

Webwinkels in het nauw door komst van Alibaba en Amazon

De storm onder de Blokkers en Hema's is nog niet uitgeraasd of de volgende revolutie komt er alweer aan. De webwinkels komen in het nauw door de opkomst van grote digitale tussenpersonen als Alibaba of Amazon.

Bij het Berlijnse webwarenhuis Zalando weten ze het zeker. Digitale 'platformen', plekken waar consumenten en producenten samenkomen, hebben de toekomst. Dat zei co-ceo Rubin Ritter een maand geleden op het eerste congres over de 'platformeconomie'. Zes van de tien grootste bedrijven in de wereld zijn dit soort platformen. Ze vormen de nieuwe heilige graal, zei Ritter tegen kopstukken van Google, Uber, Blockchain, eBay, Alibaba en andere innovatieve bedrijven.



Studio FD

Zalando vreest dat Europa de boot mist. Van de honderd grootste platformen komen er zeventig uit de Verenigde Staten, vijftientig uit China en vijf uit Europa. Er is geen Europese Facebook of Google. Zalando is het enige Europese antwoord van formaat. Ritter waarschuwt dat de Europese economische vitaliteit op het spel staat, want platformen hebben de neiging bestaande marktleiders te overvleugelen.

Verschuiving

De grote digitale marktplaatsen zetten de markt al op zijn kop bij hotels (Airbnb), taxi's (Uber), muziek (Spotify), zelfgemaakte producten (Etsy), restaurants (Thuisbezorgd.nl) of reisbureaus (Booking.com). Jonge bedrijven van buiten de branche die in korte tijd een internationale speler worden. De verschuiving begint nu ook in de detailhandel waar Amazon, Zalando en Alibaba met hun enorme aanbod kopers wegtrekken bij bestaande winkels en webwinkels.

Wereldwijd worden marktplaatsen, sociale netwerken en platformen steeds belangrijker in de retailwaardeketen, schrijft Wijnand Jongen van webwinkelorganisatie Thuiswinkel.org in een blog over de conferentie. 'De bekende marktplaatsen van Amazon en Alibaba zijn een zegen voor consumenten: je kunt er alles vinden, voor de beste prijs en met extreem goede service.' Hij ziet in verschillende sectoren de nieuwe spelers disruptie veroorzaken. Sociale netwerken als Facebook en WeChat ontwikkelen zich razendsnel tot platformen.

Niet de winkel maar het product

Het hele koopproces wordt omgedraaid. Eerder probeerden fabrikanten hun spullen via marketing en winkels bij consumenten te krijgen, nu gaan consumenten op zoek naar producten. Dat doen ze het liefst op plekken die alle producten aanbieden inclusief objectieve informatie: platformen waar producenten en consumenten met elkaar communiceren, kopen en verkopen. Het gaat dan niet meer om de winkel, het gaat om het product.

Tegen zulke platformen kunnen een Blokker-winkel, reisbureau of autodealer moeilijk opboksen, zegt Cor Molenaar die deze week het boek *De kracht van platformstrategie* publiceert. 'De platformen hebben geen panden of voorraden. Ze bezitten niks, ze maken niks, maar zijn miljarden waard. Ze

verdienen niet alleen aan de verkoop. Amazon maakt meer winst met internetdiensten dan met verkopen, Alibaba meer met advertenties en rankings. Ze gebruiken die inkomsten om de prijs van het aanbod verder omlaag te brengen.'

Korting

Het Chinese Alibaba geeft zoveel korting dat er steeds meer kopers komen. Zo'n platform maakt een einde aan het systeem dat de prijs van een product vijf keer over de kop gaat door tussenschakels in de verkoopketen weg te snijden. Dat is voor bestaande partijen gevaarlijk, zegt Molenaar. 'Het marktaandeel van de nieuwkomers verdubbelt steeds. Zo blijft het totale marktaandeel heel lang vrij klein, maar opeens ben je te laat.'

Dat is niet alleen een probleem voor Blokker en Hema, maar ook voor succesvolle webwinkels die afgelopen jaren veel handel van 'fysieke winkels' inpikten. Ook Bol.com en Coolblue komen volgens Molenaar in de verdrukking. De webwinkels noemt hij éénwegplatformen, waar producten nog ouderwets worden ingekocht en met marketing verkocht. De toekomst is aan tweewegplatformen, waar het niet draait om de transactie maar waar consumenten andere consumenten en producenten ontmoeten.

Platformhype

Ook in Nederland is volgens Jongen sprake van een platformhype. Marktplaats is al jaren marktleider als platform voor consumenten, maar de laatste jaren steeds vaker ook als handelsplatform voor winkeliers. Bol.com, Blokker en Conrad werpen zich volgens hem ook op als marktplaatsen voor winkels en webwinkels die in ruil voor een commissie profiteren van het bereik dat zij onder consumenten hebben.

Alle digitale platformen hopen te bereiken dat iedereen via hun platform verkoopt. Die winkels kunnen beter niet krampachtig vasthouden aan eigen marketing en een eigen webwinkel, meent Molenaar. Ze kunnen het beter overlaten aan de platformen die dat veel beter en efficiënter kunnen. Hij denkt dat winkeliers die geen gebruik maken van platformen het niet zullen redden. Of zelf een platform moeten gaan bouwen.

Frendz

Daar zijn al voorbeelden van. Een veelbelovend initiatief in Nederland vindt Molenaar Frendz, dat oud-Hema-topman Ronald van Zetten ontwikkelt met Coolcat-eigenaar Roland Kahn. Vanuit de failliete V&D-boedel bouwen de twee ondernemers aan een platform waar modeliefhebbers hun outfit kunnen aanschaffen met de tips van trendsetters. De noodlijdende Kijkshop probeert zich opnieuw uit te vinden als platform waarop consumenten aan elkaar verkopen en Albert Heijn bouwt met Appie Today een platform waarop klanten kunnen communiceren.

Verzet tegen platformen groeit

De disruptie die veroorzaakt wordt door platformbedrijven roept steeds vaker verzet op. Vlaamse hotels eisen bijvoorbeeld dat de politiek de macht van Booking.com aan banden legt. Ze willen dat de reserveringssite net als in Duitsland en Frankrijk niet langer mag eisen dat op hun site de beste voorwaarden staan. Nederlandse restauranthouders roepen hun klanten op om niet via Thuisbezorgd.nl te bestellen. Ze lopen te hoop tegen de in hun ogen hoge marges die het bestelplatform zich toe-eigent.

Taxibedrijven lopen zelfs naar de rechter om Uber van de weg te krijgen en hebben daar in verschillende landen succes mee. Vrijheid, blijheid is ook gedaan voor woningverhuursite Airbnb. Wereldwijd maakt het bedrijf afspraken met steden om overlast en oneerlijke concurrentie met hotels in te dammen.



Door Richard Smit



Meest gelezen



Kabinetsformatie dreigt vast te lopen



Eerste hogesnelheidstrein Amsterdam-Londen rijdt eind dit jaar



Barista's en verse pizza's in Jumbo's eerste stadswinkel