

WHITEPAPER

# Handreiking Flitsbezorging: Kansen & Kaders

*Auteurs:*

Daan Goos, BRO ([daan.goos@bro.nl](mailto:daan.goos@bro.nl))

Marco Duijnsveld, Movares ([marco.duijnsveld@movares.nl](mailto:marco.duijnsveld@movares.nl))

Jessica van Rijn, Movares ([jessica.van.rijn@movares.nl](mailto:jessica.van.rijn@movares.nl))

*Fotografie:*

Peter Bontan, Movares

*Deze paper, welke tevens op het Colloquium Vervoersplanologisch Speurwerk wordt gepresenteerd, is mede dankzij de inbreng van Tim Olieman, Robin van Lieshout, Wanda Blommensteijn en Paul te Molder tot stand gekomen.*

13 juli 2022



# Samenvatting

Flitsbezorgers zijn een nieuw fenomeen in Nederland. Zij bezorgen boodschappen binnen tien minuten aan huis. Dit concept spreekt veel mensen aan: de populariteit in stedelijke gebieden neemt toe, durfkapitalisten investeren miljarden en flitsbezorgers starten samenwerkingen met 'reguliere' supermarkten. Volgens gebruikers is de service een zegen, maar volgens anderen een grote zorg. De distributiecentra (dark stores) zitten midden in de stad en zorgen voor overlast bij omwonenden. Ook staat de verkeersveiligheid onder druk en flitsbezorging concurreert met de boodschappenwinkels (supermarkten). Het fenomeen flitsbezorging gaat veelal over ruimtelijke (planologische) inpassing én mobiliteit. Het ligt daarom op het snijvlak van deze twee expertises en dat is de reden dat veel gemeenten worstelen met dit vraagstuk. Hoe moeten we met deze services omgaan? Om daar achter te komen schreven BRO en Movares een handreiking flitsbezorging waarin een integraal en genuanceerd beeld is geschetst vanuit verschillende invalshoeken; de kansen en kaders.

Voorspellingen doen is lastig, zeker bij een nieuw fenomeen als flitsbezorging. Toch ontkomen we niet aan een voorspelling: wij denken dat er op de langere termijn slechts één of enkele flitsdiensten overblijven in Nederland met een blijvende impact op ruimte en dat andere spelers weer verdwijnen of worden overgenomen. De flitsdiensten voorzien immers in een duidelijke behoefte voor bepaalde doelgroepen (gemak en efficiëntie). Voor deze 'winnaars' is het zaak zo snel mogelijk winstgevend te worden. Uit gesprekken met flitsbezorgers en locatie-analyse blijkt dat voor flitsbezorgers de volgende locatie-voorwaarden belangrijk zijn: 1). Verzorgingsgebied, 2). Snelle levering, en 3). Pand en locatie. Deze locatie-voorwaarden hebben niet alleen effect op de omgeving, maar ook op de voorzieningenstructuur. Goede ruimtelijke regulering biedt uitkomst.

Flitsbezorgers kwamen de afgelopen tijd vaak negatief in het nieuws. Toch vragen we om nuancering van beleidsmakers. Het advies is daarom hen te faciliteren op goede plekken in plaats van alleen aandacht te hebben voor het weren op ongewenste plekken of simpelweg verbieden. Een groot deel van de ervaren overlast wordt voorkomen door betere ruimtelijke inpassing en afstemming tussen flitsbezorgers en gemeenten. In de grotere context is flitsbezorging een onderdeel van de 'nieuwe economie'. Steden moeten daarop voorbereid zijn. Beleid en maatregelen zouden idealiter betrekking hebben op alle (toekomstige) vormen van de bezorg-economie. En tot slot: de flitsbezorging vergt altijd maatwerk en afstemming; de lokale omstandigheden zijn mede bepalend welke actie het best passend is om de nadelige effecten van de flitsbezorging om te buigen.



# 1. Inleiding

## Explosieve opkomst flitsbezorging

Flitsbezorgers zijn online boodschappendiensten die zeer snel (doorgaans binnen 10 minuten) boodschappen thuisbezorgen. Enkele bekende formules zijn: Flink, Getir, Gorillas en Zapp. Andere formules, nog niet actief in Nederland, zijn: Gopuff (US), Weezy (UK) en Cajoo (FR). Het fenomeen flitsbezorging komt snel op in Nederland en West-Europa. Het tienminutenmodel dat flitsbezorgers hanteren spreekt veel mensen aan, maar het zorgt ook voor overlast. In dit document proberen we een integraal en genuanceerd beeld te schetsen vanuit verschillende invalshoeken. Wij realiseren ons dat dit een actueel vraagstuk is en dat de actualiteiten snel komen en gaan. Hierdoor kan het zo zijn dat deze whitepaper op sommige onderdelen al weer aan een actualisatie toe is.

## Wat is er eigenlijk anders aan flitsbezorging?

Supermarkten die boodschappen thuis bezorgen, (o.a. Albert Heijn en Jumbo) kennen we al jaren. Datzelfde geldt voor 'online-supermarkten' zoals Picnic en maaltijdbezorging door Thuisbezorgd, Deliveroo en Uber Eats groeiden de afgelopen jaren ook explosief. Flitsbezorging is anders, omdat zij met hun distributiecentra midden in de stad zitten in plaats van op bedrijventerreinen. Op die manier proberen zij de snelle levering te garanderen<sup>1</sup>.

## Effecten van flitsbezorgers

De distributieplekken van flitsbezorgers heten ook wel 'dark stores'. Ze hebben geen publieksfunctie en zijn uitsluitend gericht op online winkelen. Ze zijn vaak niet aantrekkelijk, hebben dichtgeplakte ramen en hebben grote impact op de omgeving en zorgen voor overlast bij omwonenden en voor winkeliers. Gemeenten, maar ook de flitsbezorgers zelf, worstelen met de verkeershinder, onveilige situaties en geluidsoverlast. Verder hebben flitsbezorgers effect op de voorzieningencentra, want ze concurreren namelijk sterk met supermarkten en andere levensmiddelenzaken.

