

# De Binnenstad in het Internettijdperk

**Dr. Jesse Weltevreden**

**NRW Lunchbijeenkomst, 02-02-2007, Zwolle**

# Inhoud Presentatie

- 1. Internet & De Consument: Hoe verandert het winkelgedrag?**
- 2. Internet & De Winkelier: Hoe reageert de winkelier op Internet?**
- 3. Conclusies**

NETHERLANDS INSTITUTE FOR SPATIAL RESEARCH

# Internet & De Consument

RUIMTELIJK PLANBUREAU

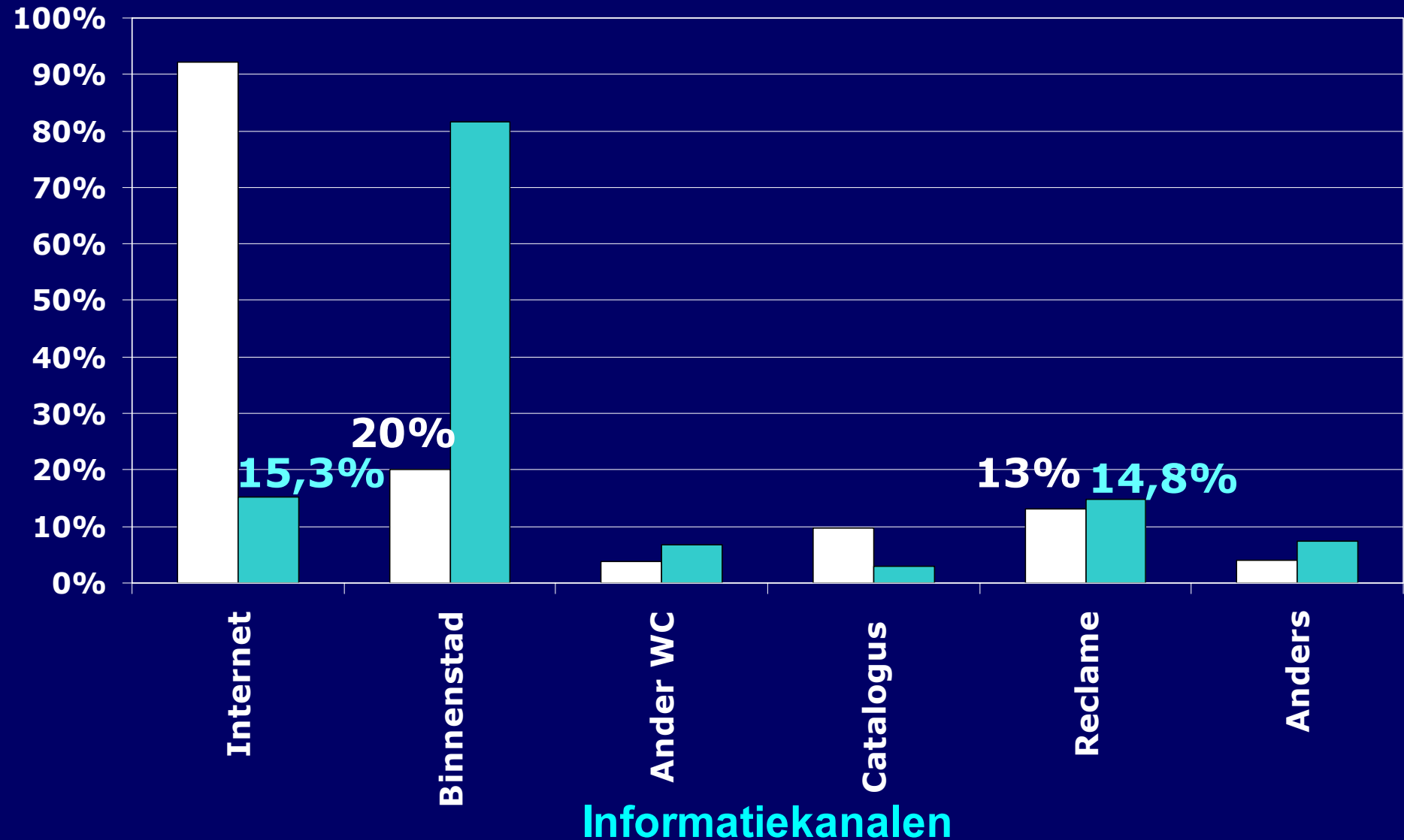
# Top 10 Aankopen Internet & Binnenstad

<b>Internet</b>	<b>%</b>	<b>Binnenstad</b>	<b>%</b>
<b>Cd's, DVD's &amp; Video's</b>	<b>16%</b>	<b>Bovenkleding</b>	<b>23%</b>
<b>Boeken</b>	<b>13%</b>	<b>Schoenen</b>	<b>11%</b>
<b>Bovenkleding</b>	<b>9%</b>	<b>Cd's, DVD's &amp; Video's</b>	<b>7%</b>
<b>Theatertickets, etc.</b>	<b>8%</b>	<b>Persoonlijke verzorging</b>	<b>7%</b>
<b>Computer hardware</b>	<b>7%</b>	<b>Levensmiddelen</b>	<b>6%</b>
<b>Bus/Trein/Vliegtickets</b>	<b>6%</b>	<b>Boeken</b>	<b>5%</b>
<b>2e hands artikelen</b>	<b>6%</b>	<b>Ondergoed/Lingerie</b>	<b>5%</b>
<b>Vakantiereizen</b>	<b>4%</b>	<b>Parfum/Cosmetica</b>	<b>4%</b>
