



Succesauteur
**Kluun: 'Schrijven
is hard werken'**



**Splitting van
bankverzekeraar
ING is een zegen**



Ondergedoken na
kritiek op islam:
Wafa Sultan spreekt

ELSEVIER

WWW.ELSEVIER.NL • 65ste JAARGANG • NR 44 • 31 OKTOBER 2009 • € 4,50

33

webwinkels

die u niet mag missen



GROENE AUTORACE

Waarom rijden op elektriciteit
nog lang een illusie zal blijven

04409



8 710802 102070

33 webwinkels die u niet wilt of mag missen



OP ZOEK NAAR DAT ENE BOEK OF DIE SPECIALE SCOOTER? DIKKE KANS DAT U ONLINE SLAAGT

De webhandel is niet te stuiten. Omzetten stijgen snel, het aantal winkels neemt dagelijks fors toe. Maar waar moet u zijn als u graag koopt, tuiniert of zeilt? *Elsevier* helpt met een ruime selectie webshops.

Rentsje de Gruyter Illustraties Kaayman

Ligt het aan de recessie of niet? Consumenten zijn in elk geval met geen stok de webwinkel uit te jagen, terwijl ze in gewone winkels duidelijk minder besteden. De kooplust online is springlevend. In de eerste helft van 2009 groeide de omzet van webwinkels naar 2,7 miljard euro – een stijging van 19 procent vergeleken met dezelfde periode een jaar geleden. Per persoon spenderden kopers tussen januari en juli gemiddeld 380 euro, bleek afgelopen maand uit onderzoek van Thuiswinkel.org, de brancheorganisatie van webwinkeliers.

Van steeds minder producten vinden consumenten het raar of eng om ze op internet te kopen. Vakanties en reizen zijn nog altijd goed voor het grootste deel van de totale om-

zet in de webhandel. En consumentenelektronica online kopen, is voor velen al de normaalste zaak van de wereld. Als het gaat om kleren kopen via internet veranderen consumenten stilaan van mening. De afgelopen tien jaar beweerden allerlei mensen – onder wie eigenaren van gewone kledingwinkels – dat dat nooit iets zou worden. Klanten willen kleren toch zien, voelen en passen voordat ze hun portemonnee trekken, zo meenden zij.

Maar dat argument gaat lang niet meer voor iedereen op. De omzet uit de klerenverkoop op internet steeg de eerste helft van dit jaar met 30 procent. Mensen kopen dezer dagen zo'n 17 procent van hun kleren en schoenen in de webwinkel, blijkt uit een tweede recent onderzoek van Thuiswinkel.org en het Hoofdbedrijfschap Detailhandel. En consumenten vinden het ook steeds normaler om

naar een webwinkel te gaan voor een nieuwe auto, racefiets of gezichtscrème.

Blijft wel de vraag: hoe vindt u de beste webwinkels? Alleen al in Nederland zijn er naar schatting zo'n twintigduizend actief en dat aantal neemt dagelijks toe. Een beetje googlen voldoet allang niet meer om de juiste webwinkel te ontdekken.

Vergelijkingsites kunnen een goed hulpmiddel zijn, zeker voor producten als televisies en wasmachines; veel consumenten maken er dan ook dankbaar gebruik van. Naast bekende sites als kieskeurig.nl en consumentenbond.nl zijn er nieuwe interessante spelers, zoals vergelijk.nl, dat uitsluitend webwinkels vergelijkt.

Vanzelfsprekend zijn er onder de webwinkels enkele welbekende 'oldtimers' waar consumenten nauwelijks omheen kunnen,

