



UHASSELT

KNOWLEDGE IN ACTION

Faculteit Bedrijfseconomische Wetenschappen

master in de handelswetenschappen

Masterthesis

Opportunities en barrières in de crowdsourced delivery pakketindustrie

Isabelle Biesemans

Scriptie ingediend tot het behalen van de graad van master in de handelswetenschappen, afstudeerrichting supply chain management

PROMOTOR :

Prof. dr. An CARIS



UHASSELT

KNOWLEDGE IN ACTION

www.uhasselt.be

Universiteit Hasselt
Campus Hasselt:
Martelarenlaan 42 | 3500 Hasselt
Campus Diepenbeek:
Agoralaan Gebouw D | 3590 Diepenbeek

2020
2021



Faculteit Bedrijfseconomische Wetenschappen

master in de handelswetenschappen

Masterthesis

Opportunities en barrières in de crowdsourced delivery pakketindustrie

Isabelle Biesemans

Scriptie ingediend tot het behalen van de graad van master in de handelswetenschappen, afstudeerrichting supply chain management

PROMOTOR :

Prof. dr. An CARIS

Deze masterproef werd geschreven tijdens de COVID-19 crisis in 2020-2021. Deze wereldwijde gezondheids crisis heeft mogelijk een impact gehad op het schrijf- en verwerkingsproces, de onderzoekshandelingen en de onderzoeksresultaten die aan de basis liggen van dit werkstuk.

Woord vooraf

Deze thesis is geschreven ter afsluiting van mijn masteropleiding Handelswetenschappen met specialisatie Supply Chain Management aan de Universiteit Hasselt te Diepenbeek. De focus van deze thesis ligt op het achterhalen van de opportuniteiten en barrières in de crowdsourced delivery pakketindustrie. Hiervoor werd eerst een beroep gedaan op wetenschappelijke literatuur en desk research. Vervolgens is deze verkregen informatie aan de praktijk getoetst door middel van een empirische studie.

Het eindresultaat van deze thesis is mede tot stand gekomen door de inbreng van een aantal personen. Derhalve zou ik van deze gelegenheid gebruik willen maken om mijn dank aan hen uit te spreken. Allereerst wil ik mijn promotor Prof. dr. An Caris bedanken voor haar begeleiding, advies en feedback. Dankzij haar kon ik mijn thesis steeds op een constructieve manier bijschaven en naar een hoger niveau tillen. Verder wil ik mijn zus bedanken, zij stond altijd klaar om mijn thesis na te lezen en de nodige suggesties te geven. Ik wil eveneens mijn vriend bedanken voor zijn steun en motiverende woorden. Tot slot wil ik alle respondenten bedanken voor de kostbare tijd die zij hebben vrijgemaakt om mij te woord te staan.

Dankzij het advies, de steun en de medewerking van al deze personen, in combinatie met mijn eigen toewijding en doorzettingsvermogen, slaagde ik erin deze masterthesis tot een goed einde te brengen.

Isabelle Biesemans
Lommel, 1 juni 2021

Samenvatting

Last mile delivery, het vervoer tussen magazijn en eindbestemming, staat vandaag onder enorme druk door de groei van e-commerce, de verstedelijking, de milieu-impact van pakketleveringen en de hoge verwachtingen van de consument inzake leveringsnelheid en bijhorende kosten. Deze druk zal alleen maar toenemen aangezien de e-commerce sector in de toekomst naar verwachting nog verder zal groeien. Bijgevolg is het van belang dat nieuwe oplossingen worden gevonden om de druk op de *last mile* te verlichten, teneinde een efficiënte levering van pakketten aan de consument te garanderen zonder het milieu te belasten. Een mogelijke oplossing zou crowdsourced delivery kunnen zijn. Dit behelst een marktplaats die vraag en aanbod van logistieke diensten op elkaar afstemt via een externe *crowd* die beschikt over ongebruikte capaciteit in termen van tijd en/of ruimte. Deze *crowd* kan bestaan uit zowel particuliere als professionele bezorgers.

Hoewel crowdsourced delivery in België al veelvuldig wordt toegepast voor de bezorging van maaltijden, is het nog geen vaste waarde in de sector van de pakketbezorging. Het doel van deze thesis is dus om te bespreken welke opportuniteiten en barrières bestaan in de crowdsourced delivery pakketindustrie. Hiervoor is de volgende onderzoeksvraag opgesteld: 'Welke opportuniteiten en barrières zijn aanwezig in de crowdsourced delivery pakketindustrie?' Het antwoord op deze vraag zal meer inzicht geven in de mate waarin crowdsourced delivery al dan niet kan worden ingezet in deze sector en voor welk type pakketleveringen het geschikt is.

Om de onderzoeksvraag te beantwoorden, is eerst een literatuuronderzoek uitgevoerd. Aanvullend is desk research verricht om het Belgische wettelijke kader te schetsen. Vervolgens is de informatie uit de wetenschappelijke literatuur getoetst aan de praktijk door middel van een empirisch onderzoek. In dit onderzoek zijn negen respondenten met verschillende achtergronden geïnterviewd.

Uit de resultaten is gebleken dat vier vormen van pakketbezorging opportuniteiten bieden voor crowdsourced delivery. De eerste vorm is pakketbezorging voor lokale handelaren. Voor de komst van crowdsourced platformen hadden zij namelijk geen goed alternatief om pakketten te verzenden. Het is zelfs zo dat uit een enquête onder lokale handelaren is gebleken dat zonder crowdsourced platformen, 67,65% van de handelaren de pakketten zelf zou hebben vervoerd. Bovendien kan crowdsourced delivery kmo's een relatief snelle, sterk personaliseerbare en matig traceerbare verzending bieden. Dit stelt handelaren in staat om beter te concurreren met grote e-retailers. Echter, de verzendmogelijkheden van *crowdshipping* zijn wel beperkt tot korte en middellange afstanden. Daarenboven zou het leveren aan een nationaal publiek via deze weg te kostelijk zijn. Ondanks het beperkte markt bereik, kan het aanbieden van crowdsourced delivery wel leiden tot een iets hogere vraag voor kmo's. Uit een enquête van het Vlaams Instituut voor de Logistiek is immers naar voren gekomen dat 28,57% van de consumenten hun aankoop bij een andere handelaar zou hebben gedaan als levering niet mogelijk was.

Verder is crowdsourced delivery geschikt voor het rondbrengen van niet-standaard pakketten. Deze pakketten kunnen doorgaans niet netjes verpakt worden of de inhoud past niet in een standaard doos. Voorbeelden van niet-standaard pakketten zijn een fiets of een boeket bloemen. Vanwege het niet-standaard karakter zijn traditionele pakketbedrijven vaak terughoudend tegenover dergelijke pakketten. De reden hiervoor is dat het de efficiëntie en snelheid van hun gestandaardiseerde proces kan

belemmeren. Voor crowdsourced delivery vormen dergelijke pakketten daarentegen geen probleem, aangezien elk pakket individueel wordt behandeld.

De derde en vierde vorm hebben betrekking op twee logistieke problemen: avondbezorging en *urban logistics*. In België zijn avondleveringen nog niet zeer gebruikelijk. De reden hiervoor is dat het moeilijk is om bezorgers te vinden die bereid zijn dergelijke late uren te werken. Doordat crowdsourced platformen beschikken over een diverse groep bezorgers, zal het makkelijker zijn om iemand te vinden die bereid is avondleveringen te verrichten, bijvoorbeeld studenten. Bij leveringen in grote steden worden ook enkele moeilijkheden ervaren, zoals straten die op bepaalde tijdstippen zijn afgesloten en veel verkeersopstoppingen. Bezorgers die zich te voet of met de fiets verplaatsen, ondervinden de voornoemde problemen niet en kunnen pakketten zonder enig probleem bezorgen.

Naast deze vier opportuniteiten, bestaan er nog enkele andere opportuniteiten zoals de sociale impact, het vertrouwen, de capaciteit en de privacy. Echter, deze bieden over het algemeen minder opportuniteiten voor crowdsourced delivery dan de hierboven beschreven mogelijkheden. Het sociale aspect is een van de redenen waarom bezorgers hun diensten aanbieden. Socialisatie is sinds de COVID-19-pandemie alleen maar belangrijker geworden. Daarnaast zijn crowdsourced platformen in staat om veel potentiële bezorgers aan te trekken. Helaas is de vraag naar crowdsourced diensten nog beperkt. Crowdsourced delivery is klaarblijkelijk nog niet voldoende ingeburgerd in Vlaanderen. De opportuniteit schuilt in het promoten van crowdsourced delivery, met het oog op een grotere bekendheid ervan. De geringe privacyproblemen en het hoge niveau van vertrouwen bij *crowdshipping* kunnen eventueel worden gepromoot in een marketingcampagne rond crowdsourced platformen.

Naast opportuniteiten kent crowdsourced delivery eveneens barrières. De belangrijkste barrière betreft de wetgeving en in het bijzonder de vervoerswetgeving. De respondenten ervaren deze regelgeving als onduidelijk en voor vrije interpretatie vatbaar. Het is bijvoorbeeld niet transparant of crowdsourced platformen over een vervoersvergunning moeten beschikken. Kennelijk is de wetgeving niet voldoende afgestemd op innovatieve vervoersconcepten. Daarenboven treden vervoersorganisaties op als waakhond over de vervoerssector. De combinatie van onduidelijke wetgeving en kritische vervoersorganisaties, maakt het voor crowdsourced platformen bijna onmogelijk om te kunnen floreren op de markt. De nood voor verder onderzoek bestaat om na te gaan welk beleidskader wenselijk en haalbaar is om innovatieve transportconcepten voldoende te kunnen ondersteunen.

Een andere barrière is de milieu-impact van crowdsourced delivery, die afhangt van verschillende factoren. Als pakketten worden bezorgd met voertuigen die rijden op traditionele brandstoffen, is de milieu-impact niet gunstig. Immers, crowdsourced leveringen vinden voornamelijk plaats op een *dedicated* basis. Verder is consolidatie van pakketten niet mogelijk, in tegenstelling tot traditionele pakketbedrijven die 160 tot 240 pakketten in één voertuig kunnen vervoeren. De milieubelasting van crowdsourced platformen is in dit geval niet aantoonbaar gunstiger dan die van traditionele leveringen. Nader onderzoek is nodig om te bepalen welke maatregelen kunnen worden genomen om niet-milieuvriendelijke leveringen bij crowdsourcing tegen te gaan. Bij de inzet van milieuvriendelijke vervoersmodaliteiten heeft crowdsourced bezorging daarentegen wel een positieve milieu-impact. Echter, steeds meer traditionele transportbedrijven kiezen eveneens voor milieuvriendelijke vormen van transport.

De voorlaatste barrière betreft de prijs van crowdsourced leveringen. In de praktijk ligt deze hoger dan traditionele pakketbezorging. Een van de mogelijke redenen hiervoor, is dat de kosten voor het opzetten van een IT-infrastructuur relatief hoog zijn. De laatste barrière houdt verband met COVID-19. Als gevolg van de gezondheidscrisis worden minder verplaatsingen ondernomen. Dit zou mogelijks een effect kunnen hebben op crowdsourced bezorging. De reële impact van COVID-19 is op dit moment evenwel moeilijk in te schatten.

Uit het bovenstaande kan worden opgemaakt dat crowdsourced delivery verschillende opportuniteiten kent, met als voornaamste: pakketbezorging voor lokale handelaren, levering van niet-standaard pakketten, avondbezorging en *urban logistics*. Deze vormen van pakketbezorging verschillen van de diensten die traditionele pakketbedrijven doorgaans aanbieden, met uitzondering van *urban logistics*. Crowdsourced delivery kan dus een mooie aanvulling zijn op de pakketdiensten die momenteel al worden aangeboden. Bijgevolg zou crowdsourced delivery de druk op de *last mile* in Vlaanderen gedeeltelijk kunnen verlichten. In de empirische studie zijn enkel Vlaamse respondenten ondervraagd. Echter, alvorens crowdsourced delivery een vaste waarde kan worden in de pakketsector, is het van belang dat de transportwetgeving wordt afgestemd op innovatieve concepten zoals crowdsourced delivery. Als deze aanpassing niet wordt doorgevoerd, zal de druk op de *last mile* wellicht nog verder toenemen. Hoogstwaarschijnlijk kan dan niet langer worden voldaan aan de hoge eisen van de consument inzake korte leveringstermijnen en goedkope leveringen. Tenslotte is deze aanpassing raadzaam ter ondersteuning van de plaatselijke economie. Deze handelaren zijn immers financieel zwaar getroffen tijdens de COVID-19-pandemie. Zoals uit eerder genoemde cijfers blijkt, kan crowdsourced delivery lokale aankopen bevorderen, hetgeen de lokale economie ten goede komt.

Inhoudsopgave

Woord vooraf	2
Samenvatting	3
Inhoudsopgave	6
1 Onderzoeksplan	9
1.1 Praktijkrelevantie	9
1.2 Onderzoeksvraag	13
1.3 Onderzoeksaanpak en -methode	14
2 Literatuurstudie	17
2.1 Opportunities in de crowdsourced delivery pakketindustrie	17
2.1.1 Prijs	17
2.1.2 Samenwerking met kmo's	19
2.1.3 Milieu-impact.....	20
2.1.4 Sociale impact	21
2.2 Barrières in de crowdsourced delivery pakketindustrie	23
2.2.1 Vertrouwen	23
2.2.2 Capaciteit	24
2.2.2.1 Bereidheid tot deelneming.....	24
2.2.2.2 Matching mechanisme bezorger en order	26
2.2.3 Privacy	28
2.3 Overzicht literatuurstudie	30
3 Desk research	31
3.1 Wet onbelast bijverdienen	31
3.2 Richtlijn Transparante en Voorspelbare Arbeidsvoorwaarden (RTVA).....	33
3.3 Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG)	34
3.4 Europese regelgeving omtrent wegtransport	35
3.5 Postwet.....	37
4 Empirische studie	39
4.1 Introductie respondenten	39
4.2 Toetsing opportuniteiten uit literatuurstudie	41
4.2.1 Prijs	41
4.2.2 Samenwerking met kmo's	43
4.2.3 Milieu-impact.....	45
4.2.4 Sociale impact	47
4.2.5 Bijkomende opportuniteiten	48
4.2.5.1 Vervoer van niet-standaard pakketten	48
4.2.5.2 Oplossen van logistieke problemen.....	49
4.3 Toetsing barrières uit literatuurstudie	50
4.3.1 Vertrouwen	50
4.3.2 Capaciteit	51
4.3.2.1 Bereidheid tot deelneming.....	51
4.3.2.2 Matching mechanisme bezorger en order	52
4.3.3 Privacy	53
4.3.4 Juridisch kader	54

4.3.5	Bijkomende barrière: COVID-19	55
5	Conclusie.....	57
6	Suggesties voor verder onderzoek	59
6.1	Barrières	59
6.2	Opportunities	61
Referenties		62
	Wetenschappelijke literatuur	62
	Online bronnen	64
Bijlagen.....		68
	Bijlage I. Interview Heidi Leten (H.Essers).....	68
	Bijlage II. Thomas Kauffmann (Vengo)	86
	Bijlage III. Interview Jeroen Rutten (DPD)	104
	Bijlage IV. Interview Jan Merckx (VIL)	113
	Bijlage V. Interview Valerie Geluykens (JBC)	121
	Bijlage VI. Interview Freija Fonteyn (TLV)	130
	Bijlage VII. Interview Roel Gevaers (BD myShopi en CityDepot)	142
	Bijlage VIII. Interview Hans Robben (bringr)	152
	Bijlage IX. Interview Öhzan Zurel (BIPT).....	163

1 Onderzoeksplan

1.1 Praktijkrelevantie

De wereld verstedelijkt steeds meer, namelijk 80% van de Europese inwoners woont in steden (Guo, Lujan Jaramillo, Bloemhof-Ruwaard, & Claassen, 2019). In België woonde in 2018 reeds 98% van de bevolking in steden (Plecher, 2020). Naast de toenemende verstedelijking nemen tevens de online uitgaven toe. In het eerste halfjaar van 2020 gaven Belgen gemiddeld 5,1 miljard euro uit via online winkels, een vermindering van 10% ten opzichte van 2019. Tijdens de eerste lockdown in België (18 maart tot 4 mei 2020) werden online massaal pakketten besteld. De uitgaven voor fysieke goederen stegen bijgevolg met 33% tot een totaal van 59,1 miljoen euro. De algemene daling is echter te verklaren door een afname van online dienstenaankopen zoals vliegtickets of hotelovernachtingen. Reizen werd namelijk sterk ontmoedigd tijdens de gezondheids crisis (Van Oost, 2020). Ondanks de bijzondere omstandigheden in 2020 lijkt de groei in online aankopen over de jaren heen eveneens te zijn vertraagd. Desalniettemin verwacht de e-commerce sector verder te blijven groeien. Volgens cijfers van BeCommerce besteden Belgen 18% van hun inkomen aan webshops. Ter vergelijking, dit is lager dan de 24% die Nederlanders uitgeven. Om bij te benen met andere landen, zijn Belgische internetbedrijven volop aan het investeren (Cardinaels, 2019). Deze investeringen tonen aan dat de Belgische e-commerce sector gelooft in haar eigen groeipotentieel.

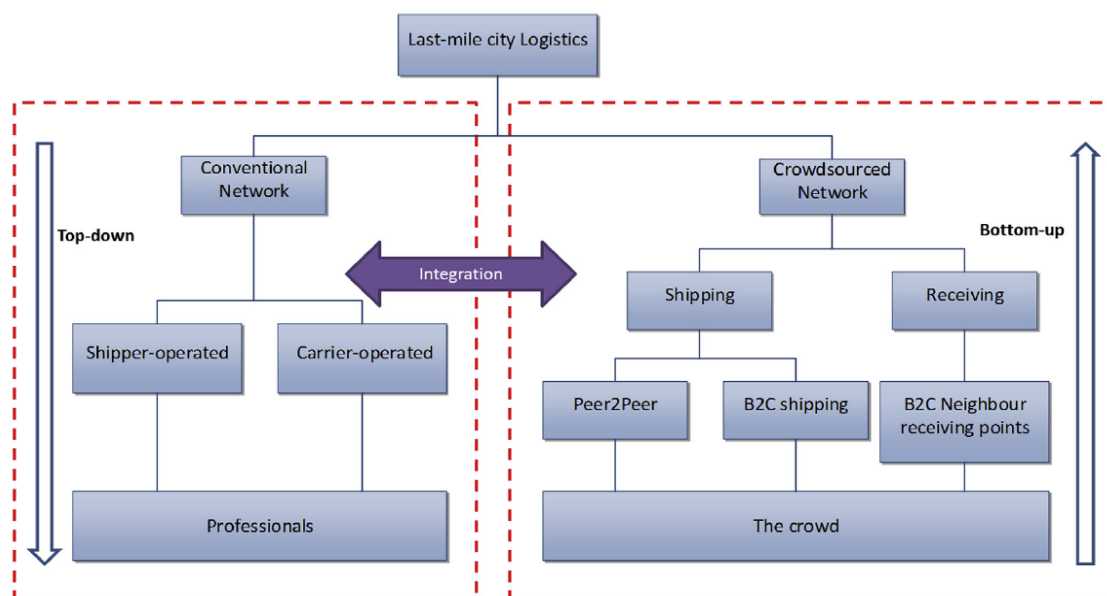
In België worden dagelijks 400.000 tot 500.000 pakjes bezorgd die het resultaat zijn van de groei van e-commerce. Daarnaast leidt verstedelijking tot drukbezochte straten, hetgeen congestie veroorzaakt en zodoende leveringsprocessen kan bemoeilijken (Macharis, 2019). De combinatie van verstedelijking en een stijgend aantal internetaankopen oefent dus een aanzienlijke druk uit op het *last mile* logistiek systeem. *Last mile delivery* heeft betrekking op het transport tussen magazijn en eindbestemming (Buldeo Rai, Verlinde, & Macharis, 2018). De eindbestemming is typisch een particuliere woonplaats. Drie op de vier Belgen prefereren namelijk thuisbezorging boven bezorging bij een afhaalpunt, wat extra verplaatsingen voor bezorgdiensten met zich meebrengt. Bijgevolg veroorzaken deze extra verplaatsingen een grote impact op het milieu. Verder neemt de concurrentie in de pakketindustrie almaar toe dankzij de sterke groei van e-commerce. Om competitief te kunnen blijven, verkorten bezorgdiensten hun levertijden, met als gevolg een nog grotere druk op de *last mile delivery*. Tenslotte verwachten consumenten een snelle levering tegen de laagst mogelijke prijs, indien mogelijk zelfs kosteloos (Macharis, 2019).

Zoals eerder aangegeven verwacht de e-commerce sector in de toekomst nog verder te groeien, waardoor de druk op de *last mile* alleen maar zal toenemen. Het is daarom van belang om nieuwe oplossingen te vinden die de druk op de *last mile* kunnen verlichten, zonder dat dit ten koste gaat van de leveringsefficiëntie en het milieu (Guo et al., 2019). Innovaties op het gebied van IT hebben aanleiding gegeven tot nieuwe mogelijkheden om de *last mile delivery* te reorganiseren (Arslan, Agatz, Kroon, & Zuidwijk, 2019). De deeleconomie is daar een voorbeeld van; dit is een socio-economisch systeem waarin delen en collectieve consumptie centraal staan. Het gaat om de gezamenlijke creatie, productie, distributie, handel en consumptie van goederen en diensten (FOD Economie, 2019). Concrete voorbeelden daarvan zijn Uber en Airbnb. In het bedrijfsmodel dat deze bedrijven hanteren, zijn ze afhankelijk van personen die hun onbenutte eigendommen delen met het oog op het creëren van gezamenlijke waarde voor henzelf en voor het bedrijf (Alnaggar, Gzara, & Bookbinder, 2019).

Crowdsourced delivery is eveneens een voorbeeld van de deeleconomie. Crowdsourcing is een neologisme gevormd door de woorden 'crowd' en 'outsourcing' (Carbone, Rouquet, & Roussat, 2017). Crowdsourced delivery kan worden omschreven als een marktplaats die vraag en aanbod naar logistieke diensten op elkaar afstemt via een externe *crowd* die beschikt over ongebruikte capaciteit in termen van tijd en/of ruimte. Bovendien nemen de deelnemers op vrijwillige basis deel en ontvangen zij een overeenkomstige vergoeding. Uit deze definitie kan worden afgeleid dat het gaat om zowel particulieren als professionele bezorgers die beschikken over voldoende vrije tijd en ruimte over hebben om een pakket te vervoeren in hun voertuig. In het geval van professionele bezorgers is het belangrijk om te benadrukken dat zij niet in dienst zijn van het crowdsourced bedrijf (Le, Stathopoulos, Van Woensel, & Ukkusuri, 2019).

Een voorbeeld van crowdsourced delivery is een particulier die bereid is een pakket te bezorgen op zijn af te leggen traject. In dit specifieke scenario wordt gebruik gemaakt van bestaande verkeersstromen, wat kan resulteren in een milieuvriendelijke, snellere en goedkopere levering (Arslan et al., 2019). Daarnaast kan het concept de leveringsflexibiliteit verhogen en verkeersproblemen verminderen (Guo et al., 2019). Met andere woorden, crowdsourced delivery zou de huidige druk op de *last mile delivery* kunnen verlichten.

Het *last mile* logistiek systeem, weergegeven in figuur 1, is een complex systeem dat bestaat uit twee soorten distributienetwerken. Conventionele distributienetwerken zijn aan de linkerkant van de figuur weergegeven. Daarbij is een onderscheid gemaakt tussen *shipper-operated* en *carrier-operated*. *Shipper-operated* houdt in dat de verzender zijn eigen logistieke netwerk exploiteert om de goederen te leveren (Guo et al., 2019). Voor de levering van witgoed en keukenapparatuur heeft Coolblue bijvoorbeeld eigen chauffeurs in dienst (Coolblue, 2020). Bij *carrier-operated* besteden verzenders leveringen uit aan professionele transportbedrijven (Guo et al., 2019). Zalando schakelt bijvoorbeeld DHL Express in voor expressverzendingen (Zalando, 2020). Beide modellen zijn gekenmerkt door een *top-down* structuur waarbij logistieke dienstverleners door bedrijven worden geïnstrueerd om pakketten te leveren (Guo et al., 2019).



Figuur 1. Het *last mile* logistiek systeem. Overgenomen van Guo et al., 2019.

Op de rechterzijde van de figuur wordt het crowdsourced netwerk weergegeven, waarbij onderscheid is gemaakt tussen *peer2peer*-levering (*peer-to-peer* of *person-to-person*), B2C (*business to consumer shipping*) en B2C *neighbour receiving points*. *Peer2peer*-levering verwijst naar pakketlevering door ad hoc-leveranciers, wat betekent dat voor elke levering een andere bezorger wordt ingezet. De werkwijze is vergelijkbaar met het Uber-model, waarbij een persoon een taxirit aanvraagt via het platform. Een willekeurige chauffeur accepteert de aanvraag, voert de rit uit en ontvangt achteraf de afgesproken vergoeding van de aanvrager. In het geval van crowdsourced delivery betreft de aanvraag geen taxirit, maar de levering van een pakket. *Peer2peer* biedt niet alleen mogelijkheden voor *city last miles*, maar is eveneens geschikt voor langeafstands- of internationale zendingen. Een onderscheidend kenmerk van het *peer2peer*-model is dat de transactie uitsluitend tussen individuen plaatsvindt. In het B2C-model daarentegen zijn wel bedrijven betrokken, aangezien zij een pakket versturen naar hun klanten. Bedrijven die gebruik maken van het B2C-verzendmodel proberen willekeurige individuen te selecteren voor het versturen van hun pakketten om zo de bezorgkosten en de levertermijn te reduceren, voornamelijk in het stadium van de *last mile* (Guo et al., 2019). In de Verenigde Staten heeft Amazon bijvoorbeeld een eigen crowdsourcing platform opgericht, onder de naam Amazon Flex. Chauffeurs kunnen zelf bepalen welke diensten ze uitvoeren. Des te groter hun auto, des te meer pakketten ze tegelijkertijd kunnen vervoeren, hoe meer de chauffeurs kunnen verdienen. Deze chauffeurs worden ingezet voor de levering van Amazon.com, Amazon Fresh en Prime Now (Ramirez, & Sheehy, 2020).

Zowel het *peer2peer*- als het B2C-model concentreren zich op de verzending van pakketten. Daarnaast dient evenwel rekening te worden gehouden met het ontvangen van pakketten. Bij pakketlevering is het namelijk vereist dat de geadresseerde het pakket persoonlijk in ontvangst neemt. Deze voorwaarde draagt bij tot een aanzienlijke hoeveelheid mislukte eerste leveringen (Guo et al., 2019). Bij een eerste levering is namelijk 15 tot 20% van de ontvangers niet aanwezig (Macharis, 2019). Zodoende is de implementatie van onbemande pakketontvangstmethodes zoals ophaal-, afleverpunten en pakketstations met kluisjes, in het leven geroepen. De capaciteit van deze methodes is echter onvoldoende om te beantwoorden aan de vraag van de online shoppers. Om die reden zijn bedrijven begonnen met het toepassen van B2C *neighbour receiving points*, om aan de vraag te kunnen voldoen. Bij dit model worden burens aangesproken om pakketten van afwezige online shoppers in ontvangst te nemen. Bij bpost is het bijvoorbeeld mogelijk dat de ontvanger op voorhand één buur aanwijst waar pakketten kunnen worden afgeleverd als hij of zij niet thuis is (bpost, 2020). De crowdsourced modellen hebben van nature een meer *bottom-up* karakter omdat ze afhankelijk zijn van individuele personen die de pakketdienst combineren met hun dagelijkse activiteiten (Guo et al., 2019).

Op vlak van thuislevering van voeding en maaltijden is crowdsourced delivery reeds ingeburgerd in België. Uit een enquête van Test Aankoop is gebleken dat 44% van de Belgen maaltijden thuis heeft laten bezorgen in de maanden juli, augustus en september 2019. De meest gebruikte platformen waren Uber Eats, Deliveroo en Takeaway.com (Nieuwsblad, 2019). Om bezorger te kunnen worden voor een van de drie platformen, gelden dezelfde voorwaarden. Een eerste voorwaarde is meerderjarigheid. Ten tweede is een geldige Europese identiteitskaart vereist. De derde voorwaarde is het beschikken over een smartphone. Tot slot is het noodzakelijk om in het bezit te zijn van een fiets of een scooter. In het geval van een scooter zijn een rijbewijs, een geldige voertuigregistratie en een verzekering onontbeerlijk. Als het individu voldoet aan de voorwaarden, heeft hij de mogelijkheid om te kiezen tussen twee wettelijke

statuten, namelijk het zelfstandige of het *peer-to-peer* statuut (Uber, 2020). Deze statuten worden nader uitgewerkt in paragraaf 3.1.

Ondanks het succes in de sector van maaltijdbezorging, is crowdsourced delivery nog geen vaste waarde in de sector van de pakketbezorging. In Amerika werd crowdsourced levering bijvoorbeeld in 2016 slechts gebruikt door 10% van de millennials en 3% van de niet-millennials (Ta, Esper, & Hofer, 2018). Desalniettemin bestaan in België reeds enkele bedrijven die crowdsourced levering aanbieden. Een lokaal voorbeeld is bringr, een deelplatform dat bpost heeft gelanceerd in 2016. De app verbindt mensen die goederen willen versturen via andere individuen die bereid zijn ze op te halen en af te leveren, weliswaar tegen betaling (Gazet van Antwerpen, 2016). In 2018 werd de licentie van bringr ingetrokken na kritiek van Transport & Logistiek Vlaanderen (TLV). Daarom heeft bpost besloten om de activiteiten van bringr en Parcify samen te voegen. Parcify werd in 2016 verworven door bpost; het is een pakketdienst met gelijkaardige activiteiten als bringr. Beide platformen verschillen wel enigszins, Parcify maakt namelijk gebruik van geolocatie zodat pakketten op de exacte locatie van de ontvanger kunnen worden afgeleverd. Op deze manier kan het pakket bijvoorbeeld worden afgeleverd op de parkeerplaats van een supermarkt waar de ontvanger net boodschappen heeft gedaan. Bijgevolg dient de ontvanger niet thuis te blijven wanneer deze een pakketje verwacht. In 2017 werd de erkenning van het elektronisch deelplatform Parcify goedgekeurd (Heinen, 2018). Enkele andere Belgische voorbeelden zijn Vengo, Paxi, PiggyBee en Hytchers. In januari 2020 heeft JBC bijvoorbeeld aangekondigd om retours te laten vervoeren door pendelaars, in samenwerking met Hytchers (SVM, 2020).

In België bestaan dus verschillende mogelijkheden om pakketten te versturen via crowdsourced delivery. Toch groeien deze initiatieven nauwelijks uit tot grootschalige bedrijven. Mogelijke redenen daarvoor zijn het gebrek aan schaalvoordelen en onvoldoende expertise, hetgeen kan worden verklaard door het feit dat het crowdsourced model nog redelijk recent is (Guo et al., 2019). Daarnaast is de kritiek van wegtransportbedrijven een andere reden voor het tot op heden minimale succes van crowdsourced levering. Zoals reeds vermeld, verloor bringr haar licentie ten gevolge van kritiek van TLV. Deze beroepsvereniging trok naar de rechter met het argument dat niet alles volgens de regels verliep. De Europese transportmarkt is immers streng gereguleerd, bijgevolg moeten vervoerders aan een aantal strikte eisen voldoen. De regelgeving met betrekking tot het Europese wegvervoer zal behandeld worden in paragraaf 3.4. Bovendien heeft Vengo ook reeds klachten ontvangen van TLV. Volgens TLV hebben bringr en Vengo de aspiratie om van vrijwel iedereen een vervoerder te maken, hetgeen in strijd is met de regelgeving. Naar verluidt bieden de platformen diensten aan zonder over de nodige vergunning te beschikken. Naast de klachten van TLV vreest ook de Belgische Transportarbeidersbond (BTB) dat platformen zoals bringr zullen leiden tot oneerlijke concurrentie en dus een bedreiging vormen voor de bestaande professionele dienstverlening (Flows, 2016). Vanuit de traditionele pakketsector is zodoende nog veel weerstand tegen de opkomst van crowdsourced delivery.

1.2 Onderzoeksvraag

In het praktijkprobleem werden reeds enkele redenen opgesomd waarom crowdsourced pakketlevering nog niet veelvuldig gebruikt wordt. Het doel van deze thesis is om te bespreken welke opportuniteiten en barrières bestaan in de crowdsourced delivery pakketindustrie. De thesis zal meer inzicht geven in de mate waarin crowdsourced delivery al dan niet kan worden gebruikt in deze sector en voor welke pakkettypes dit het meest geschikt is. Het onderzoek zal gebeuren aan de hand van een uitvoerige literatuurstudie en enkele semi-gestructureerde interviews. De centrale onderzoeksvraag luidt: 'Welke opportuniteiten en barrières zijn aanwezig in de crowdsourced delivery pakketindustrie?' Deze centrale onderzoeksvraag zal worden opgesplitst in twee deelvragen.

De eerste deelvraag is: 'Welke opportuniteiten doen zich voor in de crowdsourced pakketindustrie?'

In deze deelvraag wordt ingegaan op de opportuniteiten die de sector al heeft ervaren en tevens op de opportuniteiten die zich in de nabije toekomst nog zullen voordoen volgens wetenschappelijke literatuur. Deze zullen worden vergeleken met de door de geïnterviewden ervaren opportuniteiten. Op deze manier wordt het mogelijk om na te gaan of zich overeenkomsten voordoen tussen de literatuur, de realiteit en of dat opportuniteiten van bedrijf tot bedrijf kunnen variëren.

'Welke barrières belemmeren crowdsourced levering?' zal de tweede deelvraag vormen.

In deze deelvraag wordt nagegaan wat de barrières teweegbrengen, waar deze belemmeringen hun oorsprong vinden en welke oplossingen eventueel voorhanden zijn. De informatie uit de literatuurstudie wordt uiteindelijk getoetst aan de informatie verzameld in de afgenomen interviews.

1.3 Onderzoeksaanpak en -methode

Deze thesis betreft een kwalitatief onderzoek, waarbij eerst een uitgebreid literatuuronderzoek is uitgevoerd, gevolgd door desk research en semi-gestructureerde interviews. De informatie uit de literatuur is aangewend om de interviewvragen te formuleren.

Om de wetenschappelijke literatuur te kunnen verzamelen, is gebruikgemaakt van de volgende zoektermen: 'crowdsourced delivery', 'last mile', 'last mile delivery', 'crowdsourcing', 'crowd logistics', 'crowd shipping', 'sharing economy'... Aan de hand van deze zoektermen is wetenschappelijke literatuur opgezocht in de database van de Universiteitsbibliotheek UHasselt en Google Scholar.

De paper van Guo et al. (2019) vormt het uitgangspunt van deze masterthesis. Hierin wordt namelijk verduidelijkt hoe crowdsourced delivery kan worden gepositioneerd in het systeem van *last mile city logistics*. Bovendien werd duidelijk dat onderscheid gemaakt dient te worden tussen *peer2peer* en B2C. Het ontvangen en afhalen van pakketten speelt eveneens een grote rol in de huidige manier van pakketbezorging. Desondanks zal deze thesis zich beperken tot het afleveren van pakketten. Daarnaast werd het artikel van Alnaggar et al. (2019) veelvuldig geraadpleegd in het begin van de opzet. Op basis van de twee bovengenoemde papers is de sneeuwbalmethode toegepast, omdat hierin veel fundamentele literatuur wordt geciteerd.

Om zo correct mogelijke informatie te kunnen verzamelen, dient de kwaliteit van de literatuur permanent te worden beoordeeld. De Universiteitsbibliotheek UHasselt biedt stevast uitsluitend literatuur van goede kwaliteit aan en is daarom een uitstekende referentie. Wetenschappelijke artikels verkregen via Google Scholar moeten daarentegen eerst grondig geëvalueerd worden. Dit zal gebeuren aan de hand van een aantal criteria, die gebaseerd zijn op de vijfde module 'Hoe betrouwbaar en kwalitatief is de gevonden informatie?' van de Universiteitsbibliotheek UHasselt (2020).

Ten eerste dient de structuur van de publicatie te worden gecontroleerd. Wetenschappelijke literatuur is normaliter systematisch opgebouwd. Daarom moet worden nagegaan of het artikel bestaat uit een inleiding, een conclusie en een literatuurlijst. Een tweede criterium is de inhoud van de paper. Hierbij is het van belang dat de gebruikte gegevens verifieerbaar zijn. Daarnaast speelt het taalgebruik een rol. In de wetenschappelijke literatuur is het taalgebruik doorgaans objectief en formeel. Ten derde zal de publicatiedatum in acht worden genomen. Hierbij geldt als vuistregel dat de meest recente publicaties steeds voorrang krijgen, aangezien crowdsourced delivery nog een vrij recent thema is. Oudere publicaties kunnen eventueel in aanmerking worden genomen, indien deze nuttige informatie of een andere invalshoek bieden. Tot slot worden de auteurs gecontroleerd. Dat gebeurt aan de hand van de opleiding, de functie en de connectie met een betrouwbare instelling. Als na de toetsing van de vier criteria nog enige twijfel bestaat over de kwaliteit van de literatuur, zal promotor Prof. dr. An Caris worden geraadpleegd voor verduidelijking.

Voor het empirisch onderzoek, zijn de interviewvragen gebaseerd op informatie uit het literatuuronderzoek, zoals eerder vermeld. Er is gekozen voor semi-gestructureerde interviews, zodat de verkregen antwoorden gestructureerd zijn, maar tegelijkertijd ook de mogelijkheid bestaat om dieper op antwoorden in te gaan. Met het oog op een zo breed mogelijke informatieverzameling over het onderwerp

'crowdsourced delivery', zijn negen personen met verschillende achtergronden gekozen. Enkel Vlaamse respondenten komen aan bod, waardoor de resultaten van het empirisch onderzoek enkel van toepassing zijn op Vlaanderen. Een korte curriculum vitae van elke respondent is opgenomen in paragraaf 4.1. De interviews werden online georganiseerd via Google Meet of Microsoft Teams en duurden elk ongeveer 1 uur. Elk van de geïnterviewden werd afzonderlijk geïnterviewd. Deze interviews werden na akkoord van de respondenten opgenomen om de antwoorden achteraf beter te kunnen analyseren.

Bij de interviews is ervoor gekozen om zowel een transportbedrijf als een traditioneel pakketbedrijf te interviewen die beide aan subcontracting doen. De reden hiervoor is dat de grens tussen crowdsourcing en subcontracting tamelijk vaag is. In feite hebben ze een aantal overeenkomsten. Volgens Esmerova, Atanasoski, & Kostadinovski (2020) kunnen twee gelijkenissen worden onderscheiden. De eerste overeenkomst is dat beide de uitbreiding van taken buiten de grenzen van de onderneming mogelijk maken door gebruik te maken van een onderaannemer of een *crowd*. Ten tweede zijn zowel crowdsourcing als subcontracting het resultaat van de ontwikkeling van communicatietechnologieën, in het bijzonder het internet. Niettemin bestaat tevens een merkbaar verschil, met name de filosofie en de oriëntatie van crowdsourcing en subcontracting verschillen. Bij onderaanneming gaat het in feite om een relatie gebaseerd op zuiver werk, aangezien de professionele personen of organisaties aan wie de taken worden uitbesteed, zich daarin hebben gespecialiseerd. Crowdsourcing daarentegen, besteedt taken uit aan een *crowd* die niet per se gespecialiseerd is in die specifieke taken, wat de uitvoering onzeker kan maken (Esmerova et al., 2020). Ondanks dit verschil, kan het interessant zijn om na te gaan hoe bedrijven die taken extern uitbesteden, aankijken tegen crowdsourced delivery.

De interviews werden, zoals reeds aangegeven, opgenomen om een transcriptie mogelijk te maken. De getranscribeerde interviews kunnen worden geraadpleegd in de bijlagen. Aan de hand van deze transcripties zijn de interviews geanalyseerd. Bij de analyse is gebruik gemaakt van codificatie. Dit houdt in dat elk antwoord wordt toegewezen aan de toepasselijke opportuniteit of barrière. Bijgevolg kan eenvoudig een overzicht worden verstrekt van al hetgeen met betrekking tot een bepaalde opportuniteit of barrière is besproken.

2 Literatuurstudie

In dit literatuuronderzoek worden de verschillende opportuniteiten en barrières uit de wetenschappelijke literatuur besproken. Tabel 1 geeft een schematisch overzicht van de verschillende opportuniteiten en barrières, die in de loop van dit hoofdstuk verder zullen worden toegelicht. Het juridisch kader dat via desk research zal worden toegelicht, is eveneens in de tabel opgenomen. De reden hiervoor is dat deze barrière ook in de wetenschappelijke literatuur is aangehaald, maar vanwege het lokale aspect is ervoor gekozen dit via desk research te onderzoeken.

Tabel 1

Overzicht opportuniteiten en barrières in de crowdsourced pakketindustrie

Opportuniteiten	Prijs	Paragraaf 2.1.1
	Samenwerking met kmo's	Paragraaf 2.1.2
	Milieu-impact	Paragraaf 2.1.3
	Sociale impact	Paragraaf 2.1.4
Barrières	Vertrouwen	Paragraaf 2.2.1
	Capaciteit	Paragraaf 2.2.2
	Privacy	Paragraaf 2.2.3
	Juridisch kader	Paragraaf 3.1 – 3.5

2.1 Opportuniteiten in de crowdsourced delivery pakketindustrie

2.1.1 Prijs

Een van de belangrijkste opportuniteiten van crowdsourced levering is de prijs. Crowdsourced logistiek is over het algemeen meer kostenefficiënt dan traditioneel transport, stellen Buldeo Rai, Verlinde, & Macharis (2018). De rol van het crowdsourced platform elimineert namelijk de noodzaak voor een infrastructuur bestaande uit: magazijnen, wagenparken, brandstofkosten en chauffeurs in loondienst. In plaats daarvan rekenen deze platformen¹ vooral op technologie, waardoor algemene kosten laag zijn en de mogelijkheid bestaat om relatief snel op te schalen wanneer de vraag toeneemt (Buldeo Rai, Verlinde, & Macharis, 2018). Dergelijke bedrijven hebben dus in feite enkel een mobiele applicatie en/of een website nodig (Buldeo Rai, Verlinde, Merckx, & Macharis, 2018). Bovendien maakt de technologie waarmee crowdsourced platformen zijn uitgerust, het mogelijk om snel en eenvoudig toegang te krijgen tot een groot aantal potentiële bezorgers². Op deze manier kan technologie transactiekosten verminderen (De Stefano, 2016). Aanvullend zal in paragraaf 2.2.1 worden besproken hoe een geïntegreerd beoordelingssysteem een positief effect kan hebben op de prijs.

Daarnaast kunnen platformen loonkosten sterker drukken in vergelijking met traditionele transportbedrijven. Daarvoor kunnen twee oorzaken worden aangehaald. Ten eerste heerst op de platformen veel concurrentie tussen bezorgers. Hoge concurrentie leidt vaak tot lagere prijzen. Ten tweede hebben particuliere *crowd* werkers weinig of geen sociale rechten in vergelijking met

¹ In deze masterproef wordt 'platformen' gebruikt om te verwijzen naar ondernemingen die crowdsourced delivery aanbieden.

² De termen 'bezorgers', 'crowd werkers', 'bestuurders' of 'chauffeurs' verwijzen in de rest van deze masterproef naar individuen die zich op de platformen hebben aangemeld om crowdsourced leveringen uit te voeren.

professionele bestuurders, zoals in paragraaf 3.1 wordt besproken. Als gevolg van het ontbreken van sociale rechten voor bezorgers, dragen platform en klant geen kosten zoals socialezekerheidsbijdragen, ziekte- en moederschapsuitkeringen en wettelijk minimumloon (De Stefano, 2016).

Verder kan het gebruikte beloningssysteem invloed uitoefenen op de prijs van de dienst. Volgens Alnaggar et al. (2019) hebben crowdsourced delivery platformen de keuze uit drie compensatiemogelijkheden. De eerste mogelijkheid is het uitbetalen van een uurloon (Alnaggar et al., 2019). Voor elk gewerkt uur ontvangt de chauffeur een vaste vergoeding. Op het Amazon Flex-platform, dat reeds is toegelicht in paragraaf 1.1, kunnen chauffeurs 18 tot 25 dollar per uur verdienen, afhankelijk van de grootte van hun voertuig (Ramirez, & Sheehy, 2020). Deze manier van compenseren is voordelig voor chauffeurs, aangezien het een bepaald inkomen garandeert (Alnaggar et al., 2019).

Vergoeden per uitgevoerde levering is een tweede mogelijkheid. De verloning per pakket is doorgaans afhankelijk van verschillende factoren zoals afstand in kilometers, wachttijd, pakketgrootte, verkeersdrukke en parkeergelegenheid. Het platform hanteert vaak een formule om de vergoeding per pakket te berekenen op basis van de genoemde factoren. De meeste platformen die deze betalingsregeling toepassen, bieden geen betalingsgarantie voor bestuurders. Met andere woorden, als een bestuurder beschikbaar is, maar niet gekoppeld wordt aan een bezorgopdracht, zal deze geen vergoeding ontvangen. Als gevolg daarvan, is het voor dit soort platformen niet eenvoudig om voldoende bestuurders aan te trekken. Dit kan van invloed zijn op de capaciteit, die in paragraaf 2.2.2 nader zal worden besproken (Alnaggar et al., 2019).

Als laatste mogelijkheid kunnen afzender en chauffeur zelf een vergoeding bepalen. De platformen ontvangen in dit geval een commissie voor het matchen van zender en chauffeur. Volgens Alnaggar et al. (2019) is PiggyBee een platform dat gebruik maakt van dit type verloningssysteem. Het platform ontvangt namelijk 10% commissie per pakket. De doelgroep van dergelijke platformen betreft voornamelijk individuele personen. Deze platformen zijn dus typisch informele netwerken in de gemeenschap die zich niet bezighouden met een groot aantal dagelijkse leveringen. Bij een dergelijk systeem bestaat de kans dat afzender en chauffeur het niet eens worden over een passende vergoeding, hetgeen impliceert dat de levering niet zal worden uitgevoerd. Dit kan het systeem onbetrouwbaar maken en nadelig zijn voor de afzender (Alnaggar et al., 2019).

Daarnaast dient te worden benadrukt dat de vooraf bepaalde route van de uitvoerende chauffeur eveneens van invloed kan zijn op de prijs. Een chauffeur die bijvoorbeeld al naar een bepaalde afleverlocatie reist, heeft lagere marginale kosten. Deze levering vergt immers minder inspanning van de chauffeur. Bijgevolg kan deze chauffeur een lager tarief in rekening brengen dan iemand die specifiek naar die locatie moet rijden (Sampaio, Savelsbergh, Veelenturf, & van Woensel, 2019). De verschillende soorten matching mechanismen die platformen hanteren, worden besproken in paragraaf 2.2.2.2.

Overigens moet worden benadrukt dat in aanvulling op de hierboven beschreven beloningsvormen tevens een monetaire compensatie mogelijk is in de vorm van cadeaubonnen of kortingen (Buldeo Rai, Verlinde, & Macharis, 2018). Zo heeft Amazon Flex bijvoorbeeld Amazon Flex Rewards gecreëerd voor zijn bezorgers. Per uitgevoerde levering kunnen bezorgers punten verdienen. Deze punten kunnen dan

worden verzilverd in de vorm van cashbacks of kortingen. Zo kunnen Amazon Flex bezorgers onder meer korting krijgen op hun auto-onderhoud of pechbijstand (Amazon Flex, 2021).

Daarnaast trachten platformen potentiële bezorgers aan te trekken door middel van niet-monetaire beloningen. Carbone et al. (2017) bespreken enkele niet-monetaire motivaties. Deze worden opgesomd in tabel 2, die tevens voorbeelden verschaft van platformen die dit soort beloningen aanbieden aan hun bezorgers (Carbone et al. (2017)).

Tabel 2

Niet-monetaire motivaties

Niet-monetaire beloning	Voorbeeld
Milieuvoordelen	PiggyBee – ‘environmentally friendly delivery’
Onbaatzuchtige ervaringen	TinyCarrier – ‘make someone happy when you travel’
Politieke engagementen	DoorDash – ‘we began with a mission to empower local economies in a connected world’

Noot. Aangepast van Carbone et al., 2017.

2.1.2 Samenwerking met kmo’s

Tijdens de COVID-19-pandemie zijn verschillende winkels gedwongen te sluiten, aangezien ze niet als noodzakelijk werden geacht. Om toch nog inkomsten te genereren, schakelden vele winkels over op online bestellingen. Echter, voorafgaand aan de wereldwijde gezondheids crisis verlegden reeds meerdere fysieke winkels hun focus naar het online gegeven, om te kunnen concurreren met grote online webwinkels. In bepaalde gevallen kiezen kleine en middelgrote ondernemingen (kmo’s) ervoor om pakketten zelf te leveren, omdat ze vaak te klein zijn om een efficiënt bezorgingsnetwerk te implementeren. Als gevolg daarvan kunnen deze bedrijven niet profiteren van schaalvoordelen, wat leveringen inefficiënt en tijdrovend maakt (Schreieck et al., 2016). Daarnaast hebben kmo's doorgaans te weinig onderhandelingsmacht tegenover traditionele pakketbedrijven (Buldeo Rai, Verlinde, & Macharis, 2018). Daardoor kan het uitbesteden van leveringen leiden tot lange levertijden of relatief hoge kosten (Schreieck et al., 2016). Standaard verzending bij traditionele leveringsbedrijven is tamelijk goedkoop, maar de levertijd is te lang om te kunnen concurreren met bijvoorbeeld het leveringsbeleid 'Bestellen tot 23:59 uur, volgende dag in huis' van Bol.com (Bol.com, 2020). Expressverzending is anderzijds snel, maar prijzig (Schreieck et al., 2016).

Crowdsourced delivery kan een mogelijke oplossing bieden voor bovenstaande problemen. Het prijsvoordeel van *crowd* logistiek is reeds besproken in paragraaf 2.1.1. Tevens in termen van snelheid kan crowdsourced delivery een uitkomst bieden. Volgens Rougès & Montreuil (2014) bieden traditionele transportbedrijven zoals FedEx en DHL slechts één leveringsronde per dag aan. Uiteraard varieert dit per pakketbedrijf. Sinds 2019 biedt Royal Mail bijvoorbeeld twee bezorgondes aan in het Verenigd Koninkrijk. De eerste bezorgonde bestaat uit brieven en pakketten en de tweede bezorgonde bestaat uit pakketten die de avond ervoor besteld zijn in het kader van een *next day* leveringsbeleid (Steiner, 2019). Bij het crowdsourced model daarentegen kan een levering worden uitgevoerd zodra een bezorger beschikbaar is. Aangezien het platform kan rekenen op een groot aantal potentiële bezorgers, is de kans groot dat een chauffeur spoedig beschikbaar is, onder voorbehoud van een eventuele korte wachttijd.

Dit is gunstig voor de klant, aangezien deze de voorkeur geeft aan een snelle levering. Bovendien kan, doordat elk pakket afzonderlijk wordt behandeld, aanvullend een meerwaarde voor de klant worden gegenereerd in de vorm van personalisatie. Pakketontvangers hebben bijvoorbeeld de mogelijkheid om een specifiek tijdsblok aan te geven waarin zij het pakket willen ontvangen (Rougès & Montreuil, 2014). Tot slot kan technologie een gedetailleerde opvolging van pakketten faciliteren (Punel & Stathopoulos, 2017). Drake (2013) verwijst naar het Amerikaanse platform Deliv dat zijn chauffeurs verplicht een smartphone met een GPS-systeem te gebruiken, zodat klanten hun pakketten in realtime kunnen volgen (Drake, 2013). Kortom, door een beroep te doen op crowdsourced platformen kunnen kmo's hun klanten snellere, gepersonaliseerde en traceerbare zendingen aanbieden, met als gevolg dat ze dichterbij het serviceaanbod van grotere e-retailers komen te staan (Le et al., 2019).

Als het voor kmo's efficiënter en goedkoper wordt om pakketten te versturen door middel van *crowdshipping*, zal het voor deze bedrijven mogelijk worden om hun marktbereik te vergroten. De overschakeling naar *crowdshipping* zal dan wellicht leiden tot meer concurrentie op de markt en een betere afstemming van vraag en aanbod (Le et al., 2019). Voor de consument kan dit positieve gevolgen hebben; dit wordt besproken in paragraaf 2.1.4.

2.1.3 Milieu-impact

De derde opportuniteit van crowdsourced delivery is de impact op het milieu. Door de toename van e-commerce ontstaan negatieve milieueffecten zoals vervuiling, lawaai en verkeerscongestie (Rougès & Montreuil, 2014). *Crowdshipping* kan mogelijk leiden tot een geringere impact op het milieu. Dit is te verklaren door het feit dat de milieuduurzaamheid van supply chains grotendeels afhankelijk is van logistieke activiteiten (Buldeo Rai, Mommens, Verlinde, & Macharis, 2019). Tal van crowdsourced platformen pakken uit met het feit dat ze milieuvriendelijke leveringen aanbieden. Om te bepalen of crowdsourced delivery daadwerkelijk milieuvriendelijk is, moet echter rekening worden gehouden met drie factoren (Buldeo Rai, Verlinde, & Macharis, 2018).

De eerste factor is het transportgedrag van bezorgers. Het vermijden van onnodige verplaatsingen leidt steevast tot een lagere CO₂-uitstoot. De impact op het milieu is dus afhankelijk van het type verplaatsing. Levert de chauffeur het pakket af op een route die hij sowieso zal afleggen? Of is het een gerichte bezorgrit waarbij de chauffeur bewust naar die bestemming rijdt om pakketten af te leveren? In de praktijk komt het nog regelmatig voor dat *crowd* logistieke bedrijven een beroep doen op professionele bezorgers, zoals toegelicht in paragraaf 2.2.2.1, of op personen die gerichte bezorgingsrondes uitvoeren. Dit heeft als resultaat dat platformen minder vaak een beroep doen op pendelaars of occasionele reizigers (Buldeo Rai, Verlinde, & Macharis, 2018). Nochtans bestaan eveneens platformen die zich beperken tot de vooraf geplande rit van de reiziger. PiggyBee is daar een voorbeeld van, zoals verduidelijkt zal worden in paragraaf 2.2.2.2.

De consolidatie van pakketten vormt de tweede factor. *Crowd* bezorgingsplatformen zoeken voor elk afzonderlijk pakket een passend transport. Traditionele transportbedrijven organiseren daarentegen volledige vrachtwagenladingen voor individuele klanten of consolideren pakketten voor verschillende klanten in één voertuig. Vanwege het grote aantal opdrachten kunnen zij minimaal drie tot vijf leveringen

per zending consolideren. Bijgevolg zijn minder transportritten nodig in vergelijking met *crowdshipping* (Buldeo Rai, Verlinde, & Macharis, 2018).

De laatste factor is de vervoerskeuze van de pakketbezorger. Elektrische voertuigen kunnen bijvoorbeeld de CO₂-uitstoot van pakketleveringen verminderen. Daarenboven promoten verschillende crowdsourced bedrijven fietsen of wandelen als transportmiddel (Buldeo Rai, Verlinde, & Macharis, 2018). Een voorbeeld uit Amsterdam is de TringTring-app die vooral wordt gebruikt om de lokale horeca te beleveren. De leveringen gebeuren per bakfiets, met als doel de horeca binnen de stadscentra beter te kunnen bevoorraden in vergelijking met reguliere transportbedrijven (TringTring, 2020). Naarmate het aantal te vervoeren pakketten toeneemt en de leveringsafstanden langer worden, lijkt het volgens Buldeo Rai, Verlinde, & Macharis (2018) evenwel waarschijnlijk dat andere vormen van vervoer, zoals de auto, aan populariteit zullen winnen.

Tot slot kan uit deze drie factoren worden geconcludeerd dat de positieve milieueffecten van *crowd* logistiek nog steeds ter discussie staan. Niettemin kan worden afgeleid dat de kans op een lagere milieu-impact wel degelijk bestaat.

2.1.4 Sociale impact

De laatste opportuniteit wordt gevormd door de positieve sociale impact die crowdsourced delivery kan hebben op de betrokken partijen. Een onderscheid kan worden gemaakt tussen positieve gevolgen voor consument en gemeenschap.

Voor consumenten biedt crowdsourced delivery twee positieve facetten. Het effect op de tevredenheid van de consument wordt zowel direct beïnvloed door de logistieke ervaringen als indirect door de toegenomen consumptiemogelijkheden. In termen van logistiek krijgen consumenten mogelijk een meer gepersonaliseerde, snellere en goedkopere levering van hun pakketten wanneer beroep wordt gedaan op *crowdshipping*, zoals vermeld in paragrafen 2.1.1 en 2.2.2. Daarnaast heeft *crowd* logistiek het potentieel om consumenten toegang te geven tot een breder scala aan producten. Een verklaring hiervoor is dat kmo's dankzij de platformen de mogelijkheid hebben om op een efficiëntere en goedkopere manier pakketten te versturen naar een grotere afzetmarkt. Zoals eveneens aangehaald in paragraaf 2.1.2 kan dit mogelijk leiden tot concurrentievergroting. Meer concurrentie resulteert vaak in lagere prijzen, wat voordelig kan zijn voor de consument (Le et al., 2019).

Voor de gemeenschap kan een crowdsourced platform een instrument bieden om vraag en aanbod van logistieke diensten op elkaar af te stemmen. Daarnaast kan crowdsourced delivery eventueel leiden tot meer werkgelegenheid. Leden van de gemeenschap kunnen in eerste plaats bezorger worden bij een van de crowdsourced leveringsplatformen. In de tweede plaats zouden kmo's als gevolg van de toegenomen afzetmogelijkheden mogelijk extra personeel nodig hebben om aan de toenemende vraag te kunnen voldoen (Le et al., 2019). Tot slot kan de modale keuze van de bezorgers resulteren in gezondheidsvoordelen ten gevolge van crowdsourced initiatieven die fietsen en wandelen stimuleren, zoals TringTring (Buldeo Rai, Verlinde, Merckx, & Macharis, 2017).

2.2 Barrières in de crowdsourced delivery pakketindustrie

2.2.1 Vertrouwen

Een van de belangrijkste barrières voor de veelvuldige toepassing van crowdsourced levering is vertrouwen. Volgens Punel & Stathopoulos (2017) lijdt crowdsourced delivery onder een gebrek van vertrouwen, vergeleken met traditionele verzendmethoden. Slechts 14% van de Amerikaanse bevolking had in 2018 namelijk vertrouwen in crowdsourced delivery. Als gevolg daarvan gaf 75% van deze consumenten de voorkeur aan een professionele pakketdienst boven een bezorgdienst op basis van crowdsourcing (Financial Services Monitor Worldwide, 2018). Teneinde dat crowdsourced bezorging een significante schakel in de bezorgsector kan vormen, is het belangrijk dat het vertrouwen tussen ontvangers en crowdsourced bezorgers gewaarborgd is (Guo et al., 2019). De consument verlangt een tijdige levering zonder schade, derhalve dient hij vertrouwen te hebben in de chauffeur. Chauffeurs zullen eveneens op consumenten dienen te vertrouwen. Zij moeten erop kunnen rekenen dat ze niet worden ingezet voor de levering van illegale of gevaarlijke goederen. Vandaar dat platformen doorgaans aan hun gebruikers vragen om in te stemmen met de algemene voorwaarden, die vaak een clausule inzake verboden goederen bevatten (Le et al, 2019).

Om het vertrouwen verder te bevorderen, hanteren crowdsourced platformen vaak een tweezijdig beoordelingssysteem (Punel & Stathopoulos, 2017). Uber werkt bijvoorbeeld met een dergelijk systeem. Na elke Uber-rit krijgen klant en chauffeur namelijk de kans om elkaar te beoordelen op basis van hun reiservaring. Het tweerichtingsstelsel houdt in dat zowel klanten als bestuurders verantwoordelijk worden gehouden voor hun gedrag tijdens de rit. Hierdoor krijgen toekomstige partijen een beter beeld van de persoon met wie ze meerijden (Uber, 2018). Een dergelijke situatie kan tevens worden vertaald naar pakketbezorging. Het evaluatiesysteem geeft klant en bezorger een beter beeld van wie het pakket vervoert en wiens pakket wordt vervoerd (De Stefano, 2016).

Daarnaast wordt het dankzij een tweezijdig beoordelingssysteem mogelijk voor platformen om ranglijsten op te stellen van hun chauffeurs en klanten (De Stefano, 2016). Dit geeft hen bijvoorbeeld een goed overzicht van de slechtst presterende chauffeurs. Indien gewenst kunnen deze accounts vervolgens worden gedeactiveerd (De Groen & Maselli, 2016). Bovendien kunnen dankzij de rangschikking de bestbetaalde opdrachten worden voorbehouden voor de best presterende chauffeurs. Door een beoordelingssysteem te gebruiken, besteden platformen in feite belangrijke HR-functies uit aan hun eigen klanten, zoals het selecteren van de best en slechtst presterende bezorgers. Dit kan mogelijk de transactie- en beheerkosten van platformen terugdringen, met een potentiële verlaging van de bezorgprijzen tot gevolg (De Stefano, 2016).

Ondanks de voordelen van een tweezijdig beoordelingssysteem moet rekening worden gehouden met twee mogelijke factoren die de kwaliteit en betrouwbaarheid van een dergelijk systeem in het gedrang kunnen brengen. Ten eerste kunnen klanten bijvoorbeeld hun algehele ervaring met het platform beoordelen in plaats van de bezorger die de dienst heeft verricht. Deze situatie zal zich vooral voordoen bij occasionele klanten, die onvoldoende ervaring hebben met kwaliteitsbeoordeling. Ten tweede bestaat het risico dat het beoordelingsmechanisme asymmetrisch werkt. Daarbij weegt de beoordeling door een klant zwaarder door dan de beoordeling door een chauffeur. Bij beide factoren kan een beoordeling

leiden tot negatieve gevolgen voor chauffeurs. Voor hen kan een beoordeling immers doorslaggevend zijn of zij al dan niet in aanmerking komen voor de uitvoering van opdrachten (De Stefano, 2016).

