

Thema

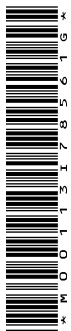
TOEKOMST VAN
DE WINKELSTRAAT



Winkelgebied *als verwenlocatie*

Het koopgedrag van Nederlanders is de laatste jaren drastisch veranderd. Nu is het zaak dat winkeliers meeveranderen, aldus hoogleraar e-markteting Cor Molenaar. “Webshops zijn voor doe-het-zelvers, de winkel wordt steeds meer de plek waar mensen heen gaan voor advies.”

Tekst: Arne Schaddelee en Neline Boogert – Floor | Foto: Hollandse Hoogte





Onlangs stond V&D op de rand van een faillissement, de Blokker heeft het moeilijk, Schoenenreus redt het niet. Winkelpanden staan soms maanden leeg. Het vertrouwde beeld van de Nederlandse winkelstraat is aan het veranderen. Maar dat is niet alleen de schuld van de klant die online of bij de Action op koopjes jaagt, stelt Molenaar. “Als winkelier moet je inspelen op de behoeften van de klant.”

“Er zijn ondernemers die experimenteren met nieuwe ontwikkelingen”

De problemen bij V&D worden volgens de Rotterdamse professor vooral veroorzaakt door de strategie die de eigenaars hebben gekozen. “De markt is inderdaad competitief geworden, maar door de manier van financieren heeft V&D daar niet snel genoeg op kunnen reageren. Ook de schulden die ze in het verleden gemaakt hadden en de rentelast daarover zorgden voor problemen. Binnen die kaders is het heel lastig om verliezen om te buigen en weer winstgevend te worden.”

De situatie bij Blokker is anders, denkt hij. “Daar gaat het om ondernemers die wel degelijk bereid zijn om aanpassingen te doen. Zij hebben lef om mee te gaan met krimp en experimenteren met nieuwe ontwikkelingen. Dat brengt natuurlijk wel risico’s met zich mee.”

Regulering

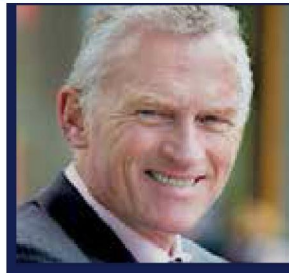
In de jaren tachtig werd in Nederland de uitverkoopwet geschrapt, terwijl in landen als Frankrijk de uitverkoop nog aan strenge regels is gebonden. Het gevolg is dat winkels bijna het hele jaar door stunted met opruiming. Klanten worden steeds meer koopjesjagers. De verruiming van winkeltijden zorgt er on-

dertussen voor dat grote en kleine winkeliers langer open moeten zijn en dus meer kosten maken.

Toch vindt Molenaar meer regulering geen oplossing. “Neem de winkeltijden. Winkeliers mogen langer open zijn, maar ze moeten niets. Daardoor hebben ze meer ruimte om in te spelen op de behoeften van de klant. Die komen tegenwoordig vooral graag in het weekend winkelen. Daarom kan het lucratief zijn om bijvoorbeeld op zondag open te gaan en maandag en dinsdag de zaak dicht te houden. Met reguleren dwing je kopers in een bepaald format. Dan nemen ze nog sneller de toevlucht tot internet, waar ze dag en nacht terecht kunnen.”

Winkeliers moeten alle ruimte krijgen om in te spelen op de behoeften van de klant, aldus

Cor Molenaar is adviseur bij bedrijven zoals Philips Retail Solutions, Adobe software en Sandd. Op projectbasis adviseert hij bedrijven en gemeenten. Van zijn hand verschenen 21 boeken waarvan onlangs “Red de winkel”. Daarnaast is hij Hoogleraar bij de vakgroep Bedrijfskunde van RSM/Erasmus Universiteit te Rotterdam.



de hoogleraar. “Voor kleine winkeliers is het heel belangrijk om onderscheidend te zijn. Ze kunnen zich bijvoorbeeld richten op verse of panklare maaltijden. Of juist iets exclusiefs bieden. Een kleine groentewinkel moet in deze tijd meerwaarde bieden om te kunnen overleven.”

Hoe ziet de winkelstraat van 2040 er volgens u uit?

“Ik zou het niet weten. Het is zelfs de vraag of de winkelstraat over 25 nog bestaat. In vijf jaar kan al zoveel veranderen.

Ik constateer wel dat mensen van winkelen houden. Naar de winkel gaan was vroeger gewoon noodzaak, maar met de komst van internet is het een keuze geworden. Het is de vraag hoe mensen met die enorme keuzevrijheid om zullen gaan.

Mensen gaan tegenwoordig vooral winkelen

De klant anno 2015

Gadgets kopen in China

Benjamin Floor (15) uit Veenendaal let als hij inkopen doet vooral op de prijs. “Ik ben pas nog bij Blokker geweest voor een koelboordie in de aanbieding was. Maar ik snap wel dat het niet goed gaat met dit soort winkels. Dezelfde spullen kun je vaak veel goedkoper krijgen bij de Action.”

Bij de Action is het wel wat minder gezellig, geeft Benjamin toe. “Maar ik vind het belangrijker dat het goedkoop is. Voor een cadeautje ga ik nog wel eens naar Blokker. Vooral artikelen uit de vaste collectie zijn daar vaak iets mooier of van betere kwaliteit.”

