

| | | | | | | | | | |
|----------------------------|----------------------------------|---------------------------------|--------------------------------|-----------------------------|----------------------------------|--------------------------------------|--------------------------------|----------------------------------|-----------------------------------|
| AEX - 0,04% ↓ | Dow Jones + 1,12% ↑ | NASDAQ - 0,0042% ↓ | Bovespa + 0,97% ↑ | Nikkei ----- = | Hang Seng + 0,13% ↑ | Rente 10 jaar + 1,39% ↑ | EUR/USD - 0,15% ↓ | Goud - 1,79% ↓ | Brent olie + 1,26% ↑ |
| 601,37 601,62 | 29.591,27 29.263,48 | 11.905,94 11.906,44 | 107.128,80 106.096,30 | ----- 25.527,37 | 26.486,20 26.451,54 | -0,4970 -0,5040 | US \$ 1,1840 US \$ 1,1857 | US \$ 1.836,65 US \$ 1.870,10 | US \$ 45,81 US \$ 45,24 |



Overname HelloFresh koopt Amerikaanse maaltijdbezorger

De Duitse bezorger van maaltijdboxen HelloFresh neemt zijn Amerikaanse branchegeenoot Factor75 over, in een deal ter waarde van maximaal 277 miljoen dollar. Factor75 is gespecialiseerd in de bezorging van vers voorbereide maaltijden. Factor75 rekt voor dit jaar op een omzet van ongeveer honderd miljoen dollar. De markt voor maaltijdbezorging in de VS is volop in beweging, aangejaagd door de grote vraag vanwege de coronacrisis. Zo sloot het Brits-Nederlandse Just Eat Takeaway eerder dit jaar een deal van 7,3 miljard dollar om het Amerikaanse Grubhub over te nemen. En taxibedrijf Uber Technologies kreeg maaltijdbezorger Postmates in handen voor 2,7 miljard dollar. ANP, BLOOMBERG

Bitcoins DNB keurt 13 aanbieders van cryptodiensten goed

De Nederlandsche Bank (DNB) heeft afgelopen tijd dertien registraties van aanbieders van cryptodiensten goedgekeurd. De bedrijven mogen vanaf 22 november in of vanuit Nederland virtuele valuta zoals bitcoins verkopen en beheren. Registratie bij DNB is sinds mei verplicht voor alle bedrijven die in Nederland diensten leveren voor het wisselen of opslaan van bitcoins en andere cryptomunten, met een overgangperiode van zes maanden. Het toezicht is bedoeld om witwassen en financiering van terrorisme tegen te gaan. Om zich te registreren, moeten bedrijven aangeven waar hun klanten het geld vandaan hebben. DNB zegt niet te weten hoeveel geld er in de sector omgaat. ANP

Maatregelen Belang van aardgaswinning is nog maar klein

Door overheidsmaatregelen is de jaarlijkse gaswinning in Groningen na 2013 met ruim 60 procent gedaald. Doordat ook de aardgasprijzen daalden, is het aandeel van de delfstofwinning in de totale bruto toegevoegde waarde van Nederland gedaald van 3,7 procent in 2013 naar 0,7 procent vorig jaar. De aardgasbaten voor de Nederlandse schatkist namen af van 15,4 miljard euro naar 1,1 miljard euro in 2019. Toch was het aandeel van aardgas in de binnenlandse energievoorziening in 2019 nog even groot als in 2013, namelijk 44 procent. Vooral elektriciteitsproducenten zijn meer aardgas gaan verbruiken. Om aan de vraag te blijven voldoen is Nederland meer gas gaan importeren. TROUW

De buurtwinkel versterkt het wij-gevoel

Lokalisme • Sinds de uitbraak van de coronapandemie wendt de consument zich vaker tot lokale ondernemers. Daar staat een vlucht naar online tegenover.

Joost van Velzen
redactie economie

Bij een crisis denken we als eerste aan onze naasten. Als mens, maar kennelijk ook als consument. Sinds het coronavirus ons dagelijks leven beheerst, doen we onze boodschappen vaker bij winkels in de buurt. Ruim de helft (52 procent) van de Nederlanders kocht het afgelopen jaar meer bij lokale ondernemers, blijkt uit onderzoek van Direct Research in opdracht van RegioBank.

