

Roel Gevaers en Wouter Dewulf Europa moet op zijn hoede zijn voor e-commerce-ecosystemen



De Tijd - 25 Aug. 2022
Pagina 9

A mazon, dat via amazon.fr al jaren de grootste webshop in Wallonië is, heeft aangekondigd dat het actief de volledige Belgische markt gaat bespelen. Het bouwt daarvoor een eigen distributiecentrum in Antwerpen. Amazon opent daarmee frontaal de aanval op Bol.com van AholdDelhaize.

Ook Ochama wordt actief op de Belgische markt. Achter die bij ons nog onbekende webshop zit de Chinese gigamultinational JD.com, die wereldwijd meer dan 310.000 mensen tewerkstelt.

Europa en nu ook België worden almaar meer het schouwtoneel van een titanengevecht tussen internationale e-commerce-ecosystemen. Grote multinationale bedrijven zetten structuren op waarbij ze een breed scala activiteiten en de bijbehorende logistieke en financiële organisatie aanbieden, aan consumenten maar ook aan handelaars. Die activiteiten zijn dusdanig verweven dat het heel moeilijk is ermee te stoppen als een consument of handelaar er eenmaal gebruik van maakt.

Iedereen kent Amazon als een grote Amerikaanse webshop waar je allerlei producten kan kopen. Maar Amazon is veel meer dan dat. Het is de droom en de strategie van topman Jeff Bezos 'de gehele fysieke, IT- en betalingsketen van klanten en aangesloten handelaars te beheren'.

Het ecosysteem van Amazon behelst allerlei IT-diensten voor webshops, financiële diensten en kredieten voor webshops en consumenten, logistieke diensten zoals magazijnen en transport (met eigen vrachtwagens, bestelwagens en een vloot van meer dan 50 vliegtuigen) en zelfs een supermarktketen, Whole Foods. Amazon wil duidelijk de volledige keten beheren én controleren. Via zijn eigen geïntegreerd systeem begeleidt Amazon handelaars vanaf de eerste stap bij het opzetten van de webshop tot de laatste stap door de thuislevering te organiseren.

Met de abonnementsformule Amazon Prime kunnen consumenten voor een beperkt maandelijks bedrag van 7 à 10 euro producten bestellen die bijna gratis en erg snel, soms binnen het uur, geleverd worden. Webshops zoals Bol.com hebben een soortgelijke abonnementsformule, maar Amazon zag dat jaren geleden al veel grootser. Via Prime biedt het ook een uitgebreid programma series en films aan, vergelijkbaar met het Netflix-aanbod. Amazon Prime trok in 2016 de populaire presentatoren van het tv-programma 'Top Gear' aan voor de reeks 'The Grand Tour'. Voor drie jaargangen werd een budget van 250 miljoen dollar uitgetrokken. Vorig jaar kocht Amazon de filmstudio MGM, bekend van de James Bond-films.

Daarmee wil het vooral nieuwe abonnementsklanten aantrekken. Data tonen aan dat een consument die een abonnement betaalt dat systeem verkiest om het abonnementsgeld 'nuttig' te besteden. Als Amazon alle verkregen data koppelt, kan het zelfs voorspellen wanneer de consument toiletpapier of koffie moet aankopen. De webshop kan dan voorstellen die met één druk op de knop aan huis te leveren.

Alle grote multinationale e-commerce-ecosystemen zijn Amerikaanse of Chinese conglomeraten. Nu ze Europa als strijdtoneel uitkiezen, zetten lokale handelaars en bedrijven zich maar beter schrap.

Jaarlijks versterken de gigantische geïntegreerde ecosystemen hun markt- en machtspositie. De multinationale spelers hebben een beter beeld van de consument dan de verkopers die hun goederen via dergelijke marktplaatsen verkopen. De ecosystemen weten met welke betaalmiddelen de consument betaalt, wat en wanneer de consument bestelt, waar de consument woont en welke leveropties de voorkeur hebben. Big data worden king in de retailwaardeketen. En die big data zitten alleen bij de ecosystemen.

Is die marktdominantie van enkele grote ecosystemen een bedreiging voor Europa? Niet onmiddellijk, maar handelaars, consumenten, logistieke bedrijven, en beleidsmakers moeten zich bewust worden van de dreigende dominantie.

Bij potentieel machtsmisbruik van IT-bedrijven zoals Apple, Microsoft en Google is de Europese Commissie tussengekomen. Hopelijk passeren binnenkort de e-commerce-ecosystemen de revue. Als we niet opletten, gaan we met e-commerce en logistiek dezelfde richting uit als bij IT, waarbij veel macht in Silicon Valley en China zit en Europa en België hoogstens een bijrol spelen.

De auteurs

Roel Gevaers en Wouter Dewulf zijn professor transporteconomie en e-commerce aan de UAntwerpen.

De kwestie

E-commerce multinationals nemen almaar meer ruimte in in ons leven.

Het voorstel

Europa moet oog hebben voor die dominante marktpositie.