

# Komst Amazon naar Nederland wordt 'mokerslag'

07 mrt. 2020 in FINANCIHEEL

De komst van Amazon leidt tot een kaalslag, zeggen deskundigen. Mogelijk bij webshops als Wehkamp, Coolblue en bol.com, maar zeker in de winkelstraat. De Nederlandse webshops zeggen in het openbaar dat het wel meevalt. „Alles is hier al”, stelt topman Huub Vermeulen van bol.com keer op keer. Wehkamp houdt zich vast aan cijfers waaruit zou blijken dat Amazon het in Groot-Brittannië niet echt goed doet in kleding „En dat is twee derde van onze business”, zegt topman Graham Harris.

Maar de bedrijven knijpen 'm wel degelijk. Bol.com verlaagde de commissie voor leveranciers. Wehkamp investeert miljoenen in een logistiek die 'state of the art' is en Coolblue heeft met de verkoop van zonnepanelen, het openen van nieuwe fysieke winkels en het bieden van meer service zijn strategie al veranderd.

## 'Slag gemist met Bol.com'

Moederbedrijf Ahold Delhaize durft het bedrijfsresultaat van bol.com niet bekend te maken, zegt Rishi Kartaram, topman van Game World en Jeff Ecommerce, kind aan huis bij Amazon en een van de beste kenners van de digitalisering van het winkelbedrijf. „Ik snap dat wel. Als ze dat nu doen, kun je straks de invloed van Amazon op Bol uitrekenen en dat heeft direct gevolgen voor de beurskoers van Ahold Delhaize.”

Ahold Delhaize heeft met bol.com de slag gemist door het bedrijf niet meteen te integreren, vindt hij. „Ahold had een voorsprong (Amazon en Alibaba begonnen pas later met supermarkten, red.), maar is die kwijt. Bol.com is ook geen echt e-commercebedrijf”, zegt hij. „Die winkel heeft inkopers die op een gegeven moment naar huis gaan. Amazon gaat 24

uur per dag door. De prijzen van alle artikelen worden wereldwijd wel dertig miljoen keer per dag veranderd, becijfert UBS.

De angst voor Amazon komt door de enorme invloed die de Amerikanen in korte tijd op de Duitse markt kregen, denkt managing director Pieter van den Broecke van Manhattan Associates Benelux en Duitsland. Zijn bedrijf bouwde onder meer de hypermoderne leveringsketen van Wehkamp. Desondanks tempert Van den Broecke, net als de Nederlandse webshops, de vrees voor Amazon. Volgens hem is de Duitse markt niet te vergelijken met de Nederlandse. „Er was daar veel minder concurrentie, terwijl in Nederland de markt goed gevuld en gedifferentieerd is met bol.com, Wehkamp en Coolblue. Bij online gaat het voor een belangrijk deel om gemak en dat vullen de Nederlandse retailers goed in met gratis en snelle levering.”

## **'Nederlandse webshops goed gepositioneerd'**

Wijnand Jongen van Thuiswinkel.org, denkt dat Amazon vooral de taart groter zal maken. Overal waar Amazon komt zie je dat de onlineverkopen (nu hier €25 miljard per jaar) enorm toenemen. „Ik denk dat Amazon het groeicijfer versnelt. De Nederlandse webshops zijn goed gepositioneerd. Concurrentie houdt ze scherp.”

Voor kleinere bedrijven die niet meegaan in de digitalisering voorziet Van den Broecke een rampscenario. „Bedrijven moeten nieuwe technologie omarmen, anders walsen andere bedrijven over hen heen. Je moet tegenwoordig alles van je klant weten.”

Digitaliseringsexpert Kartaram gelooft niet dat de grote webshops weinig last van Amazon krijgen. Integendeel: „De komst van Amazon zorgt altijd voor een druk op de prijzen voor iedere retailer op platforms en in de winkelstraat. Amazon is altijd goedkoper. Dat kan omdat het bedrijf verreweg het meeste geld verdient met zijn clouddiensten, niet met

detailhandel. Hoe de Nederlandse winkeliers ook hun best doen om hun producten goedkoper te maken, Amazon duikt er altijd onder. Winkeliers moet zich dan ook grote zorgen maken."

„De intrede in een markt verloopt altijd op dezelfde manier", zegt Kartaram. „Amazon zorgt er eerst voor dat de logistiek op orde is. Dat is nu het geval met een distributiecentrum, vlak over onze grens in Duitsland en Frankrijk. Daarna verlaagt het bedrijf de prijzen en vergroot het zijn assortiment."

## Primeday

„In juli komt Amazon met Primeday. Dat wordt een mokerslag", voorspelt Kartaram. Na de zomer ziet hij Amazon zijn assortiment vergroten, als voorbode voor de kerstaankopen. Ook zal Amazon de service en klantenloyaliteit aantrekken. „Ze zullen met geweldige aanbiedingen van abonnementen op Prime komen, waardoor je je artikel niet alleen gratis thuis krijgt, maar ook films kunt kijken en mogelijk andere voordelen krijgt als het streamen van muziek of spelen van games." Zijn verhaal is analoog aan die van de analisten van zakenbank UBS, die de komst van Amazon naar Australië analyseerden.

Van den Broecke denkt dat Amazon tegen twee problemen kan aanlopen. „Amazon verdient zijn geld vooral met de clouddiensten. Is dat een balans waar je je aan vast kunt houden? Binnen Amazon kan een spanningsveld tussen deze twee onderdelen ontstaan. Het kan zijn dat Retail straks zelfstandig doorgaat."

Ook is volgens hem het overweldigende assortiment mogelijk een probleem voor zowel leveranciers als klanten. „Als bedrijf en ook als klant ben je redelijk anoniem op hun marktplaats. Misschien biedt dit kansen aan retailers om iets anders te bedenken. Jonge mensen voelen weinig voor anonieme marktplaats. Ze willen niet alleen gemak, maar ook graag

weten waar de producten vandaan komen."

## **Veelvraat**

Amazon is met zijn schat aan bedrijven een veelvraat, waarvan je de macht niet moet onderschatten, zegt Kartaram. Amazon zelf zegt maar één missie te hebben: dat klanten voor hun aankopen als eerste naar hen toegaan.

Kartaram: „De grootste fout is Amazon als retailer te zien. Amazon is een big databedrijf, dat 24 uur per dag doorgaat en een doel heeft: alles van ons te willen weten."