

De vrijdenkers van Free Record Shop

28-03-2017 09:26



Door Rupert Parker Brady
Directeur [Retaildenkers](#)

Recensie boek 'Free! De opkomst en ondergang van een eigenwijs bedrijf'. Hans Breukhoven en Juan da Silva, Karakter Uitgevers (2017).

Eens in de zoveel tijd verschijnen er boeken die je gelezen moet hebben. Het zijn voor mij vaak de gebundelde verhalen over vermaarde bedrijven waar veel mensen wat mee hebben als medewerker of consument. Spraakmakende merken die worden geleid door ondernemers die de zaken onconventioneel aanpakken en juist daardoor succesvol zijn. Het oorspronkelijke Free Record Shop is een iconisch bedrijf dat succesvol is geworden in een tijdperk waar veel mocht en alles kon. Het komt niet vaak voor dat de ondernemer persoonlijk heeft getekend voor het manuscript.

Ik wist dat het nooit de bedoeling was dat het boek een rouwrandje zou krijgen. In oktober 2014 vertelde Hans Breukhoven in een exclusief interview met De Telegraaf dat hij samen met zijn goede vriend Juan da Silva bezig was 'de geweldige jaren bij Free Record Shop' op te schrijven. Hij had dan wel naar eigen zeggen 'de onderkant van de hel' gezien en 'bijna alles verloren', het was zijn eer te na om het bedrijf in de vergetelheid te laten zakken. En als Hans iets in zijn kop had, had hij het zeker niet in zijn kont. Een doener pur sang; bij leven, welzijn en ook tijdens zijn slopende ziekte. Tot op het laatst een vechter, die op zijn zeventigste

verjaardagsfeest vorig jaar nog op de dansvloer stond. Deze man had 'niet lullen maar poetsen' eigenhandig uitgevonden.

Kritische geluiden

Ik ben blij dat het hem gelukt is om zijn laatste wens te verwezenlijken. Free! is een jongensboek dat je meevoert in de denkwereld van de twee zielsverwanten: Juan de beste inkoper en Hans de rasondernemer. Keiharde zakenmannen, players bij uitstek. Ze wisselen elkaar af om de lezer te onderhouden over de chronologie der gebeurtenissen, afgewisseld met smeugige anekdotes. De sterk gekleurde verhalen zijn gelardeerd met citaten van voormalige 'samenwerkers'. Kritische geluiden worden vermeden op een aantal relativerende opmerkingen van de auteurs na. Die komen erop neer dat met het instorten van de cd-markt en de opkomst van internet opeens niet alles meer in goud veranderde wat ze samen bedachten.

Hier en daar staat een opmerking van een oud-medewerker die erop wijst dat de veelbezongen vrijheid van handelen en werkplezier bij de vriendenclub pak 'm beet de laatste tien jaar noodgedwongen moest plaatsmaken voor een meer zakelijke aansturing en pijnlijke maatregelen. Dit leidde tot een opeenstapeling van verkeerde beslissingen en paniekvoetbal om de winkels nieuw bestaansrecht te geven in het tijdperk van (illegale) downloads, internet en iTunes. Te allen tijde houden Hans en Juan de regie om de volgordelijkheid der gebeurtenissen te beschrijven. Ze schromen niet om een aantal topmanagers flink onderuit de zak te geven. Het mondt nog net niet uit in een afrekening, maar het scheelt weinig. De frustraties spatten er van af. Hoe kon het bestaan dat zo'n mooi bedrijf ten onder moest gaan? Alleen de markt de schuld geven is niet genoeg. Free Record Shop is mijn inziens ten onder gegaan door een gebrek aan focus en realiteitszin. Het moment dat Hans zijn bedrijf van de beurs wist te halen, was het begin van het einde.

Ik weet nog goed het moment. Als hoofdredacteur van NieuwsTribune was ik organisator van de prijs Retailer van het Jaar. Op het podium in de Beurs van Berlage interviewde ik op 5 april 2001 Piet Zoomers, Roland Kahn en Breukhoven, die alle drie waren genomineerd voor deze persoonlijke onderscheiding voor innovatie, lef en visie. Vlak voordat de winnaar bekend werd gemaakt, merkte ik dat Hans kon zien welke naam op het bronzen beeldje stond dat klaarstond om te worden uitgereikt. Zijn gezicht sprak boekdelen, maar de trotse pauw wist zich in te houden totdat de juryvoorzitter het juryrapport voorlas. Tina Turners 'Simply the best' – het credo van Free Record Shop – schalde door de zaal. Zijn vrouw Vanessa schreed door de zaal om haar man te omhelzen. Uitgerekend die dag publiceerde NRC Handelsblad een kritisch artikel over de ondermaatse prestaties van het beursgenoteerde bedrijf. Negen maanden later telde de multimiljonair 35 miljoen euro neer en had hij de teugels weer in handen.

Voor de duvel niet bang

Het geesteskind van Hans kon dankzij de conservatieve muziekindustrie ontkiemen, het imploderen van diezelfde sector heeft zijn bedrijf de nek gekost. Mensen jonger dan 25 jaar kunnen zich er geen voorstelling van maken. Er was een tijd dat heel Nederland platenzaken platliep en jongeren hun spaarcenten uitgaven aan muziek. Er was een enorme honger, en Hans en Juan wisten daar als geen ander op in te spelen. De selfmade marketeer en muzikliefhebber begrepen hoe je met stunts en veel bravoure 100% naamsbekendheid kon krijgen. Voor de duvel niet bang bedachten ze aller trucs binnen en buiten de grenzen van de wet om mensen naar hun winkels te krijgen.

Het boek is absoluut enorm waardevol voor al die jonge mensen die de gouden jaren van Free Record Shop nooit hebben mee gemaakt en de zeltogende winkel herinneren, waar de elpee's, cd's en dvd's werden verdrongen door allerlei branchevreemde fratsen om maar een stuiver te verdienen. Bij Free Record Shop draaide het jarenlang 100% om ondernemerschap en 100% om klanten. Totdat de concurrentie vanwege online letterlijk ongrijpbaar werd en de keten zich wist te vervreemden van haar klanten. Waren er dan veel slechte adviseurs? Hans was niet het type ondernemer die zich iets op de mouw liet spelden, ook als het wijze raad

was. En dat was tegelijkertijd zijn achilleshiel. Hij maakte liever zijn eigen fouten dan dat hij op zijn handen ging zitten en nietsdoen. Met wat meer geduld en minder eigengereidheid had Free Record Shop wellicht nog kunnen bestaan, maar dan in sterk gekrompen vorm en klaar voor de toekomst.

Het boek was nog beter geworden als het met wat meer journalistieke distantie was geschreven, en ook andere mensen hun licht op de geschiedenis hadden kunnen laten schijnen dan de pioniers en vertrouwelingen. Dan was het boek echter nooit zo persoonlijk geweest, vol met privékiekjes van de makers en grappige terzijdes van twee stoere jongens die opscheppen over hun beste jaren. Het boek is een en al emotie. En dat past 100% bij de persoon die Hans was.

RetailTrends Media geeft in samenwerking met Karakter Uitgevers vijf exemplaren van het boek 'Free! De opkomst en ondergang van een eigenwijs bedrijf'. Interesse? Stuur dan een e-mail met naam en adresgegevens naar redactie@retailtrends.nl. Vermeld in het onderwerp 'Free'. Reageren kan tot en met 2 april. Alle winnaars krijgen persoonlijk bericht.