Winkelen is uit

Henk-Jan den Ouden (links) en Durk Geertsma (rechts) vormen de ombudsredactie van het Noordhollands Dagblad. Wij proberen te bemiddelen als u problemen heeft met bedrijven of instellingen en publiceren daarover. Bij publicatie wordt de naam van de hulpvrager vermeld.

-Nog gewinkeld zondag?
-Nee joh, een experience opgedaan in de binnenstad. Was geweldig.
Wil de consument nog de moeite nemen om te gaan shoppen, dan moet het leuk, sfeervol en gezellig zijn. Anders bestellen we het wel via internet.

Het gemak dient de mens, dus ook de consument. We kopen in de supermarkt steeds meer kant-en-klare producten; het betalingsverkeer doen we thuis achter de computer en voor bruin- of witgoed hoef je de deur ook niet meer uit. Je regent niet nat achter je computer, je bent niet meer gebonden aan tijden en afstanden en je assortiment is een stuk groter dan voorheen. En de modernste betalingsmethoden ervaren we als betrouwbaar.
De tendens is onmiskenbaar. Onderzoeker dr. Jesse Weltevreden is gepromoveerd op e-commerce, de verkoop via internet. In 2007 kochten we voor bijna vier miljard euro via internet. „Dat is zo'n 4,5 procent van de totale detailhandelsomzet in Nederland. Ik verwacht dat dat in 2012 is doorgegroeid naar 10 procent. Het einde is dus nog lang niet in zicht." Wat wordt er dan verkocht over internet? Veel reizen ('dat tikt qua omzet lekker aan'), kleding, bruin- en witgoed, boeken en cd's. „En tweedehands artikelen zijn sterk in opkomst. In 2004 was het aandeel nog 6 procent, twee jaar later al 13 procent. „Je ziet daarvan de effecten in de binnensteden. Antiquariaten lopen terug. Het aanbod in zo'n winkeltje is beperkt in vergelijking tot het aanbod op internet. Op sites als Marktplaats heb je veel meer keuze en kun je veel gemakkelijker koopjes vinden."
Het aanbod op internet mag groter zijn, hoe vind je als consument een betrouwbare winkel? „Staan de algemene voorwaarden op de site, is er een heldere en duidelijke bestelprocedure, hoe worden klachten en reparaties afgehandeld, is het bedrijf lid van Thuiswinkel.org? Dat zijn allemaal kenmerken waaraan je kunt zien of een ondernemer online verkoop serieus benadert. Tegenwoordig heb je ook een hackersafelogo, wat een bescherming biedt tegen diefstal van persoonsgegevens. Overigens: als al die kenmerken er niet zijn, wil dat niet per definitie zeggen dat het een slechte site is. Maar pas wel op."

Wereld te winnen

Weltevreden zegt dat traditionele winkeliers nog een wereld op internet te winnen hebben. De zogenaamde e-tailers en postorderbedrijven, die alleen maar verkopen via internet, zijn daar heel ver in. „Aan de hand van eerdere bestellingen doen ze je voorstellen voor aankoop van nieuwe producten. Hoe meer gegevens je verstrekt, hoe beter ze je smaak kunnen achterhalen en gepaste aanbiedingen kunnen doen. Dat kan heel ver gaan. Doe op Amazon.com of Bl.com maar eens een bestelling. Dan krijg je gelijk artikelen te zien die daar bij passen. De traditionele winkelier maakt daar nog veel te weinig gebruik van. Vergeet niet dat 90 procent van de bevolking toegang heeft tot internet. En het durft te gebruiken."
Opvallend is dat wel onderzocht en bewezen is dat man-

KRIJG NOU WAT?!