## Doel en onderzoeksvragen handreiking

Door de snelle groei van flitsbezorgers krijgen gemeenten veel aanvragen voor nieuwe dark stores. Hier is visie en regie nodig. In dit document beantwoorden we de volgende onderzoeksvragen:

- Wat is het perspectief van flitsbezorgers?
- Wat zijn de locatievoorwaarden en ruimtelijke effecten voor flitsbezorgers?
- Wat zijn de ruimtelijke, verkeerskundige en economische effecten van flitsbezorgers?
- Op welke manieren zijn flitsbezorgers te reguleren?

We sluiten af met kansen en mogelijkheden.

## Regulering flitsbezorging is nodig

Het fenomeen flitsbezorging gaat veelal over ruimtelijke inpassing én mobiliteit. Het ligt daarom op het snijvlak van deze twee expertises en dat is de reden dat veel gemeenten worstelen met dit vraagstuk. BRO en Movares schrijven samen deze handreiking zodat expertises gebundeld worden. Beide bureaus adviseren gemeenten vanuit een eigen vakgebied welke complementair zijn aan elkaar. BRO vooral vanuit juridisch-planologische inpassing van flitsbezorgers. Movares adviseert op het gebied van mobiliteit, logistiek en openbare inrichting. Er zijn recent vele andere publicaties verschenen. Deze handreiking onderscheidt zich ten opzichte van de andere publicaties door integraal verschillende expertises en perspectieven te benaderen.

## Methodiek

Voor dit onderzoek zijn gesprekken gevoerd met gemeenten, flitsbezorgers en supermarkten. Ook is er data-analyse gedaan naar de economische en ruimtelijke impact van online boodschappen, en de doelgroepen daarvan.

<sup>1</sup> Ter verduidelijking: zij bezorgen per fiets of e-bike. Uitgaande van een maximale fietstijd van ongeveer 10 minuten geeft een actieradius van zo'n 3 kilometer.

## 2. Ontwikkeling en perspectief

### Groei van flitsbezorging in beeld

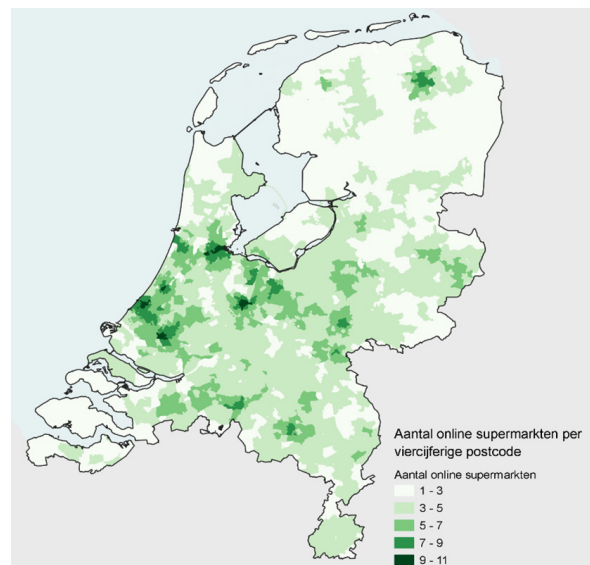
- Medio februari 2021 startte de eerste flitsbezorger in Amsterdam. Sindsdien zijn de diensten razendsnel uitgebreid. Figuur 1 geeft de expansie weer van de flitsbezorgers tussen oktober 2021 en maart 2022. In deze periode groeide het aantal bezorggebieden van bijna 7,5% naar ruim 13,5% binnen postcode-6 gebieden in Nederland.
- Waar flitsbezorgers in oktober 2021 nog 1,3 mln. mensen bedienden (7,5% van totale populatie Nederland), was dit in maart 2022 al bijna 4,4 mln. mensen (24,9% van de totale populatie<sup>2</sup>).
- Ruim 60% van de gemeenten is al door een flitsbezorger benaderd voor een geschikte vestigingslocatie<sup>3</sup>.
- Flitsbezorgers opereren op wijkniveau in de grotere steden.



Figuur 1: Groei bezorggebieden flitsbezorgers

### Aanbod online boodschappendiensten

- Figuur 2 geeft inzicht in het aantal online boodschappendiensten per postcode-4 gebied. Dit zijn naast de flitsbezorgers ook online-supermarkten zoals Picnic, of reguliere supermarkten met online diensten zoals Jumbo, Albert Heijn, Plus en Coop. Online boodschappendiensten concentreren zich voorlopig vooral rond de grotere steden.
- Jumbo en Albert Heijn bedienen bijna heel Nederland. Ze hebben ook een landelijk distributiesysteem. Ook Picnic heeft een groeiend marktaandeel en bedient steeds meer gebieden. De online boodschappendiensten van Plus en Coop zijn lokaal/regionaal. In hoeverre ze online bezorgen hangt af van de lokale ondernemer.



Figuur 2 Aantal online boodschappendiensten per PC4 (maart 2022)

### Groei online boodschappen: drukke mensen in steden

We doen steeds vaker online boodschappen, maar er zijn wel grote verschillen per gebied en type bewoners. Uit Whize-data blijkt dat vooral drukke mensen met een 'grotere beurs' online boodschappen doen. Uit onderzoek blijkt dat het klantprofiel dat gebruik maakt van de flitsbezorging veel lijkt op de consument die online boodschappen besteld. Zij kiezen voor online omdat het snel en efficiënt is. Zij zijn tussen de 25 en 45 jaar, hebben kinderen, zijn hoger opgeleid en verdienen bovenmodaal. Deze groepen wonen ook veel in de steden, waar de online diensten zitten. De whize-data gelden voor de hele sector online-boodschappen, maar dit is ook de doelgroep voor specifiek de flitsbezorgers. In bijlage 1 gaan we in op de online bestedin-

2 CBS (2022), bewerking BRO

3 Vragenlijst van Platform Binnenstadsmanagement, Online sessie flitsbezorgers 10 maart 2022.

gen vanuit de koopstromenonderzoeken en de klantprofielen voor online boodschappen vanuit Whize-data. Dit levert ook meer achtergrondinformatie over de potentie voor flitsbezorging.

