

## Dit is het Amazon-effect per land

12-02-2018 13:47



Amazons aanwezigheid is overal voelbaar, al verschilt de manier waarop per land. Onze correspondenten brengen het Amazon-effect in verschillende markten in kaart.

### **China**

*Door Sjoerd den Daas (standplaats: Beijing)*

Er zijn maar weinig buitenlandse techbedrijven die in China echt potten breken. 'De Chinese droom', een veelgebruikte partijslogan in de Volksrepubliek, wordt vooral geleefd door techgiganten van eigen bodem. Amazon mag de kruimels komen oprapen, in het e-commercelandschap waarin Alibaba en JD.com de markt verdelen. Eerstgenoemde pakte afgelopen jaar volgens onderzoeksbureau iResearch een marktaandeel van 56,6 procent met marktplaatsen als Tmall en Taobao, terwijl JD kan rekenen op 24,7 procent. Met een marktaandeel van slechts 0,8 procent rest Amazon een rol in de marge. Naast diepe zakken, slagkracht en de juiste overheidsconnecties mist Amazon binnen de snel veranderende Chinese markt haar toegevoegde waarde. Dat wat Alibaba of JD wel lukte – lokaliseren – kon Amazon niet nadoen. Zaken waarin het bedrijf zou moeten uitblinken – bijvoorbeeld het aanbieden van kwalitatief hoogstaande westerse producten – worden al op de binnenlandse platformen aangeboden.

### **Verenigd Koninkrijk**

*Door Mathijs Schiffers (standplaats: Londen)*

Soms zegt een cijfer alles. Zoals dit: 372 duizend vierkante meter. Dat is de magazijn capaciteit die Amazon in

2017 in het Verenigd Koninkrijk erbij heeft gezet. Daarmee neemt de Amerikaanse veelvraat twintig procent van de totale Britse opslagexpansie voor zijn rekening, aldus de vastgoedexperts van Savills. Lidl, de nummer twee qua uitbreiding, moet met een vijfde daarvan genoeg nemen. Voor Amazon zijn de Britse eilanden de favoriete internationale uitvalsbasis. In Duitsland wordt meer omgezet, maar hier worden diensten vaak als eerste buiten de Verenigde Staten getest. Boodschappendienst Amazon Fresh? Amazon Business, de inkoopdienst voor het bedrijfsleven? Engeland was als eerste aan de beurt. En mag ook als eerste land buiten de VS kennismaken met de Treasure Truck: een soort SRV-man, die met online bestelde producten door de straten van Londen en Manchester gaat rijden. En laten we Cambridge niet vergeten, die een wereldprimeur had met een bezorging door Amazon per drone. Het effect van dit soort mediagenieke dadendrang kan "onmogelijk overdreven worden", zeg de Britse retailexpert Richard Hyman. "Amazon bepaalt de retailagenda hier."

### **Duitsland**

*Door Bertus Bouwman (standplaats: Berlijn)*

Amazon is in Duitsland de bijna onaangevochten marktleider. De omzet groeide naar 13,3 miljard euro in 2016. Daarmee neemt de gigant bijna een vijfde van de Duitse e-commercemarkt in. Toch veranderde Amazon het retaillandschap niet echt. In het begin nam niemand in Duitsland de Amerikaanse reus serieus. En nu het bedrijf buitengewoon dominant is, durft niemand het aan te vallen. Amazon speelt wel een grote rol in het bijstellen van consumentenverwachtingen, en dat in de thuismarkt van Zalando. Met Prime Now leveren de Amerikanen bijvoorbeeld in München en Berlijn producten binnen het uur, met als record een bezorging binnen elf minuten. En met AmazonFresh kunnen klanten in drie grote steden verse levensmiddelen online bestellen. Het concern kwam in het verleden een paar keer in opspraak vanwege slechte werkomstandigheden in de magazijnen. De meest recente tegenvaller komt van het bekende sandalenmerk Birkenstock. De Duitse fabrikant levert sinds eind vorig jaar niet meer via Amazon, omdat op het platform ook vervalsingen verkrijgbaar zijn.

### **Baltische Staten**

*Door Koen Verhelst (standplaats: Riga)*

Hoewel het marktaandeel van Amazon in Estland, Letland en Litouwen klein is, oefent de webreus wel degelijk invloed uit. De twee grootste webshops in Letland zijn 1A.lv en 220.lv, waarvan de laatste oorspronkelijk uit Litouwen komt. "Deze lokale spelers domineren de markt", constateert e-commercekenner Eduards Aksjonenko van de zakelijke Turiba Universitate in Riga. Een groot concurrentievoordeel ten opzichte van Amazon is hun lokaal georiënteerde assortiment en snelle bezorging. Ze kijken daarbij foefjes af van Amazon. "Wat Amazon vijf jaar terug in de VS deed, dat zien we nu hier, met gratis bezorging of leningen die we nog niet kenden." Ondanks deze sterke regionale spelers, kunnen de circa zes miljoen Baltische consumenten wel de interesse wekken van Amazon. De markt is wellicht klein, maar de welvaart stijgt hard en de banken zijn erg coulant met het verstrekken van leningen. De uitgaven in e-commerce stijgen elk jaar, met name in het rap gedigitaliseerde Estland. Voor Amazon ziet Aksjonenko een uitgelezen kans om bijvoorbeeld 220.lv (samen met de takken 220.lt en 220.ee) op te kopen. "Dat is zoveel makkelijker dan zelf iets opzetten."

Members van RetailTrends kunnen [hier](#) het volledige artikel lezen over het Amazon-effect, dat niemand nog kan negeren. Nog geen member? [Klik hier](#).

Bron: [RetailTrends 1](#)