

DE KWESTIE



Eric Namink en zijn honden liggen zonder airco voor pampus na het failliet gaan van Koopjedeal.nl
FOTO ALDO ALLESSIE

OPINIE Cor Molenaar, hoogleraar e-marketing

'Donderwolken boven kleine webwinkel'

De laatste tijd zijn er steeds meer berichten dat webshops failliet gaan of overgenomen worden. Bij fysieke winkels is het vaak duidelijk waarom er wordt gestopt en wordt vaak naar internetshoppen gewezen. Maar webshops in problemen?

Er komt bij dat we het lang niet altijd zien. Veel webshops handelen bestellingen af en laten de 'site' staan, maar eigenlijk zijn ze gestopt.

Daardoor is het niet zichtbaar dat er nu een grote verandering aan de gang is op internet. De tijd dat iedereen een eigen webshop begon en meteen veel orders kreeg is voorbij. De internetverkoop laten in de non-foodsector een jaarlijkse groei zien van tussen de 15% en 20%, terwijl de winkelomzet krimpt. Alleen deze groei komt vooral van de grote platforms zoals Bol.com en Zalando en van de websites van grote winkelketens. Is er eigenlijk wel toekomst voor kleine webshops?

Een van de grootste problemen voor een webshop is zichtbaarheid; je moet wel gevonden worden. Google was hier altijd het geijkte medium voor, maar is erg kostbaar. En er kan maar één winkel als eerste uit een zoekopdracht komen.

Webwinkels die failliet gaan. Hoe kan dat nou? De problemen rond Koopjedeal hebben de schijnwerpers weer vol op winkelen via internet gezet. Want ook daar is niet alles rozegeur en maneschijn. Hoogleraar e-marketing Cor Molenaar legt uit wat er gebeurt.

Door de vele webshops is vindbaarheid steeds moeilijker geworden. En als je niet gevonden wordt, gaat het hard: geen omzet, geen winst, geen toekomst. Ook de kennis van marketing van een webshop laat vaak te wensen over. Een webshop runnen doe je er niet even bij. Andere spelregels, een ander verdienmodel, weerbarstige klanten, te ruggestuurde artikelen vragen alle aandacht.

Grote webshops worden steeds groter en verkopen steeds meer artikelen. Bol.com is een winnaar, waar bijna alles te koop is. Het online warenhuis. Coolblue domineert de elektronicamarkt met services en assistentie bij de koop. Daarnaast vechten Wehkamp en Zalando om de grootste webverkoper van mode in Nederland. Er zijn nu gewoon te veel webshops in Nederland: maar liefst 35.000. Een sanering kan



niet uitblijven.

Veel kleinere webshops gaan verkopen via een grote aanbieder als Bol.com, Wehkamp of Amazon.com. Maar dat is niet handig. Je moet provisie betalen maar leert niets van het koopgedrag van klanten. Alle kennis wordt overgedragen aan deze partijen.

Beter is in platforms te gaan samenwerken. Dit is

eigenlijk nog de enige kans voor webshops: samen met andere webshops klanten trekken en kennis van klanten verzamelen, zoals bij Airbnb of Thuisbezorgd. Platformen baseren zich op behoeften en oplossingen en bundelen de marketingkracht van alle aanbieders.

Mijn aanraders voor de toekomst van kleine webshops:

* Samenwerken met andere webshops, en dan gebaseerd op het 'matchen' van klantbehoeften en oplossingen. Niet het aanbod staat centraal, maar de vraag.

* Doe een webshop er niet even bij. Kleinere winkels moeten zich sowieso afvragen of een webshop wel zinvol is.

* Concurreren tegen de grote webshops en platforms is zinloos. Aansluiten, of uitbesteden met duidelijke eisen, is nog de enige mogelijkheid om geld te verdienen.

