

MAX IN BEDRIJF

De studiereis 2008 van de SSM gaat naar de Verenigde Staten. Naar Boston en New York om precies te zijn. En wie kan hier nu beter over verhalen dan Max Westerman?

Als tv-journalist kreeg, en nam hij de kans om de ziel van het land van de onbegrensde mogelijkheden te onderzoeken en te tonen. Hij woonde langer in Amerika dan in Nederland. New York was de stad waar hij telkens terugkeerde en waar hij nog steeds geen afscheid van kan nemen. Na 25 jaar in Amerika te hebben gewoond, krijgt hij vaak de vraag of hij zich meer Amerikaan of meer Nederlander voelt. Zijn antwoord luidt dan steevast: ik ben New Yorker.

Na vijftien jaar correspondentenschap besloot Westerman vrij te nemen en zijn belevenissen aan het papier toe te vertrouwen. Terugkijkend beseft hij dat de Verenigde Staten in zijn tijd misschien wel op het toppunt van hun macht waren. Als enige overgebleven supernatie was Amerika niet alleen het machtigst op militair gebied, ook op cultureel, economisch en technologisch gebied had het land de dikste vinger in de pap. The American Way waaierde uit over een groot deel van de wereld.

Westerman ging graag in op de uitnodiging te spreken op de lunchbijeenkomst van de SSM. *'Dit is een boeiende branche, een waar ik me nog niet eerder in verdiept had. Het is interessant om vanuit andere invalshoeken Amerika te onderzoeken. Ik blijf een journalist'*, aldus de voormalige RLT Nieuws correspondent.

Zijn toezegging leidde op 7 februari jl. tot een dynamische voordracht, ten overstaan van een geboeid publiek. Een lekkere opwarmer in de aanloop naar de studiereis 2008. Voorpret, waarin de grenzeloze fascinatie voor New York van Westerman en miljoenen anderen uiteengezet werd.

'New York is wat Rome tweeduizend jaar geleden was, de machtigste stad ter wereld'

Deze status werd volgens de spreker bevestigd door de aanvallen op het World Trade Centre van 9 september 2001. Het World Trade Center was de belichaming van de tomeloze energie en ambitie van New York. Het eveneens aangevallen Pentagon, het grootste complex van Amerika waar het Ministerie van Defensie huist, kreeg een stuk minder aandacht van de media.

Westerman zet zijn verhaal kracht bij door het tonen van beeldmateriaal. In het geval van de aanslagen op het WTC blijft dat indrukwekkend.

Al direct in het begin blijkt dat Westerman zijn lezing heeft toegespitst op het vakgebied van zijn toehoorders. Hij vertelt een anekdote over zijn eerste keer New York:

'Ik kwam er voor het eerst in 1976. Daar stond ik met mijn rugzak, en kreeg direct een lesje in een zaak die u ook sterk bezighoudt, vastgoed. Je kunt het je nu moeilijk voorstellen, maar New York was failliet. En de onroerend goed markt pilde uit van de spotkoopjes. Een vriend van mij liet me een appartement zien op Fifth Avenue, uitzicht over de hele stad. Hij suggereerde dat ik misschien mijn vader, een ondernemer, zover kon krijgen om het te kopen als belegging.

Maar ik kon me niet voorstellen dat mijn vader de vraagprijs zou willen betalen: 25.000 dollar. Dat leek me echt belachelijk duur. Mijn vriend kocht het appartement, en onlangs heeft hij het verkocht, voor 1.200.000 dollar, vijftig keer de oorspronkelijke belegging. En al stort in heel Amerika de onroerend goed markt nu in, op Manhattan blijft hij stabiel. Het vertrouwen in Amerika ebt heel wat sneller weg dan dat in New York. Op ieder gebied is de stad toonaangevend, zeker ook op dat van U, de detailhandel en onroerend goed'.