<b>Ondergoed/Lingerie</b>	<b>4%</b>	<b>Theatertickets, etc.</b>	<b>4%</b>
<b>Software</b>	<b>3%</b>	<b>Cadeau artikelen</b>	<b>3%</b>

# Oriëntatie op Producten

■ Internet aankopen

■ Binnenstad aankopen



# Prijzbewustheid & Populariteit type webwinkels

## Door Internet winkel ik prijsbewuster:

Mee eens	59%
Neutraal	20%
Mee oneens	21%

## Populariteit type webwinkel:

E-tailer	34%
Postorder	19%
<b>Detaillist</b>	<b>14%</b>
Producent	12%
Particulier	9%
Anders	2%
Onbekend	10%

# Veranderende consument

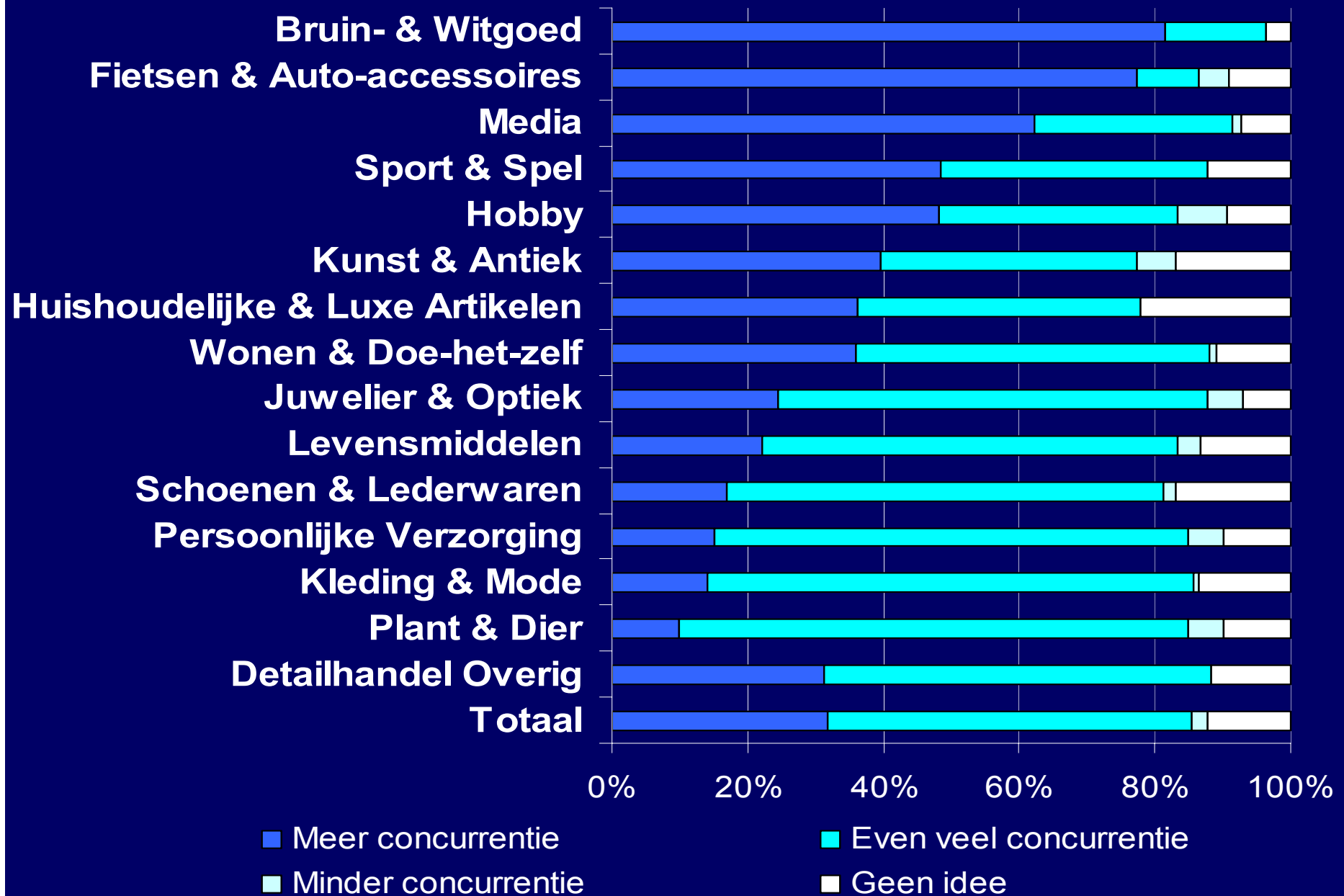
- **Populaire producten op Internet worden voornamelijk in de binnenstad verkocht;**
- **De binnenstad is het belangrijkste informatiekanaal voor Internetaankopen en vice versa;**
- **Consument winkelt prijsbewuster in de binnenstad door Internet;**
- **Van alle e-shoppers gaat 20% minder vaak naar de binnenstad;**
- **Consument koopt op Internet het liefst bij e-tailers en postorderbedrijven;**
- **De effecten van e-commerce verschillen per binnenstad.**

