

Internetshoppen en winkelen in de stad versterken elkaar

TON VOERMANS

UTRECHT

Digitale winkels op internet en echte winkels beïnvloeden elkaar positief.

Zowel winkeliers als consumenten profiteren van de nieuwe mogelijkheden tot zaken doen en winkelen via

internet. Dat concluderen Sedy Farag en Jesse Weltevreden.

Zij promoveren deze maand beiden met een onderzoek over winkelen via internet aan de Faculteit Geowetenschappen van de Universiteit Utrecht.

Veel kopers oriënteren

zich op internet, voordat zij de stad in gaan om tot koop over te gaan. Andersom komt het overigens ook voor. Kijken in de winkel, kopen op internet.

Ook de woonplaats is daarbij van belang. Wie dichtbij winkels woont, koopt minder vaak via internet.

Het versterkende effect van digitale en 'echte' winkels onderling gaat overigens niet op bij de aanschaf van boeken, cd's en reizen. In die branches wint internet terrein.

Veel internetgebruikers geven aan minder tijd kwijt te zijn aan winkelen in de

binnenstad en zijn dankzij internet prijsbewuster geworden.

Het blijkt ook dat mannen vaker via internet winkelen dan vrouwen en andere typen producten kopen, zoals computersoftware. Vrouwen kopen vaak kleding online.