

Winkels in gebruiksgoederen: niet meer van deze tijd?

21-06-2016 22:00



Steeds meer mensen willen huren in plaats van kopen. Althans, dat zegt Dixons op zijn nieuwe verhuursite. De voormalige elektronikaketen is de volgende speler die brood ziet in de deeleconomie. Ook Media Markt denkt aan leasing, waarbij klanten een maandbedrag betalen om van een product gebruik te maken. Gebruik is het nieuwe bezit en delen het nieuwe hebben. Toch? Peerby-oprichter en ceo Daan Weddepohl vertelt op het [Retail & Brands Festival](#) over de hype rond de sharing economy. Hij kwam al in 2012 met een platform, waarop consumenten hun burelen kunnen vragen om een hamer of partytent.

Consumenten lijken niet happig om spullen te lenen. Zo blijkt uit onderzoek van Multiscope dat maar één op de tien consumenten weleens diensten of producten heeft geleend, gebruikt of aangeboden via een online netwerk. Waarom zou daar nu opeens een verandering in komen?

“Je hebt zo veel spullen die je maar eens in de zoveel tijd nodig hebt, dat het onzin is om ze te bezitten. Als we onze gewenning loslaten en met een schone lei kijken naar hoe wij omgaan met spullen, dan is dat ontzettend inefficiënt. 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. Als je uitreken hoeveel potentiële fietsminuten er iedere dag op het station staan weg te tikken, dat is gigantisch. Waarschijnlijk fietsjaren per seconde. Tot voor kort hadden we alleen de technologie niet om uitlenen kosten efficiënt te maken en om elkaar zo makkelijk te bereiken. Internet maakt het mogelijk om in kaart te brengen waar er overcapaciteit is, die te 'ontbundelen' en aan te bieden. Dat is ontzettend disruptief.”

Waar blijkt dat uit?

“Er was ooit een kunstmatige schaarste in muziek, maar vanaf het moment dat het digitaal werd opgeslagen was daar geen sprake meer van. Doordat we ontdekten dat we muziek altijd en overal beschikbaar konden maken, zijn er niet veel cd-winkels meer over.”

Is dat ook het lot van de winkels met spullen die je nu bij Peerby kunt lenen?

“Ik denk dat er een categorie producten is die je verbruikt en een categorie die je gebruikt. Producten die je verbruikt, zoals een pak melk, kun je niet uitlenen. Maar winkels die gebruiksgoederen verkopen zijn over een tijdje, nee eigenlijk nu al niet meer van deze tijd.”

Toch gaan de meeste consumenten voor gebruiksgoederen nog altijd naar de winkel.

“Dat klopt, maar het vraagstuk rond last mile-delivery wordt langzaam maar zeker opgelost. Dat was altijd heel duur, maar ik verwacht dat het de komende vijf tot tien jaar naar een paar cent per levering zal gaan. In San Francisco draaien allerlei pilots en heb je nu al een appartementencomplex waar eigenlijk alleen nog maar koeriers de deur in- en uitlopen. En dat zijn nu nog menselijke koeriers.”

Die worden binnenkort vervangen door drones?

“Ik denk dat drones meer iets zijn voor de berggebieden in Zwitserland. Maar er zijn zelfrijdende auto's in aantocht. En als je geen chauffeurs meer hebt, gebeuren er hele interessante dingen met je distributienetwerk. Een auto wordt straks zoiets als een trein kopen. Waarom zou je nog een auto kopen als die op afroep staat op de plek waar je hem nodig hebt? Je stapt er weer uit als je op locatie bent en dat ding rijdt verder om de volgende op te pikken. Als je over vijf tot tien jaar een auto koopt, dan ben je wel echt een liefhebber.”

Zo snel al?

