

De ontwikkeling van pakketbezorging

28-07-2016 13:26



Door Amnon Vogel
Redactie RetailWatching

Een bestelbusje met een chauffeur achter het stuur en een pakketje achterin, is allang niet meer de enige manier waarop bestellingen worden afgeleverd. Technieken die bezorging slimmer, efficiënter, duurzamer of goedkoper moeten maken duikelen over elkaar heen. De innovaties komen afwisselend van retailers, techbedrijven, merken en speciaal uit de grond gestampte projecten. Een overzicht.

Drones

De ontwikkeling van drones als middel om pakketjes te bezorgen, is eigenlijk razendsnel gegaan. Voor Specsavers was het nog maar twee jaar geleden niet meer dan een [1 aprilgrap](#). Inmiddels worden er aan de lopende band tests gedaan. Grote internetconcerns als Google en Amazon waren er als eerste bij, maar de afgelopen twee jaar volgden talloze bedrijven hun voorbeeld.

In de Verenigde Staten ligt luchtvaartautoriteit FAA daarbij nog vaak dwars. De huidige wet- en regelgeving biedt weinig ruimte voor commercieel gebruik van de drones. Voor Amazon reden om met zijn tests uit te wijken naar landen als Canada, het Verenigd Koninkrijk en ook Nederland. Met veel bombarie kondigde de internetgigant eind vorig jaar zijn nieuwste variant aan.

DHL meldde dit jaar, maar eigen zeggen als eerste, een succesvolle pilot te hebben afgerond met drones in Duitsland. Ook Amerika begint langzaamaan mee te werken. 7-Eleven rondde deze week als eerste een door de FAA goedgekeurde drone-pilot af. Ook de Aziatische e-commerce reuzen Alibaba en Rakuten hebben de drones al omarmd.

Robots

Maar er gaan ook stemmen op die zeggen dat de toekomst van de pakketbezorging helemaal niet bij drones ligt. Het Estlandse bedrijf Starship is ervan overtuigd dat zelfrijdende robots het helemaal gaan worden. Niet heel verwonderlijk, want dat is precies van het bedrijf van Skype-oprichters Janus Friis en Ahti Heinla produceert. "Robots zijn niet zoals drones gebonden aan strenge regelgeving", zei operationeel directeur Allan Martinson daarover in RetailTrends. "Daarnaast moet je het ook maar fijn vinden dat er voertuigen in de lucht overvliegen met een lading van – zeg – twintig kilo aan andermans boodschappen." Bovendien verwacht hij dat de last mile met robots ongeveer een cent aan elektriciteit kost. Met een winstmarge erbij is het daarmee tot vijftien keer goedkoper dan drones, aldus Martinson.

Ook deze techniek is vrij snel van een back to the future-achtig waanbeeld in realiteit veranderd. Het meest typerende voorbeeld is wel Domino's. De pizzaketen bracht vorig jaar al het nieuws naar buiten aan een autonome bezorgauto te werken, maar toen bleek het om een 1 aprilgrap te gaan. De retailer raakte echter zo geïnspireerd door zijn eigen geintje, dat het er écht mee aan de slag ging. Een jaar later is de Domino's-bezorgrobot een feit, en rijdt hij bij wijze van proef rondjes op de campus van de Universiteit Twente. In Australië brengt de robot al pizza's rond, iets wat we ook in Nederland moeten gaan zien.

Starship houdt het zelf ook niet bij alleen maar woorden. Bestelsite Just Eat gebruikt de Estse robots voor maaltijdbezorging in Londen. De robot rijdt stapvoets en kan ontgrendeld worden door een code, die de Just Eat-klant krijgt bij zijn bestelling. Als de robot op twee minuten afstand is, krijgt de klant hiervan een melding op zijn telefoon. Alle bestellingen worden volgens Starship binnen een half uur bezorgd.

Niet thuis

Robots en drones zijn mogelijk een oplossing voor de groeiende stroom bestelbusjes in binnensteden. Maar klanten die niet thuis zijn op het moment van aflevering, blijft een probleem. Ook daar worden steeds meer technologische oplossingen voor bedacht. De kofferbak van auto's lijkt daarbij een sleutelrol te kunnen vervullen. Zo is Volvo samen met sameday-delivery startup urb-it bezig orders binnen twee uur na bestelling in de auto bezorgen. Daarmee wil de Zweedse autobouwer het aantal mislukte afleverpogingen minimaliseren. Koeriers krijgen met een digitale sleutel eenmalig toegang tot de auto om het pakketje te bezorgen. Wanneer deze sleutel gebruikt is ontvangt de eigenaar van de auto een bericht dat het pakketje is afgeleverd en dat de auto weer is vergrendeld.

DHL en Smart kondigden deze week een vergelijkbare samenwerking aan. De proef start in Stuttgart en vindt vervolgens zijn weg naar Bonn, Keulen en Berlijn. De dienst werkt met een TAN-code, die een koerier in staat stelt de auto gedurende een bepaalde tijd te lokaliseren en te openen. Hij kan dan zowel een pakketje afleveren als afhalen. Er is een speciale app ontwikkeld die voor de afstemming tussen DHL en de consument zorgt.

Toch geen fijn idee, zo'n pakketbezorger die in je kofferbak snuffelt? Dan heeft het Nederlandse Parcer wellicht de oplossing. Dat bedrijf lanceerde vorige week een slimme brievenbus, die consumenten in hun tuin kunnen plaatsen of aan de gevel kunnen bevestigen. Een bezorger kan de brievenbus openen via een eenmalige code op het pakket. De dienst kan gecombineerd worden met alle webshops en pakketvervoerders.

Er hangt wel een prijskaartje aan de Parcer-brievenbus, dat begint bij 435 euro. Ook moeten gebruikers een abonnement afsluiten, voor 3,95 euro per maand.

Ook voor de bezorging van verse boodschappen biedt een 'slim slot' uitkomst. De Zweedse supermarktketen ICA startte daar dit jaar mee in samenwerking met postbedrijf PostNord en de start-up Glue. De boodschappen worden bezorgd door een koerier van PostNord. Om ervoor te zorgen dat die nooit voor een dichte deur staat ontwikkelde Glue een slim slot, dat op afstand geopend kan worden door de smartphone van de klant. De klant ontvangt een melding wanneer de bezorger voor zijn of haar deur staat, opent de app die bij het slot hoort en kan de boodschappenkoerier binnen laten om de bestelde boodschappen in de koelkast te plaatsen. Iets voor Picnic?