Tijdens zijn verhaal flitsen beelden van de skyline van de Big Apple voorbij. Westerman vindt het logisch dat de studiereis 2008 als eindstation New York heeft. Immers, de nieuwste ideeën worden hier vaak bedacht of als eerste uitprobeerde.

'New York is de etalage van Amerika'

Het publiek krijgt een lesje Aardrijkskunde, gevolgd door een staaltje Geschiedenis. New York bestaat uit een heleboel buurten en wijken, met het eiland Manhattan als bruisend middelpunt, zo vertelt de voormalig correspondent. Ondanks het feit dat dit eiland net zo groot is als ons eiland Schiermonnikoog, lopen er in Manhattan dagelijks 1,5 miljoen mensen rond. Dat kan, omdat de stad verticaal gebouwd is.

De afgelopen twintig jaar heeft Westerman dit gedeelte van de stad zien veranderen in een eiland voor veelverdieners. Achterbuurten en bedrijventerreinen veranderden in dure woon- en winkelwijken. Zoals bijvoorbeeld het Meatpacking district. De oude vleeswijk is nu de hotste winkelwijk. Westerman heeft er zelf gewoond, zij het kort.

'Ik heb er zelf heel even gewoond. Tien jaar geleden. 's Nachts stonden onder mijn raam vrachtwagens met dode koeien te ronken, 's ochtends gleed ik uit over de ingewanden van het geslachte vee. Ik besloot na vier maanden te vluchten, toen er ook nog bij me werd ingebroken. Iemand zaagde een gat in de muur, terwijl ik lag te slapen met oordoppen in, vanwege die herrie beneden op straat. De inbreker ging er vandoor omdat iemand het gebouw binnenkwam, maar anders was ik waarschijnlijk het slachtoffer geworden van een chainsaw massacre.'

Westerman heeft de lachers op zijn hand en wacht even.

'Dat was tien jaar geleden. De buurt is nu een andere wereld. Waar eens dode koeien aan haken hingen, hangen nu in etalages jurkjes van vijfduizend dollar. De vleesindustrie is weg, de wijk zit vol exclusieve restaurants, galeries en modeboetieks.

In Harlem is eenzelfde proces gaande. Ahold opende er een paar jaar geleden als eerste een filiaal van een van zijn Amerikaanse supermarkten. Intussen zijn er veel andere winkelketens neergestreken en is ook Harlem booming.

De spreker stelt dat Amerika, als meest succesvol land met New York als hoofdstad van de wereld, zijn succes in belangrijke mate te danken heeft aan de Hollanders, die zich daar vierhonderd jaar geleden vestigden rond wat toen nog De Walstraat heette. Zij stichtten het perfecte ondernemersklimaat binnen een stad die zij Nieuw Amsterdam noemden. Veertig jaar van vrijheid, tolerantie en een kapitalistische inslag waren genoeg om deze instelling over Amerika te laten uitwaaiëren. De Engelsen, die de Hollandse kolonie innamen, noemde de stad vervolgens New York. De afgelopen jaren zijn steeds meer Amerikaanse historici zich gaan realiseren dat hun land er zonder die bewuste Hollanders misschien wel heel anders had uitgezien. De kolonie op Manhattan stond open voor iedereen die daalders wilden verdienen.

'Ja, daar komt het woord dollars vandaan.'

Al snel werd Nieuw Amsterdam de bakermat van de smeltkroes van nationaliteiten, rassen en culturen die kenmerkend zijn voor het immigratieland Amerika. Westerman gaat er vanuit dat de nieuwkomers nog steeds de belangrijkste reden zijn waarom New York zo vitaal is. Ze zijn gekomen om het te maken en zonder hen zou New York niet kunnen functioneren. Zouden de winkels bijvoorbeeld niet elke dag en nacht open zijn.

