

## Winkel overbodig?

Internetshoppen is enorm populair, staat in het laatste nummer van Retail Trends. Vijf jaar geleden waren het vooral de hoogopgeleide mannen, nu doen alle lagen uit de bevolking het. Wat betreft het profiel gaan de shoppers steeds meer lijken op de gemiddelde Nederlandse consument. Het aandeel lager opgeleiden is toegenomen. Nieuwe kopers zijn vaker vrouw en gemiddeld jonger. Zo blijkt uit de Thuiswinkel Markt Monitor, het halfjaarlijkse onderzoek dat is uitgevoerd door Blauw Research.

De omzet van de Nederlandse thuiswinkelmarkt bedroeg in het eerste helft van 2006 € 1,79 miljard en bijna € 1,33 miljard door consumenten gekocht via internet. Zo'n 6,6 miljoen Nederlanders hebben een aankoop gedaan via internet, waarvan 5,2 miljoen gedurende de eerste helft van 2006. Deze nieuwe shoppers zullen volgens het onderzoeksbureau uitgroeien tot ervaren shoppers die de online markt een nieuwe impuls geven.

Volgens internetmarketeer Stef Heuting van The People's Valley komt deze groei met name omdat meer mensen een breedbandverbinding hebben en dus sneller en vaker toegang hebben tot het internet. „De laptop of computer staat in de woonkamer, waardoor we onze prikkels – het horen van een nummer op de televisie of radio – snel kunnen omzetten in actie – zoals het bestellen van een cd of het downloaden van iTunes.“

Urenlang wachten voor de pas-hokjes, om vervolgens nog langer in de rij te staan voor de kassa; met de opkomst van webshoppen is dat verleden tijd. Het nadeel daarvan is dat je niet kunt passen. Het alternatief: een avondje personal shoppen. Winkels openen in de avonden de deuren voor een select groepje mensen, die hun slag kunnen slaan. België doet 't al en ook in Utrecht kun je je te buiten gaan zonder frustraties.



# DE WINKEL HELEMAAL VOOR JEZELF

door Armanda van der Voort

Voor shoppers met een fobie voor drukte, warmte en lange rijen is webwinkelen een godsgeschenk. Maar nu is er een tegenreactie op het shopgedrag van Nederlanders, die afgelopen jaar massaal inkopen hebben gedaan via internet (zie kader): *tipshoppen*. Deze term staat voor persoonlijke shopavonden waarbij je een kledingwinkel helemaal voor jezelf hebt. In

Milaan, Parijs en het Verre Oosten is dit een bekend fenomeen, volgens personal shopper Marian Wigger.

Daar kunnen wij een voorbeeld aan nemen. „In Nederlandse winkels mankeert er nog veel aan de service. Dat zorgt voor veel irritaties. Daarom kiezen shoppers voor alternatieven waarbij ze wel de persoonlijke aandacht krijgen. Iedereen hoort als een vip behandeld te worden“, aldus Wigger, eigenaresse van de webshop

Zenggi.com en voormalig topontwerper van het Nederlandse merk Turn-over.

## Koning wil meer

De klant is koning en die koning wil meer, merkt internetmarketeer Stef Heuting van The People's Valley op. „Het gedrag van het Nederlandse winkeland publiek is veranderd, omdat er meer winkelmogelijkheden zijn. We shoppen zoals ons het uitkomt. Als we tijd hebben, gaan we naar de winkel. Zo niet, dan bestellen we het via internet. Met de komst van webshoppen is er een behoefte ontstaan bij het publiek. Daar zijn winkeliers meer naar gaan luisteren.“

Als we er toch voor kiezen om naar een winkel te gaan, vinden we het prettig om persoonlijke aandacht te krijgen. En het gevoel van luxe dat de winkel helemaal voor jezelf is, sluit daarbij aan. Kledingketen Tiffany's in België speelt daar handig op in met personalshopavonden. Het slaat erg aan bij drukbezette vrouwen die naast een drukke baan, een huishouden en een sociaal leven geen tijd of zin hebben om tijdens de reguliere koopavonden te shoppen. Maandelijks kunnen zij met een glaasje bubbels en een hapje in een lege winkel een nieuwe outfit uitzoeken.

