

‘Zodra de lockdown is opgeheven, gaan we los: dan beginnen ‘The Roaring Twenties’

Hans van Tellingen voorspelt ook voor de warenmarkt meer klandizie en grote omzetgroei.

‘Horeca, retail en markten komen weer tot grote bloei, al moeten ze nog heel even wachten totdat ze open mogen van onze bewindvoerders.’ Het klinkt als een zoethoudertje à la Rutte en De Jonge, maar deze vergelijking doet hem geen recht. ‘Die mannen hebben heel veel fout gedaan. Uit angst’, stelt Hans van Tellingen - sociaal-geograaf en directeur/eigenaar van winkelcentrumonderzoeker Strabo bv, tevens hoofdauteur van ‘Waarom Stenen Winkels Winnen’. Hij weet het zeker: zodra de lockdown wordt opgeheven, is de crisis voorbij. Dan breken gouden tijden aan, ook voor de markt! ‘De consument heeft nog nooit zoveel geld gespaard als tijdens de coronacrisis.’ En dat geld gaat - ‘eerst aarzelend, maar daarna heel snel’- rollen, zo voorspelt hij. ‘We gaan een groot herstel zien. Net als in de vorige eeuw, na de Spaanse griep, toen de ‘roaring twenties’ hun intrede deden.’

Destijds kon de economische bloei lange tijd niet op, weet hij. ‘En dit herstel tekent zich nu al af in de VS, in de zestien staten waar de lockdown is opgeheven en waar alle maatregelen zijn geschrapt.’ Zijn belangrijkste boodschap: ‘Het komt helemaal goed met winkels, horeca en warenmarkten. Want ‘winkelen en uitgaan’ vormen onze favoriete tijdsbestedingen. Winkeliers, marktkooplieden en horeca-uitbaters gaan daarvan profiteren. Het oude normaal is sneller terug dan je denkt.’ Al sinds 1993 onderzoekt Van Tellingen het consumentengedrag. Sinds 2013 schrijft hij artikelen en boeken (met titels als #WatNouEindeVanWinkels en ‘Waarom Stenen Winkels Winnen’), samen met 22 ter zake kundige medeauteurs. Vandaag voorspelt hij gouden tijden voor de zo geplaagde winkelier/marktkooplui. ‘Maar dan moet de wereld wel weer open (blijven).’

Economie ligt plat

Op het moment van het interview (8 april) leven we nog in een maatschappij die wordt gedomineerd door maatregelen. We horen dagelijks hoeveel IC-bedden er vol liggen en hoeveel nieuwe besmettingen er zijn geconstateerd. Als gevolg hiervan ligt een

groot deel van de economie plat. Van Tellingen heeft er geen goed woord voor over. ‘Als je de marktondernemer het ondernemen belet, dan is er geen sprake meer van een vrije markteconomie, maar van communisme. Jij mag niet meer ondernemen, onder het mom van ‘zwaarwegende gezondheidsredenen’. Wanneer de overheid dit soort drastische maatregelen uitvaardigt, behoort je als ondernemer voor honderd procent in je schade gecompenseerd te worden.’ Zo zit ook menige non-food marktondernemer volgens hem met een onverkoopt (seizoens)voorraad, krijgt hij onvoldoende NOW om de loonkosten door te betalen, heeft hij hoge vaste lasten die doorlopen én moet hij het al maandenlang zonder eigen inkomen stellen. Daarmee is één ding duidelijk: de steun voor het MKB en marktondernemers is bij lange na is bij lange na niet toereikend.

We willen nu eenmaal spulletjes kopen en spulletjes bezitten. Daar worden we gelukkig van.

Menigmaal laat Van Tellingen zich hierover kritisch uit op Twitter. ‘Ik ben heel kritisch op het beleid. Het kabinet gebruikt deze crisis ook om dingen voor elkaar te krijgen. Dat heeft soms dictatoriale trekjes.’ Het beleid heeft, zo liet hij zich eerder in een artikel in Marktvisie ontvallen, ‘verwoestende gevolgen voor onder andere de retail-sector en ook voor de non-food handelaren in de ambulante retail’. ‘Des te vreemder als je bedenkt dat juist ook op de markt de coronaregels goed werden gewaarborgd en de kans op besmettingen nagenoeg nihil waren. Mensen willen consumeren. Als de winkels en markten weer open gaan, gaan mensen weer als een dolle geld uitgeven. Misschien de eerste week nog een beetje rustig - want mensen zijn bangig en afwachtend -, maar vanaf de tweede en de derde week zul je zien dat de winkelstraten en markten drukker worden en dat mensen

weer geld als water gaan uitgeven. Mensen willen geen auto of fiets delen. We willen nu eenmaal spulletjes kopen en spulletjes bezitten. Daar worden we gelukkig van.’

