

Experts kritisch op trend steeds snellere bezorging: 'Gekochte liefde en onhoudbaar'

Snel, sneller, snelst. Veel consumentenartikelen kunnen tegenwoordig al op de dag van bestelling bezorgd worden, financiële producten à la minute afgesloten en boodschappen staan nu ook binnen tien minuten op de stoep. Alleen een selecte groep consumenten zal uiteindelijk profiteren, denken experts. Jan met de pet ziet vooral de fysieke winkelstraat weer nieuwe klappen oplopen.

Hoe snel de flitsbezorgers nu ook oprukken, nieuw is het fenomeen niet, zegt retailexpert Hans Eysink Smeets. „Vroeger kwamen de groenteboer of de bakker of de melkman ook bezorgen. Maar we zijn er juist mee gestopt, omdat de supermarkt veel efficiënter was. En nu komt het dus terug. Maar het kan natuurlijk nooit uit, het is veel te duur.”

Vier flitsbezorgers zijn inmiddels in ons land actief, om tegen een kleine vergoeding binnen tien minuten een beperkte boodschappentas thuis te bezorgen. De grootste, Gorillas, sloot maandag een deal met Jumbo om te gaan samenwerken. Volgens Ton van Veen, bestuurder van Jumbo, maken inmiddels 'heel veel klanten, vooral in de steden gebruik van flitsbezorgers'. Hij had liever gezien dat mensen gewoon naar een van zijn 700 Jumbo's zouden gaan. Maar, zegt hij, 'if you can't beat them, join them'.

'Vreemde types'

„De flitsbezorgers hebben heel slim ingespeeld op een latente behoefte”, zegt consumentenpsycholoog Patrick Wessels. „We zouden het niet missen als het er niet was, maar nu ze op de markt zijn merken we hoe makkelijk en welkom het is.”

"Bol.com: 2-uurs levering is uitzondering"

Eysink Smeets: „Het zijn wel vooral studenten, sowieso erg vreemde types qua bestedingspatroon, die klant zijn. Maar de alleenstaande moeder die in de zorg werkt gaat dit niet betalen. En daar zijn er meer van in Nederland dan er studenten zijn.”

Één winnaar

Alexander Ribbink belegt namens het Amsterdamse Keen Venture Partners tientallen miljoenen aan durfkapitaal in jonge snelgroeiende techbedrijven. Ook hij is erg terughoudend over flitsbezorging. „Financieel is het een model dat nog niet bewezen is. Het is ontzettend duur. De orderwaarde moet echt nog flink omhoog om alle kosten voor het salaris van koeriers en dergelijke terug te verdienen. Ondertussen adverteren ze veel, en delen ze tegoedbonnen uit om klanten te werven. Dat is gekochte liefde, en onhoudbaar.”

Ribbink ziet van de flitsbezorgers op termijn na een duur gevecht hooguit één winnaar overblijven die geld kan gaan verdienen, zoals dat ook op de markt voor thuisbezorgde maaltijden gebeurt.

De flitsbezorgers zijn dan misschien de jongste trend, ook webwinkels als Bol.com en Coolblue hebben de stopwatch paraat, net als Amazon en talloze kleinere start-ups in de VS, die producten van drank tot drogisterij-artikelen en cosmetica leveren. Bol kan vandaag nog bezorgen als je voor 14.00 uur bestelt, Coolblue durft zelfs 15.00 uur al aan.

Bol.com voerde tussen 2018 en 2020 een onderzoek uit naar bezorging binnen 2 uur. Een woordvoerder zegt: „We hebben gemerkt dat onze klanten in de praktijk meestal voor de standaard bezorgopties kiezen en 2-uurs levering echt alleen bij hoge uitzondering kiezen.” Bovendien zijn veel producten moeilijk in een flits te vervoeren, en veel locaties niet zo snel bereikbaar, geeft het bedrijf aan.

Vlekje of krasje

Snel, sneller, snelst is ook het devies in de financiële sector. Een reisverzekering in de rij op het vliegveld nog snel afsluiten is al doodnormaal. Bedrijven als Blend en Better.com in de VS proberen voorlopige offertes voor hypotheek binnen minuten aan te bieden, volledig gedigitaliseerd. Verzekeraar Lemonade, inmiddels ook

actief in ons land, claimt het wereldrecord schade uitkeren, in 3 seconden. Vanuit de verzekeringssector klinkt al protest: de nieuwkomers zouden louter de jongere, welvarender populatie willen hebben als klant, om zo heel veilige risico-verhoudingen te hanteren. Maar bij iedereen met een vlekje of krasje zegt de computer in dit model 'nee'.

Winkelstraat

Kan de klassieke winkelstraat nu definitief inpakken? Eysink Smeets: „Het afsterven van de winkelstraat is begonnen in de periferie, in de provinciestedjes en in de periferie binnen de grotere steden, toen internet het overnam. Deze trend is weer een versnelling.”

Ribbink, tevens commissaris bij Wehkamp: „We zitten in een overgangsfase. De winkelstraat had alles, maar de banken en nu zelfs de pinautomaten zijn al weg, een groot deel van de kleding wordt online verkocht. Hoewel ik niet denk dat een onderbroek zich leent voor flitsbezorging. Het wordt een polarisatie. Producten met lage kosten en een hoge omloopsnelheid – denk aan het assortiment van de Action – die blijven wel in de winkelstraat. Horeca ook wel. En winkels die inspireren zoals Rituals met zijn geuren ook. Maar de rest krijgt het moeilijk.”

Grote steden

Experts voorspellen dat flitsbezorging alleen vaste voet aan de grond krijgt in grote steden. „Plattelandbewoners zullen er minder behoefte aan hebben”, stelt Wessels. „Die leven toch op een wat rustiger tempo dan de stedelingen. Buiten de stad is het onbekend en onbemind.”

De ontwikkelingen staan ondertussen niet stil: adviesbureau McKinsey voorspelt dat flitsbezorging in metropolen op korte termijn al deels door gerobotiseerde autootjes (droids) wordt overgenomen, terwijl het platteland door drones bestreken zal worden. Maar daar moeten ze wel langer wachten op hun pakketje dan de stedeling.

Eysink Smeets voorziet al een nieuwe disruptie: „Als ik een nieuw kopje, of serviesgoed wil hebben, haal ik dat toch gewoon uit mijn 3D-printer in de toekomst?”

Bron: telegraaf.nl