse retailgeschiedenis passeerden de revue. De komende vier weken staat RetailWatching stil bij de honderd grootste retailgebeurtenissen in ons land, aangevuld met enkele belangrijke ontwikkelingen die na het samenstellen van de canon nog hebben plaatsgevonden. Vandaag deel vier, met onder meer het begin van HEMA en de introductie van de roltrap.

Begin van HEMA (1926)

Hollandsche Eenheidsprijzen Maatschappij Amsterdam wordt opgericht door de makers van de Bijenkorf. Maar dit concept is heel anders: alle producten zijn alleen bij de HEMA te koop en ook nog tegen eenheidsprijzen van 25 en 50 cent. In de zaak aan de Amsterdamse Kalverstraat loopt het storm. Zo ook aan de spoedig daarna geopende tweede zaak, aan de Amsterdamse Oude Hoogstraat. Hier is een voor Nederland geheel nieuwe formule ontstaan: een warenhuis, eindelijk, voor iedereen, met eigen producten en zonder pretenties.

Introductie van de roltrap (1926)

Het nieuwe gebouw van de Bijenkorf aan de Grote Marktstraat in Den Haag is voorzien van een Amerikaanse uitvinding met een Franse naam: l'escalier roulant. De roltrap doet zijn intrede in de retail en dat gebeurt niet geruisloos. Maandenlang zijn de vier roltrappen van het gebouw overbezet door dolenthousiaste gebruikers

(niet te verwarren met dolenthousiaste kopers).

V&D ontdekt customer media (1927)

V&D verzint een nieuw middel in het kader van klantenloyaliteit: een blad van het retailmerk voor klanten. 'De Praktische Huisvrouw' luidt de naam. Inderdaad, bomvol praktische huishoudelijke tips, maar ook gevuld met 'entertainment en tips'. Het relatiemagazine is geboren als loyaliteitstool.

Wet voor winkeltijden (1930)

De eerste wettelijke regeling voor winkelsluiting in Nederland is een feit. Deze wet staat openstelling toe op werkdagen van 05.00 tot 20.00 uur en op zaterdag tot 22.00 uur. En op zondag? Op zondag blijven winkels gesloten. Al zijn er inmiddels binnen en buiten het parlement steeds meer mensen die zich afvragen: waarom eigenlijk?

De eerste retailroman (1933)

'Kaas' van Willem Elsschot verschijnt, een retailroman. 'Kaas' is en blijft een van de zeer weinige Nederlandstalige romans die zich in retailkringen afspelen – briljant geschreven, en inmiddels een klassieker uit de Nederlandstalige literatuur. Hoofdpersoon Frans Laarmans besluit in kaas te gaan handelen, meer in het bijzonder volvette Edammer. Als de eerste lading arriveert, weet hij bij God niet hoe hij de kaas aan de man moet brengen. Literaire boodschap: retail is een vak apart. Overdag werkt Elsschot overigens als reclamemaker, met voornamelijk retailers als klanten.