

# Hoed u voor de logcombubbel

De Tijd - 17 Jun. 2021

*Moeten we ons, 20 jaar na de dotcombubbel, opmaken voor een logcombubbel? Want de logistieke bedrijfjes met een twijfelachtig verdienmodel schieten, rijkelijk besprenkeld met financiering, als paddenstoelen uit de grond.*

De 'flitskoerier' Gorillas is vanaf vandaag actief in België. Die Duitse pure onlinesupermarkt levert met fietskoeriers binnen de 10 minuten na de bestelling aan huis. Gorillas start in Brussel en Antwerpen. Het bedrijf bestaat amper een jaar en de start-up heeft nu al de unicornstatus, met een waardering van meer dan 1 miljard dollar.

Het klinkt investeerders als muziek in de oren dat een start-up dezelfde strategie lijkt te hebben als Amazon. Slechts een klein deel van de winst van Amazon is echter afkomstig van de verkoop van producten.

Deel op Twitter

Het nieuwe concept lijkt een snellere levering aan huis te bieden, in concurrentie met de bestaande 'proximiteitssupermarkten'. De bestellingen worden dan ook nog eens milieuvriendelijk geleverd, via fietskoeriers. Voor de Belgische, en zeker voor de stedelijke consument, lijkt dat alleen maar positief nieuws.

Wij vrezen echter dat dit type van e-commerce- en 'last mile'-start-ups typische voorbeelden zijn van een fenomeen dat zich vandaag duidelijk aftekent in de wereldeconomie. Voor bepaalde projecten is te gemakkelijk geld beschikbaar. Bijna alle nationale banken draaiden sinds de recente banken-, gezondheids- en landencrisissen de geldkranen rijkelijk open, en dat versterkt deze trend nog.

Waarom verwachten wij problemen? De 'flitskoeriers' zoals Gorillas moeten in alle steden waar ze actief zijn een aantal fysieke 'dark stores' openen. Dit zijn gesloten winkels met zowat 2.000 producten, waar medewerkers de bestellingen 'orderpicken'. Dat impliceert dat ze fysieke centraal gelegen ruimtes huren en een fysieke voorraad aanhouden, net als een klassieke supermarkt. Daarnaast belooft het bedrijf dat zijn producten niet meer kosten dan bij de klassieke concurrentie, en dat met de lage marges in de klassieke retail. Er wordt bovendien geen minimaal bestelbedrag gevraagd. Het leveren zelf kost amper 1,8 tot 2 euro extra.

Wij stellen ons daarbij een aantal pertinente vragen. Hoe kan een jonge start-up die focust op retail en logistieke 'last mile'-leveringen, met een verdienmodel waar zeer veel vraagtekens bij staan, erin slagen meer dan 300 miljoen euro financiering op te halen, en zo in negen maanden een unicornstatus te bereiken? Hoe kunnen dergelijke bedrijven de fietskoeriers een correct loon betalen? En last but not least, stevenen we niet af op een logcombubbel, naar analogie met de dotcombubbel van 20 jaar geleden?

De spiegel van Amazon

We merken dat veel webshops en logistieke start-ups zich proberen te spiegelen aan Amazon, dat nu een goede kwarteeuw bestaat. De strategie van Amazon focuste jarenlang op het herinvesteren van de cashflow, om zo een compleet ecosysteem te creëren. 80 procent van de bedrijfswinst van Amazon is echter afkomstig van IT-diensten en het gebruik en de verkoop van data, en niet van de verkoop van producten of van logistiek. Het klinkt investeerders en hefboomfondsen als muziek in de oren dat een start-up dezelfde strategie lijkt te hebben als Amazon. Het verdienmodel naast de kernactiviteit is bij die nieuwe bedrijven echter amper aanwezig. Wij denken daarom dat slechts weinigen dezelfde status kunnen bereiken als Amazon.

Het voorbije jaar zijn tientallen gelijkaardige start-ups begonnen. Allemaal slaagden ze erin meerdere miljoenen aan financiering te vinden. De winstcijfers kleuren nog bloedrood.

Deel op Twitter

Het logistieke model roept ook een aantal vraagtekens op. Een gemiddelde manuele orderpicker kan 200 producten per uur van een schap nemen. Een fietskoerier kan maximaal vijf van dit type bestellingen per uur aan huis uitvoeren. Tegen brutoloonkosten van 20 euro per uur kost het al snel 4,5 euro om een bestelling van een paar producten te leveren. Daarvan kan maar 1,8 euro worden doorgerekend. De lage marge op de bestelling laat een kruissubsidiëring voor de logistiek niet toe. Dat laat ons vermoeden dat het verdienmodel moeilijk te rentabiliseren is. Het voorbije jaar zijn tientallen soortgelijke start-ups opgestart, zoals Dija in London en Flink in Berlijn. Allemaal slaagden ze erin meerdere miljoenen aan financiering te vinden voor een snelle opstart. De winstcijfers kleuren nog bloedrood.

De prijzen voor logistiek vastgoed stijgen bijzonder snel tot ongekende niveaus, gedreven door de vraag van e-commercebedrijven en investeerders. Weinig voedingwebshops maken echter winst. Bovendien is het waarschijnlijk dat de centrale banken een strikter monetair beleid gaan voeren. Een aantal met schulden beladen e-commercebedrijven kunnen door het wegvallen van goedkope financiering snel in de problemen belanden, en dat kan de logcombubbel snel doen barsten.

Innovatieve start-ups zijn een belangrijke motor van de hedendaagse economie. Als echter vanaf dag één het verdienmodel enkel en alleen focust op 'Amazon-groei' ten koste van alles, dan vrezen we dat we regelrecht op een logcombubbel afstevenen. De paar spelers met een solide verdienmodel zullen die wel overleven en consolideren. 'The winner takes it all.' En dan wordt eindelijk winst gemaakt.

Wouter Dewulf en Roel Gevaers

Economen transport en logistiek UAntwerpen