Geen lockdowns meer

Net zo stellig is hij over de lockdowns. ‘Lockdowns werken niet. Deze zijn ineffectief en meestal nog dodelijker dan het virus zelf. Dat blijkt uit meer dan dertig studies. En vergeet niet: zestien Amerikaanse staten hebben inmiddels de lockdown beëindigd. Met fantastische resultaten. Minder positief geteste mensen en minder sterfgevallen. Kijk ook naar Zweden...’

‘Maar liefst 73 procent van de Nederlanders is vóór verdere versoepelingen of zelfs voor het geheel opheffen van de lockdown’, zo citeert hij een in februari verschenen onderzoek, uitgevoerd door zijn eigen bureau. ‘Daarnaast is bijna iedereen (90 procent) voor openstelling van de winkels. 53 procent alleen op afspraak en 18 procent helemaal zonder beperkingen. De recente ‘versoepelingen’ voor de winkels (alleen op afspraak) zijn daarmee volstrekt onvoldoende, zo vindt een grote meerderheid van de Nederlandse bevolking.’ Een andere belangrijke conclusie is dat ongeveer 40 tot 50 procent van de mensen de aankopen in de stenen winkel of markt heeft uitgesteld totdat deze weer open kan. ‘Ik zie dan ook geen spookbeeld van nog meer leegstand voor me. Het komt goed. Je zag dat afgelopen zomer al. Mensen hadden het winkelen en de horeca gemist en gingen weer enthousiast consumeren. Niet online, maar in de winkelstraat. Juist in de winkelstraat en op de markten.’ Overigens werd zijn onderzoek naar zijn zeggen door een enkeling in twijfel getrokken. ‘Het onderzoek was niet ‘onafhankelijk’ en ik was ‘vooringenomen’, zei men. ‘Onzin natuurlijk, want integriteit is het bestaansrecht van mijn bedrijf Strabo, dat hét bedrijf is voor betrouwbaar consumentengedragsonderzoek.’ Maar in de weken daarna werden soortgelijke onderzoeksresultaten door Ipsos/Kantar en het RIVM gepubliceerd. ‘Wij waren gewoon →

de eersten die hebben aangetoond dat mensen de lockdown zat zijn en dat ze weer willen consumeren en elkaar ontmoeten'. Hij voorspelt voorgoed het einde van alle lockdowns. 'Vanaf mei zal de meerderheid van de bevolking zoiets hebben van 'waarom hebben wij dit in godsnaam gedaan? En we moeten voorkomen dat dit ooit nog een keer gebeurt'. Logisch ook, vindt hij. 'Ja, dit virus is voor sommigen een heel naar virus - iets zwaarder dan een stevige griep, wat ook gewoon door Jaap van Dissel wordt beaamd -, maar daar ga je de hele maatschappij toch niet voor op slot doen? Het is geen ebola, waar 30 tot 50% van de mensen aan dood gaat...'



Ik ben zeker niet tegen vaccins, in ieder geval voor de risicogroep, maar ik ben heel erg tegen verplichte vaccins en verplichte tests.

'Tijdens de piek van een epidemie even geen grote binnen-evenementen houden, is verstandig, maar voor de rest moet je de wereld open houden en alleen de risicogroepen extra beschermen.' Voor wie dat wenst, dan, want Hans is in alles een liberaal die nooit voor verplichtingen opteert. 'Ik ben zeker niet tegen vaccins, in ieder geval voor de risicogroep, maar ik ben heel erg tegen verplichte vaccins en verplichte tests. De maatschappij moet open en we moeten leren leven met dit virus, zoals we gedurende de gehele geschiedenis van de mensheid al met virussen leven. En laat de jeugd alsjeblieft weer samen feesten. Dan kunnen ze elkaar besmetten, zonder ziek te worden, zodat je zo op groepsimmunitet zit; iets waar Rutte in zijn eerste persconferentie vanuit het Torenkamertje nog op zinspeelde, maar wat hij daarna - zoals wel bij wel meer dingen - snel weer was vergeten...'

