



PREMIUM

Paul Moers in de Grotestraat in Almelo. De marketinggoeroe spreekt binnenkort met het gemeentebestuur over de situatie van de lokale winkeliers. © Rikkert Harink

Marketinggoeroe Paul Moers over Nederland na corona: 'Deze crisis kost bedrijven de kop die toch al niet goed waren'

ALMELO - Het wordt na corona nooit meer zoals het was. De globalisering moet een versnelling lager, winkeliers moeten meer online aan de slag en het zakendoen moet lokaler. Marketinggoeroe Paul Moers (64) filosofeert over Nederland na deze viruscrisis. „We kunnen niet meer zonder online. Het kan in deze moeilijke tijden je redding zijn.”



Moers staat ambivalent tegenover het regeringsbesluit de loonkosten van bedrijven die grote omzetschade lijden door de coronapandemie tot 90 procent te vergoeden. „Goed dat dit wordt gedaan voor gezonde bedrijven”, zegt hij. „Jammer dat bedrijven zonder strategie, die worden geleid door incompetent directies, er ook aanspraak op maken. Die overleven deze crisis ondanks de steun op termijn toch niet. Ik durf op basis van mijn ervaring te zeggen dat 15 tot 20 procent van de ondernemingen die een beroep doet op die regeling nu al niet levensvatbaar is.”

Als een bank

De overheid zou met de blik van een bank naar die bedrijven moeten kijken, alsof het een financieringsaanvraag is. „Ben je levensvatbaar, heb je vet op de botten, deugt je businessplan en heb je potentie? Pas dan krijg je een krediet en anders niet. Zo redeneren banken. Maar ik snap dat het aan tijd en mankracht ontbreekt om deze steunoperatie op die manier te benaderen en dat je veel gedoe krijgt als je selecteert.”

Amateurs van MediaMarkt

Hij wil er maar mee zeggen, dat er in tijden van crisis goed geld naar kwaad geld wordt gebracht. „Dan lees ik dat het moederbedrijf van de elektronikabedrijven MediaMarkt en Saturn de Duitse overheid om 2 miljard euro staatssteun heeft gevraagd”, klinkt het boos. „Beide bedrijven lijden al jaren tientallen miljoenen verliezen. Omdat het idioot is twee formules in de lucht te houden en omdat de service slecht is. Het zijn amateurs. En als ze die staatssteun krijgen, dan hebben ze weer centen om ondernemers die het wel snappen oneerlijk te beconcurreren door de prijzen kapot te maken.”

Als ze die staatssteun krijgen, dan hebben ze weer centen om ondernemers die het wel snappen oneerlijk te beconcurreren door de prijzen kapot te maken

Paul Moers , marketinggoeroe

Zo, dat is er uit. Verder is alles goed met Paul Moers. In mei 2019 is hij met zijn vrouw neergestreken in Bornerbroek. Ze woonden nadat hij als directielid van multinational Unilever in Azië was gestopt lang in Heiloo. „Maar ik vind Twente één van de mooiste streken van het land en mijn vrouw komt uit Enter. Toen we de boerderij in Bornerbroek te koop zagen staan waren we beiden verkocht.”

Gewerkt voor Unilever

Moers is een marketinggoeroe. Hij schreef tien boeken over marketing, adviseert bedrijven en doet jaarlijks nog steeds een twintigtal spreekbeurten op congressen en zakelijke bijeenkomsten. Al zijn die inkomsten nu tijdelijk opgedroogd door de coronapandemie.

Retail (de verkoop van producten aan consumenten) en de strategie voor business-to-business (het zakendoen tussen bedrijven) zijn zijn specialiteiten. Voor Unilever deed hij vanuit Jakarta als directeur in Azië de verkoop van boter en bakkerijproducten en hij was onder meer nog een jaar directeur van de slijterijketen Gall & Gall.



Paul Moers schreef tien boeken over marketing. In 2013 verscheen 'De kracht van passie', waarin aandacht voor Grolsch. © Emiel Muijerman

De keerzijde van globalisering

De huidige crisis confronteert de westerse wereld met de keerzijde van de globalisering, aldus Moers. „Onze afhankelijkheid van China en Korea komt schrijnend aan het licht”, zegt hij. „Nederlandse bedrijven kunnen niet produceren door een gebrek aan onderdelen uit het Verre Oosten. De globalisering is doorgeslagen. We lieten ons te veel leiden door de prijs en dachten onvoldoende na over de afhankelijkheid die we hierdoor opbouwden.”

