

'Webwinkels verliezen strijd van platforms'

24-05-2017 10:12



Retailers moeten zich aansluiten bij grote e-commerceplatforms of zelf een platformstrategie opzetten. Wie vasthoudt aan een eigen webwinkel zal het niet redden, zegt e-marketingexpert Cor Molenaar in [Het Financieele Dagblad](#).

Platforms bezitten en maken niks, maar zijn wel miljarden waard en verdubbelen steeds hun marktaandeel, verklaart Molenaar. “Zo blijft het totale marktaandeel heel lang vrij klein, maar opeens ben je te laat.” Ook succesvolle webwinkels als Coolblue en bol.com komen volgens hem in de verdrukking door de opkomst van platforms als Amazon en Alibaba. Die ‘éénwegsplatforms’, waarbij transactie centraal staat, worden volgens Molenaar vervangen door ‘tweewegsplatforms’ waar consumenten elkaar en producenten ontmoeten.

Zalando ziet zichzelf als het enige Europese platform van formaat, zei co-ceo Rubin Ritter onlangs op een congres over de platformeconomie. Van de honderd grootste platforms komen er slechts vijf uit Europa, tegenover 25 uit China en 75 uit de Verenigde Staten. Ritter vreest dat daardoor de Europese economische vitaliteit op het spel staat, omdat platforms de bestaande marktleiders dreigen te overvleugelen.

Bol.com liet eerder dit jaar al weten het als zijn missie te zien het nummer één netwerkplatform in Nederland en België te worden. Binnen enkele jaren moet de helft van zijn consumentenomzet van externe verkopers afkomstig zijn. Blokker Holding lanceerde eind vorig jaar zijn platform Nextail Connect!, terwijl Kijkshop nog dit jaar met een consumer to consumer-platform wil komen.