

EXPO KASSA KASSA!

THEMA 6: BIG BUSINESS

Halverwege de 19e eeuw openen de eerste warenhuizen in grootsteden als Londen en Parijs hun deuren. Luxeuzere winkelpaleizen verleiden klanten met een uitgebreid en modegevoelig aanbod. Dankzij industriële massaproductie en vooruitgang in de transportsector kunnen kapitaalcrachtige ondernemers zo'n groot assortiment onder één dak aanbieden. Al gauw zien ook de eerste ketens het levenslicht.

Eind jaren 1950 doet de supermarkt naar Amerikaans model zijn intrede. Het nieuwe winkelconcept met zelfbediening en autoparking schudt het winkellandschap opnieuw door elkaar. Big business trekt vanaf de jaren 1970 naar de stadsrand. Hypermarkten, baanwinkels en shoppingcentra schieten als paddenstoelen uit de grond. Stadskernen verliezen aan populariteit en de eerste dorpen zonder winkel zijn een feit.

Niet alleen de zelfstandige winkelier heeft het vandaag steeds moeilijker om te overleven. Ook Belgische winkelketens moeten meer en meer opboksen tegen internationale reuzen in e-commerce als Amazon, Alibaba en bol.com. Multinationals domineren het straatbeeld in winkelstraten en drijven het fast fashion-model op de spits. Maar de roep om nabijheid klinkt vandaag steeds luider. Is de lokale winkel terug van weggeweest?

Een nieuwe winkelbeleving

Al in de 18de eeuw experimenteren luxeboetieks met modetrends, aantrekkelijke etalages, vaste prijzen en reclame. Ze maken van winkelen een plezierig tijdverdrijf voor de rijkere burgerij. Wanneer voornamelijk Franse en Duitse ondernemers de eerste warenhuizen met kleding en huisraad openen in ons land passen ze die nieuwigheden op grote schaal toe. Ze ontketenen een commerciële revolutie.

In de voeding zorgt de intrede van de supermarkt naar Amerikaans model eind jaren 1950 voor een totaal nieuwe winkelervaring. De groeiende middenklasse maakt kennis met zelfbediening, een voorverpakt aanbod, winkelkarretjes én de autoparking. Dankzij de auto en de koelkast kunnen mensen inkopen doen voor een hele week.

Het land van de baanwinkels

Van oudsher zijn winkels gelegen in dorps- en stadskernen waar veel mensen wonen. In de jaren 1970 kijken winkels massaal uit naar de periferie. Shoppingcenters langs invalswegen vervangen warenhuizen in het centrum. Motor van de verandering is Koning Auto. Ook de afschaffing van de grendelwet draagt bij tot de stadsvlucht.

Tot 1961 beperkt die wet nog de toename en inplantingsmogelijkheden van grote warenhuizen in ons land. Tot op vandaag is de plaats en omvang van winkels in ons land voer voor discussie.

Achter de kassa

Achter de façade van grote warenhuizen en winkelketens gaat een heel arsenaal aan jobs schuil. Van aankoopmanagers tot kassiers: een strikte arbeidsverdeling en hiërarchie zorgen voor meer efficiëntie en winst. Maar ook kassasystemen worden alsmaar ingenieuzer.

Klanten besparen tijd. Winkels hebben minder personeel nodig. Gaat de persoonlijke band tussen klant en winkelier verloren in ruil voor comfort en gemak?

Producersen, stockeren en transporteren

Sinds hun ontstaan in de 19de eeuw werken winkelketens volgens hetzelfde principe: ze bevoorraden hun filialen vanuit een centraal magazijn. De explosieve groei van de spoorwegen en betere autowegen maken die ontwikkeling mogelijk. Dankzij schaalvergroting slaan winkelketens tussenpersonen over, kopen ze rechtstreeks bij de fabrikant of produceren ze hun eigen producten. Zo verhogen ze hun winstmarge. Vandaag drijven internationale reuzen die schaalvergroting tot het uiterste om te kunnen blijven groeien.