De bank – met 500 vestigingen in vooral de buitengebieden van Nederland – wilde weten hoe mensen denken over lokaal ondernemerschap en betrok ruim duizend Nederlanders van 18 jaar en ouder in het onderzoek. Een meerderheid (59 procent) geeft aan dat corona ervoor zorgt dat ze lokale ondernemers meer zijn gaan waarderen. Vooral jonge mensen van 18 tot 24 jaar vinden het noodzakelijk om bedrijven uit de buurt ook daadwerkelijk te helpen (77 procent).

Volgens RegioBank willen ze door bewust meer te kopen en te consumeren bij winkeliers en bedrijven uit de streek of wijk 'het wij-gevoel en de leefbaarheid' stimuleren. Een buurt met winkels en ondernemers, vindt 78 procent van de ondervraagden,

draagt bij aan de kwaliteit van leven en heeft een positieve invloed op de leefbaarheid, stelt 79 procent.

“De hang naar lokaal heeft onder meer te maken met een groeiend besef dat producten als voedsel van ver komen en dat we daar erg van afhankelijk zijn”, zegt Han Wiskerke, hoogleraar rurale sociologie aan Wageningen University & Research (Wur). “Door vooral je geld uit te geven in de lokale voedsel economie, verminder je die afhankelijkheid.”

Wiskerke vermoedt dat angst voor de gezondheid ook een rol speelt: “Veel mensen kiezen daarom voor kleinere verkooppunten of bezorging aan huis.” Wiskerke denkt dat het accent op de buurt economie na corona blijft: “Nu het langer duurt, is er grote kans dat ‘crisispraktijken’ veranderen in nieuwe routines die kenmerkend kunnen zijn voor het nieuwe normaal.”

“Winkelen is een sociaal tijdverdrijf, in combinatie met leisure en restaurants”, zegt Frank van Oort, buitengewoon hoogleraar stedelijke en regionale economie aan de Erasmus Universiteit Rotterdam. Dat komt weer terug, denkt hij.

“Met een koopkrachtige bevolking, hoogwaardige voorzieningen als restaurants en theaters, zijn vooral

Door corona beseffen we dat winkelen en uit eten gaan wellicht meer in de eigen omgeving kunnen

Frank van Oort, hoogleraar

binnensteden een trekker van de lokale economie. Voor het organiseren van een concert van Beyonce is een schaal groter dan buurten nodig. Maar winkelen en uit eten gaan kunnen wellicht meer in de eigen omgeving – dat beseffen we nu met corona”, stelt Van Oort.

Plekken met hoogwaardige lokale voorzieningen zijn vaak wel duurder, veronderstelt hij. “We moeten oppassen dat de armere bevolking dan niet ergens anders heen wordt gedwongen.”

De liefde voor lokaal wordt niet altijd in de praktijk gebracht. De enorme toeloop op de grote webwarenhui-

Groentewinkel Jan Leegwater in Amsterdam. FOTO OLAF KRAAK

zen zoals Bol.com en Wehkamp is daar een bewijs van. Het thuiszitten roept ongetwijfeld warme gevoelens op voor dat leuke winkeltje in dat gezellige straatje verderop, maar het enorme aanbod, de lage prijzen en het gemak van snelle bezorging van de internetreuzen trekken als een magneet aan de consument.

Ook bij andere zaken die normaal in de buurt werden gedaan, zoals naar het postkantoor of naar de bank gaan, heeft een vlucht naar online plaatsgevonden. In de loop der jaren zijn mede daardoor al honderden vestigingen verdwenen. Grote banken zoals Rabobank en ING kondigden onlangs nog meer sluitingen aan voor samen honderden fysieke vestigingen.

In het onderzoek in opdracht van RegioBank geven de ondervraagden desondanks te kennen dat ze ‘persoonlijk contact’ bij hun bankzaken belangrijk vinden. Twee derde van de Nederlanders vindt het jammer dat banken steeds meer vestigingen sluiten. Dat leeft overigens sterker onder dorpsbewoners (70 procent) dan onder stadsbewoners (60 procent).

De RegioBank zelf laat desgevraagd weten dat er ongeveer evenveel vestigingen van de plattelandsbank sluiten als dat er nieuwe filialen bij komen.