Een ander cruciaal aspect om vertrouwen te winnen, is het waarborgen van de veiligheid van de zending en de ophaling/levering. Elk platform zal deze kwestie op een andere manier benaderen, aangezien hier talrijke mogelijkheden bestaan. Een eerste mogelijkheid is dat platformen de betrokken partijen, in het bijzonder de chauffeurs, natrekken. Daarnaast kan de betaling van bestuurders worden gekoppeld aan een goede pakketaflevering (Punel & Stathopoulos, 2017). Voorts kan een beveiligde online betaling worden toegepast als extra veiligheidsmaatregel (Le et al., 2019). Een laatste mogelijkheid is het garanderen van de levering door middel van een transportverzekering, die al dan niet door het platform wordt aangeboden (Punel & Stathopoulos, 2017). Volgens Le et al. (2019) bieden sommige crowdsourced platformen enkel een basisverzekering aan en kunnen klanten ervoor kiezen om zelf een bijkomende verzekering aan te schaffen.

2.2.2 Capaciteit

2.2.2.1 Bereidheid tot deelneming

Een tweede barrière is de capaciteit van de crowdsourced modellen; in dit verband is het voor platformen van belang dat de vraag naar dergelijke diensten voldoende groot is (Guo et al., 2019). Daarnaast dienen voldoende bezorgers bereid te zijn om leveringen uit te voeren. Zoals vermeld in paragraaf 1.1 is een belangrijk kenmerk van *crowd logistics* dat deze diensten op vrijwillige basis worden verricht. Daarnaast is in paragraaf 2.1.1 aangetoond dat particulieren minder duur zijn dan beroepschauffeurs. Echter, particulieren zijn enkel beschikbaar wanneer het hen uitkomt en voor taken die zij nuttig achten (Sampaio et al., 2019). Voorts zijn deze personen niet altijd actief op de platformen, hoewel zij wel beschikbaar zijn, maar bijvoorbeeld de voorkeur geven aan een andere bezigheid. In Amerika is schijnbaar 11% van de bestuurders een paar keer per jaar actief op het door hen gekozen platform, 11% maandelijks, 12% wekelijks en slechts 6% dagelijks (De Groen & Maselli, 2016). Dit kan leiden tot onzekerheid en mogelijk tot kwaliteitsverlies van de dienstverlening. Professionele chauffeurs mogen weliswaar duurder zijn, zij zijn wel beschikbaar wanneer gewenst. Vermits klanten prijs- en tijdgevoelig zijn, dient het platform mogelijk alsnog professionele chauffeurs in te zetten om de betrouwbaarheid, de capaciteit en de kwaliteit van de dienstverlening te garanderen (Sampaio et al., 2019).

Om te kunnen concurreren met traditionele transportbedrijven zullen platformen dus voldoende capaciteit moeten kunnen garanderen. Bij voorkeur bestaat deze capaciteit voornamelijk uit particuliere chauffeurs, aangezien dit goedkoper is. Voor crowdsourced delivery platformen is het daarom relevant om te weten of er voldoende bereidheid bestaat om deel te nemen. Diverse studies hebben aangetoond dat deze bereidheid om deel te nemen wel degelijk bestaat. Zo zou bijvoorbeeld 72% van de respondenten uit een onderzoek in de Amerikaanse stad Alexandria (2017) bereid zijn om zendingen voor hun vrienden uit te voeren. Daarnaast bleek uit een studie in Rome (2017) dat 87% van de studenten bereid zou zijn om pakketten te leveren als zij daarvoor een passende vergoeding zouden krijgen. Volgens DHL zijn degenen die bereid zijn om als *crowd* te werken voornamelijk millennials (Buldeo Rai, Verlinde, & Macharis, 2018). Daarenboven richten de meeste platformen zich op

dichtbevolkte gebieden zoals steden, met als doel zo veel mogelijk potentiële bestuurders te bereiken (De Groen & Maselli, 2016).

Verder dienen chauffeurs voldoende gemotiveerd te zijn om leveringen uit te voeren. De vijf meest voorkomende motivaties voor crowdsourced delivery volgens De Groen & Maselli (2016) zijn in tabel 3 weergegeven. In deze tabel is onderscheid gemaakt tussen occasionele en gemotiveerde crowdsourced bezorgers. Onder gemotiveerde bezorgers wordt verstaan dat zij voor meer dan 40% van hun maandelijks inkomsten afhankelijk zijn van de collaboratieve economie, of dat het hun belangrijkste bron van inkomsten is, of dat zij geen job kunnen vinden in de conventionele economie. De verschillen in motivatie werden niet besproken door De Groen & Maselli (2016).

Tabel 3

Top 5 motivaties crowdsourced bezorgers

	Occasionele crowdsourced bezorgers	Gemotiveerde crowdsourced bezorgers
1.	Extra inkomen	Primaire bron van inkomsten
2.	Meer geld verdienen dan voorheen	Geen werk in de offline-economie
3.	Zelfstandigheid	Flexibiliteit
4.	Flexibiliteit	Zelfstandigheid
5.	Eigen baas zijn	Eigen werkschema opstellen

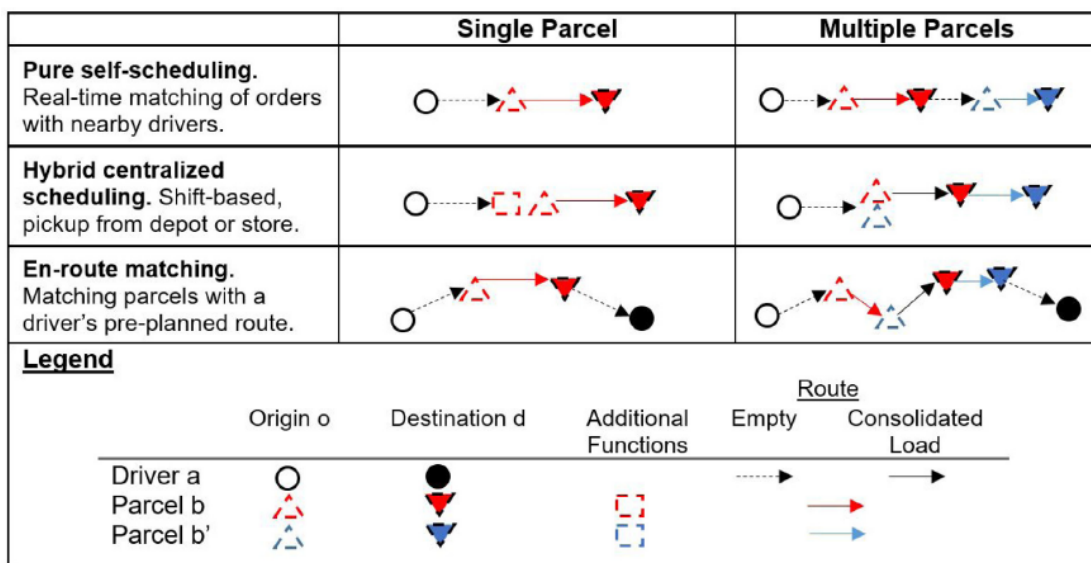
Noot. Aangepast van De Groen & Maselli, 2016.

Echter, deze motivaties, en bijgevolg het vermogen om een toereikende capaciteit te waarborgen, kunnen door verschillende factoren in het gedrang komen. Allereerst is *crowd* logistiek nog een vrij recent concept, waardoor nog enkele technische en juridische uitdagingen bestaan. In paragraaf 3.1 zal bijvoorbeeld worden aangetoond dat *crowd* werkers geen recht hebben op sociale bescherming in België. Dit kan veel onzekerheid opwekken bij bezorgers. Bovendien vergt het bezorgen van pakketten tijd, energie en enkele benodigdheden. Wanneer een bestuurder leveringen uitvoert voor een crowdsourced delivery platform, moet hij of zij transport voorzien en de werkwijze van de bezorgsoftware aanleren. Tot slot kunnen mogelijke veiligheidsproblemen zoals verlies of beschadiging van goederen demotiverend zijn. Vanwege de nieuwheid van het concept heersen nog veel onzekerheden over de verantwoordelijkheden van de betrokken partijen. Wie is bijvoorbeeld verantwoordelijk voor schade aan een pakket (Huang, Xie, Blenkinsopp, Huang, & Bin, 2020)?

Opdat platformen kunnen rekenen op het aantal benodigde bestuurders, moeten zij hen extra stimuleren, zodat de bovengenoemde negatieve factoren kunnen worden gecompenseerd. Tabel 3 illustreert dat voor beide soorten chauffeurs de nadruk vooral ligt op de inkomsten. Bijgevolg hanteren verschillende platformen veelal een dynamische prijszetting. Hierbij stijgen de prijzen als de vraag groter is dan het aanbod, waardoor bestuurders meer kunnen verdienen. Een bijkomend voordeel van deze aanpak is dat het chauffeurs kan motiveren om tijdens piekperiodes beschikbaar te zijn. Daarnaast is het mogelijk dat platformen voorwaarden stellen aan bestuurders. Als chauffeurs niet aan deze voorwaarden voldoen, lopen zij het risico om geen opdrachten meer aangeboden te krijgen. Een platform kan bijvoorbeeld eisen dat bestuurders ten minste 75% van de aanbiedingen aanvaarden op de tijdstippen waarop zij hebben aangegeven beschikbaar te zijn (De Groen & Maselli, 2016).

2.2.2.2 Matching mechanisme bezorger en order

Volgens Alnaggar et al. (2019) probeert elk crowdsourced bezorgplatform potentiële bestuurders aan te trekken door de nadruk te leggen op flexibele werktijden. De mate van flexibiliteit per platform kan evenwel verschillen, afhankelijk van het gebruikte matching mechanisme. Een matching mechanisme behelst hoe een bezorger wordt gematcht aan een leveringsverzoek. Bijgevolg kan dit mechanisme een invloed hebben op de beschikbare bezorgerscapaciteit, aangezien rekening moet worden gehouden met bepaalde voorwaarden naargelang het type matching mechanisme. In deze paragraaf worden vier soorten matching mechanismen gedefinieerd. Wanneer een bepaald mechanisme wordt gebruikt, zal bijgevolg een specifiek transportpatroon worden gevolgd, zoals weergegeven in figuur 2. In deze figuur wordt ook gesproken over *additional functions*, verwijzend naar de mogelijkheid dat een crowdsourced chauffeur tevens andere taken moet uitvoeren, zoals boodschappen doen voor ontvangers (Alnaggar et al., 2019). Dit wordt echter niet verder besproken in deze thesis, gezien de focus ligt op pakketbezorging.



Figuur 2. Transportpatronen gerelateerd aan de matching mechanismen. Overgenomen van Alnaggar et al., 2019.

Het eerste mechanisme is pure zelfplanning. Bezorgers dienen niet vooraf aan te geven op welke tijdstippen ze beschikbaar zijn. Indien ze beschikbaar zijn, loggen ze simpelweg in op de applicatie van het desbetreffende platform en houden ze deze op de achtergrond open. Zodra een opdracht binnenkomt waarvan de ophaling zich binnen een bepaalde straal bevindt van de positie van de chauffeur, wordt hij via de app hiervan op de hoogte gebracht. De chauffeur kan vervolgens kiezen om de zending te accepteren of af te wijzen. Deze werkwijze wordt bijvoorbeeld toegepast door Uber en Uber Eats. Zoals in figuur 2 te zien is, verrichten de bezorgers deze leveringen onmiddellijk, zonder enige tussenstop. De reden hiervoor is dat pure zelfplanning voornamelijk wordt gebruikt voor dringende leveringen met korte tijdsvensters. Vanwege de korte tijdsvensters betreffen de leveringen veelal korte afstanden. In geval van meerdere pakketten wordt daarom eerst het eerste pakket opgehaald en afgeleverd, dan het tweede pakket, enz. Doordat de pakketten elk afzonderlijk worden afgeleverd, vervalt de noodzaak van een routeringssysteem, in tegenstelling tot bij hybride gecentraliseerde planning. Dit matching systeem schept onzekerheid doordat de beschikbaarheid van bestuurders niet van tevoren bekend is.

Daarenboven beperken de korte tijdsvensters het aantal mogelijke matches aanzienlijk (Alnaggar et al., 2019).

Hybride gecentraliseerde planning is een tweede methode. Binnen deze aanpak gelden twee mogelijkheden. Ten eerste kunnen chauffeurs van tevoren aangeven wanneer ze beschikbaar zijn. Gedurende deze aangegeven tijdsblokken zullen ze vervolgens leveringsaanbiedingen ontvangen. De tweede mogelijkheid is dat chauffeurs zelf shiften kunnen kiezen waarin ze willen werken. De planning wordt vervolgens opgesteld via een *first come, first served* regeling. In tegenstelling tot de eerste variant wordt de planning vooraf bekend gemaakt, meestal tot een week van tevoren. Op deze manier hebben bezorgers de garantie dat als gedurende hun shift een bezorgverzoek binnenkomt, zij dit mogen uitvoeren. Bij de eerste optie worden de leveringsaanbiedingen namelijk pas op het laatste moment verstuurd en mag degene die het eerst reageert, de levering verzorgen. Zoals blijkt uit figuur 2, wordt bij meerdere pakketten de levering geconsolideerd in een ophaalpunt om schaalvoordelen te bekomen. Vanwege de consolidatie van pakketten is een efficiënt routingssysteem nodig om transportkosten te reduceren. Een veel gebruikt systeem bij dit soort planning is het *vehicle routing problem* (VRP) (Alnaggar et al., 2019). VRP tracht de best mogelijke route voor te stellen, rekening houdend met het aantal klanten dat moet worden bediend en de beschikbare bezorgers (Golden, Raghavan, & Wasil, 2008). Volgens Sajaykumar (2020) bestaan er verschillende varianten van VRP, nochtans geven Alnaggar et al. (2019) niet aan welke variant het meest geschikt is voor hybride gecentraliseerde planning. Voor een succesvolle consolidatie is overigens een grote vraag vereist. Daarom wordt deze manier van plannen vooral gebruikt als een *last mile delivery* oplossing voor bedrijven met een significante dagelijkse vraag. Amazon Flex gebruikt bijvoorbeeld dit type van matching mechanisme. Voorts vermindert deze vorm van planning stevast de onzekerheid, ongeacht welke van de twee opties wordt toegepast. Een dergelijke planning maakt het namelijk mogelijk om het aanbod van beschikbare bezorgers te voorspellen. Daarnaast komt dit type planning het dichtst in de buurt van de manier waarop traditionele leveringsdiensten opereren. Wegens de onzekerheid in de klantvraag is het evenwel moeilijk om een goede raming te maken van het aantal benodigde bezorgers en de duur van de shiften (Alnaggar et al., 2019).

De derde mogelijkheid is *en-route* matching. Bij deze vorm van matching worden chauffeurs gematcht met leveringsverzoeken die op de route liggen van een vooraf geplande rit. Een reiziger of pendelaar geeft op het platform de datum, de tijd, de vertrek- en aankomstplaats van een geplande reis aan. Vervolgens matcht het platform de reiziger met leveringsaanvragen, met inachtneming van een minimale afstand- of tijdsafwijking ten opzichte van de oorspronkelijke reisroute. Het platform kan bijvoorbeeld de voorwaarde stellen dat slechts 5 kilometer of 5 minuten mag worden afgeweken van de geplande rit van de bezorger om een pakket op te halen of af te leveren. Zodoende heeft deze vorm van matching een positief effect op het milieu. PiggyBee gebruikt bijvoorbeeld dit type matching mechanisme. Let wel, anders dan bij pure zelfplanning is de eindbestemming van het pakket niet de eindbestemming van de bestuurder. Niettemin, omdat de levering wordt afgestemd op de rit van de bezorger, kan deze zowel korte als lange afstanden omvatten (Alnaggar et al., 2019).

De laatste mogelijkheid is *bulletin-board type* matching. Bij dit systeem plaatsen afzenders bezorgingsverzoeken op het platform en kunnen bezorgers verzoeken selecteren die overeenkomen met hun schema en voorkeur. Dergelijke systemen hanteren geen algoritme dat chauffeurs automatisch met

afleveringsverzoeken matcht. De match komt voornamelijk tot stand doordat beide partijen informatie met elkaar uitwisselen. Zoals reeds vermeld, gebruikt PiggyBee het *en-route* mechanisme. Echter, dit platform combineert in feite *en-route* matching met een variatie op *bulletin-board type* matching. Een reiziger publiceert zijn reisplannen op het PiggyBee platform en een klant die iets op dat traject wil verzenden of ontvangen neemt contact op met de reiziger. Vervolgens wordt informatie uitgewisseld over de levering en wordt een prijs afgesproken. *Bulletin-board type* matching is niet opgenomen in figuur 2. De route bij dit type matching verloopt evenwel volgens het patroon van mechanisme 1 of 3. Dit betekent dat een bestuurder die zichzelf manueel aan een verzoek koppelt, een specifieke rit kan uitvoeren zoals bij pure zelfplanning. Daarnaast kan de bezorger opteren om zichzelf te koppelen aan een *en-route* opdracht, zoals bij *en-route* matching. Aangezien de afspraken onderling worden gemaakt, komen zowel korte als lange afstanden voor (Alnaggar et al., 2019). Bij deze manier van plannen kan een platform overigens geen specifieke capaciteit garanderen, aangezien ze afhankelijk zijn van de voorkeur en het schema van de bezorgers.

Zoals eerder vermeld, werken verschillende platformen zowel met occasionele als met professionele chauffeurs. Aangezien occasionele chauffeurs goedkoper zijn, zoals uiteengezet in paragraaf 2.1.1, wordt de voorkeur gegeven aan het matchen van deze bestuurders met een levering. Indien echter geen match wordt gevonden, kan alsnog een beroep worden gedaan op een professionele bestuurder, waardoor de levering gegarandeerd is (Gdowska, Viana, & Pedroso, 2018).

2.2.3 Privacy

De privacy van platformgebruikers vormt de laatste barrière. Individuen die gebruik maken van crowdsourced diensten, hetzij als aanvrager of bezorger, zullen immers persoonlijke informatie moeten delen met het platform en de tegenpartij. Aan de verwerking van persoonsgegevens zijn evenwel voorwaarden verbonden. Deze worden besproken in paragraaf 3.3.

Bij de meeste platformen wordt informatie op een quasi-anonieme manier gedeeld tussen bezorger en aanvrager. Meestal hebben beide partijen geen directe relatie met elkaar, aangezien het platform als tussenpersoon fungeert. Indien toch directe interactie vereist is, kan persoonlijke informatie worden geanonimiseerd door met pseudoniemen te werken (Kandappu, Friedman, Sivaraman, & Boreli, 2015). Daarnaast bestaan evenwel platformen waarbij informatie niet kan worden geanonimiseerd. Op de website van PiggyBee staan bijvoorbeeld verschillende reisbestemmingen opgesomd. Tevens zijn de reisdata, het vertrekpunt, de voornaam en initialen van de achternaam en eventueel een foto van de bezorger weergegeven (PiggyBee, 2020). Hoewel pseudoniemen kunnen worden gebruikt, kan het vrijgeven van persoonlijke informatie, zij het in kleine hoeveelheden, zich mettertijd opstapelen. In het geval van PiggyBee, zou deze informatie kunnen worden verzameld door de aanvrager van de dienst of door het platform. Met behulp van deze informatie kunnen personen worden geprofileerd en geïdentificeerd (Kandappu et al., 2015). *Crowd* bestuurders lopen bijgevolg een groot risico. Soortgelijke informatie kan ook worden verkregen over de aanvrager, waardoor deze eveneens aan risico's wordt blootgesteld.

Bijgevolg wordt elke betrokkene een privacybeschermer. Om deze situatie te verduidelijken, is de crowdsourcing applicatie Be My Eyes een uitermate geschikt voorbeeld (Xia & McKernan, 2020). Be My

Eyes is een gratis app die blinden en slechtzienenden door middel van een live videogesprek verbindt met ziende vrijwilligers als visuele hulp (Be My Eyes, 2020). Bij Be My Eyes moeten visueel gehandicapten kunnen vertrouwen op de integriteit en oprechtheid van de *crowd* werkers die 'hun ogen zijn'. Het is namelijk mogelijk dat de privacy van de aanvrager in het gedrang komt als de medewerker besluit om misbruik te maken van persoonlijke informatie die tijdens de aanvraag wordt onthuld (Xia & McKernan, 2020). Stel dat een slechtzienend persoon iemand oproept om te vragen welke creditcard hij of zij vasthoudt. De vrijwilliger beschikt in dat geval over het kaartnummer van de visueel gehandicapte en zou daar mogelijks misbruik van kunnen maken. Derhalve kan worden gesteld dat het vertrouwen, zoals besproken in paragraaf 2.2.1, eveneens een belangrijke rol speelt bij de privacybescherming van de betrokken partijen.

In het algemeen kunnen op het gebied van crowdsourcing vier soorten mogelijke privacyrisico's onderscheiden worden. Het eerste risico is dat informatie wordt verzameld zonder dat de betrokken partijen daarvan op de hoogte zijn. Ongeautoriseerde verspreiding van informatie is een tweede risico (Xia & McKernan, 2020). Platformen kunnen bijvoorbeeld persoonlijke informatie verzamelen en vervolgens verkopen met het oog op winst. Meestal gebeurt dit zonder medeweten en toestemming van de personen op wie de gegevens betrekking hebben (Kandappu et al., 2015). Een derde mogelijkheid is een inbreuk op de privacy. Hierbij gaat het bijvoorbeeld om gerichte intimidatie van individuen in de vorm van online en/of fysieke stalking. Tot slot kunnen zich misleidende praktijken voordoen. Dit betreft vooral malafide crowdsourcing, waarvan phishing, malware en oplichting enkele voorbeelden zijn (Xia & McKernan, 2020). Phishing is een vorm van fraude waarbij mensen worden misleid tot het bezoeken van een valse website die lijkt op de echte website, met als doel dat de gebruikers hun gevoelige informatie prijsgeven. Bij Amazon Mechanical Turk (MTurk) hebben zich al enkele gevallen van phishing voorgedaan. MTurk is een crowdsourced marktplaats waar taken zoals het deelnemen aan enquêtes tegen betaling kunnen worden uitgevoerd. Opdrachtgevers creëerden bijvoorbeeld een nepopdracht, die de uitvoerders naar een vals inlogscherf brachten. Door in te loggen op deze website gaven de uitvoerders persoonlijke informatie, zoals betalingsgegevens, vrij aan de fraudeurs. Verder is malware een software die ontworpen is om computers schade toe te brengen. Het is bijvoorbeeld bij MTurk-opdrachten al voorgekomen dat uitvoerders werden gevraagd software te downloaden of te installeren die achteraf malware bleek te zijn (Xia, Wang, Huang, & Shah, 2017).

2.3 Overzicht literatuurstudie

Samenvattend, volgens de wetenschappelijke literatuur kent de crowdsourced delivery pakketindustrie vier opportuniteiten en drie (als het wettelijk kader wordt meegerekend vier) barrières. Deze opportuniteiten en barrières zullen in deze paragraaf kort worden samengevat.

De voornaamste opportuniteit is de prijs. Buldeo Rai, Verlinde, & Macharis (2018) stellen namelijk dat crowdsourced delivery goedkoper is dan traditionele bezorging vanwege de lage algemene kosten. Platformen steunen voornamelijk op technologie. Daarnaast kan het gebruikte beloningssysteem van invloed zijn op de prijs.

Verder biedt een samenwerking met kmo's tevens een opportuniteit voor *crowdshipping*. Door het inzetten van crowdsourced delivery kunnen handelaren wellicht beter concurreren met online webshops. Volgens wetenschappelijke literatuur zou crowdsourced delivery kunnen resulteren in een goedkope, snelle, meer gepersonaliseerde en traceerbare verzending.

Daarnaast kan crowdsourced delivery een positieve milieu-impact hebben. Echter, dit is afhankelijk van drie factoren: het transportgedrag van bezorgers, de consolidatie van pakketten, en de transportkeuze van de bezorger. Verder kan het ook een positieve sociale impact hebben voor de consument en de gemeenschap, onder andere door meer werkgelegenheid.

De belangrijkste barrière wordt gevormd door het vertrouwen. Volgens Punel & Stathopoulous (2017) kampt crowdsourced delivery met een gebrek aan vertrouwen. Immers, wederzijds vertrouwen tussen bezorger en ontvanger is enorm belangrijk. Platformen kunnen het vertrouwen bevorderen door een tweezijdig beoordelingssysteem te implementeren en de veiligheid van de zending te waarborgen.

Opdat crowdsourced delivery in voldoende mate zou kunnen concurreren met traditionele bezorgbedrijven, is het belangrijk dat zij over een voldoende aantal bezorgers beschikken. Hiervoor wordt gekeken naar twee verschillende aspecten, namelijk de bereidheid tot deelneming en het gehanteerde matching mechanisme. Volgens Buldeo Rai, Verlinde, & Macharis (2018) bestaat er een zekere mate van bereidheid om als bezorger te participeren. Echter, particuliere bezorgers zijn niet altijd beschikbaar, stellen Sampaio et al. (2019). Indien nodig kunnen professionele chauffeurs worden ingezet, wat evenwel duurder is. Overigens moet de vraag naar crowdsourced bezorging ook voldoende groot zijn.

Ten slotte kunnen vier potentiële privacyrisico's worden waargenomen bij crowdsourcing, met name ongeautoriseerde informatieverzameling en -verspreiding, een inbreuk op de privacy, en misleidende praktijken zoals phishing en malware.

3 Desk research

In paragraaf 1.1 is al aangestipt dat de Europese transportmarkt streng gereguleerd is. Daarnaast is door Le, et al. (2019) aangehaald dat wetgeving een belangrijke barrière kan zijn voor crowdsourced platformen. Omdat de wetgeving van land tot land verschilt, is besloten om het Belgisch wettelijk kader dat van toepassing is op crowdsourcing te bespreken aan de hand van desk research.

3.1 Wet onbelast bijverdienen

Tot enkele jaren geleden was de Belgische wetgeving onduidelijk over de mogelijkheden om particulieren te vergoeden voor verleende diensten. In 2018 trad de wet op het onbelast bijverdienen in werking (Vlaanderen, 2020a). Deze wet impliceert dat *crowdsourced* werkers de keuze hebben tussen twee verschillende statuten, namelijk het *peer-to-peer* (P2P) en het zelfstandige statuut (Deliveroo, 2020a). Indien P2P wordt gekozen, mogen particulieren in totaal tot 6.340 euro in 2020 bijverdienen. Dit is echter onder bepaalde voorwaarden, waarbij een onderscheid zal worden gemaakt tussen algemene voorwaarden die van toepassing zijn op elke sector en aanvullende voorwaarden die uitsluitend van toepassing zijn op de deelsector. De eerste algemene voorwaarde is dat aanvullende inkomsten uitsluitend mogen worden gerealiseerd in de volgende context: diensten van burger tot burger, verenigingswerk en de deeleconomie. Ten tweede dienen de uitgevoerde werkzaamheden te worden geregistreerd op de website bijklussen.be. Deze website is een initiatief van de Rijksdienst voor Sociale Zekerheid en de Federale Overheidsdienst Financiën (Vlaanderen, 2020a).

In de deelsector is het in de eerste plaats van belang dat het gebruikte platform is opgenomen in de lijst van erkende platformen (Vlaanderen, 2020a). Op deze lijst staan momenteel 89 platformen. Hiervan coördineren twee platformen, Listminut en WeTasker, verschillende activiteiten zoals schoonmaak of tuinonderhoud, maar ook crowdsourced pakketbezorging. Slechts zes platformen bieden uitsluitend crowdsourced levering aan, namelijk Vengo, Shippr, Paxi, Howdy, Hytchers en Zaatch (Federale Overheidsdienst Financiën, 2020). Ten tweede moet de klant vooraf weten welke vergoeding hij of zij zal betalen aan de bezorger. Ten slotte kan de bezorger alleen worden vergoed door de particulier die de dienst aanvraagt. Het platform kan derhalve niet optreden als betalende partij (Deliveroo, 2020a).

Daarnaast kan tevens het zelfstandige statuut worden gekozen. Het is mogelijk om rechtstreeks voor dit statuut te kiezen of wanneer een P2P-chauffeur het plafond van 6.340 euro overschrijdt, zal hij eveneens als zelfstandige worden belast. Deze belasting wordt dan geheven vanaf de eerste euro die boven het maximumbedrag wordt verdiend en dit over het volledige bedrag. Indien gekozen wordt voor het zelfstandige statuut, moet worden onderstreept dat een zelfstandige een winstgevende beroepsactiviteit uitoefent zonder dat hij door een arbeidsovereenkomst met een werkgever verbonden is. In dit opzicht is een zelfstandige zijn eigen baas. Mede op vlak van de sociale zekerheid wordt de bezorger als zelfstandige beschouwd. Hij is dus verplicht zich aan te sluiten bij een sociaal verzekeringsfonds, een ziekenfonds en sociale zekerheidsbijdragen te betalen. Daarenboven is de bezorger verplicht om in het bezit te zijn van een ondernemingsnummer. Deze voorwaarden zijn niet van toepassing op bezorgers die onder het P2P-statuuut vallen. Naast deze verplichtingen genieten zelfstandigen tevens bepaalde rechten op gebied van gezinsbijslag, ziekte- en invaliditeitsverzekering, moederschapsverzekering, pensioen en overbruggingsrechten (Deliveroo, 2020b).

De regelgeving inzake onbelaste bijverdiensten, meer specifiek het P2P-statuut, werd evenwel in april 2020 door het Grondwettelijk Hof nietig verklaard. Bijgevolg zal het vanaf 2021 niet langer mogelijk zijn om in het kader van deze regeling belastingvrije inkomsten te verwerven. De afschaffing kwam tot stand na kritiek van verschillende beroepsorganisaties en vakbonden. Het Grondwettelijk Hof oordeelde op basis van de kritiek dat in deze situatie sprake is van discriminatie. In de eerste plaats leidt een prestatie in het oude stelsel niet tot de opbouw van sociale rechten. Een werknemer in loondienst of een zelfstandige die hetzelfde werk verricht, moet belastingen betalen en heeft bijgevolg recht op sociale bescherming (Paelinck, 2020). In de tweede plaats hebben platformen als gevolg van de oude regeling lagere kosten dan reguliere bedrijven. Voor arbeiders betalen reguliere bedrijven doorgaans bijdragen variërend van 38,93 tot 40,86%, afhankelijk van de grootte van het bedrijf, alsook 10,27% vakantiegeld. Deze percentages worden berekend op 108% van het brutoloon. Concreet kost bijvoorbeeld een bruto uurloon van 8,50 euro de onderneming 13 euro (Unizo, 2018). Doordat de bezorgers in principe niet in dienst zijn, kunnen crowdsourced platformen deze kosten vermijden.

Alexander De Croo meldt dat de deeleconomie vanaf 2021 terugvalt op een regeling uit 2016, de zogenaamde programmawet of de De Croo-wet. Het onderscheid tussen het P2P- en het zelfstandige statuut blijft echter wel bestaan. Als gevolg is de occasionele bijverdienste onder het P2P-statuut via een erkend deelplatform onderhevig aan een belastingtarief van 10,70% op het brutoloon (Paelinck, 2020). Deze 10,70% bestaat uit 10% bedrijfsvoorheffing en 0,70% gemeentebelasting. De bedrijfsvoorheffing wordt in feite berekend tegen een tarief van 20%, met een aftrek van 50% forfaitaire kosten, met als resultaat 10%. De gemeentebelasting varieert naar gelang de gemeente waar de bezorger woonachtig is, met een gemiddelde van 0,70%. In januari 2021 dienen bezorgers dit belastingtarief zelf te betalen, maar vanaf 1 februari 2021 zal het door de platformen worden betaald (Listminut, 2021). Bovendien hanteert de wet De Croo eveneens een jaarlijks verdienplafond, dat in 2021 6.390 euro bedraagt. Zodra een persoon 6.391 euro verdient, wordt het volledige brutosalaris beschouwd als beroepsinkomen en zal het worden belast tegen de gebruikelijke tarieven, die kunnen oplopen tot 50%. Daarbovenop zullen chauffeurs vanaf die drempel ook BTW- en socialezekerheidsverplichtingen hebben (De Rouck, 2021).

De wet op onbelaste bijverdiensten maakte het voor crowdsourced platformen mogelijk om goedkope arbeidskrachten aan te trekken die graag belastingvrij willen bijverdienen. Het is weinig waarschijnlijk dat de wetswijziging hierin verandering zal brengen. Het verdienplafond is immers nagenoeg gelijk gebleven en bezorgers worden nauwelijks getroffen door de invoering van de belasting. Voor de platformen brengt dit wel hogere kosten met zich mee, al liggen deze nog altijd 20 tot 30% lager dan de kosten voor een reguliere arbeider.

3.2 Richtlijn Transparante en Voorspelbare Arbeidsvoorwaarden (RTVA)

Op 20 juni 2019 werd in Europa een nieuwe richtlijn aangenomen betreffende transparante en voorspelbare arbeidsomstandigheden (RTVA). De Europese lidstaten moeten de bepalingen uiterlijk op 1 augustus 2022 in nationale wetgeving hebben omgezet. De RTVA introduceert minimumrechten op het gebied van arbeidsomstandigheden voor alle werknemers in Europa. Deze richtlijn heeft betrekking op alle personen die gedurende een periode van vier opeenvolgende weken meer dan drie uur per week werken, zoals bijvoorbeeld occasionele crowdsourced delivery bezorgers. Zelfstandigen vallen niet onder de RTVA (Hendrickx, 2019; Kokje, 2019).

De RTVA schrijft een aantal basisrechten voor. Zo zijn werkgevers bijvoorbeeld verplicht hun werknemers binnen zeven dagen na het begin van de dienstbetrekking schriftelijk in kennis te stellen van hun rechten en plichten, zoals het basissalaris, de duur van een normale werkdag en of het werkrooster variabel is... In het geval van een variabel rooster moet de werkgever de referentiedagen waarop de werknemer kan worden verplicht te werken en het aantal gegarandeerde betaalde uren meedelen. Door het vaststellen van de referentiedagen kan een werknemer recht hebben op een vergoeding als de werkgever een overeengekomen werkopdracht annuleert. Het doel van deze informatieverstrekking is dat werknemers beter kunnen nagaan of al hun rechten en plichten gewaarborgd zijn. Dit zou de arbeidsmarkt transparanter en eerlijker moeten maken (Hendrickx, 2019; Kokje, 2019).

Daarnaast was het voor de invoering van de RTVA mogelijk dat een werkgever een werknemer verbod om nevenwerkzaamheden te verrichten, hetgeen nu niet meer kan. Bovendien is bepaald dat indien de werknemer nevenactiviteiten verricht, hij daarvan geen nadelige gevolgen mag ondervinden van de werkgever. Mede dankzij de vastgestelde referentiedagen is het voor de werknemer dus mogelijk om andere activiteiten te plannen en kan hij zonder gevolgen een opdracht weigeren indien deze buiten de vastgestelde werkdagen valt (Hendrickx, 2019; Kokje, 2019).

In het geval van crowdsourced delivery maakt de RTVA het mogelijk dat bezorgers op verschillende platformen actief kunnen zijn zonder daar nadeel van te ondervinden, wat de capaciteit ten goede komt. Toch is het voor platformen tamelijk eenvoudig om onder deze wetgeving uit te komen. Zij hoeven bijvoorbeeld alleen maar te zorgen dat bezorgers slechts twee uur per week of geen vier opeenvolgende weken werken.

3.3 Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG)

In paragraaf 2.2.3 wordt aangegeven dat platformen over een grote hoeveelheid informatie van hun klanten en bezorgers kunnen beschikken. De verwerking van deze persoonsgegevens is aan bepaalde voorschriften onderworpen. Sinds 24 mei 2016 geldt voor alle lidstaten van de Europese Unie een nieuwe wet, namelijk de Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG). Organisaties kregen evenwel tot 25 mei 2018 om hun bedrijfsvoering in lijn te brengen met AVG. Deze nieuwe verordening vervangt de Privacywet, die in België op 8 december 1992 in werking is getreden (Vlaanderen, 2020b).

Krachtens AVG mogen persoonsgegevens alleen met een gerechtvaardigde reden worden verwerkt. Het begrip persoonsgegevens is zeer ruim en omvat alle informatie over een persoon waarmee deze rechtstreeks of onrechtstreeks kan worden geïdentificeerd. In het kader van AVG wordt geen onderscheid gemaakt tussen vertrouwelijke of openbaar toegankelijke informatie en professionele of niet-professionele informatie. Voorbeelden van persoonsgegevens zijn een adres, locatiegegevens, IP-adres... Het verwerken van gegevens impliceert al hetgeen met informatie kan gebeuren, bijvoorbeeld: opvragen, opslaan in een database of publiceren op het internet (Vlaanderen, 2020b).

Persoonsgegevens mogen zodoende alleen voor een specifiek en toegelicht doel worden verzameld. Derhalve mogen deze gegevens niet voor andere doeleinden worden aangewend. Daarnaast wordt bij AVG uitgegaan van zes regels omtrent correcte informatieverwerking. Ten eerste moet de verwerking van persoonsgegevens rechtmatig en transparant verlopen. Gegevens mogen niet lukraak worden verzameld. Ten tweede is het verplicht de personen wier gegevens worden verzameld, op de hoogte te stellen van wat met hun gegevens gebeurt. De verwerking moet dus te rechtvaardigen zijn en moet tevens verantwoord worden. Verder dient de gegevensverwerking zo correct mogelijk te zijn. De vierde regel betreft integriteit en vertrouwelijkheid. Gegevens mogen niet worden gewijzigd en uitsluitend bevoegde personen hebben recht op toegang tot, gebruik van en/of verwerking van de gegevens. Ten vijfde wordt een beperking op het bewaren van gegevens opgelegd. Persoonlijke gegevens mogen niet voor onbeperkte tijd worden bewaard. Zodra gegevens niet meer relevant zijn, moeten ze worden gewist of op gepaste wijze worden vernietigd. Ten slotte mogen gegevens niet worden doorgegeven zonder de schriftelijke toestemming van de persoon (Vlaanderen, 2020b).

Elk Europees land kan zijn eigen controleorgaan aanwijzen dat toeziet op de correcte naleving van AVG. In België is deze taak toegewezen aan de Gegevensbeschermingsautoriteit (GBA). Deze onafhankelijke instantie is verantwoordelijk voor de controle en heeft eveneens de mogelijkheid om de overtredende partij te beboeten (Gegevensbeschermingsautoriteit, 2020). Zowel bedrijven als particulieren kunnen beboet worden. Het bedrag van de boete varieert per dossier. Sedert de inwerkingtreding van AVG heeft GBA reeds diverse boetes en/of schadeclaims uitgedeeld, gaande van 1.000 tot 600.000 euro (Maes, 2020).

Voor zowel de crowdsourced platformen, als de traditionele pakketbedrijven, leidt AVG tot meer administratieve handelingen. Gegevens moeten bijvoorbeeld adequaat worden opgeslagen en de verantwoordingsplicht voor gegevensopslag moet worden gewaarborgd. Daarnaast geeft deze verordening consumenten en bezorgers de zekerheid dat persoonsgegevens bijvoorbeeld niet onbeperkt worden opgeslagen.

3.4 Europese regelgeving omtrent wegtransport

In Europa zijn de regels voor het wegvervoer vastgelegd in Verordening (EG) nr. 1071/2009. Hierin wordt gespecificeerd dat elke onderneming die voor rekening van derden goederen vervoert met een motorvoertuig of een samenstel van voertuigen, het beroep van ondernemer van goederenvervoer over de weg uitoefent. Om als beroepsgoederenvervoerder te mogen opereren, moet bovendien aan vier voorwaarden worden voldaan. Ten eerste moeten ondernemingen die werkzaam zijn in het wegvervoer een effectieve en stabiele vestiging hebben in een Europese lidstaat voor de bewaring van hun essentiële bedrijfsdocumenten. Een goede reputatie is een tweede vereiste. De persoon die het wegtransport organiseert, mag niet veroordeeld zijn voor ernstige, herhaalde of recente strafbare feiten. Het bewijs van betrouwbaarheid wordt gewoonlijk geleverd door een certificaat van goed gedrag dat maximaal drie maanden geldig is. Dienovereenkomstig kan de vergunning worden ingetrokken bij veroordelingen of herhaalde overtredingen in verband met vervoersactiviteiten, zoals het schenden van de regels inzake lonen en arbeidsomstandigheden en het niet naleven van de rij- en rusttijden van de bestuurders... Ten derde moet een officieel getuigschrift van vakbekwaamheid kunnen worden voorgelegd (Blauwens, De Baere, & Van de Voorde, 2020). Ten slotte moet voldoende financiële draagkracht worden aangetoond. De kandidaat-vervoerder dient derhalve een borgsom van 9.000 euro voor het eerste voertuig en 5.000 euro voor elk bijkomend voertuig te stellen (Federale Overheidsdienst Financiën, 2021). Als voldaan is aan bovengenoemde voorwaarden, kan elke natuurlijke persoon of onderneming een vervoersvergunning aanvragen, dewelke nodig is om het beroep van vervoerder te kunnen uitoefenen. Volgens de Europese wetgeving moet enkel een transportvergunning worden aangevraagd als het laadvermogen meer dan 3,5 ton bedraagt, maar de lidstaten kunnen deze grens desgewenst verlagen. België heeft bijvoorbeeld besloten de grenswaarde voor het laadvermogen te verlagen tot 500 kilogram (Blauwens et al., 2020).

In verband met de bezorgers moet worden voldaan aan een aantal voorwaarden met betrekking tot de leeftijd en de maximale rij- en rusttijd. De minimumleeftijd is 18 jaar. Verder is de maximale rijtijd 9 uur per dag. Na ten minste elke 4,5 uur moet een pauze van minstens 45 minuten worden genomen. Ten slotte geldt een maximum van 6 rijperiodes per week, waarvan de wekelijkse rijtijd beperkt is tot 56 uur. De regels inzake rij- en rusttijden gelden uitsluitend voor voertuigen met een laadvermogen van meer dan 3,5 ton (Blauwens et al., 2020).

Bij het lezen van Verordening (EG) nr. 1071/2009 rijzen nog enkele onduidelijkheden. Uit de definitie van beroepsgoederenvervoerder wordt namelijk niet duidelijk of bedoeld wordt dat de voertuigen op naam van het bedrijf moeten staan of dat de voertuigen ook op naam van iemand anders mogen staan. Als deze voertuigen op naam van de onderneming moeten staan, hetzij door leasing hetzij door aankoop, vallen crowdsourced platformen bijgevolg niet onder deze wetgeving. Dit is evenwel onvoldoende gespecificeerd. Daarnaast is het niet duidelijk of particuliere bezorgers eveneens over een vervoersvergunning moeten beschikken, indien platformen wel onder de genoemde wet vallen. Deze bezorgers zijn immers niet in dienst van de platformen, wat zou kunnen impliceren dat zij niet onder de vervoersvergunning van het platform vallen. Moeten particulieren voortaan dan ook een borgsom van 9.000 euro betalen als ze met hun wagen pakjes willen bezorgen? Dit zou desastreuze gevolgen hebben voor de crowdsourced delivery sector. Deze onduidelijkheden tonen aan dat de vervoerswetgeving niet

gedetailleerd genoeg is en onvoldoende is afgestemd op innovatieve concepten zoals crowdsourced delivery.

3.5 Postwet

In Europa wordt een onderscheid gemaakt tussen de aanbieder van de universele postdienst en andere aanbieders (BIPT, 2021). De universele postdienst dient te waarborgen dat iedereen gemakkelijk en betaalbaar post kan versturen. Daartoe moeten onder meer voldoende postpunten en brievenbussen beschikbaar zijn (Rijksoverheid, 2021). Voor België neemt bpost de taak van universele postdienst op zich. Deze taak is voorlopig van toepassing tot 31 december 2023, en kan daarna eventueel verlengd worden (BIPT, 2021).

Bpost moet, als aanbieder van de universele dienst, aan bepaalde kwaliteitseisen voldoen. Hierop zal niet verder worden ingegaan, aangezien dit niet tot de kern van deze thesis behoort. Andere aanbieders van postdiensten³ zijn niet onderworpen aan dergelijke kwaliteitsnormen. Wel moeten alle aanbieders van postdiensten voldoen aan een aantal verplichtingen. Tevens crowdsourced delivery platformen vallen onder deze verplichtingen. De meest relevante verplichtingen zullen worden besproken. Ten eerste moeten aanbieders voldoen aan de essentiële eisen, meer specifiek de voorwaarden met betrekking tot de vertrouwelijkheid van brievenpost, de bescherming van persoonsgegevens, de bescherming van het milieu, enz. Ten tweede is het verboden om bewust poststukken te vervoeren of te verspreiden met uiterlijke opschriften die duidelijk in strijd zijn met de goede zeden of de openbare orde. Ten slotte moeten personen die postzendingen⁴ vervoeren, zich herkenbaar maken door bijvoorbeeld het logo te dragen van het postbedrijf waarvoor zij de levering verrichten. Voorts moeten postzendingen, met uitzondering van kranten, voorzien zijn van een identificatiemerken aan de hand waarvan kan worden vastgesteld welke dienstverlener de zending heeft behandeld (BIPT, 2021). Vandaar dat het logo van het betrokken postbedrijf steeds op het verzendetiket staat.

Naast de voorwaarden waaraan moet worden voldaan, geldt voor postale dienstverleners tevens de verplichting een vergunning aan te vragen. Deze vergunning heeft uitsluitend betrekking op brievenpost en is dus niet vereist voor pakketten (art. 6 §1 Wet betreffende de postdiensten). Deze thesis gaat ervan uit dat crowdsourced leveringsplatformen enkel pakketten leveren en bijgevolg niet over een dergelijke licentie moeten beschikken.

³ Een postdienst is een dienst die bestaat uit het ophalen, sorteren, vervoeren en distribueren van postzendingen (art. 2 lid 1 Wet betreffende de postdiensten).

⁴ Een postzending is een geadresseerde zending waarvan het gewicht niet meer dan 31,5 kilogram bedraagt. Het kan gaan om zowel brievenpost als postpakketten (art. 2 lid 7 Wet betreffende de postdiensten).

4 Empirische studie

In deze empirische studie zullen de antwoorden uit de interviews worden vergeleken met elkaar en met de wetenschappelijke literatuur. In paragraaf 1.3 is reeds aangegeven dat negen respondenten zijn geïnterviewd. Hierbij is nadrukkelijk gekozen om respondenten met verschillende achtergronden te selecteren. Bijgevolg is het van belang om dieper in te gaan op deze achtergrondinformatie, aangezien deze vaak tot uiting komt in hun antwoorden. Daarom zal in paragraaf 4.1 een introductie van de negen respondenten worden gegeven. In de daaropvolgende paragrafen wordt nader ingegaan op hun antwoorden.

4.1 Introductie respondenten

De eerste respondent is Heidi Leten (volledige interviewtranscripten zijn opgenomen in Bijlage I), momenteel teammanager bij H.Essers. Voordien werkte zij ruim 26 jaar binnen de expressdienst van H.Essers, die zich bezighoudt met spoedtransporten, zowel voor B2B als B2C. De chauffeurs, veelal éénmansbedrijven, fungeren als onafhankelijke onderaannemers die op ad hoc-basis worden gecontacteerd. Hoewel het bedrijf al jaren met dezelfde bezorgers werkt, ontbreekt een vast contract en garandeert H.Essers geenszins een vast aantal kilometers per maand. Deze werkwijze valt onder de noemer subcontracting, zoals beschreven in paragraaf 1.3.

Thomas Kauffmann (volledige interviewtranscripten zijn opgenomen in Bijlage II), medeoprichter van het crowdsourced delivery platform Vengo, is de tweede respondent. Sinds 2019 is hij evenwel niet meer betrokken bij het bedrijf en werkt hij bij Mondelēz International, waar hij verantwoordelijk is voor de globale transportstrategie. Mondelēz International maakt zelf eveneens gebruik van crowdsourcing platformen zoals Uber Freight in Amerika. Het initiële concept van Vengo was B2C, namelijk het verbinden van professionele bezorgbedrijven met particulieren die bijvoorbeeld een zetel wilden vervoeren. Uiteindelijk is het platform overgestapt op B2B-transport, omdat bedrijven veel realistischer zijn wat betreft beschikbaarheid en prijsstelling. Hoewel Vengo over de vergunning beschikt om met particuliere vervoerders te werken, beperken ze zich tot professionele vervoerders. Een van de redenen hiervoor zijn de klachten van TLV die reeds in paragraaf 1.1 werden aangehaald.

Het derde interview is afgenomen met Jeroen Rutten (volledige interviewtranscripten zijn opgenomen in Bijlage III), head of depot manager bij DPD BeLux, wat hem verantwoordelijk maakt voor de *last mile* activiteiten. DPD heeft geen vaste bezorgers in dienst, maar doet een beroep op onderaannemers. Vanaf januari 2021 zal DPD België gaan samenwerken met ViaTim, een Nederlandse crowdsourcing start-up. Bij dit project fungeren particulieren als ViaTim-afhaalpunt en nemen zij pakketten in ontvangst voor hun straat of buurt en ontvangen daarvoor een kleine vergoeding. De ambitie van deze samenwerking is om in 2021 400 ViaTim-punten te openen. Hoewel in paragraaf 1.3 werd aangegeven dat de focus van deze thesis uitsluitend ligt op pakketbezorging en dus niet op afhalen, is deze samenwerking toch relevant. De taken van de particuliere afhaalpunten beperken zich immers niet alleen tot het in ontvangst nemen van pakketten, maar zij kunnen eveneens pakketten afleveren bij geadresseerden.

De vierde respondent is Jan Merckx (volledige interviewtranscripten zijn opgenomen in Bijlage IV), projectmedewerker bij het Vlaams Instituut voor de Logistiek (VIL). In 2016 leidde hij een project rond *crowd logistics*. Elf bedrijven namen deel aan dit project waaronder bpost, BD myShopi, DHL Parcel,

GLS, Procter & Gamble... Het doel van dit project was om de opportuniteiten van *crowd logistics* aan te tonen en inzicht te verschaffen in wat zich manifesteert in de transportsector.

Het vijfde interview vond plaats met Valerie Geluykens (volledige interviewtranscripten zijn opgenomen in Bijlage V), CSR-manager bij Claes Retail Group. Zij houdt zich bezig met alles wat te maken heeft met maatschappelijk verantwoord ondernemen voor de drie merken die onder de groep vallen, namelijk JBC, CKS en Mayerline. In paragraaf 1.1 werd reeds vermeld dat JBC in 2020 een samenwerking is aangegaan met Hytchers. Voor de levering van de pakketten had de klant de keuze tussen thuislevering via GLS of afhalen in de winkel. Voor retourzendingen kon de klant het pakket afgeven bij de lokale JBC-winkel of bij een Hytchers-punt. De samenwerking is momenteel opgeschort naar aanleiding van een klacht van TLV, die stelt dat Hytchers een transportvergunning nodig heeft. Hytchers betoogt dat zij slechts als platform dienstdoen en niet als vervoerder. Bijgevolg oordeelde de rechter dat Hytchers geen transportvergunning nodig heeft, waartegen TLV in beroep is gegaan. Eind maart 2021 oordeelde het Hof van Beroep dat Hytchers wel degelijk over een vervoersvergunning moet beschikken. Als Hytchers haar ondernemingsplan niet uiterlijk eind april 2021 aanpast, riskeert het platform een dwangsom van 1.000 euro per dag (Kurstjens, 2021).

De zesde respondent is Freija Fonteyn (volledige interviewtranscripten zijn opgenomen in Bijlage VI), adjunct-directeur, jurist en HR-manager bij TLV. TLV is een beroepsvereniging die zowel een informerende als een belangenbehartigende rol vervult. De vereniging informeert haar 1.500 leden over nieuwe wetgeving of andere zaken waarmee zij zeker rekening moeten houden. Bovendien komt TLV op voor de belangen van de transportindustrie en haar leden. Dit doen zij onder andere door te controleren of nieuwe initiatieven in de transportsector aan alle wettelijke voorwaarden voldoen. Indien niet aan de voorwaarden wordt voldaan, treden zij hiertegen op, zoals is gebleken in paragraaf 1.1 en bij de samenwerking tussen JBC en Hytchers.

Roel Gevaers (volledige interviewtranscripten zijn opgenomen in Bijlage VII), logistics innovation manager bij BD myShopi en CityDepot en professor aan de Universiteit Antwerpen, is de zevende respondent. Bij BD myShopi en CityDepot volgt hij nauwlettend de ontwikkelingen op vlak van innovaties, fusies en overnames, markttrends en *last mile* logistiek op.

Hans Robben (volledige interviewtranscripten zijn opgenomen in Bijlage VIII), de achtste respondent, was het hoofd van het bringr-team. Twee jaar na de oprichting van bringr verliet hij het bedrijf. Momenteel werkt hij als zelfstandig innovatie consultant bij Immoweb. Bringr werd opgestart als een *corporate venture* van bpost. Het oorspronkelijke idee was dat het een C2C-platform zou zijn, maar uiteindelijk bleek het meer een B2C-platform te zijn. Zoals vermeld in paragraaf 1.1, fuseerde bringr in 2017 haar activiteiten met die van Parcify, waarvan bpost de hoofdaandeelhouder was. Anno vandaag heeft bpost de activiteiten van Parcify stopgezet.

De laatste respondent is Öhzan Zurel (volledige interviewtranscripten zijn opgenomen in Bijlage IX), adviseur voor de dienst postale markt bij het Belgisch Instituut voor Postdiensten en Telecommunicatie (BIPT). Het BIPT is een onafhankelijke instelling die is opgericht om de post- en telecommunicatiemarkten te reguleren en te liberaliseren.

4.2 Toetsing opportuniteiten uit literatuurstudie

4.2.1 Prijs

Uit paragraaf 2.1.1 blijkt dat *crowd* logistiek over het algemeen kostenefficiënter is dan traditioneel transport. Een van de belangrijkste redenen hiervoor is dat crowdsourced platformen niet over een eigen infrastructuur hoeven te beschikken. Deze stelling wordt tevens bevestigd door Heidi Leten. Zo gaf ze in het interview aan dat een stilstaande wagen kosten met zich meebrengt. Doordat H.Essers ad hoc-chauffeurs inzet voor expressdiensten, hebben zij in principe geen kosten bij het uitblijven van werk. Chauffeurs zijn immers zelf verantwoordelijk voor het onderhoud van hun voertuigen, enz. meldt Leten. De onderhoudskosten zijn wel inbegrepen in de vergoeding die de chauffeurs ontvangen. Een tweede belangrijke reden die in de wetenschappelijke literatuur wordt genoemd, is dat crowdsourced platformen vooral gebruik maken van technologie. Dit zou bijgevolg kunnen resulteren in lagere kosten. Echter, Jan Merckx spreekt dit tegen en beargumenteert dat deze IT-kosten absoluut niet onderschat mogen worden. Uit het VIL-project is namelijk gebleken dat deze kosten hoog kunnen oplopen. Tijdens de opstartfase werken crowdsourced platformen voornamelijk met een minimaal werkbaar product als website of applicatie. Volgens het VIL-rapport bedraagt de investering met betrekking tot de IT-infrastructuur voor een platform dat 100 pakjes per dag verstuurt 155.000 euro. Deze investering bestaat uit 100.000 euro voor het opzetten van het minimaal werkbaar product en 55.000 euro voor IT-personeel. Als blijkt dat het platform aanslaat, zal deze technologische infrastructuur worden uitgebreid. Het platform kan dan opteren om verschillende algoritmes toe te voegen die bijvoorbeeld het leveringsproces optimaliseren, wat hoge kosten met zich kan meebrengen (VIL, 2017).

In aanvulling op de twee bovengenoemde factoren, speelt het gebruikte vergoedingssysteem eveneens een rol bij de prijszetting van crowdsourced platformen. Volgens Alnaggar et al. (2019) kunnen drie compensatiemogelijkheden worden onderscheiden, namelijk een vergoeding per uur, per uitgevoerde levering of verzender en chauffeur bepalen zelf een vergoeding. Uit het empirisch onderzoek is naar voren gekomen dat de compensatie per uitgevoerde levering in de praktijk het meest wordt toegepast. Bringr bezorgers ontvingen bijvoorbeeld een vaste vergoeding per uitgevoerde bezorging, waarbij het tarief afhankelijk was van de grootte van het pakket en de af te leggen afstand. Bringr koos bewust voor een vast tarief, uit vrees dat de transportwaarde zou dalen door te werken met een biedingssysteem, licht Hans Robben toe. Bij de expressdienst van H.Essers wordt een andere variant gehanteerd, meer bepaald een vast tarief per afgelegde kilometer, afhankelijk van het ingezette voertuig. Per bijkomende laad- en/of losplaats kan een extra toeslag betaald worden, voegt Heidi Leten toe. Aangezien express zendingen normaliter slechts één zending tegelijkertijd betreffen, kan dit vergoedingssysteem worden ondergebracht onder de noemer vergoeding per verrichte levering. DPD keert zijn subcontractanten twee verschillende vergoedingen uit, verklaart Jeroen Rutten. In de eerste plaats een vaste vergoeding per dag, omwille van het feit dat zij niet altijd een bepaald volume kunnen garanderen aan de bezorgers. In de tweede plaats een vergoeding per pakket, die kan variëren per onderaannemer, onder meer afhankelijk van de dichtheid van het toegewezen gebied. In het geval van de ViaTim-punten wordt slechts één vergoeding aangeboden, en dat is per pakket. Bij afhaling van het pakket ontvangt de particulier 15 of 25 cent, bij bezorging 65 cent. Vengo daarentegen, maakt gebruik van een marktplaats waar bezorgers zelf een prijs kunnen bepalen, deelt Thomas Kauffmann mee. Vengo suggereert overigens wel een prijs waarvoor soortgelijke goederen in het verleden zijn vervoerd, maar in feite

kunnen bezorgers eender welke prijs voorstellen. Vervolgens krijgt de verzender alle aangeboden prijzen gepresenteerd en kan hij een definitieve beslissing nemen.

Als aanvulling op monetaire beloningen wordt in de wetenschappelijke literatuur verwezen naar het mogelijke gebruik van beloningen in de vorm van cadeaubonnen of kortingen. Een andere mogelijkheid is te steunen op niet-monetaire beloningen. In de praktijk wordt minder vaak voor deze opties geopteerd. Noch Vengo, noch bringr bieden cadeaubonnen aan en maken evenmin gebruik van niet-monetaire beloningen. Wél biedt Vengo occasioneel gezamenlijke aankopen aan, zoals tankkaarten en bestelwagens, waarop geïnteresseerde leden zich vrijwillig kunnen inschrijven, geeft Kauffmann aan. Overigens biedt Hytchers zijn bezorgers wel een compensatie in de vorm van cadeaubonnen of kortingen, weet Valerie Geluykens. In het gesprek met Geluykens werd hier niet dieper op ingegaan.

Verder wordt in paragraaf 2.1.1 aangehaald dat de loonkost voor crowdsourced bezorgers lager ligt omdat ze weinig of geen sociale rechten hebben. In paragraaf 3.1 wordt uitgelegd dat bezorgers in het P2P-statuut inderdaad tot een plafond van 6.390 euro belastingvrij kunnen verdienen. Hierbij moet evenwel worden opgemerkt dat vanaf 2021 10,70% belasting moet worden betaald door de platformen. Hoewel dit belastingtarief nog steeds lager is dan dat voor reguliere bezorgers, zou het voor platformen tot hogere loonkosten kunnen leiden.

Uit paragraaf 2.1.1 kan ook worden afgeleid dat crowdsourced delivery in de wetenschappelijke literatuur goedkoper wordt geacht dan traditionele pakketbezorging. Echter, uit bovengenoemde factoren kan worden opgemaakt dat de prijs van crowdsourced diensten in werkelijkheid mogelijks duurder is dan in de literatuur wordt geacht. Twee mogelijke verklaringen hiervoor kunnen zijn dat de IT-kosten in de literatuur worden onderschat en dat in werkelijkheid de loonkost hoger ligt dan verwacht. Er wordt onder andere minder gebruik gemaakt van cadeaubonnen of kortingen als mogelijke beloning, die vaak tegen voordelige tarieven kunnen worden gekocht.

Daarenboven bevestigt het empirisch onderzoek de vaststelling dat crowdsourced bezorging in werkelijkheid duurder is dan traditionele pakketbezorging. De respondenten vermelden geen concrete redenen waarom deze prijs hoger is. Zij tonen dit vooral aan door de prijzen van crowdsourcing te vergelijken met die van traditionele pakketbedrijven. Volgens Hans Robben waren leveringen via bringr ruim twee keer zo duur als traditionele pakketleveringen, vooral in het geval van B2C-leveringen. Grote bedrijven zoals Zalando en Amazon betalen amper twee euro per pakket, terwijl het versturen via bringr begon bij 6 à 7 euro. Bij C2C-leveringen is dit verschil minder groot, aangezien een zending via bpost start vanaf 5,70 euro in het geval van thuislevering, stelt Robben. Valerie Geluykens bevestigt eveneens de hogere prijs. Voor een retourzending via een traditioneel transportbedrijf betaalt JBC 3 euro, terwijl een retourzending via Hytchers hen 3,33 euro kost. Voor JBC resulteerde crowdsourced delivery dus in een geringe meerkost, doch waren ze bereid dit te betalen met het oog op een duurzamere levering, meldt Geluykens. Voor B2B-leveringen via Vengo liggen de prijzen in lijn met die van een kleine vervoerder die twee of drie bestelwagens bezit, merkt Kauffmann op. In vergelijking met traditionele pakketverzending, is de door Vengo aangeboden crowdsourced levering duurder, vermits deze soms tot wel 50 euro of meer kan oplopen. Tot slot haalt Thomas Kauffmann aan dat grote pakketbedrijven erg sterk zijn in consolidatie, iets waar crowdsourced delivery niet toe in staat is. Dit grote consolideringsvolume stelt hen in staat de kosten aanzienlijk te drukken, hetgeen een andere mogelijke

verklaring kan zijn voor het feit dat crowdsourced delivery in de praktijk duurder is. DPD tracht bijvoorbeeld gemiddeld 160 tot 240 pakketten per keer te vervoeren, meldt Rutten. In het geval van crowdsourced delivery wordt doorgaans slechts één pakket per keer vervoerd.

Kortom, aangezien crowdsourced delivery feitelijk duurder is dan traditionele transportbedrijven, lijkt het gepaster om de prijs bij de barrières te plaatsen in plaats van de opportuniteiten. In feite is het voor klanten voordeliger om pakketten via traditionele verzendmethoden te verzenden, waardoor de prijs in werkelijkheid een belangrijke barrière voor de crowdsourced delivery pakketindustrie zou kunnen zijn.