## Perspectief flitsbezorging: hype of blijvertje?

Voorspellingen doen is lastig, zeker bij een nieuw fenomeen als flitsbezorging. Toch ontkomen we niet aan een voorspelling: wij denken dat er op de langere termijn slechts enkele flitsdiensten overblijven in Nederland en dat andere spelers weer verdwijnen of worden overgenomen. Voor deze 'winnaars' is het zaak zo snel mogelijk winstgevend te worden. Bij deze voorspelling gelden de volgende overwegingen:

- **Forse concurrentie boodschappen.** De Nederlandse boodschappenmarkt lijkt verzadigd. Zo heeft bijna iedere Nederlander een supermarkt in zijn of haar leefomgeving. De concurrentie tussen de supermarkten is bovendien zeer hevig waardoor de grote supermarktformules zeer efficiënt zijn en een goede prijs-kwaliteit leveren. Daarnaast zijn er al veel online boodschappenbezorgers en mogelijk verschijnen er nog meer grote 'online-spelers' op de Nederlandse markt. Denk aan Amazon of Uber.
- **Flitsbezorgers (nog) niet winstgevend.** De kosten van de flitsdiensten overstijgen de opbrengsten fors<sup>4</sup>, al verschillen de prijzen en producten van de flitsdiensten nauwelijks met die van de fysieke supermarkt. Op bepaalde producten zitten wel wat verschillen maar deze zijn minimaal. Er moet veel geld bij in deze fase (durfkapitaal), om zo snel mogelijk de grootste (en efficiëntste) flitsbezorger te worden. Mogelijk stijgen dan ook de prijzen om winstgevend te worden. Op termijn is een rendabele bedrijfsvoering dus denkbaar, maar het blijft de vraag of de consument de 'eerlijkere' prijs ook betaalt.
- **Stagnerende groei.** Flitsbezorging kwam tijdens en door corona snel op. Nu winkels en horeca weer open zijn stagneert de groei, zo blijkt uit het aantal pintransacties van ABN AMRO (zie figuur 3). Ook de totale omzet stagneerde. Bovendien: flitsbezorging is conjunctuurgevoelig. In economisch onzekere tijden, lopen klanten mogelijk eerder naar de supermarkt om euro's te besparen. Door oplopende rentes kunnen flitsbezorgers minder goedkoop geld lenen.
- **Strategische samenwerking.** In de strijd om de consument gaan flitsbezorgers strategische samenwerkingen aan, wat het perspectief en de concurrentiepositie flink vergroot. Denk aan de samenwerking tussen Gorillas en Jumbo. Albert Heijn gaat samenwerken met Deliveroo en Thuisbezorgd.nl om boodschappen thuis te bezorgen. Supermarktketen Plus heeft al een semi-flitsbezorgdienst. De supermarkt kan haar producten binnen twee uur bij de consument leveren. Mogelijk volgen andere supermarktformules snel met soortgelijke diensten. Samenwerking tussen flitsbezorgers en reguliere supermarkten lijkt kansrijk. Zeker als de bezorging plaatsvindt vanuit de supermarkt.
- **Verdwijnen van dark stores in drukke gebieden.** Wij denken dat de huidige dark stores uiteindelijk grotendeels verdwijnen. Bijvoorbeeld door samenwerkingen met reguliere supermarkten of door verplichte sluiting van dark stores. Zo overweegt flitsbezorger Zapp de Nederlandse markt weer te verlaten nu er twee dark stores van de formule zijn gesloten door gemeente Amsterdam. Een meer oplossingsgerichte oplossing is verplaatsing van overlastgevend dark stores naar betere locaties of door een verbetering van de uitstraling van bestaande dark stores.



Figuur 3 Aantal pintransacties per dag (index = 100, juni 2021). Bron: ABN AMRO, 2022.

4 Wij beschikken over bedrijfsspecifieke informatie over de doorberekende bezorgkosten naar de klant en de daadwerkelijke bezorgkosten.



### 3. Locatievoorwaarden en ruimtelijke effecten

#### Locatievoorkeuren flitsbezorgers

Uit gesprekken met flitsbezorgers en locatie-analyse blijkt dat voor flitsbezorgers de volgende locatie-voorwaarden belangrijk zijn:

- **Verzorgingsgebied:** Een flitsbezorger heeft een verzorgingsbereik nodig van circa 75.000 inwoners. In grote steden is dit haalbaar door vestiging aan de rand van de binnenstad.
- **Snelle levering is essentieel en veelal circa 10 minuten:** Uitgaande van levering per fiets of e-bike betekent dit een actieradius van ruim 3 kilometer. Daarom vestigden de eerste flitsbezorgers zich in leegstaande winkelpanden in gemengde gebieden, want dan is de klant dichtbij.
- **Pand en locatie:** Uitgangspunt is een centrale plek in het verzorgingsgebied die goed bereikbaar is per fiets of bromfiets maar ook per vrachtauto (bevoorrading). Het magazijn is circa 300 m<sup>2</sup> tot 600 m<sup>2</sup> groot.

