

Winkelen in het Internettijdperk

De ruimtelijke gevolgen van internet winkelen

dr. Jesse Weltevreden, Hoofd Onderzoek BOVAG

Inhoud

- **Internet winkelen in Nederland**
- **Leidt internet winkelen tot meer of minder mobiliteit?**
- **Leidt internet winkelen tot minder winkels?**
- **Conclusies**

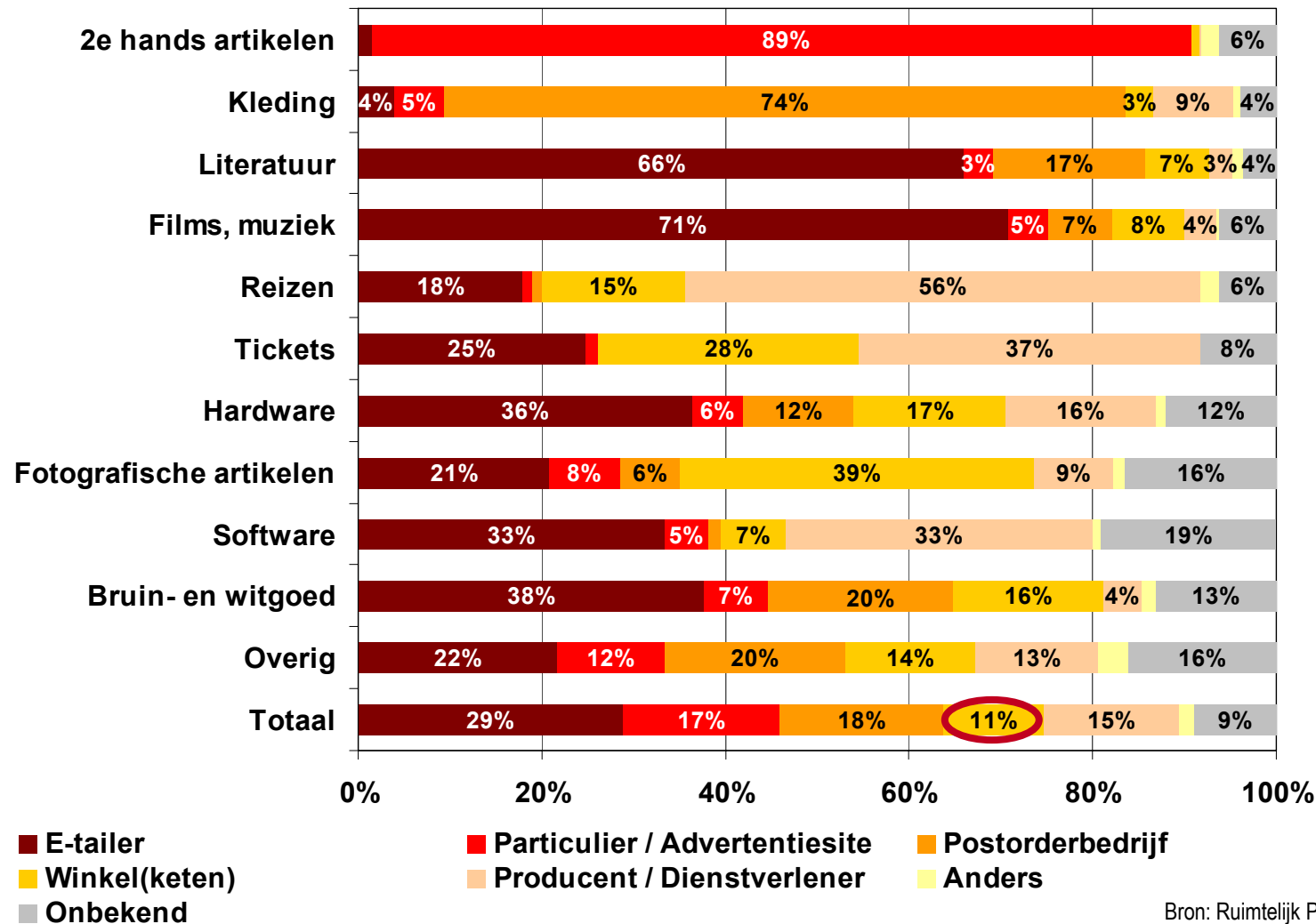
Internet winkelen in Nederland

Internet winkelen in Nederland (2007)

