

Internetaankopen stijgen rond feestdagen explosief

Webshops stunten met gratis bezorging

Prijs en fonds voor Corbijn

door Richard van de Crommert
AMSTERDAM, dinsdag

Internetwinkels halen momenteel alles uit de kast om consumenten te verleiden inkopen te doen. In die strijd hebben zo goed als alle winkels deze weken hun verzendkosten geschrapt. Met succes. In vergelijking met vorig jaar is het aantal met een muisklik gekochte cadeaus explosief gestegen.



• Wijnand Jongen
...hevige strijd...

Het koopgedrag van Nederlanders verandert razendsnel. En de strijd om de consument woedt elk jaar rond deze tijd het hevigst. „Iedereen wil nu het maximale uit zijn klant halen”, zegt Wijnand Jongen, directeur van Thuiswinkel.org. „Het is een fel gevecht om de euro van de klant. Nieuw is dat internetbedrijven met bezorgkosten stunten. Dat fenomeen wordt gebruikt om op internet inkopen gelijk te maken met fysieke handel. De strijd is begonnen.”

De timing van de internetwinkels is uitstekend. Alle verlanglijstjes zijn verzameld en internet is bij vier van de vijf huishoudens aanwezig. Er zijn ouders die op drie schermen tegelijkertijd de prijzen tegen elkaar afzetten en dan direct bestellen.

„Er worden allerlei trucs verzonnen om winkelen op internet aantrekkelijk te maken”, stelt directeur Douwe Runner van zoekmachine Kelkoo vast.

Meesterzet
Nu ook nog de bezorgkosten voor deze maand wegvallen, is het vergeten rolletje plakband of de vergeten doos kleurpotloden met een muisklik te bestellen en gratis thuis te bezorgen. Eduard de Wilde, directeur van advies- en ontwerp-bureau Jungle Minds vindt het een meesterzet. „Verzendkosten zijn al jaren het grootste pijnpunt. Als je dat weghaalt, is er belangrijke winst te behalen. De omzet van internetwinkels ging al hard omhoog. Nu gaat het nog wat harder.”

De Wilde: „De concurrentiedruk is enorm. Als de een het gaat doen, dan kan de ander niet meer achterblijven.”

Hij verwacht dat het gestunt met bezorgkosten een tijdelijk fenomeen is. „Het is ingezet om de omzet aan te jagen en klanten tevreden te krijgen.” Daarnaast lijkt het een unieke kans in de verzameldrift van e-mailadressen.

De veranderingen gaan zo snel dat reguliere detaillisten het allemaal niet kunnen bijbenen, zo stelde de Rabobank gisteren in een rapport. Nederlandse winkeliers staan aan de verliezende kant. „Zij zijn nog onvoldoende uitgerust om het hoofd te bieden aan het snel veranderende koopgedrag.”

Voor dit jaar wordt een internetomzet verwacht van meer dan 9 miljard euro. Van de 11 miljoen Nederlanders die regelmatig actief zijn op internet, hebben er alleen al dit jaar 8 miljoen online een aankoop gedaan.



• Ontwerper Anton Corbijn (57) lijkt er verlegen van te worden. Gisteren kreeg hij door prinses Máxima de halsketting omgehangen die hoort bij de prijs van het Prins Bernhard Cultuurfonds. Máxima reikte hem deze prijs voor bijzonder cultureel werk uit in het Muziekgebouw in Amsterdam. Corbijn begon zijn carrière begin jaren zeventig met het fotograferen van muzikanten als Herman Brood en Elvis Costello. Later brak hij door met portretten van David Bowie, Tom Waits, Miles Davis en de groep U2. Vandaar ook dat U2-zanger Bono en andere artiesten hem gisteren een aubade brachten. Ook fotografeerde Corbijn koningin Beatrix bij haar 70e verjaardag. De prijs bestaat uit 75.000 euro en een eigen fonds binnen het cultuurfonds met daarin nog eens 75.000 euro. FOTO: ANP