

De Goed Heiligman

Sinterklaas en retail

Op het moment dat deze column verschijnt zijn we al weer in kerstsferen, maar ik ben nog volop bezig met het Klaasgebeuren. In de media wordt het steeds meer als een kinderfeest afgeschilderd. Dat is alleen leuk voor de kleintjes en het zo'n gedoe met die gedichten en surprises. Nee, kerstmis is het cadeaufeest van de volwassenen aan het worden. Dat is mij een gruwel. Allereerst de gemakzucht. Met kerst douw je een (duur) cadeau onder de boom en hoef je er geen gedicht meer bij te maken. Hup uitpakken en dan weer lekker verder schransen, of jas aan en op weg naar de meubelboulevard. Voorts ben ik van mening, gehinderd door mijn katholieke opvoeding, dat het kerstfeest niets met het geven van cadeaus te maken heeft.

Kortom, ik ben een fervent voorstander van het instandhouden van het Sinterklaasfeest. Dat betekent dat ik avondenlang aan het dichten ben voor mijn vrouw en kinderen. Dat er uitgebreid geshopt moet worden voor kleine en grote cadeaus. En dat ik mij verheug op de grote avond waar veel gelachen zal worden, maar in dichtvorm ook die dingen gezegd kunnen worden die je nogal eens vergeet door de dagelijkse besommeringen. Een terugblik op het afgelopen jaar vormt daar een essentieel onderdeel van.

Ik ben dus helemaal in de Sint-stemming, maar merk daar helaas niets van in het straatbeeld. De kerstversiering hangt er al maar waar zijn de Pieten, schoorstenen en klazen ? De gemakzucht van de consument is overgewaaid naar de ondernemers die twee etalagewisselingen aan het eind van het jaar blijkbaar te veel vinden. Mijn aversie tegen het commerciële kerstgebeuren wordt daardoor alleen maar verder aangewakkerd.

Hoe dit op te lossen ? Is er sprake van een achterhoedegevecht of kan er weer een ommekeer plaats vinden. Enerzijds zou het imago van Sinterklaas als kinderfeest aangepast kunnen worden, waardoor volwassenen ook weer geassocieerd wenssen te worden met het 'kinderachtige' feest van de goed heiligman. Dat betekent echter het onvermijdelijke einde van de mythe van zijn paleis in Madrid, de pakjesboot en het mee-in-de-zak gaan naar Spanje.

Anderzijds kan er een ontmoedigingsbeleid ten aanzien van de kerst gevoerd worden. Een verbod op de kerstman en oversized sokken ! Beide opties zijn echter praktisch gezien moeilijk uitvoerbaar. Ik zal daarom maar mijn strijd in kleine kring voort blijven zetten.

Jeroen Verwaaijen
directeur onderzoek Strabo bv
verwaaijen@strabo.nl

verschenen in Shopping Center News December 2002