Zo ontstaat er een nieuw internetlandschap. Hoeveel zelfstandige webshops zullen uiteindelijk van de 35.000 overblijven, 500, 1000 of meer? Stoppen, in slaap gaan of verdwijnen zal steeds vaker de toekomst zijn voor kleinere webshops.

Prof.dr. Cor Molenaar
Hoogleraar eMarketing RSM/
Erasmus Universiteit

Hoogleraar Cor Molenaar:
„Het aantal webshops in Nederland zal drastisch minder worden dan de huidige 35.000.”

FOTO
HOLLANDE
HOOGTE

door
Raymond Kerckhoffs

IN HET VIZIER

Van Gogh in tour

Verbaasd, lichtelijk geïrriteerd zelfs, kijkt iedereen tijdens de persconferentie naar de Italiaanse journalist van La Gazzetta dello Sport die de ene na de andere vraag over Vincent van Gogh aan Steven Kruijswijk stelt.

Oké, dat je de Nederlandse rozetruider in de Giro d'Italia iets over een van zijn grootste landgenoten wilt laten zeggen. Maar om meer dan twee vragen over een van de grootste schilders uit de negentiende eeuw gedurende een wielerevenement aan de klassementsleider te stellen is toch ietwat overdreven.

Totdat het kwartje valt. Van Gogh heeft twee jaar in het Brabantse Nuenen bij zijn ouders gewoond en daar zijn meesterwerk de Aardappeleters geschilderd. En Nuenen, het dorpje tussen Eindhoven en Helmond, is de plaats waar Kruijswijk geboren en getogen is.

Dit voorval uit de Giro d'Italia van 2016, toen Kruijswijk de eindwinst in handen had totdat hij een koprol in een sneeuwwaas op de Colle dell'Agnello maakte, geeft aan welke gekte er tijdens een grote ronde ronde is wanneer je je in de top van het klassement bevindt. Hou dan ook nog eens rekening dat de Giro d'Italia een veel kleiner evenement dan de Tour de France is, waar bijna vijf keer zoveel media zijn. Dan snap je dat de 'Salle de Presse' een snelkookpan is waar zelfs de kleinste berichten groot nieuws zijn.

Toch is de gekte in de Tour rond Kruijswijk nog niet losgebarsten. Na-

'Op de fiets staat de killer in Kruijswijk op'

tuurlijk volgen de Nederlandse media de Brabander op de voet. Op zijn persconferentie op de tweede rustdag in Hotel Estelou in Sommières zijn de buitenlandse journalisten echter op één hand te tellen. Zijn derde plek in het klassement is de internationale media wel opgevallen, maar vooralsnog wordt vooral naar zijn concurrenten gekeken.

En eigenlijk is Kruijswijk daar héél blij mee. Hij is niet de man van de koude kermis en houdt de drukte het liefst bij hem weg. Vanzelfsprekend streeft de aandacht zijn ego, maar hij fietst niet voor de buitenwereld maar om zijn eigen doelstellingen te realiseren.

Hoe anders was de media-gekte twaalf maanden eerder toen Tom Dumoulin tweede in het Tourklassement stond en er op de tweede rustdag in Carcassonne bijna honderd journalisten uit alle windstreken bij zijn persconferentie waren. De Belgische krant Het Nieuwsblad maakte maandag reeds een vergelijking tussen beide Nederlandse klassementsrenners. 'Is Dumoulin al jaren de hipste vogel van de Nederlandse klas, dan is Kruijswijk altijd de grijze muis.'

Dumoulin heeft de looks en altijd sprankelende teksten. Kruijswijk is de man die in alles evenwicht zoekt. Hij luistert liever dan dat hij praat. Hij zoekt liever een plek in de schaduw dan in de spotlights. Behalve als hij op de fiets zit. Dan staat de killer in hem op. Wacht maar tot hij de komende dagen in de Alpen in de aanval gaat. Het geel van Van Goghs zonnebloemen kan dan nog veel kleurrijker worden.