



woensdag 04 juni 2008

Winkeliers overleven dankzij internet

Door WOUTER VAN WIJK

UTRECHT - Er zijn verhalen genoeg over winkels die kapot gaan door concurrentie van internet, maar er is ook een andere kant: winkels die juist dankzij internet overleven. Tik 'Auping' in op Marktplaats.nl en het zit er dik in dat het bovenste resultaat verwijst naar de site Beddenkoop.nl, van de Utrechtse winkel van de familie Schaatsenberg.



Schaatsenberg van de bedden- en babywinkel aan de Damstraat dankt een groot deel van zijn omzet aan internet. FOTO SHODY CAREMAN

De bedden- en babywinkel zit nu 70 jaar aan de Damstraat in Utrecht en staat sinds een jaar of vier ook op internet. „Zonder de omzet van internet zouden we het nu amper redden,” zegt eigenaar W. Schaatsenberg, „maar met internet gaat het goed. Terwijl het economisch toch zwaar is, zitten wij nog in een groeiende lijn.” De internetzaken hebben volgens Schaatsenberg zelfs voor zoveel groei gezorgd dat het bedrijf het pand ernaast erbij kon huren: „Het is voor ons een verschrikkelijk goedkoop reclamemiddel. Vooral de babyspullen, autostoeltjes, doen het erg goed.

Bedden wat minder, omdat je met het verzenden zit.” Een ander familiebedrijf dat garen spint bij de nieuwe technologie, is Accuhandel Utrecht. De handel zit bijna 20 jaar aan de Draaiweg. Eigenaar Vincent Verheul leunt steeds meer op zijn site Accus.nl: „Zonder internet zou het heel moeilijk zijn. Ik denk dat veertig procent van de omzet daar vandaan komt. ” De winkel van Verheul zit, net als die van Schaatsenberg, net buiten het centrum van de stad. „Het is geen topwinkellocatie,” zegt Verheul, „dus we moeten het niet puur hebben van de natuurlijke aanloop van klanten.” Verheul krijgt mensen uit heel Nederland in zijn winkel. „Het gekke is ook dat sinds internet, de drempel voor mensen om te bellen steeds hoger lijkt te liggen. Ze informeren zich wel meer. Dan nemen ze een uitdraai mee en zeggen: ‘Deze wil ik hebben’.” Schaatsenberg: „We proberen ook in te spelen op het idee dat mensen moeite hebben met pure internetwinkels. De combinatie internetverkoop en een echte winkel, dat wekt vertrouwen, dat hoor ik heel vaak.” Hij ziet drie soorten internetklanten: „Je kunt het gebruiken om de klant te bereiken die de laagste prijs zoekt. Dan is er nog de klant die iets bijzonders zoekt, het exclusieve en ten slotte de klant die het gemak zoekt. Het Wehkamp-effect.”

De exclusieve klant bedient Boek2, aan de Voorstraat in Utrecht. Eigenaar Ardi Seij: „Winst maak ik op de winkel niet. Die is er voor de inkoop, de gezelligheid en als visitekaartje. Voor de verkoop is internet heel belangrijk. Ik heb nu 20.000 boeken online. Die passen lang niet allemaal in de winkel, maar wel op internet. Ik krijg tien tot twintig bestellingen per dag. Dat zal wel meer worden, want ik wil naar 30 à 40.000 boeken gaan.”

Eén van de eerste Utrechtse webwinkels had Bart Peperkamp, eigenaar van audio- en videozaak Hermes Electronics in Oog in Al. Peperkamp draait naar eigen zeggen een flinke omzet via zijn site Hermeselectronics.nl: „Zonder internet ben je in onze branche ten dode opgeschreven. Er zijn zoveel online prijsvechters. Wij zitten hier nog dankzij de site, zeker weten.”

zie ook:

[Kleine ondernemers profiteren van Marktplaats](#)