Groepsimmunitet

'Het RIVM zegt nu al dat waarschijnlijk zes miljoen Nederlanders het virus al heeft gehad; een miljoen door toediening van het

vaccin en vijf miljoen door opgedane immuniteit. Waarvan de meeste mensen niet eens door hadden dat ze corona hadden. Combineer dat met 50% van de mensen die het virus niet kunnen krijgen, omdat ze immuun zijn, dus dan hebben we inmiddels die groepsimmunitet al wel bijna bereikt.' Al dat gekakel over 'positieve testen'; Van Tellinggen heeft er niet zoveel mee. 'Het merendeel van de mensen wordt nauwelijks, tot helemaal niet, ziek van corona. Daarmee wil ik het heus niet onderschatten, want voor sommige mensen is het fataal, maar we moeten er ook weer niet dramatisch over doen.

IC capaciteit

'Ja', zegt men dan, 'maar andere jaren lagen de IC's niet vol!' Onzin! Die liggen bijna ieder jaar vol.' En de paniek die ontstond rondom de Britse variant in Engeland, waarbij ambulances in de rij stonden om patiënten bij het ziekenhuis af te leveren? 'Niets van gelogen', zegt hij. 'Maar zo gaat dat daar ieder jaar. Bovendien hebben ze daar nu, met corona, minder problemen dan in voorgaande jaren met het 'gewone' griepvirus. Heus, je kunt het allemaal googlen en terugvinden. Dan vind je ook een interview met Diederik Gommers uit 2018 - die destijds nog helemaal geen bekende Nederlander was - en toen al opriep om de IC-capaciteit uit te breiden omdat de IC's vol lagen met grieppatiënten.' Wat hem bevreedt is dat

we alle voorgaande jaren nog nooit eerder de wereld op slot hebben gegooit. 'Dat voedt natuurlijk de complottheorieën, zegt hij. 'Maar ik geloof niet dat dit van tevoren gepland was. Er was gewoon totale paniek. Onwetendheid. De meeste politici - en ik krijg de indruk dat dat voor Rutte ook geldt -, snappen er geen drol van. Natuurlijk, ik ben geen viroloog. Ik ben geograaf. Net als Maurice de Hond ben ik erg handig met cijfertjes. Overigens werd ook Maurice de Hond meteen uitgelachen, uitgejouwd en gedemoniseerd, maar inmiddels is wetenschappelijk bewezen dat zijn beweringen over aerosolen en ventilatie kloppen.' In het OMT hadden meer dan alleen maar virologen en epidemiologen moeten zitten, stelt hij. 'Er had ook plaats moeten zijn voor economen en sociologen. En voor mensen zoals ik, hahaha.'

Faillissementen

'Onlangs hield INretail een peiling onder de bedrijven in haar branche - retail, non-food, mode en schoenen; dat soort zaken. Daaruit kwam naar voren dat, als de maatregelen tot 1 mei zullen voortduren, men vreest dat maar liefst zeventig procent naar zijn mallemoer zal gaan. Ik denk zelf dat dat wel meevalt, maar je moet zeker aan tien procent denken. Voor de horeca zal dat zo'n twintig procent zijn.' Nogal een verschil; zeventig of tien procent. 'Zeker, maar ik denk dat eventuele (betere) steunmaatregelen

In het OMT hadden meer dan alleen maar virologen en epidemiologen moeten zitten, stelt hij. 'Er had ook plaats moeten zijn voor economen en sociologen. En voor mensen zoals ik, hahaha.'

gaan helpen. Daarnaast verwacht ik dat, als alles rond begin mei weer open gaat, het met veel bedrijven toch nog wel goed komt.' De consument heeft veel geld opgepot, stelt hij en dat brandt in de portemonnee...

Besmettingsgevaar nihil

Ik denk dat brancheorganisaties in het begin iets te voorzichtig zijn geweest. Ze hadden eerder en zwaarder op de rem moeten trappen. Want waarop is die keuze gebaseerd? Er zijn zat onderzoeken die aantonen dat het besmettingsgevaar in de buitenlucht nagenoeg nihil is. Een kans van 0,1%. En in winkels is de besmettingsgraad 0,7%; al bijna net zo verwaarloosbaar klein. Zelfs Nederlandse epidemiologen noemen het sluiten van winkels en aan banden leggen van markten een 'symbolische actie'. Maar, snotverdulleme, daarmee breng je wel de hele maatschappij naar de gallemiezen!' Hij roept daarom marktzoekmannen op om 'vooral rechtszaken te voeren om hun gederfde inkomsten op te eisen'. Brancheorganisaties zouden hierin sturend moeten zijn. 'En ik wil wel als getuige optreden.'