“We zitten in een tijd van exponentiële verandering. Ik denk dat het sneller gaat dan je denkt. De radio had zo'n zestig jaar nodig om een miljoenenpubliek te bereiken, maar de mobiele telefoon misschien nog geen vijftien jaar. Bovendien vinden bedrijven in deze sector met hun technologie manieren om het meer 'convenient' te doen. Dus op het moment dat het jou uitkomt en de manier waarop het jou uitkomt, en dan ook nog eens goedkoper. Dat zijn volgens mij ontwikkelingen waar je als consument niet heel lang over na hoeft te denken.”

Hoe kunnen retailers op deze ontwikkeling inspelen?

“Een groot deel van onze economie is nog lineair. We halen iets uit de grond, dat verwerken we in goederen, die goederen verkopen we en gooien we uiteindelijk weg. Dat is een eindig proces. Om onze huidige levensstandaard te behouden moeten we toe naar circulaire modellen. Retailers moeten daarbinnen vooral kijken naar hoe ze waarde in stand kunnen houden, in plaats van die te verplaatsen. En daar telkens een marge opzetten. Dat betekent dat je voor gebruiksgoederen naar leasemodellen gaat.”

Wat is de rol van Peerby in dit verhaal?

“Je hebt netwerken nodig om die spullen te laten circuleren. Als je hier uit het raam kijkt (hij wijst uit het bovenste raam van zijn kantoor aan de Herengracht, red.) zie je een 'internet of things'-antenne. Samen met andere antennes van partners in Amsterdam hebben we een dekkend netwerk om producten te kunnen checken. Ze vangen signalen op die uitgezonden worden door een soort bakens, waardoor we apparaten in kaart kunnen brengen. We ontvangen bijvoorbeeld een signaal als een apparaat gerepareerd moet worden. Zo werken wij toe naar het concept van 'de deelbare boor'. Een apparaat dat niet meer wordt ontwikkeld voor een enkele consument, maar om gedeeld te worden. Die gaat van consument naar consument en iedere keer als het wordt gebruikt dan betaalt de consument daarvoor. Noem het de Blendle voor boormachines. Je ontbuntelt de enkele producten en gaat betalen voor gebruik. We zijn nu de eerste kleine testjes aan het doen. Misschien is dit het niet en gaat het nog een andere kant op, maar we zien het als één van de efficiëntste oplossingen als je kijkt naar de trends op het gebied van circulaire economie, internet of things, last mile-

delivery en dat alles on demand wordt. Dan vind ik dit geen onwaarschijnlijk verhaal.”

Wel een pijnlijk verhaal voor de winkel die hier zijn boormachine verkoopt.

“En dan is er ook nog 3D-printing. Ik heb te doen met retailers. Maar dat geldt eigenlijk voor alle bedrijven. We zitten in zo’n gigantische transitie dat je bijna geen branche kunt bedenken die niet wordt ‘gedisrupt’. Maar retail is wel een heel helder geval.”

Kom op donderdag 8 september ook naar het Retail & Brands Festival. [Er zijn nog enkele early birdtickets verkrijgbaar.](#)

Tijdens het festival vertellen ceo's, aanstormende talenten en uitdagers van de markt op drie podia hun verhaal. Laat je inspireren door onder anderen:

- Michiel Muller (mede-oprichter Picnic)
- Roland Palmer (managing director Alibaba)
- Francois Convergence (Head of Europe Rapha)
- Lena Herder (countrymanager IKEA)
- Daan Weddepohl (ceo Peerby)
- Ramon Vullings (cross-industry innovatie expert)
- Roland Kahn (ceo Coolinvestments)
- Wilhelm Verton (directeur/eigenaar Omoda)
- Victor van Nieuwenhuizen (ceo Sissy-Boy)
- Rogier van Camp (ceo Leapp)
- Sander van Bladel (countrymanager Benelux Lesara)
- Emile Ruempol (director expansion & development HEMA)
- én de RetailTrends RetailRookies 2017

[Bekijk hier](#) het volledige sprekersoverzicht.