

## 'Scary five' bedreigen webwinkel



### UTRECHT

**Nederland telt relatief de meeste onlinewinkels van Europa. De ondernemers weten inmiddels dat het niet de weg naar het snelle geld is. En de grote jongens uit het buitenland liggen op de loer.**

VAN ONZE VERSLAGGEVER PETER VAN AMMELROOY

Er zit handel in de onlinehandel. Zoveel is wel duidelijk op de Webwinkel Vakdagen, die deze week in de Jaarbeurs worden gehouden. Tientallen marketingbureaus, websitebouwers, consultants, pakketbezorgers, fotostudio's, groothandels, juristen en betalingsverwerkers lonken naar klanten. Klanten als Paul en Kelvin Anthonissen uit IJmuiden, vader en zoon die naar Utrecht zijn getogen om manieren te ontdekken om meer geld te verdienen aan hun webwinkel Vechtsportshop.com ('De Goedkoopste Boksak Site van Nederland!').

Aan de Anthonissen hebben de standwerkers een kritisch gehoor. Vader: 'Dan zegt er iemand: ik help jou aan honderdduizend meer klanten via Google. Prima. Garandeer je die dan ook? Nee, zeggen ze dan, dat kan natuurlijk niet.' Zoon: 'Ze verkopen hier veel lucht.'

De webwinkelier is professioneler geworden, signaleert Wijnand Jongen, directeur van de Nederlandse Thuiswinkel Organisatie, de brancheclub van webwinkels. 'Toen de beurs voor de eerste keer werd gehouden, zag je vooral gelukszoekers, mensen

die hoopten snel rijk te worden door zomaar een webwinkel te beginnen. Als ze niks opstaken, dan hoopten ze in elk geval naar huis te gaan met tassen vol goodies.' De hedendaagse webwinkelier laat zich niet zo makkelijk inpakken.

Het online winkelen is de afgelopen tien jaar stormachtig gegroeid. In 2005 bedroeg de 'digitale' omzet 2,8 miljard; vorig jaar werd er voor 13,5 miljard euro aan spullen en diensten via internet verkocht. De groei vlakkt wel sinds vier jaar af, met 8 tot 9 procent meer omzet per jaar tegen eerder een toename van wel 38 procent.

Niettemin zijn de gevolgen voelbaar. De winkelstraten worden leger, al spelen hier meer factoren mee. Andere verkoopkanalen zijn evenwel op een haar na uitgestorven. In 2005 kochten Nederlanders nog 30 procent van hun spullen bij postorderbedrijven, meestal door in een catalogus van papier te bladeren. Postorder nadert inmiddels de 3 procent.

Webwinkeliers kunnen hun borst natmaken, waarschuwt Jongen woensdag in een afgeladen zaal in de Jaarbeurs. Grote Amerikaanse ondernemingen dreigen de onlineverkoop te gaan domineren. Jongen spreekt van de scary five: Amazon, eBay, Apple, maar ook Facebook en Google. Die 'angstaanjagende vijf' hebben een groot deel van de keten voor de verkoop van goederen en diensten al op orde. 'Nu heeft Google op zijn pagina's nog een knop 'SHOP voor sportschoenen' en verwijzen ze tegen betaling naar winkels', zegt Wijnand. 'Niets dat ze ervan weerhoudt om die knop in 'KOOP' te veranderen.'

Tot Jeff Bezos, topman van Amazon, zijn gedroomde wereldrijk vestigt, proberen anderen een graantje mee te pikken van de explosie in e-commerce. In een van

de stands in de Jaarbeurs prijst het bedrijf Bangma uit Dronten zijn verpakkingsmaterialen aan. 'We zijn veertig jaar geleden begonnen met de verkoop van verpakkingen aan de agrarische sector', zegt Maurice Lieven. Vijf jaar geleden zette het bedrijf een webshop op, om ook aan anderen standaarddozen te leveren.

En? Loont het? Lieven: 'We verdienen nog steeds het meeste aan de boeren.'