

Persbericht: E-commerce hervormt Europese steden

E-commerce verandert niet alleen onze winkelgewoonten – maar het heeft ook invloed op infrastructuur, stedelijke inrichting en vastgoed. De impact van e-commerce groeit en zal blijven groeien zolang het aanbod blijft toenemen. Europese steden dienen nu al rekening te houden met de uitdagingen van e-commerce. Dit blijkt uit het rapport ‘Signed, Sealed, Delivered – Analysing the Impact of E-commerce on Urban Areas’ van ingenieursadviesbureau Sweco.

De omzet van e-commerce groeit jaarlijks met 10-15%, wat vraagt om structurele veranderingen in de aanvoerketen van winkels. Voorheen was winkelgedrag van consumenten relatief voorspelbaar in plaats en tijd, maar met de komst van e-commerce is dit veel complexer geworden. Stedelijke planners, winkeliers en logistieke bedrijven staan voor nieuwe uitdagingen. Eén van de uitdagingen betreft de levering aan individuele consumenten in plaats van het beheren van voorraden in winkels. Ook het organiseren van retourzendingen en het aanbieden van verschillende duurzame bezorgmethoden zijn nieuwe uitdagingen waar e-commerce, en daarmee de stad van de toekomst, mee te maken heeft.

“E-commerce wordt gekenmerkt door gemak. Zo kan men bijvoorbeeld meerdere modellen en maten van een artikel bestellen, en vervolgens artikelen terugsturen die niet bevallen of waarvan de maat onjuist is. Dit impliceert dat de traditionele paskamer verplaatst van winkels naar de huizen van mensen zelf”, zegt Robert Sommar, transport- en logistiek expert van Sweco. Robert is een van de auteurs van [Signed, Sealed, Delivered – Analysing the Impact of E-commerce on Urban Areas](#), een rapport van Sweco.

Dit heeft enorme gevolgen voor transport en de functie van vastgoed of winkelgebied binnen een stad, en daarmee de infrastructuur. Door de toename van e-commerce maken minder mensen de reis naar fysieke winkels, maar daarvoor in de plaats neemt het transport van goederen binnen de stad (last-mile delivery) flink toe. Het transport van een distributiecentrum naar een winkel verandert nu in het transport van een distributiecentrum naar de individuele consument. Wat de precieze impact is van de toename van e-commerce blijft echter onvoorspelbaar, maar inefficiënte oplossingen voor de toepassing van e-commerce leidt onherroepelijk tot een toename in verkeer en vervuiling.

Doordat winkels verdwijnen volgt een nieuwe definitie van ruimtelijke ordening en de winkels die blijven zullen wellicht enkel gebruikt worden om producten te tonen. De functie en structuur van hedendaagse winkelgebieden, terminals en verzamelpunten zal aanzienlijk veranderen door de toename van e-commerce.

“De inefficiëntie van bestaande aanpassingen aan e-commerce vragen om innovatief en duurzaam denken. Oplossingen zullen ervoor zorgen dat distributie efficiënt verloopt en dat aanvoerketens strategisch heringericht worden. Dergelijke oplossingen zullen zorgvuldig moeten worden geïntegreerd in de structuur van steden”, stelt Robert Sommar.

NEDERLAND

In Europa accepteren de meeste consumenten een levertijd van 3 tot 5 dagen. In Nederland bestaat een duidelijke voorkeur voor een snellere levering van maximaal twee dagen en bij voorkeur tot aan de deur. In verstedelijkte gebieden brengt dit enorme uitdagingen met zich mee en nieuwe bezorgtechnieken doen hun intrede die zich concentreren op de zogenaamde last-mile delivery. Voorbeelden zijn smart locks (voor auto- of huisbezorging, verzamelpunten in (bestaande) winkels en thuisbezorging van dagelijkse boodschappen).

Reinier Mijsberg, Senior adviseur Real Estate en Investor Relations bij Sweco Nederland: “Dat e-commerce groeit staat buiten kijf. In Nederland zijn we daar al ver in ontwikkeld. In Utrecht zien we hubs aan de randen van de stad ontstaan en zijn duurzame vervoersmiddelen de norm geworden. Zo wordt de druk op de binnenstad ontlast en is een gezonde en veilige binnenstad dichtbij. Bestuurders en beleggers moeten serieus rekening houden met e-commerce bij de keuzes die ze maken in de ruimtelijke ordening en de infrastructuur van de stad van de nabije toekomst. Tegelijkertijd hebben winkelcentra en binnensteden een belangrijke sociale functie waar een stad niet zonder kan en wil. Bij consumenten draait het hier om een beleving. Ook daar dienen bestuurders, beleggers en ontwikkelaars rekening mee te houden. Het invullen van beide behoeftes is een uitdaging”.

OVER URBAN INSIGHT

[Urban Insight](#) is een 10-jarig kennisprogramma van Sweco gericht op kennisontwikkeling rondom Europese stedelijke gebieden. De komende tien jaar zal het platform Urban Insight volstromen met data, feiten en inzichten uit alle vijftien deelnemende landen. Experts van Sweco delen hun kennis en inzichten gericht op verschillende aspecten van stedelijke ontwikkeling vanuit een bewonersperspectief.

Voor meer informatie kunt u contact opnemen met:

Brand Manager, Sanne Baarda-Marissen, +31 88 811 50 49, sanne.marissen@sweco.nl

Sweco ontwerpt en ontwikkelt de samenlevingen en steden van de toekomst. Ons werk leidt tot duurzame gebouwen, efficiënte infrastructuur en toegang tot elektriciteit en schoon water. Met 14.500 medewerkers in Europa, bieden wij onze klanten voor elke situatie de juiste expertise. Wij voeren jaarlijks projecten uit in 70 landen verspreid over de hele wereld. Sweco is Europa's grootste ingenieursadvies- en architectenbureau, met een omzet van circa 1,8 miljard euro en is genoteerd aan de Nasdaq Stockholm.