

T rendwatchers voorspellen een terugkeer van de roaring twenties na corona. Na een donkere crisisperiode volgt vaak een actieve periode waarin de bevolking volop profiteert van het licht na de duisternis. Voorbeelden zijn de jaren 1920 na de Eerste Wereldoorlog en de golden sixties na de moeilijke naoorlogse periode.

Zeker vanaf het einde van de jaren 50 en in de jaren 60 was the sky the limit. De opkomst en wijde verspreiding van nieuwe technologieën maakten de mensen het leven gemakkelijker met de wasmachine, de televisie, de auto en het massatoerisme. In die periode werd bijvoorbeeld de befaamde jumbojet Boeing 747 als toestel voor het massatoerisme ontwikkeld. Veel van die technologieën kwamen uit de VS overgewaaid, in de nasleep van het naoorlogse Marshallplan.

Ook op shoppinggebied was dat zo. In de jaren 60 werden de eerste echte zelfbedieningssupermarkten gelanceerd naar analogie van de supermarkten in de VS. De eerste zelfbedieningssupermarkt op het Europese vasteland, geopend in 1957, was het Delhaize-filiaal op het Elsense Flageyplein. In die winkels kon je zelf met een winkelkar inkopen doen. Voordien werd je aan de toog bediend bij de lokale kruidenier, die een relatief beperkt assortiment aanbood.

In de jaren 50 en 60 waren in de steden veel detailhandelaars, voor wie consumenten speciaal naar de stad kwamen. Een gewone gemeente had die speciaalzaken niet. De mensen deden de boodschappen meestal met het openbaar vervoer of de fiets. In de straten van de steden waren amper auto's en grote parkeergarages. Bijna alle goederenvervoer gebeurde met een bestelwagen, met een 'tripporteur', een fiets met laadbak, of zelfs met paard en kar.

Dorpen hadden dan weer een bakker, een slager, een kleine kruidenier, een bankfiliaal en een krantenwinkel. Daarnaast bestonden ook diensten zoals de melk- en soepboer, de bakker en de bierhandelaar die aan huis kwamen. Voor overige aankopen moest je naar de nabije steden of kon je iets bestellen per post uit de catalogus van 3Suisses. Op die pakjes moest je dan wel een paar weken wachten.

Vanaf de jaren 70 verdwenen veel van die gebruiken naar de achtergrond. De huidige twintigers en dertigers hebben de melk- en soepboer niet meer gekend en kunnen zich weinig voorstellen bij een postordercatalogoog. Bovendien kennen ze het beeld van een echte kruidenier alleen van het winkeltje van mevrouw De Bolle uit 'Samson en Gert'.

Misschien zult u nu de wenkbrauwen fronsen, maar wij zijn ervan overtuigd dat het komende decennium gekenmerkt wordt door de herintroductie van veel gebruiken uit de jaren 50. Er zijn een aantal redenen waarom we binnenkort meer over retromobiliteit, retrologistiek en retroshopping zullen spreken. Vooral steden, maar ook gemeenten streven al een aantal jaar naar minder autogebruik en vrachtvervoer. De invoering van milieuzones, de revival van het openbaar vervoer in steden, de sluiting van parkings en het streven naar een toenemend gebruik van cargobikes passen daarin.

In essentie dromen steden eigenlijk van buurten en mobiliteit zoals die in de jaren 50 waren, met weinig auto's, een fijnmazig openbaar vervoer, ecologisch transport met de 'tripporteur' en een groot aantal speciaalzaken in de stadskern.

Sinds het eind van de jaren 60 hebben de grote supermarkten de kleine zelfstandige kruidenier weggedrukt. Die supermarkten langs grote invalswegen zijn echter op hun retour. In elke kleine gemeente of stadsbuurt openen opnieuw filialen van Shop & Go van Delhaize en Carrefour Express, de kruideniers van weleer. Tijdens de pandemie hebben niet toevallig net die buurtwinkels het, net als de e-commerce, bijzonder goed gedaan.

Velen aanzien de e-commerce als de killer van de kleine handelaar en de winkelstraat. Postorderbedrijven zoals 3Suisses, de boekenclub en La Redoute bestaan echter al decennia. Alleen de bestelmethode en de leveringstermijn zijn aangepast. Kopen op afstand en huis-aan-huisbezorging zijn niet nieuw, het voelt alleen als innovatief aan. 3Suisses was eigenlijk de Zalando van de jaren 50.

Het dalende autobezit is nu al sterk merkbaar bij de jeugd en leidt ertoe dat we almaar meer zaken aan huis geleverd willen hebben en dat we kleinere hoeveelheden per keer aankopen. Thuisleveringen van voeding door onder meer Hello Fresh, Deliveroo, en Delhaize.be zullen verder stijgen. Vroeger leverden de soep- en groenteboer, slager en bakker ook aan huis. Daarnaast gaan we wat we wel nog in de winkel kopen, zoals versproducten, sneller in de buurtsupermarkt halen, net zoals vroeger bij de kruidenier.

Er lopen vandaag heel wat innovatieprojecten voor logistiek, mobiliteit, autogebruik en lokale handel bij de overheden. Spreken we in essentie over innovaties? Nee, eigenlijk spreken we over oude gebruiken, vaak met een eigentijds IT-sausje. Daar is niets mis mee, want 'l'histoire se répète'. De coronapandemie heeft die tendensen alleen versneld. De auteurs

Wouter Dewulf en Roel Gevaers zijn transporteconomen aan de UAntwerpen.

De kwestie

Velen verwachten roaring twenties na de pandemie, maar voor winkelen, mobiliteit en logistiek worden het de jaren 50.

Het voorstel

Besef dat veel huidige innovaties vaak terugkerende oude gebruiken zijn met een IT-sausje erover. En daar is niets mis mee.

Copyright © 2021 Mediafin. Alle rechten voorbehouden