

Ruud Hendriks

Wie de jeugd heeft, heeft de toekomst



FOTO: THOMAS HEERE

Ruud Hendriks is adviseur, spreker en media-entrepreneur op het gebied van media, IT en telecom

Het nieuwe jaar begon lekker met positieve berichten over omzetrecords in de e-commercebranche. Ik kreeg er echt weer zin in totdat daags erna bekend werd dat de offline verkoop met zo'n zes procent was gedaald ten opzichte van een jaar geleden.

Dat is niet alleen bij ons de trend, ook in Engeland heeft men er last van. Zo verdwijnen er vierduizend banen bij videoverhuurder Blockbuster. En cameraketen Jessops zet veertienhonderd man op straat.

Ik verbaas me er al jaren over dat er nog steeds mensen in fysieke ketens als Videoland komen. Waarom nog dvd's en vhs'jes halen, als er een enorm legaal - en illegaal - online aanbod is? Iedereen weet toch dat een gezonde toekomst binnen traditionele retail een illusie is? Offline retailers moeten zich nu eens gaan beseffen dat we leven in een tijd van meten en weten. En dat online winkelen nou eenmaal stukken eenvoudiger en gemakkelijker is dan het afstruinen van een winkelstraat.

Als je ziet welke impact dit alles op de rest van onze economie heeft, krijg je spontaan grijze haren. Zo daalt de waarde van al het onroerend winkelgoed drastisch (evenals de huurprijzen), wordt er nauwelijks meer gebouwd en ontstaat een almaar groeiende werkloosheid. En dan heb ik het nog niet eens over de enorme kapitaalvernietiging door het opdoeken van de winkelfilialen van Music Store en Free Record Shop. Hun eigenaren zagen de bui ongetwijfeld hangen, maar hielden tegen beter weten in te lang vast aan de wereld die ze wel begrepen. Met alle desastreuze gevolgen van dien.

Elke ondernemer in de bakstenen wereld zou op zoek moeten naar een mentor waarbij de bits en bytes door de aderen stroomt. Want vroeg of laat gaat de economische neergang van de fysieke winkel ook de online winkelomzet raken. In het mentormodel, waar ik heilig in geloof, dragen ervaren ondernemers kennis over aan jonge talenten. Die op hun beurt weer hun enthousiasme en passie overbrengen. Een win-winsituatie die niet alleen is voorbehouden aan starters.

Door de malaise in retailland hebben aandeelhouders, werkgevers en werknemers online ook steeds minder te besteden. Dat tijd moeten we keren. Daarom bij deze een oproep aan alle digitale wizzkids om te pas en onpas de stoute schoenen aan te trekken en de traditionele ondernemer van wijze raad, daad en inspiratie te voorzien. Dat is niet zo vreemd als het in eerste instantie lijkt. Want wie de jeugd heeft, heeft de toekomst. Een oude tegelwijsheid die vandaag de dag actueler is dan ooit.