

E-BUSINESS MYTHE

april 2000

Henk Jongedijk, donderdag 14 september 2006 - 00:00:00

Op het web heerst euforie. Dat komt omdat Internetbedrijven een jonge, snelle industrie vormen. En ze prediken e-commerce. Dat jonge-honden temperament straalt een dusdanige energie uit, dat de snelle jongens op de wereldwijde beurzen ook alle vertrouwen hebben in deze vorm van handel. E-Business zal de toekomst worden. Ze geloven dat iedereen via Internet handel zal gaan drijven. Gaat ook de buurt-groenteboer on-line? Dat kan technisch wel, maar dat zal voorlopig niet gebeuren. Iedereen gaat tenslotte zelf met boodschappentas naar de buurt-groenteboer toe om daar ter plekke de versheid van de waren te zien. En om er op een idee voor een avondmaal te komen. De plaatselijke groentewinkel en e-handel gaan simpelweg niet samen. Die groenteboer is er namelijk helemaal niet op voorbereid dat iemand uit Zuid-Afrika een bestelling doet. De logistiek en het betalingsverkeer zijn al enorme obstakels. Want uiteindelijk zal er besteld moeten worden, dat is waar handel om draait. Bij het raadplegen van informatie over bijvoorbeeld paprika's is de groenteboer niet gebaat. Bovendien zijn er vast al voldoende informatieve sites over groenten en fruit te vinden. Ook zal het actueel houden en aantrekkelijk maken van zijn site om voldoende bezoekers te trekken meer geld kosten dan dat het oplevert. Dus alleen een groenteboer die deel uitmaakt van een grote keten, met een landelijk dekkend netwerk, zal een effectieve site kunnen exploiteren. De kosten kunnen dan ook mooi verdeeld worden. De distributie is concreet geregeld. En zulke ondernemingen zullen schaalvoordeel gaan behalen. Zij zullen de verwende consument op zijn wenken gaan bedienen. Alleen zal de groenteboer on-line het niet gaan redden, ben ik bang. Zelfs in de fysieke supermarkt doen mensen aan one-stop-shopping. Dus waarom zou ik verschillende sites moeten bezoeken om mijn boodschappen te bestellen? Een aparte site voor groente, een andere voor vlees en weer een ander voor drank? Nee, de grootwinkelketens zullen de e-handel domineren. Gall & Gall is al met e-commerce actief, maar uiteindelijk zullen we toch de wijn via de virtuele supermarkt bestellen. De Albert Heijn zelf verwacht in de nabije toekomst ook veel van Internet. Maar toch: eerst zien en dan geloven. In consumenten e-business is lang niet zoveel winst te behalen als in business to business. Bedrijven die met andere bedrijven handel drijven via Internet; dat is de echte toekomst.

En de afgelopen weken klapt de zogenaamde nieuwe technologiefondsen behoorlijk in elkaar. Dus voorlopig pak ik mijn boodschappentas. Zodat ik zegels kan sparen voor aandelen; want zolang die supermarktmensen nog in de oude economie blijven domineren kan daarin meegaan ook nog een aardig rendement opleveren.