Een zo dynamische stad is natuurlijk een paradijs voor trendspeurders. Het is er een komen en gaan van winkeliers van over de hele wereld, op zoek naar inspiratie. Ook de Nederlanders jatten zich een ongeluk uit New York en de rest van Amerika volgens Westerman, al is dat niet altijd direct duidelijk te zien. Veel van de Amerikaanse merken vind

je niet in Nederland. Wat je hier aantreft zijn kopieën. Nederland heeft bijvoorbeeld geen Starbucks, maar wel de Coffee Company. Het gaat om een Amerikaans concept dat opgeleukt wordt. En met resultaat. Veel Amerikanen lopen namelijk weg met het 'Dutch Design'.

Het feit dat veel van onze nieuwe concepten oorspronkelijk uit Amerika komen, heeft een aantal oorzaken naar de mening van de Amerika specialist. Amerikanen proberen gewoonweg veel meer, ze willen in alles de beste zijn. Ze nemen meer risico's en zijn minder bang om te falen. Meer dan 1.000.000 Amerikanen gaan jaarlijks failliet. Waar je in Europa dan als mislukking wordt aangemerkt, geldt in Amerika dat je een ondernemer bent die risico's durft te nemen.

Daarbij stelt Westerman dat de Amerikanen de beste verkopers van de wereld zijn. Ze kennen geen gêne en geen taboes. Om zijn stelling kracht bij te zetten laat hij een door hem gepresenteerd item zien van een begrafenisbeurs in Amerika. Hilariteit alom in de zaal. We zien een heel circus rondom een voor ons toch wel serieuze aangelegenheid. Onder meer showballetten en een gezellig muziekje moeten de bezoekers aanzetten tot het kopen van bijvoorbeeld X-large doodskisten, overigens geen overbodige luxe in een land waar corpulentie hoogtij viert. In Nederland zou een beurs in die vorm gewoonweg ondenkbaar zijn.

Amerikanen weten je ook als geen ander hun winkels binnen te lokken. Westerman adviseert zijn toehoorders tijdens het bezoek aan New York zeker langs te gaan bij Abercrombie & Fitch en dan vroeg op pad te gaan want je moet vaak in de rij. Deze winkel is namelijk superpopulair en niet alleen bij de Nederlandse toerist. Opgemerkt moet worden dat het hier niet gaat om de kwaliteit van de kleding, maar om de kunst van het verkopen. Om te beginnen wordt men begroet door halfnaakte fotomodellen in de lobby, staat de muziek keihard en kan men amper zien wat men koopt doordat het licht sterk gedimt is. Westerman hoopt dat deelnemers niets leren van de succesvolle formule die deze winkel hanteert. Bij de Apple winkel mag men van hem wél in de leer. Een prachtig vormgegeven winkel, met een buitengewone service en zo cool dat Westerman zich een stuk jonger en hipper voelt na een bezoek! Geen wonder dat hij deze zaak elke keer bezoekt wanneer hij in New York is.

'Amerikanen, zo blijkt uit onderzoek, vinden winkelen leuker dan seks.'

Shopperen is een religie in Amerika. De gemiddelde Amerikaan krijgt per dag zo'n 2500 reclameboodschappen voor zijn kiezen. En dat lijkt te werken. De Amerikaan shopt ongeveer

zes uur per week en vindt winkelen leuker dan seks. Rumoer in de zaal, ongelovige blikken en hier en daar wordt achter de oren gekrabd. Gek volk die Amerikanen.

Westerman gaat door over de consumptiedrift en vertelt dat Amerika meer winkelcentra heeft dan middelbare scholen en dat velen op de pof leven. Ze kopen en lenen en sparen amper en krijgen daar momenteel de rekening van gepresenteerd. De hele wereld heeft enorme bedragen aan Amerika geleend, uit angst dat de motor van de wereldeconomie ophoudt te draaien. We krijgen dus allemaal een beetje de rekening gepresenteerd voor de Amerikaanse koopverslaving. Een land dat ooit de grootste crediteur was, is nu de grootste schuldenaar. Als de Verenigde Staten in de derde wereld lagen, zou het Internationaal Monetair Fonds orde op zaken gaan stellen, zo meent Westerman.

