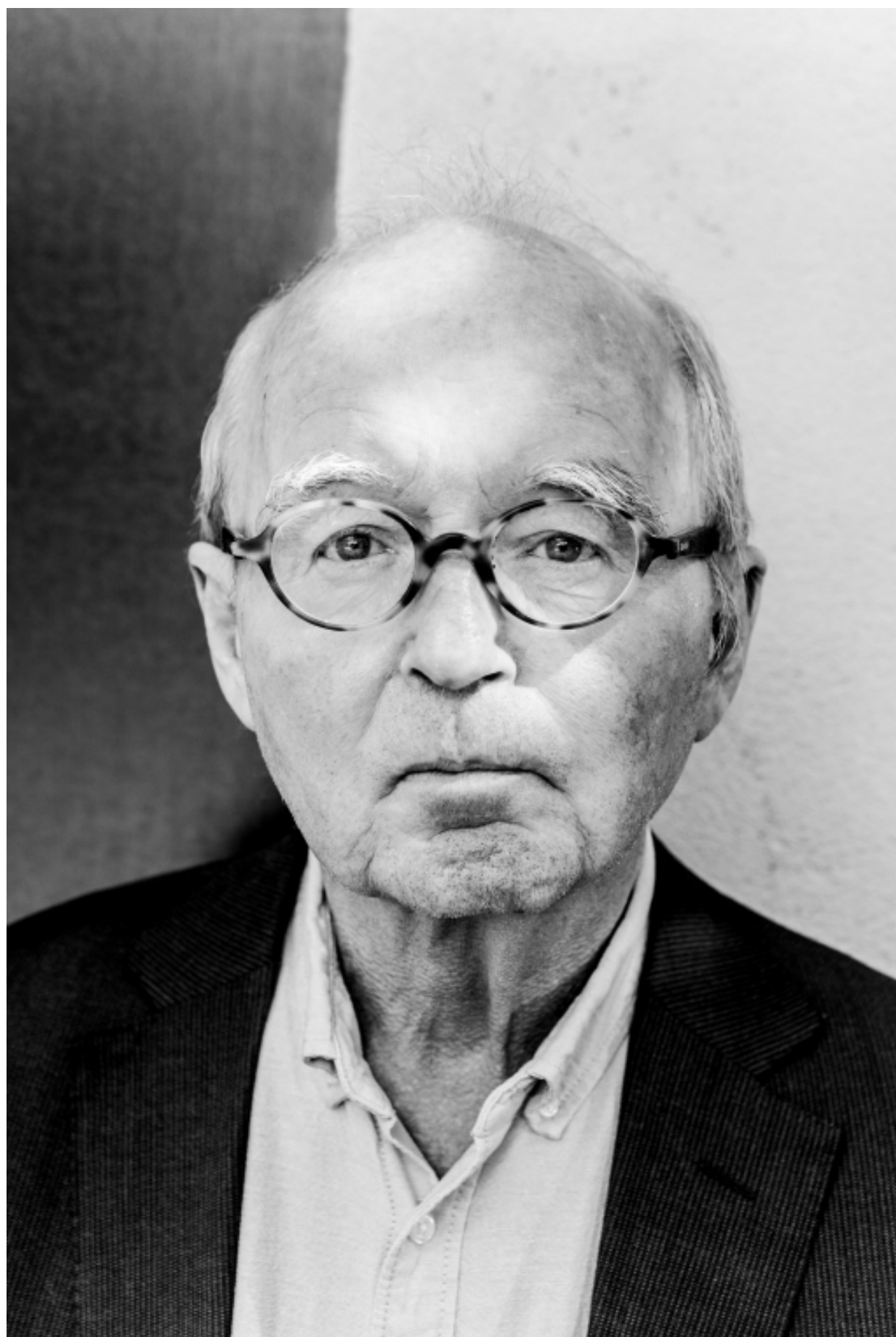


Column: Franchiser worden, ik ben ervoor in de wieg gelegd

04-01-2021 12:22



Onze columnist en voormalig hoofdredacteur Hans Verstraaten overleed op 29 december op 62-jarige leeftijd. Ter ere van hem publiceert RetailTrends deze week elke dag een van zijn beste columns van de afgelopen jaren. Vandaag: zijn allereerste column voor RetailTrends uit de maarteditie van 2007.

Ik word binnenkort franchiser. Van een Blokker of een Bakker Bart of een Kruidvat of een Pearl. Ach, maakt eigenlijk niet zoveel uit, zolang ik maar franchiser ben.

