

Niet Winkeldag, 30 november 2019

Deze week vliegen de kortingen je om de oren. Iedere zichzelf respecterende ondernemer probeert de consument te verleiden met geweldige kortingspercentages op producten die net ervoor een kunstmatig iets verhoogde prijzen hebben gekregen zodat het voordeel ogenschijnlijk voor de consument maar vooral ook voor de winkelier enorm is..... Kortom, het is de week van 'Black Friday'!

De oorsprong van Black Friday komt ook voort uit het feit dat in de Verenigde Staten de dag na 'Thanksgiving-day' veel Amerikanen vrij zijn. Met de kerstgratificatie al in de pocket gingen veel Amerikanen shoppen, waardoor veel winkeliers hierdoor uit de rode cijfers in de zwarte cijfers kwamen. Massaal ging men naar de winkels en stond men in lange files voor winkels en kassa's. Door internet is het fysieke shoppen wat afgenomen, maar de populariteit van 'Black Friday' heeft zich hierdoor wel over de hele wereld verplaatst. We zien nu dat 'Black Friday' is opgeschaald naar een 'Black Week', want de vele logistieke dienstverleners kunnen deze enorme piekvraag van de consument op 1 dag niet aan! Consumenten kopen deze week massaal en ieder jaar kunnen we weer een stijging van de omzetcijfers waarnemen.

Als tegenhanger van de Black Friday gekte is eigenlijk de zogenaamde 'Koop Niets Dag', officieel de 'Niet-Winkeldag', ontstaan. Het is een actiedag waarin opgeroepen wordt een dag niets te kopen uit protest tegen de cultuur van "meer-meer-meer". Het is een internationale protestdag tegen de consumptiecultuur, waarbij gepleit wordt voor bezinning over de gevolgen van de overconsumptie. Op deze dag wordt de aandacht gevestigd op de ongelijkheid in de verdeling van de rijkdom op de wereld. Nog steeds kan maar een klein gedeelte van de wereldbevolking zich veroorloven alles te kopen wat men wil. Die "welvaart" kent een keerzijde: honger en armoede in grote delen van de wereld. Ook in ons eigen land zijn de inkomensverschillen tussen gezinnen met een uitkering en de hogere inkomens van dien aard dat betekenis van Black Friday wel een heel ander perspectief krijgt als vrijdag de dag is waarop de boodschappen moeten worden gedaan door de gezinnen met een beperkt budget. Dat staat toch in een schril contrast met de principes van 'Thanksgiving day' die de dag ervoor wordt gevierd. Naast het sociale aspect wordt ook een bezinning gevraagd op de nadelige effecten voor het milieu die deze ongebreidelde consumptie met zich meebrengt. De productie, het transport en het verbruik van consumptiegoederen veroorzaakt vervuiling en afval.

Vanuit een duurzaamheidsperspectief kunnen we misschien beter stellen dat de milieu-impact van Black Friday ervoor zorgt dat de 'Niet-Winkeldag' feitelijk is getransformeerd in een 'Black Saturday' vergelijkbaar met de 'Black Sundays' in juli in Frankrijk.