

HSL, Fyra.... het houdt maar niet op!

(Of: Welke relatie is er tussen vrouwen en.....?)

Het wordt weer lente! Misschien denkt u bij het naar buiten kijken dat dit nog wel even kan duren, maar wetmatigheden voorspellen mijn gelijk! Een van de mooiste uitvindingen van de lente is voor mij toch wel Rokjesdag. Die eerste dag van het jaar waarop vrouwen als bij toverslag zich opeens massaal in een rok vertonen.

Om dit te realiseren lijken vrouwen wel een geheim genootschap opgericht te hebben waarin niet alleen afspraken gemaakt worden over de juiste dag, maar ook nog eens over de keuze, en vooral de aanschaf, van de rok! Als echtgenoot van een aantrekkelijke vrouw weet ik hier inmiddels alles van af. Catalogi en Internet sites worden geraadpleegd, prijzen vergeleken en vooral winkels moeten bezocht worden. Waar voor de eerste twee activiteiten de mannelijke aanwezigheid nog gemist kan worden blijkt deze bij de laatste, het winkelbezoek, onbegrijpelijk noodzakelijk. Niet alleen de medebeoordeling van de te kopen kleding lijkt belangrijk, vaak wordt dit vergezeld door de opmerking: "het wordt ook tijd dat jij wat nieuws aanschaf!"

Nu is dit laatste dan misschien meestal niet zo'n probleem, vaak zie je dat zelf ook nog wel, maar het proces boezemt vele mannen afschuw in. Hoe dit nu komt? De reden daarvoor is bekend, het winkel patroon van vrouwen en mannen staat haaks op elkaar. Daar waar de man, gemiddeld genomen dan, doelgericht kleding gaat kopen (hij heeft een voorkeur voor één winkel waar ze alles hebben en hij in een keer klaar is) wil de vrouw, gemiddeld genomen dan, alles één of twee keer in alle winkels bekijken om pas daarna een beslissing te nemen. U snapt het al, voor de vrouw is het: "leuk, daar kunnen we ook nog mooi even kijken..." terwijl het voor de man: "houdt dit dan nooit op...?" is.

Deze rolverdeling is natuurlijk niet standaard voor mannen en vrouwen. In onze door mannen gedomineerde maatschappij zien we soms voorbeelden..... Laten we er eens twee bijhalen die we inmiddels dankzij de vaderlandse pers, en als u pech heeft eigen ervaringen, goed kennen. De HSL en de Fyra! Met name de Fyra lijkt sprekend op ons winkel voorbeeld. Als man denk je dan, NS goed gedaan, jullie zijn met de laagste aanbieder in zee gegaan, bij deze winkel kopen we onze trein! De prijs van de treinkaartjes kan misschien zelfs wel omlaag! Als vrouw denk je dan wat een sukkels, je weet toch dat eerst goed rond moet kijken voor je iets koopt?

Nu zal het vast wel iets genuanceerder liggen, maar er toch wel veel wat voor deze stelling pleit als je kijkt naar de bewezen leverbetrouwbaarheid van AnsaldoBreda, de leverancier van de V250 treinen. Mocht u nu denken, dat had ik vooraf wel kunnen vertellen, het is Italiaans en die hebben alleen maar goede pizza's, wijn en ander eten, dan moet ik u toch wijzen op b.v. Lamborghini en Maserati, toch twee voortreffelijke producten. Dus daar ligt het niet aan. Maar als we naar zakelijke verstrengelingen kijken dat zien we dat AnsaldoBreda onderdeel van het defensie concern Finmeccanica is wiens bestuurders de laatste tijd nogal eens in opspraak gekomen zijn bij allerlei corruptie zaken. Als we dan ook nog zien dat er schimmige verbindingen zijn met Berlusconi, dat weten we het wel. Niet te vertrouwen!

Misschien denkt u OK met dat Italiaanse spul kan ik me iets voorstellen, maar de HSL dan? Dat is toch een Nederlands fiasco, en wat heeft dat met verschillen in winkelen tussen vrouwen en mannen te maken?

Hier is juist flink gewinkeld, vooral veel verschillende partijen voor de infrastructuur. Voor het ERTMS (European Rail Traffic Management System) zijn bijvoorbeeld drie partijen geselecteerd en is besloten dat er geen (oud ABT) beveiligingssysteem geïnstalleerd zal worden.

Elke vrouw die kleren koopt ziet direct de fout hiervan in: "Je koopt kleren die je nergens bij kunt dragen", als er iets krimpt of beschadigd kan alles weggegooid worden. In technische taal: "a single point of failure". En wij weten dat we zo iets te allen tijde moeten zien te vermijden!

Eén relatie is nu wel helder: "Veel rondkijken en passen voordat een keuze gemaakt wordt lijkt zo slecht nog niet!"



Jan W. Veltman

Reageren? jan.w.veltman@technology2success.nl