4.2.2 Samenwerking met kmo's

In paragraaf 2.1.2 wordt opgemerkt dat kmo's over het algemeen weinig onderhandelingsmacht hebben tegenover traditionele pakketbedrijven. Om voldoende te kunnen concurreren met e-commerce, suggereert wetenschappelijke literatuur crowdsourced delivery als een mogelijke oplossing. Zowel Hans Robben als Jan Merckx zijn het eens met deze stelling. Jan Merckx is van mening dat een extra verzendoptie alleen maar voordelen biedt. Zeker in het geval van kmo's, die zeer sterk aanleunen bij het denkmodel van een individu. Het crowdsourced alternatief biedt kmo's namelijk een eenvoudige verzendoptie waarbij het pakket in slechts enkele muisklikken wordt verzonden, in tegenstelling tot andere pakketleveranciers, aldus Merckx. Daartegenover argumenteert Freija Fonteyn van TLV dat kmo's voorlopig misschien een betere onderhandelingspositie hebben tegenover crowdsourced delivery platformen, maar zodra deze platformen uitgroeien tot grotere bedrijven vervalt dit voordeel waarschijnlijk.

Verder stelt de bovengenoemde paragraaf dat crowdsourced delivery kmo's kan helpen te concurreren met grote e-commerce bedrijven, omdat het een snellere, meer gepersonaliseerde en meer traceerbare levering kan garanderen. Hans Robben bevestigt een snellere levering en stelt dat crowdsourced delivery zelfs sneller kan leveren dan bijvoorbeeld Amazon. Als reden hiervoor geeft hij op dat bringr bijvoorbeeld alleen *same-day delivery* aanbiedt, waarbij de dag van afhaling en levering dezelfde moet zijn. Als gevolg van deze snelle levering wordt voorkomen dat bezorgers pakjes mee naar huis moeten nemen, merkt Robben op. Dit houdt verband met vertrouwen, zoals uiteengezet in paragraaf 4.3.1. Valerie Geluykens staat daarentegen neutraal tegenover de bewering dat crowdsourced levering sneller is. In het geval van JBC werden retourzendingen via Hytchers binnen dezelfde tijd geleverd als zendingen via traditioneel transport. Anderzijds beargumenteert Heidi Leten dat crowdsourced delivery trager is dan een expressdienst. Uit de verklaringen van de drie respondenten kan dus worden geconcludeerd dat crowdsourced delivery een bezorgsnelheid kan bieden die vergelijkbaar is met die van traditionele pakketbezorging. Deze snelheid zal waarschijnlijk per platform verschillen.

De hogere mate van personaliseerbaarheid van een zending wordt bevestigd door Jan Merckx, Hans Robben en Thomas Kauffmann. In de ogen van Jan Merckx zijn traditionele pakketbedrijven voornamelijk op zoek naar efficiëntie, iets dat tegengesteld is aan personalisatie. Bij crowdsourcing wordt een diverse groep chauffeurs ingeschakeld, wat het vinden van een passende oplossing voor een specifiek verzoek vergemakkelijkt, meent Merckx. Hans Robben volgt hem hierin. In het geval van bringr kon de afzender al zijn wensen kenbaar maken in de aanvraag. Als een chauffeur bereid was aan die wensen te voldoen, werd de zending uitgevoerd in overeenstemming met de gestelde eisen. Thomas Kauffmann voegt

hieraan toe dat crowdsourcing goed kan inspelen op alles wat buiten de normen van traditionele transportnetwerken valt. Dit zal nader worden besproken in paragraaf 4.2.5.1. Daartegenover verschilt de mate van personaliseerbaarheid niet tussen crowdsourced bezorging en express zendingen, meent Heidi Leten.

De mate van traceerbaarheid hangt volgens Punel & Stathopoulos (2017) af van de gebruikte technologie. Hans Robben sluit zich hierbij aan. Doordat elk platform een andere technologie gebruikt, hangt de mate van traceerbaarheid af van het crowdsourced platform waarmee wordt samengewerkt, voegt Roel Gevaers toe. Thomas Kauffmann merkt op dat crowdsourced initiatieven die via een app werken relatief goed te traceren zijn, zolang de bezorger de app open laat staan. Vengo ondervond echter dat 40% van de bezorgers de app alleen opent om bestellingen te ontvangen, maar deze tijdens de bezorging uitzet. Soms werd de afhandeling van de levering zelfs pas achteraf voltooid. Dit maakt de pakketten minder traceerbaar. Volgens Kauffmann zijn bezorgers over het algemeen gebruikers van abonnementen met weinig beschikbare mobiele data, wat kan verklaren waarom ze de app niet continu open laten staan. Verder geeft hij toe dat dit probleem niet wordt ervaren bij traditionele bezorgbedrijven, aangezien deze bezorgers doorgaans een apparaat in hun wagen hebben dat hen permanent volgt. Jeroen Rutten bevestigt dat DPD effectief zijn chauffeurs volgt met behulp van een GPS-systeem. Daarnaast ziet hij geen moeilijkheden bij de traceerbaarheid van crowdsourced bezorgers. Hij suggereert chauffeurs te volgen via het scannen van pakjes, zoals dat eveneens wordt gedaan bij traditionele bezorging. Bijvoorbeeld, in het geval van het ViaTim-initiatief vindt de juridische overdracht van het pakket plaats zodra de particuliere bezorger het pakket scant en accepteert. Wanneer de bezorger het pakket bij de geadresseerde aflevert, scant hij het pakket opnieuw en zodoende kan DPD het pakket traceren. Het is uiteraard van belang dat de bezorger het pakket op de juiste momenten scant, voegt Rutten toe. Uit deze antwoorden kan worden geconcludeerd dat de mate van traceerbaarheid weliswaar in orde is, maar dat deze sterk afhankelijk is van de bezorger zelf en hoe deze met de app omgaat.

Verder wordt in paragraaf 2.1.2 besproken dat als kmo's gebruik maken van crowdsourced delivery, zij daardoor in staat kunnen zijn hun marktbereik te vergroten. Echter, uit de antwoorden van de respondenten blijkt dat crowdsourced delivery eerder een oplossing biedt voor de lokale economie. Deze bewering wordt eveneens bevestigd door het project van VIL. Uit dit onderzoek is namelijk gebleken dat 78% van de twintig grootste klanten op het bringr-platform bloemen- en plantenwinkels (lees: plaatselijke handelaren) zijn (VIL, 2017). Doordat crowdsourced delivery vooral wordt ingeschakeld door lokale handelaren, zal dit niet leiden tot een significant groter marktbereik. Roel Gevaers noemt in dit verband het voorbeeld van een lokale slager die zijn klanten tevens via thuisbezorging wil kunnen bedienen en daarom een beroep doet op een crowdsourced platform. Het VIL-project toonde aan dat crowdsourced bezorging vooral wordt gebruikt voor korte ritten. 70% van de 2.000 tijdens het project onderzochte bringr ritten betrof een korte afstand, namelijk maximaal 17 kilometer. 24% van de ritten betrof een middellange afstand tot 55 kilometer, de overige 6% van de ritten ging tot 150 kilometer (VIL, 2017). Diepenbeek, bijvoorbeeld, heeft een oppervlakte van 41,11 km² (Vlaanderen, 2021). In dit geval worden de producten van een Diepenbeekse slager die gebruik maakt van crowdsourced delivery alsnog enkel binnen dezelfde gemeente geleverd wanneer korte of middellange ritten worden ingezet. Het doelpubliek bevindt zich dus nog steeds binnen een kleine straal van de plaatselijke slagerij, wat geen significant groter marktbereik is. Niettemin moet worden opgemerkt dat crowdsourced delivery

mogelijk wel kan leiden tot een licht grotere vraag. Dankzij crowdsourced delivery kunnen klanten worden bediend die vroeger bijvoorbeeld niet bereid waren zich naar de slagerij te verplaatsen wegens vervoersbeperkingen. Deze licht hogere vraag wordt eveneens bevestigd door het VIL-project. 28,57% van de ontvangers van bringr-pakketten gaf aan dat zij de aankoop bij een andere winkelier zouden doen, als levering niet mogelijk was. Zij zouden dan opteren voor een handelaar die ook aan huis levert of dichterbij hun huis is gevestigd, indien zij het pakket zelf moeten afhalen. Tegelijkertijd zou 40% van de ontvangers de aankoop niet hebben gewijzigd als levering niet mogelijk was geweest (VIL, 2017).

Uit de hierboven genoemde cijfers betreffende de afstand blijkt dat het vervoer van pakketten over lange afstanden via crowdsourced delivery zeker mogelijk is. Echter, als een lokale winkel een nationaal doelpubliek wil bedienen, is het beter om naar traditionele pakketbedrijven over te stappen, meent Gevaers. Hans Robben voegt hieraan toe dat het bedienen van een nationaal publiek door middel van crowdsourced bezorging een veel te dure aangelegenheid zou zijn.

Uit de voorgaande alinea's blijkt dat crowdsourced delivery kmo's een betere concurrentiepositie kan opleveren ten opzichte van e-commerce bedrijven. Daarenboven benadrukt Robben dat lokale stadscentra vooralsnog geen goede oplossing hebben voor het vervoer van pakketten. Hij meent dat crowdsourced delivery een aangewezen oplossing zou zijn. Deze veronderstelling wordt bevestigd door het project van VIL. Uit een enquête bij plaatselijke handelaren die gebruik maakten van bringr bleek dat 67,65% van de opdrachtgevers de goederen zelf zou hebben vervoerd indien bringr niet bestond. De resterende alternatieven zijn klanten die het pakket zelf komen ophalen (8,82%), een logistieke dienstverlener inschakelen (17,65%) en een expressdienst inschakelen (5,88%) (VIL, 2017).

Hoewel crowdsourced delivery weliswaar niet leidt tot een vergroting van het marktgebied, daar het vooral geschikt is voor lokale handelaren, kan het kmo's wel een relatief snelle, sterk personaliseerbare en matig traceerbare verzending bieden. Bovendien zou het ervoor kunnen zorgen dat lokale klanten die voordien geen klant van de handelaar waren, dat nu wel worden wegens de nieuwe aanschafmogelijkheid. Vanuit dit oogpunt kan worden geconcludeerd dat crowdsourced delivery in de praktijk een opportuniteit is voor kmo's, wat in lijn is met de standpunten in de wetenschappelijke literatuur.

4.2.3 Milieu-impact

Uit paragraaf 2.1.3 valt op te maken dat crowdsourced delivery mogelijk een positieve invloed op het milieu kan hebben, maar dit is afhankelijk van drie factoren. De eerste factor is het transportgedrag van de bezorger. Jan Merckx herinnert zich dat in het kader van het VIL-project werd getest hoe snel een opdracht zou worden ingewilligd op de bringr-app. Uit deze tests bleek dat elk pakje binnen de minuut een bezorger had gevonden, inclusief de opdrachten die om 2 uur 's nachts werden gepubliceerd. Merckx heeft vraagtekens bij deze resultaten. Hij gelooft namelijk niet dat deze chauffeurs de pakketten op een reeds uit te voeren route kunnen leveren binnen de vooropgestelde termijn. Bijgevolg vermoedt hij dat deze leveringen eerder als *dedicated* leveringen werden uitgevoerd. Dit vermoeden werd bevestigd in het VIL-verslag. Hieruit bleek namelijk dat 52,50% van de uitgevoerde bringr ritten *dedicated* waren (VIL, 2017). Thomas Kauffmann, die eveneens bij het project betrokken was, verwijst naar een bijzonder voorbeeld van een *dedicated* rit dat tijdens het project aan het licht kwam: een gepensioneerde die in

Antwerpen woonde, reed doelbewust naar Aalst om een pakje af te leveren en reed vervolgens terug naar Antwerpen. Overigens deed Vengo in 2017 zelf intern onderzoek naar het transportgedrag van hun professionele bezorgers. Daaruit bleek dat 30% van de ritten *dedicated* waren, in 20% van de gevallen was de opdracht via Vengo een aanvulling op een rit die de bezorger toch al moest uitvoeren en in 50% van de gevallen werd de Vengo-app gebruikt om een lege terugrit op te vullen. Daarbij werd evenwel niet onderzocht hoe ver ze van hun terugreis afweken om de levering te verrichten, meldt Kauffmann. Hytchers daarentegen probeert het afwijken van een traject te minimaliseren door een maximale afwijking van 6 kilometer toe te staan, verklaart Valerie Geluykens. Bovendien worden de afgelegde kilometers gecompenseerd door de beplanting van bomen. Daarnaast keren ze vergoedingen uit in de vorm van kortingen of cadeaubonnen, die de kosten van de rit niet volledig dekken, weet Geluykens.

De consolidatie van pakketten vormt de tweede factor. Zoals reeds in paragraaf 4.2.1 is beschreven, kan DPD bijvoorbeeld 160 tot 240 pakketten in één bestelwagen bundelen. Bij crowdsourced delivery wordt doorgaans slechts één pakket per keer vervoerd, wat een negatief effect heeft op het milieu.

De laatste factor die een rol speelt, is de vervoerskeuze van de bezorger. Via Vengo worden leveringen uitsluitend per wagen uitgevoerd, aangezien zij enkel samenwerken met professionele bezorgers. Het concept van Hytchers draait eveneens rond vervoer per wagen, aangezien de pakjes van tankstation naar tankstation vervoerd moeten worden. Freija Fonteyn signaleert dat de voertuigen van traditionele leveringsbedrijven vaak milieuvriendelijker zijn, vermits deze steeds aan de laatste milieunormen voldoen en een jongere leeftijd hebben. Daarnaast merkt ze op dat voertuigen in privébezit vaak langer worden gebruikt dan bedrijfsvoertuigen, waardoor deze vervuilerder kunnen zijn. De veronderstellingen van Fonteyn worden bevestigd door cijfers van de automobielfederatie Febiac. Uit die cijfers blijkt namelijk dat de gemiddelde leeftijd van Belgische privéwagens 9 jaar, 5 maanden en 17 dagen bedraagt, tegenover bedrijfswagens die gemiddeld slechts 4 jaar, 1 maand en 4 dagen oud zijn (Blanckaert, 2020). Echter, er bestaan natuurlijk ook crowdsourced initiatieven die duurzame vervoerswijzen zoals de fiets aanmoedigen, bijvoorbeeld de in paragraaf 2.1.3 besproken TringTring-app. Volgens Roel Gevaers zijn crowdsourced leveringen per fiets vooral populair in steden, doordat deze leveringen hier onder meer door de hogere dichtheid makkelijker uit te voeren zijn. Gevaers stipt wel aan dat steeds meer traditionele pakketbedrijven investeren in duurzame transportmiddelen zoals cargofietsen.

Op grond van het empirisch onderzoek kan worden vastgesteld dat de milieu-impact van crowdsourced delivery niet aantoonbaar gunstiger is dan die van traditionele leveringen. Immers, bij crowdsourced leveringen worden vaak *dedicated* ritten uitgevoerd en is van consolidatie nauwelijks sprake. Traditionele koeriersbedrijven daarentegen verrichten ook alleen specifieke ritten, maar hebben wel de mogelijkheid om pakketten te consolideren. Wat de vervoerskeuze betreft, maken Vengo en Hytchers hoofdzakelijk gebruik van autovervoer, een vervoerswijze die niet bepaald milieuvriendelijk is, ervan uitgaande dat het wagens zijn die op traditionele brandstoffen rijden. Bovendien speelt de gemiddeld oudere leeftijd van privéwagens hierbij een rol, met als gevolg dat deze voertuigen vaak niet aan de nieuwste milieunormen voldoen, in tegenstelling tot bedrijfswagens. Het gebruik van elektrische wagens heeft vanzelfsprekend wel een gunstig effect op het milieu. De crowdsourced initiatieven die milieuvriendelijke vervoerswijzen aanmoedigen, hebben uiteraard wel een positieve invloed op het milieu. Bijvoorbeeld bij levering per fiets deert het dus niet dat de rit *dedicated* is en consolidatie niet mogelijk is. Toch zijn deze

crowdsourced initiatieven niet de enige die fietsbezorging aanbieden; ook traditionele bezorgbedrijven gebruiken deze vervoerswijze.

Op de vraag of de respondenten de milieu-impact van crowdsourced delivery als een opportuniteit of een barrière zien, antwoorden ze allemaal dat het eerder een barrière is. Thomas Kauffmann stipt wel aan dat de milieu-impact van *crowdshipping* een opportuniteit kan zijn, mits bepaalde maatregelen worden genomen. Zo is Kauffmann van mening dat regelgeving op dit gebied nodig is, opdat niet-duurzame zendingen, zoals het voorbeeld van de gepensioneerde, worden tegengegaan.

4.2.4 Sociale impact

In paragraaf 2.1.4 wordt aangehaald dat crowdsourced delivery een positieve sociale impact kan hebben op consumenten en de gemeenschap. Volgens Le et al. (2019) biedt *crowdshipping* consumenten een meer gepersonaliseerde, snellere en goedkopere levering, evenals toegang tot een breder scala aan producten. Uit de bevindingen van paragraaf 4.2.2 is gebleken dat crowdsourced delivery daadwerkelijk meer personaliseerbaar is, maar niet zozeer sneller is dan traditionele bezorging. De aanname dat crowdsourced delivery goedkoper is, is in paragraaf 4.2.1 als onjuist aangetoond. Verder blijkt de veronderstelde toename van consumptiemogelijkheden voor consumenten in werkelijkheid geringer te zijn. Immers, zoals in paragraaf 4.2.2 is aangetoond, is *crowd* logistiek vooral efficiënt op lokaal niveau. Als gevolg daarvan blijven de aankoopmogelijkheden van de consument beperkt tot de lokale economie. Traditionele leveringsdiensten zijn daarentegen in staat producten van een lokale handelaar te leveren aan een nationaal of zelfs internationaal doelpubliek, wat wel kan resulteren in meer consumptiemogelijkheden voor de consument.

Voor de gemeenschap kunnen crowdsourced platformen volgens de wetenschappelijke literatuur leiden tot drie positieve effecten. Ten eerste kan crowdsourced delivery een instrument bieden om vraag en aanbod van logistieke diensten op elkaar af te stemmen. Roel Gevaers noemt in dit verband het voorbeeld van avondbezorging, dat verder zal worden besproken in paragraaf 4.2.5.

Een tweede positief effect vloeit voort uit de extra werkgelegenheid die door *crowd logistics* kan worden gecreëerd. Uit het empirisch onderzoek is gebleken dat de meningen over het scheppen van werkgelegenheid verdeeld zijn. Freija Fonteyn is van mening dat crowdsourced delivery werkgelegenheid 'afsnoept' van professionele bedrijven. Heidi Leten vreest eveneens dat crowdsourced platformen opdrachten weggapen van expressvervoerders. Roel Gevaers is daarentegen van mening dat crowdsourcing noch een positief, noch een negatief effect heeft op de werkgelegenheid. Wel heeft hij begrip voor de standpunten van voor- en tegenstanders. In dit verband verwijst hij naar de eeuwige discussie rond jobstudenten. Als de activiteit van jobstudenten als werkgelegenheid wordt beschouwd, creëert dit extra werkgelegenheid. Wordt deze activiteit niet als werkgelegenheid beschouwd, dan neemt ze werkgelegenheid weg. Dit gegeven kan eveneens vertaald worden naar de crowdsourcing situatie. Gevaers is van mening dat het afhankelijk is van hoe de situatie bekeken wordt. Naar de mening van Jan Merckx kunnen crowdsourced bedrijven resulteren in een kleine toename van de werkgelegenheid, vooral voor de categorie van personen die moeilijk werk vinden. Doordat crowdsourced delivery elk pakketje individueel behandelt, betreft het slechts enkele pakketjes. In termen van werkgelegenheid zou dit dus tot een kleine toename kunnen leiden, betoogt Merckx. Hans Robben is eveneens van oordeel

dat het leidt tot meer werkgelegenheid. Hij stipt immers aan dat de goederen die via bringr werden vervoerd, nooit via bpost zouden worden vervoerd, waarop nader wordt ingegaan in paragraaf 4.2.5.1. Bijgevolg impliceert dit extra werkgelegenheid, redeneert Robben.

Het laatste positieve effect met betrekking tot gezondheidsvoordelen kwam tijdens de interviews niet ter sprake. Echter, twee andere mogelijke sociale effecten zijn naar voren gekomen tijdens het empirisch onderzoek. Ten eerste kunnen crowdsourced platformen ondernemerschap bij individuen aanmoedigen. Thomas Kauffmann merkt op dat personen die het beroep van pakketbezorger bekleden, doorgaans relatief laag op de sociale ladder staan. Bovendien zijn sommige professionele bezorgers niet in staat om optimalisatiekansen te herkennen. Voor bezorgers die moeite hebben met optimalisatie, kan een crowdsourced platform een ondersteunende rol op zich nemen. Het platform kan op deze manier de bezorger helpen door bijvoorbeeld optimalisatietechnieken aan te reiken en zo het ondernemerschap bij die persoon aanwakkeren. Het biedt deze mensen bovendien kansen om zich te ontwikkelen, stelt Kauffmann. Daarnaast kunnen platformen tevens de ondernemerszin onder occasionele chauffeurs bevorderen. Zoals in paragraaf 4.1 al is aangegeven, beschikt Vengo over een vergunning om met particuliere bezorgers samen te werken. Deze vergunning werd in de eerste plaats aangevraagd in de hoop particuliere bezorgers ertoe aan te zetten zelfstandig als transporteur aan de slag te gaan en eventueel een eigen transportonderneming op te richten. Het utopische doel was om de transportsector te bevorderen en aantrekkelijker te maken, verklaart Thomas Kauffmann.

Ten tweede kan crowdsourced delivery leiden tot meer sociale interactie. Volgens Kauffmann is sociale interactie alleen maar belangrijker geworden voor personen sinds de COVID-19-pandemie. Daarnaast werd het voorbeeld uit paragraaf 4.2.3 genoemd, betreffende de gepensioneerde die van Antwerpen naar Aalst reed. Het achterliggende motief van de gepensioneerde om 76 kilometer te rijden om simpelweg een pakje af te leveren, ligt in het feit dat deze persoon een gebrek aan sociale interactie had, licht Kauffmann toe. Evenzo meldt Jeroen Rutten dat het sociale karakter een belangrijke rol speelt voor individuen. In Nederland is namelijk gebleken dat het merendeel van de individuen die zich inschrijven als ViaTim-punt sociale interactie enorm belangrijk vindt, aldus Rutten.

Door de verschillende positieve effecten die crowdsourced delivery kan hebben op de consument en de gemeenschap, kan geconcludeerd worden dat de sociale impact van crowdsourced delivery in werkelijkheid ook een opportuniteit is.

4.2.5 Bijkomende opportuniteiten

Tijdens de interviews met de respondenten zijn twee bijkomende opportuniteiten naar voren gekomen die niet in de wetenschappelijke literatuur werden vermeld. Deze opportuniteiten zullen in de volgende paragrafen meer in detail worden besproken.

4.2.5.1 Vervoer van niet-standaard pakketten

De eerste bijkomende opportuniteit betreft het vervoer van niet-standaard pakketten, zoals een bos bloemen of een fiets. Deze opportuniteit werd zowel door Hans Robben als Thomas Kauffmann genoemd. Robben meldt dat het succes van bringr bijvoorbeeld lag bij de bloemistenbranche, zoals reeds aangehaald in paragraaf 4.2.2. Voor de komst van bringr hadden bloemisten in feite geen goed

alternatief om boeketten te laten bezorgen, omdat het te delicaat is om via een traditioneel pakjesbedrijf te vervoeren, licht Robben toe. Kauffmann voegt toe dat traditionele pakketbedrijven vooralsnog terughoudend zijn ten aanzien van niet-standaard pakketten, omdat dit hun efficiëntie en snelheid belemmert. Deze pakketten kunnen namelijk meestal niet netjes worden verpakt of het te verzenden goed past zelfs niet in een standaard doos, legt Kauffmann uit. Dergelijke pakketten bieden bijgevolg een kans voor crowdsourced delivery, aangezien elk pakket hier individueel wordt behandeld. Echter, Gevaers merkt op dat er een limiet zit aan de grootte en het gewicht van deze niet-standaard pakketten. Te grote pakketten zullen meestal met een bestelwagen vervoerd moeten worden, waardoor professioneel transport de betere oplossing is. Verder signaleert Gevaers verzekeringsproblemen bij grote pakketten zoals meubilair. Hij noemt als voorbeeld een zetel die naar boven moet worden gedragen en van de trap valt. Vanwege de grootte en het gewicht is de kans op beschadiging namelijk groter. Bijgevolg is hij van mening dat pakketten tot 10 kilogram te vervoeren zijn via crowdsourced delivery.

4.2.5.2 Oplossen van logistieke problemen

De tweede opportuniteit is dat crowdsourced delivery bepaalde logistieke problemen kan oplossen, zoals avondleveringen en *urban logistics*. In België is het momenteel nog geen gangbare praktijk dat pakketten 's avonds worden bezorgd, zegt Roel Gevaers, terwijl in omliggende landen pakketten vaak nog tussen 18.00 en 21.00 uur worden bezorgd. Wel bezorgt PostNL 's avonds, óók in België, meent Jeroen Rutten. De reden dat avondleveringen voorlopig nog niet gebruikelijk zijn, schuilt in het feit dat het moeilijk is om bezorgers te vinden die bereid zijn om zo laat te werken. Het voordeel bij crowdsourced delivery is dat bezorgers flexibel kunnen worden ingezet voor bijvoorbeeld slechts drie uur per dag. Gevaers verwacht dat studenten bereid zijn om avondleveringen uit te voeren. Thomas Kauffmann beaamt dat crowdsourced delivery een oplossing kan bieden voor avondleveringen, mits voldoende chauffeurs hiertoe bereid zijn. Daarnaast kan worden terugverwezen naar het verhaal van Hans Robben met betrekking tot personaliseerbaarheid, dat in paragraaf 4.2.2 is aangehaald. Omdat crowdsourced delivery uit een diverse groep bezorgers bestaat, is het eenvoudiger om iemand te vinden die tegemoet wil komen aan de eisen van een verzender of ontvanger. Een dergelijke eis zou bijvoorbeeld kunnen zijn dat pakketten uitsluitend na 20.00 uur bezorgd mogen worden, wat avondbezorging impliceert.

Tevens bij *urban logistics* doen zich vaak nog veel leveringsproblemen voor. Rutten licht bijvoorbeeld toe dat in steden zoals Gent of Antwerpen bepaalde straten na 10.00 uur niet meer toegankelijk zijn. Bovendien is er sprake van veel congestie in de grote steden. Met behulp van het ViaTim-project zou DPD onder andere alle particuliere afhaalpunten vóór 10.00 uur kunnen leveren, wat de efficiëntie van de pakketbezorging in steden ten goede zou komen. Een dergelijke situatie kan zich ook voordoen bij andere platformen, die bijvoorbeeld vervoerswijzen als fietsen of wandelen aanmoedigen. Deze bezorgers kunnen immers zonder problemen navigeren in steden met moeilijk bereikbare straten, zonder congestieproblemen te ondervinden.

4.3 Toetsing barrières uit literatuurstudie

4.3.1 Vertrouwen

Hoewel in paragraaf 2.2.1 vertrouwen wordt genoemd als een van de belangrijkste barrières waardoor crowdsourced delivery nog geen vaste waarde is in de pakketindustrie, blijkt deze barrière in werkelijkheid veel minder groot te zijn. Sterker nog, Jan Merckx meldt dat gedurende het VIL-project zich nooit vertrouwensproblemen hebben voorgedaan. Op zijn beurt deelt Hans Robben mee dat Bringr eveneens relatief weinig vertrouwensproblemen kende. Het management team was bij de opstart van Bringr zelfs aangenaam verrast door het grote vertrouwen van de verzenders in het systeem, voegt Robben toe.

De hoge mate van vertrouwen kan door twee factoren worden verklaard. Ten eerste beklemtoont Roel Gevaers dat bij traditionele bezorgbedrijven de bezorgers ook telkens verschillen. In principe kan dus op dit gebied geen verschil worden waargenomen tussen crowdsourced platformen en traditionele transportbedrijven. Bijgevolg geeft dit ontvangers geen reden om crowdsourced bezorgers meer te wantrouwen dan traditionele bezorgers. Ten tweede blijkt uit het empirisch onderzoek dat de verschillende platformen maatregelen treffen om het vertrouwen tussen bezorger en ontvanger te bevorderen. De expressdienst van H.Essers werkt immers al jaren met dezelfde chauffeurs, wat een band kan scheppen tussen bezorger en ontvanger, weet Heidi Leten. Jeroen Rutten geeft tevens aan dat het kennen van de bezorger voordelen biedt. In het geval van het ViaTim-initiatief kunnen hierdoor concrete afspraken worden gemaakt tussen bezorger en ontvanger over het bezorgmoment. Rutten schetst in dit verband het voorbeeld dat de ontvanger kenbaar kan maken dat deze pas om 21.30 uur thuis is en dat pakketten dan pas bezorgd kunnen worden. Verder was het businessmodel van Bringr zo georganiseerd dat een vertrouwensrelatie tussen bezorger en ontvanger overbodig was, meldt Robben. Bringr regelde het betalingsverkeer tussen beide partijen. De opdracht diende vooraf betaald te worden en de chauffeur was zeker van een uitbetaling. Vengo communiceert daarentegen duidelijk aan de bezorger wat de inhoud van het pakket is, wat het vertrouwen van de bezorger ten goede komt, verklaart Kauffmann.

In aanvulling op bovengenoemde maatregelen wordt in de praktijk eveneens gebruik gemaakt van een beoordelingssysteem, zoals beschreven in paragraaf 2.2.1. Bij Bringr werd een eenzijdig beoordelingssysteem toegepast, waarbij alleen de bezorger beoordeeld kon worden. Bij het toewijzen van de opdrachten werd rekening gehouden met deze beoordeling, verklaart Hans Robben. Enkel bezorgers met een goede beoordeling kwamen in aanmerking voor opdrachten. Het systeem was dus zelfregulerend, waarbij slecht presterende bezorgers automatisch geen opdrachten kregen. Bovendien konden verzenders de kwaliteit van de dienstverlening helpen verbeteren, door een bezorger te beoordelen. Daarnaast gaf dit beoordelingssysteem zowel verzenders als ontvangers voldoende vertrouwen dat uitsluitend goede chauffeurs hun pakketten vervoerden, aldus Hans Robben. Vengo hanteert daarentegen wel een tweezijdig beoordelingssysteem. In het geval van een bezorger wordt een negatieve beoordeling onmiddellijk opgevolgd door Vengo. De klant wordt gevraagd op welke basis deze score werd gegeven. Bij een ernstige fout wordt de bezorger onmiddellijk van het platform verwijderd. Omgekeerd kan een positieve beoordeling leiden tot meer bestellingen voor de bezorger. De gemiddelde score en beoordelingen worden namelijk op het Vengo-platform geadverteerd, licht Kauffmann toe. Dankzij een hogere score krijgen bezorgers meer opdrachten toegewezen en kunnen ze bovendien een

hogere prijs vragen, leidt Thomas Kauffmann af uit een intern onderzoek. In tegenstelling tot bezorgers, worden klanten niet uitgesloten van het Vengo-platform als gevolg van een negatieve score. De asymmetrische werking van een tweezijdig beoordelingssysteem, zoals beschreven door De Stefano (2016), treedt dus wel degelijk op in de realiteit. De kwaliteit en betrouwbaarheid van het beoordelingssysteem kunnen hierdoor worden aangetast (De Stefano, 2016). Echter, Kauffmann merkt wel op dat bezorgers minder vaak bieden op pakketten van klanten met een slechte beoordeling.

Verder kunnen platformen het vertrouwen in hun dienstverlening verhogen door chauffeurs te screenen, menen Punel & Stathopoulos (2017). Uit de interviews blijkt dat bezorgers inderdaad gescreend worden. Bij H.Essers worden de zelfstandige chauffeurs op dezelfde manier doorgelicht als de eigen vrachtwagenchauffeurs. De zelfstandige chauffeurs worden echter aanvullend gecontroleerd op de technische aspecten van hun voertuig, bijvoorbeeld de vereiste certificaten. Deze controle is noodzakelijk aangezien zij de express transporten uitvoeren met hun eigen voertuigen, meldt Heidi Leten. Vengo voert eveneens een controle uit. Bezorgers moeten hun BTW-nummer opgeven, hun identiteitskaart en rijbewijs scannen en doorsturen. Deze gegevens worden vervolgens door Vengo geverifieerd. Als het voertuig een laadvermogen heeft van meer dan 500 kilogram, moet de transportvergunning eveneens worden voorgelegd, aldus Kauffmann. Bij DPD wordt eerder gekozen voor een inwerkprocedure die zowel de chauffeurs als de afhaalpunten moeten doorlopen. Daarnaast dienen de afhaalpunten aan een aantal voorwaarden te voldoen met betrekking tot beschikbare capaciteit en bereikbaarheid. De procedure voor de ViaTim-punten is nog niet uitgewerkt, maar zal gelijkaardig zijn, meldt Jeroen Rutten. In het geval van bringr moesten nieuwe chauffeurs een training doorlopen voordat ze werden aangenomen, stelt Robben. Doordat de platformen een vorm van controle implementeren, wordt voorkomen dat om het even wie een crowdsourced bezorger kan worden. Jan Merckx benadrukt dat dit absoluut niet het geval is, in tegenstelling tot hetgeen werd gesteld in paragraaf 1.1.

Vanwege het hoge niveau van vertrouwen dat in de praktijk wordt ervaren, kan worden geconcludeerd dat vertrouwen eerder een opportuniteit is voor crowdsourced delivery dan een barrière. Platformen zouden deze hoge vertrouwensgraad in de kijker kunnen zetten, door bijvoorbeeld hierover een marketingcampagne op te zetten om meer potentiële klanten aan te trekken.

4.3.2 Capaciteit

4.3.2.1 Bereidheid tot deelneming

In paragraaf 2.2.2.1 wordt aangehaald dat het van groot belang is dat voldoende individuen bereid zijn om zich aan te melden als crowdsourced bezorger. Daarnaast dient ook de vraag naar crowdsourced diensten voldoende groot te zijn. Hoewel uit alle interviews blijkt dat crowdsourced pakketbezorging niet voldoende ingeburgerd is in Vlaanderen, ervaren de platformen geen problemen bij het werven van bezorgers. Hans Robben was bijvoorbeeld verbaasd over de snelheid waarmee bringr honderden chauffeurs had bereikt. Een van de grootste drijfveren voor individuen om zich aan te melden als bezorger was volgens Robben het extra loon, wat overeenkomt met bevindingen in de wetenschappelijke literatuur. Bringr was echter verbonden aan bpost, een bedrijf dat iedereen kent, benadrukt Hans Robben. Dit kan van invloed zijn geweest op de snelheid van het wervingsproces van bezorgers. Robben vermoedt dat het voor een normale start-up veel moeilijker zou zijn om in een dergelijke korte periode zoveel bezorgers te verzamelen. Ook Jeroen Rutten ziet geen problemen bij de werving van ViaTim-

punten, gezien het succes in Nederland al is bewezen. Wel ziet hij een uitdaging in het behouden van al deze pakketpunten. Na een half jaar als ViaTim-punt te hebben gefunctioneerd, kunnen deze personen bijvoorbeeld ontdekken dat de extra bijverdienste meer lasten dan baten oplevert, vanwege de verplichtingen en administratie, verduidelijkt Rutten. Roel Gevaers verwacht eveneens weinig moeilijkheden, maar benadrukt wel dat het aanbod onstabiel kan zijn. Studenten hebben het ideale profiel om als crowdsourced bezorger aan de slag te gaan, meent Gevaers, waardoor bijvoorbeeld tijdens de examenperiode een tekort kan ontstaan.

Wat de vraag naar crowdsourced delivery betreft, merken zowel bringr als Vengo dat de vraag kleiner is dan het aanbod. Volgens Hans Robben ligt de oorzaak in de hogere kostprijs en is de markt eerder afwachtend tegenover nieuwe concepten. Volgens Valerie Geluykens van JBC schuilt de oorzaak in het gezegde: 'Onbekend maakt onbemind'. Crowdsourced delivery is voor de meeste personen nog onbekend, waardoor zij vrezen dat een dergelijke verzending moeilijker is. Doordat JBC haar klanten verplichtte via Hytchers te retourneren, realiseerden veel klanten dat verzending via crowdsourced delivery vergelijkbaar is met traditionele pakketbezorging, legt Geluykens uit. Om meer vraag te stimuleren, stellen alle respondenten dat het aan de platformen is om crowdsourced delivery te promoten, bijvoorbeeld door marketingcampagnes.

Concluderend kan worden gesteld dat platformen weinig problemen ondervinden bij het aantrekken van potentiële bezorgers. In werkelijkheid is de capaciteit van platformen dus geen barrière. Niettemin is het belangrijk dat inspanningen worden gedaan om bezorgers betrokken te houden, zodat ze niet na een korte periode afhaken. Verder kan het aanbod op bepaalde momenten instabiel zijn, waardoor het nodig kan zijn om voor dergelijke periodes reservecapaciteit op te bouwen. Daarnaast is het aantal klanten dat gebruik maakt van crowdsourced delivery tot op heden beperkt. Zodoende bestaat de opportuniteit voor platformen om meer klanten aan te trekken door crowdsourcing diensten te promoten.

4.3.2.2 Matching mechanisme bezorger en order

Hoewel reeds werd aangehaald dat het aanbod aan bezorgers voldoende groot is, kan het wel interessant zijn om te weten welk van de matching mechanismen besproken in paragraaf 2.2.2.2 crowdsourced platformen in werkelijkheid gebruiken. Dit kan namelijk het aantal mogelijke matches tussen bezorgers en opdrachten beïnvloeden.

In het geval van bringr werd rekening gehouden met drie parameters bij het toewijzen van een levering, vertelt Robben. Ten eerste kon de bestuurder zichzelf op actief of non-actief zetten. Uitsluitend diegenen die op actief stonden, konden opdrachten ontvangen. Ten tweede werd de realtime locatie van de bezorgers bijgehouden. Enkel bezorgers die zich binnen een bepaalde straal van de afhaallocatie bevonden, kwamen in aanmerking voor het afwerken van de opdracht. Ten derde moest de bezorger een goede beoordeling hebben, zoals vermeld in paragraaf 4.3.1. Enkel wanneer een bezorger aan alle drie de parameters voldeed, kreeg hij opdrachten toegezonden. De bezorger kon vervolgens kiezen of hij de levering al dan niet wilde uitvoeren. De eerste twee genoemde parameters hebben sterke overeenkomsten met pure zelfplanning, zoals besproken in paragraaf 2.2.2.2. De laatste parameter is een aanvulling, waardoor het matching mechanisme van bringr kan worden beschouwd als een variant op pure zelfplanning, waarbij rekening wordt gehouden met de score van de bezorger.

Bij de express leveringen van H.Essers wordt tevens rekening gehouden met drie parameters om te bepalen welke chauffeurs een zending mogen afleveren, meldt Heidi Leten. Ten eerste speelt de locatie van de bezorger een rol. In tegenstelling tot bringr maakt H.Essers geen gebruik van de realtime locatie van de bezorgers; het bedrijf weet simpelweg waar de bezorger woont. Stel dat een spoedzending van Antwerpen naar Oostende moet worden vervoerd, dan zal de planner eerst zoeken naar bezorgers die in Antwerpen gevestigd zijn. Indien deze niet beschikbaar zijn, worden bezorgers uit naburige gemeenten telefonisch gecontracteerd. Ten tweede zal rekening worden gehouden met een variatie in afstanden. Bij de toewijzing van ritten zal bijvoorbeeld rekening worden gehouden met het feit dat dezelfde chauffeur niet altijd lange ritten krijgt toegewezen. Tenslotte zal de beschikbaarheid van de chauffeur in aanmerking worden genomen. Bij de expressdienst van H.Essers kan een onderscheid worden gemaakt tussen onderaannemers die uitsluitend voor het bedrijf werken en onderaannemers die ook voor andere bedrijven werken. Voor de onderaannemers die exclusief voor H.Essers werken, heeft de planner een goed overzicht van wie op welk moment beschikbaar is. De onderaannemers die eveneens in dienst zijn bij andere bedrijven worden ad hoc telefonisch gecontacteerd om te informeren of ze beschikbaar zijn om een transport uit te voeren. Gezien het onderscheid in bestuurders kan worden geconcludeerd dat H.Essers twee soorten matching mechanismen hanteert. De hybride gecentraliseerde planning is van toepassing op de onderaannemers die uitsluitend voor H.Essers werken en de pure zelfplanning is van toepassing op de andere onderaannemers. Bij beide matching mechanismen wordt bovendien een afstandsvariatie in aanmerking genomen. In paragraaf 2.2.2.2 wordt aangehaald dat hybride gecentraliseerde planning de onzekerheid vermindert. Dat blijkt ook uit het verhaal van H.Essers, want het werken met chauffeurs die uitsluitend in opdracht van één bedrijf rijden, geeft veel zekerheid. Daarnaast wordt ook in paragraaf 2.2.2.2 opgemerkt dat pure zelfplanning vooral gebruikt wordt voor dringende leveringen met korte tijdvensters. Deze korte tijdvensters impliceren vooral korte afstanden volgens Alnaggar et al. (2019). In werkelijkheid blijkt dat pure zelfplanning eveneens kan worden gebruikt voor lange afstanden. Heidi Leten noemde in het interview bijvoorbeeld een express levering die in Frankrijk moest worden afgeleverd.

Tot slot werkt Vengo met een zogenaamde marktplaats, meldt Kauffmann. De verzender kan een advertentie plaatsen betreffende een pakket met bepaalde afmetingen en een specifieke ophaal- en afleverlocatie. Aan bezorgers worden uitsluitend advertenties getoond die corresponderen met de locatie waar deze het meest actief is. De bezorger heeft vervolgens de mogelijkheid om zelf een bod uit te brengen op de advertentie, zoals beschreven in paragraaf 4.2.1. Deze werkwijze is geheel in overeenstemming met *bulletin-board type matching* dat in paragraaf 2.2.2.2 is besproken.

4.3.3 Privacy

In paragraaf 2.2.3 wordt gesteld dat crowdsourcing kan leiden tot privacyproblemen voor zowel de bezorger als de ontvanger. Uit het empirisch onderzoek is gebleken dat Vengo en bringr nooit enige privacyproblemen hebben ervaren. Hans Robben is van mening dat ontvangers niet meer gegevens verstrekken aan crowdsourced platformen dan aan traditionele bezorgbedrijven. Roel Gevaers oordeelt hetzelfde, daar hij van mening is dat traditionele bezorgers die in een vaste regio werken op termijn bijvoorbeeld ook zullen weten waar iemand woont of wanneer deze persoon wel of niet thuis is. Freija Fonteyn van TLV ziet echter wel privacyproblemen wanneer een bezorger een pakket aflevert bij iemand uit zijn kennissen- of familiekring. Sterker nog, sommige pakketjes kunnen gevoelig liggen wanneer

bijvoorbeeld op het pakketje staat van welke winkel het afkomstig is, aldus Fonteyn. Omwille van deze mogelijke gevoeligheden is volgens Fonteyn een vergunning bij het BIPT vereist om pakjes te vervoeren. Zowel uit paragraaf 3.5 als uit het interview met Öhzan Zurel blijkt dat een vergunning voor pakketbezorging niet aan de orde is. Bovendien heeft Zurel geen kennis dat vanuit het beleid van het BIPT problemen zijn gesignaleerd met betrekking tot de situatie zoals hierboven beschreven door Fonteyn.

Concluderend kan worden gesteld dat privacy in feite geen barrière vormt voor platformen, aangezien in dit opzicht nauwelijks problemen worden ondervonden. Vergelijkbaar met vertrouwen, kan privacy mogelijk een opportuniteit zijn voor crowdsourcing platformen om potentiële klanten aan te trekken. Een marketingcampagne rond de gegarandeerde privacy van bezorgers en consumenten zou bijvoorbeeld kunnen helpen bij de popularisering van crowdsourced bezorging.

4.3.4 Juridisch kader

De verschillende wetgevingen die van toepassing zijn op crowdsourced delivery zijn besproken in paragraaf 3 aan de hand van desk research. Omdat wetgeving ook in de wetenschappelijke literatuur werd genoemd, kan de barrière met betrekking tot het juridisch kader geplaatst worden onder de paragraaf 'toetsing barrières uit literatuurstudie'.

De wet De Croo, die in paragraaf 3.1 is besproken, is voor bezorgers gunstig, aangezien zij hierdoor onbelast kunnen bijverdienen, menen de verschillende respondenten. Echter, Thomas Kauffmann is wel van mening dat het plafond van 6.390 euro meer dan voldoende is. Als het plafond veel hoger zou zijn, zou dat kunnen leiden tot kannibalisatie van beroepsactiviteiten, verduidelijkt hij. Bovendien zou een te hoog plafond individuen ervan weerhouden als zelfstandige vervoerder te starten, wat indruist tegen de utopische droom van Kauffmann waarover in paragraaf 4.2.4 werd gesproken. Een te laag plafond zou op zijn beurt de werking van crowdsourced platformen belemmeren, meent Kauffmann. Freija Fonteyn van TLV voegt toe dat de invoering van 10,70% belasting een stap vooruit is. Daarnaast benadrukt zij wel dat de wet De Croo voor TLV niet hoeft te bestaan.

De grootste juridische barrière is de transportwetgeving aldus vele respondenten. Volgens Valerie Geluykens is het in deze wet onduidelijk of crowdsourced platformen en elk van hun bezorgers al dan niet over een transportvergunning moeten beschikken. Hans Robben voegt toe dat de transportwet eerder voor vrije interpretatie vatbaar is. Bringr, zoals aangehaald in paragraaf 1.1, ontving klachten van TLV waarin werd gesteld dat zij in het bezit moesten zijn van een transportvergunning. Het platform kon deze beschuldigingen weerleggen door te stellen dat in het geval van B2C, de consument de opdrachtgever was. Bijvoorbeeld, als een bloemist een aanvraag indiende op de bringr-app, was de consument in feite de opdrachtgever vermits hij het boeket bestelde. Robben meent derhalve dat bringr chauffeurs pakketten mochten vervoeren zonder te beschikken over een vervoersvergunning. Echter, bringr had het geluk deel uit te maken van bpost, waardoor het zich makkelijk kon wapenen tegen het protest. Robben erkent wel dat het voor 'gewone' crowdsourcing start-ups niet vanzelfsprekend is om zich tegen dergelijke klachten te verdedigen. Immers, juridische kosten kunnen zwaar wegen op een beginnende onderneming, bemerkt Jan Merckx.

Verder beklemtoont Freija Fonteyn dat voor elk voertuig met een laadvermogen van 500 kilogram een vervoersvergunning vereist is, waardoor vrijwel elk personenvoertuig wordt geïmplementeerd. Enkel vaste chauffeurs mogen rijden onder de vergunning van een transportbedrijf, waarmee wordt geïmpliceerd dat elke particuliere crowdsourced bezorger over een vervoersvergunning moet beschikken. TLV beschouwt zichzelf als een waakhond die de belangen van zijn leden moet behartigen. Bijgevolg onderzoekt de instantie elk nieuw initiatief op de transportmarkt. Fonteyn meldt dat TLV crowdsourced delivery als oneerlijke concurrentie beschouwt. Als zij ontdekken dat een platform de desbetreffende wetgeving niet nakomt, zal TLV in eerste instantie contact opnemen met het platform en de transportregels toelichten. Als vervolgens wordt vastgesteld dat het platform zich na de waarschuwing niet aanpast aan de wetgeving, volgt een dagvaarding, aldus Fonteyn.

Ondanks het standpunt van TLV blijkt in de praktijk dat de transportwetgeving nog steeds op verschillende manieren wordt geïnterpreteerd. In de rechtszaak tegen Hytchers werd namelijk in eerste instantie geoordeeld dat geen transportvergunning nodig is, maar in hoger beroep besloot de rechter dat het wel een vereiste is. De combinatie van deze onduidelijkheden en de zeer actief optredende transportorganisaties kan crowdsourced start-ups ontmoedigen om hun ondernemingsplan op poten te zetten, meent Robben. Dit kan tot gevolg hebben dat innovatieve concepten in de transportsector worden afgeremd, onderschrijft Geluykens. Een transportwet met heldere regels voor crowdsourced delivery is derhalve noodzakelijk om innovatie een kans te geven.

4.3.5 Bijkomende barrière: COVID-19

Tijdens het empirisch onderzoek is een bijkomende belemmering aan het licht gekomen, namelijk COVID-19, waarvan in de wetenschappelijke literatuur geen melding werd gemaakt. Deze barrière vloeit voort uit het verminderde verplaatsingsgedrag van de bevolking als gevolg van COVID-19. Tijdens de gezondheidscrisis werd maximaal aan telewerken gedaan en werden verplaatsingen gelimiteerd vanwege bijvoorbeeld de sluiting van winkels. Hoewel uit paragraaf 4.2.3 is gebleken dat crowdsourced bezorging voornamelijk op een *dedicated* basis plaatsvindt, vraagt Thomas Kauffmann zich af of dit gereduceerde verplaatsingsgedrag een mogelijke impact kan hebben op crowdsourced delivery. Uit onderzoek van het Vlaams Verkeerscentrum (2021) is immers gebleken dat gedurende de periode van maandag 29 maart tot en met vrijdag 2 april 2021 21,1% minder verkeer op de snelwegen rondreed dan in diezelfde periode van 2019. De reële impact van COVID-19 is momenteel moeilijk in te schatten omdat veel crowdsourced platformen tijdens de gezondheidscrisis ook hun werkzaamheden hebben moeten staken.

5 Conclusie

Deze thesis heeft getracht een antwoord te geven op de vraag: 'Welke opportuniteiten en barrières zijn aanwezig in de crowdsourced delivery pakketindustrie?' Om deze vraag te kunnen beantwoorden is eerst een literatuurstudie uitgevoerd, vervolgens een desk research en ten slotte een empirische studie. In deze empirische studie zijn de opportuniteiten en barrières die in de wetenschappelijke literatuur worden genoemd, vergeleken met de ervaringen in de praktijk.

Tabel 4 geeft een concluderend overzicht van de opportuniteiten en barrières, waarbij een onderscheid wordt gemaakt tussen de literatuurstudie en de empirische studie. Tevens zijn in deze tabel, onder de stippellijn, de opportuniteiten en de barrière toegevoegd die uit de empirische studie naar voren zijn gekomen. Uit deze tabel blijkt dat crowdsourced delivery in de pakketindustrie overwegend opportuniteiten en slechts enkele barrières kent.

Tabel 4

Concluderend overzicht opportuniteiten en barrières in de crowdsourced pakketindustrie

	Volgens literatuurstudie	Volgens empirische studie
Prijs	Opportuniteit	Barrière
Samenwerking met kmo's	Opportuniteit	Opportuniteit
Milieu-impact	Opportuniteit	Barrière
Sociale impact	Opportuniteit	Opportuniteit
Vertrouwen	Barrière	Opportuniteit
Capaciteit	Barrière	Opportuniteit
Privacy	Barrière	Opportuniteit
Juridisch kader	Barrière	Barrière
Oplossen van logistieke problemen	N.v.t.	Opportuniteit
Vervoer van niet-standaard pakketten	N.v.t.	Opportuniteit
COVID-19	N.v.t.	Barrière

Een eerste belangrijke opportuniteit voor crowdsourced delivery betreft pakketbezorging voor lokale handelaren, aangezien zij momenteel nog geen goed alternatief hebben om pakjes te versturen. Crowdsourced delivery kan kmo's een relatief snelle, sterk personaliseerbare en matig traceerbare verzending bieden, hetgeen deze handelaren in staat kan stellen beter te concurreren met grote e-commerce spelers. Bovendien kan *crowdshipping* resulteren in een licht hogere vraag voor lokale handelaren, ondanks het feit dat het niet haalbaar is om via deze weg een nationaal publiek te bedienen.

Een tweede belangrijke opportuniteit is het vervoer van niet-standaardpakketten. Deze pakketten zijn meestal niet netjes verpakt of passen vaak niet in een standaard doos, waardoor ze efficiëntie en snelheid in de weg kunnen staan. Traditionele pakketbedrijven hebben bijgevolg de neiging dit soort pakketten te weigeren. Het vervoer van dit soort pakketten vormt evenwel geen probleem voor crowdsourced bezorging, aangezien elk pakket hier individueel wordt behandeld.

Daarnaast kan crowdsourced delivery helpen bij het oplossen van een aantal logistieke problemen. In het empirisch onderzoek zijn voorbeelden genoemd zoals avondbezorging en *urban logistics*. Verder is gebleken dat het sociale aspect een belangrijke rol speelt voor bezorgers en dat dit hen kan aanzetten tot engagement. Voorts worden in de praktijk weinig problemen ervaren ten aanzien van vertrouwen, privacy en capaciteit. Wat dit laatste punt betreft, moet worden vastgesteld dat de vraag lager is dan het aanbod. Crowdsourced delivery is duidelijk nog niet voldoende ingeburgerd op het gebied van pakketbezorging.

De barrière die de groei van crowdsourced delivery het meest belemmert is de wetgeving, meer specifiek de transportwetgeving. Verschillende respondenten ervaren deze als onduidelijk en voor vrije interpretatie vatbaar. Als deze wetgeving niet wordt bijgestuurd, zal het voor innovatieve concepten zoals crowdsourced delivery vrijwel onmogelijk zijn om uit te groeien tot een vaste waarde in de pakketindustrie. Immers, goedlopende crowdsourced projecten, zoals de samenwerking tussen Hytchers en JBC, lopen spaak wegens wetgeving die op verschillende manieren kan worden geïnterpreteerd. Daarenboven fungeren transportorganisaties als waakhonden over de industrie.

Opmerkelijk is dat de prijs in de wetenschappelijke literatuur als een van de grootste opportuniteiten wordt aangehaald, maar in werkelijkheid een barrière vormt. In de praktijk is crowdsourced delivery namelijk duurder dan traditionele pakketbedrijven. Op het gebied van milieu-impact scoort crowdsourced delivery eveneens slechter dan de wetenschappelijke literatuur veronderstelt. De reden hiervoor is dat de meeste ritten *dedicated* worden uitgevoerd en dat consolidatie van pakketten niet mogelijk is. In dit verband zijn maatregelen nodig die niet-milieuvriendelijk gedrag, zoals *dedicated* ritten, ontmoedigen. Een laatste barrière wordt gevormd door het verminderde vervoersgedrag als gevolg van COVID-19.

Samenvattend heeft dit onderzoek aangetoond dat crowdsourced delivery met name geschikt is voor het vervoeren van pakketten voor lokale handelaren. Daarnaast kan het tevens worden ingezet voor de levering van niet-standaard pakketten, avondbezorging en *urban logistics*. Deze vormen van pakketbezorging worden overigens niet of amper aangeboden door traditionele pakketbedrijven, met uitzondering van *urban logistics*. Zodoende kan crowdsourced delivery een mooie aanvulling zijn op de pakketdiensten die momenteel al worden aangeboden, alsmede de druk op de *last mile* gedeeltelijk verlichten. Bijgevolg is de vrees dat crowdsourced delivery werk zou 'afsnoepen' van andere transportbedrijven ongegrond. Echter, om innovatieve concepten zoals crowdsourced delivery een plaats te kunnen geven in de pakketindustrie, zal de transportwetgeving moeten worden aangepast.

6 Suggesties voor verder onderzoek

In deze thesis is aangetoond dat ondanks de verschillende opportuniteiten, de barrières ervoor kunnen zorgen dat de implementatie van crowdsourced delivery afgeremd wordt. Met het oog op de neutralisering van deze barrières dient nader onderzoek te worden verricht. In deze paragraaf zal hier dieper op ingegaan worden. Daarnaast noemt de wetenschappelijke literatuur twee potentiële opportuniteiten voor crowdsourced delivery, die eveneens verder onderzoek vereisen.

6.1 Barrières

Ten eerste is verder onderzoek nodig naar de milieu-impact van *crowdshipping*. In de eerste plaats moet dit onderzoek de werkelijke milieu-impact van crowdsourced delivery onderzoeken, rekening houdend met het transportgedrag van de bezorgers en de gebruikte transportmiddelen. In dit verband is het belangrijk om onderscheid te maken tussen *en-route* en *dedicated* leveringen. Voor het vervoermiddel kan bijvoorbeeld een onderscheid worden gemaakt tussen vervoer per auto, per bromfiets, per fiets en te voet. Daarnaast stellen Serafini, Nigro, Gatta, & Marcucci (2018) voor om tevens te onderzoeken of het haalbaar is dat chauffeurs tijdens pakketbezorgingen gebruik maken van het openbaar vervoer en wat het effect hiervan zou zijn op het milieu. Een kleinschalige studie rond dit thema is al uitgevoerd door Gatta, Marcucci, Nigro, Patella, & Serafini (2018). Zij hebben namelijk onderzocht wat de impact op het milieu zou zijn als bezorgers in Rome gebruik zouden maken van het metronetwerk. In de studie werd wel uitgegaan van occasionele bezorgers, die sowieso de metro zouden moeten nemen om bijvoorbeeld van het werk naar huis te pendelen. De pakjes zouden worden opgehaald in het metrostation van vertrek van de pendelaar en worden afgeleverd in een locker op het eindstation. Uit het onderzoek is gebleken dat de invoering van een dergelijk crowdsourced bezorgsysteem zou leiden tot 239 kilogram minder fijnstof per jaar in Rome (Gatta et al., 2018). Desalniettemin is verder onderzoek op grotere schaal nodig. In de tweede plaats is verder onderzoek nodig naar maatregelen die niet-milieuvriendelijke leveringen doeltreffend kunnen tegengaan. Het is wellicht aangewezen te kiezen voor maatregelen die bijvoorbeeld een rem zetten op *dedicated* leveringen en die milieuvriendelijke vervoerswijzen aanmoedigen.

Ten tweede, is verder onderzoek nodig op het gebied van wetgeving. Zoals aangetoond in paragraaf 4.3.4, is de transportwetgeving de grootste barrière voor crowdsourced delivery. De reden hiervoor is dat de wetgeving niet is ontworpen om innovatieve concepten zoals crowdsourced delivery te faciliteren. Opdat crowdsourced delivery een vaste waarde zou kunnen worden in de pakketindustrie, is het bijgevolg van belang dat de wetgeving wordt bijgestuurd. Echter, nader onderzoek is nodig om te bepalen welk beleidskader wenselijk en haalbaar is om innovatie voldoende te ondersteunen. Vervolgonderzoek op het gebied van wetgeving is zeer waardevol, aangezien deze thesis heeft aangetoond dat crowdsourced delivery lokale handelaren kan ondersteunen, hetgeen absoluut opportuun is na de COVID-19-pandemie. Na de sluiting van de winkels kreeg de lokale economie het hard te verduren, waardoor de oproep ontstond om meer lokaal te kopen. Crowdsourced delivery zou consumenten kunnen aanmoedigen om meer lokaal te kopen, waarbij hetzelfde gemak wordt aangeboden als bij online aankopen. In dit vervolgonderzoek zou het een goed idee zijn om traditionele transportbedrijven en transportorganisaties te betrekken, aangezien zij crowdsourced delivery nog vaak als oneerlijke concurrentie zien. Verder zou eventueel onderzocht kunnen worden of ondersteunende maatregelen, zoals subsidies, passend zijn om innovatieve transportideeën zoals crowdsourced delivery te ondersteunen. Volgens Le et al. (2019)

zouden crowdsourcing platformen zelf contact op moeten nemen met de lokale overheid om deze juridische barrière aan te pakken.

6.2 Opportuniteiten

Een eerste potentiële opportuniteit die verder onderzoek vereist is een samenwerking tussen crowdsourced leveringsplatformen en traditionele pakjesbedrijven. Een mogelijke samenwerking werd al genoemd door Jeroen Rutten in paragraaf 4.2.5.2 op het gebied van *urban logistics*. Echter, verder onderzoek is nodig om te bepalen of een dergelijke samenwerking op lange termijn kan slagen. Daarbij moet worden onderzocht of en hoe crowdsourced delivery kan worden geïntegreerd in het conventionele transportnetwerk. Daarnaast is het belangrijk om te achterhalen of beide partijen open staan voor een samenwerking. Verder dient bekeken te worden in welke scenario's een dergelijke samenwerking voordelig kan zijn. Is het bijvoorbeeld een goed idee om traditionele transportbedrijven te belasten met de transit van pakketten en crowdsourced bezorgers met de *first* en/of *last mile*? Hoe zouden de pakketten dan worden uitgewisseld? Of is een samenwerking tussen de twee partijen alleen geschikt in het geval van levering in moeilijk bereikbare of drukbezochte gebieden die gemakkelijker te voet of per fiets bereikbaar zijn, zoals het voorbeeld in paragraaf 4.2.5.2?

Verder is in paragraaf 2.2.2.1 genoemd dat crowdsourced platformen zich voornamelijk richten op dichtbevolkte gebieden, zoals steden. Volgens Buldeo Rai, Verlinde, & Macharis (2018) is het zinvol om te onderzoeken of *crowd logistics* eveneens haalbaar is in landelijke gebieden. In deze gebieden is doorgaans geen supermarkt gevestigd, waardoor bewoners een lange afstand moeten afleggen om de dichtstbijzijnde supermarkt te bereiken. Voor oudere bewoners is het niet altijd meer vanzelfsprekend om deze afstand af te leggen. Crowdsourced delivery zou dit probleem kunnen oplossen. Bij verder onderzoek moet wel worden nagegaan of de capaciteit van de bezorgers in plattelandsgebieden toereikend is. Als dit niet het geval is, kan worden overwogen om in deze gebieden vooral met beroepschauffeurs te werken. Tenslotte dient te worden nagegaan of onder de plaatselijke bevolking voldoende vraag bestaat naar dergelijke diensten.