Tijd

Het is al minstens veertig jaar terug, maar de herinnering is nog heel levendig. 's Avonds als ik op bed lag en het licht eigenlijk al uit moest zijn. Maar nog brandde, omdat ik anders geen boek of strip kon lezen. Want dat deed ik zo graag. En regelmatig werd ik betrapt door mijn vader, die na zijn uurtje boekhouden de giro-overschrijvingen naar de brievenbus bracht. Bij terugkomst wierp hij een blik op mijn slaapkamer. Hoe dicht het gordijn ook was, er kwamen altijd wel een paar lichtstralen door naar buiten. Het duurde dan ook niet lang meer of de deur voor de trap ging open en ik hoorde roepen: „Durk, licht uit!" „Ja, pa", was het standaard antwoord. Wat niet wilde zeggen dat het ook uit ging. Zou die boekhouding van hem een alibi zijn geweest om mij ongezien te controleren?
Als ik hetzelfde met mijn kinderen zou willen doen, dan moet ik een ander alibi verzinnen want Nederlanders brengen geen overboekingskaarten meer naar de brievenbus. Ze zijn online. Geld moet nog diezelfde dag op de andere rekening staan. Nederlanders wachten niet meer een week op antwoord van een bedrijf, maar willen direct antwoord. Toch zou een beetje tussentijd (de term is van Kees van Kooten) helemaal niet verkeerd zijn. Even in spanning wachten op een brief, even geduld uitoefenen. Want sommige problemen worden door de tijd opgelost. Net als kinderen die niet willen slapen. Als je lang genoeg wacht gaat hun licht vanzelf uit.
DURK GEERTSMA

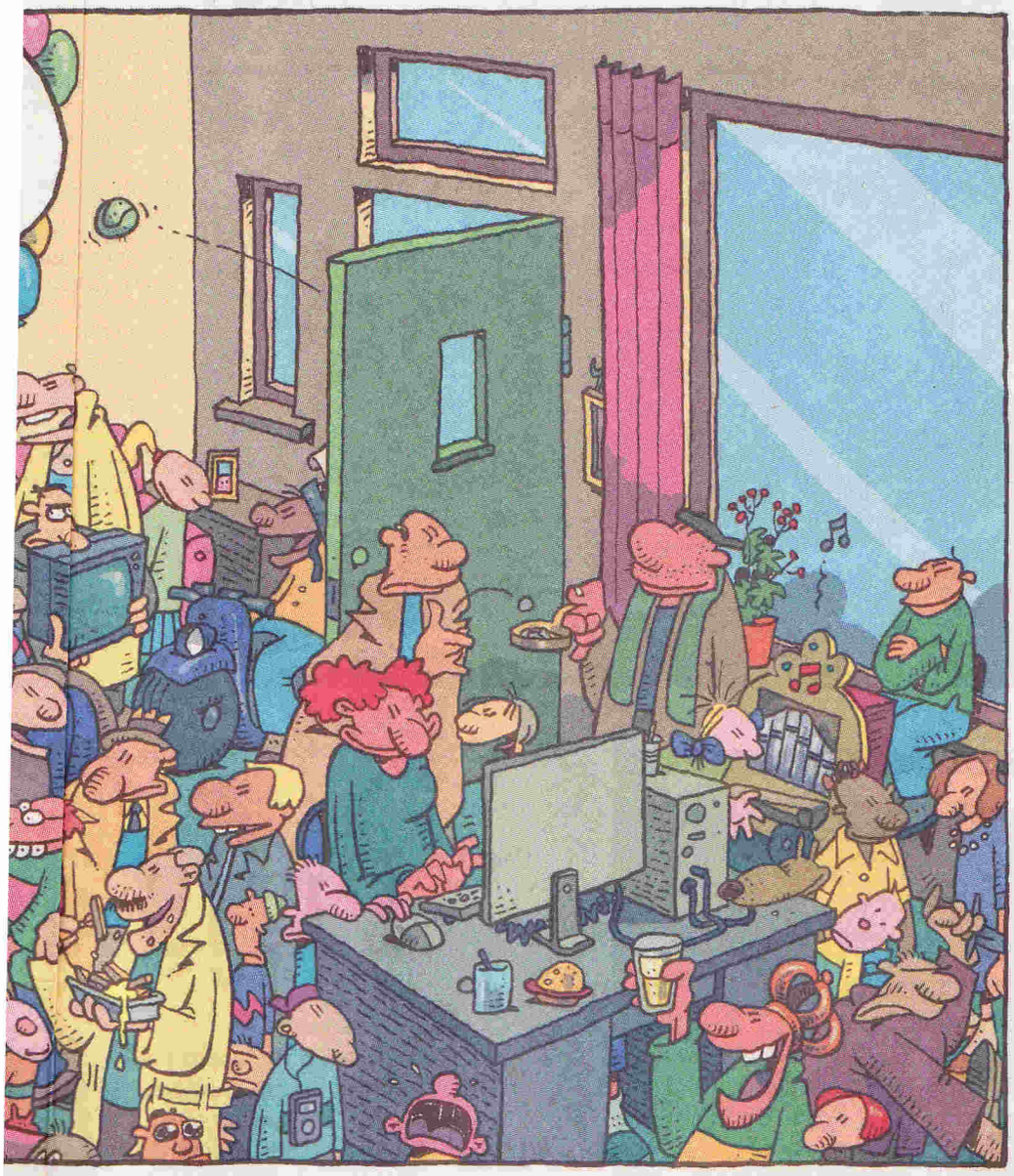
D Ombudsman maakt het zich gemakkelijk

, experience in!