- **88% van de NL bevolking heeft toegang tot internet;**
- **89% van de internetgebruikers zoekt informatie over producten en diensten online;**
- **66% van de internetgebruikers koopt producten en diensten online;**
- **23% van de internetgebruikers verkoopt online (c2c e-commerce);**
- **Omzet online winkelen is 4,5% van de totale detailhandelsomzet.**

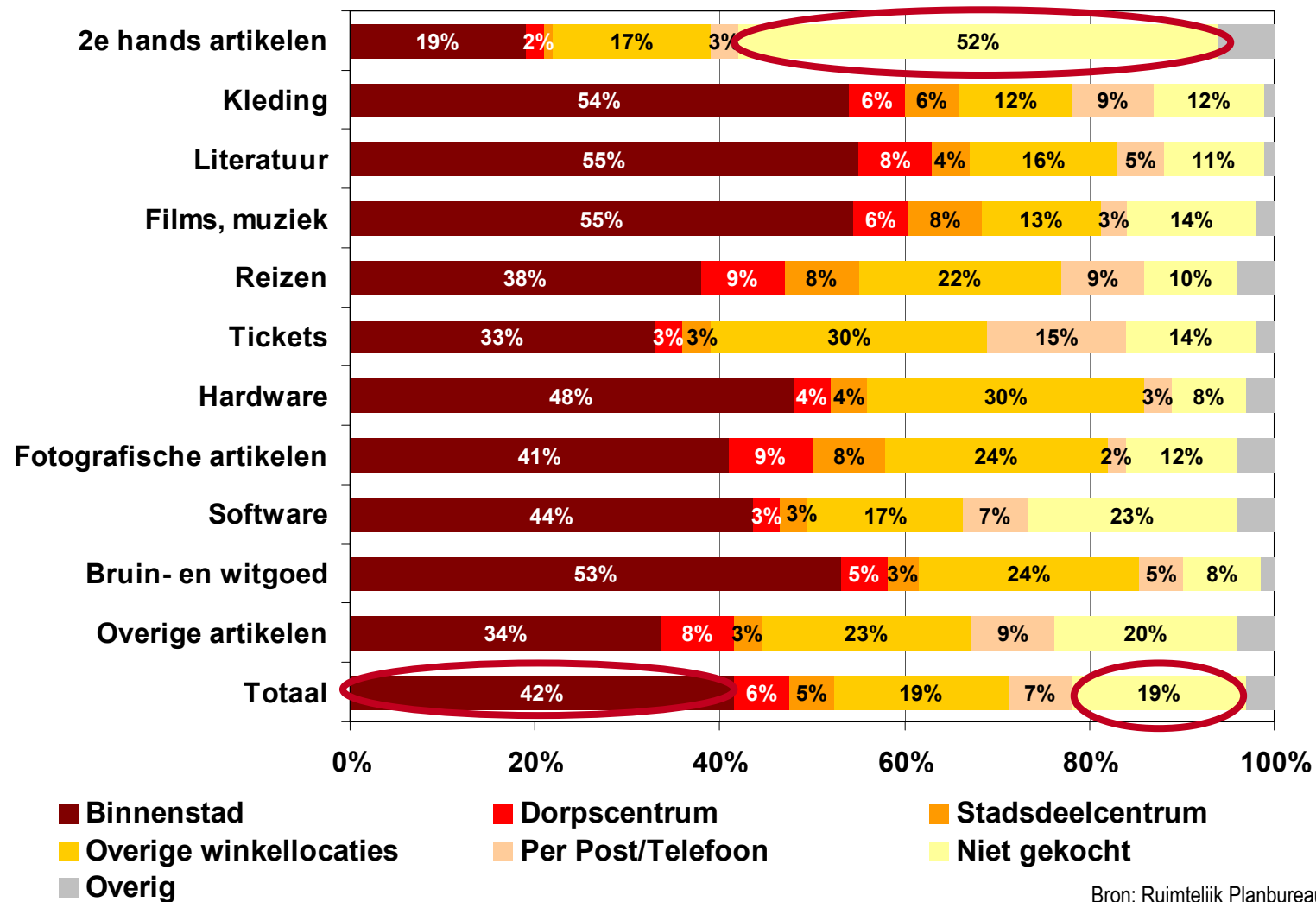
Bron: CBS (2008); Thuiswinkel.org (2008)