Referenties

Wetenschappelijke literatuur

- Alnaggar, A., Gzara, F., & Bookbinder, J. H. (2021). Crowdsourced delivery: A review of platforms and academic literature. *Omega* 98, 102139. doi:10.1016/j.omega.2019.102139
- Arslan, A. M., Agatz, N., Kroon, L., & Zuidwijk, R. (2019). Crowdsourced Delivery—A Dynamic Pickup and Delivery Problem with Ad Hoc Drivers. *Transportation Science*, 53(1), 222-235. doi:10.1287/trsc.2017.0803
- Blauwens, G., De Baere, P., & Van de Voorde, E. (2020). Regulation of road haulage. In *Transport Economics* (7 ed., pp. 62-78). Wommelgem: Van In.
- Buldeo Rai, H., Mommens, K., Verlinde, S., & Macharis, C. (2019). How Does Consumers' Omnichannel Shopping Behaviour Translate into Travel and Transport Impacts? Case-Study of a Footwear Retailer in Belgium. *Sustainability*, 11(9). doi:10.3390/su11092534
- Buldeo Rai, H., Verlinde, S., & Macharis, C. (2018). Shipping outside the box. Environmental impact and stakeholder analysis of a crowd logistics platform in Belgium. *Journal of Cleaner Production*, 202, 806-816. doi:10.1016/j.jclepro.2018.08.210
- Buldeo Rai, H., Verlinde, S., Merckx, J., & Macharis, C. (2017). Crowd logistics: an opportunity for more sustainable urban freight transport? *European Transport Research Review*, 9(3). doi:10.1007/s12544-017-0256-6
- Buldeo Rai, H., Verlinde, S., Merckx, J., & Macharis, C. (2018). Can the crowd deliver? Analysis of crowd logistics' types and stakeholder support. *City Logistics 3: Towards Sustainable and Liveable Cities*, 89-108.
- Carbone, V., Rouquet, A., & Roussat, C. (2017). The Rise of Crowd Logistics: A New Way to Co-Create Logistics Value. *Journal of Business Logistics*, 38(4), 238-252. doi:10.1111/jbl.12164
- De Groen, W. P., & Maselli, I. (2016). *The Impact of the Collaborative Economy on the Labour Market*. Geraadpleegd via <https://EconPapers.repec.org/RePEc:eps:cepswp:11625>
- De Stefano, V. (2016). Introduction: crowdsourcing, the gig-economy and the law. *Comparative Labor Law & Policy Journal*, 37(3).
- Esmerova, E., Atanasoski, D., & Kostadinovski, A. (2020). Interpretation and analysis of the results on the crowdsourcing in the management innovation process. *New knowledge Journal of science*, 9(3), 13-22.
- Gatta, V., Marcucci, E., Nigro, M., Patella, S., & Serafini, S. (2018). Public Transport-Based Crowdshipping for Sustainable City Logistics: Assessing Economic and Environmental Impacts. *Sustainability*, 11(1). doi:10.3390/su11010145

- Gdowska, K., Viana, A., & Pedroso, J. P. (2018). Stochastic last-mile delivery with crowdshipping. *Transportation research procedia*, 30, 90-100. doi:10.1016/j.trpro.2018.09.011
- Golden, B. L., Raghavan, S., & Wasil, E. A. (2008). *The vehicle routing problem: latest advances and new challenges* (Vol. 43): Springer Science & Business Media.
- Guo, X., Lujan Jaramillo, Y. J., Bloemhof-Ruwaard, J., & Claassen, G. D. H. (2019). On integrating crowdsourced delivery in last-mile logistics: A simulation study to quantify its feasibility. *Journal of Cleaner Production*, 241. doi:10.1016/j.jclepro.2019.118365
- Huang, L., Xie, G., Blenkinsopp, J., Huang, R., & Bin, H. (2020). Crowdsourcing for Sustainable Urban Logistics: Exploring the Factors Influencing Crowd Workers' Participative Behavior. *Sustainability*, 12(8). doi:10.3390/su12083091
- Kandappu, T., Friedman, A., Sivaraman, V., & Boreli, R. (2015). Privacy in Crowdsourced Platforms. In S. Zeadally & M. Badra (Eds.), *Privacy in a Digital, Networked World: Technologies, Implications and Solutions* (pp. 57-84). Cham: Springer International Publishing.
- Le, T. V., Stathopoulos, A., Van Woensel, T., & Ukkusuri, S. V. (2019). Supply, demand, operations, and management of crowd-shipping services: A review and empirical evidence. *Transportation Research Part C: Emerging Technologies*, 103, 83-103. doi:10.1016/j.trc.2019.03.023
- Punel, A., & Stathopoulos, A. (2017). Modeling the acceptability of crowdsourced goods deliveries: Role of context and experience effects. *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*, 105, 18-38. doi:10.1016/j.tre.2017.06.007
- Rougès, J. F., & Montreuil, B. (2014, 28 - 30 May). *Crowdsourcing delivery: New interconnected business models to reinvent delivery*. Paper presented at the 1st international physical internet conference, Québec City, Canada.
- Sampaio, A., Savelsbergh, M., Veelenturf, L., & van Woensel, T. (2019). Chapter 15 - Crowd-Based City Logistics. In J. Faulin, S. E. Grasman, A. A. Juan, & P. Hirsch (Eds.), *Sustainable Transportation and Smart Logistics* (pp. 381-400): Elsevier.
- Schrieck, M., Pflügler, C., Dehner, C., Vaidya, S., Bönisch, S., Wiesche, M., & Krcmar, H. (2016). A Concept of Crowdsourced Delivery for Small Local Shops. *Informatik 2016*.
- Serafini, S., Nigro, M., Gatta, V., & Marcucci, E. (2018). Sustainable crowdshipping using public transport: A case study evaluation in Rome. *Transportation research procedia*, 30, 101-110.
- Xia, H., & McKernan, B. (2020). Privacy in Crowdsourcing: a Review of the Threats and Challenges. *Computer Supported Cooperative Work (CSCW)*, 29(3), 263-301. doi:10.1007/s10606-020-09374-0
- Xia, H., Wang, Y., Huang, Y., & Shah, A. (2017). 'Our Privacy Needs to be Protected at All Costs'. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 1(CSCW), 1-22. doi:10.1145/3134748

Online bronnen

- Amazon Flex. (2021). *Frequently asked questions about Amazon Flex*. Geraadpleegd via <https://flex.amazon.com/faq>
- Be My Eyes. (2020). *Our story*. Geraadpleegd via <https://www.bemyeyes.com/about>
- BIPT. (2021). *Kwaliteit*. Geraadpleegd via <https://www.bipt.be/consumenten/kwaliteit>
- Blanckaert, S. (2020). *Onze auto is gemiddeld 9,5 jaar oud, bedrijfswagens veel jonger dan privéauto's*. Geraadpleegd via <https://www.autonieuws.be/uitlaat/5909-onze-auto-is-gemiddeld-9-5-jaar-oud-bedrijfswagens-veel-jonger-dan-priveauto-s>
- Bol.com. (2020). *Winkelen zonder zorgen*. Geraadpleegd via <https://www.bol.com/nl/m/lekker-winkelen-zonder-zorgen/>
- bpost. (2020). *Levering bij een buur*. Geraadpleegd via <https://www.bpost.be/nl/faqs/faq/levering-bij-een-buur>
- Cardinaels, J. (2019). *Belgen kopen steeds meer online*. Geraadpleegd via https://www.tijd.be/ondernemen/retail/belgen-kopen-steeds-meer-online/_10106887.html
- Coolblue. (2020). *Levering van witgoed en keukenapparatuur*. Geraadpleegd via <https://www.coolblue.be/nl/klantenservice/levering-van-witgoed-en-keukenapparatuur>
- De Rouck, P. (2021). *Bijklussen? Fiscus wil voortaan minstens 10 procent*. Geraadpleegd via <https://www.tijd.be/netto/analyse/belastingen/bijklussen-fiscus-wil-voortaan-minstens-10-procent/10276131.html>
- Deliveroo. (2020a). *Waarom moeten we het P2P-model aanpassen?* Geraadpleegd via <https://be-nl.roocommunity.com/2019/09/30/meer-info-over-het-p2p-model/>
- Deliveroo. (2020b). *Jouw statuut*. Geraadpleegd via <https://be-nl.roocommunity.com/jouw-statuut/>
- Drake, S. (2013). *Crowdsource your next delivery*. Geraadpleegd via <https://www.entrepreneur.com/article/226976>
- EUR-Lex. (2021). *Verordening (EG) nr. 1071/2009 van het Europees Parlement en de Raad van 21 oktober 2009 tot vaststelling van gemeenschappelijke regels betreffende de voorwaarden waaraan moet zijn voldaan om het beroep van wegvervoerondernemer uit te oefenen en tot intrekking van Richtlijn 96/26/EG van de Raad*. Geraadpleegd via <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2009:300:0051:0071:NL:PDF>
- Federale Overheidsdienst Financiën. (2020). *Deeleconomie - lijst van erkende platformen*. Geraadpleegd via <https://financien.belgium.be/sites/default/files/downloads/127-deeleconomie-lijst-erkende-platformen-20200921.pdf>
- Federale Overheidsdienst Financiën. (2021). *Vervoersvergunning*. Geraadpleegd via <https://financien.belgium.be/nl/borgtocht/vervoersvergunning>

- Financial Services Monitor Worldwide. (2018). *Survey reveals U.S. consumers are dissatisfied with delivery experiences and have low trust in crowdsourced, peer-to-peer delivery*. Geraadpleegd via <https://search.proquest.com/docview/2015786432?accountid=27889>
- Flows. (2016). *Klacht TLV tegen vervoersplatformen bringr en Vengo*. Geraadpleegd via <https://www.flows.be/nl/transport/klacht-tlv-tegen-vervoersplatformen-bringr-en-vengo>
- FOD Economie. (2019). *Deeleconomie*. Geraadpleegd via <https://economie.fgov.be/nl/themas/ondernemingen/duurzame-economie/deeleconomie#:~:text=%E2%80%9CDe%20deeleconomie%20is%20een%20socio,consumptie%20van%20goederen%20en%20diensten>
- Gazet van Antwerpen. (2016). *Eerste pakje verstuurd in Antwerpen via bpost-app bringr*. Geraadpleegd via https://www.gva.be/cnt/dmf20160620_02347501
- Gegevensbeschermingsautoriteit. (2020). *De autoriteit - organisatie*. Geraadpleegd via <https://gegevensbeschermingsautoriteit.be/burger/de-autoriteit/organisatie>
- Heinen, K. (2018). *Vergunning bpost-pakjesplatform 'bringr' ingetrokken*. Geraadpleegd via <https://www.flows.be/nl/transport/vergunning-bpost-pakjesplatform-bringr-ingetrokken>
- Hendrickx, F. (2019). *Transparante en voorspelbare arbeidsvoorwaarden: nieuwe regels voor het arbeidsrechts*. Geraadpleegd via <https://arbeidsrechtjournaal.be/transparante-en-voorspelbare-arbeidsvoorwaarden-nieuwe-regels-voor-het-arbeidsrecht/#:~:text=Richtlijn%202019%2F1152%20vervangt%20de,of%20%2Dverhouding%20van%20toepassing%20zijn>
- Kokje, J. (2019). *Transparante en voorspelbare arbeidsvoorwaarden*. Loonzaken(4), 26-27. Geraadpleegd via <https://declercq.com/assets/uploads/2019/08/LZ201904-Joost-Kokje-transparante-en-voorspelbare-arbeidsvoorwaarden.pdf>
- Kurstjens, B. (2021). *Rechter verbiedt pakjesplatform Hytchers*. Geraadpleegd via <https://www.tijd.be/ondernemen/transport/rechter-verbiedt-pakjesplatform-hytchers/10294434.html>
- Listminut. (2021). *Deeleconomie in 2021*. Geraadpleegd via https://listminut.be/nl/legal_sharing_economy#:~:text=Wetgeving%20deeleconomie%20sinds%202016&text=Deze%20wet%20maakte%20het%20mogelijk,platform%20zoals%20dat%20van%20ListMinut.&text=De%20wet%20op%20de%20deeleconomie,om%20legaal%20bij%20te%20verdienen.
- Macharis, C. (2019). *Is online shoppen slecht voor het milieu?* [videobestand]. Geraadpleegd via https://www.youtube.com/watch?v=IRqKEK_xJvc&feature=youtu.be&ab_channel=UniversiteitvanVlaanderen
- Maes, H. (2020). *Overzicht GDPR/AVG boetes en schadevergoedingen*. Geraadpleegd via <https://www.dailybits.be/item/overzicht-gdpr-boetes-rechtszaken/#BE>

- Nieuwsblad. (2019). *Bijna helft Belgen laat maaltijden aan huis bezorgen*. Geraadpleegd via https://www.nieuwsblad.be/cnt/dmf20191028_04690172
- Paelinck, G. (2020). *Regeling rond onbelast bijverdienen vernietigd door Grondwettelijk Hof*. Geraadpleegd via <https://www.vrt.be/vrtnws/nl/2020/04/23/bijverdienen/>
- PiggyBee. (2020). *Pakket versturen*. Geraadpleegd via <https://www.piggybee.com/nl/Veelgestelde-vragen>
- Plecher, H. (2020). *Urbanization in Belgium 2018*. Geraadpleegd via <https://www.statista.com/statistics/455783/urbanization-in-belgium/>
- Ramirez, V., & Sheehy, K. (2020). *Amazon Flex Review: How to Make Money as an Amazon Flex Driver*. Geraadpleegd via <https://www.nerdwallet.com/article/finance/make-money-driving-amazon-flex>
- Rijksoverheid. (2021). *Vrije markt voor bezorgen post*. Geraadpleegd via <https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/postbezorging/vrije-markt-voor-bezorgen-post#:~:text=Iedereen%20in%20Nederland%20moet%20gemakkelijk%20en%20betaalbaar%20post%20kunnen%20versturen.&text=Dit%20heet%20de%20universele%20postdienst,postservicepunten%20en%20brievenbussen%20moeten%20zijn>.
- Sajaykumar. J. (2020). *Vehicle Routing Problem and its variants*. Geraadpleegd via <https://www.linkedin.com/pulse/vehicle-routing-problem-its-variants-sajaykumar-j/?articleId=6659121320145620993>
- Steiner, I. (2019). *UK postal service to deliver packages twice a day*. Geraadpleegd via <https://www.ecommercebytes.com/2019/05/22/uk-postal-service-to-deliver-packages-twice-a-day/>
- SVM. (2020). *JBC laat pakjes voortaan retourneren door pendelaars*. Geraadpleegd via <https://www.hln.be/geld/consument/jbc-laait-pakjes-voortaan-retourneren-door-pendelaars~af3d14e2/>
- TringTring. (2020). *Word Tringer*. Geraadpleegd via <https://tringtring.nl/word-tringer.html>
- Uber. (2018). *How the Uber rating system works*. Geraadpleegd via <https://www.uber.com/en-EG/blog/how-the-uber-rating-system-works/>
- Uber. (2020). *Bezorg met Uber Eats in België*. Geraadpleegd via <https://www.uber.com/be/nl/deliver/>
- Universiteitsbibliotheek UHasselt. (2020). *Module 5 - Hoe betrouwbaar en kwalitatief is de gevonden informatie?* Geraadpleegd via <https://bibliotheek.uhasselt.be/nl/informatievaardigheden/module-5-hoe-betrouwbaar-en-kwalitatief-de-gevonden-informatie>
- Unizo. (2018). *Hoeveel kost een werknemer jou?* Geraadpleegd via <https://www.unizo.be/starters/advies/hoeveel-kost-een-werknemer-jou>

- Verkeerscentrum. (2021). *Corona: 21% minder verkeer en 54% minder files in eerste week april*. Geraadpleegd via <https://www.verkeerscentrum.be/nieuws/corona-21-minder-verkeer-en-54-minder-files-eerste-week-april>
- VIL. (2017). *Crowd logistiek* [Brochure]. Geraadpleegd via <https://vil.be/project/crowd-logistics/>
- Vlaanderen. (2020a). *Onbelast bijverdienen*. Geraadpleegd via <https://www.vlaanderen.be/onbelast-bijverdienen>
- Vlaanderen. (2020b). *Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG)*. Geraadpleegd via https://omgeving.vlaanderen.be/sites/default/files/atoms/files/20180525%20AVG%20-%20Informatiepagina%20Algemene%20Verordening%20Gegevensbescherming%20%28v%201_0.pdf
- Vlaanderen. (2021). *Diepenbeek*. Geraadpleegd via <https://www.vlaanderen.be/gemeenten-en-provincies/provincie-limburg/diepenbeek>
- Wet betreffende de postdiensten. (2018, 26 januari). Geraadpleegd via <http://www.ejustice.just.fgov.be/eli/wet/2018/01/26/2018010510/justel#LNK0002>
- Zalando. (2020). *Express-levering*. Geraadpleegd via <https://www.zalando.be/faq/Verzending-and-levering/Express-levering.html>

Bijlagen

Bijlage I. Interview Heidi Leten (H.Essers)

Geïnterviewde: Heidi Leten (H)

Interviewer: Isabelle Biesemans (I)

Datum: 25 februari 2021 om 13.00 uur

Online via Google Meet

I: Allereerst wil ik u graag bedanken dat u de tijd vrijmaakt voor dit interview. Ik neem dit interview met u af in kader van mijn masterproef. Ik onderzoek de opportuniteiten en barrières in de crowdsourced delivery pakketindustrie. De audio van dit interview zal worden opgenomen zodat ik hierna een transcriptie kan schrijven. De informatie wordt enkel gebruikt in kader van dit onderzoek. Gaat u ermee akkoord dat u volledig vrijwillig wordt geïnterviewd en dat de informatie uit dit interview wordt gebruikt voor mijn onderzoek?

H: Ja.

I: Oké, dank u. Uh... Dan zal ik beginnen met de vragen als dat goed is.

H: Ja. Mhh mhh...

I: Kunt u zich kort voorstellen? Wat is uw functie en wat is uw link met crowdsourced delivery?

H: Ja, ik ben Heidi Leten dus, eh. Momenteel ben ik dus teammanager van CCS. Dus dat is eigenlijk de customer service uhh voor niet-gear-account klanten binnen Essers voor de Benelux. En ook voor het partnernetwerk ben ik verantwoordelijk. Uhh, dat doe ik nu ruim 1 jaar en voordien uhh dus dat is toch wel 26 jaar dat ik ondertussen ervaring heb gehad met uhh express. Dus ben ik verantwoordelijk geweest voor de express-service binnen Essers. Dus dat is eigenlijk uhh, ja wat ik de afgelopen 27 jaar gedaan heb binnen Essers. Nu uhh de link met crowdsourced delivery heb ik eigenlijk niet.

I: Ja.

H: Dus ik heb eigenlijk wel binnen express uhh gewerkt met onderaannemers. Dat waren zelfstandige onderaannemers die wij afhankelijk van uhh de nood, dus als wij nood hadden aan capaciteit dat wij die gingen contacteren om expressen uit te voeren. Die expressen, ja dat was eigenlijk voor de B2B ook en uhh voor de B2C.

I: Ja oké.

H: Uhh ja.

I: Wilt u dat dit interview anoniem wordt gehouden?

H: Nee, dat moet niet.

I: U had net al verteld dat de expressdienst B2B en B2C is en uhh...

H: Mhh mhh...

I: Welke soort goederen worden er bijvoorbeeld getransporteerd via die expressdienst?

H: Dat kan alles zijn. Dat kan zowel ambient goederen zijn als zowel temperatuur gecontroleerde goederen.

I: Mhh mhh...

H: Ik weet niet of ge het weet, maar wij doen ook uhh de verdeling van Pfizer vaccins.

I: Ja, dat heb ik in het nieuws vernomen.

H: Ja, dat heb je in het nieuws waarschijnlijk vernomen. En uhh dat is eigenlijk uhh, ja via temperatuur gecontroleerde voertuigen. Zowel het ambient als het temperatuur gecontroleerde verhaal.

I: Ja. En worden er bijvoorbeeld ook pakketjes verstuurd? Bijvoorbeeld denk maar aan uhh kleding naar klanten?

H: Ja, dat kan ook. Dat kan echt alles zijn. Dat kan, dat kan kleding zijn, dat kunnen schoenen zijn, dat kan drank zijn. Uhh dat kunnen machineonderdelen zijn. Eigenlijk alles. Alles wat je u maar kunt indenken.

I: Waarin verschilt deze expressdienst van de traditionele bezorgdienst?

H: Dus uhh de traditionele, dat is eigenlijk het groupage verhaal hé. Uhh dus goederen worden afgehaald bij klanten, die komen hier in een cross-dock terecht en dan gaan die verdeeld worden naar partners toe of naar eigen vrachtwagens toe, afhankelijk van de landen en de postcode waar ze geleverd moeten worden. En dat is eigenlijk over heel Europa dat we dat doen. Binnenland ook, maar doorgaans Europa. Uhh, daarnaast, ik spreek wel van het verhaal van general cargo hé., de business unit van general cargo hé. Want we hebben ook afdelingen die uhh naar niet-Europese landen uhh goederen versturen. Maar ik spreek dan vooral binnen de business unit van general cargo. Dus uhh ja...

I: U heeft zonet al verteld dat jullie samenwerken met tussenpersonen en de voornaamste reden is dan vooral om extra capaciteit in te schakelen of is nog een andere reden voor deze samenwerking?

H: Eigenlijk is dat expres verhaal, uhh het ambient verhaal dan, vooral met uhh zelfstandige onderaannemers waarmee we samenwerken. Wat het temperatuur gecontroleerde verhaal betreft, daar hebben wij eigenlijk ook een beperkte vloot wat express betreft uhh en daar ja worden eigen chauffeurs voor ingezet en voor gebruikt, ja.

I: En wat is dan de specifieke taakomschrijving van die zelfstandige tussenpersonen?

H: Dus die worden eigenlijk ad hoc gecontacteerd, van kijk, wij hebben hier een opdracht: laden op plaats X, leveren plaats Y. De bedoeling is dat die onmiddellijk vertrekken, want wij zouden eigenlijk binnen een uur op het laadadres moeten zijn. En die gaan dan de goederen ophalen en aansluitend leveren. Dus dat is echt op ad hoc basis. Wij garanderen niet die zelfstandige onderaannemers, wat express betreft, een vaste uhh een vast contract of ook geen afspraken naar kilometers toe, die wij hen garanderen op maandbasis. Dus dat is echt afhankelijk van wat bij ons aan expressen binnenkomt, dat zij gecontacteerd worden. Nu is het wel zo, wij werken uhh ja die mensen die 26 jaar geleden gestart

zijn, zijn nu nog aan het werk. Uiteindelijk is dat wel een vaste ploeg aan mensen waar wij beroep op kunnen doen. Ja.

I: En hoe moet ik mij dat dan inbeelden? Dat zijn dan zelfstandigen, zijn dat dan andere transportbedrijven? Of kunnen dat ook particulieren zijn?

H: Uhh dat zijn meestal eenmansbedrijfjes. Ja. Eventueel vader met zoon, zo op die manier. Die een of twee wagens hebben en waar de vader en de zoon expressen mee rijdt.

I: Ja, dus vooral gespecialiseerd in transport. Dat sowieso?

H: Ja. Dus die expressen, dat is allemaal heel dringend. Dus dat moet echt van het moment dat die opdracht binnenkomt bij ons, moet er dadelijk een wagen gestuurd worden. Dus moet die chauffeur gebeld worden, die zelfstandige chauffeur. Van kijk: wij hebben een opdracht binnen, je moet dadelijk gaan laden en aansluitend gaan leveren. Dus tijd speelt daar echt wel een grote rol.

I: Ja, dat begrijp ik zeker. En stel, jullie hebben een express levering nodig in Antwerpen, gaan jullie dan ook specifiek zoeken naar de personen die jullie in Antwerpen hebben zitten of kijken jullie dan naar degene die het eerste beschikbaar is?

H: Sowieso omdat dat express is, gaan we kijken naar wie er het snelste daar kan zijn.

I: Mhh mhh...

H: Voor de hand liggend is dat dan mensen die in de omgeving van Antwerpen zitten, die we gaan contacteren, die zo snel mogelijk uhh ter plaatse kunnen zijn. Nu ja, is dat zo dat iedereen in de omgeving van Antwerpen aan het werk is, dan moeten we wel iemand in de buurt hier gaan contacteren die dan naar Antwerpen rijdt. Maar ja, ook naar kosten toe is dat het voordeligste dat ge iemand van in de omgeving van de laadplaats kunt inzetten.

I: En het contactproces, hoe verloopt dat? Is dat iets elektronisch? Worden die telefonisch gecontacteerd?

H: Ja, die worden wel telefonisch gecontacteerd om dan zo rap mogelijk, allee, wat dan vooral met snelheid te maken heeft, dat die direct kunnen vertrekken. Maar dan wordt die opdracht wel via het systeem verstuurd. Dus zij krijgen die opdracht wel via het systeem door. Dat zij, allee, aan de hand daarvan kunnen zij ook uhh afmelden, dus als ze geleverd hebben en van daaruit gebeurt ook de facturatie en dergelijke.

I: Ja, oké. En wanneer worden deze tussenpersonen ingeschakeld? Is dit tijdens de transit? Of tijdens de first- en/of last-mile? Of tijdens eender welk deel van het transport?

H: Ja, dat kan tijdens eender welk moment van het transport zijn. Maar meestal, uhh, waar wij mee te maken hebben, is echt wel zaken die echt super dringend zijn. Bijvoorbeeld: een bandstilstand in het zuiden van Frankrijk. Een machineonderdeel dat dringend naar daar gebracht moet worden. Dat wordt niet via het uhh groupage systeem verstuurd, want dan zit je toch al met een lead time van 1, 2 dagen. Maar dan gaan we daar echt wel een chauffeur opzetten die de goederen afhaalt en aansluitend gaat leveren.

I: Ja.

H: Maar dat is natuurlijk wat de klant wil. Afhankelijk van de lead time hé. En daar hangt natuurlijk ook wel een kostenplaatje aan vast hé. Als je met een express zit, zit je direct op kilometer basis, afhankelijk van het voertuig dat ingezet wordt. Of het ambient of temperatuur gecontroleerd is, dat speelt allemaal een rol. Ja, als je in groupage een zending verstuurd, dat is echt op gewichtsbasis dan hé. En volume, allee, waarop dat wordt afgerekend hé. Dus dat is in kosten natuurlijk ook wel een verschil hé.

I: En deze tussenpersonen worden dan alleen maar ingeschakeld bij de expressdienst?

H: Ja.

I: Dus niet bij de groupage?

H: Uhh ja, die worden ingezet voor de express ja. Maar allee wij werken om met partners samen en uhh allee ja, er wordt ook met partners samengewerkt voor groupage hé. Dat zijn niet allemaal eigen chauffeurs hé.

I: Nee, maar dat zijn dan geen eenmansbedrijven?

H: Nee nee, dat zijn echt grote bedrijven. Bijvoorbeeld, wat zijn partners van ons? Heppner, Rhenus, Noerpel, uhh ja dat zijn toch wel grote bedrijven die ook in het buitenland verschillende vestigingen hebben.

I: Ja, oké. Bent u eigenlijk bekend met het concept van crowdsourced delivery?

H: Ja, dus ik weet wel wat het betekent. Het is eigenlijk zo dat particulieren worden ingezet om zendingen ergens ter plaatste te brengen, hé?

I: Ja, klopt. Dus het doel van mijn thesis is om te onderzoeken wat de opportuniteiten en de barrières zijn. Zijn er enkele opportuniteiten volgens u, voor de crowdsourced delivery en zou u deze kort kunnen toelichten?

H: Uhh... Ik vind dat eigenlijk een heel moeilijke vraag (lacht). Opportuniteiten? Ik zie eigenlijk vooral barrières, als ik eerlijk ben. Bij ons is dat niet haalbaar om zo te werken, hé. Omdat wij vooral, zoals ik u al eerder gezegd heb, tijd heel belangrijk is. Het is niet zo van als dat maar vandaag ergens geleverd gaat worden of morgen. Bij ons is het echt laden en aansluitend leveren. Dus ik zie daar eigenlijk, allee, als ik dat bekijk binnen de business van Essers, zie ik daar meer tegenkantingen dan voordelen in eigenlijk.

I: Ja, ik heb zelf al een literatuurstudie gedaan en daar zijn enkele opportuniteiten naar voren gekomen.

H: Mhh mhh.

I: Een van de, die ik had gevonden, was samenwerkingen met kmo's. Is het volgens u, nu de nadruk meer en meer op e-commerce komt te liggen, gunstiger of ongunstiger voor kmo's om samen te werken met crowdsourced leveringsbedrijven? Waarom wel of waarom niet?

H: Ik denk dat dat voor die bedrijven en dan nog eens, als de tijd daar niet zo belangrijk is, dat dat wel een voordeel kan zijn. Omdat die op die manier hun kosten ook wel gaan drukken hé. Dat gaat minder

duur dan iets dat express of een andere transportmodi moet gaan gebruiken om uw goederen ter plaatse te krijgen hé.

I: Denkt u dan dat crowdsourced delivery trager is dan een expressdienst bijvoorbeeld?

H: Ja, ik denk dat wel ja.

I: En waarom?

H: Allee, ik denk dat ge daar meer moeite moet doen om te kijken of er capaciteit is om op dat moment dat transport uit te voeren. Tegen als wij iets binnen krijgen en je weet hup, je weet die is beschikbaar, hup en je belt die en dat transport is bezig. Mijn idee is dat, allee, dat dat trager is. Dat je minder snel een oplossing hebt.

I: Ja, oké. En denkt u dat de samenwerking met kmo's voordelen zou kunnen bieden voor de consument of eerder nadelen?

H: Pff, ik denk dat het ervan afhangt. Dat uhh, het afhankelijk is van veel factoren. Of dat een voordeel of een nadeel kan zijn.

I: Zijn crowdsourced leveringen vanuit uw oogpunt slechter of beter te traceren dan traditionele leveringen? En waarom?

H: Ik denk dat die minder goed opvolgbaar zijn.

I: Mhh mhh...

H: Bij ons, daar heb je een track-and-trace. Je kunt die chauffeurs echt op de voet volgen, waar dat die zitten, wanneer dat die geleverd hebben. Ik denk dat dat toch wel, allee voor ons is dat toch wel heel belangrijk, traceability, van waar de chauffeurs zitten. Ik denk dat dat bij crowdsourced leveringen toch minder is, naar mijn idee.

I: Er zijn bijvoorbeeld wel platformen die hun chauffeurs verplichten om smartphones te hebben met gps-functies. Ik ga er wel vanuit, de meeste smartphones hebben die functie. Dus daardoor zijn ze zeker wel traceerbaar. Maar het is natuurlijk, in welke mate is dit verschillend? Dat zou eigenlijk echt uit de praktijk moeten blijken.

H: Ja. Dat is ook zo. Dat zijn ook niet altijd vaste mensen waarmee je samenwerkt, die uw uitleveringen doen hé.

I: Nee, dat kan elke keer verschillen.

H: Tegen bij ons, dat zijn wel vaste chauffeurs waarmee je samenwerkt en je weet en ja zij weten dat ook, van het moment dat zij niet de service bieden die wij vragen, ja dan komt de samenwerking ook in gedrang hé.

I: Dat heeft dan meer het vertrouwen te maken, denk ik dan hé?

H: Ja.

I: Daar komen wij straks nog aan toe, dat is een van de barrières.

H: Ja (lacht).

I: Uhh zijn crowdsourced leveringen volgens u meer of minder personaliseerbaar voor de consument? Bijvoorbeeld leveringen binnen een specifieke tijdsperiode naar keuze of eventueel uhh een plaats, denk maar bijvoorbeeld aan een consument bestelt een pakketje en hij gaat boodschappen doen in de supermarkt. Tegen dat hij buitenkomt, staat er dan een bezorger met het pakketje om dat af te leveren. Dus denkt u dat dit meer of minder personaliseerbaar is als u dit zou vergelijken met de expressdienst?

H: Ik denk dat dat ongeveer hetzelfde is. Want ja uiteindelijk, via express is dat ook iemand die persoonlijk uw pakketje komt brengen.

I: Mhh mhh. En dan bij de expressdienst, worden er dan eigenlijk goederen of pakketten geconsolideerd of voor dat pakket voeren wij die route uit?

H: In express is dat eigenlijk, worden er geen goederen geconsolideerd, dus dat is echt voor dat pakketje dat ne chauffeur voorzien wordt, die gaat laden en aansluitend gaat leveren. Maar nog eens, time is money. Als er ergens in het zuiden van Frankrijk ne bandstilstand is en ze moeten van hieruit een onderdeel brengen, dan is dat uhh in alle belang dat dat daar zo rap mogelijk is. Als dat gegroepeerd wordt met andere zendingen. Als dat in de voor- of in de namiddag geleverd wordt, dat is wel een verschil hé.

I: Zeker.

H: Dus allee ja.

I: Nu dat we deze vragen hebben overlopen, van samenwerkingen met kmo's, ziet u dit eerder als een opportuniteit of eerder als een barrière voor de crowdsourced delivery pakketindustrie?

H: Goh ja, ik denk dat dat van geval tot geval verschillend is. Dat ge niet echt kunt zeggen: dat is een opportuniteit of dat is eerder een barrière. Ik denk dat ge eerder geval per geval gaat moeten bekijken.

I: De tweede opportuniteit die ik had teruggevonden, was milieu-impact. Zijn crowdsourced leveringen meer of minder gunstig voor het milieu dan traditionele pakketleveringen? En waarom?

H: Ik denk dat ze wel milieuvriendelijker zijn, uhh, omdat het toch al gecombineerd wordt met een verplaatsing. Terwijl ja, met express, dat zijn aparte wagens die ingezet worden voor die specifieke zending. Ja, daar wordt apart voor gereden. Dus ja, dat zal minder milieuvriendelijker zijn dan dat ge het gecombineerd kunt doen, met een verplaatsing.

I: En wat als ik u zou vertellen dat er ook echt crowdsourced bezorgers zouden zijn die specifiek een bepaald transport uitvoeren om bepaalde pakketjes te leveren, zoals bijvoorbeeld bij Deliveroo en Uber. Zou u dan nog steeds zeggen dat het gunstiger is voor het milieu?

H: Ja, dan misschien wel niet nee (lacht).

I: Maar ja, er zijn ook crowdsourced delivery initiatieven die uhh milieuvriendelijke transportwijzen aanmoedigen zoals bijvoorbeeld per fiets. Dat zou natuurlijk wel verschillen met de expressdienst.

H: Ja, klopt.

I: Bij jullie is het standaard via vrachtwagen of?

H: Afhankelijk van het volume en het gewicht, ja. Er worden Berlingo's in gezet tot grote vrachtwagens of camions, afhankelijk van wat er getransporteerd moet worden.

I: Mhh mhh. Is er bij Essers, bij de expressdienst, de mogelijkheid tot milieuvriendelijke transportwijzen?

H: Ja, sowieso wordt daar heel veel belang aan gehecht, bij Essers. De ecologische voetafdruk is heel belangrijk en daar worden ook sessies gegeven door driver mentoren aan chauffeurs om op een milieuvriendelijke manier met de camions te rijden eigenlijk hé. Dus daar wordt heel veel belang aan gehecht, zeker en vast.

I: Kunnen crowdsourced bezorgbedrijven pakketten in dezelfde mate consolideren als traditionele transportbedrijven, volgens u?

H: Ja, ik denk dat dat te maken heeft met of bepaalde zendingen al dan niet dringend zijn. Het voordeligste is om zaken te gaan groeperen, sowieso hé. Ook naar milieu, naar alles toe, naar kostprijs.

I: En denkt u dat zij daar de mogelijkheid toe hebben? Om dat in dezelfde mate te doen?

H: (denkt)

I: Of ziet u de consolidatie eerder als een barrière voor de industrie?

H: Ik denk dat dat eerder een barrière is ja.

I: En de milieu-impact, ziet u die eerder als een barrière of zijn er verbeteringen mogelijk naar uw mening mogelijk?

H: Ik denk dat dat qua milieuvriendelijkheid wel beter is, ja. Als ge bekijkt, dat er fietskoeriers en dergelijke ingezet worden. Dat is sowieso beter naar milieu toe en dergelijke hé.

I: En kunnen traditionele transportbedrijven nog iets leren van crowdsourced delivery bedrijven? Op vlak van milieu dan?

H: (denkt) Ik denk dat wij daar ook al heel ver in staan. Als ge ziet welke inspanningen er hier allemaal geleverd worden, dan denk ik dat wij daar toch ook al heel ver in staan. Ge kunt altijd van elkander leren, dat absoluut. Dat is in de jaren zo belangrijk geworden en allee daar wordt hier toch wel echt veel belang aan gehecht.

I: Maar er is niet echt direct een aspect waarvan u denkt: hier kunnen wij nog iets van leren?

H: Nee, ik denk dat niet.

I: Nee, oké. De voorlaatste opportuniteit die ik had teruggevonden, was de sociale impact. Vanuit uw perspectief, kunnen crowdsourced delivery bedrijven een positieve of negatieve impact hebben op de gemeenschap?

H: Ik denk dat die wel een positieve invloed kunnen hebben, ja. Sowieso, dat denk ik wel.

I: Zoals bijvoorbeeld? Heeft u daar een specifiek voorbeeld van?

H: Misschien naar tarief toe?

I: Voordeliger voor de klant dan?

H: Dat dat op bepaalde momenten, dat ge zegt van ja dat is voordeliger ja. Ik denk het wel.

I: En kan dat dan een goede invloed hebben op de gemeenschap dan?

H: Ja, ik denk dat wel. Naar werkgelegenheid, misschien wel minder hé. Omdat die toch wel voor een stuk van de expressbedrijven wegpakken hé. Uhh, dus op dat vlak denk ik misschien wel wat minder.

I: Dus u denkt dat deze bedrijven tot minder werkgelegenheid leiden?

H: Als dat goed uitgebouwd is en dat werkt goed, dan denk ik het wel ja. Dat andere zaken via andere transportmodi verstuurd worden en dat zij nu via heel dat netwerk van

I crowdsourced gaan versturen.

I: En bijvoorbeeld mensen in de gemeenschap die kunnen werken als crowdsourced bezorger? Dat is dan een ander standpunt dat we eventjes kunnen bekijken. Daar zou het eventueel wel tot meer werkgelegenheid kunnen leiden.

H: Ja, op dat vlak wel ja.

I: Maar dan negatiever voor de traditionele transportbedrijven.

H: Ja, ja.

I: Dus het is maar langs welke kant je het eigenlijk bekijkt hé.

H: Ik bekijk het dan vanuit het standpunt van express dan hé.

I: Dus dan de sociale impact van de crowdsourced bedrijven, is die dan een opportuniteit of eerder een barrière volgens u?

H: Dus het is zoals ge het zegt, langs welke kant bekijkt ge het?

I: Dus als ge het bekijkt voor de crowdsourced delivery bedrijven zelf.

H: Ja, daar zal het wel een opportuniteit zijn hé.

I: Maar dan voor de traditionele transportbedrijven is het eerder een barrière?

H: Ja, ik denk dat wel. Als dat goed werkt, dat er daar eerder voor geopteerd wordt dan dat ze de traditionele transportbedrijven en expressdiensten gaan inzetten.

I: Mhh mhh. De laatste opportuniteit die ik had teruggevonden is de prijs. Hoe zijn jullie bij Essers de kostprijs van de tussenpersonen, is dit goedkoper of duurder dan jullie eigen chauffeurs?

H: Ja weet ge, wat express betreft... Ik spreek dan vooral over het express verhaal binnen Essers, is het zo dat wij die zelfstandige onderaannemers inzetten en dat die een tarief per km betaald krijgen. Of er veel werk is of weinig werk, die worden ad hoc ingezet. Uiteindelijk is dat wel ons marge, we hebben sowieso ons marge, ongeacht of er files zijn of vertragingen. We hebben sowieso ons marge vaststaan. We hebben een vaste marge op ons express transport, dus in dat opzicht, allee, we hebben geen kosten om de voertuigen aan te schaffen of voor de diesel. Allee, dat is allemaal voor de chauffeur. Dus in dat opzicht, dus denk ik wat express betreft, dat dat toch de beste oplossing is om met zelfstandige onderaannemers te werken. Omdat we dan met heel veel aspecten toch geen rekening moeten houden.

I: Mhh mhh. Het tarief was dan per kilometer?

H: Het tarief is per kilometer, afhankelijk van het voertuig dat ingezet wordt.

I: Dus het is niet zo dat dit verschilt, uhh, een chauffeur werkt al heel lang voor jullie en jullie zijn daar heel content van...

H: Nee, dat heeft daar niks mee te maken. Voor die zelfstandige onderaannemers heeft dat niks te maken, dus wij hebben een vast tarief per kilometer per voertuig dat uhh afgerekend wordt. Dat is voor iedereen hetzelfde, ongeacht of je hier al jaren werkt of dat je hier nog maar pas begonnen bent. Voor een Berlingo is dat een bepaald bedrag per kilometer, voor een camionette, allee dat is een vast bedrag. Dat is altijd het volledige traject dat zij betaald krijgen. Dus wij starten altijd met het start- en eindpunt Genk, met dan een laad- en losadres. Per bijkomende laad- en/of losplaats komt er dan ook een toeslag bij.

I: En hoe zijn jullie eigenlijk ooit terecht gekomen bij deze tussenpersonen? Is dat via een platform geweest?

H: Nee, dat is eigenlijk niet binnen een platform, die chauffeurs van express. Uhh, zoals ik zeg, heel veel chauffeurs die destijds gestart zijn, die werken nog bij ons. Veel die eigenlijk ook zichzelf komen aanbieden en vragen om werk. En dan worden die doorgelicht, of dat die met alles in orde zijn, vooraleer we daarmee in zee gaan. En dat die hun vergunningen hebben en dergelijke, dat die een verzekering hebben... Dat wordt hier allemaal wel afgetoetst vooraleer dat wij die, uhh vooraleer dat wij ermee gaan samenwerken.

I: Ja, dat begrijp ik. En aan het begin van dit interview zei u dat de reden van deze samenwerking vooral was om voldoende capaciteit te kunnen garanderen. Heeft de kostprijs ook een invloed gehad op de beslissing om deze samenwerking tot stand te laten komen? Of was dat iets wat achteraf voordelig bleek te zijn?

H: Eigenlijk is dat altijd zo geweest, van dat ik bij Essers begonnen ben, dat dat express op uhh zelfstandige basis, allee, werd geregeld. Ik heb dat eigenlijk nooit anders geweten. Zoals ik al zei, ongeacht het werk dat ge hebt, ge hebt geen wagens die stilstaan. Want een wagen die stilstaat, dat kost u geld. Dus het is eigenlijk zo, er belt een klant en die zegt we hebben dat en dat nodig. En gij gaat kijken welke chauffeur is er vrij en die gaat ge inzetten. Dus ge hebt eigenlijk geen kosten als ge geen werk, omdat ge ad hoc uhh die chauffeurs kunt contacteren om die express transporten uit te voeren.

I: Ziet u de kostprijs van crowdsourced delivery bedrijven als een opportuniteit of een barrière, als u dan kijkt vanuit het standpunt van de bedrijven zelf?

H: Is dat misschien wel een opportuniteit, omdat ik denk dat dat goedkoper is dan dat ze een express gaan inzetten. Maar dan ook wel rekening houdend met de urgentie van transport dat ze nodig hebben.

I: Ja, dan gaan we nu over naar de barrières. U zei daarnet al dat u meer barrières ziet dan opportuniteiten, zou u deze kort willen toelichten?

H: Ja, ik heb al heel vaak gezegd de snelheid en de dringendheid van transporten, als ik dat bekijk binnen express, ik denk dat ja, dat wij daar beter op kunnen inspelen.

I: Ja mhh mhh, oké. Dus de snelheid is nog niet optimaal?

H: Ik denk dat niet nee. Ik denk dat dat binnen express toch anders is ja.

I: Uit mijn literatuurstudie is een van de eerste barrières het vertrouwen. Dat hebben we daarnet ook al eventjes aangetoetst.

H: Dat denk ik dus ook wel ja, dat vertrouwen. Ik denk dat als je met vaste personen samenwerkt, allee, ondertussen is dat ook wel zo dat klanten van ons, die zien die chauffeurs en dat zijn regelmatig toch wel dezelfde en dan creëert ge toch wel ne band en ja. Die weten ook wel dat het goedkomt als die dat doen en ohh ja het is den dieje. Ik denk dat in crowdsourced delivery toch wel een heel ander verhaal is.

I: U heeft daarnet ook al gezegd dat die zelfstandige tussenpersonen wel grondig gescreend worden.

H: Ja, ja. Sowieso.

I: Is dat dan bijvoorbeeld anders dan de vrachtwagenchauffeurs die jullie aannemen, verschilt die screening daarvan? Dus is die van de zelfstandige chauffeurs strenger bijvoorbeeld?

H: Goh, ik zou niet durven zeggen dat dat strenger is, maar in elk geval als ge een zelfstandige chauffeur, die zijn voertuig moet in orde zijn. Je moet zorgen dat dat allemaal in orde is. Als die ADR vervoert, dan moet die een ADR-attest hebben. Uhh, zijn CMR-verzekering, dat die in orde is. Toch ook wel heel belangrijk. Dus dat zijn dan toch ook nog wel andere zaken dat ge moet gaan controleren, buiten met eigen chauffeurs, want daar zorgt Essers al voor wagens voor, dat dat allemaal in orde is hé. En die zelfstandige onderaannemers, die rijden ook met hun eigen wagentjes hé. Dus dat is toch wel een hele andere insteek hé.

I: Dat zijn dan zo eerder de technische aspecten waar jullie op focussen hé, maar als we dan kijken naar de persoonlijke eigenschappen van de chauffeur. Bijvoorbeeld uhh hebben ze boetes of criminele feiten gepleegd... Wordt daarnaar gekeken?

H: Ja, daar wordt sowieso bekeken grondig, ja dat sowieso. Zeker en vast.

I: Zou dat dan wel dezelfde procedure zijn als eigen vrachtwagenchauffeurs?

H: Ja, dat sowieso.

I: Daar zijn jullie dan niet strenger in?

H: Ik denk dat dat op hetzelfde niveau zit.

I: Mhh mhh, oké. En ondervinden jullie moeilijkheden, met het vertrouwen van deze zelfstandige tussenpersonen?

H: Allee, als ge dat van hun standpunt bekijkt, zijn zij wel blij dat zij voor een firma als Essers kunnen werken. Zij weten dat zij hun geld krijgen en dergelijke. Dat alles officieel loopt, zoals het hoort te lopen. En uhh van onze kant uit van vertrouwen, ja, uiteindelijk zij weten ook dat dat vertrouwen heel belangrijk is en het nakomen van afspreken. Van het moment dat wij zien dat het niet loopt, dan wordt die samenwerking ook stopgezet, ja dat sowieso.

I: En denkt u dat het een voordeel is dat u al jarenlang samenwerkt met dezelfde zelfstandigen?

H: Ja ik denk wel dat dat een voordeel is, ik denk dat dan wel bewijst dat de samenwerking langs beiden kant goed zit, het vertrouwen goed zit. Uhh, een voordeel is dat zeker. Ten slotte, ja zij kennen het werk, zij kennen de klanten, zij weten wat er van hen verwacht wordt. Dus ik denk dat dat toch wel een voordeel is.

I: Is er bijvoorbeeld meer wantrouwen wanneer er een zelfstandige tussenpersoon voor de allereerste keer wordt ingezet?

H: Wantrouwen is misschien wel een groot woord, maar die wordt toch wel extra opgevolgd ja. Omdat binnen onze expressdienst, dat zijn heel dringende zaken, dat zijn zaken die gisteren al geleverd moesten geweest zijn.

I: (lacht)

H: Ik bedoel, daar hangt ook wel een prijskaartje aan vast. Dus als dat iemand is die dat voor de eerste keer uitvoert, dat zal dan nauwlettender worden opgevolgd dan iemand die weet wat van hem verwacht wordt. Dat wordt ook opgevolgd uiteraard. Maar dat is toch wel een verschil, iemand die nog maar pas gestart is en iemand die dat al jaar en dag doet.

I: En kunt u daar bijvoorbeeld een voorbeeld van geven hoe dat het strikter wordt opgevolgd?

H: Ik denk dat de communicatie tussen chauffeur en planner, dat die intensiever is. Je hebt natuurlijk verschillende mogelijkheden, dat je ze via een systeem of via een app kunt opvolgen, maar ik denk dat er dan al eens rapper wordt gebeld met die chauffeur, van loopt alles goed? En zit ge nog volgens schema en dergelijke? Ook een beetje voor de chauffeur zelf, om die een beetje gerust te stellen. Ja, want voor hem is dat ook iets dat ge voor de eerste keer doet (lacht). Dan hebt ge ook graag dat ge goed wordt opgevolgd en dat ge niet aan uw lot wordt overgelaten. Niet dat dat bij chauffeurs die hier jaar en dag werken, dat die aan hun lot worden overgelaten, absoluut niet. Maar iets dat ge voor de eerste keer doet, dat gaat ge sowieso strikter en nauwkeuriger opvolgen hé.

I: Uhh de chauffeurs die al langer bij jullie werken, de zelfstandige dan, die worden dan opgevolgd via een app of?

H: Ja via een app, of via een track-and-trace is dat eigenlijk hé. Waar zij ook kunnen afmelden en waar wij ze ook kunnen volgen.

I: En kunnen zij van tevoren ook misschien aangeven op die app, van ik ben dan wel beschikbaar en ik ben dan niet beschikbaar?

H: Voor zover ik weet, allee van toen dat ik gestopt ben met express, was dat niet dat ze die beschikbaarheid kunnen doorgeven. Maar uiteindelijk is het wel zo dat ge die chauffeurs uhh ne ganse dag of toch zoveel mogelijk aan het werk probeert te houden. Dus als planner weet je dat wel hé, van dan gaat die ongeveer terug zijn. En dan kan ik die eventueel nog inschakelen voor een korte rit, afhankelijk van uhh van wanneer dat die terug beschikbaar is. Je gaat toch proberen die zoveel mogelijk aan het werk te houden. Je gaat daar al veel van kunnen opvolgen eigenlijk hé.

I: En bij crowdsourced delivery bedrijven kunnen bezorgers bijvoorbeeld aangeven ik ben die dagen beschikbaar, die en die dagen. Is dat misschien toch iets waar jullie van kunnen leren.

H: Ja, ik was het net aan het denken. Dat is misschien toch iets waar we nog van kunnen leren. Dat zou misschien nog wel een handige tool zijn. Nu wordt dat eigenlijk ook doorgegeven, maar dat wordt dan eerder per mail of telefonisch doorgegeven als ne chauffeur morgen om een of andere reden morgen niet beschikbaar is, dan wordt dat toch wel doorgegeven. Maar van het moment dat wij weten, als die chauffeurs aan het rijden zijn voor ons, dan weten wij ook wel dan is die terug, dan kunnen wij die terug inzetten. Wij proberen die ook wel zoveel mogelijk aan het werk te houden. Want gij weet ook wel dat als gij u engageert om voor ons een express te rijden en ge rijdt maar 3 ritten per week, dan kunt ge daar uwe boterham niet mee verdienen hé. Wij garanderen geen vast aantal kilometers per maand, maar wij proberen die wel zoveel mogelijk aan het werk te houden. Dat sowieso.

I: Ik beeld me maar in, stel zij voeren ook ritten uit voor hun eigen klanten, bijvoorbeeld particulieren, en zij kunnen die en die dagen aangeven in de app van ik ben dan wel beschikbaar. De andere dagen zouden zij dan wel activiteiten kunnen plannen voor hun eigen consumenten, dat is dan misschien voordeliger.

H: Nu wij hebben wel een vast aantal zelfstandige onderaannemers, die enkel en alleen voor ons rijden.

I: Ah ja oké.

H: Dan werken wij ook wel samen met concullega's in expressdiensten, die ook wel X aantal voertuigen en chauffeurs ter beschikking hebben. Ja, daar moet ge natuurlijk wel gaan horen, kunt gij dat transport nog uitvoeren? Terwijl, de chauffeurs die zich geëngageerd hebben om voor ons alleen te rijden, daar hebt ge zelf, die planning houdt ge eigenlijk voor hun bij. Dat is natuurlijk een andere opvolging, dan van een concullega natuurlijk hé. Daar heb je minder zicht op natuurlijk, wat dat die nadien nog ingepland heeft.

I: Daar zou dan zo'n systeem wel handig zijn?

H: Ja, daar zou zo'n systeem wel handig zijn, ja. Nu wordt dat allemaal per mail of telefonisch doorgegeven hé.

I: Dat is misschien iets omslachtiger? Het kan misschien iets efficiënter?

H: Ja, dat misschien wel hé, via die app hé. Dat zou misschien een handige tool zijn om in te bouwen. Voor zover ik weet, is dat er niet dat ge zo die beschikbaarheid kunt inzetten. Maar ik denk niet dat dat er nu al in zit, nee.

I: Maken jullie bij Essers ook gebruik van een beoordelingssysteem van deze particuliere tussenpersonen?

H: Ja, dat wordt sowieso gedaan ja.

I: Hoe gaat dit bijvoorbeeld in zijn werk?

H: Ja, dat is jaarlijks dat die geëvalueerd worden hé. Uhh, dat eigenlijk een aantal doelstellingen, waar dat die mensen zich aan moeten houden en dat wordt ook wel bekeken dat die daaraan voldoen. Naar stiptheid toe, dat is bijvoorbeeld al een criteria dat beoordeeld wordt. Uhh, het afmelden van zendingen, ook wel een belangrijke in het systeem. Allee, dat wordt wel bekeken. Of ze vriendelijk zijn, of ze een goed voorkomen hebben. Allee, dat zijn maar een aantal voorbeelden.

I: En wordt dit ook gebruikt voor de eigen chauffeurs? Dit beoordelingssysteem?

H: Alle werknemers binnen Essers worden jaarlijks geëvalueerd.

I: En dat is altijd hetzelfde principe dat gevolgd dan?

H: Ja dus op waarde wordt ge beoordeeld en op doelstellingen, of dat ge die behaald hebt of niet. Uhh ja dat is toch jaarlijks dat dat gebeurt.

I: Ja, u heeft daarstraks ook al vermeld van als er echt iets misloopt, iets grondig misloopt, dat de samenwerking wel stopgezet kan worden. Dat kan dan ook het gevolg zijn van een negatieve beoordeling?

H: Ja, sowieso.

I: Dan wordt de samenwerking onmiddellijk stopgezet?

H: Ja, wete dat hangt er ook van af. Stel dat die een dringende zending heeft, bijvoorbeeld een bandstilstand in het zuiden van Frankrijk en die is met dat onderdeel onderweg. En opeens is die spoorloos van de radar verdwenen en kunnen wij die op geen enkele manier meer volgen. Die reageert niet op berichten of telefoons. Als je dat aan de hand hebt binnen express, allee dat komt niet goed hé. Dan weet ge ook al dat die niet betrouwbaar is hé. Zij weten ook wel hoe belangrijk het is hé, met wat zij bezig zijn, dat zij ten alle tijden bereikbaar moeten zijn en dat als er iets gebeurt, dat zij onmiddellijk de planning moeten verwittigen. Als zij dat niet doen, dan weet ge dat dat niet kan blijven duren.

I: Ja, dat begrijp ik zeker. En stel nu dat uit de jaarlijkse beoordeling blijkt dat de chauffeur uitermate positief scoort, zijn daar gevolgen aan verbonden? Krijgen zij dan bijvoorbeeld voorkeur om bepaalde jobs uit te voeren?

H: Binnen express, met die zelfstandige onderaannemers, wordt iedereen eigenlijk, allee dat we niet altijd dezelfde de verre ritten geven en dat altijd dezelfde rond de kerktoren rijden. Dat wordt wel bekeken dat we dat zo eerlijk mogelijk verdelen. Dat doen we wel, ja.

I: Maar degenen die dan het beste scoren, die halen daar niet persé voordeel uit?

H: Nee, nee. Niet dat die X aantal eurocent per kilometer meer betaald gaat krijgen, nee dat is niet. De tarieven liggen vast. Maar natuurlijk weet je ook wel dat als ge chauffeurs hebt die uitermate goed scoren en betrouwbaar zijn. En ge krijgt hier een aanvraag binnen en je weet oha dat moet hier echt wel in orde zijn, er mag echt niks mislopen. Dan ja, uw voorkeur gaat natuurlijk dan wel uitgaan naar iemand, waarvan je weet dat als je hem die rit geeft, dat dat altijd in orde komt. Dat als er iets is, gaat die mij contacteren. Ja, dat is logisch eigenlijk hé. Als ge al iemand hebt gehad, waarvan ge zegt: het was toch niet echt zoals we het gehoopt hadden. Ja, die ga je niet zoiets belangrijk geven.

I: Nee, dat begrijp ik zeker. Uhh, is crowdsourced delivery volgens u voldoende ingeburgerd in Vlaanderen?

H: Ik denk dat daar misschien toch nog wel iets meer aan gedaan kan worden. Om dat nog een beetje beter op de kaart te zetten.

I: Langs de kant van de consument of meer langs de kant van de bezorger? Zijn consumenten niet voldoende overtuigd om dit te gebruiken? Of zijn er nog aarzelingen van mensen om te werken als crowdsourced delivery bezorger?

H: Ik denk dat dat toch nog beter kan.

I: Op welk vlak specifiek?

H: Naar bekendheid toe bij particulieren. Ik denk niet dat iedereen uhh zo echt al mee vertrouwd is.

I: Nee, dus er moeten nog echt campagnes komen om het echt op de kaart te zetten?

H: Ja. Ik denk dat wel, ja.

I: En ziet u het vertrouwen in crowdsourced delivery bedrijven als een opportuniteit of als een barrière?

H: Ja, ik heb al eerder aangegeven dat ik allee...

I: Dat het een barrière is?

H: Dat het een barrière is, ja.

I: Dus er zijn zeker nog verbeteringen mogelijk?

H: Ik denk het wel ja.

I: En heeft u daar een specifiek voorbeeld van?

H: Allee, wat ik in al die jaren zo ervaren heb binnen express, dat er toch heel veel klanten, omdat het terugkerende chauffeurs zijn, dat die daarom toch meer vertrouwen hebben. Dat die weten van ah ja, dat is den dieje, die heeft dat toen ook gedaan.

I: Zijn er dan klanten die meer terughoudender zijn als zij weten dat het een nieuwe chauffeur is?

H: Nee nee. Nee, dat zal ik niet zeggen. Maar allee, dat scheidt toch ne band hé, als ge allee, als ge met dezelfde mensen in contact komt. En dat creëert ook wel meer vertrouwen.

I: Dat begrijp ik. Maar het is niet dat zij zeggen van: oh nee ik heb liever dat een andere chauffeur het transport uitvoert.

H: Nee nee, dat niet.

I: Ze hebben er vertrouwen in dat de chauffeurs voldoende gescreend zijn?

H: Ja ja, dat sowieso. Maar ik denk gewoon dat als ge iemand vertrouwd ziet, dat dat toch meer vertrouwen geeft dan dat het altijd iemand anders is.

I: Dan de laatste barrière is de capaciteit. Ik zie dat we niet heel veel tijd meer hebben, we moeten nog een paar vragen doen.

H: Ja (lacht).

I: Ondervinden jullie moeilijkheden om nieuwe bezorgers aan te werven?

H: Op vlak van express niet. Allee, ik hoor toch vaak dat ze nog regelmatig aanvragen krijgen van uhh nieuwe kandidaten die solliciteren om te werken bij Essers in functie van dat express verhaal. Dat denk ik niet dat dat een probleem is, nee.

I: U zei ook dat er voldoende wordt opgelet dan niet steeds eenzelfde bezorgers telkens een lange rit krijgt, dat dat voldoende wordt afgewisseld. Maar voor de rest is daar geen specifiek matching mechanisme, dat de bezorgers koppelt?

H: Veel hangt ook af van de beschikbaarheid van de chauffeurs. Daar wordt wel naar een gezond evenwicht gezocht, dat iedereen al eens een rit rond de kerktoren heeft, als ik het zo mag zeggen. En voor de verdere bestemmingen, dat dat evenwichtig verdeeld wordt.

I: Daar wordt dan op gelet. Maar dan voor de rest is het eigenlijk afhankelijk van de beschikbaarheid en voor de rest een beetje random.

H: Ja. En ook natuurlijk, zoals we in het begin hebben gezegd, als we ne klant hebben in het Antwerpse, dan gaan we kijken: wie zit daar het kortste bij? En wie kan ik daarvoor inzetten? Uhh, daar wordt ook naar gekeken. Maar dat weet je op voorhand niet hé. Ge weet 's ochtends niet welke expressen er gaan binnenkomen. Dat weet ge niet hé. Dat is ad hoc allemaal hé.

I: Dan bij de gewone vrachtwagenchauffeurs die bij jullie in dienst zijn, daar wordt dan wel een specifiek matching mechanisme voor gebruikt? Om die aan een bepaalde rit te koppelen?

H: Ze zullen wel, allee ik ben daar nu niet zo heel goed van op de hoogte, maar der zullen wel bepaalde allee... Elke dienst, Benelux en internationaal, die hebben hun chauffeurs die op Frankrijk, op Duitsland, België, Nederland en Luxemburg rijden, in dieje pool wordt wel bekeken wie welke rit krijgt. Uhh dat is iets dat de planning bepaald, de planners bepalen dat. En er zullen er bij zijn die vaste trajecten hebben, elke dag hetzelfde, maar er zullen er ook zijn...

I: Maar daar heeft u niet zo'n zicht op?

H: Nee, daar heb ik eigenlijk niet zo zeer zicht op, hoe dat dat juist ingepland wordt. Maar ik weet wel dat er chauffeurs zijn die op Frankrijk rijden, op binnenland. En ik denk dat er bij Benelux wel bij zijn die hun vaste rit hebben. Dagelijks, ja.

I: Nog eventjes terug over crowdsourced bezorgers van de platformen. Zijn er bepaalde factoren die de bevolking motiveren of ontmoedigen om zich te engageren als crowdsourced bezorger?

H: Goh, goh... Ik denk dat ge toch meer succes gaat hebben bij de jongere bevolkingsgroep.

I: Mhh mhh... En waarom?

H: Omdat die daar meer voor openstaan. Allee, om dat te doen. Denk ik dan zo.

I: Het is ontmoedigend bij de oudere generaties?

H: Ik denk dat die daar minder snel op in gaan, denk ik.

I: Om een speciale reden?

H: Om zich kandidaat te stellen, hé. Niet om het te gebruiken, hé.

I: Maar bijvoorbeeld omdat zij een vaste job hebben en daar geen tijd voor hebben? Als ik dan denk aan studenten, die hebben daar meer tijd voor.

H: In dat opzicht denk ik het wel ja. Als ik naar mijn eigen kijk, allee, ge maakt hier al lange dagen en om dat er nog allemaal bij te doen. Je hebt uw gezin ook nog. Ik zou dat echt niet zien zitten. Ik denk dat bij studenten, bij de jongere bevolkingsgroep, dat die daar wel meer voor openstaan.

I: Ja, dat begrijp ik. Daar sta ik zelf ook wel achter, achter die mening.

H: Ik had het er gisteren nog over met mijne zoon, die is 20, die is ook aan het verder studeren. En die vond dat wel fijn, die was daar eigenlijk heel enthousiast en positief tegenover. Ik zou dat ook nog wel zien zitten om dat te doen. Oh ja dat is toch meegenomen? Ja, die zag daar eigenlijk toch wel veel voordelen in.

