



PREMIUM

© via REUTERS

Helpen we onze winkeliers om zeep? En vijf andere vragen over Black Friday

Oproepen om niet meer naar de stad te komen vanwege de enorme drukte en webshops die voor honderden miljoenen euro's producten slijten. Nederlanders trokken op Black Friday massaal de portemonnee voor die goed geprijsde televisie of het perfecte Sinterklaascadeau. Maar moeten we daar wel zo blij mee zijn?

Ellen van Gaalen 27-11-20, 20:00 Laatste update: 20:03



Uit protest sjeesde retaildeskundige Paul Moers vanochtend eerst eens naar een lokale winkel om een koelkast te kopen. Want, vindt hij, we rennen als blinde paarden achter de prijzen aan, niet alleen op Black Friday maar al de hele maand. „We zijn met zijn allen bezig om de prijs omlaag te jassen. Maar alleen al in Engeland staan duizend fabrieken op omvallen door die druk.”



Is dat de prijs van onze jacht naar kortingen?

„Er is echt een *race to the bottom* gaande. We worden opgevoed om permanent op de prijs te letten. Maar daardoor zijn er enorme milieuproblemen in Bangladesh, worden werknemers in India waardeloos betaald en staan er gevaarlijke fabrieken in China. Ik heb net een Engelse variant van mijn boek *F*ck de prijs, leve de service* gemaakt. Daarin schrijf ik ook: ze stappen én uit de Europese Unie én brengen hun eigen fabrieken in de problemen door de jacht op de laagste prijs.”

Alleen al van zaterdag tot en met woensdag kochten Nederlanders voor 460 miljoen euro spullen. Profiteren winkelcentra daar eigenlijk wel van?

„Natuurlijk profiteren ze als er veel mensen naar de winkels komen. Maar wat je door corona ziet, is dat we als een malloot online zijn gaan kopen. Winkels die ook een webshop hebben, kunnen zich nog enigszins verweren tegen de grote bedrijven. Maar alles wat we online kopen, gaat dus niet naar die ene winkel in het dorp.”



Nederlanders gingen massaal op koopjesjacht tijdens Black Friday. © ANP

Dus we helpen eigenlijk onze winkeliers om zeep?

„Ik zie nog wel een zware dreun onder retailers aankomen, ja. Door corona is de horeca dicht, we mogen niet met ons gezin gaan winkelen, winkeliers missen de toeristen en we kopen massaal online. Op zo'n dag als Black Friday profiteren winkels wel van extra aanloop. Maar die is niet te vergelijken met de explosieve stijging van onze online aankopen. En alles wat we nu online kopen, kopen we dus niet in die winkels in de centra.”

Dus eigenlijk bent u niet zo blij met Black Friday?

„Ik ben altijd blij met omzet, maar ik maak me zorgen over deze doorgeslagen omzet. Ik heb in Azië gewoond en de ellende gezien. Het gevolg van ons gedrag komt pas bij ons op het netvlies als er brand is geweest in een fabriek in China en daarvan beelden op het nieuws te zien zijn. Er is overigens ook een tegengeluid aan het ontstaan: een groep mensen die helemaal niets nieuws gaat kopen dit jaar.”

Maar gezien de enorme omzetten van de afgelopen dagen lijkt die groep nog niet heel groot.

„Nee, en je ziet ook dat mensen juist wat extra's met Sinterklaas doen dit jaar. Misschien vieren ze wel én Sinterklaas én kerst door corona. Ze zoeken houvast in de verveling en dan is online shoppen een fijne bezigheid. Mensen die een baan hebben, houden ook meer over doordat ze nergens heen kunnen. De kortingen vliegen je de hele maand al om de oren. Dat komt echt door corona.”

Dus we kopen ook echt meer?

„Er bestaat een kans dat iedereen zijn aankopen naar voren heeft geschoven. Bedrijven waarschuwen bijvoorbeeld al langer dat je op tijd moet bestellen, omdat de bezorging anders in de knel komt. Dus mensen zullen al een groot deel van hun sint- en kerstaankopen hebben gedaan. Maar er zijn ook aankopen die bovenop het normale komen. We besteden bijvoorbeeld meer tijd aan hobby's, zoals muziek maken, en zoeken spullen daarvoor. En we gaan niet allemaal meer naar de sportschool, dus schaffen we fitness-spullen aan. Ik verwacht dat de online omzet dit jaar wel weer met 5 miljard euro zal stijgen. En die was vorig jaar al 25 miljard.”