#### Impact flitsbezorgers op omgeving

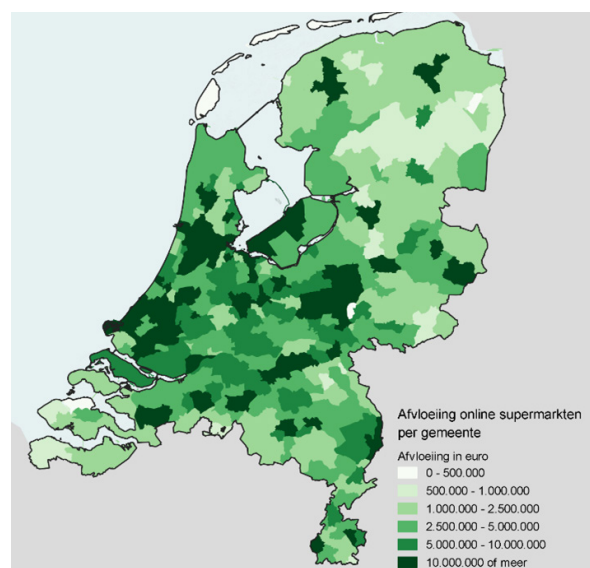
Bewoners en ondernemers in de directe omgeving van flitsbezorgers ervaren verschillende vormen van overlast:

- **Verkeersonveiligheid:** Dit komt door de levering op snelle e-bikes in drukke gebieden, met smalle wegen en vaak geen fietspad. Het grote snelheidsverschil, in combinatie met beperkte ruimte maakt de kans op ongelukken groter.
- **Verkeershinder:** Door de bevoorrading van de flitsbezorgers via vrachtwagens, soms midden in woonwijken of in drukke aanloopstraten, zorgen voor verkeershinder.
- **Geluidsoverlast:** De constante stroom van bezorgers die aan- en af rijden en het vaak meerdere keren per dag bevoorraden van de darkstore, veroorzaken geluidsoverlast, en dan vooral 's avonds.
- **Uitstraling pand en omgeving:** De ramen van dark stores zijn vaak afgeplakt en de bezorgers hangen rond voor de deur. Dit zorgt voor een onaantrekkelijke uitstraling.
- **Fiets-/bromfiets parkeren:** De stalling van fietsen of bromfietsen neemt veel openbare ruimte in beslag, wat zorgt voor een minder aantrekkelijk voetgangersgebied en verrommeling van de openbare ruimte.

Samengevat: Er ontstaat overlast omdat de flitsbezorgers midden in woonwerk-gebieden zitten.

#### Impact flitsbezorgers op voorzieningenstructuur

Verder hebben flitsbezorgers door concurrentie ook effect op de omliggende reguliere supermarkten. Dat is relevant want supermarkten voorzien in de eerste levensbehoeften en zijn belangrijke dragers en trekkers van winkelgebieden. We brachten de besteding aan online-supermarkten in kaart (zie figuur 4). Dit noemen we afvloeiing. Want het is koopkracht die afvloeit van 'reguliere winkels'. In de grotere steden, met veel online diensten loopt dit effect op tot soms wel twee reguliere supermarkten<sup>5</sup>. Er bestaat ook een correlatie tussen de mate van afvloeiing en het aantal online bezorgdiensten<sup>6</sup>. Toch is het momenteel niet zo dat de online diensten, reguliere supermarkten vervangen. De reguliere supermarkten maakten de afgelopen periode namelijk een forse omzetgroei door. Wel is dit een aandachtspunt, met oog op de vitale voorzieningenstructuur.



Figuur 4 Schatting omzeteffect online supermarkten

5 Uitgaande van een omzet per supermarkt van circa € 8,4 mln.

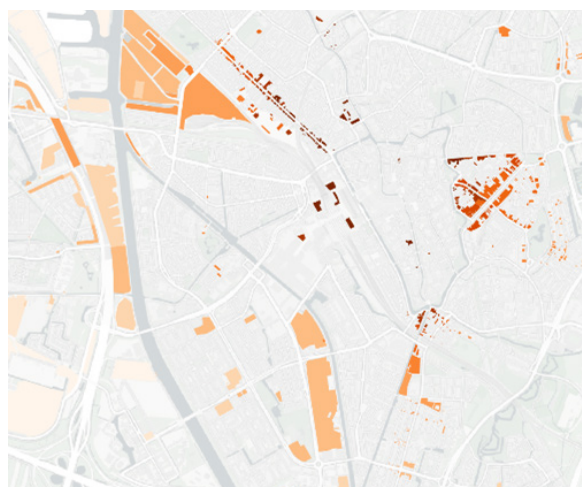
6 Zie ook bijlage 1 waarin we ingaan op deze correlatie.

## 4. Regulering

In dit hoofdstuk gaan we in op een goede ruimtelijke regulering voor flitsbezorgers; werkbaar voor flitsbezorgers, maar zonder de beschreven overlast. Gemeenten en flitsbezorgers moeten samen zoeken naar kansrijke locaties. Het planologisch uitsluiten van flitsdiensten op ongewenste locaties is nodig. Rondom bestaande dark stores is handhaving nodig om overlast te beperken.

### Ruimtelijke regulering: kansrijke locaties aanwijzen

- Er zijn verschillende mogelijkheden voor kansrijke vestiging, maar dit verschilt wel per type stad. Zo hebben sommige steden nog kleine bedrijventerreinen in de stad. Dat zijn potentieel kansrijke vestigingslocaties voor flitsbezorgers (centrale ligging, zonder bewoners, veelal goed bereikbaar met vrachtauto). In andere steden liggen de bedrijventerreinen vaak verder van de binnenstad. Deze locaties zijn mogelijk kansrijk als de strakke bezorgtijd van 10 minuten iets wordt verruimd.
- Verder zijn ook tal van buurt- en wijkwinkelcentra in potentie kansrijk. Deze centra liggen immers op goed bereikbare en te bevoorraden locaties, zeker als de locaties goed aansluiten op (brede) fietspaden.
- BRO en Movares werken momenteel aan een GIS-model om per stad kansrijke locaties voor flitsbezorging aan te wijzen. Daarin houden we o.a. rekening met de pand- en locatie-eisen van flitsbezorgers, maar ook met de (langzaam) verkeersroutes en het aantal woningen in de omgeving (te bereiken in 10 minuten of meer); uiteraard is randvoorwaardelijk het vingerende bestemmingsplan. Een eerste impressie van dit GIS-model is opgenomen in linker figuur (deel van de stad Utrecht).



Figuur 5 Impressie van kansrijke locaties rekening houdend met 10 minuten fietsbereikbaarheid en bereik aantal inwoners

### Ruimtelijke regulering: onwenselijke locaties voorkomen

- Overlast moet worden voorkomen via planologische regulering. Daarmee bedoelen we een betere duiding van het begrip en de functie 'flitsbezorger' in de planologie. De meeste bestemmingsplannen gaan uit van een traditionele definiëring van functies zoals 'detailhandel' en 'bedrijf', maar het is voornamelijk niet duidelijk waaronder een flitsbezorger juridisch valt (zie tabel 1).