NETHERLANDS INSTITUTE FOR SPATIAL RESEARCH

# Internet & De Winkelier

RUIMTELIJK PLANBUREAU

# Meer concurrentie door e-commerce



# Gevolgen voor winkeliers

<i>Effect</i>	<i>%</i>
<b>Minder omzet/winst</b>	<b>34%</b>
<b>Klant is beter geïnformeerd/ prijsbewuster</b>	<b>29%</b>
Minder klanten in winkel(s)	11%
Winkelier wordt gedwongen om prijzen te verlagen	6%
Meer concurrenten	4%
Winkelier wordt gedwongen om ook een website te nemen	3%
Overige effecten	13%
Totaal	100%

# 10 Mogelijke Internetstrategieën

1. **Pre-Internet: geen (actieve) website**
2. **Billboard: contactinformatie**
3. **Brochure: beperkte productinformatie**
4. **Catalogus: uitgebreide productinformatie**
5. **Service: extra services**
6. **Export: enkel gericht op nieuwe klanten**
7. **Mirror: gericht op bestaande en nieuwe klanten**
8. **Synergy: integratie tussen website en winkel**
9. **Anti-mirror: Winkel ondergeschikt aan website**
10. **Virtueel: Geen winkel meer**

■ Geen website

■ Informatief

■ Online verkoop

# Internetstrategieën in de binnenstad

Internet Strategie	Zelfstandigen	Ketens
Pre-Internet	60%	4%
Billboard	8%	5%
Brochure	19%	11%
Catalogus	2%	1%
Service	4%	44%
Export	0%	0%
Mirror	4%	3%
Synergie	3%	33%
Totaal	100%	100%

