

Wees geen Hillary, maar ook geen Donald

06-01-2017 09:27



Door Peter Berg
Algemeen directeur van Jeans Centre en Ensign Blue

De verkiezingsuitslag van 9 november was voor heel veel mensen a big shock. Sommigen vergeleken het zelfs 9/11. Dat lijkt mij zeer overdreven en bovendien erg misplaatst, met oog op al het leed dat die dag veroorzaakt heeft. Wat zegt deze overwinning van onze Dagobert – eh, sorry Donald Duck – Trump ons dan wel? Vooropgesteld dat ik maar een retailer ben en geen verstand heb van de Amerikaanse politiek; volgens mij zegt de verkiezingsuitslag dat de Amerikanen 9 november niet voor Donald Trump, maar tegen Hillary Clinton gestemd hebben. De Amerikanen hadden maar twee kruisjes waartussen ze konden kiezen en ze hebben gestemd tegen de gevestigde orde.

Ik hoor je denken: 'Wat heeft dit met retail te maken?' Ik zie een mooie parallel met onze branche. Ook onze Nederlandse consument laat merken dat ze klaar zijn met een groot deel van de gevestigde orde in de winkelstraten. We gaan het lijstje niet weer oprakelen, maar V&D en Harense Smid – om er toch een paar te noemen – zijn voorbeelden van de gevestigde orde. Deze ketens bestonden tenslotte meer dan honderd jaar.

Gelukkig voor de Nederlandse retailbranche heeft de consument meer keuze dan slechts twee kruisjes. Daarom hier een oproep aan alle bestaande en nieuwe retailers in ons land: wees geen Hillary, maar ook geen

Donald. Vernieuw met een eerlijk verhaal, verras met een nieuw concept of kom met iets unieks in je bestaande formule. Het is niet gek dat Marks & Spencer ons na vier jaar weer gaat verlaten. Want alleen Engelse muffins en andere typische Engelse foodartikelen, bieden veel te weinig toegevoegde waarde in de binnenstad .

Alle failliete winkelketens die triomfantelijk een doorstart hebben aangekondigd, moeten hun formule rigoureus anders aan de consument presenteren. Doen ze dit niet, dan vallen ze in de categorie Hillary en zullen ook zij het naar alle waarschijnlijk niet redden. Hilary geeft de FBI de schuld voor het verliezen van de Amerikaanse verkiezingen. Naar wie gaan de doorstartende retailers wijzen? De consument?

Bron: RetailTrends 12