	Functioneel	Juridisch
<b>Activiteit</b>	Vanuit de online activiteit is sprake van detailhandel. Er vindt immers een transactie plaats tussen het bedrijf en de consument.	Van een eenduidige juridische definitie van flitsbezorgers als activiteit of functie is momenteel (nog) geen sprake.
<b>Locatie</b>	Vanuit de fysieke plek is sprake van een bedrijfsactiviteit. De fysieke plek functioneert immers als magazijn om bestellingen van consumenten te kunnen bezorgen aan huis.	Doorslaggevend in de jurisprudentie (tot nu toe) is de 'ruimtelijke uitstraling' van de fysieke vestiging van een internetbedrijf. Zodra sprake is van een publieksaantrekende functie, is sprake van detailhandel.
<b>Toegankelijkheid consumenten</b>	Dark stores zijn (tot nu toe) niet toegankelijk voor consumenten.	

Tabel 1 Functionele en juridische definitiekwestie dark stores van flitsbezorgers

- Het advies is om flitsbezorgers beter aan te duiden in de bestemmingsplannen (omgevingsplannen). Mocht het nodig zijn om ongewenste flitsbezorgers direct te weren op bepaalde locaties, zonder te



wachten (op een bestemmings- of omgevingsplanaanpassing), is een voorbereidingsbesluit een optie. De bestaande situatie wordt in feite 'bevroren', totdat een nieuw bestemmingsplan is vastgesteld. Tegen zo'n voorbereidingsbesluit is geen bezwaar of beroep mogelijk. Verschillende gemeenten hebben hier inmiddels voor gekozen.

## Handhaving op overlast

- Handhaving is soms nodig om overlast van flitsbezorgers te voorkomen. We zien dit als een laatste middel als afstemming met flitsbezorgers niet tot resultaat leidt. Gemeenten kunnen handhaven om de overlast (zoals geluid en verkeersveiligheid van ongewenste flitsbezorgers) te voorkomen.
- De Algemene Plaatselijke Verordening (APV) is hiervoor veelal het geschikte juridische kader. Een belangrijk probleem is het scooter/fietsparkeren in de openbare ruimte. Verkeerd geparkeerde fietsen kunnen beboet worden als verkeersovertreding<sup>7</sup>. Sommige gemeenten gebruiken het (verbods-)bord E3 uit het Reglement verkeersregels en verkeerstekens 1990, om aan te geven dat er een fietsparkeerverbod geldt. Als de gemeente echter heeft gekozen voor publiekrechtelijke handhaving via de APV, mogen geen RVV-borden worden gebruikt.



<sup>7</sup> Wegenverkeerswet 1994 en Reglement verkeersregels en verkeerstekens 1990.



## 5. Kansen en mogelijkheden

In dit hoofdstuk beantwoorden we onderstaande onderzoeksvragen en gaan we in op de kansen van flitsbezorging:

- Wat is het perspectief van flitsbezorgers?
- Wat zijn de locatievoorwaarden voor flitsbezorgers?
- Wat zijn de ruimtelijke, verkeerskundige en economische effecten van flitsbezorgers?

### Flitsbezorging is een blijvertje

Flitsbezorgers zijn in een jaar tijd zeer snel gegroeid in Nederland. Deze ontwikkeling past in de toenemende populariteit van online boodschappen doen, vooral door drukke mensen met weinig tijd. Dit uit zich in de leeftijdsgroep 25 tot 45 jaar, gezinnen met kinderen, hoger opgeleid en bovenmodaal inkomen. Op dit moment maken flitsbezorgers geen winst en moet er veel durfkapitaal bij. Wij verwachten dat er op termijn enkele flitsbezorgers in Nederland overblijven met een blijvende impact op de ruimte. Ze voorzien immers in een duidelijke behoefte voor bepaalde doelgroepen (gemak en efficiëntie).

### Locatievoorwaarden en effecten flitsbezorging

Flitsbezorgers willen zeer snel bezorgen bij hun klanten. Daarom zit de 'eerste generatie' flitsbezorgers vaak midden in de stad met verschillende soorten overlast als gevolg. Daarnaast concurreren flitsbezorgers met andere boodschappenwinkels en hebben zij impact op de vitale voorzieningenstructuur. We zien hierin echter ook verschuivingen. Flitsbezorgers hebben ook een belang bij het inperken van overlast. Het concept is continu in ontwikkeling.

### Ruimtelijke regulering is nodig

Dark stores zitten nu vaak op onwenselijke locaties en dat zorgt voor overlast. Daarom is ruimtelijke regulering nodig:

- Via afstemming tussen gemeenten en flitsbezorgers om te zoeken naar geschikte vestigingslocaties. Werkbaar voor flitsers en zonder overlast voor de omgeving. Zowel gemeenten als flitsbezorgers staan hier open voor.
- Voorkomen vestiging flitsbezorgers op ongewenste locaties, via planologische regulering. Daarnaast wordt aanbevolen om een locatieoverzicht te maken van locaties die (voldoende) gewenst en passend zijn.
- Voorkomen van overlast via handhaving zien we als laatste instrument.



## Kansen van flitsbezorging in nieuwe economie

Flitsbezorgers kwamen de afgelopen tijd vaak negatief in het nieuws. Toch vragen we om nuancering van beleidsmakers. Flitsbezorging voorziet duidelijk in een behoefte. Het advies is daarom hen te faciliteren op goede plekken in plaats van alleen aandacht te hebben voor het weren op ongewenste plekken. Flitsbezorging is een nieuw fenomeen en kent kinderziektes. Een groot deel van de ervaren overlast wordt voorkomen door betere ruimtelijke inpassing en afstemming tussen flitsbezorgers en gemeenten. Het is denkbaar dat de dark stores op termijn uit het straatbeeld verdwijnen en daarmee ook een deel van de overlast. In de grotere context is flitsbezorging een onderdeel van de 'nieuwe economie'. Steden moeten daarop voorbereid zijn. Flitsbezorging is slechts één van de spelers in de bezorgeconomie die tot overlast leiden, naast de groeiende maaltijdbezorging en reguliere pakketbezorging. Beleid en maatregelen zouden daardoor idealiter betrekking hebben op alle (toekomstige) vormen van de bezorg-economie.

