

Geen puf voor de P.C. en tóch alles al hebben - dat is pas luxe

13-12-2019 14:00



Of ik de P.C. mis? Neen. Vijf lange tv-seizoenen schuimde ik met een cameraploeg door de luxe koopgoot. Het was mij een genoegen, heus, maar geen mens is gehouden zijn leven steeds weer opnieuw te beleven. En vooral: de P.C. Hoofdstraat is niet meer de straat zoals ik 'm aantrof in 2007.

We startten bij ons in de P.C. op de piek van de hoogconjunctuur. Rode lopers, rode Ferrari's en goudgravende Sletvana's dicteerden de lustgevoelens van onze enige luxe winkelallee. Onbezonnen spendeerdrijf. Verveelde mannen, slenterend aan de arm van hun kooplustige vrouw of hulpverloofde. Een dankbaarder doelwit voor tv-camera's was er niet. Ik droeg nog lichtbruine schoenen onder grijze broeken, coupeerde m'n haar tot een mat en stuurde routineus een scooter door de straat. Lekker Italiaans, houden de kijkers van. Maar onderhuids voelde je het ongemak.

Toen kwam de crisis, dirigeerden de curatoren de stenenschuivers uit de maatwerkafdeling van Oger en werd het in de straat allengs stiller. Zelfs op zaterdag. 'Weinig tasjes', klaagden de winkeliers dan, doelend op het kijken-kijken-nietkopen-publiek uit Purmerend en omstreken. Inmiddels zijn we door het dal en is de straat optisch nauwelijks veranderd. Zeker, de laatste lokale winkeltjes zijn omgetimmerd tot flagshipstores van internationale merken. Voor de deuren van de juweliers staan nog steeds brede mannen met oortjes in, bedacht op straatdieven en ramkrakers. Maar toch is er iets anders.

Zeker sinds die onbezonnen jaren negentig, toen de natie nog helemaal moest wennen aan de nieuwe rijke tijden. Toen horloges 'klokken' gingen heten, er permanent meer 'Elfjes' door de straat scheurden dan er bij u in de boom bungelen en pakken niet meer van de Gako kwamen maar su misura uit Napoli. Ik zal niet beweren dat de nouveau riches door de crisis na 2008 ineens bewuste shoppers werden die vol schuldbesef de bevrediging van een rokende creditcard inwisselden voor conscious consumeren en een vegan hapje toe bij Café P.C.

REDACTIE-PORSCHÉ

Maar net als met een eerste liefde, is de betovering na de zoveelste aanschaf van iets begeerlijks allengs minder als de kasten thuis reeds uitpuilen. Seen that, been there, bought de bontjas. Vandaar ook dat ik na zo'n veertig vrolijke episodes van Bij ons in de P.C. doorschakelde naar een groep voor wie shoppen in de P.C. net zo wezensvreemd is als voor gewone stervelingen, zeg, huwen met een freule, het aanspannen van een vierspan rijtuig of het organiseren van een jachtpartij op je eigen landgoed. Verschil môt er zijn.

Ben ik zelf veranderd in die jaren? Ja en nee. Het matje ging eraf en de rode redactie-Porsche werd ingewisseld voor een, lach niet, Smart met stekker. Wat niet veranderde: ik blijf de eeuwige passant, voel mij in zo'n straat alleen veilig met een camera en microfoon. De lol van al die dikke horloges ontging mij altijd al, maar ons glanzende magazine leefde van de advertenties van die opgeblazen industrie. Pakkenboer Oger Lusink verdient een buiging omdat 'ie de Hollandse bazen uit hun plakpak praatte. Maar voor het overige word ik er niet opgewonden van.

Zoals de meeste mannen hou ik niet van winkelen, maak geen tijd voor doelloos flaneren en koop sowieso alleen het hoogst noodzakelijke: huizen, auto's en een warme maaltijd op z'n tijd. Geen puf voor de P.C. en tóch alles al hebben – da's pas luxe.