

Drie schetsen

BART VAN DIJK

De wandelstok

Op het strand van het Mallorcaanse dorp Platja zat een senior zichzelf van top tot teen in te smeren met zonnebrandcrème tijdens het heetste uur van de dag. De senior, een man in plaats van een vrouw, maakte daarbij geen onderscheid tussen huid en badkleding.

Het smeren kostte hem een hele fles. Behalve de fles had hij een handdoek bij zich. En in het zand naast zijn handdoek stond een wandelstok rechtop. Dat bleef zo tot de zon onderging.

Toen de zon zich achter de horizon had verschanst, begon de senior aandacht te krijgen van Pekeljan, die buikschuivend op hem afkwam. 'Verveel je je?' vroeg Pekeljan belangstellend.

'Ja, een beetje wel,' sprak de senior. En hij stelde meteen een tegenvraag. 'Hoe weet je dat?' klonk het. Pekeljan antwoordde dat het een slag in het donker was.

'Jij kunt die ook krijgen,' ging hij verder. 'In je nek, met je eigen wandelstok. Ik zou maar oppassen. Als iemand kwaad wil, sloopst hij je met die stok. Beter neem ik hem mee, voor de veiligheid.'

Pekeljan ging met stok en al weg. De senior bleef achter. Thuis komen zat er niet meer in voor hem. Zonder wandelstok was hij geen mens. Hij bleef de hele nacht op het strand.

De senior was daarover niet ontsteld of diep geschokt. De tijd van ontsteltenis en geschokt reageren lag ver achter hem. En Pekeljan, die stak de wandelstok, op een willekeurige plaats, stevig in de grond. Een topfit en kerngezond wezen als hij heeft geen wandelstok nodig.

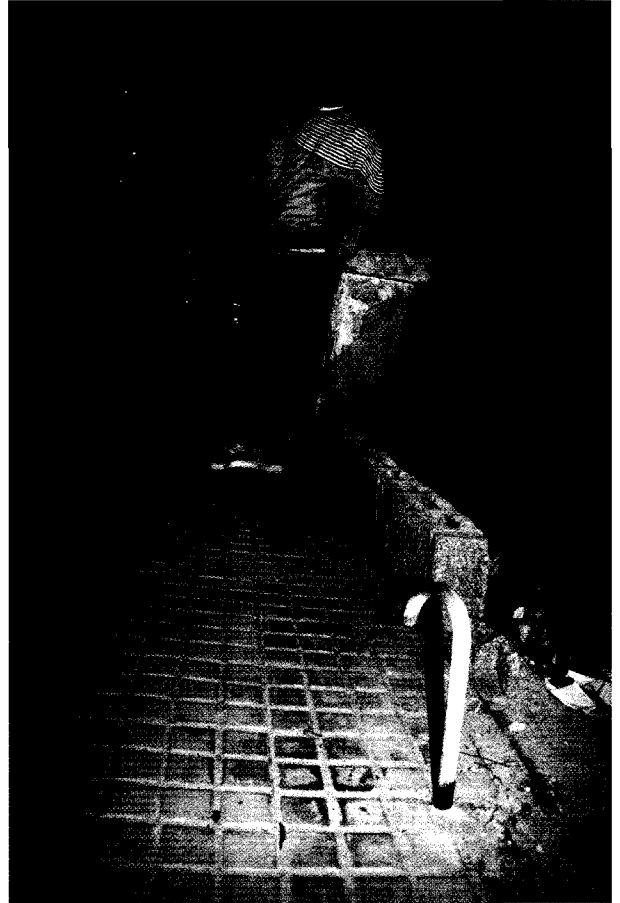


Foto: Bart van Dijk.

De verstrekkende gevolgen van Schuurkes' slogan

De barbiërstok van zijn kapsalon draait al decennia naar beneden in plaats van omhoog. Maar sinds hij begin 2005 de slogan 'Dé kapper zonder afspraak' invoerde, raakten zijn inkomsten ook echt in een neerwaartse spiraal.