## Weinig vraag

Ook in Nederland kun je *tipshoppen*, zij het mondjesmaat. In De Rode Winkel in Utrecht, eveneens actief met de webshop derodewinkel.nl, kun je op afspraak helemaal los gaan in je een-tje. „We doen dat al een aantal jaar“, zegt directeur Erik Kuijsten. „Maar voornamelijk komen er voornamelijk bedrijven op af, die bijvoorbeeld met kerst voor hun personeel een avond shoppen organiseren.“ Single bezoekers doen ze weinig. Niet omdat dat niet kan, maar omdat er weinig vraag naar is. „Ik merk niet dat er veel behoefte aan is. We geven er ook niet zoveel ruchtbaarheid aan. Maar het kan wel.“

Ook Gaby Dekkers, eigenaar van de in augustus geopende modewinkel Fashion Lab in Utrecht, gooit de deuren na de gebruikelijke winkeltijden open op verzoek. „Voordat ik mijn eigen winkel opende, werkte ik in een



In Fashion Lab kun je op afspraak shoppen.

FOTO'S: SJOERD VAN LUJN

andere kledingzaak waar het altijd druk was. Diverse klanten zeiden tegen me: 'Ik zou graag in een lege winkel staan.' Zo kwam ik op het idee.“ In Fashion Lab kunnen shoppers op afspraak terecht. „Ik probeer ervoor te zorgen dat mensen het leuk vinden. Ze hebben het idee dat ze iets móeten kopen, maar dat hoeft helemaal niet. Winkelen hoort gewoon leuk te zijn. Als klanten 's avonds komen, hang ik de gastheer uit en krijgen ze koffie of

wijn. Die persoonlijke aandacht is iets waar een behoefte aan is. Dat merk ik uit de reacties; deze personalshopavonden slaan erg aan.“ Volgens internetmarketeer Heuting is het niet voor iedere winkelier rendabel om personalshopavonden te organiseren. „Je moet toch personeel inhuren. Dat is vaak te duur.“ Dat erkent Kuijsten van De Rode Winkel ook. „Dat kost geld. Maar dat is geen reden om het niet te doen.“

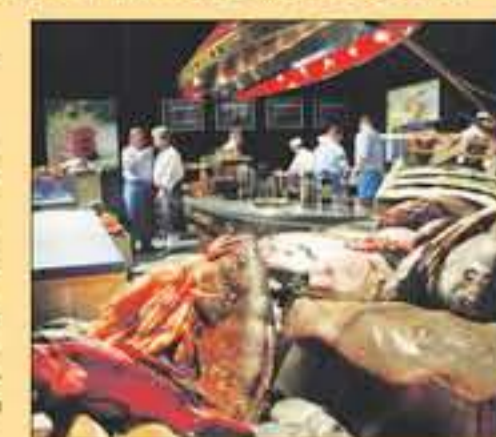
## Puur genieten in bourgondisch Maastricht

Hobbykoks en fijnproevers, noteer in je agenda: 26 januari, Puur Maastricht. In de stad waar tongstrelende gerechten aan de lopende band voorbij schuiven, wordt van vrijdag tot en met zondag een beurs gehouden waar de beste koks hun geheimen prijsgeven in het MECC in Maastricht. Ook de stad en de regio haken erop in, er zijn verschillende culinaire en gastronomische dag- en weekendarrangementen in hotels en restaurants te boeken.

Op de beurs is van alles te beleven. Topkoks demonstreren en specialisten onthullen wetenswaardigheden die inherent zijn aan hun vak. Er zijn demonstraties en proeverijen, er worden nieuwe producten en kookboeken gepresenteerd. En er zijn bijzondere ingrediënten te koop zoals Livar-varkensvlees, tarbot, speciale paddenstoelen, bijzondere oliën, specerijen, ge-

vogelte en truffels. Er worden eveneens workshops gegeven, waar je je overigens wel van tevoren voor moet opgeven via puurmaastricht.nl.

De cracks uit de kookwereld ontbreken niet. Onder anderen Cees Helder, Cas Spijkers, Robert Kranenburg, Paul Fagel en Joop Braakhekke zijn present. Zij zijn allemaal lid van Euro-Toques. Deze club organiseert activiteiten die ons duidelijk moeten maken dat we bezorgd moeten zijn om de kwaliteit en de smaak van ons voedsel en het voortbestaan van landelijke en regionale culinaire tradities. Euro-Toquesleden maken vooral gebruik van natuurlijke grondstoffen en binden zich aan een ecode. Tussen al het eten is de wijn niet vergeten, hoor. Speciaal voor de beurs is er een wijnroute gemaakt. Puur belooft heel gezellig te worden, dus.