## Duurzame stedelijke logistiek is meer dan alleen emissievrij

Flitsbezorging via e-bikes is een vorm van duurzame stedelijke distributie en is een kansrijk alternatief voor bezorging via bestelbusjes. Flitsbezorgers kunnen de drukke steden ontlasten van de vele vervuulende auto's. Echter, duurzame logistiek gaat verder dan emissievrij. Het gaat ook om efficiëntie, wat betekent dat er wordt ingezet op een maximale benutting van beschikbare logistieke capaciteiten. Deze benutting kan worden geoptimaliseerd door slimme combinaties te maken, door samen te gaan werken of door orders of zendingen te bundelen. Er is geen sprake van optimalisatie als er enkel wordt ingezet op snelheid. Door ook in te zetten op efficiëntie ontstaat meer ruimte in de steden met een verbetering van de kwaliteit van leven als gevolg.

## Meer ruimte voor de snelle fietsers (en de fiets)

Flitsbezorgers zorgen voor onveilige situaties op de fietspaden, maar dat is een bredere mobiliteitsopgave. Het is drukker op de fietspaden en door e-bikes is het snelheidsverschil groter. Het is een open deur, maar zorg voor brede fietspaden om de groei te faciliteren. Eén van de locatie overwegingen is dan ook, zoals eerder al benoemd, om te zoeken naar plekken nabij een breed fietspad. De hoeveelheid activiteiten en 'reuring' rondom de winkel is daarmee aanzienlijk te noemen. De huidige éénrichting fietspaden in binnensteden zijn vaak erg smal (<2,0 m breed) waardoor inhalen lastig en gevaarlijk kan zijn. Een dark store maakt pas winst bij ca. 1.500 bezorgingen per dag. Die 1.500 bezorgingen betekenen 3.000 fietsbewegingen op de fietspaden rondom de winkel. Om een inzicht te geven: drukke fietspaden in binnensteden kennen meestal rond de 10.000 fietsen per etmaal. De hoeveelheid activiteiten en 'reuring' rondom de winkel is daarmee aanzienlijk te noemen. Streef daarom in het fietsbeleid naar brede fietsvoorzieningen, afgestemd op de verwachte groei van het aantal en diversiteit in fietsers. Met specifieke aandacht voor locaties waar een dark store gevestigd is.

Ook is educatie één van de pijlers van het verkeersveiligheidsbeleid en zeer geschikt om het risico op ongevallen te verminderen. Specifieke aandacht voor telefoongebruik tijdens het fietsen is nodig.

## Regulering bezorgeconomie en online boodschappen

De explosieve groei van flitsbezorging betekent meer concurrentie op de al hevig concurrerende boodschappenmarkt. Supermarkten worden doorgaans streng getoetst op de behoefte en effecten. Dit is voor veel flitsbezorgers of andere boodschappendiensten nauwelijks aan de orde. De omzeteffecten zijn er weldegelijk. Te veel aanbod kan leiden tot verdringing van supermarktaanbod, leegstand en daarmee een structuurverstoring. In detailhandelsbeleid is het daardoor logisch ook deze vormen van 'aanbod' mee te wegen in relatie tot de consumentenverzorging en detailhandelsstructuur.

## Tot slot

De flitsbezorging vergt altijd maatwerk en afstemming; de lokale omstandigheden zijn mede bepalend welke actie het best passend is om de nadelige effecten van de flitsbezorging om te buigen. Bij Movares en BRO werken adviseurs dagelijks aan een leefbaar, bereikbaar en duurzaam Nederland. We gaan graag met u in gesprek om de toekomstige uitdagingen verder te onderzoeken.

8 Zie <https://www.youtube.com/watch?v=ErDTGZR8ApM>





## Referenties

ABN AMRO (2022, 7 8). Onstuimige groei flitsbezorgers stagneert. Opgehaald van ABN AMRO: <https://www.abnamro.nl/nl/zakelijk/insights/sectoren-en-trends/retail/onstuimige-groei-flitsbezorgers-stagneert.html>

Businessinsider. (2021, 2 17). De online boodschappenmarkt groeit hard en daar profiteren vooral de kleine supers van – Picnic stoot Jumbo van de 2e plaats. Opgehaald van Businessinsider: <https://www.businessinsider.nl/onlineboodschappenmarkt-ah-jumbo-picnic/>

CBS. (2019, 12 18). In tien jaar tijd ruim 11 procent minder winkels. Opgehaald van CBS.nl: <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2019/51/in-tien-jaartijd-ruim-11-procent-minder-winkels>

CBS. (2020, 11 18). Internet; toegang, gebruik en faciliteiten; 2012-2019. Opgehaald van CBS: <https://www.cbs.nl/nlnl/cijfers/detail/83429NED?dl=27A20>

CBS. (2021, 1 15). 11 procent meer internetaankopen in eerste helft 2020. Opgehaald van CBS.nl: <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2021/02/11-procentmeer-internetaankopen-in-eerste-helft-2020>

CBS. (2021, 4 20). Bijna 900 winkels minder in 2020. Opgehaald van CBS.nl: <https://www.cbs.nl/nlnl/nieuws/2021/16/bijna-900-winkels-minder-in-2020>

Coop. (2021). De Geschiedenis van Coop. Opgehaald van Coop: <https://www.coop.nl/pagina/historie>

Deloitte Branchegroep Retail. (2021, September). Consumentenonderzoek 2021. Opgehaald van Deloitte: <https://www2.deloitte.com/nl/nl/pages/consumer/articles/consumentenonderzoek.html>

Distrifood. (2018, 2 15). Geschiedenis van online foodverkoop. Opgehaald van Distrifood: <https://www.distrifood.nl/branche/artikel/2018/02/geschiedenis-feiten-en-ontwikkelingen-in-onlinefoodverkoop-101112212>

Distrifood. (N.D.). Formule-overzicht. Opgeroepen op 2021, van Distrifood: <https://www.distrifood.nl/formule-overzicht>

Hoek, C. v. (2013, 12 9). Nederland Internetland: 25 jaar online. Nu.nl.