Sowieso vindt hij het vreemd dat ondernemers zich zo door de overheid in de luren laten leggen. 'Ik weet niet hoe dat juridisch zit met marktkramen, maar een winkel is geen publieke ruimte. Dat is een private ruimte. Dat betekent dat, als je dat pand in eigendom hebt of huurt, jij mag bepalen hoeveel mensen er in je winkel mogen komen. Vandaag (8 april, red.) is een Duitse rechter in Berlijn ook tot die conclusie gekomen. Winkeliers mogen volgens deze rechter zoveel mensen in de winkel toelaten als zij zelf willen. Daar heeft de overheid

geen zeggenschap over. Nu hebben we in Nederland wel een spoedwet, maar ik vraag mij echt af of de rechter deze wet boven het recht van de winkelier stelt. Dat lijkt mij wel een grootscheeps proces waard.'

Ik denk dat we komende weken gezellig willen slenteren op de markt en consumeren in winkelstraten. We willen lokaal kopen!

The roaring twenties

'Maar goed, het einde lijkt in zicht. Mensen willen winkelen en lekker naar de markt. Ze willen leuke dingen doen met elkaar. Zoals slenteren over de markt, samen struinen in winkelstraten en hapjes en drankjes gebruiken in de horeca. Geen webwinkel kan dat plezier vervangen. Winkelen - in combinatie met horecabezoek - is gewoon de favoriete vrijetijdsbesteding van heel erg veel mensen. Dat leert mij 28 jaar ervaring in consumentengedragsonderzoek. In de Verenigde Staten zijn 'the Roaring Twenties' al bijna begonnen, er worden meer winkels aangehuurd dan dat er winkeliers stoppen', zo vertelt hij. Koop lokaal is, zo denkt Van Tellinggen, is 'de kans voor de markt'. 'Afgelopen jaar werd dit principe al volop gepromoot om tegenwicht te bieden aan online shopping. Lokaal heeft de toekomst. Gebruik dat in je communicatie. Dat vinden mensen sympathiek. Echt, ik zie volop kansen voor de markt. We zijn goedkoper, verser, menselijker, gezelliger... en wie er koopt, steunt er de lokale economie mee!'

Pijn beter verdelen

Leuk, die groei in consumptie, maar krijgen we niet nog een gigantische belastingdruk? Tenslotte moet al die coronasteun voor bedrijven, moeten al die vaccins en al die testen, wel betaald worden. Kortom: leuk, die 'roaring twenties', maar we weten allemaal dat de jaren dertig van de vorige eeuw werden gedomineerd door crisis. Is dat dan ook nu ons voorland? 'Ik denk dat dat wel meevalt', zegt Van Tellinggen. 'Als ondernemers goed gaan verdienen, komt het goed. We zijn als mensen en als maatschappij heel flexibel. Ja, het is waar dat we na de bankencrisis van 2008 veel tijd nodig hadden om erbovenop te komen, maar de bankencrisis raakte iedereen. Dat raasde door de gehele economie, waar nu slechts bepaalde sectoren het heel slecht hebben.' →



Al sinds 1993 schrijft Van Tellinggen over consumentengedrag, zoals 'Waarom Stenen Winkels Winnen'.

'De pijn had wel beter verdeeld moeten worden. Misschien hadden 'baanzekeren' ook iets van hun inkomen moeten inleveren. Dat was trouwens ook een vraag in onze opiniepoll. 'Als u een stukje van uw inkomen kwijtraakt, bent u dan nog steeds voor de lockdown?' Dan zie je ineens heel veel mensen van mening veranderen. Dan denkt men ineens veel realistischer over de lockdown en de gevolgen daarvan. Want laten we eerlijk zijn: als je werknemer, of ambtenaar, bent en je krijgt keurig je loon doorbetaald terwijl je thuis wat achter je computertje zit, dan heb je niet door wat er aan de hand is. Wat dat betreft hadden politici ook, net als ondernemers, geld

