

**Opdracht 1**

Geef antwoord op de volgende vragen:

1. Noem 5 webwinkels waar je wel eens van gehoord hebt.
2. Welke webwinkels heb je zelf wel eens bezocht?
3. Heb je zelf wel eens iets bij een webwinkel gekocht?
- Zo ja, wat dan en waar dan?
- Zo nee, waarom niet?
4. Vindt je webwinkels handig?
5. Zou je zelf een webwinkel willen hebben?
- Zo ja, wat zou je er willen verkopen
- Zo nee, waarom niet?

**Opdracht 2**



Webwinkels zijn internet pagina's waar je spullen kunt kopen, product informatie kunt vinden en prijzen kunt vergelijken.

1. Vind jij een bedrijf dat alleen online bestaat ook echt een winkel? Waarom wel/ niet?
2. Wat zijn voordelen van een online winkel?
3. Wat zijn nadelen van een online winkel?
4. Is een webwinkel een concurrent van een gewone winkel in de straat? Waarom wel/ niet?
5. Waar koop jij liever een product, in de winkel of online?



Lees onderstaand deel uit het Magazine van Vrij Nederland

**Nederlanders kopen steeds vaker en steeds meer op internet. Hebben we nog wel winkelstraten nodig?**
In de lift naar het parkeerdek aan de Bijlmerboulevard stinkt het naar kots.
Drie mannen spreken op luide toon over een nieuwe tv die ze zojuist hebben bewonderd.
‘En,’ vraagt de eerste. ‘Weet je het al?’
‘Ja,’ antwoordt de tweede. ‘Ik ga hem zo online bestellen.’
‘Je kan het ook nu meteen doen,’ spreekt nummer drie. Hij wappert demonstratief met zijn smartphone.
‘Nee nee,’ zegt de eerste. ‘Ik ga eerst naar huis en dan lekker op de bank de goedkoopste website uitzoeken.’

**Eenvormig en voorspelbaar**
Nederlanders kopen steeds vaker en steeds meer op internet. In totaal zetten webwinkels vorig jaar ruim 12 miljard euro om, oftewel 18 procent van de totale huishouduitgaven. Fijn nieuws voor *online* grootmachten als Zalando of Bol.com, maar dramatisch voor al die ketens die de Nederlandse winkelstraat de laatste decennia zo eenvormig en voorspelbaar maakten: Schoenenreus, Halfords, Mexx, Free Record Shop, V&D en Siebels legden de afgelopen jaren het loodje. Bij de oudgedienden Hema en Blokker stapelen de verliezen zich op en zelfs de Koninklijke Bijenkorf moest afgelopen jaar vijf van de twaalf filialen sluiten. Overal hebben stadscentra te kampen met leegstand en dalende bezoekersaantallen. De vraag dringt zich op: hebben we nog wel winkelstraten nodig? En waarvoor dan precies?

De tragedie van de wegkwijnende winkel manifesteerde zich voor het eerst in de jaren negentig, en dan vooral in de dorpskernen. Inwoners beklaagden zich erover dat ‘hun’ postkantoor de deuren sloot, gevolgd door ‘hun’ bank, ‘hun’ bakker, ‘hun’ slager en ‘hun’ lokale dorpssupermarkt. In middelgrote gemeenten rukten internationale ketens op ten koste van kleine zelfstandigen. Weg buurtsuper, welkom Aldi, Lidl of Albert Heijn. Dag kledingboetiek, hallo Sting, H&M of Jack & Jones. *Bye bye* drogisterij, *enter* Kruidvat.

De trend kon goeddeels worden toegeschreven aan toenemende prijsconcurrentie als gevolg van schaalvergroting en globalisering. Lokale winkeliers vormden geen partij voor de grote modeketens die hun kleding in bulk en tegen hongerloontjes in Azië lieten produceren. De keurslager of groenteboer konden maar moeilijk opboksen tegen een niet-aflatende stroom kiloknallers en goedkope groente. Om over lokale fotospeciaalzaken of witgoedhandelaren maar te zwijgen. Gelokt door onwaarschijnlijke aanbiedingen vertrokken hun klanten eerst naar de It’sen, de Experts en de Moderns, en vanaf daar verder naar de Mediamarkt.

Ook in de stad verdwenen winkels, omdat internet ze overbodig maakte: bankfilialen, reisbureaus, platenzaken, videotheken en boekhandels.
Het web knabbelt intussen lustig verder aan de fundamenten van het overgebleven aanbod. Op internet kun je alles vinden, supersnel prijzen vergelijken of recensies lezen. Het bezoek aan de webwinkel heeft meer voordelen: klanten hoeven zich geen weg te banen door wind en regen, betalen geen parkeergeld en – ook niet onbelangrijk – hebben geen last van de hopeloos verouderde winkeltijdenwet. Sterker nog: de meeste online inkopen vinden plaats op een tijdstip waarop de meeste winkelstraten noodgedwongen totaal verlaten zijn.

**Opdracht 3**

Geef antwoord op de volgende vragen:

1. Wat is het doel van de schrijver van dit artikel:
A: Informeren           C: Adviseren
B: Overhalen            D: Vermaken
2. Geeft de schrijver een duidelijke eigen mening?
- Zo ja, welke?
- Zo nee, waarom vindt je van niet?
3. Wat vindt jij ervan dat steeds meer winkels verdwijnen omdat er veel online te koop is? Wat zou je hieraan kunnen doen?

**Opdracht 4**

Geef antwoord op de volgende vragen:

1. Heeft het bedrijf waar jij stage loopt een webwinkel?
2. Zou het bedrijf geschikt zijn voor een webwinkel? Waarom wel/ niet?
3. Als je kijkt naar de huisstijl van de Albert Heijn, vindt je dat die in de winkel en in de webwinkel overeenkomen? Waarom wel/ niet?
4. Bekijk verschillende webwinkels en maak een lijstje van de betaalmogelijkheden (Hoe kun je afrekenen?)
5. Omschrijf de werking van de volgende betaalmethoden:
- iDeal                  - Automatische incasso
- PayPal               - Creditcard