Wat een beroep zeg! Je hoeft nergens over na te denken, creativiteit is niet gewenst en initiatieven nemen wordt al evenmin op prijs gesteld. Voor deze bezigheden, of eigenlijk gebrek aan bezigheden, ontvang je jaarlijks vijftig- tot tachtigduizend euro. Precies wat ik altijd al wilde, ja, ik ben er voor in de wieg gelegd: een goedbetaalde baan met nauwelijks verantwoordelijkheid.

Het stond onlangs in NRC Handelsblad, op de voorpagina, voorzien van de wat klagerige kop: 'Winkelen wordt nog eentoniger.' Binnen tien jaar, werd gemeld, zal het aantal winkels dat onder één formule opereert verdubbelen. En die formule houdt in dat het hoofdkantoor exacte richtlijnen geeft aangaande assortiment, type gevel, kleur, reclame, aanbiedingen, inrichting, nou ja, zo ongeveer over alles.

De krant vroeg zich af wat dan nog de creatieve inbreng van de franchiser is. Het spontane antwoord kwam van Mieke van Deursen, directeur van modewinkelketen Shoeby Fashion: "Niets!" Datzelfde vindt Bruna: (ja, die firma, die vind ik pas echt fantastisch, zeker wat betreft mijn toekomstplannen) franchisers die alle, maar dan ook echt alle 'ge- en verboden' uit Bruna's ultradikke handboek strikt volgen, worden beloond met een bonus. Neem ik straks dus in mijn eigen Bruna-franchise geen énkéel initiatief, dan krijg ik ook nog geld toe. Wow! En wie zei daar dat het paradijs niet bestaat?

Deze trend is simpel te verklaren. Elke franchise precies hetzelfde is wel zo handig voor de centrale inkoop en de centrale marketing. En niet te vergeten: de Nederlandse consument is geen type dat van verrassingen houdt. Zeker nu niet; we hebben het al druk genoeg, dus willen we op zaterdagmiddag niet worden geconfronteerd met het feit dat een Blokker in Zwolle-Oost anders is dan die in Zwolle-Zuid. Dus zijn hoofdkantoren en consumenten het helemaal eens: al die franchisers graag precies hetzelfde. De journalist van NRC Handelsblad die dit wat zuur en zeurderig 'eentonig', 'monotoon' en 'saaï' noemt, laat de boodschappen op zaterdagmiddag vast aan zijn partner over.

Knap trouwens van deze journalist dat hij toch nog wat franchisers had weten te vinden die niet blij zijn met deze ontwikkeling. Zo klaagde er een dat hij nog wel steeds verantwoordelijk was voor het personeelsbeleid en, jawel, als er een of meerdere ziekmeldingen zijn, moest deze man ineens zelf de werkvloer op.

Dat is inderdaad ernstig, en gevaarlijk bovendien. Eer je het weet gaat hij op de werkvloer producten verplaatsen, of een poster verhangen, en dan denken hoofdkantoor en consument eensluidend: rot jij eens gauw op met je eigen initiatief! Lijkt me trouwens in dit verband ook een prima idee: dat het hoofdkantoor niet alleen meer zo'n ultradik handboek levert, maar meteen ook een standaardblik personeel.

Lekker gezond personeel – zelden ziek, en nooit op koopavond of zaterdag – benevens personeel dat in elke winkel in precies dezelfde formuleringen de consument te woord staat. Heb je daar als franchiser tenminste ook geen last meer van. Ja, dan heb je werkelijk nergens meer last van en kun je je in je kantoor met andere zaken bezighouden – patience, schaken, een zelfstudie cardiologie.... tijd zat.

Tijd zat, ja: NRC Handelsblad had ook nog een franchiser gevonden die het best wel hard werken vond, soms

wel 45 uur per week. Ik zou die man ten eerste willen melden dat voor een authentieke zelfstandige ondernemer een werkweek van 45 uur zo ongeveer hetzelfde is als vakantie vieren. En ten tweede een vraag aan hem, die me namelijk nogal bezighoudt: wat doet hij eigenlijk in die 45 uur als creatieve inbreng en eigen initiatief streng verboden zijn? Het ultradikke handboek uit zijn hoofd leren?

Kijk, zo ziet binnenkort een advertentie voor franchisers eruit:

Gezocht man/vrouw

- Zonder initiatief
- Afkeer van hard en lang werken
- Bepérkt verantwoordelijkheidsgevoel

Wat wij bieden:

- Vijftig- tot tachtigduizend euro per jaar
- Bonus voor extreem saai gedrag.

Zo, en dan gaan nu mijn sollicitatiebrieven de deur uit.

Bron: RetailTrends 3, 2007

Hans Verstraaten