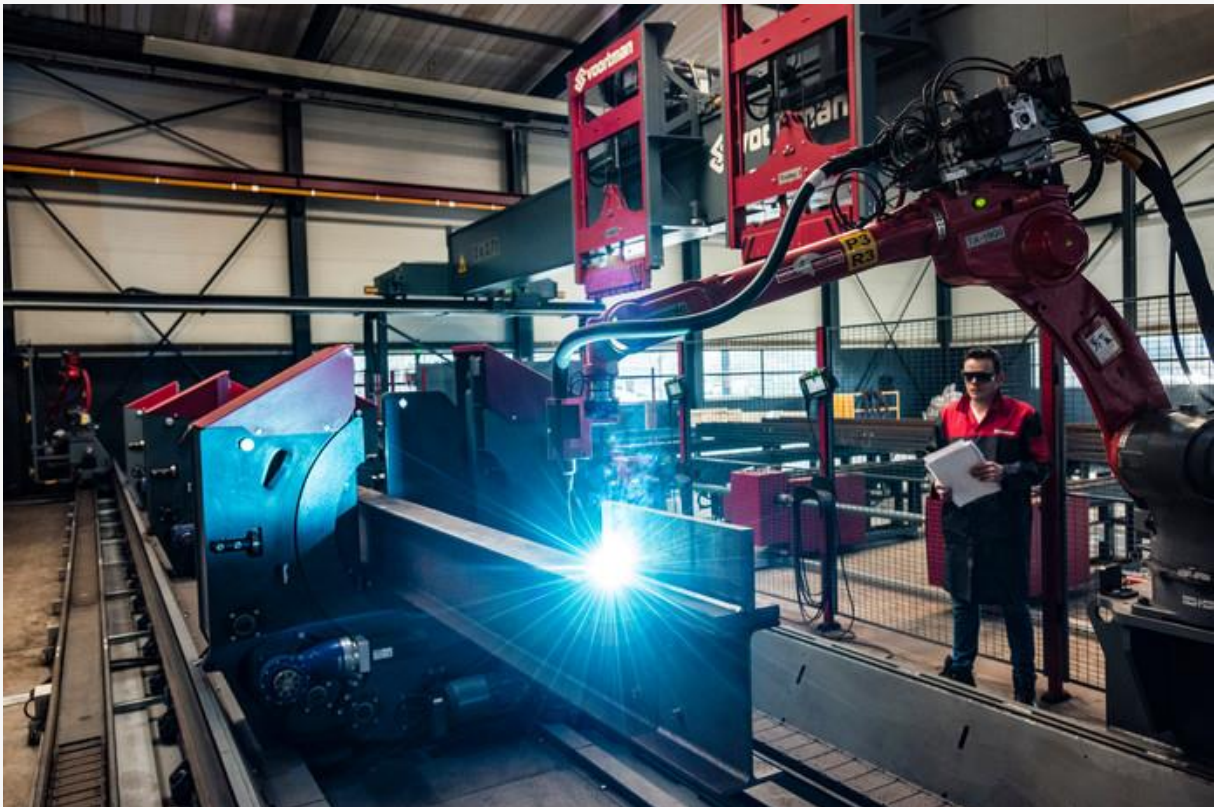
Het spreiden van toeleveranciers

Directies en inkoopafdelingen van maakbedrijven krabben zich straks achter de oren, voorspelt Moers. „Ze gaan op zoek naar meer toeleveranciers voor hetzelfde product.

Is het niet griezelig dat er maar één fabrikant is die een bepaalde vloeistof voor coronatesten biedt? In de toekomst moeten we dat niet meer willen.”

De robotisering neemt toe

Hij voorziet ook dat bedrijven zich meer oriënteren op productie dichtbij. „Een slimme verkoper speelt daar nu al op in en verkent de acquisitiemogelijkheden”, zegt hij. „En we gaan meer robots zien voor de productie van onderdelen. Door die toegenomen automatisering worden de verschillen in loonkosten tussen ons en China minder belangrijk. Zekerheid wordt belangrijker dan prijs.”



Een lasrobot aan het werk bij Voortman Steel Group in Rijssen. Het gebruik van robots neemt toe als productie wordt teruggehaald naar Nederland, voorspelt Paul Moers. © Cees Elzenga

Door de crisis heen eten

Retail is zijn vakgebied. Moers zegt dat vooral de non-foodsector het voor de kiezen kreeg sinds 2008. „Food is sinds het begin van de crisis met liefst 17 procent gegroeid. Met andere woorden: we aten ons door de crisis heen. Dat komt omdat we tegenwoordig nog maar een paar procenten van ons besteedbaar inkomen aan voeding uitgeven. Rond 1900 was dat nog 70 procent.”

Er is ook veel horeca bijgekomen in winkelstraten. Zonder hen hadden we veel meer spookstraten gehad in winkelgebieden

Spookstraten

De omzet in de non-foodsector is in de periode 2008 eind 2019 echter met 12 procent gedaald, zegt Moers. „Dat verklaart ook de vele faillissementen en de leegstand in winkelstraten”, zegt hij. „Winkeliers hebben een enorme concurrentie van onlinespelers en platforms als Marktplaats.nl voor gebruikte goederen en Peerby.nl voor lenen. Daar komen ook nog de kringloopwinkels bij. Die draaien als een tierelier en er komen er steeds meer van. Er is ook veel horeca bijgekomen in winkelstraten. Zonder hen hadden we veel meer spookstraten gehad in winkelgebieden.”

Online als vriend

Onder druk van deels gesloten winkels en lege winkelstraten proberen steeds meer retailers de laatste drie weken hun waar digitaal aan de man te brengen. Moers: „Ook retailers moeten online niet langer als vijand, maar als vriend zien. Je eindelijk blijven verzetten tegen online is zinloos. We kunnen niet meer zonder online. Het kan in deze moeilijke tijden je redding zijn.”

