

Waarom Schorem scoort op social media

10-03-2017 00:43



Schorem wordt door sommigen beschouwd als de barbier die de wereldwijde groomingtrend heeft ontketend. "Wij staan in ieder geval in de hoogste regionen van de voedselketen", vertelt oprichter Robert-Jan ('Bertus') Rietveld in het maartnummer van RetailTrends.

Schorem krijgt klanten uit alle hoeken van de wereld en heeft op Facebook bijna één miljoen fans. Sommigen wachten vijf uur op een knipbeurt, buiten voor de ruit van de shop aan de Nieuwe Binnenweg in Rotterdam. "Die hysterie was nooit onze bedoeling, wij wilden gewoon lekker knippen", zegt Rietveld. "Maar ik zei ook: ze kiezen er zelf voor om onze zaak als een bedevaartsoord te zien."

Schorem begon volgens hem 'op het juiste moment, toen de kracht van Facebook net ontdekt werd'. "Het is moeilijk te geloven, maar die wereldwijde hype hebben we aan Facebook te danken. Eigenlijk zijn we superslim geweest, zonder per se slim te zijn geweest. Snap je wat ik bedoel?" Rietveld heeft het over de geinige quotes en plaatjes van kapsels die hij via social media ging verspreiden. "En dat werkte. Ik weet nog dat ik een foto van mijn hond plaatste. Zo'n bullterriër, met een enorme klodder scheerschuim op zijn bek. Opeens gebeurde er iets gekks. Mensen gingen ons nadoen, ze deelden vergelijkbare foto's met hun eigen hond. In no time hadden we vijfduizend likes."

Inmiddels zijn het er op een haar na een miljoen. Over Instagram is Schorem inmiddels over de kwart miljoen volgers heen. Waarom deze de Nederlandse barbier zo populair is? Deze twaalf voorbeelden geven misschien

het antwoord.

Rietveld begon met 'mapjes vullen', waaronder met geinige quotes...

...geinige plaatjes...

...en uiteraard plaatjes met kapsels.

Vooraf op Instagram doen de kapsels het goed.

Op Facebook had Schorem zelfs even zijn eigen strip.

De liefde voor whiskey wordt massaal gedeeld.

Rietveld weet nog dat hij een foto van zijn hond plaatste. "Zo'n bullterriër, met een enorme klodder scheerschuim op zijn bek. Opeens gebeurde er iets gek. Mensen gingen ons nadoen, ze deelden vergelijkbare foto's met hun eigen hond."

Je krijgt regelmatig een kijkje achter de schermen.

De barbier vertelt veel over zichzelf...

...en over zijn gereedschap.

Foto's zijn niet zelden ware kunstwerken.

Deze video waarin 'Gio Thenewkid', een van de barbiers, zijn skills laat zien is meer dan een half miljoen keer bekeken.

Authenticiteit is een woord dat vaak wordt geassocieerd met Schorem. In het maartnummer van RetailTrends vertelt Robert-Jan Rietveld meer over het 'Schorem-gevoel', waarvoor mannen uit de hele wereld naar Rotterdam komen. Ook een abonnement op RetailTrends? [Klik hier voor meer informatie.](#)