I: Ja, dat begrijp ik ergens wel (lacht).

H: (lacht)

I: Dan de capaciteit van de crowdsourced delivery bedrijven, ziet u dit eerder als opportuniteit of eerder als een barrière?

H: Goh...

I: Als u kijkt naar het opzicht van de hoeveelheid vraag naar crowdsourced bezorging en naar de hoeveelheid personen die bereid zijn om zich kandidaat te stellen.

H: Ik heb daar eigenlijk niet echt zo'n idee van, van welke balans daar eigenlijk in zit. Ik weet dat eigenlijk niet echt. Ik kan daar eigenlijk niet echt een antwoord op geven.

I: Dat is geen probleem. Dan het laatste deel van het interview gaat over de concretisering van crowdsourced delivery. Hoe staat Essers eigenlijk tegenover de opkomst van crowdsourced delivery? Zijn jullie dit als iets positief, iets negatief of eerder iets bedreigend?

H: Ik denk sowieso, allee, dat dat toch wel impact heeft, op de transportbedrijven in het algemeen. Dus of die dat echt als iets positief of negatief zien. Ja, ik denk toch nog altijd dat dat een hele andere business is, dan datgene dat wij aan het doen zijn.

I: Jullie zien het niet zozeer als iets bedreigend? Het is iets dat losstaat van jullie core business?

H: Ik denk niet dat, bedreiging ja... Echt een bedreiging, nee dat denk ik niet. Anders had ik daar hier en daar wel iets over hebben opgevangen. Uhh, niet echt toch wel niet nee.

I: Eerder bedrijven zoals bpost...

H: Ja, dat denk ik wel, ja. Zo die koeriersbedrijven, ik denk wel dat die, ja... En uiteindelijk, ik denk dat iemand die iets heel dringend heeft, dat die eerder naar een express bedrijf gaat en zeker niet op die crowdsourced deliveries gaat rekenen.

I: En steunen jullie deze initiatieven? Stel er komt een crowdsourced delivery bedrijf naar jullie toe en zij hebben samenwerkingsvoorstel en dat komt voor jullie ook goed uit. Zouden jullie hiermee in zee gaan of zouden jullie toch eerder wat terughoudend zijn?

H: Ik denk dat ze dat sowieso... We hebben een hele afdeling engineering, die zich daarmee bezighoudt en die dat helemaal gaat uitspitten en dat gaat bekijken. Die gaan dat zeker... Ja, omdat parcel delivery, is toch nog wel ne belangrijke ook. En dat die dat toch nog tot op het bot gaan uitspitten om te zien of dat, allee, om te zien of het het waard is om daar verder mee in zee te gaan en een samenwerking op te starten, dat sowieso.

I: Jullie zouden deze initiatieven dus zeker wel steunen?

H: We gaan ze zeker onder loep pakken. Ze gaan dat zeker uitvlooien. Allee, is dat waard, brengt dat op? En ja, ze zullen dat zeker bekijken.

I: En losstaande initiatieven, zouden jullie deze ook steunen? Ik denk maar bijvoorbeeld, er komen platform oprichters bij jullie aankloppen. Ze vragen om advies. Zouden jullie ze helpen? Of... Het is maar een voorbeeld.

H: Ja, ik denk dat wel.

I: Dan als laatste vraag. Moeten er volgens u nog stappen worden ondernomen voordat crowdsourced delivery een vaste waarde kan worden in de pakketbezorging? Welke en waarom?

H: Ik denk dat dat naar bekend toe, zo binnen de bevolking, dat daar toch nog wel wat werk aan de winkel is. Ik denk niet dat iedereen dat kent. Zeker niet, ja oudere generaties ofzo.

I: En dan specifiek in België? Of over heel wereld? Bijvoorbeeld Amerika?

H: Ik denk dat die daar verder in staan.

I: Dus daar kunnen wij dan nog iets van leren?

H: Ik denk dat er hier in België, dat daar nog meer bekendheid moet worden rond gemaakt. Zo de jongeren zullen er al wel mee weg zijn, maar dan Zeker bij de oudere generaties denk ik dan.

I: Is dit dan op initiatief van de bedrijven zelf of zou de overheid hier moeten tussenkomen?

H: Ik denk dat die bedrijven zelf al veel kunnen doen, niet?

I: En de overheid, die heeft hier dan niks mee te maken? Of moeten zij de bevolking ook motiveren?

H: Ze kunnen die initiatieven wel steunen, dat sowieso.

I: Maar niet concreet een campagne opstarten? Dat is te veel?

H: Nee dat zal wel helpen. Sowieso, dat zou wel helpen.

I: Voelt de transportindustrie zich dan een beetje verwaarloosd, als de overheid dit zou doen? Dus meer aansporen tot crowdsourced delivery?

H: Ja, ik denk dat misschien wel ja.

I: Is het dan eerlijk volgens u? Of zou er dan toch iets anders moeten verlopen?

H: Ja, ik denk dat dat wel een eerste stap is dat die bedrijven dat zelf gaan doen. De overheid daar al bij betrekken. Ik dat het in eerste instantie aan de bedrijven zelf is.

I: Oké, dankuwel. Dat was mijn laatste vraag.

H: Allee (lacht). Ik hoop dat ge er iets aan gehad hebt.

I: Zeker! Bedankt.

Bijlage II. Thomas Kauffmann (Vengo)

Geïnterviewde: Thomas Kauffmann (T)

Interviewer: Isabelle Biesemans (I)

Datum: 25 februari 2021 om 16.00 uur

Online via Microsoft Teams

I: Allereerst wil ik u graag bedanken dat u de tijd vrijmaakt voor dit interview. Ik neem dit interview met u af in kader van mijn masterproef. Ik onderzoek de opportuniteiten en barrières in de crowdsourced delivery pakketindustrie. De audio van dit interview zal worden opgenomen zodat ik hierna een transcriptie kan schrijven. De informatie wordt enkel gebruikt in kader van dit onderzoek. Gaat u ermee akkoord dat u volledig vrijwillig wordt geïnterviewd en dat de informatie uit dit interview wordt gebruikt voor mijn onderzoek?

T: Ja, anders was ik hier niet.

I: Kunt u zich kort voorstellen? En wat is uw link met crowdsourced delivery?

T: Oké ja, het is al redelijk complex ondertussen, maar ik wou u toch helpen. Dus momenteel werk ik voor Mondelēz International. Uhh, het grootste, wel, snacking bedrijf ter wereld. Wij maken alles van de lekkere Belgische, niet meer in België geproduceerde, Côte D'or, over Toblerone, Milka, Oreo koekjes en Tuc en dergelijke meer.

I: Mhh mhh...

T: Dus wij zijn de grootste voorziener van alles wat suiker bevat, denk ik ongeveer.

I: (lacht)

T: Uhh, maar toch nog altijd heel lekker is. Ikzelf, binnen Mondelēz, ben verantwoordelijk voor de globale transportstrategie. Als Mondelēz gebruiken we een aantal crowdsourcing, en dat is een groot woord hé 'crowdsourcing', maar crowdsourcing platform. Ik zeg, dat is een groot woord, want crowdsourcing kan zijn dat je particulieren gaat crowdsourcen of dat je B2B gaat crowdsourcen natuurlijk. Maar we zijn wel bijvoorbeeld gebruikers van Uber Freight, uhh van Convoy in de US dan. Soms moet ik op mijn Nederlandse termen letten, want ik spreek de ganse dag Engels. Dus vergeef mij als er soms een gek woord tussendoor komt. Uhh en Uber Freight bestaat tegenwoordig niet meer in Europa, dat is allemaal sennder geworden. Dus daar zijn wij bijvoorbeeld ook wel gebruiker van. Dat is link nummer 1.

I: Mhh mhh...

T: Link nummer 2 is dat in 2015, amai dat is al 6 jaar geleden, toen ik nog in mijn vorige hoedanigheid verkeerde, dat ik samen met de eigenaar van het bedrijf waar ik toen voor werkte, een soort spin-offje hebben opgezet onder de naam Vengo. Wat An u ook al wel verteld zal hebben en waar je ondertussen al wat over hebt opgezocht.

I: Ja, klopt.

T: Uhh met het idee om ook iets Uber-Freight-achtig te gaan doen. Ja, dat was toen wat gelijklopend met Parcify, met bpost bringr principe. We zaten daar allemaal eigenlijk met hetzelfde idee op hetzelfde moment. En dat is eigenlijk allemaal zowat gelijktijdig de markt op gekomen. Dus dat is mijn tweede link. Ik heb dat toen mee opgezet en we hebben dat toen gecommmercialiseerd en daar heel wat proof of concepts meegedaan. En ik ben daar sinds 2019 niet meer in actief, voor alle duidelijkheid. Ik ben daar uitgestapt met de wijziging naar mijn huidige internationale functie bij Mondelēz, dat voor alle duidelijkheid. Dat is de achtergrond.

I: Oké.

T: Is er nog iets dat je wilt weten?

I: (lacht) Nee, dat was heel duidelijk.

T: Oké.

I: Wilt u dat dit interview anoniem wordt gehouden?

T: Nee, dat moet niet.

I: U zei dat u was betrokken bij de opstart van Vengo, u heeft net al eventjes kort aangehaald wat dit bedrijf juist deed. Was dit bedrijf in heel België beschikbaar?

T: Uhh, de beschikbaarheid op zich wel. Coverage, ik bedoel iedereen in België kon vracht aanvragen of vracht post of zich aansluiten in heel België. Natuurlijk, je hebt een soort van incubatieperiode. Je lanceert iets en je begint met een heel gelimiteerde set van crowdsourced partners die transport aanbieden. Uhh dat is eerst rond de kerktoren begonnen en stelselmatig heeft zich dat uitgebreid. Het moment dat ik in 2019 gestopt ben, moet ik zeggen dat de grootste concentratie nog altijd meer Limburg, Antwerpen, Vlaams-Brabant was en dat in de Vlaanders en Wallonië veel minder. Maar dat er dagelijks wel meer en meer transporteurs bijkwamen. Nu, we komen straks bij een van uw andere vragen ook nog terug op het feit van dat die strategie on-the-go af en toe wel gewijzigd is. Het initiële concept was eigenlijk eerder een B2C-concept waarvan we zeiden we gaan professionele transporteurs, en dan vooral zelfstandige chauffeurs, gaan we linken aan consumenten die een zetel of een kast te vervoeren hebben.

I: Mhh mhh...

T: Maar later zijn we een beetje van die zetels en kasten afgestapt, uhh de zetel, de kast en de Ikea-transporten. Omdat de meeste mensen die op dat platform kwamen eigenlijk het handelen met consumenten te veeleisend, te omslachtig, te allee, te veel van alles vonden. En mensen in B2B zijn veel realistischer, naar timelines, naar beschikbaarheid, naar prijzen. Heel realistisch als ge uwe zetel wilt verhuizen van, ik weet niet waar ge zit, in Diepenbeek of whatever, naar Hasselt, dan denkt ge waarschijnlijk dat kost me 10 euro. Uhh een bedrijf weet dat dat 100 euro kost.

I: Mhh mhh...

T: En allee, dat is het verschillende denkpatroon. En daarom dat die B2C niet altijd de verwachtingen van iedereen inlost. En dat die match making toch niet altijd even fantastisch ging, waardoor er wel heel veel traffic was, maar heel weinig realisatie.

I: Ja, oké.

T: En daarom dat de strategische richting navenant wisselde, maar daar komen we seffens nog wel effe op terug.

I: Dat kan ik mij inderdaad wel inbeelden. Uhh, werkt Vengo samen met traditionele leveringsbedrijven?

T: Wel dan moet ge definiëren wat ge bedoelt met een traditioneel leveringsbedrijf.

I: Bijvoorbeeld als het gaat over pakketjes, ik zeg maar iets, bpost of echt B2B Essers.

T: Dus voor alle duidelijkheid, op zich sloot Vengo niemand uit. Naar diversiteit en inclusie zaten we wel goed, want we discrimineren niemand. Maar ik moet wel zeggen dat het makkelijker was voor zelfstandige chauffeurs om aan te sluiten bij Vengo omdat het vooral via een app werkte dan een Essers of een bpost omdat een dispatcher niet op zijne gsm zit te tokkelen. We hebben wel on-the-go, omdat we meer evolueerde naar B2B hebben we wel platformen gemaakt waar een dispatcher eigenlijk een soort web app heeft, waarin hij wel alles ziet verschijnen en dan zelf terug naar zijn eigen chauffeurs kan gaan dispatchen. Maar dat hebben wij eigenlijk nooit, allee, laat me zeggen, nooit helemaal afgemaakt. Dus zover dat ik weet, dus tot 2019, is dat nooit volledig gefinaliseerd geraakt in die mate dat het ook geschikt was voor ne bpost of ne Essers met heel grote vloten. Dus we zijn begonnen met die kleine zelfstandige chauffeurs, dus 1 of 2 vrachtwagens of bestelwagens of whatever... En de oplossing die we tussentijds hebben gemaakt, was meer geschikt voor een vloot van 10 wagens waarbij je een eigenaar hebt die achter de bureau zit en die zegt: dat geef ik aan Jef en dat aan Jos. Uhh en die zegt: log eens efkes in op Vengo en werkt dat af. En bij Essers, realistisch gezien gaat die chauffeur werken op het Essers platform. Die gaat niet op 17 verschillende apps werken. Uhh die gaat gewoon met de technologie van Essers werken. En dan moet technologie weer geïntegreerd worden met Vengo om dat te doen marcheren.

I: Ja.

T: Dus ja er zijn externe leverbedrijven, maar dat zijn vooral kleine- en middelgrote en niet persé de hele grote.

I: Nee, oké. En is dan het merendeel vooral professionele bezorgers of zijn er ook occasionele bezorgers zoals bijvoorbeeld pendelaars die leveringen uitvoeren?

T: Wij hebben uhh, die aanvraag, volgens de crowdsourcing wetgeving, hebben we wel gedaan. We hebben die toelating ook gekregen, maar we hebben nooit een enkele vracht uitgevoerd met puur een particulier. En ik heb in uw vragen gezien dat er ook iets stond rond uhh als de vervoersorganisaties, allee, positief reageerde. Dus daar is redelijk wat noise noem ik dat dan, wat tegenwind gekomen dat van wat we deden, dat dat niet mocht en kon. Dat met particulieren werken, dat dat niet kon. Maar we hebben nooit met particulieren gewerkt. Dat is zelf voor de rechtbank gekomen op een bepaald moment. En ik heb daar toen de zaken op tafel gelegd en gezegd: we werken met geen enkele particulier. We hadden die vergunning wel aangevraagd, maar dat wil niet zeggen dat we die aan het gebruiken waren. Uhh en we hebben die zaak dan uiteindelijk ook wel gewonnen. Allee, gewonnen is een groot woord. Een zaak is nooit gewonnen omdat ze al begonnen is an sich. Allee, we hebben daar geen veroordelingen gekregen en dergelijke. Uhh, we hebben die optie wel nooit aanvaard, allee aanvaard, of geactiveerd.

Niet zoals bpost, die heeft dat wel gedaan met hun platform om particulieren vervoer te laten doen. Bij ons moest iedereen minstens een zelfstandig statuut hebben.

I: Ja, oké. Ik heb inderdaad in het nieuws vernomen dat er bijvoorbeeld kritiek kwam van TLV.

T: Ja, dat was de grote lawaaimaker in deze, ja klopt.

I: Daar heb ik ook een interview mee gepland.

T: Ah ja... Ik heb nooit rechtstreeks met hen gesproken. Het is bijzonder, want ik zat zelf bij een klassiek transportbedrijf, waar we lid waren van TLV en tegelijkertijd gaat TLV tegen Vengo een klacht indienen. Dus dat was speciaal verhaal, dat op z'n minst gezegd (lacht). Maar het is wel bijzonder, in België zijn er 3 grote transportfederaties. TLV, die vooral heel veel leden heeft in de Vlaanders. Ge hebt Febetra, die vooral heel veel leden heeft in Limburg, Vlaams-Brabant, Brussel en in Antwerpen. En dan hebt ge (...) die vooral heel veel leden heeft in het Waalse. Dus het is heel ingewikkeld in België. Zoals we ook heel ingewikkeld zijn in onze gemeenschappen en gewesten, zijn we naar ons transportfederaties ook heel ingewikkeld. En hebben we er niet eentje, zoals in Nederland, maar hebben we er drie. Die doen alle drie hetzelfde, maar gebaseerd op de leden die zijn aangesloten, doen ze toch iets anders.

I: Dat wist ik nog niet. Ik kende alleen nog maar TLV, die was ik tegengekomen.

T: Dus het zijn er drie. Als ik me niet vergis is Febetra zelfs de grootste van de drie. Uhh ik denk dat TLV de kleinste is, maar daar durf ik mijn hand niet voor in het vuur te steken. Dat moet je zeker niet zeggen tegen hen. Het is niet dat ik ruzie met hun heb, maar ze zijn niet zo'n gelover van mij als persoon, gegeven het Vengo verhaal (lacht).

I: Ja, dat zal misschien wel blijken uit het interview (lacht).

T: Maar ja goed, soit.

I: Op welke manier probeert Vengo zich te onderscheiden van andere crowdsourced bezorgbedrijven?

T: Ja, ik denk initieel. Dan spreek ik van 2015/2016 uhh was het gedachtegoed vooral georiënteerd op de kleine, zelfstandige bestelwagchauffeur. Waarom? Omdat alle grote integratoren, met een integrator bedoel ik DHL, TNT, FedEx, UPS, PostNL, bpost... Die werken met hele grote hoeveelheden zelfstandige chauffeurs. Dat ziet ge niet altijd, want op al die camionetten staat altijd mooi hunne naam. Of DPD is nog zo iemand trouwens. Hele grote aantallen van hun bestelwagen chauffeurs zijn eigenlijk zelfstandigen. Je ziet dat soms als je van die witte camionetten ziet verschijnen. Iemand met een TNT-jasje stapt in zijn camionette en daar steekt een bordje voor de ruit en daar staat DHL op. Die pakt dat weg en steekt TNT in de plaats. Die werken eigenlijk voor iedereen. Nu, die mannen die hebben niet elke dag werk. Omdat er ook niet elke dag evenveel te doen is. Wij als consument bestellen niet elke dag evenveel. Dus die hebben af en toe een beetje fluctuatie in de vraag en soms worden die ver weggestuurd en moeten die leeg terugkomen. Het idee daar was, allee ik kende die omstandigheden wel. Het idee was eigenlijk om die mensen te gaan optimaliseren met een extra lading, dat ze meenamen op hun heenreis of ze te gaan vullen op hun terugreis. Of hun waste, hun stilstaande uren, hun wachttijden die te gaan gebruiken zodat hun equipment en hunne tijd ook beter benut werd. Dat was hetgeen waar we ons vooral mee differentieerde. Waar dat andere dan weer gingen kijken: we gaan vooral particulieren

inzetten die dan de koffer van hunne auto gebruiken. Of ne Uber Freight die zich vooral op de grote vrachtwagens gaat richten. Onze initiële kernmarkt was vooral van die bestelwagens, die voor al die pakketbedrijven rondrijden. En die dus eigenlijk ook perfect uwe zetel kunnen meenemen. Daarom dat eerst dat B2C-concept naar voren is gekomen.

I: En dan uiteindelijk het B2B?

T: En dat uiteindelijk naar B2B is gegaan omwille van twee redenen. De reden die ik eerder noemde. En de tweede reden: marketing efforts as well. Om particulieren te bereiken, moet je 10 miljoen mensen bereiken. Voor bedrijven te bereiken moet je er misschien 10.000 bereiken of 100.000. En financieel gezien maakt dat ook wel een groot verschil, zeker voor een start-up met relatief weinig middelen.

I: Zeker. Kan ik zeker begrijpen. Ik heb dus ook al literatuurstudie gedaan over het onderwerp, daar ben ik tot enkele opportuniteiten en barrières gekomen. Ziet u zelf enkele opportuniteiten voor de crowdsourced pakketindustrie? Zo ja, welke? En kunt u deze kort toelichten?

T: Daar moet ik goed over nadenken, want ik denk de opportuniteit die ik zie/zag, die is er nog altijd. Want bijvoorbeeld de Brenger uit Nederland, die zijn veel actiever dan Vengo op dit moment. Die hebben veel meer volume lopen, allee misschien meer geconcentreerd in Nederland dan in België, maar in België ook. Daar is zeker relatief veel opportuniteit vanuit het pakjesvervoer segment. Nu uw vraag was, nee, uw vraag is breder dan enkel het pakjes segment denk ik hé?

I: Ja, bij mij is het echt gefocust op de pakketindustrie.

T: Toch pakketten?

I: Ja.

T: Dus de pakketindustrie, ja zoals ik net zei. Uhh ik denk dat daar redelijk veel opportuniteit in zit. En dan bedoel ik voor zowel die professionele bezorgers die niet altijd geoptimaliseerd rondrijden en of niet altijd hun uren gevuld krijgen en dergelijke meer. Die dus wel nog iets extra kunnen doen, waar we met Vengo al achteraan gingen. Dan hetgeen dat bpost zelf heeft proberen te doen, met particulieren in te schakelen om sommige zaken te gaan leveren. Want ik denk dan aan, hoe noemen die jongens ook alweer die van Total-station, naar Total-station gaan? Uhh...

I: Oei, daar heb ik nog nooit van gehoord.

T: Er is nog iemand uhh, die, waar ik ooit mee gesproken heb, die zijn begonnen met een concept van particulieren die iets ophalen aan een tankstation en aan het volgende tankstation dat terug afzetten. Zodat pakjes eigenlijk van tankstation tot tankstation reizen. Maar ik ben heel effe de naam kwijt. Ik kom er seffens misschien nog wel op. Ik denk dat daar dus nog redelijk wel wat opportuniteit in zit. Want mensen willen graag wel iets bijverdienen. Misschien is het onderwerp vandaag iets minder relevant voor die particulieren, want hoeveel rijden we nog rond?

I: Inderdaad (lacht).

T: Dat is zeker nu wel een barrière, die nu plots, die iets meer dan het laatste halfjaar ontstaan is, die daarvoor niet speelde. Want we reden allemaal ongelooflijk veel rond, van hot naar her. Uhh en dat gaf

natuurlijk redelijk veel opportuniteit. Op kortere afstanden, zoals bpost heeft proberen te doen, met bringr en de jongens waar ik effe niet meer op de naam kan van komen, uit het Brusselse. We hadden bijvoorbeeld een Roambi, die probeerde dat te doen op de lange afstand. Met Roambi kijken ze vooral naar mensen die een pakje van iemand willen meenemen op het vliegtuig. Wederom, dat is ook weer iets dat veel minder gebeurt vandaag. Maar bijvoorbeeld, je bent op vakantie geweest in Australië en ge zijt uw ketting die ge absoluut terug wilt, vergeten. Als je dat via DHL wil gaan opsturen, dan kost u dat waarschijnlijk veel meer dan een nieuwe te gaan kopen in de winkel.

I: Mhh...

T: Uhh en wat Roambi doet is, ze zoeken eigenlijk iemand die dat voor 5 of 10 euro, ook naar België terugreist vanuit Australië en die dat wil meenemen voor u. Dat is een ander soort van crowdsourcing.

I: Van Roambi heb ik nog niet gehoord, maar wel al van PiggyBee.

T: Ik denk dat ik mij vergis en dat het PiggyBee is. Nu moet ik effe zoeken, was het Roambi of PiggyBee? Ik ga effe Googelen.

I: Is geen probleem (lacht).

T: (...), nee het is PiggyBee misschien... Het logo komt me bekend voor. Ik heb met zoveel mensen gesproken in al die jaren, met gelijkaardige concepten. Ik ben toch niet altijd meer zeker (lacht). Wacht, ik weet nog hoe de man noemt. David Vuylsteke.

I: Dat is PiggyBee.

T: Is dat PiggyBee? Oké, goed. Prima.

I: Een van de opportuniteiten die in de literatuurstudie naar voren is gekomen, was bijvoorbeeld de samenwerking met kmo's. En is het volgens u, nu de nadruk meer en meer op e-commerce komt te liggen, gunstiger of ongunstiger voor kmo's om samen te werken met crowdsourced leveringsbedrijven?

T: Ik denk dat het er sterk vanaf hangt, Isabelle. Waarom? Omdat de grote integratoren die ik daarjuist noemde, de DHL's & co. Die hebben natuurlijk zeer sterke netwerken. Waar zijn die goed in? Die zijn heel goed in consolidatie. Dat is iets wat zo'n crowdsourced individualist niet kan.

I: Nee, klopt.

T: Die hebben geen locaties waar ze kunnen gaan consolideren, waar ze kunnen gaan cross-docken, kunnen gaan allee, consolideren en deconsolideren en et cetera. Dat maakt de prijzen heel scherp. Want voor een pakketje van de ene kant van België naar de andere kant, betaal je 5 euro, 10 euro aan zo'n integrator. En waarom? Die komen dat bij uw thuis ophalen. Zij moeten 5 of 10 kilometer rijden met de bestelwagen en ze halen bij u in de straat waarschijnlijk nog op 5 of 6 andere plaatsen op. En de naburige straat nog eens 5 of 6. Zij krijgen die bestelwagen gevuld met een ronde van misschien 40 kilometer door milk-run-achtig. Ze brengen het naar het depot, daar vullen ze X aantal cummulenten samen. Ze steken dat terug in een grote vrachtwagen aan de andere kant van het land. Daar gaan ze terug een ronde doen. Waardoor ze natuurlijk heel veel economies of scope en scale hebben natuurlijk.

I: Mhh mhh...

T: Uhh en dat is ook hetgeen waar ik binnen Vengo heel vaak ben tegen aangelopen. Ge kunt ne betere service leveren, want ge kunt het sneller uitvoeren. Ge kunt het voor awkward sized pakketten, die niet in het netwerk van die integratoren passen, daarvoor kunt ge iets extra doen. Maar alles wat de klassieke pakketten zijn, is heel moeilijk. Want je hebt niet het netwerk. Als je een zetel wilt vervoeren, ja dat gaat niet op de sorteerband bij DHL.

I: Nee, klopt.

T: Dat is meestal ook niet zo mooi verpakt, zodat het in een schone doos past. Zeker niet als het dan C2C is, allee de C2C-verkopers en dergelijke. Daar zitten toch nog wel wat gaten in de markt. Wilt ge het same day hebben? Dan kunnen die crowdsourced platformen nog wel iets betekenen.

I: Mhh mhh...

T: Maar daar, ook daar beginnen die integratoren heel sterk te worden om same day, om die netwerken sneller en sneller te maken. En ik merk dat bijvoorbeeld aan Amazon in de US, die zijn al heel sterk in same day leveringen. Dus daar begint crowdsourced er toch ook wel wat te worden uitgeduwd, omdat die niet het netwerk hebben. Uhh en als je dan kijkt naar awkward sized, dan is dat misschien nog iets waar iedereen nog wat van af blijft. Want dat werkt niet in die hoge snelheid, hoge efficiëntie processen. Daar wil je niet iets hebben dat geen mooie afmetingen heeft, van een doos of van een pallet. Dus daar zit misschien nog wel wat opportuniteit in. Maar dan kom ik bij de barrière die ik daarvoor noemde, dan moet je elke individuele persoon u bijna kennen om te zorgen, allee, dat ge aan de slag kunt gaan.

I: Ja, klopt.

T: En dat kost u zo massa's geld om mensen te bereiken, zodat hetgeen ge eraan kunt verdienen, dat dat er niet meer tegenop weegt. Hoe dikwijls heb je een camionette nodig om iets te verhuizen? Of te verkopen?

I: Ik heb momenteel nog geen camionette nodig gehad (lacht).

T: Ik denk dat ik er nog maar 4 keer eentje nodig heb gehad. Als ik als bedrijf aan elke individuele persoon elk jaar een euro moet uitgeven zodat die mij blijft kennen en die persoon gaat mij maar één keer in de 10 jaar gebruiken, waar ik dan maar 5 euro aan verdien. Dat kan ik er nooit niet uithalen. Dat is een van de grootste barrières die ik heb meegemaakt. Er zijn mensen die opzoek gaan naar een verhuisfirma, want ja je moet iets verhuizen en waar ga je zoeken? Jij gaat nu ingeven crowdsourced platform Vlaanderen, omdat je het kent.

I: (lacht). Normaal gezien camionette te huur + gemeente.

T: En dan kom je bij een verhuisfirma uit of bij Sixt of Rent-a-car.

I: Het enige voordeel zou dus voor de consument zijn de snelle levering, maar dat is dan relatief omdat bpost bijvoorbeeld ook al veel sneller is in de levering.

T: Snelle levering is een voordeel, maar de vraag is: weegt de prijs op tegen het de volgende dag geleverd te krijgen? Want bpost kan een doos van bepaalde afmetingen leveren tegen een prijs 5 à 10 euro. Het same day hebben via crowdsourced levering kost u misschien 50 euro, zeker als het een

professionele is. Ik laat effe de particulieren buiten beschouwing. Bij een particulier kun je nog iets competitiever zijn, maar dat hangt er natuurlijk ook vanaf hoe sterk het netwerk is.

I: Zijn crowdsourced leveringen uit uw oogpunt beter of slechter te traceren dan traditionele leveringen?

T: Ik denk dat daar niet meer heel veel verschil op zit, heden ten dage. Crowdsourcing die werken via een app, die zijn relatief goed traceerbaar. Zolang de particulier of professionele bezorger de app laat opstaan. We hebben gemerkt dat 40% van de mensen de app opzetten om te ontvangen, maar tussentijds afzetten. Dan zijn ze dus niet zoveel beter traceerbaar. Of soms vullen ze het achteraf in. Omdat ze niet graag op hun datanetwerk zitten.

I: Begrijp ik.

T: Wie doet het? Dat zijn meestal geen mensen die een databundel hebben van hun werk. Meestal zijn dat relatief lage abonneement verbruikers, die hun data tellen. Die gaan effectief hun data aan- en uitzetten. Dat hebben wij wel heel fel gemerkt. Dat terwijl, de chauffeur van een typisch leverbedrijf, die heeft in zijn camionette een toestel staan dat hem permanent traceert. Het probleem bij een klassiek bedrijf is dat die samenwerken met subcontractors. Die zijn niet altijd even goed traceerbaar. Zit daar veel verschil op? Ik denk het niet. Ik denk dat het verschil een andere oorsprong heeft. Als je het in pure percentages zou uitdrukken, alhoewel ik er geen heb, zou er niet veel verschil op zitten.

I: Zijn crowdsourced leveringen meer of minder personaliseerbaar voor de consument? Bijvoorbeeld leveringen binnen een bepaald tijdvak of leveringen aan een supermarkt waar u toevallig bent.

T: Dat is wat ik daarnet al een beetje zei, maar ik nam het voorbeeld van same day of awkward size dimensies. Alles wat buiten de standaarden valt van die netwerken, dat is waar crowdsourced kan op inspelen. Stel ik wil het graag hebben in het midden van de nacht, dat kan een klassiek netwerk niet doen, want die zijn gericht op efficiëntie en dat moet juist passen in hun ronde. Dat kan crowdsourced delivery wel oplossen, niet altijd natuurlijk, want je moet iemand vinden die dat wil doen. Het succes van bpost is bijvoorbeeld bloemen levering geweest, want bloemen is iets dat je niet kan versturen via DHL. Dat is ook een pakket in een zekere vorm, maar je steekt dat niet in een doos. En als ge het in een doos steekt, dan wilt ge niet dat het door een sorteerband gaat, want die bloemen mogen niet ondersteboven gaan.

I: Nee (lacht).

T: Dus dat is iets dat in crowdsourcing wel heel goed kan omdat je heel gepersonaliseerd kunt gaan kijken naar, dit is mijn product, dit is mijn leverbehoefte of afhaalbehoefte.

I: Ziet u de samenwerking met kmo's als een opportuniteit of eerder als een barrière nu we enkele vragen hebben doorlopen?

T: Samenwerking met kmo's vanuit welk perspectief?

I: Het perspectief van de crowdsourced delivery bedrijven.

T: Ja, want dat is hetgeen waarop we ons deels zijn gaan richten. Eigenlijk is het gros van de markt, van enkelingen zoals de Brenger, zijn hun gaan richten op B2B of B2C. Omdat bedrijven realistischer zijn

naar prijzen en verwachtingen. En omdat er toch wel wat problemen zijn met het aanstellen van pure particulieren. De meeste platformen richten zich vandaag op ten minste één B in de relatie. Terwijl B2B, B2C of zelfs C2B, dat is hetgeen waar de meeste op willen richten. En de meeste richten zich wel op professionele leveringsbedrijven en niet op particulieren omdat daar toch heel veel complexiteit in zit. Ook naar wetgeving. En je weet ook hoe moeilijk de Ubers het hebben en de taxidiensten. Zeker in een sterk gereguleerde sector als transport.

I: De volgende opportuniteit die ik had teruggevonden, was de milieu-impact. Zijn crowdsourced leveringen meer of minder gunstig voor het milieu volgens u dan traditionele pakketleveringen? Waarom?

T: Misschien een leuke quote om te beginnen. Ik heb heel veel interactie gehad met de mensen van bpost en heel veel presentaties samengedaan, vooral in 2016 en 2017. Iedereen had toen heel veel interesse, want het was toen heel nieuw. Uit de data van bpost bleek dat mensen speciaal gingen rondrijden om die leveringen te gaan doen. Dan heb ik het over particulieren. Een ander statement dat ze hebben gegeven, dat is al meer closed committee geweest, ik heb daar voorbeelden gezien van gepensioneerden die in Antwerpen woonde en die speciaal naar Brussel reden om in Aalst iets af zetten en dan terug naar Antwerpen reed. Gewoon omdat hij zei: ik mis sociaal interactie. Als ik mijne naft eraan heb terugverdiend, is het goed voor mij. Sustainability, minder hé. Ik denk persoonlijk dat dat bij een particuliere crowd heel sterk gaat zijn. Bij die Total naar Total mannen, ik denk dat de sustainability impact beter is. Die passen eigenlijk een soort van lift-mechanisme toe. Je zit al op de autostrade en je stopt bij een Total en je stopt bij de volgende Total op uw route en daar ga je uw pakjes afzetten. Daarmee proberen ze te vermijden dat mensen gaan beginnen rondrijden. Dan sluit je het nog niet helemaal uit natuurlijk. Ik denk dat het lift-principe beter is dan het puur rondrijden. Als ik dan kijk naar wat wij bij Vengo deden, waar we met de professionele crowd werkten, dan heb ik daar een gemengd gevoel bij. We hebben daar ooit intern een onderzoek naar gedaan. 30% van de ritten waren dedicated. Dus mensen die bij hen thuis zaten en speciaal vertrekken om die ritten te gaan uitvoeren. Wat dus zero sustainability heeft. Dat is eigenlijk nog erger dan wat de DHL's & co doen.

I: Begrijp ik.

T: In 50% van de gevallen gebruikte ze het om hun lege terugreis te vullen. Wat we niet hebben onderzocht is hoe ver ze van hun route afgingen (lucht) om die lege terugreis te vullen. In 20% van de gevallen was het een aanvulling op een rit die ze toch al gingen doen.

I: Dat is het beste eigenlijk?

T: Ja, maar een lege terugreis is ook goed hé. Als ze anders toch leeg terugrijden en je laat daar iemand anders speciaal voor rijden, dan zijn ze altijd beter. Anders hadden die langs mekaar opgereden. Zeker vanuit het B2B-perspectief, zie ik potentieel 70% dat een goede duurzaamheidsfactor had. Let wel, dat is gebaseerd op een relatief kleine sample, op een kleine ad hoc rondvraag.

I: Van welk jaar was dat onderzoek?

T: Tijdens 2017.

I: De volgende vraag heeft u denk ik al beantwoord. Of crowdsourced bezorgbedrijven in dezelfde mate kunnen consolideren? Maar dat is dus niet het geval?

T: Nee, want ze gaan niet van fysieke faciliteiten uit, fysieke gebouwen. Want je hebt niet de mogelijkheid voor consolidatie, deconsolidatie, die de traditionele bedrijven net zo sterk maakt.

I: Ziet u de mogelijke milieu-impact als een opportuniteit of toch nog eerder als een barrière? Zijn er eventueel verbeteringen mogelijk?

T: Ik ga antwoorden op het verbeteringsaspect, want het andere heb ik al deels beantwoord. De impact is duidelijk. Zijn er opportuniteiten? Ja absoluut. Ik denk dat het heel fel gaat over informatiedeling en misbruik. Het is niet zo dat iemand die gepensioneerd is en sociaal wil zijn, dat dat misbruik is. Maar er moet een zekere rem staan op niet-duurzame, niet-sociaal-aanvaarde, ik heb het niet over het buurten met iemand, dat is een positieve sociale impact, maar dat heeft voor onze samenleving geen goede impact. Ik denk dat daar wel meer regulering rond moet zijn. Ik denk dat we daar een duidelijk kader missen. Vanuit het Europees perspectief zijn er wel wat initiatieven om betere data te delen zodat er meer geconsolideerd kan worden. Dat speelt zich vooral af bij grote verladers. Bijvoorbeeld Mondelēz zegt: wij hebben een vrachtwagen rijden van België naar Turkije en we zoeken iemand die een vrachtwagen van Turkije naar België zoekt. Over korte afstanden, bij de last mile, zie ik daar heel weinig initiatieven rond. Misschien dat ik het niet weet hé. Natuurlijk als die integratoren, die zijn bezig met duurzaamheid en die werken met elektrische vans, CNG of CLG. Maar vanuit het pure crowdsourcing perspectief, zie ik daar niet heel veel gebeuren. Dus daar is heel veel opportuniteit om eenzelfde te gaan doen als die integratoren al doen en heel veel in te zetten op groene manieren om leveringen te doen. Anderzijds om ongewenst gedrag te gaan afraden of afremmen.

I: Dus meer de focus proberen te leggen op het liften en meer de nadruk te leggen op milieuvriendelijke vervoerswijzen? Er zijn natuurlijk wel crowdsourcing bedrijven die daar enkel maar op focussen.

T: Ja, klopt. Sorry, maar daar spreek ik nu volledig niet over, want mijn achtergrond zit meer op verlader niveau. Dat is dan weer een ander segment. Dat zijn misschien degenen die het beste scoren, in de sociale en de sustainability impact. Daar zit al heel veel in en die worden ook veel beter gebruikt. Ik denk dat die al heel veel worden gebruikt door bedrijven dat die vanuit hun citydepot, voor hun last mile vanuit een lokaal leverpunt, naar de finale bestemming te gaan.

I: De derde opportuniteit die ik had teruggevonden, was de sociale impact. Daar hebben we het net ook al eventjes over gehad. Hebben crowdsourced delivery bedrijven een positieve of negatieve impact op de gemeenschap? Bijvoorbeeld meer of minder werkgelegenheid?

T: Ge kunt een pakketje maar één keer vervoeren. Ik denk dat de positieve impact op de werkgelegenheid is finaal niet de doelstelling van zo'n platform, als je gaat nastreven om meer efficiënt of meer milieubewust te zijn. Finaal is daar iemand die geen werk heeft. Sociale impact zit in wat ik daarstraks zei. Voor particulieren meer sociale interactie, iets dat na een jaar thuis te zitten, allee nog belangrijker geworden is.

I: Mhh mhh...

T: Het voorbeeld van die gepensioneerden dat ik gehoord had, dat is wel heel relevant. Als ik dan kijk naar wat wij bij Vengo hadden. Het beroep van pakjes chauffeur, dat is geen luxe beroep. Dat staat relatief laag op de sociale ladder. Die vinden vaak ook geen ander werk en daarom dat die soms een hele grote lening nemen om een camionette te kunnen financieren, om toch maar werk te hebben. Je

ziet daar wel heel veel sociale randgevallen, sorry dat ik het zo zeg. Wees voorzichtig hoe dat je dat zou formuleren. Die mensen hebben niet altijd zelf de mogelijkheid om te optimaliseren. Sommige zijn ondernemend genoeg en hebben dat wel, andere hebben dat niet. En dan zijn die platformen wel goed voor hen om een enabler te zijn, tegen vergoeding. Daardoor hun verdienste een klein beetje omhoog te halen. Degene die aan crowdsourcing kunnen doen, dat is een extra verdienste voor hen. Als het niet loont voor hen, blijven ze het ook niet doen hé. Uiteindelijk heeft dat wel een positieve sociale impact, toch een middel krijgen om dat ondernemerschap, dat gebrek eraan toch te gaan coveren en die extra verdienste toch te gaan creëren, zonder dat ze honderden relaties met klanten moeten gaan onderhouden. Want ze hebben daar ook niet altijd tijd voor, of de kennis of de taal machtig zijn.

I: Ziet u de mogelijke sociale impact nu als een opportuniteit of als een barrière, na alle vragen te besproken hebben?

T: Het hangt ervan af met wie je spreekt. Ik ben heel realistisch in mijn antwoorden. Mensen die belastingen betalen worden benadeeld ten opzichte van degene die geen of minder belastingen moeten betalen, die dan privaat werken of niet. Op dat vlak heeft dat een negatieve sociale impact. Het geeft de mogelijkheid aan individuele spelers om zich te ontplooien. En misschien ook te gaan groeien. Waarom hebben wij ook de vergunning aangevraagd om met particulieren te gaan werken? Mijn gedachtegoed was als we met particulieren beginnen en die krijgen de smaak te pakken, evolueren die misschien in een zelfstandig profiel. En evolueren die misschien naar grotere bedrijven en gaan die zichzelf opschalen. Dat was mijn utopische gedachte. Dat dat ook een inflow kon betekenen in de sector.

I: Maar het hangt er eigenlijk vanaf vanuit welk perspectief je kijkt?

T: Ik denk dat er waarheid zit in beide perspectieven. Je gaat een beetje kannibaliseren wat er is, er komt meer concurrentie doordat er een grotere instroom komt. En je geeft de mogelijkheid aan particulieren om 5000 - 6000 euro bij te gaan verdienen. Wat is de bedoeling daarvan? De bedoeling is niet finaal om die mensen 5000 euro te laten bijverdienen. De bedoeling is om de sector te promoten en aantrekkelijker te maken, maar zo wordt het niet gepercipieerd door de sector. Dat is een barrière en een opportuniteit tegelijkertijd.

I: De laatste opportuniteit die ik had teruggevonden was de prijs. Verschilt de prijs die Vengo aanreken van de traditionele transporten?

T: Bij een pakketbedrijf, ja. Daar heb ik ook al op geantwoord. In het geval van een verhuisfirma, is het meestal al iets interessanter. Als je belt naar een kleine transporteur met 2 à 3 bestelwagens, dan zit je op een relatief dezelfde prijs. Het hangt er een beetje vanaf, je moet appels met appels vergelijken.

I: Maar gewoon pakketverzending, bijvoorbeeld het versturen van schoenen, dat zou dan duurder zijn?

T: Dat zou duurder zijn. Tenzij dat iemand het heel optimaal kan consolideren op zijn rit. Bij het B2B verhaal van Vengo, die onbelast konden bijverdienen en waarbij van hen werd verwacht dat ze het op hun route gingen doen, kon dat relatief gelijkaardig zijn. Dat weet ik ook nog uit die studies, dat die daar relatief kort bij komen.

I: Hoe werden de bezorgers bij Vengo vergoed? Was dat met een uurtarief, een vast tarief per uitgevoerde levering of was dit variërend per levering?

T: We hebben gekozen om via een soort van marktplaats te werken. De verzender zegt dat hij het getransporteerd moet krijgen van Oostende naar Brussel, dit zijn de afmetingen en dit is exact wat ik wil transporteren. Dan laten we dat aan de markt om een prijs te zetten. Vengo geeft dan wel al een indicatieve prijs aan de verlader weer van in het verleden. Zodat hij weet of dit misschien totaal crazy is voor hetgeen wat ik wil en dan ga ik dat ook niet doen. Dan voeren ze meestal hun opdracht niet uit. We geven die prijzen ook door aan de transporteurs, maar in feite konden die eender welke prijs zeggen. De transporteur zelf bepaalde de prijs. Wij bepaalden de prijs niet. We gaven enkel indicaties en suggesties. We hebben niet met een afspraak gewerkt, maar meer met een bieding gewerkt. Honderden transporteurs krijgen het en degenen die het kunnen, zetten hunne prijs. Zo krijg je meestal 4/5/6 prijzen en koos je degene met de meeste sterren of met de beste prijs.

I: Ontvangen de Vengo bezorgers ook monetaire beloningen in de vorm van kortingen of cadeaubonnen?

T: De eerste monetaire beloning is natuurlijk hun vergoeding. Maar wat we wel hebben gedaan is een aantal schaalvoordeel afspraken gemaakt. Bijvoorbeeld ze konden via Vengo een tankkaart krijgen bij Total om goedkoper te kunnen tanken. Dat deden we meer vanuit een samen aankoop platform. We deden gewoon een mailing naar iedereen die was aangesloten bij Vengo, en we zeiden: wie wil samen tankkaarten aankopen of bestelwagens? Dan kon je u inschrijven, en dan gingen wij gewoon naar Total en zeiden we: we hebben hier 200 chauffeurs die graag een tankkaart willen. Welke prijs kun je ons geven? Dat was meer het principe dat wij deden. Dat was niet rechtstreeks op het platform, maar dat vond eigenlijk parallel plaats.

I: En werd er ook aandacht besteed aan niet-monetaire beloningen? Bijvoorbeeld de milieuvoordelen of een onbaatzuchtige ervaring?

T: Nee, we hebben het altijd B2B of B2C gespeeld, dus dat is altijd baatzuchtig.

I: Jullie ontvingen ook een commissie per uitgevoerde levering?

T: Ja, klopt.

I: Ziet u de prijs als een opportuniteit of toch als een barrière?

T: Het hangt er heel sterk vanaf. Hoe beter de match, hoe minder de prijs een barrière is. Hoe minder de match, hoe sterker de prijs is. Het probleem is dat je heel veel schaal moet hebben en heel veel mogelijke alternatieven om een hele sterke prijs aan te bieden. Dat is wat we in het begin heel veel hebben zitten bij te betalen. Gewoon om de prijs een beetje realistisch te houden. Daar gingen we eigenlijk een negatieve marge toepassen. We namen geen commissie, maar we hadden een negatieve commissie. Dus prijs is zeker heel vaak de barrière. Pakketten zijn wegzetbaar in traditionele netwerken en veel efficiënter zijn. Dan is prijs absoluut het verhaal. Spreek ik dan over die pure particulieren, zoals bij Brenger, zij zetten een vaste prijs. Dan heeft de particulier de keuze: doe ik het of doe ik het niet? Daar hebben wij nooit voor gekozen, want wij waren meer op die B2B-markt gericht. Dus dan is de prijs misschien wel scherp. Zij kennen de marktprijs van typische pakketleveringen. En als niemand van de particulieren dat wil doen voor die prijs, dan heeft de verlader pech. Ik denk niet dat prijs persé de barrière moet zijn, maar dat dat vaak wel is om altijd een oplossing te kunnen bieden. Door de prijs van pakketleveringen, kun je met crowdsourcing niet alles vervangen. Want er zijn altijd dingen die beter of

efficiënter zijn. Ik denk dat het er over gaat over welk type goederen en niche. Als je een bos bloemen wilt vervoeren, gaat het misschien wel interessant zijn dan als je zelf moet rijden.

I: Ja, klopt. Dan zullen we nu overschakelen naar de barrières. De eerste barrière die was teruggevonden in de literatuurstudie, was het vertrouwen. Worden de crowdsourced delivery bezorgers aan bepaalde selectieprocedures onderworpen voordat zij bestellen mogen uitvoeren?

T: In het geval van Vengo hadden we een instapdrempel. Je kon niet gewoon met uw e-mailadres en uw naam een account aanmaken en beginnen te leveren. Je moest u kenbaar maken en uw btw-nummer ingeven. Want we wouden absoluut zorgen dat dat voor bedrijven ging. Adres ingeven, pas inscannen, rijbewijs inscannen... Waarop we dan een verificatie deden, dat was een manuele verificatie aan de start waarbij wij het ondernemingsnummer effectief gingen opzoeken. We gingen opzoeken of dat een bestaand bedrijf was en of dat bedrijf overeenstemt met de persoon. Dat werd wel gematcht. En degenen waarvan we niet onmiddellijk een match van konden vinden, waar de due diligence niet bleek te kloppen, die gingen we extra vragen stellen. Op zich, voor iemand die bonafide is, was dat eigenlijk gemakkelijk. Als je effectief een bezorger bent, met een ondernemingsnummer, moest je een paar zaken invullen en je was aan de gang. Had je een voertuig van meer dan 3,5 ton of meer dan 500 kg laadvermogen, moest je uw vervoervergunning ingeven, want dat is wettelijk verplicht.

I: Inderdaad. Werden er ook moeilijkheden ondervonden op vlak van vertrouwen? Langs de kant van de consument en eventueel langs de kant van de bezorger?

T: Beide. Vanuit het bezorgersperspectief waren er heel veel die zeiden: je gaat ons niet kunnen helpen. Die hadden wantrouwen en die verdienden al maar 1 of 2% marge en dan moeten we 10% marge gaan afstaan aan het platform. Ze rekenen dan niet wat ze extra zouden kunnen verdienen ten opzichte van vandaag. Omgekeerd hebben wij naar die bezorgers ook af en toe vertrouwensproblemen gehad. Als een verlader 3x iets inzette en zei woonden daar om de hoek. Dan gingen ze gewoon rechtstreeks en zeiden ze: volgende keer ga niet via Vengo, maar bel mij direct op. Je hebt daar wel wat vertrouwenszaken in 2 richtingen. Ik lieg niet graag in uw gezicht, maar op een app, daar zit niemand fysiek achter. Waarom zou je het nog gebruiken als je het voor nen euro goedkoper kunt doen? Nen euro klinkt belachelijk, maar heel vaak gaat het daarover. Langs verladerkant, bij ons dus vooral bedrijven, hing het ervan af. Er waren mensen die daar onmiddellijk mee weg waren, die early adopters waren. En ge hebt mensen die daar heel lagging in zijn hé, die zeggen dat ze het niet vertrouwen. Ik denk dat we die curve wel typisch gezien hebben. Dat we vooral met early stage mensen in zee zijn kunnen gaan omdat ze dat vertrouwen en iets nieuw willen proberen.

I: Maar het was ook niet zo dat bezorgers wantrouwen hadden in de pakketten die zij moesten verzenden, 1 omdat het B2B was en 2 er werd vermeld wat er werd vervoerd.

T: Ja, dat kregen zij mooi te zien. Ze wisten wat ze op voorhand gingen doen.

I: Dus dat is bij bepaalde crowdsourced delivery bedrijven iets minder.

T: Wij kwamen van een transport achtergrond en wij wouden dat zelf ook weten. Dit zorgde ook waarschijnlijk voor meer vertrouwen langs de chauffeurszijde.

I: Ja. En werd dat ook echt gecontroleerd? Dit zit er ook specifiek in?

T: Wat er in de pakken zat, minder. Bij een klassiek transport is dat ook niet. Bij DHL zeg je ook: ik verstuur een doos van die afmetingen, je zegt niet wat er in dat pakket zit. Er staat in de algemene voorwaarden dat bijvoorbeeld een vaas of marihuana niet mag.

I: Die voorwaarden zullen jullie waarschijnlijk ook hebben opgenomen?

T: Ja, die staan er bij ons in. Maar kun je die echt controleren? Niet helemaal. Omdat wij werkten met professionele chauffeurs, was daar ook minder wantrouwen rond. Want die kende het klappen van de zweep van de transportsector beter dan een particulier. Een particulier zal ook eerder wantrouwen omdat die niet helemaal vertrouwd is met de sector. En ook niet helemaal vertrouwd is met de aansprakelijkheden.

I: En hebben jullie ook geprobeerd om het vertrouwen te verbeteren?

T: We hebben trainingssessies georganiseerd, we hebben mensen echt het veld in gestuurd, echte sales mensen of echt accountmanagers die bij de transporteurs op bezoek gingen. Daar is heel veel werk en tijd ingekropen, terwijl dat eigenlijk niet zou mogen bij een digitale oplossing. Want als platform verdien je te weinig voor, zeker in early stage, om al die dingen te kunnen doen. Uw punt van vertrouwen is ne grote, want anders had je al die stappen niet moeten doorlopen.

I: Hebben jullie ook een beoordelingssysteem voor de chauffeurs?

T: Ja, maar gewoon de vraag: hoe was de chauffeur? En omgekeerd werd aan de chauffeur ook gevraagd: hoe was de klant?

I: En bij die beoordeling, was er ook een gevolg verbonden aan een positieve of negatieve beoordeling?

T: Degenen die nog geen beoordeling hadden en dadelijk een 1 of 2 sterren beoordeling kregen, die werden onmiddellijk opgevolgd. Meestal dubbel. Eerst bij de klant, wat is er misgegaan? Waarom uw score? Anderzijds ook bij de mensen zelf. En als daar effectief een terechte reden was, dan werden die onmiddellijk terug geëlimineerd. Als het mensen waren die al een hele tijd actief waren en eigenlijk altijd een uitstekende rating hadden en dan opeens een tegenvaller. Dat werd ook onderzocht. Elke 1 of 2 sterrenbeoordeling kwam altijd bij ons ter opvolging. Dan werd er gekeken naar het gewogen gemiddelde. Als het mensen waren die voor de eerste keer online kwamen en die hadden een tegenslag, die konden dan eventueel nog verder gaan. Als daar echt effectief zware klachten waren, werden die ook onmiddellijk verwijderd.

I: En had een positieve beoordeling ook gevolgen?

T: Die beoordelingen werd ook geadverteerd. Dus als zij aanbieden, krijgen zij ook te zien: Olivier heeft 5 sterren, over 200 leveringen verzameld. Dan heb je meer vertrouwen in die persoon en dat merk je ook wel. Dat hebben we ook geadverteerd naar die chauffeurs toe. Dat klinkt heel discriminerend nu, maar dat hebben we effectief vastgesteld. Als er stond: Olivier, 5 sterren, 200 beoordelingen of Achmed, 0 sterren, 0 beoordelingen. Ook al was Achmed 5 euro goedkoper, werd Olivier toch gekozen. Ge moogt de namen misschien omwisselen en dan zou dat nog zo zijn in de meeste gevallen. Dat was een soort van voordeel. Heb je goede beoordelingen, dan heb je een grote kans om tegen een hogere prijs nog steeds aanvaard te worden.

I: Er was dus sprake van een tweezijdig beoordelingssysteem, dus klant en bezorger. Werd er ook evenveel waarde gehecht aan de beoordeling van een klant als die van een bezorger? Dus als een bezorger een negatieve score had, is dat dan even erg als een negatieve score van een klant?

T: We hebben nooit een klant uitgesloten omwille van een negatieve score. Dus vanaf het platform hebben we dat wel gedaan chauffeurs toe. We hebben wel gemerkt dat als chauffeurs merkten dat een klant een slechte beoordeling had, dan boden ze daar niet op aan. Want wij deden soms wel wat onderzoek naar waarom ze op bepaalde jobs niet hebben geboden. Bijvoorbeeld: waarom heb je niet geboden op die zending? Want je biedt meestal aan op zendingen in die regio? Dan was het meestal het antwoord: dat was iemand met een slechte beoordeling en we hadden daar geen zin in om daaraan mee te doen.

I: De gevolgen zijn dus anders voor een klant dan voor een bezorger?

T: Ja.

I: Denkt u dat crowdsourced delivery voldoende is ingeburgerd in Vlaanderen?

T: Het is weinig bekend.

I: Zouden er initiatieven moeten worden genomen om dit te verbeteren? Is dit dan de taak van de bedrijven zelf of ligt dit meer bij de overheid?

T: Ik denk dat het bedrijf dat zelf moet doen. Ik denk dat dat marketingtechnisch bijna onbegonnen is. Voor een bedrijf dat in een relatief early stage zit, is dat onmogelijk. We hebben honderdduizenden euro's aan marketing uitgegeven en we hebben misschien maar tienduizenden mensen maar bereikt. Dat gaat in verhouding over te veel geld. Ik denk dat de overheid ook wel in een moeilijk parket zit. Moeten ze dat stimuleren? Moeten ze dat niet stimuleren? Er is natuurlijk redelijk wat push-back van de transportfederaties.

I: Inderdaad.

T: Dus ik vind dat een moeilijke vraag om te beantwoorden. Is het voldoende ingeburgerd? Nee. Waarom? Omdat de meeste mensen het niet kennen, en ook niet weten waar ze moeten gaan zoeken. Maar moet de overheid dan iets doen om dat beter bekend te maken? Misschien wel, vanuit een aantal sociale en sustainability overwegingen. Maar dan zouden ze ook wel moeten eisen dat die sociale en sustainability vereisten ook wel worden ingebakken in de platformen en dat is vandaag niet het geval. De overheid kan moeilijk reclame gaan maken voor Coca-Cola, voor een specifiek bedrijf, om het terug in perspectief te zetten. Want dat zou concurrentievervalsing zijn. Ze kunnen moeilijk reclame gaan maken voor elk bedrijf. Ze kunnen reclame gaan maken rond crowdsourcing. Ik denk dat ik ooit al wel eens reclame heb gezien rond crowdfunding. Ik weet niet of dat vanuit de overheid kwam of vanuit de bankensector. Tegenwoordig zie je een soort van Vinted, dat is ook een vorm van een crowd platform, die beginnen wel meer en meer reclame te maken. Dat begint wel te lopen. Ik denk dat de crowdsourcing bedrijven vanuit de transportplank, tot op heden niet ver genoeg zijn geraakt om dat soort reclame te maken. Juist omwille van het aantal opportuniteiten dat gij specifiek hebt als particulier om iets tweedehands te verkopen zijn etmaal keer meer dan de keer dat ge iets gaat versturen. Waar het dan interessanter is om het te doen via een crowdsourcing bedrijf, dan het via bpost te doen.

I: Ik denk dat uw antwoord al wel duidelijk gaat zijn, dat u vertrouwen ziet als een barrière. Of ben ik verkeerd?

T: Ja, waarschijnlijk. Vertrouwen is een grote koepelterm nu hé. Er zit vertrouwen naar, is het nog kwalitatief genoeg? Ik denk dat dat maar een klein aspect is. Maar ik denk dat vertrouwen ook veel met kennis te maken heeft, wat is het juist? Wie komt er allemaal op? Hoe worden die allemaal gescreend? Dat is meer kennis dan iets anders misschien.

I: De voorlaatste barrière. Denkt u dat de Vlaamse bevolking voldoende bereid is om crowdsourced bezorger aan de slag te gaan?

T: Moeilijke vraag voor mij. Ik weet dat vanuit bringr, dat zij wel relatief veel volk hadden dat zich had geregistreerd. Ik weet dat wij veel aanvragen kregen, maar ik kan daar moeilijk op antwoorden. Ik heb daarstraks gezegd dat het moeilijk is om professionele bezorgers te overtuigen, maar vanuit de private sector weet ik het niet.

I: Hoe werden de bezorgers bij jullie aan een taak gekoppeld? Werd hiervoor een speciaal matching mechanisme gebruikt?

T: In het begin kreeg iedereen gewoon elke aanvraag, maar dat is wel meer en meer geavanceerd geworden. We zijn gaan kijken waar ze het meeste actief waren, dat ze ook een tracker konden opzetten zodat we konden zien waar ze actief waren. Dat wou niet iedereen, omdat ze geen Big Brother wouden. We zijn wel wat zaken gaan implementeren. Zolang je geen perfecte informatie hebt, is dat moeilijk. En perfecte informatie is soms moeilijk om te krijgen.

I: Denkt u ook dat er voldoende vraag is naar crowdsourced diensten?

T: Ons aanbod was groter dan onze vraag. Ik denk dat dat idem dito is voor de bedrijven die er vandaag zijn. Ik denk dat het aanbod van bezorgers, alhoewel het niet gemakkelijk is om ze te vinden, dat het wel nog steeds groter is dan de vraag.

I: De capaciteit, als u dan kijkt naar de vraag en het aanbod, ziet u dat als een opportuniteit of toch nog eerder als barrière?

T: Iets dat ik eerder vermeldde, waarom probeer je heel veel bezorgers op uw platform te hebben? Omdat je dan schaalvoordelen hebt en betere matches kunt gaan maken. Waarom wil je zoveel mogelijk klanten? Om die mensen bij u te houden en in uw netwerk houdt en dat ge ook omzet draait. Is er een opportuniteit naar capaciteit? Ja, naar beide kanten. Hoe meer, hoe beter. Hoe denser het netwerk, hoe beter.

I: De laatste barrière was de privacy. Hebben jullie problemen ondervonden met betrekking tot privacy? Voor de klant of voor de bezorger?

T: Nee, we hebben geen privacy problemen gehad.

I: Oké, dan kan ik dat heel kort houden. Het laatste deel is de concretisering. Ik denk dat jullie wel weerstand hebben ondervonden, dan vooral van TLV. Hebben jullie ook weerstand ondervonden van traditionele transportorganisaties?

T: Ja, maar die zijn gegroepeerd in TLV. TLV zijn de belangenbehartigers van de transporteurs. Ik denk dat een individuele transporteur altijd via zijn transportfederatie zal gaan om een klacht in te dienen tegen marktevoluties. Dus ja, eigenlijk wel. Want eigenlijk, TLV gaat niet op eigen initiatief een klacht neerleggen, daar zullen transporteurs zijn die geklaagd hebben bij hen en daarom zullen ze een klacht hebben neergelegd.

I: Ja, oké. Ondersteunt de huidige wetgeving crowdsourced delivery?

T: Er is een wet De Croo. Die ondersteunt dat wel.

I: Ja, dat is de wet onbelast bijverdienen. Die is dan afgeschaft in april 2020.

T: Dat stuk heb ik gemist, omdat ik er in 2019 volledig ben uitgestapt.

I: Dus die is nu helemaal afgeschaft van 1 januari 2021 en dat is dan teruggevallen op wet De Croo, van 2016. Het onbelast bijverdienen zit er nog wel in, maar het is veel strenger geworden.

T: Maar dat onbelast bijverdienen is hetgeen dat de wetgeving ondersteunt. Dat is in België redelijk uniek, want in heel veel landen bestaat die wetgeving niet.

I: En is dat voldoende naar uw mening om crowdsourced delivery te ondersteunen?

T: Dat plafond ligt momenteel nu rond de 5000 euro, hé?

I: Ja, zo iets. Is redelijk veel als occasionele bijverdienste.

