

De bloei van kluisjespionier De Buren

17-10-2016 09:38



Afhaalcentrum De Buren komt voortdurend in nieuwe handen. In 2014 nam postbedrijf Sandd een meerderheidsbelang, een jaar later verkocht het dat alweer aan private investeerders. Nu heeft het Belgische Bpost een 'substantieel belang' in het afhaalnetwerk genomen. Met die overeenkomst verwacht De Buren behoorlijke stappen te kunnen maken: van de huidige vijftig punten met afhaalkluizen in ons land groeien naar duizend, plus nog een slordige vijfhonderd in België. En dat terwijl je bij het googelen van het woord afhaalpunt in 2011 'alleen Chinese restaurants als resultaat kreeg', zoals oprichter Robin Dragstra het drie jaar terug verwoordde in EtailTrends.

Op een doorwaakte nacht in april 2011 vielen voor Dragstra de puzzelstukjes in elkaar, die samen het basale idee vormden van een slim systeem van wandkluisjes waar mensen bestellingen kunnen ophalen en afgeven. Interessant voor consumenten, producenten, fysieke en online retailers, slagers, bakkers, grossiers, pompshops, verhuurders, vastgoedeigenaren, uitbaters van commerciële ruimte op woon, werk en reislocaties... en wie weet ook voor afhaalchinezen. "Ik was er al enkele jaren mee bezig", legt hij uit. "Nog in de tijd dat ik als kleine grossier bouwmaterialen leverde aan aannemers. De afstemming met de klanten wanneer ze hun materialen konden ophalen was altijd een heel gedoe. Ik had een idee over afgesloten kisten waarin ik

hun bestellingen zou klaarzetten. Dan konden ze die zelf op het moment dat het hen uitkwam ophalen. Het idee van een kluisje of box die iemand met een code kan openen was zeker niet nieuw. DHL exploiteerde ook al de packstations in Duitsland, samen met Deutsche post. En Nedap in Groenlo had destijds ook al haar pharaloxs-kluisjes ontwikkeld, waarmee de klanten van apothekers hun medicijnen kunnen ophalen op elk gewenst moment. Ook na sluitingstijd. Zoiets wilde ik ook en die aannemers vonden het prima. Alleen wilden ze er niet voor betalen. Er was geen businessmodel.”

De Buren onderscheidt zich volgens Dragstra van die andere systemen, doordat de eigenaar van de afhaalkluisjes een ‘ABC-systeem’ biedt, in plaats van een ‘AB-systeem’. “Het zijn allemaal systemen waarin de inhoud van aanbieder – die eigenaar van de kluisjes is – naar de gebruiker gaat. van A naar B. Wij zijn wereldwijd het eerste systeem dat de commerciële exploitatie verzorgt van afhaalcentra en afhaalpunten, waarbij A en B pakketjes uitwisselen via C, De Buren.” De toegevoegde waarde van het concept zit volgens de oprichter voor een belangrijk deel in de locaties. “Onze afhaalcentra en -punten zijn gevestigd in winkels en winkelcentra, maar ook op woon-, reis- of werklocaties. Het is ideaal voor consumenten die snel hun pakketje willen ophalen op het moment dat het hun uitkomt. Onbemand, dus een klant hoeft niet te wachten voor hij/zij aan de beurt is.”

Voor winkeliers betekent het bovendien extra traffic zonder dat personeel hoeft te worden ingezet bij een speciale balie, een belangrijke oorzaak van conflicten tussen bijvoorbeeld PostNL en retailers. De Buren biedt daarnaast click & collect-activiteiten aan ondernemers via de kluisjes te doen. “We hebben voor hen de combinatie met onze webshop nuleverbaar.nl. Wij beheren die webshop, waarop de ondernemers hun producten kunnen aanbieden die de consumenten vervolgens via de kluisjes van meteen kunnen afhalen, zelfs midden in de nacht. Een kortere tijd tussen online bestellen en afhalen bestaat niet.”

De Buren heeft de afgelopen jaren niet stilgezeten. Zo startte het eind 2014 een test met de ‘pakketkluis aan huis’. Die wordt aan de buitenkant van een woning of bedrijf bevestigd en is te openen met een code. Een pakketbezorger ontvangt die via de app van De Buren. De kluis werkt goed, maar is vooral geschikt voor de b2b-markt, stelde Dragstra vorig jaar na een pilot. Voor consumenten is het voorlopig nog een nichemarkt. Partnerschappen zijn cruciaal voor de slagingskansen, 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.”

Dragstra had eigenlijk in 2014 al landelijke dekking willen hebben, maar de teller staat nog altijd op vijftig afhaalpunten. Onder de vleugels van Bpost verwacht hij dat het er toch echt van gaat komen. De vijftig punten in Nederland moeten er duizend worden, terwijl De Buren van de eenzame vestiging in Brussel ook moet groeien naar vijfhonderd punten in België. “In het afgelopen jaar zagen we al een sterke groei in het gebruik van de kluizen”, zegt Dragstra. “Met Bpost hebben we een krachtige partner gevonden die het principe van een gedeeld netwerk respecteert, waardoor de consument in de toekomst voor al haar pakketten bij de Buren terecht kan.” Wordt dit de vervanger van de bemande PostNL-afhaalpunten in winkels?