

WINKELLEN Consument koopt meer via het web, ten koste Internet kleedt winkelcentra

EDUARD VOORN
NIEUWEGEIN

Tot nu toe

De explosieve groei van het aantal webwinkels heeft grote effecten op de Nederlandse binnensteden. Als gemeenten en winkeliers niets doen om hun winkelcentra en -straten aantrekkelijk te houden, ontstaan er ongezellige steden. Tot deze conclusie komt het Ruimtelijk Planbureau in het onderzoek *Winkelen in het internettijdperk*.

De hedendaagse consument hoeft nauwelijks meer de deur uit om boodschappen te doen. Bijna alles kan aan de voordeur worden afgeleverd. Kleertjes kopen met jengelen- de kinderen in een tochtig winkelcentrum is nergens meer voor nodig. De consument kan het web op en 'aankloppen' bij Kleertjes.com van onderneemster Claudia Bruil of Simply Colors van Stephanie Dijkstra. Deze websites werden vorige week tijdens de jaarlijkse Nationale Thuiswinkel Awards 2007 niet voor niets tot de beste webwinkels van

- Nederlandse consumenten kochten vorig jaar voor 2,82 miljard euro via internet. Dat is 28 procent meer dan in 2005.
- De gemiddelde uitgaven per koper stegen van 433 euro in 2005 naar 441 euro in 2006.
- Naar schatting zijn er 20.000 webwinkels in Nederland, een aantal dat dagelijks groeit.
- Het afgelopen jaar waren er 6,6 miljoen kopers actief op internet. Dit jaar wordt de grens van 7 miljoen gepasseerd.
- In 2005 was het aandeel van de onlineverkoop in de totale detailhandelsomzet (ongeveer 71 miljard euro) nog 2,8 procent. Maar in 2010 ligt het percentage volgens het RPB al op 10 procent.
- Vorig jaar leidde bijna 80 procent van alle internetaankopen tot meer goederentransport. Dit wordt versterkt door tweedehandssites zoals Marktplaats.nl.

dam en de slechte bereikbaarheid van binnensteden worden over het hoofd gezien," stelt Sjoerd Veenstra, directielid van de RND. „Er is helemaal geen sprake van verschraving. Sterker! Steden groeien en bloeien op zondag.”

Derksen verweert zich: „Ik val de winkelier niet aan; dit is een stedenbouwkundige studie en geen economische. Die koopzondag heeft niets met dit onderzoek van doen. Het gaat om de trend dat door internet winkels in stadscentra zullen verdwijnen. Zij kunnen de hoge huur niet meer betalen en gaan misschien net als de meubelwinkels naar de randen van de steden. Er zullen gewoon boekwinkels blijven, maar dan op andere locaties.”

De nieuwe minister van Verkeer Camiel Eurlings (CDA) kan nauwelijks gelukkig zijn met de opkomst van internetwinkels. Het Ruimtelijk Planbureau van Derksen constateert dat als gevolg van internetwinkels er nog meer auto's en vrachtauto's gaan rijden. Peter Bakker, de grote baas van postconcern TNT, zei eerder deze week dat het webwinke-



Nederland gekozen. Hun (merk)kleding voor baby's en kinderen wordt razendsnel aan de voordeur afgeleverd. Het is de doodsteek voor de winkelier in de straat of winkelcentrum die zich richt op moeders en vaders die leuke kleren zoeken voor hun kinderen.

„Binnensteden zullen als gevolg van steeds meer internetwinkels versralen. Je ziet nu al dat boeken- en muziekwinkels het in de binnensteden erg moeilijk hebben. Daar komen de reiswinkels en de handelaars in wit- en bruin goed bij,” licht professor Wim Derksen, directeur van het Ruimtelijk Planbureau (RPB), het onderzoek toe. „Ik koop zelf veel op internet. Het is makkelijk en snel, maar ik kom ook in de straat. Je ziet dat de consument op twee manieren internet gebruikt: eerst oriënteren en dan naar winkel kopen of snuffelen in de winkel en kopen op internet.”

De RPB-baas verwacht dat winkeliers en gemeenten zich door het onderzoek laten prikkelen. „Voor het eerst is namelijk het effect van *e-commerce* (internethandel, red.) op het winkelbestand onderzocht. Ze zullen alles op alles moeten zetten om de binnenstad weer opnieuw uit te vinden. Het is ze ook gelukt met het wegtrekken van de meubelwinkels naar de randen van de stad. Ik zou graag een interwinkel als Bol.com in het straatbeeld willen zien. Het geeft 'plezierwinkelen' een prikkel en past goed in het beeld dat de consument zich ook oriënteert in een winkel en gaat kopen op internet.”

De Raad Nederlandse Detailhandel (RND), de parapluorganisatie van 14.000 Nederlandse winkeliers, kan zich geheel niet in het onderzoek vinden. „Het is overdreven eenzijdig. Het effect van de koopzondag in steden zoals Den Haag en Rotter-

den de pijn van de draconische reorganisatie bij TNT deels verzacht. „We moeten steeds meer pakjes bij de consument afleveren en dat is goed voor ons bedrijf.”

Derksen van het RPB: „Internetwinkelen heeft een transportexplosie veroorzaakt. Vooral in het goederenvervoer. De oplossing is het inrichten van *collection and delivery points* (verzamel- en afleverpunten, CDP's). Dit biedt weer kansen voor traditionele winkeliers. Als iemand zijn pakje daar ophaalt, koopt hij gelijk wat. Het zijn met name de wijken en buurtcentra die profiteren van de CDP's.”

Muziekboeren hebben het nu al zwaar door de concurrentie van internetwinkels. Dat gaat ook gelden voor reisbureaus en zaken in huishoudelijke apparatuur en elektronica. FOTO COR DE KOCK



van de 'leukere' winkels verder uit