T: Mijn mening daarover is dat dat meer dan voldoende is. Als je meer dan 5000 euro verdiend met iets rond te brengen, dan vind ik wel dat je als zelfstandige mag worden belast. Dus dan spreken we van crowdsourcing vanuit een particuliere perspectief, waar het gaat over iets doen wat je anders ook zou doen en dan een extra centje voor bijverdienen. Ik denk dat 5000 euro meer dan voldoende is. Ik zou persoonlijk, ook vanuit het oogpunt dat ik een belastingbetaler ben, ik zou ook liever niet zien dat mensen mijn job aan de helft van de prijs kunnen doen omdat ze geen belasting moeten betalen.

I: De wetgeving is ook zo hard veranderd. Je hebt het particuliere statuut en het zelfstandige statuut.

T: Ja, we hebben dus nooit met particulieren gewerkt omdat dat voor veel moeilijkheden zorgt. Dan moet je met een vaste prijs gaan werken.

I: Dus de wetgeving is momenteel nog niet optimaal om met particulieren te gaan werken?

T: Ik weet het niet. Ik ben geen tegenstander van die wetgeving, van hoe ik ze mij herinner. Als die wetgeving veel ruimer zou zijn, zou er veel kannibalisering zijn met echte professionele activiteiten. Zou ze minder zou, zou ze misschien te veel tegengaan. Ik denk dat die wetgeving meer dan voldoende is. Wij zagen het eerder als een opstap naar zelfstandigen. Ge wilt ook niet dat mensen 20000 euro per jaar kunnen bijverdienen, want dan worden ze nooit geen zelfstandige meer.

I: Worden er momenteel, naar uw weten, subsidies gegeven aan crowdsourced delivery bedrijven?

T: Ik heb er nooit geen gehad. Er zijn wel de typische subsidies voor start-ups of via Vlajo. Maar niet heel specifiek voor crowdsourcing, nee.

I: Zou dat misschien een goed idee zijn om dat te introduceren?

T: Het zou dom zijn om nee te zeggen. Als die subsidie inhoudt dat ge commitments maakt naar sociale en het ecologische aspect, dan denk ik dat die heel veel zin hebben.

I: De laatste vraag is: Moeten er volgens u nog stappen worden ondernomen voordat crowdsourced delivery een vaste waarde kan worden in de pakketbezorging? Welke en waarom?

T: Ik denk dat we ze allemaal geadresseerd hebben. Ik denk dat er redelijk veel moet gebeuren rond algemeen wel verspreide bekendheid. Wie dat moet doen, laat ik tussen beiden. Dat er wel nog wat werk is aan de winkel naar aanvaarding, vertrouwen dan. Dat heeft ook te maken met het tegengas van de transportfederaties. Er zal ook nog wel wat werk aan de winkel zijn met duidelijk te maken wat nu juist aanvaardbaar is en wat niet. Dan heb ik het niet over welke mensen mogen deelnemen volgens die wet De Croo en welke niet. Maar naar impact, als iemand speciaal naar Aalst rijdt vanuit Antwerpen. Eigenlijk is dat niet aanvaardbaar. We gaan iemand de opportuniteit geven om onbelast iets bij te verdienen en daarom gaat die bij wijze van spreken een volledige boom sneuvelen. Ik denk dat daar zeker nog wat werk aan de winkel is. Om daar een goed imago aan te geven.

I: Dan was dat mijn laatste vraag. Dank u wel.

Bijlage III. Interview Jeroen Rutten (DPD)

Geïnterviewde: Jeroen Rutten (J)

Interviewer: Isabelle Biesemans (I)

Datum: 1 maart 2021 om 15.00 uur

Online via Google Meet

I: Allereerst wil ik u graag bedanken dat u de tijd vrijmaakt voor dit interview. Ik neem dit interview met u af in kader van mijn masterproef. Ik onderzoek de opportuniteiten en barrières in de crowdsourced delivery pakketindustrie. De audio van dit interview zal worden opgenomen zodat ik hierna een transcriptie kan schrijven. De informatie wordt enkel gebruikt in kader van dit onderzoek. Gaat u ermee akkoord dat u volledig vrijwillig wordt geïnterviewd en dat de informatie uit dit interview wordt gebruikt voor mijn onderzoek?

J: Ja.

I: Kunt u zich kort eventjes voorstellen en wat is uw functie? Wat is uw link met crowdsourced delivery?

J: Ik ben bij DPD sinds oktober 2020. Ik heb 15 jaar ervaring in transport en logistiek. Ik ben Head of Depot Manager, dat betekent ik BeLux organisatie verantwoordelijk ben voor alle depot activiteiten die binnen DPD plaatsvinden. Dat zijn 10 vestigingen, 9 in België en 1 in Luxemburg. 800-tal personen dat daarachter zit. Op dat vlak ben ik eigenlijk verantwoordelijk voor alle last-mile activiteiten. Dat betekent dat vanaf er in onze nationale hub pakketten zijn uitgesorteerd en toekomen in de delivery depots. Vanaf het moment dat we het pakket ontvangen en terug uitsorteren, tot de uiteindelijke leveringen bij de mensen thuis. Zowel de warehouse kosten, als de contracten en de afhandelingen en de kwaliteit van het transport.

I: Is er een link met crowdsourced delivery?

J: Dat is een van onze strategieën wel. Ik heb u daar iets van doorgestuurd, van ViaTim.

I: Ja inderdaad.

J: Daar gaan live testen van komen. In Nederland is het al een proof of concepts. Waarom vinden wij dat zo interessant? Vandaag, een van onze bestaande strategieën was het gebruik van delivery shops. Dit is eigenlijk een verlengstuk van dat verhaal. En dat is eigenlijk de problematiek van DPD waar we vandaag de dag meezitten. De trend was al ingezet, maar sinds corona is de e-commerce geëxplodeerd. We hebben een hele tijd met een capaciteitsprobleem gezeten in de hele markt. Niet alleen bij ons, maar zelfs nog erger bij onze concurrenten. We hebben eind vorig jaar grote investeringen gedaan om onze capaciteit 40% op te trekken. Dan zitten we met een ander probleem, dat DPD zich historisch meer heeft gefocust op high-end en op de B2B-markt. Wat is daar het grote voordeel van? De zogenaamde drop-factor, gelijk wij dat noemen, dat is het gemiddeld aantal pakketten per levering per stop van een chauffeur, in een B2B-omgeving ligt die traditioneel veel hoger. Als jij iets bestelt bij Bol.com, is dat vaak een een-op-een. We stoppen bij u thuis en we leveren 1 pakketje. In ons oud model, DPD heeft zelf geen eigen transport. Wij kopen ons transport in bij een aantal subcontractors. Dus mensen die dat aanbieden en zelf contracten aangaan met zelfstandige chauffeurs. De chauffeur in loondienst is in principe hun zaak. Traditioneel was de stop altijd de drijver om de transportkosten te bepalen. Dus hoe

meer stops die konden doen, hoe interessanter het voor hen werd, voor de subcontractor en de chauffeur. Voor ons was dat gewoon een vaste prijs. Onze pricing structure is op parcel basis. Dus stel dat wij bij u thuis 3 pakketjes kunnen leveren in 1 stop, dat was voor ons super interessant. Want wij konden 3 keer langs de kassa bij de klant. Maar de subcontractor moest maar 1 keer naar uw deur rijden, 3 pakketjes bij u neerzetten. Zijn kostendrijver waren stops, en mijn omzet is parcel gebonden. Als ge dan alle geleverde pakketten door het aantal stops zou delen, dan krijgt ge de drop-factor. Die is nu sinds corona extreem veel lager geworden, want het zijn vooral de consumenten die de weg hebben gevonden naar de e-commerce. Winkels gingen dicht. Mensen werken vanuit thuis en laten pakketjes niet meer op hun werk leveren. Dat betekent dat onze kostenstructuur compleet onder druk komt te staan. Dus nu zijn we gaan nadenken hoe we een kostenstructuur kunnen neerzetten waar we meer richting een-op-een relatie kunnen gaan werken. Parcelshops is daar een van. De consumenten zijn over het algemeen redelijk verwend geweest.

I: (lacht).

J: Men krijgt het pakketje thuis. Vroeger was dat vandaag besteld, binnen 3 dagen geleverd. Dat was al niet meer goed genoeg. Voor een bepaald uur besteld, morgen geleverd. Tegenwoordig willen we ook al voor- of namiddag weten. Wat DPD onderscheidt van de rest van de markt, wij kunnen dat timeframe tot op het uur zeggen wanneer wij gaan komen. Mensen moeten daar nog altijd voor thuis zijn. Het voordeel van een parcelshop is, de gazettenwinkel bij u in het dorp. Daar wordt dat geleverd. Als dat daar is, gij gaat het daar halen wanneer het u uitkomt. Is dat na uw werk, nadat je de kinderen van school gaat halen. De controle ligt in uw kamp. Voor ons is dat interessant want dat is één stop. Mensen zijn nog niet klaar om die stap te zetten. Er zijn nog relatief weinig mensen die die stap zetten om in een parcelshop te laten leveren. ViaTim is eigenlijk voor mensen die nog een garage hebben leegstaan of gepensioneerd zijn. Die fungeren gelijk een parcelshop. Zij hebben 2 opties, ofwel wordt het daar geleverd en kunnen de mensen het daar komen halen. Of ze gaan de pakketten bij de mensen leveren en dan krijgen ze een hogere vergoeding. B2C-klanten daar mag je gerust om 20u nog aan de deur staan. De meeste bedrijven willen na 16/17u geen pakketten meer ontvangen. Wij hebben met ons aantal stops in een geografische omgeving, kunnen wij niet op tegen bpost. Zij kunnen dat perfect scheiden. Die hebben veel meer volume dan ons. Wij kunnen dat onderscheid niet maken tussen B2B en B2C. Want anders rijden wij eenzelfde straat twee keer op een dag en vandaag de dag hebben we daar te weinig volume voor. Binnen België hebben we daar nog geen proof & (...) van, maar dat is hetgeen dat wij nu willen gaan opstarten. Voor ons heeft dat een kostenvoordeel en een extra drop punt. De mensen zelf hebben een klein financieel voordeel, maar dat is niet te hoofd prijs. Je kan er niet van leven. (...) Plus er zit een sociaal karakter aan. Mensen komen bij mekaar. In niet corona-tijden biedt dat ook een sociaal aspect aan. In Nederland heeft men gezien dat de mensen die hier instappen dat dat heel belangrijk vinden. Dat zijn mensen die bijvoorbeeld vroeger in een supermarkt hebben gewerkt en nu gepensioneerd zijn en dat sociale missen. Het grote onderscheid is, iedereen kan een parcelshop worden indien ze B2B zijn. Een kapper kan het ook. Daar zijn wel wat voorwaarden aan verbonden. Maar eigenlijk is het uitbreiden naar een particuliere parcelshop, die ook nog de mogelijkheid heeft om thuis te leveren.

I: Ik vond het inderdaad een interessant artikel, zeker omdat ze dan ook zouden leveren. Mijn tweede vraag is of dit interview anoniem moet worden gehouden?

J: Nee.

I: U heeft het net al gezegd denk ik, het timeframe, maar op welke manieren probeert DPD zich nog te onderscheiden van andere pakketbezorgingsdiensten?

J: Wij zetten heel erg in op klanttevredenheid. We hebben last mile, dus de pakketjes die we in België uitleveren en een stuk export. In export zijn we marktleider, dat grote volumes die worden uitgeleverd door andere business units van DPD in het buitenland. In de domestic business, last mile, zijn we een van de kleinsten. Wij kunnen nooit met de prijzen van bpost meegaan. Die zijn deels gesubsidieerd. Binnen bpost, post en parcels, is er nog een deel waarbij de postbodes zelf de deliveries doen, terwijl dat eigenlijk al betaald is door een ander deel van de business. Daarom willen wij ons kwalitatief blijven onderscheiden en dat wij de belofte die we aan onze klant maken, minimaal in 98% van de gevallen kunnen waarmaken. Wat betekent dat? Als gij morgen een pakketje krijgt van ons, dan krijgt ge op het moment dat die chauffeur nog bij ons in de hal staat, in uw geval DPD Lummen. Die sluit vandaag de route af om 9u20, de heeft de pakketjes gescand en is klaar om te vertrekken. Dan gaat bij hem een bepaalde logica lopen in het systeem en die gaat eigenlijk zijn route predefiniëren. Dit is de route die gij gaat rijden. Ik verwacht dat gij bij Isabelle thuis gaat zijn tussen 15u12 en 16u12. Op dat moment krijg jij een e-mail, die zegt hoe laat DPD bij u aan de deur gaat staan. Dat moet bij ons voor 98% minstens kloppen. Wij hebben momenteel 98% of hoger en dat kan momenteel geen enkel van ons concurrent. Daarom ziet ge ook die veel high-end klanten hebben, die veel belang hechten aan image. Nespresso, Dolce Gusto, Adidas, Nike, Brabantia... Dat zijn heel vaak de midsize-klanten bij bpost en bij ons de key accountklanten. Dat legt ons op om die kwaliteit dag na dag te blijven halen. Wij zijn een van de weinigen geweest die tijdens de afgelopen corona piek die belofte hebben proberen vast te houden. We hadden ook nog 3 andere promises. Alle parcels die we krijgen van onze klanten die ten laatste 24 december bij de klant thuis moeten zijn, zijn ten laatste 24 december daar. Met een groei van 40% volume zijn we daarin geslaagd. Een doorsnee pakket heeft maximaal 24u vertraging gehad, dat gaat ook maar over 20% van onze parcels. Er zijn andere die grotere problemen hebben gehad op die momenten.

I: Mhh mhh...

J: We zijn niet de goedkoopste, maar ook niet de duurste. B2B zal voor ons altijd de belangrijkste blijven, maar daar proberen wij ons te onderscheiden door een faire prijs een goede service te bieden.

I: Ik heb zelf ook al een paar keer van DPD gebruik gemaakt (lacht). Jullie werken niet samen met particuliere bezorgers, buiten ViaTim dan? De andere zijn dan echt zelfstandige bezorgers?

J: We hebben over het algemeen veel vaste routes. Wij stellen 10 touren op en daar komt een subcontractor op af. Wij maken prijsafspraken en gij krijgt (...). Kinrooi is daar ene van. Die (...) hebben zij, voor zolang het contract loopt. Er worden prijsafspraken gemaakt, maar ons volume fluctueert natuurlijk ook. We spreken een bepaalde cap af, dus bijvoorbeeld Kinrooi tot zoveel pakketten. Als het minder is, we hebben een pricing structuur, met bepaalde variabele. Zij kunnen er bijvoorbeeld voor kiezen om touren te combineren. Als we over de contractuele volumes heen gaan, dan werken we met een aantal charters. Dan gaan we rondbellen, wie heeft er nog ergens een bus op de markt. Maar het zijn nooit chauffeurs van DPD, het zijn altijd externe. Heel vaak zijn dat ex-chauffeurs, die kapitaal hebben opgebouwd en een bedrijf zijn gestart. Ik denk dat bpost met eigen chauffeurs werkt, verder geen enkel parcel delivery bedrijf.

I: Hebben jullie dan ooit al overwogen om samen te werken met particuliere bezorgers, buiten het ViaTim verhaal?

J: Niet bij mijn weten.

I: Ik heb ook een literatuurstudie gedaan over het onderwerp gedaan en daar zijn enkele opportuniteiten en barrières naar boven gekomen. De eerste opportuniteit was de samenwerking met kmo's. Nu de nadruk meer en meer op e-commerce komt te liggen gunstiger of ongunstiger voor kmo's om samen te werken met crowdsourced leveringsbedrijven?

J: Ik kan mij voorbeelden in beide richtingen bedenken. Wat onze B2B-klienten helemaal niet graag doen, is hun pakket afhalen bij een parcelshop. Het is echt, wij gaan 2 leverattempts doen, laten we het achter in een parcelshop en kunt ge het zelf gaan halen. B2C-klienten hebben daar weinig klachten van. Ik kan me voorstellen, als je gaat werken met particuliere bezorgers, in principe gaat die KMO het onderscheid niet zien we er nu staat. Als die het zelf zou moeten gaan halen bij de persoon thuis, is dat een ander verhaal. Zelf-marketing, vandaag als een DPD-chauffeur aan uw deur staat, is dat met onze kleding. Dat is het gezicht van ons bedrijf. Last-mile with a smile.

I: (lacht).

J: Hebben we wel nog een gap, want we niet allemaal bedrukte trucks. We hebben veel minder controle over die particuliere bezorger, in welke condities dat die levert. Die doen dat occasioneel, hoe gaan ze de scans afhandelen? Hoe gaan wij die mensen trainen? Wij trainen parcelshops. Wij doen dagelijks continuous trainingen met drivers in het depot. We weten dat het werkt. In het buitenland gebeurt het met succes. Want de hele markt zit met een capaciteit issue, zeker sinds corona. Dat is ook een van de redenen waarom we dat absoluut willen doorzetten.

I: En zou het voordelen hebben voor de consument? In het geval van B2C?

J: Ik denk dat het voordelen biedt, omdat als dat iemand van bij u uit de buurt is, ga je die op den duur ook kennen. Ge kunt daar afspraken mee maken. Uw timeframe veranderd. Als ge zegt: is dat goed als ik dat morgen voor het werk kom oppikken? De levering gaat ook 's avonds kunnen gebeuren. Op dat vlak geeft het een gemak, want een parcelshop gaat vaak om 18u dicht. Als je lange dagen maakt op het werk... Als ge dan zegt tegen die mensen: om half 10 moogt ge nog aanbellen. Het bedrag wordt door onszelf betaald, het zit in onze kost. Zolang de kwaliteitsnorm gewaarborgd zijn en de performance daar is. Niet dat ge zegt: ik ben altijd thuis en ge staat 10 keer aan de deur en 6 keer doet er niemand open. Zolang dat geen probleem is, zie ik voor de consument geen nadelen.

I: Zijn die crowdsourced leveringen beter of slechter te traceren dan traditionele leveringen?

J: Wij weten op ieder moment van de dag waar onze parcel is. Als wij die meegeven aan de chauffeur, wij tracken die met een GPS-systeem. Ons systeem vertelt ons voorspellingen. Wij kunnen bijvoorbeeld om 11u zien dat de chauffeur van Isabelle haar pakket de levering tussen kwart na 4 en kwart na 5, niet gaat halen. Wij hebben mensen die dat de hele dag opvolgen en bijsturen. Eigenlijk verandert er niks. Vanaf het moment dat die parcel wordt afgescand bij die particuliere bezorger, weet ik dat die daar is. Tot het moment dat iemand dat gaat afhalen en dat die wordt uitgescand.

I: En hoe zou het dan zitten als die particulier ook nog die levering gaat uitvoeren. Is het dan nog makkelijk te traceren?

J: Systematisch is dat een goede vraag hoe dat zou werken, maar in theorie wel. Ze hebben de juridische overdracht gedaan op het moment dat parcel wordt gescand en zij die geaccepteerd hebben. Dat doen wij ook met onze chauffeurs, die juridische overdracht van de pakketten gebeurt 's morgens bij het inscannen van de pakketten. Op dat moment zegt de driver: ik neem nu de verantwoordelijkheid over deze parcels. In principe doen we hetzelfde bij de mensen thuis. Als zij het pakketje bij u leveren en vergeten uit te scannen, dan moeten wij bij die particuliere bezorger gaan zeggen wij missen een scan. (...). Wij gaan niet bij de mensen thuis camera's hangen. Daarvoor zijn scans.

I: Ik denk dat u het antwoord op de volgende vraag al half heeft gegeven. Zijn crowdsourced leveringen meer of minder personaliseerbaar voor de consument?

J: Ja.

I: En ziet u de samenwerking met de kmo's nu als een opportuniteit of als een barrière?

J: In principe, zouden de kmo's het verschil niet mogen weten. Ik denk persoonlijk dat dit iets is waar zij de vruchten van gaan plukken. Ik denk dat Decathlon het al doet hé. Als gij het in de winkel laat leveren is het gratis, als je het thuis laat leveren moet je 5 euro bijbetalen.

I: Klopt.

J: Ik zie het ook steeds meer bij Nederlandse webshops. Ik weet niet of een KMO dan het verschil gaat maken tussen een B2B- of een B2C-parcelshop. Maar ik denk dat dat wel steeds meer een thema gaat worden. In België heb ik het nog niet zoveel gehoord, buiten Decathlon dan. Ik kan mij wel voorstellen dat dat seffens wel gaat spelen, omdat natuurlijk als een klant vraagt om samen goedkoper te worden. Als de klant de voorkeur geeft aan levering in een parcelshop, is onze standaard service, tenzij de klant anders wenst, kunnen wij zakken in onze tarieven. Want ik doe niks liever dan naar een parcelshop rijden en daar 20 pakketten afleveren. Het alternatief is dat ik naar 20 adressen moet rijden om 1 pakket af te leveren. Er zijn natuurlijk ook nog andere oplossingen vandaag de dag. Als je in Scandinavië komt, gebruiken zij lockers.

I: In België is natuurlijk wel de Cubee-lockers.

J: De West-Europeaan lust het nog niet. In Scandinavië is het zelfs de belangrijkste bron van leveringen geworden. Dat zijn allemaal dingen waarmee je rekening mee moet houden. Waar zijn mensen klaar voor? Ik woon heel dicht bij de Nederlandse grens. Als ik zie hoe ingeburgerd e-commerce daar een paar jaar geleden al was. Daar stonden ze toen al veel verder dan wij nu. Als wij zien wat ze bij DPD UK doen, wat hun klanten verwachten, naar follow-up en systemen... Het is een van de snelst bewegende markten momenteel. Tijdens het begin van corona dachten we eerst: wat als we 40% capaciteitsverlies hebben. We hebben nog nooit zoveel omzet gehad, heel ons businessmodel staat onder druk.

I: De volgende opportuniteit die ik had teruggevonden was de milieu-impact. Zijn crowdsourced leveringen meer of minder gunstig voor het milieu?

J: Stel dat ge 20 pakketten achterlaat op 1 adres, en dat voor 8 adressen. Dat zijn 160 adressen minder. Dus minder start, stop, start, stop. Ge gaat van punt A naar B, ge hebt heel veel idle travel time. Stem-kilometer, is de afstand van het depot naar de eerste stop. De vraag is natuurlijk heb je controle over wat je verwacht van uw vans? Misschien zetten wij binnen een paar jaar volledig in op elektrisch. Daar zijn we mee bezig. We hebben een afdeling DPD fresh, die rijden alleen maar CO2-neutraal. Als iedereen bij hem thuis pakketten met de fiets gaat halen, is dat heel gunstig. Als je dat doet met een brommer van 30 jaar, is dat niet zo interessant. Daar hebben wij weinig controle over. Aan de andere kant zou je meer verwachten, zeker in urban areas, dat die densiteit zo groot is, dat uw particuliere bezorger geografisch een klein gebied aanlevert. Dat geeft ons een aantal voordelen. In Gent of Antwerpen zijn er heel veel straten waar wij na 10u 's ochtends niet meer mogen komen. Stel dat wij binnenkort alle parcelshops en particulieren voor 10u kunnen beleveren, dan kan dat lokaal in dat traject veel gemakkelijker gaan.

I: Ook minder afgelegde kilometers.

J: Ja. Als gij in een binnenstad woont, waar 2 km rijden een drama is, mensen zijn daar gewoon om met de fiets of te voet te gaan. Zeker daar, begint de urban logistics in België toch steeds meer begint te spelen. Als ge dat vergelijkt met de echte grote steden in de wereld, die staan daar veel verder in. Maar die congestie komt bij ons ook hé. We zijn een beetje verwend door corona op dat vlak, er zijn geen files meer. Maar dat komt nog een keer terug.

I: Ja, is waar. Kunnen crowdsourced delivery bedrijven in dezelfde mate pakketten consolideren als traditionele transportbedrijven?

J: Ik denk niet volumegevijs. Wij proberen om 160 tot 240 parcels in drukke tijden in een truck te steken. Met een dropfactor van 1,2, dat zijn nog zeker 140 adressen. Ik denk niet dat we dat iedere dag bij de mensen kunnen gaan beleveren. Bij parcelshops zit daar ook een limiet aan, wat zij storen. Ge moet er ook rekening mee houden, mensen komen het niet ophalen, mensen zijn niet thuis. Het blijft er misschien 2 of 3 dagen staan. Dus ge moet wel wat capaciteit hebben. Daar gaat ge nooit tegenop kunnen. Klanten kunnen het ook niet bij ons in de depots komen ophalen. We gaan het toch nog elke dag moeten brengen. Dus de subcontractors gaan uitschakelen, dat is niet iets dat ik direct zou doen.

I: Ziet u de milieu-impact als een opportuniteit of toch nog als een barrière?

J: Nee nee, voor ons is het een van de strategieën. Milieu wordt deels gedreven door kosten, maar in dit geval ook een risicokost. Er gaat een dag komen dat onze tak veel harder gaat worden aangenomen door Europa of dat er andere maatregelen gaan komen. Dat willen wij eigenlijk voor zijn. We willen ons daarin onderscheiden. Dat is een van onze 2 missies die dat we hebben. Onze mission statement vraagt eigenlijk 2 dingen. Dat we employer of choice zijn. Dat betekent: hoe gaan we om met onze mensen en onze partners? Wij willen ons onderscheiden door hoe wij een externe chauffeur behandelen. Als je kijkt naar de langdurige relaties die we hebben met de chauffeurs, dan denk ik dat we daar heel ver in staan. Wij zijn zeer goed voor onze stakeholders. De tweede missie die we hebben is reference (...). We willen de voorloper zijn in het verhaal van groen, omdat er steeds meer klanten zijn waarbij dit een thema wordt. Die zeggen: we willen een groen imago. Dat moet voor ons ook een extra verkoopargument zijn, los van de kosten om dat imago te hebben en verder te staan dan onze collega's.

I: Ik heb eigenlijk ook nog een bijvraag. Dat is iets dat ik in mijn thesis heb geschreven. Jullie voeren één bezorgronde per dag uit? Zijn er soms uitzonderingen waar dat jullie er meer doen?

J: Volume gedreven kan dat meer zijn. Dus stel, in een truck passen maar 200 pakketten. En morgen heb ik er 240. Ga ik 40 klanten teleurstellen? Of ga ik zorgen dat daar nog een tweede wagen komt? Heel vaak gaat (...) bij de subcontractors. Over het algemeen is dat een ex-chauffeur die niet meer rijdt. Die gaat bijvoorbeeld zeggen: ik heb 5 touren en bij tour 1 zijn 40 pakketten blijven staan, tour 3 zijn 30 pakketten blijven staan. Weet ge wat ik ga doen? Ik heb hier nog een truck staan en ik ga die zelf rijden. Ik krijg een stopvergoeding van DPD en die krijgt dan nog een extra cent dat hij daarmee verdient. Dus het gebeurt wel eens dat wij in eenzelfde straat 2x komen. Dat kan nog een keer gebeuren. Wij hebben een aantal klanten die een speciale service hebben, bijvoorbeeld Nespresso. Nespresso wil dat mensen die overdag werken, thuis toch koffie beleverd kunnen hebben. Dus bijvoorbeeld hier moogt ge pas komen na 8u 's avonds. Die betalen daar dan een extra service fee voor. Op de langere termijn, het typische dat onze concurrenten meer doen dan ons, dat is werken met waves, zoals PostNL. Ge hebt zoveel volume en ge hebt uw gebouw. Ge gaat in meerdere waves die volumes verwerken. Dat betekent dat er om 8u een reeks chauffeurs begint te rijden, dan gaan ze terug sorteren en om 10u vertrekt de volgende wave. Eigenlijk kunt ge dat de hele dag door doen. Enige beperking is dat je daar hebt, is dat B2B kunt ge daar niet zijn voor 8u 's ochtends en niet meer na 5u 's avonds. Bij B2C, PostNL onderscheidt zich daar enorm in. Die staan soms pas om kwart voor 10 's avonds aan mijn deur. PostNL is groot geworden met B2C (...). Bpost is hetzelfde verhaal. DPD heeft die mindswitch pas een jaar of 7 gemaakt en zich strategisch meer is gaan richten op B2C. (...). We moeten depots hebben die volumes kunnen pompen. Dat is de core business. Maar dan moeten we parcelshops hebben en particulieren, de face of the customer moet heel lokaal zijn. (...). Als gij uw kinderen moet gaan ophalen van school en DPD heeft u net een mail gestuurd dat ze dan langskomen, begin ik nerveus te worden. Ik snap niet dat wij en onze collega's niet meer reclame maken over het belang van parcelshops voor de consument. (...). Vroeger mocht je niet parcelshop zijn van DHL en DPD, maar daar is toch iedereen een beetje van aan het afstappen.

I: De sociale impact, heeft u allemaal zo goed als allemaal beantwoord. Die zal ik eventjes overslaan. Hoe houden de kosten van de crowdsourced bezorgers tot de kosten van een professionele chauffeur?

J: Ja, de grootste winst gaat voor ons zijn in het hoofdtraject. Van het depot naar hun, in plaats van dat wij al die individuele leveringen gaan doen. Dat is een schaalvoordeel. Stel dat verhaal van daarstraks, ik laat die chauffeur 8 keer 20 pakketten brengen op 8 adressen. Ik ben er zeker van dat die nog een second wave gaat doen. Terwijl, als ik dat een particulier laat doen, is die daar 9u mee bezig. Mensen zijn ofwel thuis of gaan het thuis leveren. Mensen moeten het ook willen doen omdat het sociaal is. Het kan een leuke bijverdienste zijn, maar je kan er niet van leven.

I: Die worden dan per pakket vergoed of?

J: Per pakket, als het thuis wordt opgehaald krijgen ze 15 of 25 cent. Ze krijgen 65 cent als ze het gaan afleveren.

I: En de professionele chauffeurs, die worden dan met een uurtarief vergoed?

J: De chauffeurs betalen wij niet rechtstreeks. De subcontractor moet zijn chauffeurs betalen. Die zullen zich wel aan de regels van Febetra moeten houden. Traditioneel werken wij met subcontractors. Zij krijgen een vaste vergoeding per dag omdat wij niet altijd volume kunnen garanderen. Dat ze hun camionette kunnen betalen, en dat zij hun vergunningen hebben. En dan gaan we ze deels per parcel, deels per stop betalen. Ze krijgen 2 vergoedingen. Het centrum Hasselt heeft een veel hogere densiteit, dan Bastogne. We kijken naar de historie en zetten een prijs per subcontractor. Daarbovenop kunnen ze ook nog wat bonussen verdienen. We hebben een aantal kwaliteitsafspraken met hen. Een aantal KPI's waaraan ze zich dienen te houden. Zij kunnen nog bonussen halen, naarmate zij kwalitatief goed werk leveren. En dat past ook in onze strategie van employer of choice. Wij willen goed gedrag zoveel mogelijk gaan belonen. Onze revenue zal niet stijgen, maar wij willen ons onderscheiden door hoge kwaliteit. Dat moet de chauffeur in de last-mile, als enige gezicht van het bedrijf, wat de ontvanger te zien krijgt. Dat vinden wij belangrijk, dat als ze goed hun job doen, dat we ze daar extra voor vergoeden.

I: We zijn nu door de opportuniteiten heen, dan zou ik graag beginnen aan de opportuniteiten, als u nog tijd heeft... Worden die ViaTim bezorgers, worden die ook nog ergens op gecontroleerd?

J: Dat gaan we altijd doen, dat is hetzelfde als bij een parcelshop, een subcontractor of een driver. We gaan daar een on boarding proces moeten doen, we verwachten wel een aantal voorwaarden. Dat heeft te maken met capaciteit, bereikbaarheid... Daar gaat een procedure voor zijn, en die kunnen gescreend worden en wij nemen ook wel eens licenties af. De particulieren is nu nog niet live, maar ik weet wel de parcelshops die zich niet aan de afspraken houden, die verliezen het recht. Dat gaat zeker hetzelfde zijn bij ViaTim. Wij kunnen alles meten. Als gij uw pakketje vandaag niet krijgt en gij doet een telefoontje naar onze customer service. Ik had een mailtje gehad dat er vandaag een pakketje zou komen, het is niet gekomen. We hebben een speciaal systeem en dat gaat onderzocht worden. Daarom gaan wij een aantal kwaliteitsmetingen doen. We hebben ook een live tracking systeem waarin bijgehouden wordt als het vandaag uitgeleverd zou moeten zijn, waar heeft dat gefaald. Dat is die 98%. Dus dan kunnen wij tot op het laatste niveau van de chauffeur of de particuliere bezorger, kunnen wij opvolgen. Iemand bij ons volgt real time support, volgt die chauffeurs op. Doen ze wat ze moeten doen? Kunnen wij helpen? Loopt die ergens tegenop? Is het volume te groot? Is het puur een kwestie van willen maar niet kunnen? We kunnen de eindontvanger of de consument nooit de dupe laten zijn.

I: En zou er daarom misschien gebruik worden gemaakt van een beoordelingssysteem? Dat de klanten de ViaTim bezorger kunnen beoordelen en eventueel andersom.

J: Dat doen we nu. In de app heb je de mogelijkheid om sterren te geven aan de chauffeur. En dat is een van de objectives hoe dat ze hun bonussen kunnen halen. Als ge tevreden zijt, geeft ge 5 sterren. Dan gaat die beter vergoed worden door ons. Het is rap iets dat vergeten wordt, dat is spam in mijn mailbox. Voor die chauffeur zelf heeft dat een effect.

I: En een negatieve beoordeling, zou dat dan eventueel leiden tot een ontslag?

J: Niet persé. We gaan niemand ontslaan, want die werken via de subcontractor. Maar we hebben een driver trainer in ieder depot, (...). En dat betekent niet dat die slecht gedrag heeft getoond. Het kan ook gewoon zijn dat die een probleem heeft ondervonden. Als het een chauffeur is, die nog veel problemen heeft met zijn routing of een adres niet heeft kunnen vinden. Die gaat echt kijken: wat was er aan de hand? Kunnen wij helpen? Soms gaan we een chauffeur helpen door te zeggen dat we overambitueus

zijn geweest. Ge had 140 stops meegenomen en dat is voor hem nog te moeilijk. We gaan terugschakelen naar 100 stuks. We gaan dat terug opbouwen. We hebben een briefing met hun werkgevers, met die subcontractors. Die zijn 's ochtends meestal allemaal op de vloer. Wij werken niet straffend, wij geven geen boetes. Een chauffeur die bij ons ontslagen wordt, dan moet ge al bijna een moord hebben gepleegd. Het kan wel zijn dat we zeggen tegen een subcontractor: we hebben zoveel energie gestoken in die chauffeur, maar die komt maar niet tot het juiste niveau. Dan zal de subcontractor die persoon op een gegeven moment vervangen. Niet iedereen is hiervoor gemaakt hé. Wij streven naar stops of (...) van 20 - 30 per uur. Dat betekent dat ge iedere 2 à 3 minuten een pakket aan het leveren zijt. (...).

I: Ik heb nog 2 laatste vragen. Denkt u dat het gemakkelijk gaat zijn om voldoende ViaTim kandidaten te vinden? Of moet daar nog een beetje extra motivatie worden achter gezet?

J: Wij zijn niet zo bang om kandidaten te vinden, want dat is al bewezen. Ik denk dat de uitdaging gaat zijn, dat mensen het na een half jaar nog willen doen. Heel romantisch, je kan een centje bijverdienen door thuis te zijn. Maar dat betekent ook dat als gij naar de Action wil gaan op dinsdagnamiddag en DPD is nog niet geweest... Dus willen mensen het blijven doen en gaan ze het niet onderschatten? Ze zijn 2 à 3 keer pakketjes kwijt, ze hebben daar een hele rompslomp van. We moeten ook nog kijken met welke volumes we gaan beginnen. Gaan we beginnen met maximum 10 of 20 pakketjes? Gaan we daar een categorie insteken? Ik ben er heel benieuwd naar. In Nederland doen we het al 2 à 3 jaar, het kan en het werkt. Als je iets nieuw opstart, ga je in het begin ook de meeste verliezen.

I: Mijn laatste vraag is: Moeten er volgens u nog stappen worden ondernomen voordat de crowdsourced delivery een vaste waarde kan worden in de pakketbezorging? Ik denk bijvoorbeeld aan de wetgeving, overheidssteun...

J: Ik denk dat het belangrijk is om de ontvanger te laten inzien wat het voordeel is van een parcelshop. Dat gaat een positief effect hebben op de kosten, want eigenlijk zitten de kosten van transport altijd ergens in verwerkt. Welke rol de overheid daarbij moet opnemen, weet ik eigenlijk niet. Het project zit meer in onze marketingafdeling. We zijn een aantal testen aan het doen en ik denk dat er ook al vrijwilligers gezocht werden. Dat gaat kleinschalig beginnen. Het is zo veranderlijk en de markt dicteert het tempo. Ik denk inderdaad de awareness bij de consument, dat die ook nog onvoldoende is. Daar kon nog wel wat meer gebeuren.

I: En ligt dat bij de overheid of bij transportbedrijven zelf?

J: Een combinatie van. Ik denk dat als DPD morgen een concept heeft, dat we het in Gent, Antwerpen en Brussel gaan doen. Misschien Hasselt erbij. Dat dat de steden zijn waar we straks gaan beginnen.

I: Niet in de kleine steden?

J: Inderdaad, daar waar de mobiliteit in de steden een steeds groter vraagstuk wordt, daar zie ik het vooral werken. Zoals we bijvoorbeeld overal voor 10u zijn geweest. Wij gaan ook steeds meer onze depots bij de steden gaan plaatsen. Maar goed, we gaan het zien.

I: Ja inderdaad. Ik ben heel benieuwd naar het einde van het project. Dank u wel.

Bijlage IV. Interview Jan Merckx (VIL)

Geïnterviewde: Jan Merckx (J)

Interviewer: Isabelle Biesemans (I)

Datum: 8 maart 2021 om 8.00 uur

Online via Google Meet

I: Allereerst wil ik u graag bedanken dat u de tijd vrijmaakt voor dit interview. Ik neem dit interview met u af in kader van mijn masterproef. Ik onderzoek de opportuniteiten en barrières in de crowdsourced delivery pakketindustrie. De audio van dit interview zal worden opgenomen zodat ik hierna een transcriptie kan schrijven. De informatie wordt enkel gebruikt in kader van dit onderzoek. Gaat u ermee akkoord dat u volledig vrijwillig wordt geïnterviewd en dat de informatie uit dit interview wordt gebruikt voor mijn onderzoek?

J: Ja.

I: Oké, dankuwel. Mijn eerste vraag is: Kunt u zich kort voorstellen? Wat is uw functie? En wat is uw link met crowdsourced delivery?

J: Ik zal het proberen kort te houden. Ik ben eerder een wetenschappelijke opleiding, maar vanaf het begin van mijn werkgebeuren in de logistiek terecht gekomen. Ik heb gaandeweg een passie ontwikkeld, niet alleen voor innovatie, maar vooral voor duurzaamheid. Ik geloof sterk in een transitie naar een circulaire wereld. Circulair sluit heel dicht aan bij de deeleconomie. Ik werk nog steeds voor het Vlaams Instituut voor Logistiek. Er werd het voorstel gedaan om rond crowdsourced delivery een project te doen. Ik denk nu 4 jaar geleden. Op dit moment doe ik eigenlijk 3 jobs. Ik werk als zelfstandige, enerzijds werk ik voor GS1. Dat is een standaardisatie onderneming, dat zijn de barcodes die je op uw producten vindt. Daar werk ik rond duurzaamheid, voor GS1 Nederland. Daarnaast werk ik voor het VIL, meer specifiek rond circulaire economie van de elektronische batterijen die in wagens zitten. Dan als 3e job, meer als vrijwilliger zetten wij een textiellabo op rond circulair textiel. Wij maken zelf kleding uit oude kleding.

I: Klinkt wel heel ferm. Uhh, wilt u dat dit interview anoniem wordt gehouden?

J: Nee, dat hoeft niet.

I: Oké, dankuwel. Dus in februari 2016 heeft het VIL het project rond crowdsourced delivery gelanceerd. Zou u hier iets meer over kunnen vertellen? Wat was bijvoorbeeld uw rol binnen dit project?

J: Ik heb het project enerzijds aangebracht en het ook geleid. Dit project past in het typisch kader van het VIL, die dus onderzoekstrajecten doen, samen met bedrijven. Ze zoeken daar onder hun leden bedrijven die daar mee willen instappen. Dat zijn door de overheid gesubsidieerde trajecten. Toen werd 80% door de overheid, door Vlajo gesubsidieerd, maar nu is dat veranderd. Maar de aanleiding binnen gans het innovatietraject van het VIL om hiernaar onderzoek te doen op dat moment.

I: En waarom werd dit project juist opgestart?

J: Het paste binnen de strategische domeinen van het VIL rond duurzaamheid, maar het was ook een opkomend fenomeen. Anderzijds werd het in Amerika meer en meer gebruikt, op dat meer en meer door

kledingbedrijven, American Apparel denk ik. In België waren zelf een paar bedrijven aan het kijken. En de Europese Commissie had ook een vrij lijvige studie gemaakt rond het ja-dan-nee van crowdsourced delivery. Dus op dat moment, die platformen kwamen op, dus het was wel eens nuttig om eens een studie te doen.

I: En wat werd er precies onderzocht in dit onderzoek?

J: We gaan natuurlijk eerst op zoek naar de business case, maar in dit geval is meer specifiek ook gekeken naar het aspect van de milieu-impact, wie heeft de vraag, hoe kan zo'n systeem op een goede manier worden rechtgezet en hoe is de reglementering in ons land. Is het wel iets dat kan? Het is ook gebeurd in een samenwerking met de VUB, die hun MAMCA-model erop hebben afgegooid. Dat is een model dat is ontwikkeld door VUB Mobi, dus de mobiliteitsafdeling, door Cathy Macharis geleid. Het is vooral ontwikkeld om te kijken: wat is het belang van elke stakeholder in een bepaald concept?

I: Wie was er betrokken bij dit project en waarom werden deze bedrijven specifiek gekozen?

J: Heb jij het rapport? Want ik ben vergeten wie er allemaal bij was. Het waren vooral logistieke actoren. Dus vanuit de werkgroep zelf, was het bpost, die juist hun concept van bringr was opgestart. GLS zat erbij. En natuurlijk ook Thomas met Vengo. Ge hebt het lijstje hé. Maar de meest activiteiten waren wel degelijk Vengo en bpost omdat ze er zelf mee bezig waren. En de andere partijen volgden dan gewoon mee. Wat ook niet onbelangrijk is, tijdens het project werd er ook gepraat met bedrijven zoals Parcify, die op dat moment juist waren opgestart. En Hytchers werd ook redelijk snel betrokken en mee afgecheckt waar zitten ze? Dus dat waren proefbedrijven waar je heel goed kon nakijken wat hun situatie was, hoe ze hun bedrijf aan het opzetten waren, wat de moeilijkheden waren...

I: Werd er samengewerkt met particuliere of professionele bezorgers?

J: Dat is uiteindelijk getest geweest met bringr. Bringr is een platform van particulieren, waarbij zij wel, indien nodig, hun eigen netwerk wel kan zorgen dat de pakketten worden geleverd aan hun klanten. Maar in de testen die wij gedaan hebben, zijn er enkel maar pakjes door particulieren geleverd geweest.

I: Kunt u misschien eventjes kort ingaan op de resultaten van het project?

J: Ik ga er 3 naar voor schuiven. Enerzijds, alles wat reglementering te doen is. Een van de opmerkelijke resultaten was dat onze overheid er wel degelijk goed georganiseerd op is. Ze hebben een kader gecreëerd dat toelaat om dergelijke platformen te laten bestaan in ons land. En ook op een vrij open manier. Wat ik daarmee wil zeggen is dat zij zelf beseften, dat de wetgeving nog moeilijkheden zou kunnen geven vandaag de dag. Ze gingen testen van waar de problemen kunnen komen. Ge zit echt op een heel dunne marge te werken daar van wat mag en wat niet mag. Ook al kunt ge het zelf ethisch verantwoord vinden, bij wet kunnen die problemen hebben. We hebben dus wel degelijk samen met Thomas bij de overheid gezeten. En ze waren daar heel open in om van gedachten te wisselen. Maar anderzijds, en dat valt ook binnen regulering, zag je dadelijk dat de bestaande transport- en logistieke industrie er heel argwanend naar kijkt. Dus in het project zijn er in het project ook wel stappen genomen door die organisaties om dergelijke projecten zoals Vengo en bringr stop te zetten. Omdat op de grens van wettelijk mag en kan aan het werken waren. Waar het in andere landen wel floreert uiteindelijk. De case van American Apparel liep in Amerika wel goed. Het economisch model is vrij simpel. Voor een bedrijf zoals bpost is dat gemakkelijk op te volgen. Daar is gemakkelijk je kosten- en batenanalyse uit

op te maken. Je moet een platform maken, je hebt vaste koeriers, ge kunt uw inkomen en uitgaven. Dat is vrij simpel model om vrij snel een ROI te krijgen. Dus daar zaten zeker geen problemen. Circulaire economie is gebaseerd op 3 basisprincipes: economie, ecologie en het sociale aspect. Wat uit dit specifiek project is gebleken, is dat er wel degelijk een heel grote sociale meerwaarde is. We hebben dat niet alleen van bpost zelf gehoord, maar we zijn ook interviews gaan afnemen met bezorgers zelf. Dat het een sociale meerwaarde heeft voor de mensen die de leveringen hebben uitgevoerd. Voor het milieuaspect, als men een crowdsourced delivery op milieubasis wil gaan gebruiken, denk ik wel dat er nog bepaalde stappen gezet moeten worden. Heel algemeen kun je gemakkelijk een studie maken die bewijst dat er theoretisch een CO2-reductie is, voor traject af te leggen dat je anders ook zou afleggen. Maar hoe steekt ge dat in uw platform dat het wel degelijk de bedoeling was van de chauffeur die het pakje genomen heeft, als hij al met de auto rijdt. Want ge kunt ook nog een stap verder gaan en zeggen dat met de auto niet mag. Maar het systeem van Hytchers is volledig gebaseerd op met de auto rijden. Ge merkt dadelijk dat er een bepaalde categorie van mensen is die dat als een job beschouwen. En die gaan zoeken naar pakjes. En dat merkten we ook als we de testen deden, elk pakje was binnen de minuut weg. Vanaf het moment dat ze op het platform werden gezet. En dat mocht om 2u 's nachts zijn, het was binnen de minuut gereserveerd door een chauffeur die het ging wegbrengen. Het zou al toevallig moeten zijn dat op die tijd, we hadden op dat moment maar een kleine crowd, dat ge voor dat specifieke traject telkens iemand hebt die dat traject gaat doen, binnen de gevraagde periode. Bpost heeft dat toen ook gezegd dat dat niet hun intentie was. We willen dat wel controleren, maar ge kunt daar wel vragen over stellen. Als ge zo ver wilt komen, dat het milieuneutraal is, denk ik dat ge bepaalde eisen gaat moeten stellen. Dat gaat heel gemakkelijk voor stadslogistiek. Wanneer ge met e-commerce zit, met kleine pakjes die snel van A naar B moeten over 5 km. Brussel, Antwerpen, Hasselt, daar is het zeker doenbaar. Ik denk dat het daar wel nut heeft. Daar kunt ge beter met de fiets rijden, want anders is het sowieso niet positief. Maar als ge grote trajecten tussen steden gaat afleggen, dan denk ik wel als ge het milieuvriendelijk wil maken, dat ge bepaalde aspecten moet gaan regelen of als bedrijf gaan vooropzetten zodanig dat dat een van uw eisen van uw model worden. Ik betwijfel dat aspect vandaag de dag, omdat ge een business hebt gecreëerd van mensen die dat willen gaan doen. Ge trekt die aan. Of dat milieuvriendelijk is of niet, dat gaat om hun werk dat ze hebben gecreëerd. Dat is wat ik uit dat traject geleerd heb. Niet onbelangrijk is de tegenwerking die uit de traditionele sector is gekomen, die nog altijd speelt hé.

I: Ik had gelezen op de website van het VIL dat men met het project de opportuniteiten wou aantonen. Welke opportuniteiten zijn er bijvoorbeeld naar voren gekomen bij dit project?

J: Het sociale aspect, datgene dat iedereen vergeten is. Het geeft mensen meer waarde aan wat ze willen doen. En die opportuniteit is er en een beetje beter geregeld dan bij Deliveroo en dergelijke. Ten tweede voor de logistiek zelf, om een milieuvriendelijke levering te krijgen in een stad. Het geeft de opportuniteit om de problemen van de stadslogistiek een deel te gaan verbeteren. Er zijn nog altijd veel bedrijven die er geïnteresseerd in blijven. Crowd logistiek kan goed aanvullend zijn tegenover de stadskoeriers, zoals Cargo Velo. Cargo Velo werkt met vaste jongens, maar voor hen is crowd logistiek, als dat op de juiste manier georganiseerd is, is het voor de logistieke dienstverleners misschien ook een mogelijkheid om de problematiek van hun capaciteit beter te gaan aanvullen. Dat zij een netwerk hebben van mensen, waarbij ze in tijden zoals covid waar er een grotere nood is aan capaciteit, dat zij aanvullend dergelijke mensen kunnen gaan gebruiken. Het economisch model, dat staat vast, dat is er wel degelijk.

I: Ik heb dus zelf een literatuurstudie gedaan en daar zijn ook enkele opportuniteiten naar voren gekomen. De eerste was bijvoorbeeld de samenwerking met kmo's. Is het volgens u nu dat de nadruk meer op e-commerce komt te liggen, gunstiger of ongunstiger voor kmo's om samen te werken met crowdsourced leveringsbedrijven.

J: Ik denk dat ge daar de luxe van een land als België weer naar voren kunt schuiven. We hebben weeral een extra mogelijkheid, die additionele waarde heeft. Dus ik zou die vraag positief beantwoorden. Hoe meer mogelijkheden dat je hebt, hoe beter dat het je uitkomt. Zeker bij kmo's die nog heel dicht hangen bij het model van een particulier. Als particulier zeg je: ohh bringr, tof en het pakje is weg. Zo simpel was het ook. Het waren een paar kliks en uw pakje is vertrokken. Dat is juist wat een KMO graag heeft: weinig hassel, geen grote contracten met DHL, ook al zijn die ook simpel geworden. Maar daar heb je soms ook nog dingen voor nodig, zoals uw printer die moet klaarstaan. In dergelijke modellen wordt toch weer een alternatief aangereikt dat dichterbij kmo's staat.

I: En die meer mogelijkheden heeft dan ook voordelen voor de consument?

J: Ja, sowieso.

I: En zijn crowdsourced leveringen meer of minder personaliseerbaar in vergelijking met traditionele leveringen?

J: Meer.

I: En heeft u daar ook een reden voor?

J: In een bestaand bedrijf is juist de efficiëntie van uw proces, de grote factor die de prijs gaat bepalen. Dus het is steeds opnieuw zoeken naar efficiëntie, wat is tegengesteld aan personalisatie. Terwijl in crowdsourcing zit je met een heel diverse groep van koeriers. Waardoor je kunt zeggen: ik heb een specifieke dienst nodig. Het traject dat is afgelegd in de kleine testen die gedaan zijn en op dat moment is er ook een interview geweest met bringr op de Franstalige tv. Daar ging het over de levering van een bokaal met vissen. Doet dat maar eens met een traditioneel koeriersbedrijf. Als ge de diversiteit aan type leveringen bekijkt, werd er telkens een oplossing gevonden. Dat heeft te maken met de persoon, maar ook met de middelen die hij heeft en hoe hij het kan doen. Ge brengt een soort probleem aan, waar ge veel gemakkelijker een oplossing voor vindt. De grote koeriersbedrijven moeten naar efficiëntie kijken. Zij hebben een vloot van wagens en die kunnen niet voor elk probleem een oplossing krijgen. Dit moet door de industrie aanzien worden in zijn algemeenheid als een extra mogelijkheid die ge hebt om de mensen beter te gaan bedienen. En niet als een concurrentieel model, zo wordt het vandaag de dag bekeken. Het is in zekere zin oneerlijke concurrentie, zou je kunnen zeggen. Ik zie het eerder als een aanvullend model dat nog veel meer mogelijkheden biedt. Ja, het geeft meer opportuniteiten en het geeft meer personaliseerbaarheid.

I: De volgende opportuniteit die ik had teruggevonden was de milieu-impact. Eigenlijk heeft u die vragen al zo goed als allemaal beantwoordt.

J: Uit ons project kwam het negatief. De basisprincipes zouden beter moeten zijn voor het milieu, maar alleen ge moet het dan ook zo formaliseren. Ik hou geweldig van de jongens van Hytchers en van hoe ze hun model hebben opgezet. Ik zie er echt toekomst in, maar ze zouden er de juiste triggers op moeten

zetten. Want ik hou er niet van als bedrijven zeggen dat ze met Hytchers gaan werken omdat ze meer milieuvriendelijk willen zijn. Is dit wel zo? Dat moet ge echt wel kunnen bewijzen als ge het doet. Zeker als ge met autovervoer gaat werken. Binnen 20 jaar is dat toch allemaal geen probleem meer, want dan rijden we allemaal elektrisch.

I: De volgende opportuniteit die ik had teruggevonden was inderdaad de sociale impact. Dat heeft u ook al gezegd dat dat een sociale impact zou hebben. Maar leiden die crowdsourced bedrijven tot meer of minder werkgelegenheid?

J: Ik denk meer in een categorie van mensen die moeilijkheden heeft om werk te vinden. Dat sluit zich weer aan bij het inclusieve. Binnen dat aspect is het een hele goede zaak, mits het meer granulair transport, dat ge pakje per pakje gaat bekijken. Sommige waren er wel al efficiënt in hoor. Een van die koeriers keek alleen maar naar pakjes in zijn streek en die had wel 4 pakjes op 1 rit, zodanig dat ze heel efficiënt waren. Maar over het algemeen gaat het nog steeds over weinig pakjes. Dus ergens denk ik dat het een kleine verhoging van de werkgelegenheid creëert. Maar vanuit mijn ecologische begeestering, moet ik eerlijk zeggen dat dat voor mij niet moet. We zouden minder moeten transporten, minder pakjes moeten versturen. Dat is niet de omgeving waar er werk moet zijn, als het niet ecologisch is. Ik denk zeker dat het een meerwaarde heeft voor de werkgelegenheid, zeker binnen een groep van mensen die het anders moeilijker heeft om werken te zoeken. En omwille van dit sociale aspect, voor hen toch waardevol werk is.

I: De laatste opportuniteit die ik had teruggevonden was de prijs. Hoe verschilt de prijs van crowdsourced diensten ten opzichte van traditionele leverdiensten?

J: Uhh, dat weet ik niet meer. Daar durf ik moeilijk een antwoord op te geven.

I: Dat is niet erg. Dan zitten we bij de barrières. Heeft het project ook een aantal barrières aan het licht gebracht?

J: Ja, de voornaamste is de wetgever. Ik weet niet hoe dat kader geëvolueerd is. Als bpost de oorlog aangaat met een beroepsorganisatie, dat kan, dat is een groot bedrijf. Maar als gij u als particulier in de markt zet en ge krijgt de wetgever over u... Vanuit ondernemerschap, is dat echt iets dat u tegenhoudt om daarin te stappen omdat de wettelijke basis toen nog te dun was. Ik vraag me af of die al veel veranderd is. Voor mij is dat toch de grootste barrière geweest in het traject. De wetgeving rond crowdsourced platformen, die specifiek zegt dat het een particulier tot particulier aanlevering moet zijn. Dus Vengo zat in een ander domein.

I: Ja inderdaad, die hadden professionele bezorgers.

J: Maar bringr zat dus echt in dat... Maar dan zat er wel een bpost tussen. Ge moet dan kunnen bewijzen dat er geen ondergeschiktheid is van de koerier ten opzichte van de platform uitbater. Bpost kon dat. Maar dat is het kleine aspect van de wetgeving dat gij tot op de grond gaat moeten bekijken. Wat mag en wat mag niet? Ik vond de openheid van de overheid daar heel goed in. Wij moeten zelf kijken, laat ons zelf onderzoeken wat er speelt in de markt. Maar als ge u op dat moment in de markt zet, om daar gebruik van te maken, dan begeeft ge u wel op glad ijs. Of ze zetten u vast met advocaten die ge toch niet kunt betalen als jong bedrijf. Een tweede aspect is: is er wel markt genoeg? In België, als de focus vooral moet liggen op stadslogistiek, zit je toch niet met hele grote steden zoals andere landen. Wij

hebben maar 1 grote stad, Brussel. En fietskoeriers, dat model is al heel dun, ook al is er een groeiende markt van e-commerce, waar zij vooral op inspelen. Het is ooit uitgerekend geweest. Voor steden van Belgische grootte blijft het toch moeilijk om staande te houden. Het is een barrière om in te stappen. Maar anderzijds is het een model voor een bpost, waar ge een platform doet en ge zijt vertrokken voor al die steden. Ge hebt de winst bij elk pakketje dat ge verzend en voor de rest hebt ge de vaste kosten van uw platform. Is dat in balans met de niet zo grote opportuniteit die erachter zit? Hoewel ik zeg dat de kost toch vrij goed onder controle is te houden. Alhoewel, als ge de kost bekijkt als een platform van Uber, onderschat die IT-kosten die zij hebben niet.

I: Uit mijn literatuurstudie zijn natuurlijk ook enkele barrières naar voren gekomen. De eerste was het vertrouwen. Is er crowdsourced delivery volgens u voldoende ingeburgerd in Vlaanderen?

J: De Vlaming is niet echt vooruitstrevend. Die risico's nemen en bekijken, in andere landen gaat dat sneller. Dat wantrouwen is geen onbelangrijk aspect. Maar als ge ziet hoe de traditionele logistiek in mekaar zit. En uiteindelijk een platform zoals bringr, toch ook werkt volgens die principes van al die platformen, met een rating, met dat ge chauffeurs gaat vragen die het al gedaan hebben, dat ge een opstartperiode had, dat die mensen werden getraind... Dus als ge een nieuwe koerier werd, moest ge eerst naar een training. Dan worden er in zo'n platform meer aspecten ingebouwd dan soms een standaard logistiek doet, die op moeilijke momenten iedereen kan gebruiken die een witte camionette heeft. De consument weet dat natuurlijk niet, die denken dat iedereen die dat aanleveren een vaste werknemer is van koeriersbedrijf. Als ge het volledig gaat onderzoeken denk ik dat ge een meer betrouwbaar systeem met bringr had dan de standaard logistiek. Maar de perceptie van de gebruikers is natuurlijk anders. Iedereen denkt dat gelijk wie kon instappen in dat platform, maar dat was zo niet. Er werd ook een community van koeriers gebouwd op dat moment, zodanig dat die mensen elkaar beter leerden kennen. Als gebruiker heb je de perceptie dat het een veel minder betrouwbaar systeem zou kunnen zijn.

I: En hebben zich tijdens het traject ook moeilijkheden voorgedaan op basis van vertrouwen?

J: Nee.

I: Geen problemen gehad? Dat is mooi. Ziet u het vertrouwen in crowdsourced delivery bedrijven als een opportuniteit of toch nog eerder als een barrière?

J: Het is een opportuniteit, waarmee gewerkt moet worden. Want de toepassing zoals wij ze hebben uitgetest zeker dat vertrouwen kunt inbouwen. En met een steeds groter wordend lokaal systeem kunt gaan werken. Niet alleen van de bezorgers, maar ook van de mensen die het aannemen. Het is ook een systeem dat veel sneller leidt tot in een bepaalde buurt veel sneller vaste punten te hebben. Vaste mensen die de pakjes gaan ontvangen, niet de vaste retailpunten, maar echt open punten van burgers. Zoals nu vandaag de dag veel winkels gebruikt worden omdat ze toch open zijn. Het zijn kleine elementen die ge kunt gaan inbouwen in uw platform. Het is een social platform, maar met de normale social mediazaken, die juist dat vertrouwen kunnen gaan verhogen. Ik zie het meer als een opportuniteit om een meer inclusief transport model te gaan opzetten dan het standaardmodel, dat gestandaardiseerd is en heel onpersoonlijk. Ik heb nog nooit twee keer dezelfde pakjesleverancier gezien (lacht). Plus we krijgen ook meer leverkasten. Dan worden de pakketten gewoon geleverd in de kast, wat een probleem kan zijn voor het vertrouwen. Want ge bent er niet bij, bij de levering en dan kan er van alles gebeuren.

I: Maar u zei ook bijvoorbeeld bij mensen thuis leveren en dat hen dan opgehaald kan worden. Dat bedoelde u dan hé?

J: Ja.

I: In de plaats van een parcelshop dan? Ik heb vorige week ook een interview gehad met DPD en die gaan zo'n initiatief doen met ViaTim.

J: Ja. DPD was trouwens ook een van de deelnemers. Mondial Relay waren ook bij de deelnemers. Het komt allemaal terug stilaan.

I: Dan de volgende barrière is de capaciteit. Is de Vlaamse bevolking volgens u voldoende bereid om als crowdsourced delivery bezorger aan de slag te gaan?

J: Ik denk dat Uber Eats en Deliveroo nooit problemen hebben gehad. Dus ik zie hier ook niet direct problemen. Ge hebt een heel breed gamma van studenten die het interesseert. Anderzijds, ge kunt veel meer flexibiliteit in uw werk bouwen. Ge doet het wanneer ge zin hebt. Ik denk niet dat daar ooit echt een probleem zal zijn. Is er markt genoeg, dat is iets anders. De mensen waarmee wij werkten, werkten ook al voor verschillende platformen. Dus daar zit eerder het probleem: kiezen voor het beste platform dat economisch een goede zaak is, wat concurrentieel is ten opzichte van elkaar. Als beleveraar ga ik natuurlijk op zoek naar het beste platform waar ik het meeste mee kan verdienen. Of die het aangenaamste werk biedt of die mij de beste voorwaarden biedt... Om elk pakje op zijn plaats te krijgen, denk ik niet dat we uiteindelijk een groot probleem gaan hebben.

I: En zijn er volgens u bepaalde factoren die de bevolking kunnen ontmoedigen of motiveren om zich te engageren als crowdsourced bezorger?

J: Waarom wordt de vraag gesteld voor ontmoedigen?

I: Stel er wordt een pakje kwijtgeraakt, bij wie ligt dan de schuld? Dat is allemaal nog niet zo goed wettelijk vastgelegd.