moeten inleveren', vindt hij. 'Wat politici niet snappen is dat hun loon door de ondernemers wordt betaald. Het zijn de ondernemers die zorgen voor banen. Zij betalen, samen met hun werknemers, de belastingen waarmee wij in ons land alles bekostigen. Help je de ondernemers om zeep, dan maak je dus eigenlijk alles kapot...' 'Maar ik ben van nature een optimist. Ik denk dat we ons de komende weken, maanden vrij gaan vechten. Niet zozeer met grote demonstraties, maar meer omdat de gewone mensen, de grote zwiigende meerderheid, het helemaal beu is en het gewone leven weer wil oppakken. Die meerderheid van zestig procent loopt nu nog mee met de mensen

die de maatregelen strikt opvolgen, maar ons onderzoek toont aan dat zij er nu wel klaar mee zijn. Die mensen willen niet in een volgende lockdown terechtkomen. En heeft premier Rutte niet zelf gezegd dat de coronamaatregelen eindigen als de mensen deze niet meer willen?' ▲

Een markt is geen concurrentie, maar aanvullend op het bestaande winkel- en horeca-aanbod



'Markt en winkels versterken elkaar'

De markt zal altijd kansen en bedreigingen het hoofd moeten bieden - met corona wellicht als grootste 'bedreiging' aller tijden. Maar één ding is zeker: 'Markten en winkelcentra zullen elkaar altijd aanvullen en van elkaars aanwezigheid profiteren', weet Hans van Tellingen.

Welke kansen en bedreigingen zie jij voor de markten; nu en in de toekomst?

Hans: 'Uiteraard is dit afhankelijk van de plek. Maatwerk en ook onderzoek (onder andere naar de belangrijkste consumententypen op de locatie van elke markt) is van groot belang, net als onderzoek naar het functioneren (laten wij dat nou net doen, haha). Maar in grote lijnen is het zo dat markten als Albert Cuyp zich meer moeten vernieuwen. Met ultraspecialisatie qua voedsel (bv. stroopwafels, speciale Japanse, Koreaanse of Portugese lekkernijen en veel meer dan dat). En minder kleding en grabbel- en snaai-producten (we hebben immers de Primark en de Action, dat betreft zware concurrentie). En steeds meer luxe op de weekmarkt in bijvoorbeeld Amstelveen (waar veel expats op afkomen). Maar tegelijkertijd zal de weekmarkt in bijvoorbeeld Meppel of Oldenzaal wel veel traditionele producten moeten blijven verkopen. Omdat de mensen dat daar doorgaans willen (en er

ook geen Primark in de buurt is). Conclusie: pas je markt aan aan het verzorgingsgebied van die betreffende locatie.'

Kun je aangeven wat de toegevoegde van een markt is voor steden, dorpen en winkelcentra? Hoe belangrijk is dit voor de omgeving? Is het voor winkels ter plekke een toevoeging of juist niet?

'Winkels, horeca en markten versterken elkaar. Een markt is dus geen concurrentie, maar is aanvullend op het bestaande winkel- en horeca-aanbod. Het is ook een bezoeksdoel op zich; en daar profiteren winkels en horeca dan ook weer van. Maar: blijf jezelf vernieuwen (of blijf juist traditioneel op traditionele locaties), zo stelt hij. 'Daarbij kunnen 'themamarkten' zorgen voor veel extra bezoek. Voor de markt zelf, maar ook daar profiteren de nabije winkels en horeca dan weer van. In 'de retail' (en daar reken ik dan markten en horeca ook toe) is het nooit 'of-of', het is altijd 'en-en'. Je profiteert als het ware van elkaar.'



BIJ KOOPMAN JAGER PARASOLS & ZEILMAKERIJ

UIT VOORRAAD LEVERBAAR
Af te halen in de winkel
Bestel in de webwinkel



Parasol Thema Fruit:
Afmeting: 300x200cm
Prijs: € 299,- Incl. opberghoes en standaard

Beachflag Thema Fruit:
Afmeting: 220x80cm
Prijs: € 49,- Incl. opberghoes

Spandoek Thema Fruit:
Afmeting: 150x100cm
Prijs: € 25,-

Alle ontwerpen van deze thema's zijn eigendom van Koopman Jager Parasols en Zeilmakerij

Genoemde prijzen in deze advertentie zijn Excl. Btw.