

## **Handen uit de mouwen**

Maak je eigen parfum!

Amsterdam is vaak een broedplaats voor nieuwe formules. Pilot- en flagshipstores van gerenommeerde buitenlandse merken strijken vaak eerst neer in de P.C. Hoofstraat of Leidsestraat. Vervolgens houden ze het voor gezien of spreiden hun activiteiten uit over heel Nederland. Maar Amsterdam heeft bijna altijd de primeur. Dat is leuk voor de mensen die daar wonen, maar ook goed voor het totale winkelapparaat. Never a dull moment !!

Geen op consumentenonderzoek gebaseerde, wel doordachte formules en concepten. Nee, ondernemende geesten die met durf iets proberen. Soms loopt men te ver voor de troepen uit en is de zaak ter ziele voor het idee aanslaat bij het publiek, soms ontbreekt de financiële adem om een aanlooptijd te overleven en soms gaat het gewoon goed. Het is altijd spannend om te zien hoe het een nieuw concept vergaat.

Sinds kort is bij ons om de hoek een zaak gevestigd waar je je eigen parfum kan samenstellen. Je hebt de keuze uit 60 ingrediënten en met enige hulp van het personeel, kan je je eigen geurtje fabriceren en tegen betaling meenemen. Een geslaagde combinatie van leisure en retail. Het leisure-aspect is het zelf doen. Creatief bezig zijn in een relaxte ambiance. Je kan er zelfs een parfum-party geven. Nodig je vrienden of vriendinnen uit en ga gezellig (op jouw kosten) een lekker geurtje brouwen en elkaars geuren becommentariëren. Het is extra trendy door het hoge Harry Potter-gehalte, in je kookpot een magische drank brouwen.

Met dat idee moet toch meer te doen zijn, zou je zeggen. Een pizzeria waar je de kok weglaat en iedereen zijn eigen pizza laat maken. De 'kok' die dan de rol van bereidingsadviseur krijgt toebedeeld moet alleen opletten voor ernstige verkoling van vergeten pizza's.

Een kapperszaak waar je – onder deskundige begeleiding en met goede spullen - je eigen vrienden en familieleden kunt kappen. Dit zal altijd weer verrassende resultaten opleveren. Een kledingzaak waar je je eigen kleren kunt maken aan de hand van een beperkt aantal modellen met oneindige kleurvariaties. Het idee is dat je de ruimte, de kennis en de professionele attributen aanlevert en de klant zelf het werk laat doen. Het moet echter wel iets opleveren wat bruikbaar is en geen hobbyproduct wat in kleine kring geshowd wordt (ja, heeeeeeel uhhh interessant ....) om vervolgens weggeflikkerd te worden. Een leuk idee dus die parfumerette, maar ik ben wel erg benieuwd of het deze zomer overleeft.

Jeroen Verwaaijen  
directeur onderzoek Strabo bv  
[verwaaijen@strabo.nl](mailto:verwaaijen@strabo.nl)

*verschenen in Shopping Center News juni 2002*