Puur vindt plaats op vrijdag 26 januari van 6.00 tot 22.00 uur, zaterdag 27 januari van 12.00 tot 20.00 uur en zondag 28 januari van 11.00 – 19.00 uur in MECC Maastricht. Kijk voor meer info op [www.puurmaastricht.nl](http://www.puurmaastricht.nl)

(R.Z.)

## Community tegen huiselijk geweld

door Renate Zoutberg

Concurrentie voor het lieveheersbeestje, het gele polsbandje, het roze en het rode lint. Als het aan de afstuderende Christian Gravemaker uit Amsterdam ligt, denkt over een tijdje iedereen aan zijn logo 'RSPCT' als het om huiselijk geweld gaat. De Amsterdammer lanceerde dit weekende zijn site ([www.rspct-brand.com](http://www.rspct-brand.com)) waarmee hij een community wil opbouwen die zich openlijk uitsprekt tegen deze vorm van geweld.

Een van de middelen die hij daarvoor in zet, zijn de mateloos populaire T-shirts met een boodschap. Die van hem zijn spraakmakend. Op de borst prijkt namelijk de tekst 'R. Tu'r '02, respect your woman'. Met een boksbal naast de tekst. Naar wie hij verwijst moge duidelijk zijn. Op de planning staan ook Ike Turner, Bobby Brown en O. J. Simpson.

De T-shirts verkoopt hij via zijn website. Ze kosten twintig euro per stuk en inmiddels gaan er een dezer dagen vijftien stuks de deur uit. Een deel van de opbrengst gaat naar goede doelen, met dezelfde kenmerken als de actie. Het Blijf-van-mijn-lif huis is een van die instanties. „Het is niet zo dat ik alleen aan die organisatie denk. Volgens een van mijn docenten is mijn idee ook te ge-



De T-shirts van RSPCT waarmee student Christian Gravemaker ageert tegen huiselijk geweld.

waagd voor het Blijf-van-mijn-lif huis. Mijn giften zullen bijvoorbeeld ook naar organisaties gaan die voor de belangen van Marokkaanse vrouwen opkomen.“

Voor het RSPCT-Brand is eveneens een theme gemaakt, die als ringtone te down-

loaden is. Deze is gemaakt samen met electrohouse-producer Rishi Bass, onder meer bekend van zijn werk met Gregor Salto en D-Rashid. Gravemaker hoopt met dit initiatief af te studeren voor zijn studie interactieve media aan de Hogeschool van Amsterdam.

**WETEN WAT JIJ WILT**  
**SPITS**  
 WIN NU EEN SPECTACULAIR APOCALYPTO PRIJZENPAKKET!  
 SURF SNEL NAAR: [WWW.SPITSNET.NL](http://WWW.SPITSNET.NL).

VAN DE REGISSEUR VAN **BRAVEHEART**  
 EN **THE PASSION OF THE CHRIST**

MEL GIBSON'S  
**APOCALYPTO**

11 JANUARI IN DE BIOSCOOP

shoestring  
[www.apocalypse.nl](http://www.apocalypse.nl)

**KPN Prepaid Nieuwjaarsknallers**

**KPN Prepaid Nokia 2310**  
 Nu voor € 79,99  
 • 65.000 kleuren scherm  
 • FM Radio met headset

**15,-** beltegoed

**KPN Prepaid simkaart**  
 Nu voor € 10,- incl. gratis Rituals verwenpakket

• KPN Prepaid simkaart  
 • 3 populaire Rituals verzorgingsproducten

Primafoon BELCOMPANY T-Mobile  
 kpn

**SPITS STUNTWEKEN**

**WIN DE COMPLETE COLLECTIE VAN SHAKIRA!**  
 ALLE CD'S + DVD'S  
 Inclusief nieuwste album Oral Fixation Vol.2

Kijk aanstaande vrijdag in **SPITS**  
[spitsnet.nl/shop](http://spitsnet.nl/shop)

De goedkoopste actie van het jaar!

Op [Speurders.nl](http://Speurders.nl) kun je heel januari GRATIS adverteren in alle rubrieken

**SPEURDERS.NL**  
 Alles koop je voor een koopje