Hij zegt voor het huidige rampenscenario gewaarschuwd te hebben, al noemt hij zich geen econoom. Dat blijkt ook, aangezien hij weet te melden zijn aandelen niet op tijd verkocht te hebben!

De trend naar steeds grotere winkels aan de rand van de stad, hoeven we van Westerman niet over te nemen. Hij waarschuwt voor de gevolgen ervan, met Amerika als voorbeeld.

'It's not a pretty picture. Ik heb de afgelopen dertig jaar de ruïneuze invloed gezien van de big box stores. Rij door het hart van kleinere plaatsen heen en je vraagt je af wat er is gebeurd: het is er uitgestorven, je ziet nauwelijks nog mensen, winkelpanden zijn dichtgetimmerd. De middenstand is kapot gemaakt door die gigantische winkels aan de rand van de stad, omgeven door een oceaan van parkeerasfalt. Niemand kan met ze concurreren. Neem de grootste, Wal-mart. De omzet is net zo groot als het nationaal product van Saoedi-Arabië. In 2000 haalde Wal-mart de autoreus General Motors in en werd het grootste bedrijf te wereld, met de meeste klanten, de hoogste omzet en de meest werknemers, meer werknemers dan er onderwijzers zijn op Amerika's middelbare scholen. Honderd miljoen Amerikanen gaan ten minste een keer per week een Wal-mart binnen. Ze kopen er 20-duizend paar schoenen - per uur. Het is one stop shopping. Van shampoo tot een fiets, je kunt er alles krijgen, zelfs je haar laten knippen en een recept afhalen. Wal-mart houdt zich aan haar belofte: always low prices, always. Het doet dat door bijvoorbeeld geen ziektekostenverzekering te betalen, en de lonen te drukken, zowel in Amerika als in de derde wereldlanden waar het zijn producten laat maken. Mede door de big box stores ziet Amerika er nu heel anders uit dan dertig jaar geleden, een stuk minder spannend, veel meer voorspelbaar. Waar je ook rijdt, overal zie je dezelfde neonborden en megawinkels. Dat is toch eigenlijk wel bizar dat de meest kapitalistische samenleving in haar gelijkvormigheid begint te lijken op een communistisch land.

Nog een reden om de Amerikanen wat dat betreft niet te imiteren: ze zijn er zelf achter dat de mallification van Amerika te ver is gegaan. Het is een issue in de campagne.

Democratische presidentskandidaten organiseren zelfs protestbijeenkomsten voor Wal-mart filialen. Ze zeggen dat de winkel symbool staat voor alles wat er mis is met Amerika: zoveel aandacht voor de bottom line, dat het ten koste gaat van de lonen en sociale zekerheden, van de binnensteden, van de middenstand, van het landschap, van alles wat een land leefbaar maakt. De nieuwste trend in Amerika is nu: terug naar het verleden. Ontwikkelaars bouwen wijken waar weer ruimte is voor een stoep, voor parkjes, voor winkels, voor alles wat gemeenschapszin kweekt. Wij hebben dat al. Laten we het niet kapot maken.

Ja, we kunnen veel leren in Amerika. Maar de Amerikanen overdrijven het vaak, ze slaan door. Het land is op veel gebieden niet alleen voorbeeld, maar ook een schrikbeeld. Mijn advies aan u kan ik dan ook als volgt samenvatten:

Ja, go American, maar met beraad, en met mate.'

Max Westerman heeft gesproken. Het applaus wat hem ten deel valt neemt hij, zo lijkt het, enigszins onwennig in ontvangst. "Live" voor de camera is nu eenmaal anders dan "live" voor een publiek, zegt hij later.

Als toegift krijgt het publiek zijn laatste boek mee naar huis, uitgegeven door Nieuw Amsterdam Uitgevers. Dat kan geen toeval zijn.....