Themapagina

De ombudsredactie stelt deze zomer vijf weken achtereen typen consumenten centraal. Na vorige week de zuinige consument in het zonnetje te hebben gezet, richten we ons vandaag op de gemaksconsument. Waarom uren winkelen en van hot naar her lopen, als je dezelfde bestelling ook via internet kunt doen? Wat voor gevolgen heeft dat voor de infrastructuur, voor de winkeliers en waar moet je als consument op letten. U leest het allemaal op deze themapagina. Volgende week: de bewuste consument.

DE OMBUDSREDACTIE



ILLUSTRATIE WIM STEVENHAGEN

nen anders winkelen dan vrouwen. Niet alleen in het echt, maar ook op internet. Weltevreden: „Mannen zijn doelbewuster als ze wat zoeken. Ze letten meer op de prijs en reputaties dan vrouwen dat doen. Toch zijn er volgens mij geen bedrijven die speciale websites voor mannen en vrouwen maken door bijvoorbeeld afwijkende kleurstellingen of indelingen van de site." Toch wordt er wel onderzoek naar gedaan, zegt hoofd marketing Minouk Fieggen van vergelijkingssite Kieskeurig.

Ondanks al die voordelen zal het fysieke winkelen volgens Weltevreden niet verdwijnen. „Nee, mensen willen in veel gevallen een product voelen voordat ze het kopen. En het is voor veel consument een leuke uitje, een dagje shoppen. Als je een boek wilt kopen, kun je er even in bladeren. Een kledingstuk kun je aantrekken en voelen. Bovendien heeft internet een nadeel: je hebt het niet direct in handen. Je moet minstens één dag wachten. Branches die nu onder druk staan door het webwinkelen, zoals de reisbranche en cd-winkels, zullen zich meer op sfeer, service, op een bijzondere 'experience' moeten richten, zaken die via internet niet te leveren zijn. Je ziet nu al veranderingen in binnensteden optreden. De gaten die vallen door winkels die sluiten worden opgevuld door modezaken, horeca, woonaccessoires. Fun dus."

Weltevreden ziet om die reden ook nog wel kans voor een cd-zaak. „Je kunt heel veel muziek downloaden, maar een cd in een hoesje is best aantrekkelijk om als cadeautje weg te geven. Met een goede service moet je als zaak daar je meerwaarde uit halen."

DURK GEERTSMA

Rommelmarkten behoorlijk minder druk

Het is een open deur, maar toch: door de opkomst van internetsites als Marktplaats, eBay en Speurders is de belangstelling voor rommelmarkten en vlooienmarkten minder geworden. Ten dele waar, zegt onderzoeker Jesse Weltevreden. (Zie hiernaast). De internetsites hebben namelijk ook gezorgd voor nieuw aanbod van mensen die anders overbodig spul bij het grof vuil zetten, maar nu verkopen. Toch is wel degelijk een vermindering merkbaar, zegt Peter Delang (65) uit Lutjewinkel, sinds twintig jaar organisator van vele vlooienmarkten in vooral west-Nederland. „De tijden dat er rijen voor de kassa stonden te wachten zijn over. Het is in de loop der jaren geleidelijk minder geworden. Behoorlijk minder." De handel via internet is echter niet de enige oorzaak voor de terugloop, zegt de organisator. „De concurrentie van verenigingen en buurthuizen is groter en je ziet een fenomeen als kringloopwinkels opkomen." Hij heeft de indruk dat vooral grotere producten via internet verkocht worden, omdat anders de vervoerskosten hoger zijn dan de verkoopprijs. Veel bezoekers, zegt Delang, blijven komen vanwege het sociale aspect. „'We kunnen er niet buiten', zeggen ze dan. 'Je laat ons toch niet in de steek.' Dus met die markten ga ik door."