

Internet zorgt de komende jaren voor grote veranderingen. Vooral in de detailhandel. Daar zal het fenomeen tot een zichtbare omkering in het consumentengedrag en de wijze van zakendoen leiden. In verschillende branches kraken nu al de bricks omdat niet tijdig is ingespeeld op de ideale wisselwerking met de clicks.



foto: Sjaak Ramakers

Onstuimige wereld van bricks en clicks

Detailhandel in de spagaat

Drs. Jesse Weltevreden: "De consument moet in het hele breedbandverhaal betrokken worden. Zo ontwikkelt de e-commerce zich nog sneller."

"De winkelaar is door internet kritischer, prijsbewuster en beter geïnformeerd. En dat zal alleen maar toenemen", vertelt Drs. Jesse Weltevreden. De komende maanden legt hij de laatste hand aan het wetenschappelijk onderzoek 'Electronic highway and city centres' waarop hij in december verwacht te promoveren aan de Universiteit in Utrecht.

Tien steden

"Mijn onderzoek richt zich op twee gebieden", aldus de PhD student op een van de hoge etages van het universiteitsgebouw op de Utrechtse Uithof. Vanaf deze plek ziet hij de contouren van Utrecht en Amersfoort. Het zijn twee van de acht steden waar hij de afgelopen jaren het onderzoek verrichtte. "Op de eerste plaatst onderzoek ik wat het effect is van internetgebruik op het fysieke winkelgedrag van de consument in de binnenstad. Ergo, shopt de winkelaar anders in de binnenstad nu hij of zij van internet gebruik kan maken? Daarnaast heb ik bij winkeliers het internetgebruik onderzocht en de effecten daarvan op de organisatie." Ondanks dat het promotieonderzoek nog in volle gang is, treedt Weltevreden alvast met de eerste resultaten naar buiten.

Manifester

"Allereerst moet de winkelier steeds meer rekening houden met de effecten van internet als informatievoorziening voor de consument", zegt de onderzoeker. "Dankzij internet is de winkelaar een stuk kritischer en beter geïnformeerd. Ook staat hij of zij nog eens sterker in de prijsonderhan-

deling. Uit het onderzoek blijkt zelfs dat 20% van de respondenten zich eerst in de binnenstad oriënteert voordat op internet het bewuste artikel wordt besteld. Voor bepaalde artikelen is webwinkelen eenvoudiger en prijstechnisch aantrekkelijker. Om die reden bezoekt de moderne consument bepaalde winkels vrijwel niet meer. Maar liefst 12% van de respondenten komt daarom bijvoorbeeld minder in een 'platenzaak' en 8% verkiest webwinkels of internetveilingen boven een bezoek aan een boekhandel, computerzaak en reisbureau. Het lijkt allemaal nog wel mee te vallen, maar we staan nog maar aan het begin. Online verkoop zal manifester worden. En dat heeft consequenties voor een groot deel van de bruin/ witgoedzaken, reisbureaus, alsmede platen- en boekenzaken in binnenstedelijk gebied. Het afgelopen jaar ging ongeveer 2,1 % van de totale detailhandelsverkoop via internet. Een explosieve groei ten opzichte van vorig jaar. Naar verwachting zal dat percentage uitgroeien naar maximaal 20%."

Ver van je bed show

Volgens het onderzoek kraken tegenwoordig in diverse branches de bricks doordat steeds meer consumenten de eenvoud van het webwinkelen ontdekken. Dat is vooral bij jonge consumenten het geval. "Natuurlijk zullen de bricks blijven bestaan", aldus Weltevreden. "Maar dan zullen winkeliers die in de genoemde branches actief zijn, moeten investeren in internet. Want met de integratie van beide verkoopkanalen kan de veeleisende con-

sument keuzes maken terwijl de winkelier met bijvoorbeeld crosspromotion zijn verkoop een impuls kan geven. Kortom, de detailhandel moet in de spagaat. Voorlopig heeft slechts 40% van de winkeliers een website. Een percentage dat volgens het onderzoek de komende jaren zal groeien. 80% van de winkeliers wil namelijk graag een website. Het onderzoek toont helaas aan dat de winkelier in de binnenstad voor internettoepassingen weinig tijd en beperkte kennis heeft. Bovendien is hij argwanend als het om de kosten gaat. Ook blijkt hij redelijk blind te zijn voor overheids campagnes rondom het toepassen van e-commerce. Natuurlijk speelt ook de leeftijd van de betreffende ondernemers een rol. De middenstand vergrijsd helaas waardoor het voor hen lastig is om zich naar de moderne maatstaven te plooiën. E-commerce is voor hen een ver van je bed show. Overigens is dit verschijnsel bij de Amersfoortse winkeliers hardnekkiger dan bij hun Utrechtse collega's. In de Utrechtse binnenstad gaan ze veel innovatiever om met online verkoop."

Breedband

Jesse Weltevreden vindt het dan ook prachtig dat de Amersfoortse gemeente zich inspant rondom breedband. Maar de PhD student is wel kritisch nu voorlopig alleen de bedrijven en instellingen in de keistad warm worden gemaakt voor de snelle glasvezelverbinding. "Kijk, het aanbod is prachtig maar het kennisprobleem blijft. Want waar haalt de winkelier zijn kennis vandaan om

te gaan 'breedbanden'? Bovendien zal ook de consument in dit hele breedbandverhaal betrokken moeten worden. Zo

ontwikkelt de e-commerce zich nog sneller. Dat schept nieuwe kansen voor de markt van morgen."

COLUMN

INNOVATIE



Wat is jouw idee?

Theo Camps

Voorzitter Taskforce Innovatie Regio Utrecht

Het barst in de regio Utrecht van ideeën en ondernemerschap. De regio kent een overvloed aan kennisinstellingen en onderzoeksorganisaties. Voor succesvolle innovaties zijn vooral goede verbindingen tussen verschillende partijen nodig. Goede ideeën die de markt niet bereiken, leveren uiteindelijk geen bijdrage aan versterking van de regionale economie. De Taskforce Innovatie kan een handje helpen bij deze verbindingen.

Wij zien dat iedere ondernemer creatief is en in staat is tot innovatie. We onderscheiden vier fasen om innovatie te realiseren: (1) van inspiratie naar idee, (2) van idee naar plan, (3) van plan naar doen en (4) van doen naar roem. Voor iedere fase ontwikkelen of ondersteunen we, in samenwerking met onze partners, projecten die hier invulling aan geven. Een mooi voorbeeld is het project Utrecht Innovatie Partner (UIP). In dit project begeleiden we bestaande en nieuwe ondernemers bij het uitwerken van hun ideeën. Als de ondernemer dat wil, leggen we het uitgewerkte idee voor aan de vier grote banken in de regio, die vervolgens kunnen aangeven of ze willen helpen bij de financiering.

We zijn hiervoor op zoek naar jou, als ondernemer. Zelfs als je nog geen idee hebt en geïnspireerd wilt worden, kunnen we met jou bekijken wat mogelijk is. Kortom, ben je op zoek naar inspiratie of heb je een idee? Dan willen we graag met jou in contact komen. Kijk voor meer informatie op www.watisjouwideoe.nl.

Heb je een concrete vraag?

Bel ons: 030-236 33 25
www.watisjouwideoe.nl