Regelmatig snuffelt hij ook rond in kringloopwinkels. “Daar loop je soms tegen leuke dingen aan. Spullen die normaal heel duur zijn koop ik het liefst tweedehands. Maar voor goedkope dingen kun je vaak net zo goed naar de Action, dan heb je ze vaak nieuw voor hetzelfde geld.”

Ongeveer de helft van zijn aankopen doet Benjamin online. “Action heeft bijvoorbeeld geen mobielhoesjes voor alle modellen in

huis. Voor zoiets kun je op internet veel makkelijker slagen.” Vaak zoekt hij op buitenlandse sites, vooral voor onderdelen die hij nodig heeft voor zijn hobby: knutselen met verlichting en elektriciteit. “Veel bedrijven uit China berekenen geen verzendkosten. Soms koop je iets dat bij ontvangst al niet werkt, maar dan was het ook maar 20 cent.”

Op Nederlandse webshops en websites van winkels koopt hij niet zo vaak iets, vooral vanwege de verzendkosten. “Het is vanaf mijn huis ook maar vijf minuten fietsen naar het centrum, dus dan ga ik het liever gewoon zelf halen. Internet is wel handig om de aanbiedingen en het assortiment van winkels te checken.”

Kleren koopt hij liever niet online. “Ik ben lang en dun, dus het is handig als ik even kan passen.” Hij hoopt dan ook dat de winkelstraat in de toekomst blijft bestaan. “Daarvoor zullen winkels wel op tijd met de trend mee moeten gaan. Blokker heeft tegenwoordig bijvoorbeeld ook de keten Big Bazar, een goedkope winkel die op Action lijkt. Die doet het wel goed.”



omdat ze het leuk vinden. Daarom zouden we terug moeten naar de situatie van voor de jaren zestig. Dat betekent: een combinatie van winkels, cultureel aanbod en eetgelegenheden in de binnensteden. Winkelgebieden worden dan verwenlocaties en winkelen in een stadscentrum of een groot winkelcentrum wordt een dagje uit.

Tegelijk krijg je in de wijken, dichtbij waar men wonen, de kleine winkels voor de snelle boodschappen. Denk aan de supermarkt, de drogist. Daar ga je heen vanwege de service.”

Wordt de positie van de winkelmedewerker daarbij groter, of hebben ze juist geen toekomst?

“De winkelmedewerker zal absoluut belangrijker worden. Hij is geen cassière of veredelde vakkenvuller meer, maar geeft ook service en advies. Webshops zijn voor doe-het-zelvers, d

winkel wordt steeds meer een plek waar je ook terecht kunt voor advies.”

Welke tip heeft u voor ondernemers?

“Speel in op het koopgedrag van klanten. Kijk en luister goed naar hen. En verkoop vooral nooit ‘nee’.

Regel dat wat de klant wil, werk desnoods samen met andere ondernemers en zorg voor goede bevoorrading en snelle levering. De klant komt bij jou binnen en gunt jou dus omzet. Stel hem daarom nooit teleur en laat hem niet met lege handen de deur uitgaan.” ■

Het ideaal is volgens Benjamin dat winkels goedkope en dure spullen naast elkaar verkopen. “Bouwmakten doen dat ook. Mensen die een goedkope deurklink willen kopen kunnen er terecht, maar als je mooie glimmende van een duur merk wilt hebben, hebben ze die ook.”

Even voelen aan het stofje

Henriëtte Nap (24) uit Ede houdt van winkelen. “De V&D is nog altijd mijn favoriete winkel. Ik koop er veel kleren, voor mezelf, maar ook voor ons dochttertje van vier. Voor mijn zontje hoef ik bijna nooit wat te kopen. Ik krijg voor hem bergen met kleren. Als het te klein is, geef ik het weer door. Dat dat bij onze dochter niet zo is, komt doordat ik geen familie en vriendinnen heb met meisjes die iets ouder zijn dan zij.”

Afgelopen winter kocht Henriëtte voor het eerst tweedehands kleren voor haar dochter op Marktplaats. “Vriendinnen van me lieten soms trots iets zien wat ze voor twee euro op Marktplaats hadden gekocht. Ik was veel duurder uit doordat ik alles nieuw aanschaftte.”

Henriëtte zoekt op Marktplaats wel graag naar advertenties in de buurt van Ede. “Voor ik iets koop, wil ik het toch even zien, het stofje even voelen.” Om dezelfde reden koopt ze voor zichzelf ook vrijwel nooit iets in webshops. “Ik heb wel eens wat via internet gekocht, maar het was meestal toch een teleurstelling. Vaak is het net niet wat je ervan verwacht. Vooral rokken, die vallen al snel net te lang of te kort.”

Woonaccessoires koopt ze tegenwoordig bijna altijd tweedehands. “Een paar jaar geleden zou ik dat echt nooit gedaan hebben. Ik vond kringloopwinkels vies en liep er met een opgetrokken neus doorheen. Nu vind ik het echt heerlijk om er rond te kijken.” Hoe dat zo is gekomen? “Ook doordat ik bij anderen zag dat er zoveel leuke dingen te krijgen zijn. En spullen die je nieuw koopt voor je inrichting zijn tegenwoordig bijna allemaal in brocante-stijl. Vaak kun je die dingen met weinig moeite zelf maken van iets wat je tweedehands koopt. Het leuke is ook dat je het dan precies zo kunt maken als je het zelf wilt.”

