

'Grote webwinkels machtig op pakketmarkt'

14-10-2016 07:00



De markt voor pakketvervoer kan alleen opengebroken worden als grote webwinkels besluiten zelf hun producten te bezorgen. Voor andere vervoerders bestaan er nu grote toetredingsdrempels om op landelijke schaal actief te worden. Dat valt op te maken uit een [eindrapport](#) van toezichthouder ACM over de pakketmarkt.

De afgelopen vijf jaar zijn geen nieuwe spelers toegetreden met een landelijk dekkend netwerk, maar alleen kleinschalige, innovatieve initiatieven. Dat komt volgens ACM doordat er grote investeringen in sorteerfaciliteiten, een wagenpark en servicepunten nodig zijn om een landelijk dekkend netwerk uit te rollen. Ook is er een behoorlijk volume nodig om het netwerk efficiënt te laten werken.

Voor kleinere partijen is toetreding tot de markt eenvoudig, maar zeer lastig om uit te groeien tot een volwaardig alternatief voor marktleiders PostNL en DHL. ACM verwacht daarom niet dat binnen afzienbare tijd een nieuwe landelijke actieve pakketvervoerder zal toetreden.

Die kans bestaat wel door 'voorwaartse integratie' van grote webwinkels, waarbij de bezorging niet langer wordt uitbesteed aan pakketvervoerders. 'Dit wordt in de consultatie door meerdere partijen bevestigd', stelt de toezichthouder. Als voorbeeld wordt gewezen op de witgoedbezorging van Coolblue en het bezorgnetwerk dat Amazon in het buitenland aan het opzetten is. Op de Franse markt staat Amazon op het punt om

pakketvervoerder Colis Privé over te nemen. Het zelf uitvoeren van de bezorging is volgens het ACM vanwege de schaalgrootte alleen realistisch bij zeer grote volumes of in kleine nichemarkten vanwege de hoge marges die daar te behalen zijn.

De grootste verzenders maken nu bijna allemaal gebruik van PostNL, dat volgens hen het meest fijnmazige bezorgnetwerk en de beste bezorgkwaliteit tegen een scherpe prijs biedt. Voor pakketvervoerders zijn deze klanten belangrijk, omdat ze gemakkelijk voor vijftien procent van het totale volume kunnen zorgen. Dat gegeven zorgt ervoor dat de kopersmacht van deze grote webwinkels steeds groter wordt. Kleine webwinkels kunnen daar niet in mee, waardoor ze achterblijven op het gebied van gratis verzending en snelle levering van late bestellingen. Het verschil in onderhandelingsmacht kan volgens ACM daardoor een verstorend effect hebben op de ontwikkeling en concurrentiemogelijkheden op de e-commercemarkt.