

Muziek liefhebbers likken hun wonden

Ook de best gesorteerde en gespecialiseerde platenzaak sluit door internetconcurrentie

Te dure expansie en concurrentie van internet kostte de befaamde Amerikaanse muzikketen Tower Records de kop. Vannacht sloot de laatste vestiging, op Manhattan. Muziek liefhebbers treuren. Maar: „We hadden ook veel troep hoor.”

Door onze correspondent
FREEK STAPS

NEW YORK, 23 DEC. Verkoper Gordon Steel zet zijn begrafenisgezicht nog maar eens op als een klant teleurgesteld komt vragen waar de klassieke cd's in de halflege muziekwinkel zijn gebleven.

Steel: „Er staan er nog wat bij de rock.”
Klant: „Ik kan er maar drie vinden.”

„Tja”, zucht Steel.

Tower Records gaat de langspeelplaat achterna. De Amerikaanse muziekwinkelketen met 89 vestigingen heeft gisteren de concurrentieslag met Media Markt-achtige prijsvechters en internetwinkels opgegeven. De laatste vestiging, de winkel aan Lincoln Square in New York, sloot afgelopen nacht. Liefhebbers van de keten met een ongekend brede en gespecialiseerde collectie likken hun wonden.

Zondagavond half twaalf is een ongebruikelijk tijdstip om muziek te kopen. Maar twee weekeinden geleden was het er in het laatste filiaal met zijn drie verdiepingen druk. Nou ja, drukker in ieder geval dan op de meeste zaterdagmiddagen.

Klant en concertpianist Richard Bishop zegt dat hij „verdrietig en gefrustreerd” is. „Waar moet ik nou heen voor mijn muziek?”

Bishop knoopt een praatje aan met verkoper Steel. Ze halen herinneringen op aan opnames van componist van marsmuziek John Philip Sousa (1854-1932) en aan een cd van een uitvoering van de Belgische violist Eugene Ysaye uit 1907.

Tower Records' jazz- en opera-aanbod was befaamd en de sluiting van de eens zo gezichtsbepalende keten heeft aanzienlijke impact. Het aanbod in New York is nu daadwerkelijk veranderd: Tower Records was goed voor de helft van de verkopen in deze muziekgenres. Maar Steel wil wel redelijk blijven. „We hadden ook een hoop troep hoor.”

Deze vestiging, aan de westkant van Central Park, was 365 dagen per jaar, zeven dagen per week van negen uur 's ochtends tot middernacht een cultureel trefpunt voor concertgangers, muzikanten, kunstliefhebbers. Aan de overkant van de straat heeft boekhandel Barnes & Noble een van de grootste vestigingen van de stad en de Metropolitan Opera, The New York City Ballet, en The New York Philharmonic Orchestra hebben alle hun thuisbasis bij Towers' buurman, het Lincoln Center.

Dezelfde klanten cirkelen nu als aasgieren boven de halflege bakken in de winkel. Zij weten ook dat de kortingen (nu al



Tower Records op een zondagavond in december (Foto Claudia van Rouendal)

tot tachtig procent, minimumprijs 0,40 dollar) de laatste dagen nog verder zouden oplopen. Alle onverkochte cd's uit de andere filialen worden naar deze vestiging gestuurd. „Ik wil meer korting”, zegt een klant met een volgeladen mandje bij de kassa. Ze krijgt haar zin niet. Haar reactie klinkt eerder dreigend dan berustend. „Dan kom ik morgen wel terug.”

Tower Records werd in 1960 in Californië opgericht en kreeg in 1980 in New York grote bekendheid omdat het voor de VS nog onbekende Europese New Wave-platen verkocht. De 'downtown'-vestiging werd wereldwijd bekend als hangplaats voor tieners.

In 2004 moest Tower Records voor het eerst uitstel van betaling aanvragen. Wat was er fout gegaan? Eén: de internationale expansie uit de jaren negentig bleek achteraf te kostbaar. Twee: de concurrentie van Media Markt-achtige elektronica-

ketens die de best verkopende cd's tegen bodemprijzen aanbieden om klanten te trekken, deed pijn. En drie: internetwinkels boden naast lagere prijzen ook nog eens winkelgemak.

Vier maanden geleden ging het opnieuw verkeerd, ditmaal definitief. Klanten en kenners uiten nu dezelfde klacht als tijdens de opkomst van Tower Records: „Dit is een klap voor winkels met een gespecialiseerde collectie”. Het grote verschil is nu dat Tower eerst uitgroeide tot de schrik van de sector en zelf zonder wroeging kleinere onafhankelijke winkels uit de markt drukte.

De keten had een betrouwbare schare liefhebbers in de ouder wordende Amerikaanse babyboomgeneratie. Oudere consumenten zijn al jaren de meest stabiele groep klanten van muziekwinkels omdat ze geen muziekbestanden kunnen (of willen) downloaden. De winkelverkopen

door 45-plussers groeiden volgens de belangenorganisatie, de Recording Industry Association of America, de laatste tien jaar van 15 naar 25 procent. Dat zegt overigens meer over de krimpende markt en het wegblijven van jongeren dan over de groeiende uitgaven van ouderen.

Maar het is al te eenvoudig voor Tower om alleen met de vinger naar anderen te wijzen. De keten werd ook steeds minder populair omdat de eigenzinnigheid van sommigen van de drieduizend werknemers als gebrek aan service overkwam. Passie en opinie vertaalde zich in arrogantie.

Tower Records probeerde deze zomer het tij nog te keren. Vanaf juni konden klanten muziekbestanden legaal en tegen betaling downloaden vanaf de Tower-website. Het was een halfslachtige poging. Tower bood 1,2 miljoen bestanden aan tegen de 3,5 miljoen van de grootste inter-

netmuziekwinkel iTunes. En de muziek kan niet worden afgespeeld op de iPod, verreweg de meest gebruikte speler van digitale muziekbestanden.

Het had allemaal anders kunnen aflopen. Tower Records was in 1995 een van de eerste aanbieders van fysieke cd's op internet. Het bedrijf wist de bekendheid van de winkels onvoldoende uit te bouwen op internet noch te benadrukken dat de collectie gespecialiseerder was dan elders.

Geruststellend lijkt dat de website vooralsnog blijft bestaan. „Een schrale troost”, vindt werknemer Gordon Steel op zondagavond, minuten voordat hij op zijn laatste dag nog één keer zijn kassa afsluit. „Toen zelfs wij cd-branders gingen verkopen, ging het verkeerd. We hebben actief meegewerkt aan onze eigen ondergang.”

Voor meer informatie zie:
www.towerrecords.com