KSO. (2019). Koopstromenonderzoek Oost-Nederland 2019. Opgehaald van KSO2019: <https://kso2019.nl/>

Locatus. (2021). VKP2021.

Marshoek. (2019). Benchmark Supermarkten 2019.

Movares (2022). Flitsbezorgers: zegen of zorg? opgehaald in 2022, <https://movares.nl/nieuws/flitsbezorgers-zegen-of-zorg/>

NOS (2022). Boodschappen in tien minuten: dat kost flitsbezorgers meer dan jou. Opgehaald van <https://nos.nl/op3/artikel/2415674-boodschappen-in-tien-minuten-dat-kost-flitsbezorgers-meer-dan-jou>.

Provincie Limburg. (2019, juni). Koopstromenonderzoek Limburg. Opgehaald van ksol20199: <https://ksol2019.nl/>

Retail Insiders. (2020). Omzetkengetallen 2020.

Rijksoverheid. (2018). Krimpgebieden en anticipeergebieden. Opgehaald van Rijksoverheid: <https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/bevolkingsdaling/krimpgebieden-en-anticipeergebieden>



Schelfaut, S. (2021, 7 5). Groei online boodschappen doen voorbij: ouderen zelf op pad. Opgehaald van Deondernemer.nl: <https://www.deondernemer.nl/actueel/e-commerce/groei-online-boodschappen-ouderen-ahpicnic-muller-3153021>

Supermarkt & Ruimte. (2020).

The Nielsen Company. (2021). Nielsen Vrijgave Marktaandeel. Nielsen.

Whize. (2021). Whize. Opgehaald van Whooz.



# Bijlage 1: Online boodschappen

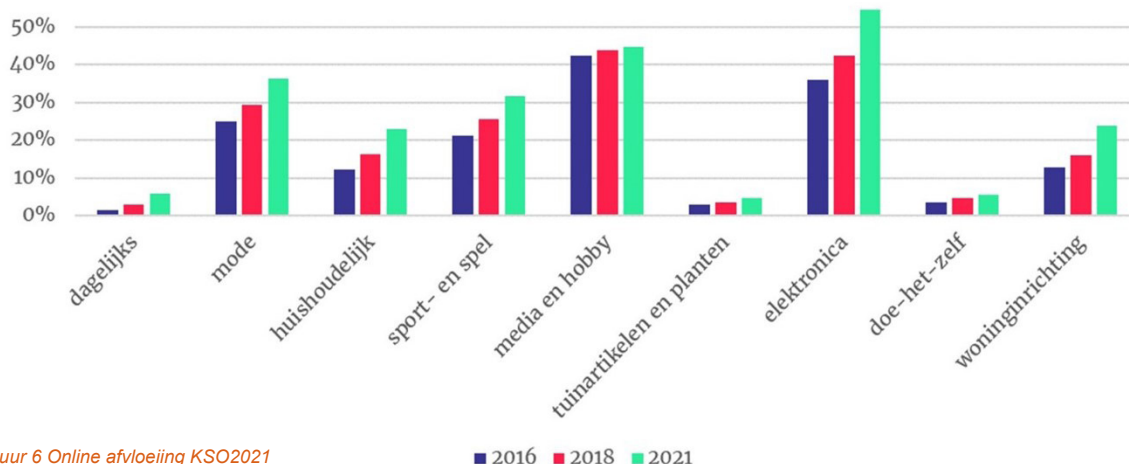
In deze bijlage geven we inzicht in de algemene trend van online aankopen doen. Dit vormt de basis voor de ontwikkeling van nieuwe online diensten zoals flitsbezorging.

## Macrotrends

- De digitalisering van de samenleving heeft invloed op alles, zo ook op het consumentengedrag. We kopen niet alleen meer online, maar we zijn ook steeds meer online georiënteerd. Een verdere vermenigvuldiging van de fysieke en online leefwereld is onvermijdelijk.
- De omzet in de detailhandel en specifiek in de dagelijkse sector stijgt al jaren, zowel fysiek als online. De online omzet is sinds 2018 explosief gestegen waarbij de fysieke omzet een relatief constante groei laat zien.

## Boodschappen doet men steeds meer online

- Uit het meeste recente koopstromenonderzoek (KSO Randstad en Noord-Brabant 2021) blijkt dat we steeds meer online boodschappen doen. Eind 2021 deden consumenten in de Randstad en Noord-Brabant gemiddeld 6% van de boodschappen online (zie ook figuur 6).



