

EtailTrends 5: Peerby, pakjesregen en online foodfight

16-09-2015 22:00

Winkels die gebruiksgoederen verkopen zijn eigenlijk niet meer van deze tijd. “Je hebt zo veel spullen die je maar eens in de zoveel tijd nodig hebt, dat het onzin is om ze te bezitten”, vertelt oprichter en ceo Daan Weddepohl van deelplatform **Peerby** in het septembernummer van EtailTrends. “Ik denk dat ze zich in een Afrikaans dorp echt zouden afvragen waarom een stam zo veel auto’s en boormachines nodig heeft.”

De auto staat negentig procent van de tijd stil en de boormachine wordt amper dertien minuten in zijn leven gebruikt. En er staan volgens Weddepohl waarschijnlijk fietsjaren per seconde weg te tikken. “Internet maakt het mogelijk om in kaart te brengen waar er overcapaciteit is, die te ‘ontbundelen’ en aan te bieden. Dat is ontzettend disruptief.”

Online is het strijdtoneel geworden van supermarkten die vechten om de beste **boodschappenbezorgdienst**. De veelal hoge servicekosten staan al een tijd ter discussie, maar deze wordt opnieuw opgelaaid nu er nieuwe spelers ten tonele verschijnen. Nieuwkomer Picnic wil het anders doen: alleen thuisbezorgen. Maar dan wel gratis. En de supermarkten slaan terug, ziet Pascal Kuipers.

Het venijn van Aholds – voorlopig alleen online te bestellen – Allerhande Box zit hem in het gratis bezorgen en ophalen. Andere items die de klant tegelijkertijd met de box bestelt (een voordeel van supermarkt én maaltijdbox-aanbieder zijn), bezorgt Albert Heijn kosteloos thuis, of de klant kan deze gratis ophalen. De slag om het ‘gratis’ bezorgen is begonnen.

Ga er maar aanstaan, een pakket verzenden. De toename van het aantal orders en afleveropties zorgen voor een wirwar aan regels bij de pakketverzendders. Etailers hebben de keuze uit verschillende oplossingen voor het managen van hun zendingen, van stand-alone tot volledig geïntegreerde verzendssoftware. Een dilemma in het **thema Logistiek**: zelf met vervoerders onderhandelen of een partij inschakelen die de transportinkoop verzorgt?

“De logistieke sector is een weinig transparante, ontoegankelijke sector”, zegt oprichter Reynoud Foppen van verzendservice Collibox tegen Marcel te Lindert. Hij is ooit in een vorige functie als logistiek manager begonnen met het bouwen van een Excel-spreadsheet, met als doel het snel kunnen vinden van een goede vervoerder, mede door het selecteren op prijs, kwaliteit en leveringscondities. “Het stelde me in staat vier uur arbeidstijd terug te brengen tot een kwartier.”

Amazon, Alibaba, bol.com; **grote online marktplaatsen** die om de gunsten van de consument én aanhakende verkopers strijden. En het speelveld globaliseert. Buiten de (in ons land) bekende namen zijn er zeker meer, die kansen bieden aan etailend Nederland. Niels Achtereekte zet in EtailTrends een aantal spelers op een rij.

Ook **Lesara** mikt op de massamarkt. Discount, maar dan online. Iets waarvan talloze experts zeggen dat zoiets niet succesvol kan zijn. Een goede reden voor de 26-jarige oprichter Roman Kirsch om het tegendeel te bewijzen. “Bij elke nieuwe trend zeggen ze dat het niet mogelijk is”, zegt hij tegen Bertus Bouwman. “Boeken kon je niet online verkopen, en wie gaat er nu schoenen bestellen zonder ze gepast te hebben? Ik zou deze experts nu nog weleens willen spreken.”

Ook in EtailTrends 5:

- App-only shoppen in India
- Meer in het thema Logistiek: een mondiaal rondje dronepilots, voorraadbeheer bij New Cakes en het luchtje aan die laatste kilometers

- De vaste rubrieken Upgrade en Newsfeed

Het septembernummer van EtailTrends is samen met RetailTrends verschenen. [Klik hier voor meer informatie over een abonnement op zes keer EtailTrends en elf keer het magazine RetailTrends.](#)