J: Bringr had dat allemaal ingedekt. Bpost was daarvoor georganiseerd. Ge kon daar een extra verzekering voor nemen. Hoe dat zich uitstraalt naar de bezorger zelf, daar heb ik geen idee van en of daar ooit moeilijkheden mee geweest zijn. Maar voor zover ik weet niet, maar de hoeveelheden waren toen nog heel beperkt. Dat zijn wel aspecten, mocht ik bezorger zijn, die wel bij mij zouden spelen. Als ik diamanten kwijtraak of ik vervoer iets, zonder dat ik het weet, van heel grote waarde. Bringr was heel slim opgezet, door een organisatie die het gewoon is. Niet elk platform zal zo worden opgezet. In dat opzicht, dan kom je bij de natuurlijke selectie van platformen. Degenen die gaan overblijven, gaan degenen zijn die het op de juiste manier gaan doen. Naar stimulerende factoren, als ge het sociale en milieuvriendelijke naar boven brengt, denk ik wel dat ge meer mensen gaat kunnen stimuleren. Het is alleen nog niet zo gekend in ons land. Iedereen ziet het meer als Deliveroo. Die zitten ergens centraal en van daaruit denk je: ohh dat wil ik niet gaan doen. Dat geeft misschien een verkeerd beeld. Bringr die wacht met zijn gsm en dat kan gelijk waar zijn. Deliveroo is gebaseerd op efficiëntie, die moeten op een bepaalde plaats zitten om heel snel bij het restaurant te geraken. Dat was totaal niet waar bij bringr, omdat je iets meer ruimte hebt qua tijd natuurlijk. In dergelijke platformen voor voeding is het echt à la minute. Terwijl in pakjes niet. Dit kan natuurlijk een negatief beeld geven aan mensen. Anderzijds,

Hytchers, dat zijn allemaal mooie platformen waar ge opportunistisch gaat werken. Ge kon dat allemaal instellen dat ge ne push kreeg van een order dat naar u kwam, binnen bepaalde voorwaarden. Ge kunt zeggen: ik werk alleen maar tussen die en die uren, ik moet dan dat traject doen. Nogmaals, sinds het project is afgelopen, heb ik het gevoel: crowd logistiek in België, bestaat dat nog? Ik hoor er heel weinig over. Misschien maken ze geen reclame meer en zijn ze veel voorzichtiger geworden met alle problemen. Want de laatste cases dat ik gehoord had was JBC met Hytchers.

I: Het ligt nu ook allemaal een beetje stil met corona.

J: Aah?

I: Ja, ik had dan verschillende platformen proberen te bereiken. Dus ging ik kijken op hun website. En meestal stond er dat ze vanwege de corona nu eventjes stillagen. Denkt u dat er voldoende vraag is naar crowdsourced diensten?

J: Binnen de pakjesbelevering denk ik vandaag de dag niet.

I: En waarom niet?

J: Omdat ge naar mijn mening nogal een ruim aanbod hebt in ons land van mogelijkheden. Het alternatief dat meer wordt overwogen, zijn de fietskoeriers, zoals Cargo Velo in Gent die nu ondertussen toch ook al in een deel steden zit. Waarbij ge dezelfde filosofie krijgt, maar op een coöperatieve manier, maar toch iets meer gestructureerd dan het crowdsourced platform. Spijtig genoeg, waar het dus additief zou moeten zijn, zit je eerder op dezelfde markt. Ik heb niet het gevoel dat het gestegen is ten opzichte van toen. Maar ik ken op z'n minst één bedrijf dat het volledig aan het onderzoeken is. Het leeft wel bij bedrijven.

I: Ik heb nog 3 vragen. De laatste barrière die ik had teruggevonden was de privacy. Zijn er tijdens het project ooit problemen geweest met betrekking tot de privacy van de consument of van de bezorger?

J: Nee.

I: Nee? Oké, dat is een heel korte vraag dan.

J: Natuurlijk, je moet wel zien dat het afgedekt wordt. Maar wij hebben er geen enkele problemen mee gehad.

I: Dan het laatste deel is de concretisering van de sector. Moeten er volgens u nog stappen worden ondernomen voordat crowdsourced delivery een vaste waarde kan worden in de pakketlevering?

J: Ik weet niet wat de situatie is van de wetgeving, maar dat moet volledig duidelijk zijn. Het moet goed afgedekt zijn, anders gaat die problematiek blijven. Dat is het voornaamste aspect vandaag de dag. Het was goed gestart. Belangrijke partijen waren ermee gestart, die ge wel nodig had. Bpost die zich er echt wel ingooide, maar ze zijn eruit gestapt.

I: Dat was mijn laatste vraag dan. Want de laatste vraag gaat over de huidige wetgeving, maar ik denk dat u daar moeilijk een antwoord op gaat kunnen vormen. Dankuwel.

Bijlage V. Interview Valerie Geluykens (JBC)

Geïnterviewde: Valerie Geluykens (V)

Interviewer: Isabelle Biesemans (I)

Datum: 8 maart 2021 om 10.00 uur

Online via Google Meet

I: Allereerst wil ik u graag bedanken dat u de tijd vrijmaakt voor dit interview. Ik neem dit interview met u af in kader van mijn masterproef. Ik onderzoek de opportuniteiten en barrières in de crowdsourced delivery pakketindustrie. De audio van dit interview zal worden opgenomen zodat ik hierna een transcriptie kan schrijven. De informatie wordt enkel gebruikt in kader van dit onderzoek. Gaat u ermee akkoord dat u volledig vrijwillig wordt geïnterviewd en dat de informatie uit dit interview wordt gebruikt voor mijn onderzoek?

V: Ja, geen probleem.

I: Oké, dankuwel. De eerste vraag die ik heb: Kunt u zich kort voorstellen? En wat is uw functie?

V: Ik ben Valerie Geluykens en ik ben binnen de Claes Retail Group de CSR-manager, die zich bezighoudt met alles rond maatschappelijk verantwoord ondernemen voor de drie merken onder de groep: JBC, CKS en Mayerline. En alle aspecten van duurzaamheid komen aan bod. Ik ben degene die de strategie uitschrijft, maar ook zorgt dat de strategie, maar ook de projecten die we strategisch hebben besloten met de directie, dat die worden uitgevoerd.

I: Wilt u dat dit interview anoniem wordt gehouden?

V: Nee, maakt niet uit.

I: Wat waren voor JBC de belangrijkste redenen voor JBC om over te schakelen op crowdsourced levering?

V: Echt dat duurzame, omdat we weten dat die e-commerce pakjes een enorme impact heeft. En we waren aan het zoeken naar hoe we onze impact daar zo klein mogelijk houden. Want bij JBC zijn de 3 pijlers: familie, lokaal en duurzaam. En dan met een lokale Belgische start-up werken was het lokale luik al. En zorgen dat er niet extra verkeer op de baan moest zijn voor onze e-commerce pakjes, dus wat was de duurzaamheid.

I: En waarom is er specifiek gekozen voor Hytchers? Waren er bijvoorbeeld ook gesprekken met andere crowdsourced leveringsplatformen?

V: Nee. Hytchers heeft ons paar jaar daarvoor al benaderd. Toen hebben wij hun terug gecontacteerd omdat wij specifiek naar een oplossing aan het zoeken waren. Qua verhaal paste zij volledig bij ons. Dan leek het ons ook niet opportuun om te gaan shoppen om te gaan kijken of er nog andere partners waren. Als dat paste, dan was het ook niet nodig om verder te gaan zoeken.

I: Ja, dat begrijp ik. Kunt u misschien in het kort eventjes uitleggen hoe de werkwijze van Hytchers verschilt van die van een traditioneel pakketbedrijf?

V: Het is eigenlijk een soort van carpoolen met pakjes dat zij organiseren. Het is niet dat er extra auto's op de baan zijn met alleen maar pakjes. De pakjes worden opgehaald door iemand die bijvoorbeeld in Hasselt woont en in Brussel werkt en die zegt: ik ga bij het Hytchers punt bij mij in de buurt een pakje ophalen. Dat kan maximaal 6 km van de route afwijken denk ik. Ik neem dat mee naar Brussel en ik zet dat ook weer af aan het Hytchers punt. Dan is dat eigenlijk toch het traject dat die man dagelijks doet, wordt nu ook gebruikt om die pakjes mee te nemen. Dus daar is geen extra vervoer voor nodig geweest. De afgelegde kilometers worden dan gecompenseerd door de aanplanting van bomen, door daar projecten rond te subsidiëren. Dus op die manier is het ook nog eens CO₂-neutraal.

I: Hoe werd de aankondiging van de samenwerking ontvangen door de stakeholders van JBC? Bijvoorbeeld klanten, leveranciers of de traditionele pakketleveranciers?

V: Onze klant heeft 2 keuzes: ze halen het af in een JBC-filiaal of ze laten het thuis bezorgen. Het zijn niet zoveel klanten die hun pakjes laten thuisbezorgen. De meeste gaan het ophalen in een JBC-winkel, omdat er altijd wel een JBC-winkel in de buurt is. De vervoerder die nu e-commerce pakjes deed, dat was niet zo'n grote impact om die retours... Die retours kunnen ook bij de winkel worden binnengebracht of verzonden. De verzendingen, daar konden we niet in 1 keer overschakelen, want dan moesten we technologisch ook nog aanpassingen doen. Daarom hebben we in eerste instantie gekozen om de retours te doen. Die vervoerder zei ook: op zich is dat niet zo'n groot partij, dus die heeft daar niet moeilijk over gedaan. En eigenlijk waren de andere stakeholders heel enthousiast dat wij dat gingen testen en dat we nog altijd de keuze aan de klant lieten om het in de winkel te gaan afzetten of... Voor de klant veranderde er niks aan wat hij moest doen, het was gewoon schouderklopje, we doen iets goed voor het klimaat. Er veranderde voor de klant alleen maar iets positief, dat hij kon zeggen: ik verstuur dat op die manier. Eigenlijk hebben alle stakeholders daar positief op gereageerd.

I: En ook de concurrenten bijvoorbeeld?

V: Onze concurrenten, daar hebben wij niet echt een reactie op gehad. Maar ik weet wel dat er nog een aantal grote spelers met Hytchers aan het praten zijn gegaan of waren. En op zich, meestal staan wij daar wel alleen in die stappen nemen op vlak van duurzaamheid. Dus het is niet dat dat iets is dat al wijdverspreid is.

I: En was JBC een van de eersten in de branche die met crowdsourced leveringen aan de slag ging?

V: Wel qua grootte. Ze waren wel al bezig met bepaalde partijen, maar ik denk wel dat wij een van de grotere spelers waren. En ook die gezegd hebben: we willen dat bekend maken en we willen er ook wel mee uitpakken. Want ze waren ook al wel met Vanden Borre bezig, dat is ook al een grote speler. Maar ik denk dat wij ook echt beslist hebben: wij willen dat verhaal echt brengen en we willen dat onze klanten en de rest zien dat er een voorbeeld is om op die manier te werken.

I: En zullen er nog andere bedrijven volgen naar uw mening?

V: Goh, ik denk dat het issue dat wij met Hytchers, niet met Hytchers... Maar met de Vlaamse Transportbond, TLV, hebben gehad, dat toont dat er wel nog wat werk is op vlak van wetgeving of interpretatie van wetgeving. Om dat kader voor de crowdsourcing van leveringen te doen. Uiteindelijk hebben wij door daar zoveel communicatie rond te doen en zo hard rond te informeren, zijn we daar ook in een rechtszaak getrokken, samen met Hytchers. Ja, dan is het duidelijk dat die hele traditionele

transportsector daar niet voor open staat, niet klaar voor is. Maar dat onze wetgeving nog heel ouderwets, van de jaren 60, dat die nog altijd zo geïnterpreteerd wordt. Als die gaten zijn dichtgereden in de wetgeving of die zijn geïnterpreteerd of daar is duidelijkheid rond, dan ik echt wel dat dat terug gaat boomen.

I: Ik heb deze week ook een interview gepland met TLV.

V: Ik ben benieuwd (lacht)! Uiteindelijk heeft dat gemaakt dat we dat nu uiteindelijk on hold hebben gezet. De situatie moet duidelijk zijn. Er mag niemand, zowel wij of onze klanten mogen daardoor niet in problemen komen. Ik denk dat dat zoals veel dingen is die rond duurzaamheid zijn, dat de traditionele set-up en de regelgeving, dat die van een tijd zoveel tijd terug dateert dat wel efkes bekeken moet worden. Dat houdt die innovatie en die vooruitgang tegen.

I: Ja, dat begrijp ik wel. En het was vooral om het duurzame aspect dat er gekozen is voor crowdsourced leveringen. Hebben deze leveringen enkel een positieve milieu-impact of kunnen er ook negatieve impacts zijn?

V: Ik denk dat dat op vlak van transport wel een positieve is. Het is niet zo dat ge als consument daar zo'n grote vergoeding voor krijgt. Dat ge als particulier zegt: ik ga pakjes rondbrengen, ook al ligt dat niet op mijn route omdat ik daar zoveel mee verdien. Dus dat is helemaal niet het geval. Het is gewoon uit de kosten komen, maar dan ook nog met punten. Het is niet rechtstreeks dat ge er geld mee verdiend. Ik denk niet dat dat een issue is. En het rondrijden is ook beperkt gehouden. Dus je moet niet zo ver van uw route afwijken, dat daar de impact heel negatief door is. Plus die wordt dan ook gecompenseerd. Dus op dat vlak zie ik er enkel voordelen van in. We hebben ook transport dat een keer in de week 's nachts winkels gaat bevoorraden. Dus wij konden dat ook vanuit ons filiaal in Meise, konden wij al die retours meebrengen naar hier. Dus wij moesten daar ook niet iets extra voor inschakelen. We konden dus echt wel de cirkel maken zonder dat er iets extra geïnstalleerd moest worden.

I: En u zegt dat ervoor wordt gezorgd dat er niet al te veel kan worden afgeweken van het traject. Dus het is niet zo dat mensen zien: ohh er is een pakketje, ik ga speciaal naar daar rijden... Dat wordt echt vermeden?

V: Ja, want ge hebt ook echt geen incentive om dat te gaan doen, denk ik. De kosten die ge moet doen voor uw rit, zijn nog net iets hoger dan de vergoeding die ge ervoor krijgt. Dus op die manier ga je dat echt vermijden dat mensen ritjes gaan doen om geld te verdienen met die pakjes te bezorgen.

I: Ook omdat het eerder gaat om kortingen en cadeaubonnen?

V: Ja.

I: Zijn die crowdsourced leveringen sneller of trager dan traditionele leveringen?

V: Dat was echt geen verschil voor ons. Het was binnen dezelfde tijd als onze normale retours zouden aankomen. Dus daar zat ook geen verschil op voor ne klant.

I: Is een retourzending via Hytchers goedkoper of duurder dan een traditioneel pakketbedrijf?

V: Voor ons was dat een klein beetje duurder, maar dat was een kost waarvan wij dachten dat zit ook wel een beetje in het duurzame aspect en die willen we dan ook wel dragen. Dat was iets duurder, maar ook niet dat dat het dubbele was.

I: En kan u daar misschien een bedrag opplakken of een percentage?

V: Dat moet ik nakijken, want ik kan dat zo niet meer zeggen. Dus dat zal ik effe op mail zetten als dat goed is? [Toegevoegd: normale prijs ongeveer 3 euro per pakketje, Hytchers 3,33].

I: En biedt de retour voor- of nadelen voor de consument zelf?

V: Nee, want voor ne consument was het net dezelfde handeling als dat ze moesten doen voor hun andere retours. Hij moest nu alleen een Hytchers-punt zoeken, maar dat zijn dan de Total tankstations, die ook wel best wijdverspreid waren. Het was alleen in bepaalde regio's dat er nog niet zoveel Total punten waren, maar dat zou op termijn ook aangepast worden. Dus op zich, een klant moest niks extra doen om een retour met Hytchers te doen.

I: Dus in plaats van naar het postkantoor te rijden was het gewoon naar het tankstation rijden?

V: Ja, inderdaad.

I: Mijn volgende vraag gaat eigenlijk over TLV. Waarom hebben zij specifiek een klacht ingediend tegen deze samenwerking?

V: Ja, zij vonden dat de wetgeving niet gerespecteerd was. Hun standpunt was dat Hytchers een vervoersvergunning nodig had om dat hele systeem te organiseren. Als niet Hytchers een vergunning nodig had, dat de klanten een vergunning nodig hadden. Want als ge een particulier, als ge een auto hebt met een laadvermogen van boven de 500 kg hebt... Dan werd dat in de wet van 1960 bekeken als zijnde dat ge een vergunning nodig had om iets voor iemand te gaan doen. Bijvoorbeeld als je naar het containerpark zou rijden voor uwen buur en ge neemt iets mee. Dan had ge daar eigenlijk een vervoersvergunning voor nodig. Zeker als ge nog eens een pintje kreeg, want dat is dan ook nog eens een beloning dat ge kreeg. Dat waren echt de elementen uit de wet dat zij aanhaalden. We hebben uiteindelijk de samenwerking on hold gezet omdat we iets hadden van uiteindelijk hebben ten gronde niets te doen met die zaak. Dan heeft de rechter beslist dat Hytchers geen vervoersvergunning nodig had. TLV is daar dan tegen in beroep gegaan. Het is nog altijd onduidelijk, want als Hytchers geen vergunning nodig heeft, heeft iemand anders in die keten dan een vergunning nodig? Heeft die persoon die wil carpoolen met die pakjes, heeft die iets nodig? Kunnen ze daar iets tegen doen? Dat zou jammer zijn als ge zegt dat die mensen die dat willen gaan ophalen dat die het risico lopen om vervolgd te worden of een boete voor te krijgen. Dat is voor ons het grote vraagteken. Als Hytchers geen vergunning nodig heeft, hoe zit de situatie dan wel? Daar zijn we zowat op onze honger blijven zitten. De rechter heeft daar wel echt iets laten liggen om dat uit te klaren, die situatie te interpreteren naar de huidige context. Om die wet te interpreteren naar een wet die dat wel duidelijk maakt.

I: Maar dus de rechter had wel geoordeeld dat ze geen vervoersvergunning nodig hadden, maar dan is TLV in beroep gegaan. Moet dat dan nog eens voor de rechter komen?

V: Ja, nu is de procedure in beroep bezig. De eerste rechter heeft enkel beslist dat Hytchers geen vergunning nodig heeft. Voor de rest heeft die die wet niet geïnterpreteerd. Dus hij heeft heel die situatie niet duidelijk gemaakt. Er zijn echt nog aspecten aan die wetgeving of hoe dat die nu staat... Dat wij het gevoel hebben: oei, als wij terug starten dan lopen wij, onze klanten of de personen die het vervoer doen daar nog altijd het risico om daarop aangesproken te worden. Dat willen we echt uitklaren. We hopen dat dat duidelijk gaat worden, wat daar nu juist de insteek van is.

I: En hoelang zal die procedure nog duren?

V: Dat weet ik niet, daar heb ik niet echt een zicht op.

I: Dat kan nog een jaar, meerdere jaren duren?

V: Dat hoop ik niet (lacht). Ik denk dat dat met corona nu ook allemaal vertraagd is geweest. Is de werking van Hytchers ook efkes wat moeilijk geweest omwille van alle corona issues.

I: De samenwerking is dus momenteel nog niet hervat. Maar zou JBC dan in de toekomst terug overwegen, stel dat het vonnis positief is, om terug samen te werken met Hytchers?

V: Ja, dat denk ik wel. Nu ligt het hier bij de juridische dienst omdat we echt duidelijkheid willen. We willen zeker zijn, dat de situatie duidelijk is. Als dat is, dan is dat zeker een piste om terug te hervatten.

I: En stel dat het vonnis negatief is, wordt er dan een streep getrokken door crowdsourced leveringen bij JBC?

V: Ik denk dat we dan is moeten gaan kijken waar het issue juist zit. Kunnen we dat oplossen? Kunnen we daarmee op een of andere manier mee omgaan dat er toch nog een oplossing is? Ik denk dat we dat dan heel kritisch en correct gaan moeten bekijken. Want we staan nog altijd heel positief tegenover crowdsourced verzendingen en retours. Dus het zou jammer zijn, moest het op die manier gaan eindigen.

I: Dus het grootste probleem is de tegenreactie van de transportorganisaties en de huidige wetgeving die nog niet voldoende up-to-date is?

V: Ja.

I: Dus daar moeten nog veel dingen in veranderen, vooraleer dat het echt ...

V: Ja, ik denk dat dat duidelijk moet worden opgenomen in een wetgevend kader. Dat daar duidelijk regels moeten rondkomen en dat dat gewoon duidelijk moet zijn wat mag en wat niet. Dat dat wel geïncorporeerd wordt, want op zich is dat de toekomst. Het feit dat dat er niet in zit of zo niet geïnterpreteerd wordt, is volgens ons echt wel het hypothekeren van die innovatie, dat tegenhouden. Dat is jammer.

I: Ja inderdaad, dat is heel jammer. Zijn er voor de rechtszaak eigenlijk retourzendingen gebeurt via Hytchers?

V: Ja.

I: En was het dan ook zo dat ze uitsluitend via Hytchers konden retourneren?

V: Ja. Daar hadden we bewust voor gekozen. Anders wordt het heel omslachtig voor een consument om te kiezen. Wij kiezen voor de consument. Er is voor de consument voor de rest geen verschil of ze nu de traditionele of volgens Hytchers retours. Dus we hebben gezegd dat er alleen nog maar via Hytchers geretourneerd kan worden of in de winkel. Als ge via thuis uit retourneert, is het alleen nog maar via Hytchers.

I: En stel dat ook nog de mogelijkheid was gebleven om, ik denk dat het via bpost is, via bpost te retourneren. Was er dan enige schrik dat als beide opties werden aangeboden, dat er toch nog vooral in het begin gekozen zou worden voor bpost? Ook omdat de mensen daar beter mee bekend zijn?

V: Ik weet het niet. Toen werkten we nog met GLS. Voor ons was het dan echt: we moeten de consument dan heel veel informatie geven over het voordeel van Hytchers ten opzichte van GLS. Dat was gewoon heel omslachtig. En dan moesten er 2 retourbonnen worden meegestuurd. Ik denk niet dat een consument eerder voor GLS was blijven kiezen, maar dat dat gewoon echt een rompslomp was geweest. Dat een consument daar niet was uitgekomen welke bon er nu geplakt moet worden en waarom doe ik dat dan?

I: En heeft dat er dan ook voor gezorgd dat mensen meer bekend worden met het concept van crowdsourced delivery? Omdat ze eigenlijk ook geen andere keuze hadden.

V: Ja, dat werd ook wel uitgelegd en de informatie werd meegegeven zodat ze ook wel wisten dat dit iets specifiek is. Op die manier werden ze ook geïnformeerd.

I: Dus er is bijvoorbeeld nooit een tegenreactie gekomen van een consument die iets wou retourneren, dat die er niet achter stond of het niet vertrouwde?

V: Nee, absoluut niet.

I: Had de nieuwe retourmogelijkheid gevolgen voor de logistieke processen van JBC?

V: Nee, ook niet. Het was zelfs zo dat het gemakkelijker werd. Bijvoorbeeld voor de consument, die kreeg een link waar dat hij zelf zijn pakket kon volgen en dat was bijvoorbeeld niet het geval bij GLS. Dus de consument had meer zicht op zijn retour pakje. Voor de rest was eigenlijk alles zowat hetzelfde. Het enige verschil was dat de vrachtwagen die leverde aan de winkels in Brussel, dat die pakjes mee terugbracht. Dat dat niet nog een apart camionette was die ze kwam terugbrengen. Maar voor de rest was er hier intern ook geen wijziging.

I: U zegt dat ze dan een tracking link krijgen. Zijn crowdsourced leveringen dan beter traceerbaar dan gewone pakketleveringen?

V: Goh, ik weet niet of dat die beter traceerbaar zijn. Hytchers had daar wel werk van gemaakt om die traceerbaarheid en die link heel duidelijk te maken zodat iedereen wist op elk moment waar dat dat pakje was. En als er daar bijvoorbeeld toevallig niemand langs dat punt kwam voor die pakjes op te pikken, dat daar ook makkelijk op gereageerd werd vanuit hen, maar ook dat dat transparant was naar de consument toe. Ik denk dat dat wel iets is dat een consument waardeert.

I: Denkt u dat die traceerbaarheid echt zou helpen om het vertrouwen te verbeteren in crowdsourced leveringen? Is het een specifieke keuze om dat zo transparant mogelijk te maken?

V: Nee dat weet ik niet. Ik denk dat dat vooral vanuit hun was, dat zij zorgen dat die retours effectief binnen de afgesproken termijn werden opgepikt. Dat ze dan hebben gezegd dat ze het evengoed transparant kunnen maken naar de consument toe. Ik denk dat dat wel een goeie optie is geweest van hen uit.

I: Er zijn dan wel effectief retourzendingen uitgevoerd, maar dat was dan maar voor een bepaalde periode? Heeft u daar een zicht op hoe lang die periode was?

V: Ik denk dat er 3 à 4 maanden documenten zijn meegestuurd.

I: Werd de terugzendoptie veel gebruikt in vergelijking met de andere optie? Dus met het vorige scenario waar dat het nog werd geretourneerd via de post?

V: Het was eigenlijk hetzelfde. Er waren nog altijd veel meer mensen die hun pakketje naar de winkels brachten. Het aantal retours via Hytchers was niet verschillend dan de mensen in de andere situatie dan de mensen die via GLS geretourneerd hebben. Dus qua aantallen was daar niet echt een verschil. Ik denk niet dat er veel meer mensen waren die dachten: ahh nu ga ik niet via de winkel, maar via GLS retours. De mensen die dat gewend waren om via de winkel te retourneren, zijn dat ook blijven doen. Degenen die de pakjes retourneerden via GLS, deden dat nu via Hytchers.

I: Het retourneren via de winkel is dus nog steeds de voornaamste manier om te retourneren?

V: Ja.

I: Heeft u daar misschien een zicht op qua percentages?

V: Die kan ik u ook wel doorsturen via mail. [Toegevoegd: Jaarlijks hebben we zo'n 6000 retours die niet langs de winkel gaan].

I: Waarom denkt u dat er toch zoveel mensen kiezen om te retourneren via de winkel?

V: Ge hebt een JBC-winkel in bijna ieder zijn buurt. Meestal de mensen die daar hun pakje komen ophalen, die daar eerst passen en op die moment ook beslissen wat ze willen retourneren.

I: Maar het is niet zo dat de mensen die het eerst via GLS laten leveren en dan het terugsturen in de winkel of zie ik dat verkeerd?

V: Nee, de meeste die via de winkel retourneren, zijn de mensen die ook effectief daar hun pakje gaan ophalen. Of de mensen die het in de winkel zijn gaan ophalen en mee naar huis hebben genomen, brengen het ook meestal terug in de winkel.

I: En dat is dan ook voordelig voor hen, stel dat ze een artikel willen ruilen?

V: Ja, dan kunnen ze daar ineens kijken of dat lukt of niet.

I: De volgende vraag heeft u al half beantwoord. Waren de klanten terughoudender om leveringen door particulieren te laten doen? Maar dat was dus niet?

V: Nee, dat was ook omdat we die geen keuze hebben gelaten.

I: Soms moet je een beetje streng zijn.

V: Ja, voilà.

I: Hadden de klanten extra motivatie nodig om de Hytchers retouroptie te gebruiken of heeft JBC zo voldoende geïnformeerd dat het voor de klanten duidelijk was?

V: We hebben enerzijds op die informatie ingezet, maar anderzijds hebben we ze geen keus meer gelaten om een ander... De optie van de winkel was er en we wisten dat die ook nog veel gebruikt ging worden. Een ander optie om te retourneren dan Hytchers of de winkel was er niet. En dan het informeren rond Hytchers... Ik denk dat dat bij sommigen wel is aangekomen, maar dat anderen daar echt niet bij hebben stilgestaan. Wat zij moesten doen was wel naar een ander punt rijden, maar dat was nu niet de grote extra inspanning die van hen verwacht werd.

I: En hoe werd die informering aangepakt? Ik heb gelezen dat dat in de actualiteit is gekomen. Stond dat bijvoorbeeld ook op de website? Of werd er ook een foldertje meegestuurd in het pakketje?

V: Ja. Er werd een folder meegestuurd in het pakketje. Op de website hadden we het ook aangepast hoe retourneren nu gebeurt. We merkten dat veel mensen nog gaan kijken naar de website, dus dat is een goede manier om te informeren en het mee te geven aan de klanten. Via de klantendienst zijn er ook wel een aantal vragen gekomen rond het retourneren, maar dat was eigenlijk miniem.

I: En nu dat de samenwerking is stilgezet, is er nu teruggeschakeld naar GLS?

V: Ja. En nu zijn we uiteindelijk voor alle verzendingen en retourneringen overgeschakeld naar bpost. We volgen die hele zaak met Hytchers wel op en we gaan kijken wat we daar nog terug mee kunnen gaan doen.

I: De laatste vraag is dan of crowdsourced delivery naar uw mening voldoende is ingeburgerd in Vlaanderen?

V: Ik denk dat we in Vlaanderen wel nog wat achterlopen met zo'n dingen. Maar ik denk dat we met Hytchers ook hebben kunnen laten zien dat het niet helemaal anders moet. Vooral voor een consument is er niet zoveel verschil. En we kunnen daar wel iets mooi qua crowdsourcing doen. Ook op vlak van transport. Ik denk niet dat het probleem ligt bij inburgering. Als ge laat zien aan een klant dat ze eigenlijk niet veel meer moeite moeten doen of dat het via Hytchers is of via GLS, dan maakt dat voor een consument op zich niet uit. Het is het kader en hoe het in elkaar zit, dat het issue was blijkbaar. Of nu nog is. Ik denk dat de inburgering niet zo'n groot probleem gaat zijn.

I: Ook omdat ze deels verplicht worden om het te leren gebruiken? En ge leert alleen maar doende.

V: Ja inderdaad. En dan is dat ook iets onbekend, waar ik uiteindelijk van zie dat dat eigenlijk niet moeilijker is. Door inderdaad geen andere keuze aan te bieden, de drempel om het te gebruiken wegneemt.

I: Het gezegde: onbekend is onbemind.

V: Ja voilà.

I: Dat was eigenlijk mijn laatste vraag voor u. Dankuwel.

V: Graag gedaan.

Bijlage VI. Interview Freija Fonteyn (TLV)

Geïnterviewde: Freija Fonteyn (F)

Interviewer: Isabelle Biesemans (I)

Datum: 11 maart 2021 om 10.00 uur

Online via Microsoft Teams

I: Allereerst wil ik u graag bedanken dat u de tijd vrijmaakt voor dit interview. Ik neem dit interview met u af in kader van mijn masterproef. Ik onderzoek de opportuniteiten en barrières in de crowdsourced delivery pakketindustrie. De audio van dit interview zal worden opgenomen zodat ik hierna een transcriptie kan schrijven. De informatie wordt enkel gebruikt in kader van dit onderzoek. Gaat u ermee akkoord dat u volledig vrijwillig wordt geïnterviewd en dat de informatie uit dit interview wordt gebruikt voor mijn onderzoek?

F: Ja, dat is geen probleem.

I: Dankuwel. Mijn eerste vraag is: Kunt u zich kort voorstellen? Wat is uw functie en wat is uw link met crowdsourced delivery?

F: Ik ben Freija Fonteyn, ik werk bij Transport en Logistiek Vlaanderen. Dat is een beroepsvereniging. Ik ben daar adjunct-directeur, maar ook jurist en HR-manager. We zijn een beroepsvereniging binnen transport en logistiek, een beetje zoals Unizo. We zijn ook gelieerd met Unizo. We hebben eigenlijk 1500 bedrijven bij ons, wiens belangen wij verdedigen. Dat zijn vooral kmo's en familiebedrijven. Want onze sector is bij uitstek een KMO-sector. De meeste transportbedrijven hebben ook maar tussen 1 en 5 voertuigen. Wij hebben veel mandaten in verschillende organisaties, waar dat wij de belangen van onze sector verdedigen. Dat is zowel op sociaal vlak, paritaire comités en een sociaal fonds. In heel veel organen hebben wij mandaten, zoals een Mora... Op die manier verdedigen wij de belangen van onze sector en wij doen ook heel veel lobby op politiek niveau. Dus wij moeten ervoor waken om de belangen van onze sector te verdedigen. Daarnaast hebben wij ook een grote informatieve taak. Wij gaan onze leden altijd goed informeren over nieuwe wetgeving, waarmee ze rekening moeten houden, waarop ze zich allemaal moeten aanpassen... Niet alleen onze sector, maar ook ondernemingen in de ruime zin van het woord, volgen wij alles en informeren wij onze leden. Een van de dingen die heel gekend is, is onze veilig op weg campagne. Waarbij wij normaal elk jaar tussen de 100 en de 200 scholen bezoeken, met de vrachtwagen om de kinderen de dode hoek te leren. Nu met corona ligt dat helaas een beetje stil. Wij hopen op die manier al veel slachtoffers vermeden te hebben. Dat is zeker iets waar we trots op zijn en blijven op verder inzetten. En dan zijn we verder ook nog een opleidingsinstituut. Wij geven opleidingen voor werkgevers, maar ook voor de vrachtwagenchauffeurs. Dat is in het kort wie TLV is en wat ik daar doe.

I: Ja, oké, dankuwel. Moet het interview anoniem worden gehouden?

F: Nee.

I: Oké. U heeft heel kort al verteld wat TLV doet en de werkzaamheden heeft u ook reeds vermeld, dus het informeren en het beschermen. En wat is dan het specifieke doel van TLV?

F: Onze missie is om de belangen te verdedigen van onze sector, zowel de sector in het algemeen, maar ook de individuele belangen van de aangesloten leden verdedigen. En informeren en ondersteunen. Onze visie is natuurlijk om onze sector te versterken op alle vlakken. Ook het imago van onze sector te verbeteren, de sector onder de aandacht te brengen. Ook het community gevoel onderling onze leden versterken. Groei natuurlijk, in ledenaantal, want dat is onze bestaansreden. Maar vooral ook kwalitatieve service bieden aan onze leden en ook het klankbord zijn van onze leden. Wij zijn een vzw, we hebben een raad van bestuur. Onze raad van bestuur bestaat uit transportondernemingen en zij beslissen ook over het beleid dat gevoerd wordt. Het zijn ook zij die beslissen om Hytchers en JBC te gaan dagvaarden. Het is niet ik die dat zomaar in m'n eentje beslis (lacht). Dus zulke beslissingen worden altijd voorgelegd aan het bestuursorgaan en die gaat dan in het belang van de sector beslissen of dat nodig is.

I: Oké. Ik heb zelf een literatuurstudie gedaan over het onderwerp en daaruit zijn enkele opportuniteiten en barrières van de crowdsourced delivery pakketindustrie naar voren gekomen. En ik zou graag uw mening willen weten over volgende opportuniteiten. De eerste opportuniteit die ik had teruggevonden, was een lagere prijs van de crowdsourced delivery bedrijven ten opzichte van de traditionele pakketlevering. Wat is uw mening daarover?

F: Het is niet moeilijk om een lagere prijs te hebben als ge alle wettelijke verplichtingen aan uw laars lapt. Normaal moeten zij een vervoersvergunning hebben en om die vervoersvergunning te kunnen bekomen, moet je voor het eerste voertuig een borg stellen van 9.000 euro. Voor elk bijkomend voertuig een borg stellen van 5.000 euro. Die verplichting om een vervoersvergunning te hebben, is er vanaf 500 kg laadvermogen. Dus bijna elke personenwagen valt daaronder, behalve de kleine Fiat Punto en de Volkswagen Polo. Maar vanaf het moment dat je een maatje groter gaat naar een Volkswagen Golf of de Fiat in een maatje groter, zit je daar al rond. Dus bijna elke standaard personenwagen valt onder die 500 kg laadvermogen. Dus als die mensen pakjes gaan oppikken, dan is dat vervoer voor rekening van derden, dus dan moeten zij die vergunning hebben. Dus de meesten die in de crowdsourced delivery stappen, 1. zijn zich daar niet van bewust en 2. zijn daar niet mee in orde. Op die manier is het natuurlijk gemakkelijk om goedkoper te zijn als je al die wettelijke verplichtingen die dat er zijn, gewoon niet uitvoert. En als het dan nog een keer onder de deeleconomie erkent is, dan hebben ze vrijstelling op die sociale lasten. Maar een transportbedrijf dat daarmee moet concurreren, moet wel die sociale lasten betalen. Dus op die manier is dat wel oneerlijke concurrentie. En het is natuurlijk gemakkelijk om goedkoper te zijn als je alle wettelijke verplichtingen gewoon niet respecteert.

I: Ja, dat begrijp ik. En is dan bijvoorbeeld het loon van een gewone chauffeur duurder in vergelijking met een crowdsourced bezorger?

F: Dat is moeilijk te beoordelen omdat de manier waarop die crowdsourced bezorgers betaald wordt, verschilt nogal sterk van onderneming tot onderneming. Bij heel veel van die ondernemingen is dat in de vorm van een soort waardebon. Ik heb daar geen zicht op wat de waarde van die waardebonnen is. Voor de bedrijven die daar gebruik van maken, zal dat waarschijnlijk veel goedkoper zijn. Het blijft oneerlijke concurrentie. Zij schakelen die mensen in en weten eigenlijk dat die mensen niet in orde zijn en dat dat niet wettelijk is. Plus zij treden vaak ook op als vervoerscommissienair en meestal hebben zij geen vergunning vervoerscommissienair, waar ook een borg moet worden gesteld van meer dan 12.000 euro.

I: De volgende opportuniteit die ik had teruggevonden, was de samenwerking met kmo's. Dus kmo's en consumenten kunnen dus voordeel halen uit de samenwerking met een crowdsourced delivery bedrijf. Bijvoorbeeld een snellere en meer gepersonaliseerde levering. Wat is uw standpunt daarin?

F: Ik betwijfel of dat altijd sneller zal zijn. Ik weet niet of je weet hoe onze koerier- en express transporten werken, maar die leveren zeer snel. Bovendien hebben die voertuigen een hoge beladingsgraad, wat goed is voor het milieu. Als ge als particulier een omweg moet gaan maken, met een veel lagere beladingsgraad, is dat qua milieu niet ideaal. Bovendien moet je ook gaan kijken naar hoe vervuilend die voertuigen zijn. Onze bedrijfsvoertuigen zijn altijd jonge voertuigen die aan de laatste milieunormen beantwoorden, die veel minder vervuilend zijn. Bedrijfswagens zijn ook vaak minder vervuilend. Maar voertuigen van particulieren worden vaak veel langer gebruikt en vervuilender en als je net die voertuigen gaat laten rondrijden om dat pakje te laten gaan afzetten, dan twijfel ik of dat milieuvriendelijk en sneller gaat zijn. Je moet bijvoorbeeld wachten tot die persoon 's ochtends naar zijn werk gaat of 's avonds terug. Terwijl een koerier overdag wel verder rijdt. Plus als dat voor die mensen niet past. Bovendien, ze gaan ook wel een omweg doen. Maar heel veel mensen hebben een bedrijfswagen vandaag. Wat als die mensen een omweg maken met een bedrijfswagen? Dan verdienen die eigenlijk bij op kosten van hun werkgever, want die werkgever betaald de kosten van de bedrijfswagen. Dat is een probleem. Meer en meer car policies voorziet dat het voertuig niet mag gebruikt worden voor dergelijke dingen, want anders betaal je als werkgever die 6 km die ze extra doen om dat pakje ergens te gaan oppikken en te gaan afzetten. Zelf kost het u niets, maar het is op kosten van de werkgever.

I: Daar had ik zelfs nog niet bij stilgestaan. En wat denkt u in termen van een meer gepersonaliseerde levering? Ziet u daar voordelen van in?

F: Goh, dat weet ik niet. Wat is gepersonaliseerd? In feite ga je toch ook maar gewoon je pakje ophalen? Op dat nu gebracht is door een particulier of door koerier, dat maakt toch geen verschil? Dat is toch nog altijd hetzelfde pakje.

I: Het voorbeeld dat ik gevonden had in de literatuur was: een ontvanger gaat naar de winkel en doet daar zijn boodschappen en tegen dat hij buiten komt, staat de bezorger klaar.

F: Dan heb je al echt contact met de bezorger en dan moet die bezorger daar staan wachten. Tijdverlies, totdat die persoon klaar is met zijn boodschappen. Dat lijkt me toch ook niet optimaal georganiseerd. Meestal kun je de pakjes gewoon ophalen in de winkel.

I: De positieve milieu-impact was de volgende. Daar bent u ook al eventjes op ingegaan. Natuurlijk hangt het ervan af hoe vervuilend de wagens zijn. Er zijn natuurlijk ook initiatieven die milieuvriendelijke leveringen aanbieden, bijvoorbeeld te voet of per fiets. Wat is uw mening daarover?

F: Wij hebben geen probleem met leveringen die te voet of per fiets gebeuren, zolang dat het maar geen oneerlijke concurrentie is. Dezelfde spelregels moeten gelden en alles wat er is van wettelijke verplichtingen moet gewoon voldaan zijn.

I: Maar u stelt zich wel nog steeds vragen hoe milieuvriendelijk zulke leveringen zijn? Als het dan per wagen gebeurt.

F: Als dat per wagen gebeurt ben ik er niet zeker van dat dat op milieuvriendelijke wijze gebeurt dan dat dat door onze professionele vervoerders gebeurt.

I: Ook omwille van het consolidatie voordeel dat de professionele vervoerders hebben?

F: Ja, wij hebben een hoge beladingsgraad en hoe beter uw beladingsgraad, hoe optimaler uw transport en hoe minder je vervuult. Als zij een lege koffer hebben en daar 1 of 2 pakjes gaan inleggen en daarvoor x km gaan rondrijden, dan is dat naar mijn mening niet milieuvriendelijker dan iemand die met een vol voertuig gaat rondrijden. Dat is zoals carpoolen, een auto met 1 persoon of een auto die vol zit...

I: Daar zijn inderdaad verschillen in... Dan de laatste opportuniteit die ik had teruggevonden was de sociale impact. Als we dan kijken naar de consument, zij hebben dan bijvoorbeeld snellere, goedkopere en meer gepersonaliseerde leveringen en toegang tot meerdere producten. Aangezien kmo's gebruik kunnen maken van crowdsourced delivery en dus een grotere markt kunnen bereiken. Wat is uw mening daarover?

F: Zij kunnen toch ook samenwerken met andere delivery methodes, zonder dat dat crowdsourced moet zijn volgens mij. Als ge bijvoorbeeld kijkt bij Vinted, als je daar iets bestelt of verkoopt, dan kunt ge ook kiezen tussen verschillende leveranciers. Bij heel veel zaken die vandaag al aangeboden worden, heb je sowieso al keuze tussen verschillende leveranciers en verschillende methodes en kosten. Dus ik weet niet of dat zo'n groot voordeel is. Dat zijn ook vaak kmo's die daarmee werken. Bijvoorbeeld de boekhandel om de hoek. Ik weet niet of dat verschil zo groot is. Zij kunnen ook alleen maar goedkoper zijn omdat zij op een manier werken die niet wettelijk is. Als je dan gaat kijken naar de deeleconomie, in principe is dat bedoelt voor zaken die niet in het kader zijn van de normale beroepsactiviteiten, voor de bezorgers, maar omgekeerd geldt ook voor de andere partij voor wie de dienst geleverd wordt, dat ge geen beroep moogt doen op prestaties op basis van deeleconomie wanneer die diensten tot de professionele sfeer van dat bedrijf behoren. Daar zijn ze dan eigenlijk mee in overtreding. Als Hytchers bijvoorbeeld voor JBC dat zou doen, voor JBC zijn die leveringen wel degelijk in het kader van hun professionele sfeer. Dat gaat eigenlijk in tegen de regels van de deeleconomie. Dus dat mag eigenlijk niet. Dus zelfs al zijn ze erkend voor de deeleconomie, als het op die manier gebeurt, dan is dat ook weer een inbreuk op de regels en oneerlijke concurrentie. Het zou eigenlijk al echt moeten zijn dat een particulier naar een particulier een pakje stuurt, om met respect tot de regels van de deeleconomie te zijn. Bedrijven gaan daar ook gebruik van maken en dan klopt het plaatje ook weer niet, want dan is het niet wettelijk.

I: Wat ik bijvoorbeeld had teruggevonden waarom kmo's gebruik maken van die crowdsourced delivery bedrijven, was omdat ze een slechtere onderhandelingspositie hadden ten opzichte van de grote spelers zoals DHL.

F: Dat is ook maar tijdelijk. Eens die crowdsourced bedrijven sterker in de markt staan, zijn ze ook een groot bedrijf en is dat voordeel weg hé.

I: En voor de gemeenschap, de sociale impact daar kon bijvoorbeeld zijn meer werkgelegenheid, maar ook meer sociale contacten. Hoe staat u daar tegenover?

F: Meer werkgelegenheid? Je neemt eigenlijk werkgelegenheid af van de professionele bedrijven. Als ge 1 koerier minder kunt laten rijden en 3 particulieren in de plaats kunt laten rijden... Hebt ge dan meer

werkgelegenheid gecreëerd? Ik weet dat niet. Iemand zijn fulltime job wordt afgenomen door mensen die na hun werk een ommetje maken en daarmee iets kleins bijverdienen. Naar mijn gevoel heb je dan geen extra werkgelegenheid gecreëerd. Integendeel, als dat dan in het systeem van de deeleconomie is, met vrijstelling van sociale lasten, terwijl die werknemer daarvoor wel alle sociale lasten betaald... Dan denk ik niet dat je op dat vlak vooruitgang hebt geboekt.

I: En in termen van meer sociale contacten?

F: Ja, op dit moment gaat dat niet met corona (lacht). Ik stel mij ook wel vragen bij de statuten van die mensen. Vrijstelling van sociale lasten... Als ge ziet, Deliveroo is ook nog maar recent in Nederland veroordeeld, dat hun fietskoeriers toch allemaal als werknemers moeten gezien worden en niet als zelfstandigen. Deze systemen staan eigenlijk ook niet zo ver af van Uber en Deliveroo hé. Je kunt die dingen ook ter discussie gaan stellen, want er zijn wel analogieën. Zolang dat dat klein... Maar als dat groot uitgroeit zoals een Deliveroo of Uber, ga je altijd mensen hebben die dat in vraag gaan stellen en procedures gaan voeren.

I: Dus dat waren eigenlijk alle opportuniteiten die ik had teruggevonden in de wetenschappelijke literatuur. Ziet u zelf misschien nog opportuniteiten voor crowdsourced delivery?

F: Nee, ik denk het niet. Niets van wat zij doen kan ook niet door mijn leden gebeuren.

I: Oké. Dan natuurlijk zijn er ook de barrières die zijn teruggevonden. De eerste barrière was het vertrouwensprobleem, bijvoorbeeld tussen bezorger en ontvanger. Hoe staat u daar tegenover?

F: Ja, dat kan natuurlijk wel echt een probleem zijn. Want wie neemt die pakjes mee en voor wie? Als je dan aan de verpakking al kunt zien van welke winkel dat komt enz. Dan stel ik mij soms wel vragen bij privacy. Stel dat ik dan een pakje blijk mee te nemen voor iemand van mijn kennissen- of familiekring. Dan kan ik zien dat die daar iets heeft besteld. Dat kan toch gevoelig zijn afhankelijk van wat dat dat is.

I: Dat was dan in termen van B2C, maar wat als we kijken naar C2C? Zijn die problemen dan nog groter?

F: Eerder groter tussen particulieren dan voor bedrijven, want die bestellen meestal professionele goederen en die liggen daar minder van wakker dat ge op de verpakking ziet van wat ze besteld hebben. Bij particulieren vind ik dat zeker gevoeliger. De bescherming van ons brief- en postgeheim, zowel voor pakketten en brieven. Mensen die echt post vervoeren, moet ook geregistreerd zijn bij het BIPT. Als die pakketten die zij vervoeren vallen onder postrichtlijn. Je zou daar eens achter moeten googelen, daar wordt uitgelegd wat als brievenpost wordt beschouwd en wat niet. Kleine pakketjes vallen daar normaal onder. En ge moogt niet zomaar brievenpost vervoeren. Omdat men bezorgd is om de privacy en dat briefgeheim. Wat als er iemand te kwader trouw is en dat pakketje gaat openmaken? Dat weet je nooit. In principe zou dat bij onze chauffeurs ook kunnen gebeuren, maar die worden wel gescreend. Als er mensen in dienst komen, wordt toch wel een bewijs van goed gedrag en zeden gevraagd. Ik heb niet de indruk dat die crowdsourced delivery bedrijven een bewijs van goed gedrag en zeden gaan vragen. Hebben zij wel zicht op met welke mensen zij in zee gaan? Hoe betrouwbaar dat die zijn?

I: Er zijn natuurlijk wel initiatieven die enkel samenwerken met professionele bezorgers. Denkt u dat die beter gescreend worden als particulieren?

F: Ik mag hopen van wel (lacht).

I: Of denkt u dat particulieren ook heel streng gescreend gaan worden? Of dat eender wie kan aanmelden?

F: Ik denk niet dat die streng worden gescreend.

I: De tweede barrière die is teruggevonden, is de capaciteit. Dus dan denken we in termen van individuen die zich aanmelden als crowdsourced bezorgers, maar ook de vraag naar crowdsourced diensten. Hoe ziet u dat? Denkt u dat er voldoende mensen gaan zijn die zich gaan aanmelden als zo'n bezorger?

F: Ik denk dat dat op dit moment nog wel tegenvalt. Ik heb daar wel geen zicht op. Ik denk dat dat bij Deliveroo gemakkelijk is omdat dat vaak in steden is, waar er studenten zijn. Nu moet je al beschikken over een auto. Studenten die graag wat bijverdienen vallen al vaak uit de boot. Je hebt al vaak dus mensen nodig die al professioneel actief zijn en dat willen doen. Ik denk niet dat iedereen daar tijd voor wil maken, volgens de verloning die daar tegenover staan. En mensen die zich goed informeren gaan wel merken dat er van alle wettelijke verplichtingen zijn waarmee ze niet in orde zijn.

I: En de vraag naar crowdsourced diensten, denkt u dat die voldoende groot is?

F: Ik vind dat moeilijk te voorspellen. Je hebt geen zicht op wie hun klanten zijn. Ze gaan dat ook niet delen met ons wie hun klanten zijn (lacht). Tenzij zoals Hytchers die reclame gaat maken dat ze JBC hebben binnengehaald. Wij volgen het alleszins allemaal op wat er op de markt komt. We gaan altijd kijken wat het initiatief is, hoe zit het in mekaar... Het is wel zo dat we die crowdsourced delivery bedrijven, die we als oneerlijke concurrentie beschouwen, dat wij die altijd eerst zelf contacteren en zelf uitleggen welke wetgeving er allemaal is en dat ze daarmee in orde moeten zijn. We geven ze altijd eerst de kans om zich daar spontaan mee in regel te stellen. En als we zien dat ze dat niet in orde brengen en gewoon verder doen, dan gaan we dagvaarden. We hebben er nu nog eentje die we een waarschuwing hebben gegeven. We gaan dat opvolgen nu. En we wachten de uitspraak af in de zaak tegen Hytchers. Als dan blijkt dat die andere speler op de markt nog niet in orde is, dan mag die zich ook aan een dagvaarding verwachten. We moeten de belangen van onze leden verdedigen. Je moet ook niet wachten en laten groot groeien. Zoals bij Uber gebeurd is en dan is de taxisector op z'n achterste poten gaan staan, maar je moet niet wachten tot het kalf verdrongen is. Je moet van het begin dat in de kiem proberen te smoren.

I: De laatste barrière is het privacy probleem, dat is ook al een beetje teruggekomen bij het vertrouwensprobleem. Denkt u dat er daar nog verdere problemen zijn? Bijvoorbeeld bezorgers krijgen informatie over de klanten. Ze weten waar ze wonen, ze weten wat ze bestellen...

F: Dat is allemaal moeilijk te voorspellen. Als er zo'n voorvallen in het buitenland zijn, dan denk ik dat wij dezelfde bezorgdheden moeten hebben.

I: En hoe zouden die bijvoorbeeld moeten worden aangepakt?

F: Ja, dat is allemaal niet gemakkelijk. Je moet dat eerst ontdekken om daar iets aan te doen. Je kunt die mensen natuurlijk schrappen als bezorger. Je kan natuurlijk ook een strafklacht brief gaan indienen, maar onze rechtbanken werken zeer traag. Dat is een frustratie van ons.

I: Dat begrijp ik zeker. Dat was de laatste barrière die ik had teruggevonden. Ziet u zelf nog barrières voor de crowdsourced delivery?

F: De belangrijkste zijn de wetgeving waar zij niet mee in orde zijn, de vervoerswetgeving en eventueel BIPT. Die moeten daar gewoon mee in orde zijn. En dan de regels rond deeleconomie, als dat is voor een bedrijf, is dat ook niet hoe het hoort te zijn. Er zijn heel veel wettelijke bezwaren. Ik versta wel dat het een digitale transformatie is en dat er nieuwe dingen op de markt komen, we willen daar zeker de ruimte voor laten. Maar het moet een eerlijke concurrentie zijn.

I: Voor bedrijven is het dus niet conform met de wetgeving. En in welke wetgeving staat dat dan? Die van de deeleconomie?

F: Goh, dat weet ik niet, want dat is niet mijn materie.

I: Geen probleem. Ik vroeg het me gewoon af zodat ik het achteraf eventjes kan opzoeken. Het volgende deeltje dat ik graag zou willen bespreken is het juridisch kader. Ik weet niet in hoeverre u op de hoogte bent van de wet onbelast bijverdienen en wet De Croo.

F: Daar ben ik dus niet zo goed in thuis.

I: Maar denkt u dat de bezorgers gebaat zijn bij deze wetgeving?

F: Voor een stuk wel omdat de mensen iets kunnen bijverdienen zonder daarop belast te zijn. Anders is dat als particulier ook niet interessant, als je daarop belast wordt. Maar dat gaat om zodanig kleine bedragen dat je genoeg van die ritjes moet doen om er echt iets aan over te houden, maar dan wordt het al bijna een activiteit. Dan moet je u afvragen hoe dat dat in z'n werk gaat. Gaat die dan misschien grotere omwegen willen maken om meer pakjes te vervoeren? Gaat het bedrijf zich houden aan de regel als ze een tekort aan bezorgers hebben: laten we ze maar x km omrijden? Want voor hen is het niet interessant als zij niemand vinden en het toch door een professionele vervoerder moeten laten vervoeren.

I: Zijn er eventueel verbeteringen of aanpassingen nodig aan deze wet?

F: Ik ben niet zo'n voorstander van de wetgeving rond deeleconomie. Wij vertegenwoordigen allemaal zelfstandige ondernemers en zij vinden dat niet zo tof dat er concurrenten op de markt mogen komen die geen sociale lasten moeten betalen. En die mensen die dan onbelast kunnen bijverdienen, kunnen een keer als het goed begint te draaien, zelf starten met een bedrijf. Eerst heb je er al oneerlijke concurrentie van gehad. Die kan klanten van je hebben weggekaapt. In sommige sectoren is dat nog erger, zoals bij vertaler-tolk en fotografen.

I: Dus in het opzicht van TLV zou het beter zijn dat de deeleconomie eigenlijk niet meer in die wetgeving zit. Dus dat het eerder nog voor de sportverenigingen blijft.

F: Ja, dat je minder in het vaarwater komt van de professionelen. Noch wij, noch Unizo, noch andere professionele beroepsorganisaties zijn daar zwaar voorstander van. In sommige sectoren is die impact nog groter. Je moet je eens inbeelden dat je in een klein dorp woont met 1 fotograaf. Normaal gezien gaat iedereen voor zijn communic kaartjes bij die fotograaf. En plots is daar iemand die via de

deeleconomie onbelast gaat bijverdienen als fotograaf. Die fotograaf kan daar niet mee concurreren, want die moet wel al die sociale lasten betalen.

I: Dus denk u dat dat bedrag van 6.390 euro te hoog is?

F: Dat is moeilijk te zeggen, want dat hangt af van de goederen of diensten die zij verstrekken. Als ge vertaalopdrachten doet, kan dat bedrag snel oplopen en kan je er maar 10 doen. Als je voor communiekaartjes weinig vraagt, zit je niet snel aan dat plafond. En dan die waardebonnen voor JBC, als dat maar 1 euro is, kun je wel veel ritjes doen voordat het aan het plafond zit. Dat staat allemaal in verhouding tot de kosten van wat dat die doet. Het verschilt allemaal van hoe snel iemand aan dat plafond zit en hoe lang iemand actief kan zijn.

I: Nu sinds februari dit jaar moeten de bedrijven ook bedrijfsvoorheffing betalen, 10,70%. Is dat een goede zaak?

F: Ik vind dat wel een stap vooruit, ja.

I: Maar nog niet voldoende?

F: Nee, want je zit nog altijd met oneerlijke concurrentie. Voor mij moet die regeling van onbelast bijverdienen er niet te zijn.

I: De volgende vraag gaat over de Europese regelgeving rond wegvervoer. In welke mate voldoen de crowdsourced bedrijven aan deze wetgeving?

F: Dat is dezelfde wetgeving die vermeldt dat je een vervoersvergunning moet hebben. Europees ligt de grens op 3,5 ton, maar België is strenger en daar ligt de grens op 500 kg. We zijn zeker niet de enige lidstaat die strenger is. Ook in Nederland ligt de grens op 500 kg laadvermogen. Ook in Frankrijk hebben ze een lite met drempels gemaakt. Die evolutie is er wel. Nu hebben we multi packages sinds deze zomer, die de grens van 3,5 naar 2,5 gaan verlagen. Ook op Europees vlak is er de evolutie om steeds maar de grens te verlagen ook omdat men op Europees vlak zich zorgen maakt om wat men het white vans syndroom noemt. Die witte camionetten die massaal rondrijden en alsmaar meer goederentransport overnemen. En die net heel vaak onder alle drempels van wetgeving liggen en die ze niet moeten respecteren. Dus geen rij- en rusttijden, geen snelheidsbegrenzer... Je ziet ook in de ongevallenstatistieken dat die oververtegenwoordigd zijn. Dus daarom willen ze meer en meer kleine voertuigen daaronder brengen. Men heeft ook allerlei uitzonderingen die er waren, dus voor niet-commercieel vervoer, voor particulieren vervoer afgeschaft en afgebouwd de voorbije 10 jaar.

I: Dus de transportvergunning, daar voldoen de bedrijven niet aan. Maar hoe zit het dan met het getuigschrift van vakbekwaamheid?

F: Ja, dat moet je hebben om een vervoersvergunning te kunnen bekomen. Je moet dus aan 4 pijlers voldoen. De eerste is de financiële draagkracht, dus dat is die borg van 9.000 euro voor het eerste voertuig en 5.000 euro per bijkomend voertuig. Dan heb je de vereiste van vakbekwaamheid, die zegt dat je getuigschrift vakbekwaamheid goederenvervoer moet kunnen inbrengen in uw onderneming. Dan moet je een bedrijfszetel hebben in België. En je moet voldoen aan de betrouwbaarheid, die inhoudt dat je uittreksel vanuit uw strafregister moet voorleggen aan FOD Mobiliteit en Vervoer. Ze gaan kijken of

je niet te veel veroordelingen hebt en of je betrouwbaar bent om vervoerder te worden. Mensen die uit de gevangenis komen voor diefstal of oplichting kunnen geen vervoersvergunning bekomen en geen vervoerder worden omdat men net de bezorgdheid heeft dat de goederen die vervoerd moeten worden, dat die in veilige handen moeten zijn.

I: En is het zo dat de bezorgers van professionele bedrijven ook zo'n getuigschrift moeten hebben en die vergunning? Of is het enkel degene die het transport regelt?

F: Dus eigenlijk de bedrijfsleider, dus de chauffeurs moeten dat niet hebben. Maar, ze gaan wel hun vervoerders screenen want zij zijn met hun voertuigen op de baan. Ze zijn er ook allemaal wel bezorgd om. Moest er iets misgaan met de goederen, de goederen verdwijnen of de goederen raken beschadigd... Dan zitten zij met de schadeclaims. Zij zijn daar wel volop mee bezig om die zaken te vermijden omdat dat anders als bedrijf heel veel geld kost. Als zij zien dat een chauffeur niet voldoet, gaan zij daar snel afscheid van nemen om al die zaken te gaan vermijden. Want al die zaken kosten hun ook geld en dat is niet goed voor de bedrijfsvoering.

I: En stel dat zo'n crowdsourced bedrijf wel zo'n getuigschrift van vakbekwaamheid heeft en transportvergunningen, dus degene die het bedrijf leidt. Is dat dan wel beter?

F: Zijn bezorgers moeten zelf nog altijd een vergunning hebben, want dat zijn geen werknemers, ze zijn niet in loondienst. Bij onze koeriers of snel transporten heb je als bedrijf een vervoersvergunning en alle werknemers van dat bedrijf mogen onder die vergunning rijden. Maar bij crowdsourced delivery zijn die bezorgers geen werknemers. Die zijn eigenlijk zelfstandige, ook al moeten zij geen sociale lasten betalen. Maar voor die zelfstandige activiteit moeten ze hun eigen vervoersvergunning hebben. Je kan niet als zelfstandige met de vergunning van iemand anders rijden. Dus als dat crowdsourced delivery bedrijf zelf een vervoersvergunning zou hebben, dat maakt niets uit. Zij zijn eigenlijk tussenpersoon en zij moeten eigenlijk dus een vergunning vervoerscommissionair hebben, wat ze ook heel vaak niet hebben.

I: Er zijn pakjesbedrijven die werken met onderaannemers. Dus die bezorgers hebben daar zelf een vervoersvergunning voor nodig?

F: Als die zelfstandig zijn, dan moeten die dat hebben van zodra hun voertuig meer dan 500 kg laadvermogen heeft. Aangezien de meeste voertuigen hierboven zitten, moeten de meeste mensen dit inderdaad hebben.

I: En worden de rij- en rusttijden voldoende in acht genomen bij de crowdsourced bedrijven?

F: Die zijn meestal niet van toepassing, want die gelden pas vanaf 3,5 ton. Dus een personenwagen valt meestal niet onder de rij- en rusttijden.

I: En is de mate van conformiteit verschillend naargelang gebruik wordt gemaakt van occasionele en particuliere en professionele bezorgers?

F: Dat zou wel moeten. De meeste van die bedrijven, als het professionele zijn, toch in orde moeten zijn. Ik moet zeggen Vengo heeft zich uiteindelijk wel in orde gesteld, nadat we ze gedagvaardigd hebben.

I: En zou het een goed idee zijn om een aparte transportwetgeving te maken voor de crowdsourced diensten?