■ Geen website

■ Informatief

■ Online verkoop

# Winkels naar internetstrategie, binnenstad Utrecht

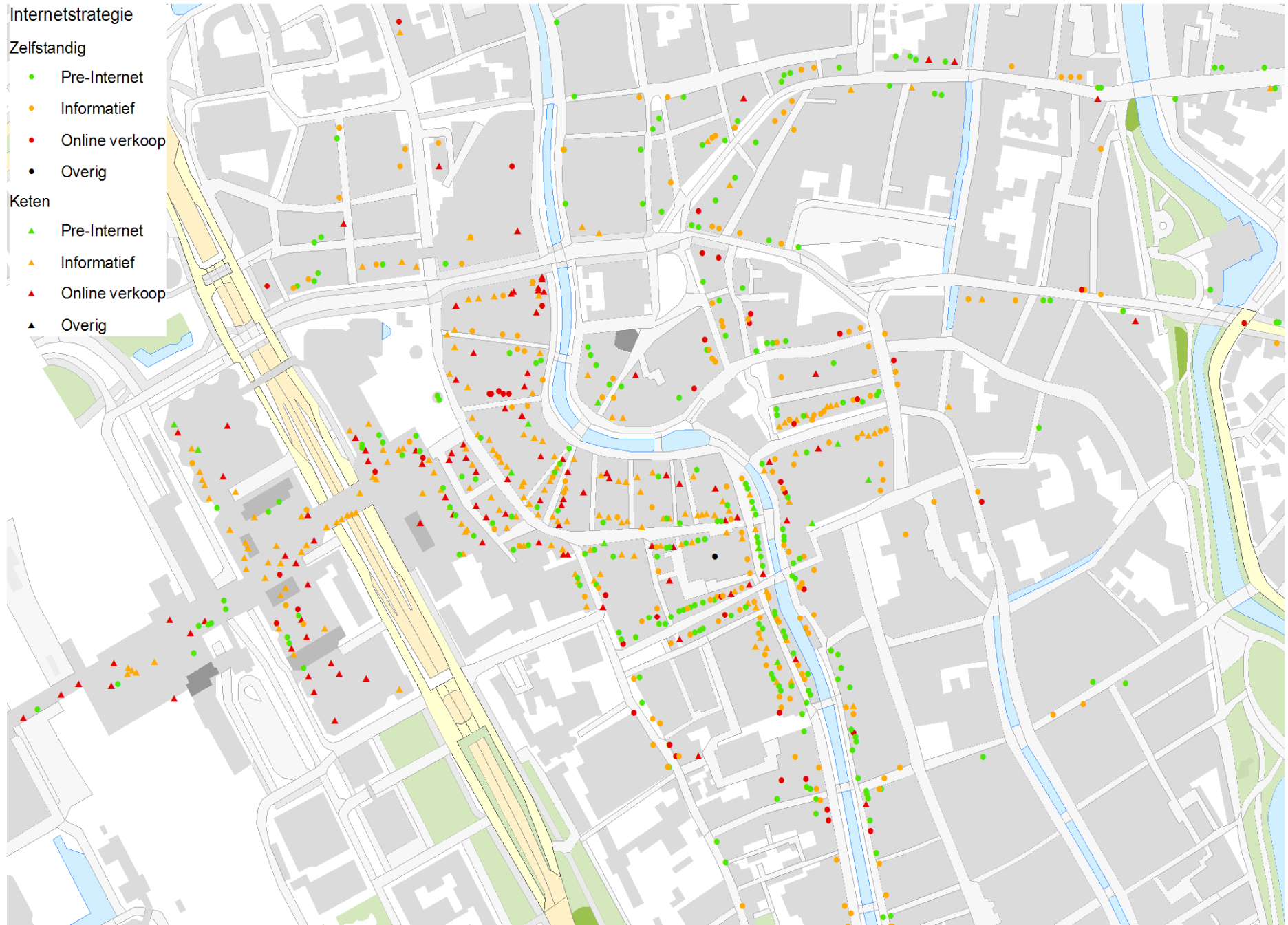
## Internetstrategie

### Zelfstandig

- Pre-Internet
- Informatief
- Online verkoop
- Overig

### Keten

- ▲ Pre-Internet
- ▲ Informatief
- ▲ Online verkoop
- ▲ Overig



# Winkels naar internetstrategie, binnenstad Haarlem

## Internetstrategie

### Zelfstandig

- Pre-Internet
- Informatief
- Online verkoop
- Overig

### Keten

- ▲ Pre-Internet
- ▲ Informatief
- ▲ Online verkoop
- ▲ Overig



### Winkels naar internetstrategie, binnenstad Amersfoort

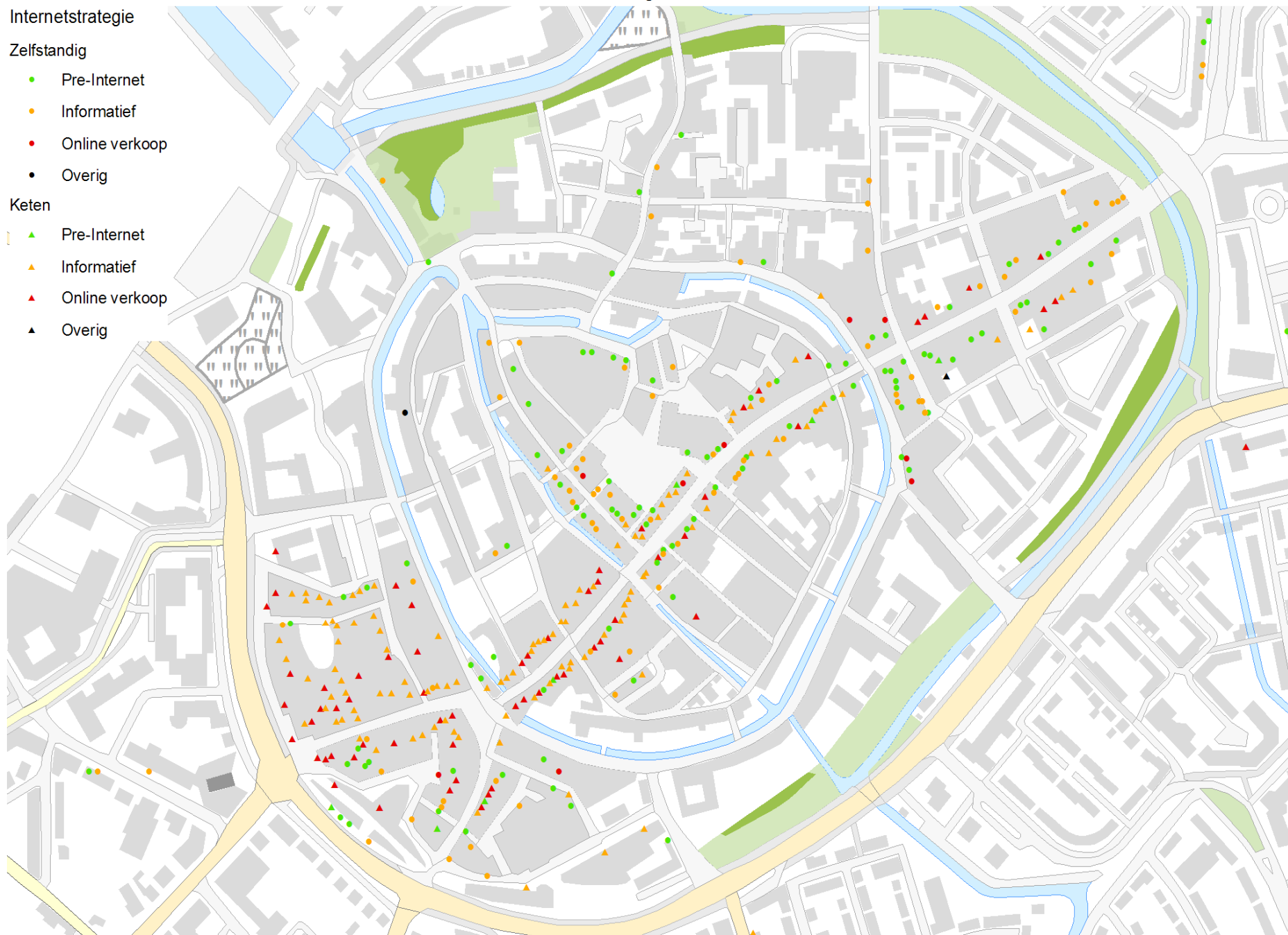
#### Internetstrategie

##### Zelfstandig

- Pre-Internet
- Informatief
- Online verkoop
- Overig

##### Keten

- ▲ Pre-Internet
- ▲ Informatief
- ▲ Online verkoop
- ▲ Overig



# Positieve effecten van website

Internet Strategie	Betere dienstverlening	Meer Naams-Bekendheid	Meer klanten	Meer omzet	Kostenbesparing
Billboard	21%	34%	12%	5%	2%
