

Witgoedzaak in binnenstad trotseert web

Winkeliers zijn niet bang voor groeiende concurrentie door winkelen via internet

Winkels in binnensteden zullen verdwijnen, voorspelt het Ruimtelijk Planbureau vandaag. Alleen het funshoppen zou in de toekomst kunnen concurreren met verkoop via internet.

Door onze redacteur

ARJEN SCHREUDER

BREDA, 4 APRIL. De medewerkers van enkele reisbureaus in Breda willen het niet zelf zeggen. „Wij mogen eigenlijk niet met de pers praten.” Maar duidelijk is wel dat internet hun werk heeft veranderd. Het aantal boekingen blijft gelijk, maar er komen minder klanten. Die komen voor meer ingewikkelde reizen. Want de simpele reizen boeken ze zelf. Thuis.

Het webwinkelen gaat de Nederlandse binnensteden de komende jaren veranderen, zo stelt het Ruimtelijk Planbureau (RPB) in een vandaag verschenen studie. Steeds meer mensen doen boodschappen via de computer. Twee jaar geleden betroegen de aankopen nog 2,8 procent van de totale detailhandelomzet, maar over vijf jaar zal dat zijn gestegen tot ongeveer 10 procent. Gekocht worden vooral televisies en wasmachines, reizen, muziek en boeken. „Met name in de binnensteden zullen bepaalde winkels, zoals reisbureaus, bruingoed- en witgoedzaken, cd-winkels en boekhandels, als gevolg van de concurrentie van het internet, zelfs grotendeels uit het straatbeeld verdwijnen”, aldus het rapport *Winkelen in het internet-tijdperk*.

Directeur Wim Derksen van het Ruimtelijk Planbureau ziet om te beginnen dat internet de handel in de binnensteden verandert. Veel klanten bestellen hun producten via de website van de winkels, of hebben, althans producten en prijzen bekijken op het web. Derksen: „Vrouwen vinden het heerlijk om op donderdag eerst op internet te kijken welke jurk ze willen kopen, om die op zaterdag daad-



werkelijk in de binnenstad te kopen." En soms hoeft een kledingbedrijf helemaal niet rouwig te zijn om teruglopende bezoekersaantallen. „Ik zie dat een postorderbedrijf als Wehkamp de collectie van C & A online verkoopt. Dat is leuk! Die twee bedrijven hebben kennelijk een mooie deal gesloten.”

Het Ruimtelijk Planbureau denkt dat de effecten op termijn niet kunnen uitblijven. Van alle internetaankopen zou ruim 42 procent in de binnenstad zijn aangeschaft als het product niet via het internet had kunnen worden gekocht. En: „In 23 procent van de binnensteden worden minder grote aankopen gedaan”. Webwinkelen hoeft niet niet te koste gaan van de detailhandel, als die maar meedoet. Maar de omzet in de filialen in de binnenstad zal op termijn wel dalen, en dat kan een goede reden zijn een vestiging buiten de binnenstad te zoeken. „Waar de huren minder hoog zijn”, zegt Derksen. Daardoor zullen de Nederlandse binnensteden nóg meer dan nu het moeten hebben van ‘funshoppin’ en elkaar daarbij beconcurreren. Wim Derksen: „Eerst hebben de binnensteden moeten leren omgaan met het vertrek van de meubelwinkels naar de meubelboulevards. Dat is met wisselend succes gebeurd. Nu zal vermoedelijk een andere categorie winkels vertrekken. Daardoor zal het accent in de binnenste-

den nog meer komen te liggen op funshoppin. Veel damesmode! Daarbij zullen de steden elkaar beconcurreren. Een stad als Amsterdam heeft een leuke binnenstad waar het altijd goed funshoppin is, met veel plaatsjes waar je kunt eten en drinken en een filmpje kunt pakken. Andere steden doen het minder goed. Ga eens kijken in de Rotterdamse Hoogstraat, nou dat is geen geweldig gebied meer.”