Internet aankopen naar typen online winkels, 2006 (in %)



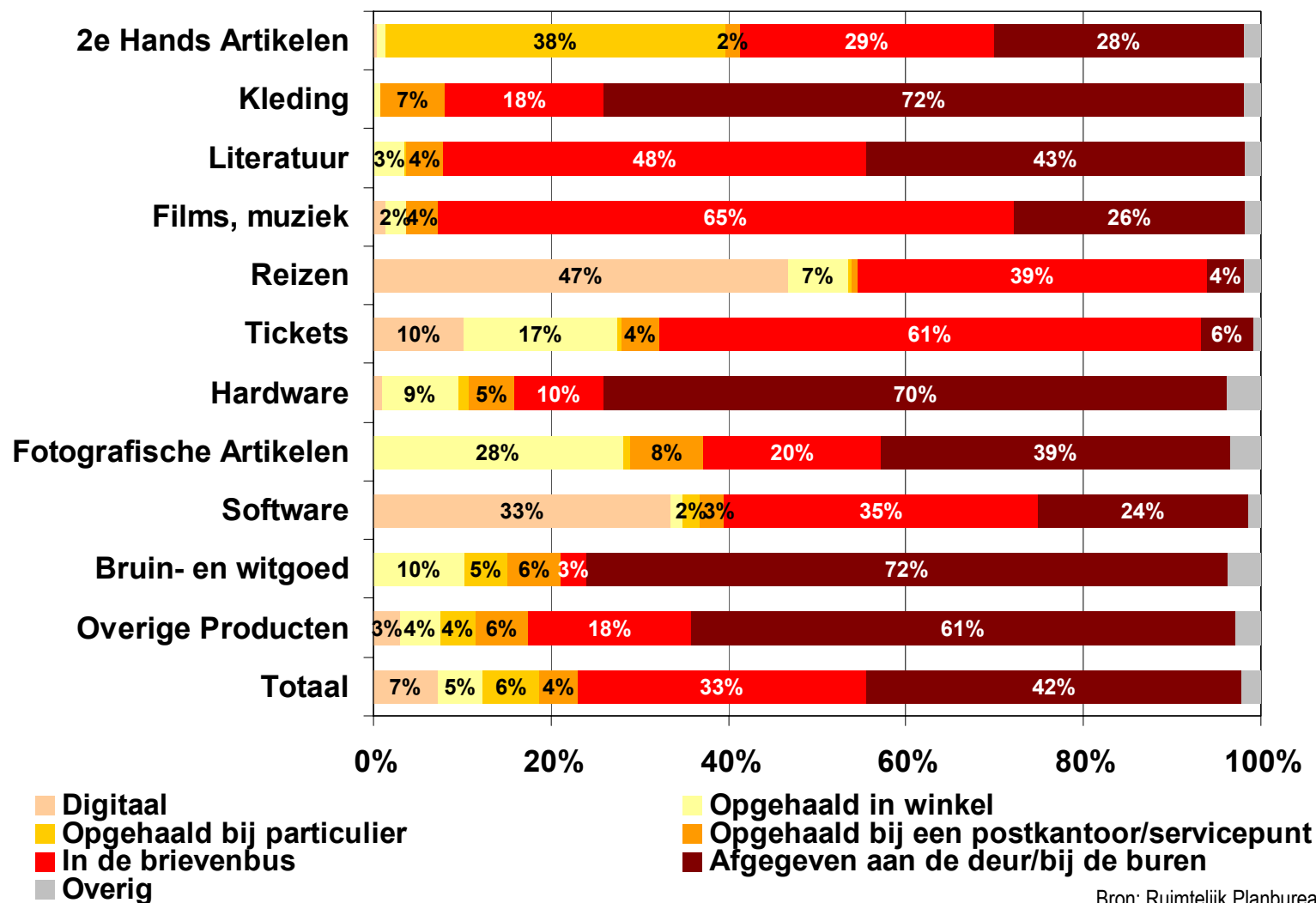
Bron: Ruimtelijk Planbureau (2007)

