

Boeken

Internetwinkels: een vrouwenzaak

Door onze redacteur

PATRICIA VELDHUIS

ROTTERDAM, 6 DEC. Goddank, Sinterklaas is weer naar huis. Maar de kerstman staat voor de deur. Weer op cadeautjesjacht, maar geen zin in koude winkelstraten en lange rijen voor de kassa. Leve de internetwinkels! Die doen – meestal – netjes wat ze beloven: voor negen uur 's avonds besteld, de volgende dag in huis.

Crisis of niet, consumenten kopen steeds meer op internet. In het derde kwartaal van 2010 zetten webwinkels ruim 15 procent meer om dan in dezelfde periode vorig jaar, meldde het Centraal Bureau voor de Statistiek onlangs. In 2007 gaven consumenten gemiddeld 585 euro uit aan internetbestellingen, in 2009 was dat gestegen naar 737 euro.

Niet gek dus dat er elk jaar honderden internetwinkels bijkomen. Alleen al dit jaar zagen 2.500 nieuwe webwinkels het licht, wat het totale aantal op ongeveer 20.000



Auteur: **Suzan Eikelenstam**
Titel: **Internetgodinnen. Start je eigen webshop in 10 stappen.**
Uitgever: **Boekerij.**
ISBN: 9789022557464, 184 blz., € 15,95

Auteur: **Martine de Vente**
Titel: **Crea Mama. Inspiratie & Tips voor ondernemende moeders**
Uitgever: **Gottmer**
ISBN 9789023012887, 153 blz., 13,50 euro

brengt. Een opvallend groot deel daarvan (42 procent) heeft een vrouw aan het roer. Dat komt, schrijft Suzan Eikelenstam in haar boek *Internetgodinnen*, omdat vooral vrouwen online kopen. En vrouwen goed weten wat andere vrouwen willen kopen.

In *Internetgodinnen* toont Eikelenstam in tien stappen hoe je een webshop begint en er vervolgens een succes van maakt. Variërend van open deuren als 'verzin een goede naam' en 'zoek een gat in de markt' tot handige tips over hoe je met je webshop een hoge score op Google kunt bereiken. Maar ook heldere uiteenzettingen over de handigste betalingsmethoden op internet, en hoe en waar je de winkelvoorraden het beste kunt bewaren. De tips worden afgewisseld met interviews waarin een aantal succesvolle internetondernemers uit de doeken doet hoe zij ooit begonnen. Zoals Claudia Willemsen, oprichter en algemeen directeur van *Kleertjes.com*.

Vorige week maakte *Het Financieel Dagblad* bekend dat Willemsen tweederde van haar aandelen heeft verkocht 'om te kunnen groeien in het buitenland'. Haar beste tip: „Wil je groeien, laat alle centen dan in je zaak zitten. Geef vrienden en familie ook geen korting.” Die aanpak werpt vruchten af. Het internetbedrijf heeft inmiddels 6.500 vaste klanten en sloot 2009 af met een omzet van 10,9 miljoen euro.

Ongeveer tegelijk met *Internetgodinnen* verschijnt *Crea Mama, Inspiratie & Tips voor Ondernemende moeders*, van Martine de Vente, een hip vormgegeven en handzaam boek dat vast gretig aftrek vindt nu veel vrouwen de stap zetten naar het ondernemerschap. Maar waar *Internetgodinnen* de doelgroep – vrouwen die verlangen naar een eigen (internet)bedrijf – serieus en zakelijk benadert, slaat *Crea Mama* af en toe door in betutteling. Zinnen als 'De hele dag doen wat je leuk vindt' en 'Geen vaste werktij-

den meer, zodat je altijd je kinderen uit school kunt halen' irriteren. Alsof het alleen daarom draait bij vrouwelijke ondernemers.

Toch: het kan zijn dat dit taalgebruik sommige vrouwen meer aanspreekt dan de woorden uit de meer traditionele managementliteratuur. Daar gaat het immers al snel over targets, *human capital* en *key issues*, in plaats van gewoon over doelen, mensen en prioriteiten. En ach, wie door de gezellige plaatjes en praatjes heen kijkt, leest ook hier nuttige tips over btw, VAR-verklaringen en het uitbesteden van productiewerk. Hier echter geen dames die aandelen verkopen om te kunnen groeien in het buitenland, maar creatievelingen die enthousiast vertellen over hoe zij met hun webshop het geluk vonden. Zoals Gacelle Gorter, eigenaar van online taartenwinkel o-cake.nl het zegt: 'Als iets echt je ding is, dan wordt het je karma.'