

Regeren is vooruitzien

De berichten van premier Rutte, minister van Financiële Zaken Dijsselbloem en de Nederlandse bank begonnen eind vorige jaar voorzichtig positief te worden. Nederland zat weer in de lift. Hoewel het wel belangrijk was wie aan het woord was over de Nederlandse economie, vond ik het wel een prettig idee dat er iets positiefs werd gezegd. Niet alleen voor de eigen portemonnee, maar ook voor veel medelanders, ouderen en mensen die zorg nodig hebben. Waren wij dan te negatief geweest over de invloed van de digitale revolutie op ondernemingen en de economie? Zou het dan op eigen kracht toch goed komen?

Integendeel, want toen kwam het nieuws over V&D. Vroom en Dreesman, opgericht in 1887 door Willem Vroom en Anton Dreesmann, eigenlijk niet meer weg te denken uit het straatbeeld en de opa van mijn vrouw heeft daar nota bene vijftig jaar gewerkt. En ondanks die staat van dienst hangt het bedrijf aan een zijden draadje. Het bestuur zit in de klem tussen de online shops, niet-geïnspireerde klanten, werknemers, verhuurders, banken en de eigenaar Sun Capital. En van private equity funds is nu eenmaal bekend dat zij heel weinig geduld hebben met slechte financiële indicatoren. De oorzaken waren simpel te duiden en Cor Molenaar – hoogleraar E-marketing aan de Erasmus Universiteit – was regelmatig te horen op de radio. “Het concept moet volledig op de schop”, zei hij, zodat klanten weer geïnspireerd raken en geld uit gaan geven. De online markt, een ‘grijs’ assortiment, achterblijvende technologische ontwikkeling en een hoge kostenstructuur zijn dé oorzaak van dit falen. Een typisch voorbeeld van de ‘lelie in de vijver’ zoals wij dat hebben beschreven in het decembernummer van dit blad. Wanneer zat de vijver ook weer vol? Juist, één dag van tevoren en zo kwam het nieuws over V&D ook keihard binnen; gisteren de winkel nog vol, vandaag bijna failliet. In de recente afwenteling van het faillissement van V&D blijken meer retailers wakker te zijn geschud. Blokker ging voorop met het ontslag van ruim vierhonderd medewerkers en dat wordt gezien als hét begin van een grote verandering van het stadsbeeld. En van retailers die al decennia lang het straatbeeld bepalen: Halfords (failliet), Mexx (zonder nieuwe eigenaar failliet), de Schoenenreus (failliet), Free Record Shop (failliet) en de Hema...? Zijn

we nu dan echt wakker of zijn er nog bestuurders die denken dat het internet een hype is en dat zij binnen enkele jaren weer door kunnen gaan met hun ‘business as usual’? Het vertrek van retailers uit de stad heeft een grote impact op de hele stad, de leveranciers en niet in de laatste plaats de gemeentelijke begroting. Een uitgekleed straatbeeld staat aan het begin van een hele reeks sociale en financiële gevolgen voor een lokale gemeente. Sla de handen ineen en kom met een beter

**Zijn er nog bestuurders
die denken dat het internet
een hype is?**

plan! De digitaliserende maatschappij heeft een fundamenteel en blijvend effect op de maatschappij en (lokale) economie. En uiteraard krijgen we daar weer iets moois voor terug. Dáár ben ik ook van overtuigd.

Huub Stiekema

Stiekema (huub.stiekema@mkbcyberadvies.nl) is senior adviseur digitale transformatie en cybersecurity bij MKB Cyber Advies Nederland