

"Populariteit van pakketpunten met 35% gestegen"

21-11-2023 10:45



Als Wehkamp het voor het zeggen zou hebben, zou thuisbezorging niet langer de standaard zijn. Eerder deze maand kondigde de webwinkel aan 50 cent in rekening te brengen voor thuisbezorging en in plaats daarvan gratis verzending naar afhaalpunten aan te bieden. In Nederland groeide de populariteit van levering aan pakketpunten dit jaar met 35% ten opzichte van 2022. Dat concludeert verzendplatform voor e-commerce Sendcloud op basis van verzenddata van meer dan 25.000 webwinkels. Niet alleen is levering aan pakketpunten efficiënter en daarmee milieuvriendelijker, maar cijfers tonen ook aan dat het voor de consument aanzienlijk sneller is.

Dagelijks worden er in Nederland 1.295.890 pakketten verzonden. Hiervan werden er in 2022 zo'n 27.991 per dag geleverd aan een pakketpunt. Als de trend in 2023 doorzet, zal het totaal uitkomen op 37.710 pakketten. Dat is praktisch 10.000 per dag meer, een forse stijging van bijna 35 procent. Het aandeel blijft klein, maar groeit gestaag. Waar in Q1 van 2022 nog een kleine 2% van alle pakketten werd afgeleverd bij een pakketpunt, is dat in het derde kwartaal van 2023 tot nu toe gemiddeld bijna 3%.

Verzending naar pakketpunten is op vele vlakken efficiënter. Er zijn minder kilometers en pakketstops nodig, wat beter is voor het milieu. Ook de werkdruk voor pakketbezorgers neemt af. Het is daarnaast gemakkelijker voor de consument, want die hoeft niet thuis te blijven. Uit data van Sendcloud blijkt bovendien dat deze bezorgoptie sneller is. Waar bezorging aan huis er gemiddeld 1,61 dagen over doet, is dat bij een pakketpunt 1,54. Met name in het drukke vierde kwartaal wordt het voordeel van levering aan een pakketpunt met 1,57

dagen ten opzichte van thuisbezorging (1,67 dagen) goed zichtbaar. Een win-win dus!

Gemiddeld wil 27 procent van de Nederlandse consumenten graag levering naar een pakketpunt als optie in de checkout zien. Dat blijkt uit uitgebreid consumentenonderzoek door Sendcloud. Voor millennials is dit zelfs 33 procent. Zoomen we specifiek in op pakketkluisen, dan zien we ook dat de voorkeur onder jongere generaties toeneemt. Waar gemiddeld 9 procent van de consumenten graag de mogelijkheid zou zien om hun bestelling bij een pakketkluis op te halen, is dit respectievelijk 11 en 13 procent voor Gen Z en Millennials. Boomers geven met 60 procent een bovengemiddelde voorkeur voor klassieke thuisbezorging.

Het stimuleren van bezorging naar pakketpunten door middel van het invoeren van bezorgkosten voor thuisbezorging is een goed idee, aldus Rob van den Heuvel, CEO en co-founder van Sendcloud: "Uit onze data blijkt dat consumenten steeds vaker kiezen voor levering naar een pakketpunt. Dat heeft vermoedelijk te maken met het gemak dat deze bezorgoptie biedt. De aflevergarantie van pakketten is 100 procent en het scheelt de bezorger onnodig aanbellen. Bovendien kunnen we door vaker gebruik te maken van pakketpunten de druk op het pakketnetwerk verlagen, verduurzamen en er in deze drukke tijd voor zorgen dat iedereen zijn kerstaankopen op tijd in huis heeft. Een win-win, want de consument heeft met deze bezorgmethode ook meer keuze en flexibiliteit."

Redactie