

De Buren: vooral b2b-interesse in 'kluis aan huis'

11-08-2015 11:37

Afhaalkluizen aan huis op de b2c-markt vormen voorlopig een niche. Dat stelt oprichter en eigenaar Robin Dragstra van afhaaldienst De Buren naar aanleiding van een pilot.

Eind vorig jaar kondigde De Buren een proef aan met de kluis aan huis. Op basis van de eerste ervaringen ziet hij de grootste mogelijkheden in de b2b-markt, trekt Dragstra een voorlopige conclusie. "De kluis aan huis werkt technisch goed, softwarematig moeten we nog door ontwikkelen", stelt Dragstra. De kluis van De Buren heeft geen stroom of internetverbinding nodig en werkt met variabele pincodes. De consument ontvangt de pincode per mail en kan vervolgens de kluis openen.

Later dit jaar verwacht Dragstra concrete plannen aan te kondigen, al ziet hij op de korte termijn de grootste kansen op de b2b-markt. "Wij testen momenteel onder meer bij ziekenhuizen, hogescholen, universiteiten en een aantal retailers. Deze partijen geven aan behoefte te hebben aan de kluizen."

Voor de consumentenmarkt denkt Dragstra in een aantal fasen. "In fase één koopt mevrouw Jansen een kluis aan huis voor 250 euro. In fase twee schaft mevrouw Jansen deze kluis aan samen met buurvrouw Pieterse, waarna zij gezamenlijk leveringen in de kluis kunnen ontvangen. In fase drie sluiten appartementcomplexen zich aan bij ons aan middels de vereniging van eigenaren, met bijvoorbeeld tien kluizen", omschrijft de ondernemer.

Partnerschappen zijn cruciaal voor de slagingskans, weet Dragstra. "Wij werken al samen met DHL en TNT, maar het aantal samenwerkingen breiden we graag uit." Hij volgt de ontwikkelingen in Duitsland met grote interesse, waar DHL sinds vorig jaar al experimenteert met de kluisjes aan huis. "Ook daar zie je dat het vooral nog een nichemarkt is. Hoe dit straks uitpakt? Daar durf ik geen uitspraken over te doen, wij zijn nu vooral nog aan het pionieren."