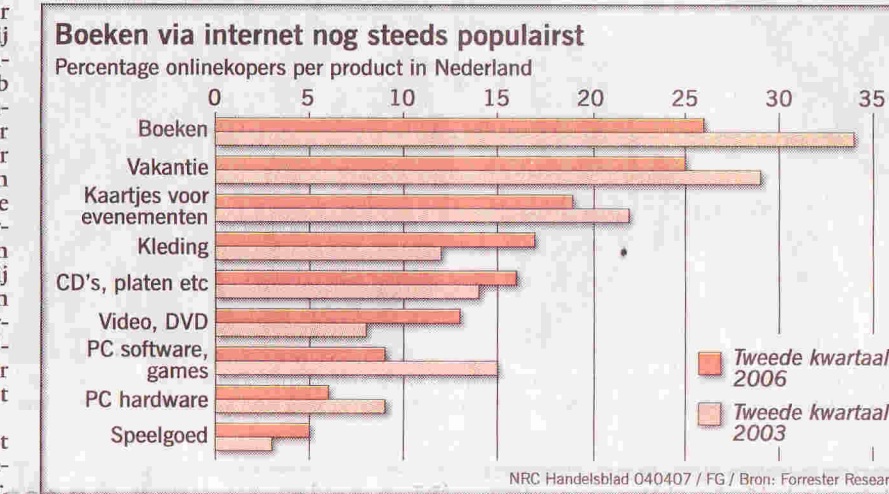
Er is ook wel verondersteld dat de opkomst van het webwinkelen minder verkeer zou opleveren. Dat is niet het geval, constateert het Ruimtelijk Planbureau. Integendeel zelfs. Vooral de markt in tweedehands artikelen op internet lokt verkeer uit. „Deze handel leidt in potentie elf keer zo vaak als die tussen winkels en consumenten tot meer personenvervoer zonder dat daar een afname van het goederenvervoer tegenover staat”, zo staat in het rapport. Derksen: „Mijn vrouw verkocht laatst via internet een oude vriezer. Komt er een handelaar langs met allemaal oude vriezers in een aanhanger. Die handel leidt tot extra verkeer.”

Toch moeten we het effect van het webwinkelen op de binnensteden niet gaan overdrijven, zeggen mensen uit de praktijk. „Internet geeft ons bedrijf een toege-

voegde waarde”, zegt algemeen directeur Will van den Hoogen van D-Reizen. Hij vertelt dat 85 procent van alle reizigers internet raadpleegt alvorens zelf via het web te boeken, een van zijn 170 vakantiewinkels te bellen, of deze te bezoeken en daar te boeken. „Wij zouden niet meer zonder internet kunnen.” De winkels hebben een belangrijke functie om mensen op weg te helpen met aanvullende informatie, vooral bij complexe reizen. Er is dan ook geen sprake van, zegt Van den Hoogen, dat hij winkels uit de binnensteden zou willen terugtrekken. „Het zou een zeer onverstandig besluit zijn om naar de buitenwijken te verhuizen waar de huren minder hoog zijn. Dan mis je zó veel mensen, dat je omzet zou dalen.”

Hebben zelfstandige winkeliers het misschien extra moeilijk om te concurreren met internetwinkels? Henk Verschoor, eigenaar van een witgoedwinkel in de Bredase binnenstad, krijgt regelmatig klanten die op internet al hebben nageplozen wat de laagste prijs is van een bepaald type wasmachine. Niet zelden is zijn winkel, witgoed specialist Van Rooij, duurder. „Maar wat als die wasmachine straks kapot gaat? Dan sta ik diezelfde dag nog voor de deur!” Service en persoonlijke aandacht, dat is het antwoord van de mo-

derne winkelier op internet. Met behoud van een gezonde marge, zegt Verschoor. „Als er een probleem is met de prijs, dan valt daarover te onderhandelen. Ik wil best een mooie prijs maken, maar dan moet ik op mijn beurt ook een goede inkoop prijs van de fabrikant kunnen krijgen. Daar zijn ze best gevoelig voor. De fabrikanten willen graag dat wij hun pro-



ducten in deze winkel aanbieden.” Ook boekwinkels in de Bredase binnenstad kunnen het bolwerken. „Mensen willen een gezicht zien”, zegt Trix van Deren, medewerker van De Geus Boek. Ook hier is service het toverwoord. Ze bij de aanschaf van studieboeken. „Mensen willen iets kopen bij iemand die daar later op kunnen aanspreken.”