

Hoe ga je van bezit naar gebruik?

08-05-2017 10:00



Door Suzanne Geurts

Bron: RetailTrends 2

"Let's be clear, ik ben niet tégen consumptie. Wel zijn mensen omringd door nutteloze spullen. Een auto staat 59 procent van de tijd voor de deur, Britten hebben gemiddeld 23 items in hun kledingkast die nog nooit gedragen zijn." Aan het woord is de Britse trendwatcher James Wallman, wiens boek *Stuffocation* vorig jaar in Nederland uitkwam onder de titel *Ontspullen*. In het februari-nummer van *RetailTrends* spraken we hem voor een achtergrondartikel over dit fenomeen.

Voor zijn boek deed Wallman de sokkentest, een tip voor beginnende ontspullers. Hij telde 39 paar. "En ik maar denken dat ik had opgeruimd." Consumenten moeten volgens Wallman stoppen met *keeping up with the Joneses*, zoals ze in Groot-Brittannië zeggen. Kopen vanuit statusdrang, puur omdat anderen een nieuwere versie van iets hebben. "Maar ik zeg niet: stop met consumeren. Sterker nog, mensen moeten blijven spenderen om *the magic of life* te ervaren."

Die magie vat hij samen als 'minder hebben, meer doen'. "Ook daar heb je vaak spullen voor nodig. Skies, een tennisracket, een boek. Zelf heb ik twee fietsen. Een snelle, om kriskras door Londen naar afspraken te sjezen. En een degelijke familiefiets waarmee ik mijn dochter wegbreng." Wallman maakt zich dan ook hard voor de belevingseconomie, een stroming die steeds populairder wordt. Uit diverse internationale onderzoeken blijkt

dat uitgaven aan hotels, restaurants en bioscoopbezoeken groeien, terwijl we minder geld uitgeven aan bijvoorbeeld huishoudelijke elektronica en kleding.

Luchtbed huren

Dan het milieuaspect. Iets waar Wallman niet uitgebreid over schrijft, maar dat wel een van zijn drijfveren is. Eigenlijk begint het pas verschenen Nederlandse boek *Material Matters* waar *Ontspullen* eindigt. Schrijvers Thomas Rau (nummer 2 in de duurzame 100 2016 van Trouw) en zijn vrouw Sabine Oberhuber schetsen een nieuwe visie op de circulaire economie, waarin waardevolle grondstoffen niet langer verloren gaan. Oberhuber: "Alleen al met elektronisch afval, bijvoorbeeld van mobiele telefoons, vullen we een 23 duizend kilometer lange rij van vrachtwagens. Elk volgestopt met vier ton. Dit staat nog los van de productie zelf: de milieubelastende delving van schaarse metalen, de slechte arbeidsomstandigheden en de vervuilende verscheping vanuit China."

Ze pleit ervoor dat consumenten geen eigenaar meer worden van producten, maar alleen betalen voor het gebruik. Dit kan de productieprikkels indammen. "In het ideale geval kopen we niet meer", waarmee ze stelliger is dan Wallman. Maar is er dan nog wel plaats voor retailers? Absoluut, verzekert Oberhuber. Juist omdat retailers dicht bij de klant zitten, hebben ze veel invloed op het consumentengedrag. Wel kan hun rol veranderen. Een van haar adviezen: "Richt winkels in als een bibliotheek. De consument huurt of leent, de retailer verzorgt de reparaties en de logistiek."

Zo begin je:

James Wallman, schrijver *Ontspullen*:

"Laat het ouderwetse verdienmodel los. Niet meer: hoe verdien ik geld met de verkoop van kleding? Maar: hoe verdien ik geld door mensen toegang te geven tot een geweldige look?"

Sabine Oberhuber, mede-auteur *Material Matters*:

"Maak met één leverancier eens een vooruitstrevende afspraak. Stel; hij blijft eigenaar van het product en als retailer verzorg je de verhuur en reparaties. Onder welke condities zou dit voor beide partijen werken?"

Suzanne Smulders, mede-eigenaar *Lena the Fashion Library*:

"Ontwikkel een uitleensysteem inhouse, want zo stem je de functies precies af op je eigen businessmodel en toekomstplannen."

Daan Weddepohl, medeoprichter *Peerby*:

"Werk met een lean-agile-methodiek. Formuleer aannames en test en tweak je concept eerst op kleine schaal."

Roos van de Weerd, Worn Wear-coördinator van *Patagonia*:

"Start je een reparatieservice, manage dan de verwachtingen om teleurstellingen te voorkomen. Veel kleding heeft tenslotte een persoonlijke geschiedenis. Wees bijvoorbeeld helder over wat wel en niet gerepareerd kan worden."

Changemakers in Retail op 9 mei in Utrecht

Product-as-a-service is één van de onderwerpen die dinsdag tijdens *Changemakers in Retail* op het programma staan. Welke kansen biedt product-as-a-service uw organisatie? Hoor het van Robert van Boeschoten, circulair expert en oprichter van Subspot.

Changemakers in Retail is een event van RetailTrends Media over verandering en kansen. Staan voor product,

merk, consument, werknemers en de wereld biedt kansen voor groei en onderscheidend vermogen. Waar kan uw bedrijf het verschil maken? www.changemakersinretail.nl