

Belgische e-shopper minder bereid om te betalen voor transport



9 juni om 12:59

 Delen

 Tweeten

 Delen

De Belgische e-shopper is steeds minder 'radicaal' voor wat de thuislevering betreft. Ook zijn bereidheid om te betalen voor het transport daalt. En het 'retourneren' stijgt. "De kost daarvan voor de maatschappij is groot", zegt Alex Van Breedam.



De federatie van de detailhandel Comeos publiceerde gisteren haar jaarlijks rapport over e-commerce in België. Daaruit blijkt dat de markt stilaan verzadigd is geworden. Het aantal e-shoppers stijgt niet meer. Het percentage internetgebruikers dat online koopt, stagneert (74%). Maar uit het onderzoek komen ook een aantal logistieke trends naar voor.

Zo is de Belgische webshopper minder radicaal voorstander van de thuislevering. Bijna twee derde (65%) wil zijn pakje voor de deur geleverd krijgen, maar dat is 6% minder dan een jaar voordien. Ook de afhaalpunten (9%) worden minder gegeerd: 4% minder dan een jaar geleden. Het afhalen in de winkel wordt iets populairder: 8% van de e-consumenten verkiezen dat (+1%). Minder mensen laten afleveren op het werk (3%). Dat is een daling met 2%. Opvallende trend: maar liefst 8% van de klanten zegt dat het niet uitmaakt hoe de levering gebeurt. Vorig jaar was dat maar 2%.

Meer gratis

De bereidheid om te betalen voor de levering neemt fors af: 44% van de klanten wil dat de levering gratis is (+10%). 20% wil tot 4 euro betalen (+2%) en 20% tussen 7 en 7,5 euro (-8%). Slechts 10% is bereid om meer dan 10 euro te betalen.

Ook een uiting van het groeiende succes van de gratis leveringen: slechts één e-shopper op vijf wil 's avonds of in het weekend beleverd worden wanneer er hiervoor betaald moet worden.

Retourneren

De onderzoekers stellen vast dat zeven klanten op tien wel eens de bestelling terugstuurt. Een derde (32%) doet het nooit, meer dan de helft (55%) doet het af en toe. Er zijn dus weinig miskopen. Maar er is ook een 'harde kern': 10% 'retourneert' regelmatig, 2% doet het zeer vaak en zelfs 1% doet het altijd. Dat zijn dus mensen die meer kopen dan nodig om te kunnen kiezen en de rest gewoon terugsturen.

De top 3 van de 'retours' bestaat, en dat is niet verwonderlijk, uit 'fashion'-artikelen (29%), de sportartikelen (16%) en de boeken (13%).

Maatschappelijke kost

"Dat is geen goede evolutie", zegt logistiek expert Alex Van Breedam, een notoire tegenstander van de gratis leveringen en retours. "Vooral de gratis retourzendingen zijn een slechte evolutie. Een miskoop kan altijd gebeuren, maar als er systematisch meer wordt gekocht dan nodig, dan is dat een uiting van overdaad. Het is wel interessant voor de koper en voor de e-tailer (want gratis retours stimuleren de verkoop), maar de maatschappelijke kost is te groot. Het verbruikt niet alleen capaciteit binnen het logistieke systeem, maar het doet het aantal leveringsvoertuigen toenemen. De kosten van deze 'free lunch' worden naar de maatschappij doorgeschoven", zegt hij.

Volgens Van Breedam moeten hierdoor de mensen die geen gebruik maken van het systeem, meebetalen voor die maatschappelijke kost. "Maar hoe kunnen we deze trend ombuigen? Dat zal niet gemakkelijk zijn, aangezien gratis transport een strategisch gegeven is voor de e-tailers. Misschien moet er een taks geheven worden op de gratis retours of zelfs op de gratis leveringen. Dat zou wel de hele e-commerce onder druk zetten, omdat dan ook de mensen die af en toe een miskoop doen, meer moeten betalen. En de mensen zullen gemakkelijker terug naar de fysieke winkel gaan om te vermijden dat zij iets verkeerd kopen", klinkt het tot slot.

Philippe Van Dooren

Labels: [E-commerce](#) [distributie](#) [Alex Van Breedam](#)

[f](#) Delen

[t](#) Tweeten

[in](#) Delen