Waar gekocht indien niet via internet gekocht, 2006 (in %)



Bron: Ruimtelijk Planbureau (2007)

Bezorgwijzen internet aankopen, 2006 (in %)



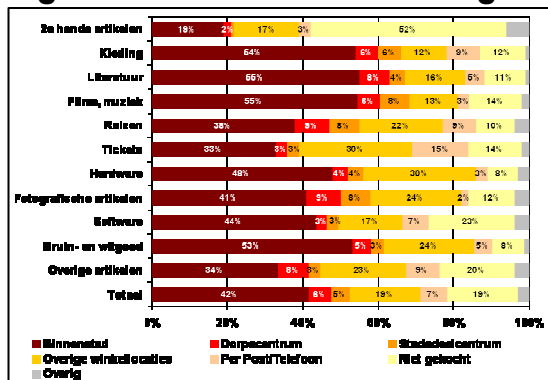
Bron: Ruimtelijk Planbureau (2007)

Mobiliteitseffecten internet winkelen

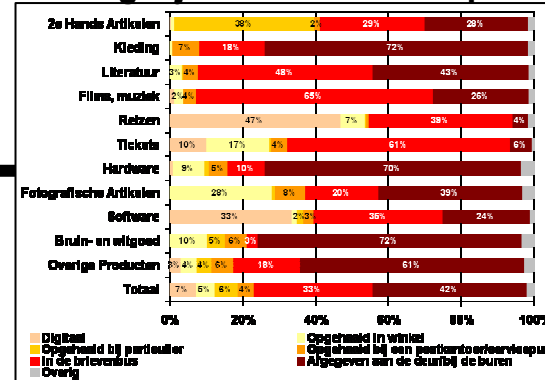
Leidt internet winkelen tot meer of minder mobiliteit?

Model

Waar gekocht indien niet online gekocht



Bezorgwijzen online aankopen



Data/aannames:

- Trip lengte (afstand) consumenten
- "Modal split" consumenten
- "Trip chaining" consumenten
- Trip lengte pakketbezorgers
- Aantal keer "niet thuis"

Extrapolatie:

- Aantal online aankopen per jaar per e-shopper
- Aantal e-shoppers in Nederland
- Totaal aantal winkelverplaatsingen in Nederland
- Totale afgelegde afstand per winkeltrip

Mobiliteitseffecten
Internet winkelen

Effecten internet winkelen op aantal verplaatsingen in Nederland (x 1.000.000), 2006

<i>Segment</i>	Personenvervoer (winkelen)	Goederenvervoer (bezorgen)	Totaal
B2C	-11,3	+30,2	+18,9
C2C	+1,3	+6,2	+7,5
Totaal	-10,0	+36,4	+26,5

Bron: Ruimtelijk Planbureau/TU Delft (2009)

Effecten internet winkelen op de afgelegde afstand in Nederland (x 1.000.000 km), 2006

<i>Segment</i>	Personenvervoer (winkelen)	Goederenvervoer (bezorgen)	Totaal
B2C	-152,6	+34,3	-118,3
C2C	+23,8	+7,0	+30,9
Totaal	-128,7	+41,3	-87,4