Lokale internetplatforms

Moers onderkent dat bereik een groot probleem is voor ondernemers die via het internet willen verkopen. Je kunt wel een website met webshop hebben, maar wie weet die te vinden? Daarvoor zijn grote marketingbudgetten nodig en dat hebben retailers niet. De oplossing ligt volgens Moers in lokale internetplatforms waarop winkels in bepaalde branches of uit bepaalde winkelgebieden vertegenwoordigd zijn. De lokale tegenhangers van bol.com en Zalando. „Het bouwen van lokale internetplatforms moeten we niet aan de overheid overlaten, juist dat moeten winkeliers met elkaar regelen en samen betalen”, aldus Moers.

Winkelcentrum Enschede-app

Een bescheiden eerste stap daartoe werd onlangs in Enschede gezet. De ict'ers Bart Ensink en Tom Tenniglo maakten in hun vrije tijd een gratis app voor de lokale middenstand en horeca: Winkelcentrum Enschede. De bedoeling is dat consumenten in één oogopslag zien of winkels open zijn, of er een bezorgservice is en wat bezorging kost. Er staan al ruim tachtig bedrijven in de app, merendeels winkeliers en uitbaters in het centrum van de stad. De ict'ers stellen de template (de broncode) gratis beschikbaar voor soortgelijke initiatieven buiten Enschede.



winkelcentrumenschede.nl

De app Winkelcentrum Enschede.

„Ik kende die app nog niet”, zegt Moers, „maar het is wel wat ik bedoel. Een mooi initiatief. Als zo'n app de goede functionaliteiten heeft en er goed uitziet, dan moeten die retailers in Enschede er samen voor zorgen dat zo veel mogelijk Enschedeërs de app downloaden. Dat is wat zij er samen aan kunnen doen.”

De problemen bij de financiële crisis die in 2008 begon waren veel groter: overfinanciering door banken en de enorme financiële risico's die waren genomen

Paul Moers, marketinggoeroe

Over vijf jaar

Waar staan we volgens Moers over vijf jaar, na de coronacrisis? „Dan zijn we allang weer opgekrabbeld”, zegt hij. „Al gaat deze crisis bedrijven de kop kosten die in de basis toch al niet goed waren. De problemen bij de financiële crisis die in 2008 begon waren veel groter: overfinanciering door banken en de enorme risico's die de financiële wereld had genomen. Dat is nu niet aan de orde. De banken hebben buffers en die zijn groot genoeg zeggen ze en ze kunnen helpen door de teugels wat te laten vieren.”

Onbekommerd leven

Kunnen we straks ook weer zo onbekommerd leven als voorheen? „Niet meer onbekommerd in de zin dat we ons geen zorgen hoeven te maken over bijvoorbeeld de mondiale volksgezondheid”, zegt Moers. „Ik heb de laatste weken virologen gezien in de media, die voorzien dat er nog veel meer van dit soort virussen de kop opsteken. Maar als we de globalisering een paar versnellingen terugdraaien, dan zullen die zich minder snel verspreiden.”

Een kunst

En hoe kan zijn vakgebied positief bijdragen aan de wereld na corona? „Door mee te denken over slimme strategieën”, aldus Moers. „Door bedrijven en instellingen te helpen bij het maken van strategische plannen. Je kunt nog zo'n goed en nuttig product hebben, je moet het wel eerst onder de aandacht brengen om het te verkopen. En dat is een kunst.”



Paul Moers schreef tien boeken over marketing.

Tot vorige maand flinke groei werkgelegenheid

Twente telde op 1 januari van dit jaar 321.500 banen, 5500 meer dan een jaar eerder. Die banen zijn verdeeld over 54.230 bedrijven, variërend van beursgenoteerde multinational tot eenmanszaak. Er kwamen vorig jaar in de regio 1120 nieuwe bedrijven bij, 2,1 procent meer dan een jaar eerder.

Dit staat in de eind december verschenen *Twente Index*. Vergelijken met het landelijke groeipercentage van 4,7 procent meer bedrijven hoort Twente bij de vijf regio's met de laagste procentuele toename van nieuwe vestigingen.

Dat het tot begin vorige maand economisch toch erg goed ging in Twente blijkt uit de achtste plaats die de regio bezet op de ranglijst waarin de werkgelegenheidsgraad is weergegeven. Van de 40 regio's waarin Nederland is opgedeeld staat Twente met een werkgelegenheidsgraad van 67 procent keurig in de top 10. Want tegen de landelijke trend in zijn er vorig jaar meer nieuwe vacatures in de regio bijgekomen. In het derde kwartaal van 2019 waren dat er 8900. Landelijk daalde het aantal nieuwe vacatures juist met 5 procent.

Twente kreeg er in vijf jaar tijd bijna 23.000 nieuwe banen bij. Sinds 2014, het jaar dat de economie zich voorzichtig kantelde van crisis naar herstel, realiseerde Twente een forse banengroei. Vorig jaar was de groei het grootst met 5500 banen meer.