Brochure	30%	32%	15%	3%	1%
Catalogus	20%	29%	17%	6%	3%
Service	37%	27%	5%	5%	8%
Mirror	28%	23%	25%	11%	6%
Synergie	24%	13%	24%	13%	11%

# Gevolgen Internetadoptie voor winkelvastgoed

Behoefte aan winkelruimte			Behoefte aan distributieruimte		
	Infor- matief	Online verkoop		Infor- matief	Online verkoop
Minder	4%	6%	Minder	1%	3%
Gelijk	<b>83%</b>	<b>83%</b>	Gelijk	86%	69%
Meer	5%	7%	Meer	4%	<b>17%</b>
Geen idee	9%	4%	Geen idee	9%	11%

# Conclusies

- **Effecten van e-commerce verschillen per branche en per binnenstad;**
- **Een website heeft positieve gevolgen voor de prestaties van winkeliers in binnensteden;**
- **Zelfstandige winkeliers in binnensteden laten kansen liggen m.b.t. e-commerce;**
- **Effecten van e-commerce voor winkelvastgoed in binnensteden vallen vooralsnog mee;**
- **E-commerce en andere trends in binnensteden kunnen elkaar versterken.**

# Einde

**Voor meer informatie:**

**<http://www.jesseweltevreden.com/>**

**<http://www.rpb.nl/>**