Kapper Louis Schuurkes neemt het als een man. Hij vindt het zelfs 'goed genoeg' gaan met de kapsalon die werd opgericht door zijn opa. 'Ik aard naar mijn vader. Hij was een go-getter. Ik was ook een go-getter. Heb me jarenlang het schompes gewerkt. Letterlijk. Schompes is een verbastering van schuim, en ik heb me het schuim op de bakkes gewerkt.'

Bij de tijd dat trouwe klanten wegbleven door het schuimbekken, had Schuurkes zijn schapen op het droge. Dat was eind 2004. In 2005 startte hij met een restyling van de salon en werd de slogan 'Dé kapper zonder afspraak'.

'Mensen dachten dat ze bij mij geen afspraak hoefden te maken voor een knipbeurt,' zegt de kapper, die zelf overigens kaal is en daarom niet op de foto wil. 'Maar ik wilde gewoon geen afspraken meer. Ik wilde ongebonden zijn.'

Een consequentie: kapsalon Schuurkes is op ongezette tijden gesloten. Er hangt wel een bord met openingstijden voor het raam, maar dat mag gerust weggegooid, volgens Schuurkes. 'Ik trek me er in ieder geval niks van aan.'

Tegenwoordig is de zaak vaker open dan dicht. In het verleden wilde zijn dochter, Marion, de salon nog wel eens waarnemen. Dat ging over toen ze een schatrijke man trouwde. Begrijpelijk, noemt haar vader dat.

'De noodzaak was gewoon weg voor haar. Daarbij werd het Marion te gevaarlijk. Als jij je als kapper niet aan afspraken houdt, dan houden klanten zich steeds minder aan fatsoensnormen. Een bodybuilder kwam een keer om een blockhead vragen. Ze gaf hem een mullet. Hij sloeg haar neer en betaalde niet.'

Die gemiste inkomsten heeft hij diezelfde dag nog terugverdiend, laat hij weten. 'Ik vroeg een vrouw bij het afrekenen naar haar leeftijd. 46, zei ze. Ik halveerde de leeftijd en telde de gangbare prijs erbij op. Ze protesteerde aanvankelijk. Zei dat het niet de afspraak was. Toen wees ik haar op de slogan.'

Volle bioscoopzalen dankzij urinezakken

In de strijd om de gunst van de Tilburgse bioscoopbezoeker, is één bioscoop aan het winnen. In dat filmtheater is een week geleden een unieke actie van start gegaan: er worden gratis urinezakken, katheters en toebehoren verstrekt. Sindsdien stromen de zalen vol.

Overvol. 'Het komt voor dat we mensen teleur moeten stellen,' zegt de directeur, die graag anoniem blijft en de naam van zijn bioscoop niet vernoemd wil zien. 'Het is voor het eerst in mijn carrière dat ik publiciteit schuw,' bekennt hij. 'Maar we willen niet

nóg meer bezoekers. Dat kunnen we gewoonweg niet aan. Te weinig stoelen.'

Wat begon als een vluchtig, door een kaartverkoper geopperd idee om meer publiek te trekken, groeide uit tot een monsterhit. 'Het was natuurlijk een gok,' vertelt de bioscoophouder. 'Tien-duizend urinezakken, externe katheters, slangen en verbindingstukken inslaan. Maar om de stukprijs te drukken, zat er niks anders op.' Het was een gouden greep. De dingen vinden gretig aftrek.

De heersende gedachte was dat film liefhebbers in toenemende mate thuisbleven vanwege de ticketprijs, het economisch tij, de opmars van thuisbioscopen en illegale downloads. 'Inmiddels weten we dat een gebrek aan blaasinhoud hen tegenhield.' Achteraf pratend vindt de directeur het allemaal vrij logisch in een theater als het zijne, waar niet aan pauzes wordt gedaan.

'Mensen willen naar de film en niks missen door een bezoek aan het toilet. Anderhalf uur zitten knijpen om niks te hoeven missen, willen ze al helemaal niet. Bij sommigen zie je aanvankelijk schaamte. Als ze eenmaal het gemak zien waarmee de buurman een krat bier wegtikt zonder de zaal te hoeven verlaten, verlaten ze zelf gauw even de zaal voor drank en een urinezak.'

Foto: Manon van Hoeckel

