

Merkloos

Afgelopen zomer ben ik met mijn gezin door Laos getrokken. Een prachtig land, veel cultuur, natuur en heerlijk eten. En pas een decennium bezig om te transformeren van een staatsgestuurde naar een meer kapitalistische economie. Vooralsnog gebeurt dat vrijwel zonder buitenlandse inmenging. Het resultaat is een bijna merk- en reclameeloos land. De ochtend-, middag- en avondmarkten zijn hier nog altijd van groot belang. Dit zijn de plekken waar je alles kan krijgen. Zo vers dat de door jou gekochte vis, kip, slang of pad ter plekke aan zijn eind geholpen wordt en bereid wordt.

Supermarkten zijn er (nog) niet, waardoor je struikelt over de kleine kruidenierswinkeltjes. Met hooguit 100 producten en een minimale voorraad. Waar iedereen ongeveer hetzelfde tegen een vergelijkbare prijs met een vergelijkbare onderhandelingsmarge verkoopt.

Maar in de hoofdstad Vientiane (qua bevolkingsomvang vergelijkbaar met Almere) heb ik dan toch echt een heuse shopping mall gevonden. Een doorslaand succes was het niet bepaald. De leegstand lag op zo'n 40 à 50% van het beschikbare vloeroppervlak. Maar de roltrappen deden het, de airco werkte en er zaten best wel een paar leuke ondernemers tussen. En zelfs een L'Oreal shop!

Zoals altijd heb ik de neiging om eerst de bovenste verdieping te bezoeken en dan langzaam af te dalen. Boven zat het foodcourt Lao-style. Een paar counters waar je noodle soup, sticky rice with pork/chicken of andere prima gerechten kon krijgen. Het had de ambiance van een tussenverdieping van een jaren zeventig bovengrondse parkeergarage van 6 lagen. Versleten tafeltjes en stoelen in een donkere, slecht verlichte, betonnen en super ongezellige omgeving. Maar wel het drukstbezochte deel en schijnbaar ook het meest renderende deel van deze mall.

Over een paar jaar zal je waarschijnlijk ook in Laos om de paar honderd meter een 7Eleven super hebben En luxe malls voor de gefortuneerde toerist en well to do Laotianen. Tot die tijd kan je hier nog wanen in de ouderwetse Oostblok-tijd. Of voor mijzelf, een nostalgische trip maken naar mijn jongste jeugd met drie kruideniers op loopafstand. Thuis gekomen stap ik weer met een tevreden smile mijn favoriete super binnen. Minder beleving maar wel zo makkelijk!

Jeroen Verwaaijen

Directeur onderzoek Strabo bv

verwaaijen@strabo.nl