Bron: Ruimtelijk Planbureau/TU Delft (2009)

Effecten internet winkelen op personenvervoer (winkelen) in Nederland (in %), 2006

	Verplaatsingen	Afgelegde afstand
Mannen	-0,4%	-0,5%
Vrouwen	-0,2%	-0,3%
15-35 jaar	-0,5%	-0,6%
35-55 jaar	-0,4%	-0,4%
55+	-0,1%	-0,2%
Totaal	-0,3%	-0,4%

Bron: Ruimtelijk Planbureau/TU Delft (2009)

Gevolgen internet winkelen voor winkels en winkelgebieden

Leidt internet winkelen tot minder winkels?

Aantal locaties, winkels en WVO, naar type winkelgebied, 2006 (in %)

<i>Winkelgebied</i>	Aantal locaties	Aantal winkels	WVO
Binnensteden	6	32	24
Dorpscentra	36	21	16
Stadsdeelcentra	4	8	5
Wijkcentra	28	10	7
Buurtcentra	19	3	2
Grootschalige detailhandelslocaties	6	2	11
Speciale winkelgebieden	1	0	0
Verspreide bewinkeling	n.v.t.	24	35
Totaal	100	100	100

Bron: Locatus (2006), bewerking Ruimtelijk Planbureau (2007)

Afname aantal aankopen in één of meerdere winkelgebieden door internet

	Minder aankopen (2006, in %)	Meer aankopen (2006, in %)
Vrouw	34	4
Man	40	6
15-35 jaar	38	5
35-55 jaar	40	5
55+	26	4
Totaal	38	5

Bron: Ruimtelijk Planbureau (2007)

Percentage winkelgebieden waar e-shoppers minder niet-dagelijkse aankopen doen (2006)

<i>Winkelgebied</i>	Aantal bezocht (in %)	Aantal minder aankopen (in %)
Binnensteden	67	25
Dorpscentra	8	17
Stadsdeelcentra	8	21
Wijkcentra	4	17
Buurtcentra	1	20
Grootschalige detailhandelslocaties	3	18
Overige winkellocaties	9	24
Totaal	100	23

Bron: Ruimtelijk Planbureau (2007)

Groei aantal winkels per branche en winkelgebied 2003-2007 (in %)

<i>Branche</i>	Binnensteden	Dorpscentra	Stadsdeelcentra	Overig
2e hands artikelen	-7%	+4%	-10%	-7%
Kleding	+3%	+9%	+3%	+5%
Literatuur	+2%	+8%	0%	-3%
Films/muziek/software	-9%	-22%	-9%	-33%
Reizen	-17%	0%	-11%	-18%
Hardware	+25%	+27%	+41%	+12%
Foto/Film	-33%	-25%	-30%	-33%
Bruin- en witgoed	-30%	-13%	-24%	-17%
Overige branches	+2%	+3%	+0%	+1%
Leegstand	-0%	+7%	+11%	-14%
Totaal	+1%	+3%	+1%	+1%

Bron: Locatus (2003-2007), bewerking Ruimtelijk Planbureau (2007)

Conclusies (Mobiliteit)

- Aantal verplaatsingen neemt toe, afgelegde afstand neemt af;
- C2C e-commerce => meer personenvervoer;
- B2C e-commerce => minder personenvervoer;
- Effecten internet winkelen op personenvervoer in Nederland (vooralsnog) marginaal.

Conclusies (Winkelgebieden)

- Minder aankopen in winkelgebieden door internet winkelen;
- Internet leidt tot meer (impuls) aankopen; met name c2c;
- Afname aantal winkels met producten die frequent online gekocht worden;
- Branchering winkelgebieden verandert (mede) door internet winkelen;
- Aantal winkels in binnensteden wordt niet beïnvloed door internet winkelen;
- Effecten internet winkelen worden mede bepaald door aantrekkelijkheid winkelgebied.

Voor meer informatie:

www.jesseweltevreden.com