Figuur 6 Online afvloeiing KSO2021

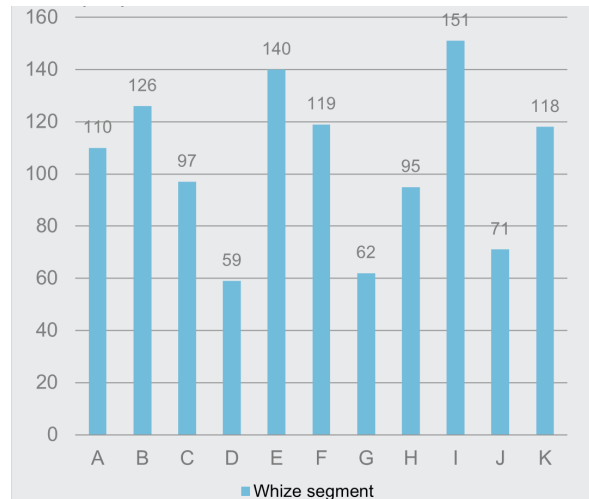
- Een deel van de stijging is te verklaren door Corona. De stijgende trend is echter al langer zichtbaar en blijkt ook andere koopstromenonderzoeken (Oost-Nederland 2019, 2020 en Limburg 2019). Er is sprake van een structurele trend.
- Er zijn echter grote lokale verschillen. Zo loopt de online afvloeiing (verkoop) voor boodschappen in bijvoorbeeld Nieuwegein en Hilversum op tot wel 10%. Inwoners in Blaricum doen zelfs nog meer online boodschappen (13%). In onder andere Baarn (2%), Den Helder (2%), Oirschot (2%) en Asten (2%) is het aandeel online boodschappen nog heel beperkt.
- De stijging online boodschappen lijkt beperkt, maar is gigantisch. De dagelijkse sector is immers qua omzet bijna net zo groot als de niet-dagelijkse sector als geheel. Tussen 2018 en 2021 is het online aandeel op basis van het KSO2021 verdubbeld, dus ook de omzet.
- Ook andere bronnen bevestigen deze trend. Het CBS gaf aan dat de online omzet van de detailhandel met bijna 86% is gestegen in het eerste kwartaal van 2021. Ook thuiswinkel constateert dat consumenten meer online spenderen. In 2021 is er 30,6 mld. euro uitgegeven, een stijging van 16%.

## Wie doet online boodschappen?

- Uit de koopstromenonderzoeken komt een duidelijk profiel naar voren. Het zijn vooral 'drukke mensen' met een 'grotere beurs'. Dit uit zich in de leeftijdsgroep 25 tot 45 jaar, gezinnen met kinderen, hoger opgeleid en bovenmodaal inkomen.



- De Whize-data<sup>9</sup> bevestigt het hierboven geschetste profiel. Whize biedt geeft inzicht in de mate waarin bepaalde doelgroepen of segmenten online levensmiddelen bestellen. Twee segmenten hebben een grotere oververtegenwoordiging. Dit zijn de segmenten I (Plannen en Rennen) en E (Stedelijk Dynamiek). De segmenten bestaan uit veelal hoger opgeleide mensen tussen de 20 en 55 jaar. Beide segmenten kennen een druk gezinsleven met kinderen in alle leeftijden.



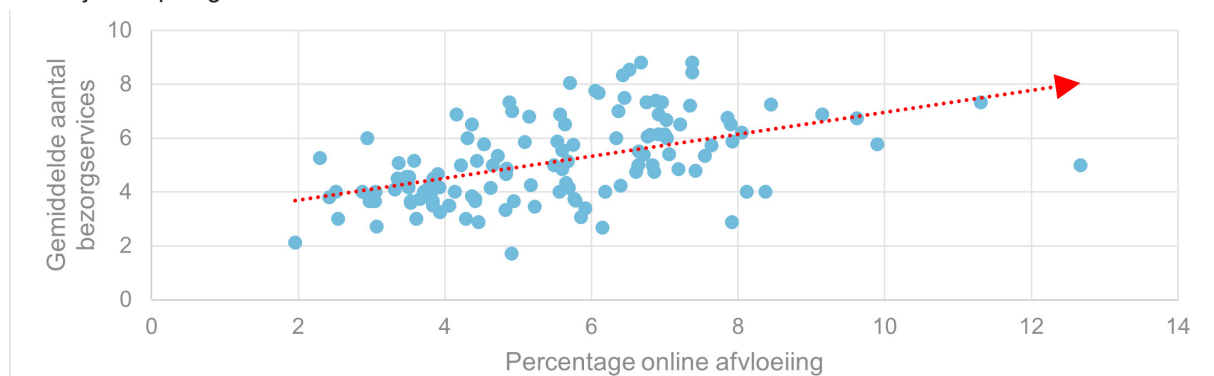
Figuur 7 Onder- of oververtegenwoordiging online levensmiddelen bestellen t.o.v. het gemiddelde (100)

## Waarom doet men online boodschappen?

- Veruit de belangrijkste motieven om ergens boodschappen te doen, zijn nabijheid en gemak. Dit betekent voor het grootste deel van de consumenten (nog steeds) de supermarkt die het meest dichtbij huis is. Echter, online boodschappen, is zowel dichtbij als gemakkelijk en efficiënt.
- Prijs speelt voor sommige doelgroepen een belangrijke rol in de aankoopkeuze. Dit geldt alleen niet voor de doelgroep van flitsbezorgers. Traditionele discounters, zoals Aldi en Lidl, zijn nog niet online actief. Hoewel deze ook de mogelijkheden voor online aan het verkennen zijn.
- Al langer is bekend dat koopgedrag en kooporiëntatie sterk samenhangt met het aanbod. BRO heeft de correlatie onderzocht tussen de mate van online afvloeiing bij boodschappen doen en het 'aanbod' aan online bezorgdiensten (flitsbezorgers en andere online boodschappendiensten). Geconcludeerd moet worden dat sprake is van een samenhang. Dit betekent dat naarmate er meer online boodschappendiensten actief zijn, men ook meer online koopt en dit aandeel toeneemt. Meer achtergrond informatie over deze analyse is beschikbaar via BRO.

## Correctie aantal bezorgdiensten en online afvloeiing

Een correlatieberekening weergeeft de samenhang tussen twee variabelen in een getal. Uit de figuur blijkt dat er gemiddeld sprake is van een correlatie van 0,5 tussen het aantal bezorgdiensten en de online afvloeiing. De conclusie is dat het aantal bezorgdiensten de online afvloeiing beïnvloed. Aanbod creëert dus nadrukkelijk ook vraag (en andersom). Wilt u meer weten over dit deelonderzoek of de methodiek, dan kunt u dit bij ons opvragen.



Figuur 8 Correlatie aantal bezorgdiensten & online afvloeiing

<sup>9</sup> Whooz/Whize biedt consumentensegmentatie door alle huishoudens te groeperen op basis van gemeenschappelijke kenmerken, voorkeuren en gedrag. Meer informatie over deze segmenten staat op <https://www.whoaz.nl/whize>



ВЯО  
Ruimte | om in te leven

Movares samen werkt het