F: Ik vind van niet. Ik vind het nog altijd oneerlijke concurrentie. Om dan regels te gaan maken die het voor hen veel gemakkelijker maken en met veel lagere drempels om hetzelfde te gaan doen als andere mensen... Ik vind dat niet eerlijk. Ik vind iedereen gelijk voor de wet. Als ze dat gaan reglementeren en gaan toelaten, dat is wettelijk gezien dat oneerlijke wetgeving gaan toelaten.

I: En zijn er nog andere schendingen van wetgevingen?

F: Nee, ik denk dat ik het belangrijkste wel aangehaald heb. We hebben niet altijd 100% zicht op de manier waarop ze tewerk gaan. Er zijn misschien nog dingen waar ze niet mee in orde zijn, maar waar we geen zicht op hebben. Omdat zij ons onvoldoende inzicht geven in de manier waarop zij werken.

I: En welke rol moet de overheid op zich nemen om de groei van de crowdsourced delivery te bevorderen of moeten zij het juist afremmen?

F: Ik weet niet of zij zich daarin moeten moeien. Wij hebben een vrijemarkteconomie. Zij moeten gewoon als toezichthouder kijken of iedereen de wetgeving die er is, respecteert. En daarop controleren. Maar of zij daar een actieve sturende rol moeten inspelen, dat denk ik niet. Ik denk dat zij de markteconomie moeten laten spelen en zien wat er zich ontwikkelt. En gewoon toezicht houden dat alles volgens de regels gebeurt.

I: Dus moet de overheid, als zij zien dat de wetgeving niet wordt nageleefd, moeten zij dan die initiatieven afremmen?

F: Ja, ze moeten daartegen optreden. Ik vind dat wel logisch dat als iemand de regels overtreedt dat als je als controlerende overheid daar wel passende maatregelen in neemt. Waarom heb je anders regels?

I: Dan het laatste deeltje waar ik nog wou over spreken, was de concretisering van de sector. Hoe ziet TLV de toekomst van de crowdsourced delivery bedrijven?

F: Ik ben er zeker dat er van alle nieuwe ideeën gaan komen. En we zijn niet tegen digitale nieuwe initiatieven. Er zijn zelfs digitale initiatieven waar we zelf achter staan, zoals digitale vrachtbrieven. We proberen zelf mee te gaan op innovaties en daarop in te zetten, onze leden daarover te informeren. Maar we vinden het wel altijd belangrijk dat er een gelijk speelveld is.

I: En de wegtransportsector is dus eigenlijk beter af zonder de crowdsourced delivery?

F: Ja op dit moment wel. Want alle spelers die op onze markt komen van crowdsourced delivery zijn allemaal in overtreding met een of meerdere regels. Dus wat dat voorlopig betreft, is dat momenteel geen meerwaarde voor de sector.

I: En moeten er volgens u nog stappen worden ondernomen voordat de crowdsourced delivery een vaste waarde kan worden in de pakketindustrie?

F: Moeten zij een vaste waarde worden? Is daar nood aan? Ik stel dat zeer in vraag. Ik weet niet of dat dat wel een aanwinst is voor onze economie, zowel op milieuvlak als op andere vlakken. Als de prijs de

belangrijkste factor is... Maar die prijs is opgebouwd op basis van het niet respecteren van regels en daardoor goedkoper kunnen zijn. Dan moet dat helemaal geen vaste waarde worden.

I: Er is nu nog een beetje tijd over. Ik weet niet in hoeverre u daarover wil spreken, over de klachten?

F: Ik kan er niet altijd uitgebreid over zijn, maar bij Vengo en Parcify hebben ze zich in regel gesteld. En zijn er dadingen afgesloten, die ik niet mag delen. Maar we hebben dat wel tot tevredenheid kunnen afronden. Nu loopt de procedure met Hytchers. Maar wij willen duidelijk signaal sturen dat als ge in onze sector iets komt doen dat niet conform de regels is, dan mag je u daaraan verwachten dat wij dat niet zomaar laten passeren. We hopen dat ze in het vervolg beter marktonderzoek doen vooraf om te kijken wat kan en mag. En als zij de wettelijke regels respecteren, dan heb ik daar geen probleem mee.

I: Maar Vengo heeft zich dus wel geconformeerd met de regels. Daar is er dus geen probleem meer? Dus ook geen oneerlijke concurrentie meer?

F: We kunnen niet alles controleren natuurlijk. Ze hebben nu een vergunning vervoerscommissair, maar als ze particulieren gaan inzetten hebben we er nog altijd geen zicht op of die mensen een vervoersvergunning hebben. Het probleem is dat dat moeilijk te controleren is, want wij zijn geen controlerende instantie. Als wij niet weten wie dat vervoer doet, kunnen wij ook niet gaan kijken of die mensen een vergunning hebben. Op nummerplaat kun je niet gaan zoeken. Je moet eigenlijk al de naam van die mensen weten of hun ondernemingsnummer. Het is echt aan de controlediensten om te gaan kijken wie daarvoor rijdt en te kijken of die particulieren een vervoersvergunning hebben. Dat is een taak van de overheid. En daar controleert de overheid veel te weinig op. Dat is ook te wijten aan het feit dat er momenteel een bevoegdheidsoverdracht is. Alles van toegang tot het beroep en de markt is geregionaliseerd en van het federale naar de gewesten gegaan. Maar FOD Mobiliteit & Vervoer oefent dat nog altijd uit omdat de gewesten niet op tijd klaar geraakt zijn om die wetgeving over te nemen. Maar ze gaan geen extra controleurs aannemen als ze weten dat ze dat allemaal gaan moeten afgeven. Dus het is nu eigenlijk al een aantal jaar dat zij met een te klein korps zijn om alles te kunnen controleren dat ze moeten controleren. En ze willen niet extra investeren omdat ze die bevoegdheid kwijt zijn. We zitten daar echt met een overgangperiode, dat er te weinig controle is. Ik hoop dat Vlaanderen die bevoegdheid opneemt om daarin te kunnen sturen. Ik denk dat wij daar ook de steun van de vakbonden in kunnen vinden. Want voor hen is het ook niet interessant dat mensen met een nepstatuut... Dat die mensen extra steun zouden krijgen en dat dat niet gecontroleerd wordt. Zij hebben ook liever dat mensen liever in dienst zijn als werknemer met alle arbeidsregels die daarbij horen en de bescherming.

I: En komt er een specifieke controlerende instantie voor crowdsourced delivery? Of zou dat een goed idee zijn?

F: Dat zou een goed idee zijn. Dat bestaat niet en er wordt veel te weinig op gecontroleerd. Degene die er last van ondervindt staat eigenlijk in heel zwakke positie om dat aan te pakken en daar de juiste controledienst naar toe te krijgen.

I: En dat zou dan momenteel op vlak van de gewesten moeten gebeuren?

F: Wel, voor de transportsector eigenlijk wel. Maar dat moet je per sector bekijken of dat de sector federaal of gewestelijk gereguleerd is.

I: En wat lijkt u de beste oplossing: dat het federaal wordt gecontroleerd?

F: Als het federaal zit, dan heb je dat het geharmoniseerd is en dat het voor alle gewesten hetzelfde is. Als het gewestelijk is dan doet elk gewest zijn eigen ding. Soms heeft dat negatieve gevolgen.

I: Zo, dan denk ik dat dat mijn laatste vragen waren.

F: Ja voilà, ik hoop dat ik jou geholpen.

I: Zeker. Dankuwel.

Bijlage VII. Interview Roel Gevaers (BD myShopi en CityDepot)

Geïnterviewde: Roel Gevaers (R)

Interviewer: Isabelle Biesemans (I)

Datum: 15 maart 2021 om 10.00 uur

Online via Google Meet

I: Allereerst wil ik u graag bedanken dat u de tijd vrijmaakt voor dit interview. Ik neem dit interview met u af in kader van mijn masterproef. Ik onderzoek de opportuniteiten en barrières in de crowdsourced delivery pakketindustrie. De audio van dit interview zal worden opgenomen zodat ik hierna een transcriptie kan schrijven. De informatie wordt enkel gebruikt in kader van dit onderzoek. Gaat u ermee akkoord dat u volledig vrijwillig wordt geïnterviewd en dat de informatie uit dit interview wordt gebruikt voor mijn onderzoek?

R: Ja, dat is oké.

I: Super. Dankuwel. Dan zal ik beginnen met eerste vragen. Mijn eerste vraag is: kunt u zich kort voorstellen en wat is uw functie?

R: Ik ben Roel Gevaers, logistics innovation manager bij BD Logistics en CityDepot. Dat is het eengemaakte bedrijf dat 1 jaar geleden CityDepot heeft overgenomen en ik hou daar alles in het oog wat te maken heeft met innovaties, mergers en acquisitions, trends in de markt, stedelijk logistiek, last-mile logistiek, e-commerce... Ik ben ook nog prof aan de UAntwerpen. De kennis die ik daar opdoe probeer ik te delen en vice versa.

I: Wilt u dat dit interview anoniem wordt gehouden?

R: Nee, dat hoeft niet.

I: Oké. Mijn thesis gaat natuurlijk over crowdsourced delivery. Wat is uw mening hierover?

R: Ik zal mijn persoonlijke mening geven en niet die van het bedrijf. Als ge in het buitenland kijkt naar crowdsourced delivery is dat eigenlijk al zo oud als de straat. Dat lijkt iets nieuws met Deliveroo van deze wereld. Maar als je naar Aziatische landen gaat kijken, zie je dat India, bijvoorbeeld Dabawalas. Ik weet niet of je daar al van gehoord hebt?

I: Nee, daar heb ik nog niet van gehoord.

R: Dat zijn eigenlijk mensen die naar hun werk gaan, dus als ze aan het pendelen zijn nemen ze tegelijkertijd voeding mee voor collega's. Eigenlijk is dat crowdsourced delivery en dat bestaat al 30-40 jaar. Het enige moeilijke bij Westerse maatschappijen, zeker in Europa, omdat je een economisch (...) hebt dat gebouwd is op sociale bijdragen is crowdsourced logistics veel complexer dan in Amerika of Azië waar de loonlasten veel lager liggen. Ik geloof wel in crowdsourced logistics. Het probleem in Europese economieën is dat er heel vaak een gevecht plaatsvindt tussen de payroll werknemers en crowdsourced logistics mensen. Terwijl in Azië en Amerika heb je dat veel mensen omdat het verschil tussen netto en bruto veel lager is. Dus je hebt minder dat gevecht vanuit dat sociale aspect. 2 weken geleden is er ook een uitspraak geweest van een Engelse rechtbank die zei dat alle Uber chauffeurs eigenlijk payroll chauffeurs zijn. Volgens mij kan crowdsourced logistics een heel goede oplossing zijn voor bepaalde

logistieke oplossingen zoals avondleveringen, B2C-leveringen, stedelijke leveringen met de fiets... Omdat je heel flexibel kunt omspringen als je slechts koeriers nodig hebt voor 3 à 4 uur. Dat je bijvoorbeeld studenten gebruikt. Maar momenteel is het zo dat de wetgeving, vooral in Europa, op haar limieten loopt van wel en niet kan, zeker in België. De koerier, payroll of niet, uitbesteed of niet... Ik wil ook wel vermelden dat heel veel pakketbedrijven vandaag al gebruik maken van subcontractors, met uitzondering van bpost. Die markt gebruikt al een soort van crowdsourced logistics, maar dan met vennootschappen in plaats van crowd. Mijn antwoord in 1 zin: ja, heel interessant, maar wetgevingsmatig nog altijd complex.

I: En vind u dat het iets negatief of positief is voor de transportsector?

R: Het is dagelijks een gevecht om goeie koeriers te vinden. Veel pakjesbedrijven en e-commerce hebben het heel moeilijk om goeie koeriers te vinden. Als je al bepaalde B2C-leveringen zou kunnen doen op crowdsourced basis voor 2 à 3 uur per dag, waardoor andere koeriers op andere methodes kunnen werken of op het beter betaalde B2B kunnen werken, denk ik dat dat voor de transportsector niet negatief hoeft te zijn. Dan moet je natuurlijk een stap terug doen van het idee dat het sociale uitbuiting zou zijn. Als er een tekort op de markt is qua koeriers, denk ik niet dat het iets negatief is als het op de juiste manier gebeurt tegen de juiste vergoeding. Studentenarbeid bestaat ook in de horeca, waarom zou het niet kunnen bestaan in de logistiek?

I: En is het uitsluitend geschikt voor alle soorten goederentransport of enkel voor bepaalde goederen?

R: Ik zie dat eerder als de low value, snelle leveringen, same day leveringen. Of eigenlijk hetzelfde als de pizza afleveraar, maar die niet persé van de pizzaketten zelf is, zoals je nu ziet met Deliveroo. Relatief lage waarde van goederen afleveren, met relatief strikte tijdschema's, liefst met duurzame transportmiddelen zoals fietsen en kleine motorfietsjes.

I: En hoge waarde niet?

R: Ik denk voor hoge waarde en gespecialiseerde goederen dat je nog altijd... You pay what you get. Ik bedoel daarmee: als je crowdsourced prices gaat neertellen, kun je niet verwachten dat die de nieuwste laptop van 2.000 euro aan uw deur komt brengen.

I: En kan het enkel worden ingeschakeld in de last-mile?

R: Nee, er zijn voorbeelden van mensen die pendelen met de wagen tussen Antwerpen en Brussel en pakjes meenemen en op die manier tussen hubs bepaalde connecties maken. Maar het meest haalbare is in de first- of de last-mile. Dus ik bedoel ophalingen of leveringen, lijkt mij.

I: Het volgende deeltje dat ik graag zou willen bespreken zijn de opportuniteiten. Dus ik heb zelf al een literatuurstudie gedaan over het onderwerp en daar zijn enkele opportuniteiten en barrières naar voren gekomen. Ik zou dus graag uw mening willen weten over de volgende opportuniteiten. De eerste die ik had teruggevonden was een lagere prijs ten opzichte van traditionele pakketleveringen.

R: Ik vind dat die momenteel al heel laag ligt. Heeft u een idee hoeveel een koerier gemiddeld wordt betaald per geleverd pakketje, als het een subcontractor is?

I: Nee...

R: Gemiddeld wordt een subcontractor 1,50 tot 1,80 euro betaald per geleverd pakje. Ik denk dat dat al vrij laag is. In steden kan dat nog wat zakken door de densiteit. Maar ik denk dat de markt van B2C een beetje moet afstappen van het idee dat goedkoop altijd het beste is. Wij hebben nu tijdens de corona crisis gezien dat als je alleen maar streeft naar kostenreductie dat je op een bepaald moment ook in de problemen komt met kwaliteit. Crowdsourced logistics kan volgens mij vooral flexibiliteit leveren, een beetje zoals interimarbeid. Dat je mensen soms 2-3-4 uur kunt inzetten in plaats van een volledige dag. Maar ik denk niet dat je daarbij per se moet focussen op het allergeedkoopste. Ik weet dat een Deliveroo-bezorger vrij goedkoop werkt, maar is dat het ultieme doel? Ik denk dat het vooral een flexibiliteit oplossing kan bieden.

I: De volgende opportuniteit was de samenwerking met kmo's. Dus zowel de kmo's als de consumenten kunnen voordelen halen uit de verzending via crowdsourced delivery. Dus een snellere, meer gepersonaliseerde en beter traceerbare levering.

R: Beter traceerbaar? Dat hangt af van met welk crowdsourced platform je samenwerkt. Als je als restaurant samenwerkt met Deliveroo, dan is dat vrij traceerbaar, je weet steeds waar de koerier is. Het hangt meer van de IT af en niet zo zeer van de crowdsourced.

I: Dan de derde opportuniteit is de positieve milieu-impact ten opzichte van traditionele pakketlevering.

R: Hangt puur af van welke vervoersmiddelen je gebruikt natuurlijk. Crowdsourced delivery is vooral populair in steden. Stedelijke agglomeraties laten eenmaal makkelijker fietskoeriers toe. Het is namelijk zo dat heel veel van die crowd logistics services focussen op fiets toestanden. Maar wat je wel ziet is dat klassieke pakjes bedrijven meer en meer beginnen te investeren in cargo bikes en elektrische voertuigen. Dus is dat altijd een op een zo? Door het feit dat crowdsourced logistics vooral in steden is, kun je het gemakkelijker duurzaam maken.

I: En dan de gevallen waar crowdsourced bezorgers specifieke routes gaan uitvoeren om pakketten af te leveren. Dat is dan veel minder positief voor het milieu? Ten opzichte van dat ze pendelen en dan pakketjes meenemen?

R: Daar hangt het ervan af. Als ze dat met de fiets doen, who cares? Als ze dat met een auto doen, is dat een ander verhaal. Om een last-mile te gaan doen die onmiddellijk integreerbaar is op het eigen pendelgedrag, dat is een heel moeilijke. Dan zit je bijvoorbeeld met het transport van een aantal pakketten tussen 2 steden, tussen hubs. Om te zeggen dat last-mile enkel duurzaam is als je het kan koppelen aan pendelen, dat is een moeilijke. Als dat een student is die pakketjes gaat rondbrengen per fiets, dan kan dat perfect duurzaam zijn. Doet die dat met een auto, is dat een ander verhaal.

I: Het hangt dus af van verschillende factoren?

R: Ja.

I: De laatste opportuniteit die ik had teruggevonden was de sociale impact. Als we kijken voor de consument, zij krijgen een snellere, goedkopere, meer gepersonaliseerde levering. En ze krijgen ook toegang tot meer producten vanwege de samenwerking met kmo's. Wat vindt u daarvan?

R: Crowd logistics is vaak een oplossing voor een stedelijke, lokale aanpak. In Hasselt, als je iets bestelt bij Deliveroo dan gaat die bezorger dat u komen brengen binnen een straal van 5 km van het restaurant of winkelpunt, maar die gaat daar niet mee tot in Antwerpen gaan. Dat kan een oplossing zijn om uw lokale markt beter te servicen. Dus de klanten die vroeger naar de winkel kwamen, ga ik nu proberen te servicen via crowd logistics. Dat is meestal een lokaal gegeven, geen nationaal gegeven. De McDonald's kan over heel België beschikbaar zijn via Deliveroo omdat hij overal vestigingen heeft. Als een zelfstandige shop nationaal wil gaan, dan zal hij zijn toevlucht moeten nemen tot bpost, DHL... Dan zal crowd logistics geen significante toename veroorzaken, want uw doelpubliek ziet dan vooral nog rond uw winkel. Er zijn wel uitzonderingen. Kan u dat helpen? Ja, maar ik denk dat een gewone nationale webshop openen beter is, maar dat hangt ook af van de productgroep. Een slagerij die nationaal gaat leveren, dan moet je al weten waarmee je bezig bent. Een wijnwinkel kan sneller nationaal gaan.

I: Voor de gemeenschap zou dit potentieel tot meer werkgelegenheid kunnen leiden. Bent u het daarmee eens?

R: Eigenlijk is crowd logistics iets dat heel hard gedreven is voor de B2C-markt. Als je naar onze omringende landen kijkt, is het daar heel vaak de gewoonte om avondleveringen te hebben, leveringen van 18 - 21 uur, iets wat typisch geschikt is voor crowdsourced logistics. Je vindt nu vaak niet veel koeriers die specifiek op die uren willen rijden. Gaat dat tot meer werkgelegenheid leiden? Ik denk het niet. Dat is meer een verhaal van zero-sum game. Ik zie niet in dat dat noch een positieve, noch een negatieve impact gaat hebben op werkgelegenheid zolang dat uw crowdsourced bezorgers actief werken. Want als je gaat tellen als alle crowdsourced bezorgers zouden moeten worden ingeruild voor een echte payroll koerier. Maar ik zie niet in hoe het voor extra werkgelegenheid zou kunnen zorgen.

I: Maar het leidt ook niet tot minder werkgelegenheid bij bijvoorbeeld de traditionele pakketbezorgers?

R: Het is een shift van werkgelegenheid. Dat is hetzelfde als de eeuwige discussie: halen jobstudenten werkgelegenheid weg? Als je de activiteit van de jobstudent zelf telt als werkgelegenheid, dan niet. Als je het goedkope statuut van een jobstudent niet telt als werkgelegenheid, dan haalt dat voor een stuk werkgelegenheid weg. Op de wetgeving van crowdsourced logistics zitten relatief weinig taksen. Het hangt ervan af hoe je het bekijkt, net zoals met jobstudenten.

I: Ziet u zelf eventueel nog opportuniteiten voor de crowdsourced delivery?

R: Ik geloof in crowdsourced delivery om die flexibele gaten te kunnen opvullen waar in de Belgische steden nu nog steeds een probleem is. Als je kijkt naar Londen wordt de B2C-markt bediend, 's avonds of op zaterdag. Dat is met micro hubs in de stad. Heel duurzaam, met de fiets. Dat is typisch een markt waar crowdsourced logistics iets kan betekenen. Dus een urban consolidatiecentrum, bijvoorbeeld CityDepot, en dat je daar zowel fulltime B2B- bezorgers hebt als crowdsourced bezorgers voor de flexibele en avondleveringen.

I: En heeft dat ook te maken met de afmetingen van het pakket? Dat crowdsourced delivery bijvoorbeeld beter kan zijn voor die out-of-place pakketten zoals een zetel of een bos bloemen.

R: Ik zie die eerder als oplossing voor de goedkope pakketten. Voor oversized pakketten heb je vaak al een bestelwagen nodig en dan zit je al eerder in het professionele vervoer. Als ik kijk binnen het bedrijf zelf, dus CityDepot en BD Logistics, dus het leveren van meubels. Via CityDepot kun je gebruiken voor

crowdsourced delivery. Pakketten tot 10 kg, perfect haalbaar. Voor meubels zit je al in een professioneel gegeven, ook naar verzekeringen toe. Eerder voor de low-margin, low-budget pakketmarkten die momenteel in België nog heel inflexibel is. Uw pakketje wordt geleverd tussen 9 en 21 uur in België. Ik geloof veel meer in tijdsvensters en service gedreven logistiek, maar dat houdt wel in dat je veel flexibeler moet kunnen inspelen, veel lokaler op de markt. Dat is een typische markt waar ik oplossingen zie voor crowdsourced delivery.

I: Dus bijvoorbeeld zo'n bos bloemen, dat past er wel perfect in?

R: Ja.

I: Dan wil ik het natuurlijk ook hebben over de barrières. De eerste barrière die ik heb gevonden, was het vertrouwensprobleem. Bijvoorbeeld tussen de bezorger en de ontvanger. Hoe ziet u dit?

R: Kent u altijd de bezorger van DPD of DHL die bij u langskomt?

I: Nee...

R: Dat is mijn antwoord.

I: (lacht).

R: Die markt is zo verspreid, niemand weet wie zijn koerier gaat zijn.

I: U ziet daar geen problemen voor?

R: Wat ik wel merk bij B2C-leveringen, zeker in de rijkere gemeenten waar er angst is voor diefstal en er komt nog een koerier langs om 21 uur... Wat je zou kunnen doen als je een melding krijgt van een pakketbedrijf dat uw pakket geleverd wordt, dat je de voornaam en de foto van de koerier erbij zet. Dat kan je altijd vragen als legitimatie. Dat is vaak een moeilijkheid in bijvoorbeeld Brasschaat of Schoten. Momenteel is dat wel een moeilijk gegeven om de foto mee te sturen, GDPR gegeven. Maar voor mij is dat geen punt. Een consument weet nu ook niet welke koerier hij zal krijgen van een professioneel bedrijf.

I: En de oplossing die u voorstelt met de naam en de foto is dat ook voor de traditionele bedrijven of enkel voor crowdsourced delivery?

R: Als dat zou kunnen, zou ik dat voor ze allemaal doen. Dat kan alleen maar de band en de onzekerheid tussen ontvanger en bezorger wegnemen.

I: Vindt u dat crowdsourced delivery voldoende is ingeburgerd in Vlaanderen?

R: Nee, ik denk dat men het alleen kent van voeding en Uber. Maar in de pakjesindustrie denk ik niet dat er heel veel mensen zijn die het kennen. Dat is nu 4 jaar geleden dat Parcify is overgenomen door bpost. Ik denk dat er in België 20 - 30 erkende crowdsourced delivery pakjesbedrijven bestaan. Maar in België is het onbekend is onbeminde.

I: En als we kijken naar de capaciteit, denkt u dat de Vlaamse bevolking voldoende bereid is om als crowdsourced bezorger aan de slag te gaan?

R: Als ik zie hoeveel Deliveroo bezorgers men vindt en hoeveel studenten in de horeca bijverdienen. Of gij nu in de horeca werkt of pakjes gaat rondbrengen, den insteek is anders. Maar ik denk niet dat er een probleem is qua aanbod van crowdsourced mensen.

I: Dan heeft u het vooral over de jobstudenten, maar niet specifiek over de mensen die al vast werken?

R: Ook. Bijvoorbeeld iemand die wil bijverdienen of die een klassieke 9 to 5 job heeft, maar die 1 à 2 avonden in de week iets wil bijverdienen. Ik denk dat die markt groot genoeg is. Het enige nadeel, net hetzelfde met Uber, is dat België een markt is met heel veel bedrijfswagen. In theorie als je crowdsourced logistics zou gaan doen met je eigen bedrijfswagen is dat niet toegestaan.

I: Dus eigenlijk mag een bedrijfswagen enkel worden gebruikt voor woon-werkverkeer en eventueel persoonlijke ritten, maar dan niet voor bij te verdienen? Dat is dan opgenomen in de car policy?

R: Ja.

I: En denkt u dat er voldoende vraag is naar crowdsourced diensten?

R: De lijn tussen subcontracting en crowdsourcing is nog heel grijs vandaag in België. Veel postbedrijven doen aan subcontractingen met zelfstandige bezorgers. Die rijden allemaal met het systeem van DPD of PostNL... Bij de crowdsourced oplossingen heb je eigenlijk nog een extra systeem nodig dat de uren gaat tellen en heel vaak zien de pakketbedrijven er tegenop om de integratie te doen tussen die 2 systemen. Want enerzijds hebt uw eigen routeplanner waar als honderden subcontractors mee werken en dan moet dat nog eens worden gekoppeld aan een ander systeem voor het crowd logistieke. Daarom zeggen heel veel pakketbedrijven dat de pakketindustrie nu al vrij goedkoop is, laat het ons zo houden. Waar het wel een oplossing zou kunnen zijn bij een lokale KMO of webwinkel die zich aansluit bij een crowdsourced platform, maar dan is zijn vijver om te vissen 5 of 6 km is rond zijn winkelpunt.

I: Het is dus afhankelijk van de markt van hoeveel vraag er is naar die diensten?

R: Ja en ook de complexiteit dat je een extra IT-platform moet integreren.

I: Daar zien de meesten tegenop?

R: Ja. Neem nu het voorbeeld van Deliveroo, dat is een systeem op zichzelf. Dat werkt op het volledige platform van Deliveroo. Als wij als CityDepot willen gaan samenwerken met Deliveroo, dan moeten wij ons eigen platform al gaan aankoppelen op dat van Deliveroo.

I: De laatste barrière die ik had teruggevonden was het privacy probleem voor de klant en ook voor de bezorger. Ziet u daar een probleem?

R: Welk zou dat privacy probleem moeten zijn?

I: Bijvoorbeeld de bezorger krijgt allemaal informatie over de klant en die informatie kan zich opstapelen, het adres, de naam, de interesses...

R: Dat is met een klassieke subco ook. Meestal hebben de subco's van CityDepot of DHL een vaste regio waarin ze tewerkgesteld worden. Die weten op den duur ook dat meneer X op dat adres woont en die zijn meestal op dat uur van de dag thuis. Ik zie geen enkel verschil.

I: Denkt u bijvoorbeeld dat klassieke koeriers beter gescreend worden ten opzichte van crowdsourced bezorgers?

R: Nee, maar afhankelijk van het bedrijf.

I: Dus daar is geen verschil in?

R: Er zal een klein verschil zijn, waarbij een nieuwe subcontractor een opleiding krijgt hoe dat je met die handheld moet werken. Of dat er een betere screening is, dat men gaat kijken of dat die geen strafblad heeft. In de zeer lage marge sector die de B2C-markt is. Maar de bedrijven waar de pakketten in het vliegtuig moeten zoals DHL en FedEx, die gaan strikter om met screening omdat die niet willen dat er iets misgaat. De goedkope B2C-levering, ik denk niet dat die screening zo extreem is. De pakketbedrijven gaan zeggen van wel, maar ik geloof dat niet.

I: Dus u ziet geen privacy problemen?

R: Ik zie 0 privacy problemen.

I: Ziet u eventueel zelf nog enkele barrières voor de crowdsourced delivery?

R: De stabiliteit van het netwerk. Als je in een stedelijke context gaat kijken, je hebt meerdere crowdsourced mensen. Studenten is een heel interessante pool om in te gaan vissen voor crowdsourced delivery. Maar tijdens de examenperiode ligt het aanbod van bezorgers veel lager. In het midden van het semester is er wel genoeg aanbod. Crowdsourced logistics, de nadruk ligt op crowd. Als de crowd niet beschikbaar is, is er geen aanbod. Er is wel genoeg aanbod, maar het aanbod is onstabiel. Een crowdsourced bedrijf weet vaak pas 1 of 2 dagen van tevoren hoeveel mensen zich kandidaat hebben gesteld of hebben hun uren op dat moment opengezet. Dat hangt ervan af. Als de regels is dat je 2 weken van tevoren uw beschikbaarheden moet doorgeven... Door het feit dat het soms zo weinig betaald wordt, kan het zijn dat je denkt dat er voldoende koeriers zijn, maar dat die koerier toch niet komt opdagen. Het tweede gegeven is verzekeringstechnisch. Je moet zorgen dat je als bedrijf bent aangesloten bij de nodige verzekeringen. De derde moeilijkheid: de lijn tussen crowdsourced logistics en schijnzelfstandigheid. Dat is niet alleen met crowdsourced, maar ook met subcontracting. Waar ligt de lijn? Als je de uitspraak van de rechtbank in de UK ziet, daar zeggen ze eigenlijk letterlijk dat alle chauffeurs jarenlang schijnzelfstandig zijn geweest. Dat zijn de belangrijkste nadelen. En dan natuurlijk het IT-systeem, er zit altijd één partij tussen die de routeplanning maakt en het crowdsourced gegeven opzet. Het is eigenlijk de flexibiliteit van dat systeem dat maakt dat crowdsourced logistics kansen maakt in sommige sectoren. Als je een goed uitgebalanceerd systeem hebt zoals Deliveroo, dan werkt operationeel goed. Maar dan krijg je wel commentaar qua verloningssysteem dat alle macht bij 1 systeem zit.

I: En als u het dan heeft over die planning. Er zijn natuurlijk verschillen tussen als ge 2 weken van tevoren uw planning doorgeeft of dat ge ad hoc kunt beslissen dat ge leveringen gaat uitvoeren. Is het op tijd doorgeven van de planning een oplossing voor het capaciteitsprobleem?

R: Dat hangt ervan af. Als je weet dat er in een bepaalde stad no matter when, dat er altijd koerier beschikbaar zijn, dan kan je daar heel flexibel mee omgaan. Als je weet dat je elke dag toch voldoende beschikbaarheid hebt, maakt niet uit. Als je in een regio zit zoals Leuven, waar je weet dat daar

buitenproportioneel meer studenten aanwezig zijn. Als soms in bepaalde weken in de problemen komt, dan is het toch wel handig als je een bepaalde beschikbaarheid kunt schatten op die dag.

I: En dat kan dan eventueel worden aangevuld door professionele bezorgers, het tekort dan?

R: Hangt ervan af waarvoor je uw crowdsourced gebruikt. Alles heeft zijn kost en prijs. Als je bijvoorbeeld crowdsourced logistics zou gaan inzetten in steden voor avondleveringen, de professionele chauffeur gaat potentieel een hogere verloning vragen voor avondwerk dan een student. Dan is het handig als je op voorhand weet welke studenten er allemaal gaan zijn.

I: Het laatste deel dat ik graag zou willen bespreken is de concretisering van de sector. Welke rol moet de overheid op zich nemen om de groei van crowdsourced delivery te bevorderen?

R: Ik weet niet of een overheid dat persé moet bevorderen. Ik denk dat vooral naar steden toe, dat crowdsourced delivery kan helpen om die steden duurzamer te maken door het feit dat er meer met de fiets wordt gereden. Ik denk niet dat de overheid crowd logistics moet ondersteunen. Zij moet dat niet naar voren duwen als een alomvattende oplossing. De rol van de overheid is vooral rechtszekerheid bieden, wat kan en wat kan niet.

I: Dat is dan meer op vlak van de wetgeving?

R: Ja vooral wetgeving. Wat kan van verloning en wat kan niet. Als je steden duurzamer wil gaan maken en meer service bieden aan klanten kan crowd logistics daar een oplossing van zijn. Maar ik denk niet dat een overheid dat moet gaan pushen om dat te gaan implementeren. Dat is de sector die per regio en stad moet gaan kijken wat de beste mix is dat we kunnen gebruiken. Maar ik denk niet dat een overheid dat persé moet duwen. Het land waar het nu al is, daar is het vooral uit zichzelf gegroeid omdat de wetgeving duidelijk was. Het feit dat in Londen, Amerika of Nederlandse steden er heel veel gebruik wordt gemaakt van crowd logistics is omdat de wetgeving heel duidelijk is en omdat de markt daarnaar vraagt.

I: En in Vlaanderen is de wetgeving nog niet duidelijk genoeg rond crowdsourced delivery?

R: In Vlaanderen is de wetgeving relatief duidelijk. Maar de markt van B2C-levering is vandaag de dag nog hard gepersonaliseerd rond standaardpakketten tot 10 kg die 9 to 5 aan uw deur worden geleverd. Het moment dat er een shift gaat komen tot een meer lokale aanpak via urban consolidatie zoals City Depot. Van het moment dat je meer lokale netwerken hebt, gaat de markt van crowd logistics van pakketleveringen zich meer flexibiliseren en dan gaat er waarschijnlijk meer vraag naar zijn. Als je weet dat heel veel B2C-leveringen aan de rand van de stad geleverd zouden worden, en die vraag zou kunnen worden aangeleverd door crowd logistics, dan zou de vraag naar crowdsourced diensten totaal anders zijn dan nu dat een klassieke koerier 20 km vanuit de stad komt met een bestelwagen. Dat gaat te maken hebben met dat de markt op B2C-vlak in België heel hard next day is zoals Bol.com tegen de goedkoopste prijs. Terwijl, het moment dat je meer gaat flexibiliseren, de pakketten die heel goedkoop, snel en duurzaam moeten zijn ten opzichte van de high service driven. Als een markt meer evolueert naar een markt waar je meer niches hebt dan dan crowdsourced logistics meer een deel van de markt kan innemen. De Belgische e-commerce is vandaag heel hard gefocust op het goedkope. Minder duurzaam en minder lokaal. Die shift is aan het komen. Ik denk hoe duurzamer en hoe lokaler de levering gaat plaatsvinden, hoe meer kans op crowdsourced logistics.

I: U zegt dat de overheid de groei niet per se moet bevorderen, dat is niet haar taak. Dus het geven van subsidies zou dus ook geen goed idee zijn?

R: Ik zou niet weten waarom de overheid aan crowdsourced logistics bedrijven subsidies zou moeten geven. Als een crowdsourced delivery bedrijf een subsidie aanvraagt om bijvoorbeeld op een duurzame manier een stad te gaan beleveren. En een ander klassiek pakketbedrijf vraagt dezelfde subsidie aan. Ik zeg niet dat zij geen subsidies mag geven voor dat specifiek gegeven, maar ik zie niet in waarom de Belgische overheid echt crowdsourced bedrijven zou moeten gaan subsidiëren. Ze moet dan eerder inzetten op het verduurzamen en strategischer maken van de leveringen. En is dat via crowdsourcing, dan kan dat een onderdeel zijn.

I: Denkt u dat de samenwerking tussen traditionele transportbedrijven en crowdsourcing platformen haalbaar zijn én ook zinvol?

R: Alles hangt af van hoe gemakkelijk je ze IT-technisch kunt integreren. Het voorbeeld van een eigen intern IT-platform en dat gaan koppelen aan een crowd logistics netwerk. Anderzijds, in een letterlijke samenwerking als je ergens in een warehouse of depot of urban consolidatie centrum... Daar zal soms wel wat gevoeligheden liggen, maar je ziet nu al in CityDepot Antwerpen of Gent hebben wij onze professionele koeriers met hun bestelwagens en in datzelfde gebouw komen ook de mensen Cargo Vélo. Vroeger werd er door echte koeriers wel al eens smalend gedaan over een fietskoerier. Dat zal wel loslopen. Maar de grootste complexiteit zit in de integratie van de interfaces.

I: Het zou dus wel zinvol kunnen zijn?

R: Ja, een aanvulling op het flexibiliseren van.

I: Momenteel opereren de meeste crowdsourced platformen, zoals u zelf al zei, in dichtbevolkte gebieden zoals steden. Zijn dergelijke initiatieven eveneens haalbaar in meer landelijke gebieden?

R: Uw groep om uit te vissen is natuurlijk kleiner en uw potentieel marktvolume is ook kleiner. Waarom kun je crowd logistics gebruiken? Dat is typisch om van die heel flexibele leveringen, one hour leveringen, avondleveringen. Dat soort services wordt voornamelijk aangeboden in stedelijk gebied. Zie ik onmiddellijk in de pakketindustrie of de last-mile industrie oplossingen voor crowd logistics op het platteland? Moeilijker. Wat je wel vandaag ziet is dat er meer bedrijven proberen in te zetten op korte keten leveringen. Dus dat de lokale boeren samenwerken. Dan zou je kunnen zeggen dat 1x per week iemand crowdsourced de leveringen van verse goederen tot aan je deur brengen. Dan denk ik dat er zich een professioneel probleem stelt. Je valt dan onder de wetgeving van het behoud van de koude keten. Je moet garantie geven dat de koude keten gerespecteerd blijft. Natuurlijk wil dat zeggen dat die crowdsourced logistics koerier over actieve of passieve koeling moet beschikken. Dus kort door de bocht, ik geloof minder in crowdsourced delivery voor het platteland.

I: Zijn crowdsourced initiatieven die gebruik maken van openbaar vervoer efficiënt genoeg? Kan dit concurreren met crowdsourced bezorging per auto of met de traditionele vervoersbedrijven?

R: Je zou bijvoorbeeld een koerier kunnen opsturen en die de tram laten nemen. Maar dan zit je terug in een stedelijke context. Ik denk dat in de meeste gevallen een fiets efficiënter is. Het zou kunnen, maar ik heb mijn twijfels daarover.

I: Er zijn initiatieven die gebruik maken van de metro en van die pakjesautomaten. Dan wordt het per crowdsourced bezorger van het ene metrostation naar het andere vervoerd en dat er dan pakketjes kunnen worden opgehaald. En in dat opzicht?

R: Dat zou kunnen, maar dat zijn heel veel tussenstops op den duur. Uw logistieke keten wordt steeds langer. Je hebt meer kans op fouten. Hoe meer cross-dock activiteiten, hoe meer potentiële fouten. Ja dat kan, maar ik geloof daar minder in momenteel.

I: Dat maakt het moeilijker omdat de keten langer wordt en dan de flexibiliteit wordt dan aangepast.

R: Ja.

I: Mijn laatste vraag is: Moeten er volgens u nog stappen worden ondernomen voordat crowdsourced delivery een vaste waarde kan worden in de pakketbezorging?

R: Ik denk dat de B2C-markt in België nog veel meer moet flexibiliseren en meer onderscheid moet maken in service gedreven aanpak van heel goedkoop en heel flexibel. Ik bedoel ik wacht er een week op, ik wacht er een dag op of ik wil het binnen het uur hebben. Van dat soort zaken zal heel veel afhangen. Dat heeft te maken met hoe flexibel die markt zich zal evolueren de komende maanden en jaren.

I: Dat was mijn allerlaatste vraag. Dankuwel.

Bijlage VIII. Interview Hans Robben (bringr)

Geïnterviewde: Hans Robben (H)

Interviewer: Isabelle Biesemans (I)

Datum: 18 maart 2021 om 13.30 uur

Online via Google Meet

I: Allereerst wil ik u graag bedanken dat u de tijd vrijmaakt voor dit interview. Ik neem dit interview met u af in kader van mijn masterproef. Ik onderzoek de opportuniteiten en barrières in de crowdsourced delivery pakketindustrie. De audio van dit interview zal worden opgenomen zodat ik hierna een transcriptie kan schrijven. De informatie wordt enkel gebruikt in kader van dit onderzoek. Gaat u ermee akkoord dat u volledig vrijwillig wordt geïnterviewd en dat de informatie uit dit interview wordt gebruikt voor mijn onderzoek?

H: Ja. Volledig akkoord.

I: Dankuwel. Dan zal ik maar beginnen met mijn eerste vraag. Kunt u zich kort voorstellen? En wat is uw functie?

H: Misschien daar voor alle duidelijk, ik zit nu niet meer in die functie waarvoor ge mij nu interviewt. Ik ben aan de slag als zelfstandig innovatie consultant bij Immoweb, op dit moment als Head of Seller Business. Ten tijde van bringr was ik het hoofd van het bringr-team.

I: En wilt u dat dit interview anoniem wordt gehouden?

H: Nee.

I: U was dus betrokken bij bringr. Zou u iets meer kunnen vertellen over dit bedrijf?

H: Bringr was eigenlijk een project, een business binnen bpost. Het was geen bedrijf op zich. Het was eigenlijk opgestart als een corporate venture. Iemand had een idee van moeten we niks doen met crowdsourcing binnen het bedrijf? Want het is een trend in de markt, we zien dat in de landen rondom ons. Dus hebben we daar een aantal mensen voor vrijgemaakt om dat verder te bekijken en of dat daar een business in zat. Dus eigenlijk vanuit dat idee een business opgestart.

I: Werden de diensten B2B, B2C of C2C gebruikt?

H: Wij waren gestart met het idee dat dat vooral een C2C-platform zou zijn, maar het bleek vooral een B2C-platform te worden. Vanaf de start eigenlijk weinig volumes C2C, maar vooral B2C.

I: Werkte bringr uitsluitend samen met occasionele bezorgers of werd er ook met professionele bezorgers samengewerkt?

H: In het begin niet. Ik durf niet meer spreken over de periode na mij, want het heeft nog 1 of 1,5 jaar gedraaid nadat ik vertrokken was bij bpost. Dus dat durf ik niet zeggen. Maar in de beginjaren, zeker die eerste 2 jaar was dat uitsluitend met occasionele bezorgers.

I: En daarna is bringr overgenomen door Parcify? Of andersom?

H: Ja, zo zou ge het kunnen zeggen, wetende dat Parcify ook 100% eigendom was van bpost. Bpost was op z'n minst hoofdaandeelhouder van Parcify. Dan hebben we beslist om die twee samen te brengen onder één dak. Daarbij is het businessmodel van bringr verder gerund onder de naam Parcify.

I: Dat was vooral om wettelijke redenen?

H: Nee. Er waren 2 directe aanleidingen om die reverse take-over. Ge neemt een extern bedrijf over, bpost neemt Parcify over. En bpost integreert een deel van zijn activiteiten in Parcify. De voornaamste reden was dat we met twee ongeveer dezelfde initiatieven zaten op dezelfde markt, ongeveer hetzelfde idee. Als ge hoog genoeg in de organisatie zat, leek het hetzelfde. Daarom hebben we gezegd dat we synergiën gaan zoeken en deze gaan samenvoegen. Dus kostenreductie realiseren. Langs de andere kant was het ook een handige way-out van de rechtszaak die ons boven het hoofd hing omwille van Bring Me die een gelijkaardige naam hadden als bringr en daar niet helemaal tevreden mee waren.

I: Ik heb zelf al een literatuurstudie gedaan rond het onderzoek en daar zijn enkele opportuniteiten en barrières naar voren gekomen. Ik zou graag deze met u willen bespreken. Ik zou graag willen beginnen met de barrières. De eerste barrière die ik had teruggevonden, was het vertrouwen. Worden de bezorgers aan een bepaalde selectieprocedure onderworpen voordat zij bestelling voor bringr mogen uitvoeren?

H: In het begin niet. Ik ga enkel maar kunnen spreken van die 2 jaar dat ik erbij betrokken was. Van in het begin hebben wij gezegd dat wij niks van selectie gaan doen, juist om de hypothese te testen dat een platform dat enkel maar met ratings werkt, ratings in beide richtingen, of dat voldoende borging was voor kwaliteit. Dat bleek ook zo te werken. Dus wij hebben geen selectieproeven gedaan van de mensen die op het platform kwamen.

I: En hebben jullie ooit moeilijkheden ervaren op het vlak van vertrouwen?

H: Eigenlijk relatief weinig. Zeker in het begin waren wij aangenaam verrast van het vertrouwen dat de verzenders hadden in het systeem. Het feit dat zij een rating konden geven aan de chauffeur gaf hun ook wel voldoende vertrouwen dat zij konden werken met voldoende goeie chauffeurs. Dat was ook hetgeen wat wij zeiden. De jobs werden toegekend aan bringrs die kortbij waren en die ook een goeie rating hadden. Dat maakte ook dat gij als verzender mee kon bepalen wat de kwaliteit was. Als ge een slechte rating gaf aan een bezorger, dan hielp ge de andere verzenders daarmee.

I: En de bezorgers, hadden die moeilijkheden met het vertrouwen van de verzender?

H: Nee, eigenlijk niet. Daar was eigenlijk geen vertrouwensrelatie. Het businessmodel zat zo in mekaar dat de verzender bringr betaald en bringr betaald de chauffeur. Dus wij regelden het betalingsverkeer tussen beide partijen. De chauffeur was eigenlijk altijd zeker dat hij betaald zou worden. De opdracht moest ook vooraf betaald worden.

I: Er was bijvoorbeeld ook geen twijfel over de goederen die vervoerd moesten worden? Dat dat illegale goederen waren bijvoorbeeld?

H: Ja dat had kunnen leiden tot drugs trafficking of wapentoestanden, maar dat hebben wij eigenlijk in die 2 jaar niet meegemaakt. We hebben wel een geval gehad van poging tot fraude van de betalingsmodule, waarop we dan ook gereageerd hebben. We hebben geen klachten gehad eigenlijk.

Ook geen diefstal. Je zou denken: ik geef hier een laptop mee met iemand die hier aan de deur staat voor bringr en die gaat lopen met die laptop.

I: U zei dus ook dat er een beoordelingssysteem was. Dat was tweezijdig. Waren er dan ook eventuele gevolgen verbonden aan een positieve of negatieve beoordeling?

H: Ja, voor de chauffeurs wel. De chauffeurs die een negatieve beoordeling kregen of die te laag zakten in de ranking, gaven we geen opdrachten meer. Op die manier was het een zelfregulerend systeem. Het toekennen van de opdrachten was ook automatisch.

I: En de verzenders ervaarden geen gevolgen van een negatieve beoordeling?

H: Als het goed liep, kregen zij nooit een chauffeur voor de deur die een negatieve beoordeling had gekregen. Dat was mee met het selectiecriterium. Ik ben ook niet meer zeker of het idee van de chauffeurs de verzenders te laten raten dat wij dat ooit echt hebben ingevoerd of niet.

I: Het waren dus eerst vooral de chauffeurs die beoordeeld werden.

H: Ja.

I: Ziet u het vertrouwen in crowdsourced bedrijven als een opportuniteit of eerder als een barrière?

H: Beide. Er is een hele groep gebruikers die juist door zo'n crowdsourced systeem met een rating erachter die dat fantastisch vinden. Waarschijnlijk als ge morgen een nieuwe tv koopt is het eerste wat ge opzoekt review. Dat wordt in uw aankoopgedrag bijzonder gewaardeerd, reviews van peers. Dus dat is zeker een opportuniteit voor crowdsourced bedrijven. Langs de andere kant blijft het ook een barrière, ge gaat een groep mensen hebben die dat niet willen dat er iemand in z'n jeans en T-shirt voor de deur staat in plaats van een mooie post tenue.

I: De tweede barrière die ik had teruggevonden was de capaciteit. Hoe werden de bezorgers van bringr gekoppeld aan een taak? Dus dat was automatisch. Maar zat daar een bepaald matching mechanisme achter?

H: Ja klopt. Er zat een algoritme achter dat in real time volgden welke chauffeurs zich actief hadden gezet. Ge kon u actief of niet-actief zetten. Als ge actief stond, waart ge bereid om te werken op dat moment. Ook de locatie van chauffeurs werd in real time bijgehouden en waar dat de aanvragen werden gelanceerd. Die drie parameters bepaalden eigenlijk welke chauffeurs de opdrachten op hun app kregen. Als gij als chauffeur dan zei dat ge deze wel wil doen, dan werd die opdracht naar uw smartphone gestuurd.

I: Dus de bezorger had wel nog het eindoordeel?

H: Absoluut. Ik weet niet of andere platformen zoals Deliveroo het ook zo doen of dat het een verplichting is. Bij ons als ge het niet wou doen, dan nam iemand anders uw job wel.

I: Ze moesten dan van tevoren aangeven op welke dagen ze beschikbaar waren of was dat ad hoc?

H: Nee, ad hoc. In de app gewoon de knop actief en dan waren ze actief.

I: En als u kijkt naar de bereidheid van mensen die bezorger wilden worden bij bringr, denkt u dat die voldoende was?

H: Ja, eigenlijk wel. Eigenlijk belachelijk veel. We hebben daar een groep aangeboord die tot dan toe onderserved was. Mensen die geen job hadden of mensen die een job hadden die hun toestand om links of rechts nog wat bij te verdienen. Dat was eigenlijk wel straf hoe wij zo snel aan honderden chauffeurs zijn geraakt.

I: Denkt u dat een voordeel was dat het een initiatief was van bpost, iets wat iedereen kent.

H: Ja, zeker. Ik denk als ge dat zou moeten lanceren als een andere start-up zou dat heel moeilijk zijn, omdat het vertrouwen veel minder groot zou zijn. Hier weet ge als chauffeur dat ge u linkt aan een initiatief van bpost, dus ge denkt dat dat wel goed zal zijn. Langs de andere kant, het zou waarschijnlijk minder succesvol geweest zijn bij chauffeurs. Maar een keer als dat draait en als ge toont met de mindere chauffeurs dat ge hebt dat het werkt, dan krijgt ge automatisch nieuwe chauffeurs.

I: En de vraag naar de crowdsourced diensten, was die voldoende groot? Of was de vraag kleiner dan het aanbod?

H: Zeker initieel was de vraag kleiner dan het aanbod. We hadden veel meer chauffeurs dan jobs. Dat was best wel frustrerend voor die chauffeurs. Dat had met verschillende dingen te maken. Een ding was het prijspunt. Vermits het gaat over een on demand, point-to-point levering, is het prijsniveau significant hoger dan ik stuur een pakje met de post. Voor ons en ook de markt was het ook een beetje de kat uit de boom kijken voor welk type pakketten of goederen of klanten is dit nu een heel geschikte dienst. Het is eigenlijk jammer, want ik begrijp dat bpost recent gestopt is met bringr/Parcify. Maar het net nu in deze tijden dat alles thuis leveren boomed.

I: Dus ergens vind je het spijtig dat het is stilgelegd?

H: Ja, absoluut. Ik kan me niet voorstellen dat het veel kost om het draaiende te houden, want het is een automatisch matching algoritme. De vraag naar pakketleveringen stijgt alleen maar. En ge ziet ook dat hoe langer, hoe meer leveringen vanuit de lokale economie. Want die mensen willen ook een alternatief om aan huis te kunnen leveren. Ik volg het niet meer, maar het lijkt mij dat er nog voldoende opportuniteit is voor zo'n platform.

I: U zei dat het voor de markt ook nog een beetje zoeken was voor welke goederen het werkte. Heeft u daar een zicht over welke goederen wel specifiek goed werkten?

H: Een typisch voorbeeld was alles van bloemisten. Het is raar hoe dat soms loopt met een start-up. Je lanceert dat en hier en daar krijg je een paar opdrachten, maar nog altijd niet super veel. Wij zijn gestart in het begin van de zomer en op een gegeven moment zegt iemand: 15 augustus, is dat niet Moederdag in Antwerpen? Kunnen we daar niks mee doen? Dus we hadden iets gelanceerd rond bloemisten, bloemen aan huis laten leveren. Met die actie, opeens heel de bloemisten wereld was geweldig in de wolken. En die zijn dat ook beginnen te gebruiken omdat die geen goed alternatief hadden. Ofwel was dat via Fleurop, maar dat kostte hun te veel. Ofwel moesten ze zelf beginnen rond te rijden en hun winkel dicht doen, maar dan verliest ge inkomsten. Dus ons platform was precies een goed antwoord op het goede moment.

I: Dus meer van die out-of-the-box artikelen?

H: Ja, zeker geen standaard dozen. Alles wat in een standaard doos kan, was veel minder. We hebben ook fietsen, een C2C-levering. Er was iemand die op dat weekend 2 fietsen aan de kust wou krijgen, want die wou gaan fietsen. Binnen een dag had iemand gezegd dat hij dat wel wou doen. Een ander voorbeeld was een IT-winkel die herstellingen deed. Mijn computer is kapot en dat moet nu hersteld worden. Bringr komt het halen, het wordt hersteld en bringr brengt het ook terug. Dus de laptop zo in de auto, zonder verpakking.

I: En ziet u de capaciteit van crowdsourced bezorgbedrijven als een opportuniteit of eerder als een barrière?

H: Eigenlijk als een opportuniteit, omdat het eigenlijk een oneindig potentieel is waartoe je toegang hebt. Die mensen verwachten ook niet continue werk. Het enige wat je ziet gebeuren is je hebt de taxichauffeur die zich inschrijft bij Uber en de Deliveroo rijder die zich inschrijven... Die mensen hebben verschillende aanbieders en die mensen kiezen in functie van het moment welke job ze aanpakken. Dus als een logistieke speler is dat een extern netwerk waar je uw overflow kunt insteken. Bpost heeft maar x duizend postbodes dus kan maar x duizend pakjes doen. Als er in een keer zoveel meer komen, dan zou je een deel van uw volumes naar een crowdsourced netwerk kunnen duwen. Ik denk dat capaciteit wel echt een opportuniteit is in plaats van een barrière.

I: De laatste barrière die ik had teruggevonden was de privacy. Heeft bringr ooit problemen gehad met betrekking tot de privacy van de klanten of de chauffeurs?

H: Nee, helemaal niet. Er heeft niemand de opmerking gemaakt: gij volgt mij nu, ik wil dat niet. Als je dat niet wilt, kunnen we u ook geen jobs geven. Dat was heel duidelijk voor de chauffeurs. Voor de klanten, die gaven niet meer data aan ons dat ze aan andere verzenders gaven.

I: Ziet u zelf misschien nog barrières voor de crowdsourced delivery sector?

H: Wetgeving.

I: Wat wilt u daar precies mee zeggen? Een specifieke wetgeving?

H: Toen wij starten was dat tegelijkertijd met wet De Croo. Ik weet niet of dat nog altijd bestaat. Als die wetgeving er niet meer zou zijn of zou veranderen, dan zou het voor de chauffeurs minder interessant zijn. Ten tweede alles rond transportvergunningen. Van TLV hebben we ook een klacht gehad, want we mogen geen goederen vervoeren zonder transportvergunning. We mogen dat eigenlijk wel, want de opdrachtgever is een C. Het is de C die iets bestelt bij de B en het is die C die zegt tegen de B, stuur dat maar naar mijn huis. Dus de opdrachtgever is eigenlijk een C. Dus voor ons was dat eigenlijk geen issue. Dat soort dingen, dat is het legale kader errond dat het niet gemakkelijk maakt.

I: U zei dan van de transportvergunning, maar in jullie geval was dat niet zo zeer van toepassing omdat de consument de opdrachtgever was. Maar dan in het geval van B2C was dat wel weer een probleem?

H: Wij hebben daar een draai aan gegeven. Wij zeggen dan bijvoorbeeld die bloemist, ik zeg tegen die bloemist ik wil vanavond een bos bloemen aan mijn huis geleverd hebben. De bloemist geeft dan die order in in de bringr-app, maar wie is de opdrachtgever? Ik of de bloemist? Het is jammer dat er zo'n

dingen gebeuren. De dingen die wij hebben verstuurd waren nooit een bedreiging voor een klassieke pakjes organisatie. Het type goederen en dienst is totaal anders. Dus het is echt wel aanvullend.

I: Dan zou ik het graag ook willen hebben over de opportuniteiten. De eerste opportuniteit die ik had teruggevonden was de prijs. U heeft al gezegd dat de prijs wel hoger is dan een traditioneel pakketbedrijf. Heeft u daar een zicht op in welke mate dit verschilt?

H: Gemakkelijk maal 2. Wij begonnen ergens aan 6 - 7 euro voor een klein pakje dat niet ver moest gaan. De criteria waren de grootte van het pakket en de afstand. Als ge weet dat de hele grote bedrijven zoals Zalando en Amazon nauwelijks 2 euro betalen. Als ge een gewoon pakje verstuurd via bpost verstuurd, bent ge ook snel 5 of 6 euro kwijt.

I: Ja, is 5,70 euro.

H: Die fietsen die dan naar de kust werden gebracht, ik denk dat dat vanuit Tienen was. Dat was gemakkelijk 40 of 45 euro, wat nog altijd heel weinig is.

I: Als ge dat via de post zou moeten versturen...

H: Dat krijgt ge niet gedaan. De post zal zeggen dat krijgt ge niet in een doos, dus wij kunnen dat niet versturen. Een belangrijk punt in dat prijs verhaal rond opportuniteit, wij hebben zelf beslist om de prijs te bepalen. Wij hadden ook kunnen zeggen we doen op een opbod. Dat de chauffeur zegt welke prijs hij wil aanrekenen. Dat hebben we bewust niet gedaan omdat wij dachten dat dat de waarde van een transport juist naar onder gaat. Terwijl wij zeggen dat is on demand, point-to-point, dus waardevol. We willen de prijs dus ook effectief kunnen zetten in de markt.

I: Dus het was een vast tarief per uitgevoerde levering?

H: Ja, per uitgevoerde levering. En het tarief hing af van grootte van het pak en de afstand.

I: Werden ook beloningen uitgeleverd in de vorm van cadeaubonnen of kortingen? Of was het enkel een monetaire beloning?

H: Enkel monetair.

I: En waarom die specifieke keuze?

H: Ik denk dat niemand daar eigenlijk aan gedacht heeft.

I: En werd er bijvoorbeeld ook aandacht besteed aan de niet-monetaire beloningen bij het aantrekken van de bezorgers? Bijvoorbeeld de milieuvordelen of een onbaatzuchtige ervaring?

H: Nee, eigenlijk niet (lacht). Wat wel meespeelde was natuurlijk het community gevoel van ge wordt een bringr en ge maakt deel uit van de bringr-community. Maar daar zijn we nooit echt ver ingegaan. Het belangrijkste incentive voor hen was dat ge geld kon bijverdienen op het moment dat het u past. En de volledige vrijheid in het bijverdienen van geld.

I: Het vervoeren van zo'n klein pakketje kostte ongeveer 6 à 7 euro. Hoeveel hield bringr daar zelf van over en hoeveel de bezorger?

H: We zijn begonnen aan 20% commissie. Ik weet niet hoeveel het geëindigd is.

I: En ziet u de prijs als een opportuniteit of als een barrière?

H: Dat vind ik heel dubbel. Ik weet niet hoe ik het zie, het gaat ongeveer in het midden zijn. Crowdsourced zou aanleiding kunnen geven tot waarde destructie omdat ge denkt die doet dat toch maar met de fiets. Die moet maar 2 km rijden, dus ik geef die maar 1,50 euro, meer moet die niet verdienen. Dat is een bedreiging voor de chauffeurs, want zij verdienen minder dan. Langs de andere kant is het een opportuniteit voor de verzender. Dus ge moet beide kanten van de balans goed in evenwicht houden.

I: Dan de volgende opportuniteit die ik had teruggevonden was de samenwerking met kmo's. Dat komt een beetje overeen met de bloemenwinkels waar u daarnet over vertelde. Is het voor kmo's nu dat de nadruk meer en meer op e-commerce komt te liggen gunstiger of ongunstiger om samen te werken met die crowdsourced delivery bedrijven?

H: Ik denk gunstiger omdat wij daar wel degelijk een alternatief hebben geboden om op te boksen tegen die e-commerce. Nu hadden ze effectief de mogelijkheid om vanuit hun winkel iets te leveren naar hun klant. Dat zelfs sneller ging dan dat de klant het via Amazon bestelde. Het geven van een levering aan huis oplossing en de snelheid die daarmee gepaard was. Zo'n bloemenwinkel gaat natuurlijk nooit geserved worden door ne bpost. Eigenlijk alles wat in het typische stadscentrum zit, heeft geen oplossing. Bijvoorbeeld als ik iets bestel bij de slager, hoe moet die dat bij mij krijgen? Ik denk dat het voor kmo's absoluut een opportuniteit om met zo'n crowdsourced bedrijven samen te werken.

I: Nu hebben we het vooral gehad over zeer specifieke winkels, dus bloemenwinkels en slagerijen. Bijvoorbeeld voor de typische schoenen- en kledingwinkels, geldt dat daar ook voor?

H: Goeie vraag. Daar zit ge ook met ik koop en moet het dan nog passen, vooraleer ik zeker ben dat het goed is. Dat wordt moeilijker. Want als de schoenen niet passen of de kleur is niet leuk. Hoe krijgt ge dat terug? Daar heb je met de klassieke pakjes, wel altijd een retouroplossing. Dat gaat ge met crowdsourced veel minder hebben. Dan moet ge al 2 keer een point-to-point in leggen en dan wordt het al een heel dure affaire. Voor die dingen lijkt het mij minder evident.

I: Dus meer voor specifieke concepten?

H: Ja en zo zijn er veel. Ge kunt bijvoorbeeld zeggen ik heb mijn schoenen zelf binnengebracht bij de schoenmaker en ze worden hersteld en mij terug geleverd. Het is niet voor alle goederen weggelegd. Het is meer een nicheproduct of -dienst.

I: Het biedt dan ook voordelen voor de consument of zijn er eventuele nadelen?

H: Nadeel zou ge kunnen zeggen de prijs. Het is toch wel duurder dan een gewone levering. Het voordeel is dat ge het direct hebt. Snelheid is een, maar ge hebt ook veel meer keuze. Het hele lokale economie-aspect, dat toch een trend is geworden, dat wordt enabled door crowdsourced. Dat wil zeggen dat je als consument wel uw schoenen bij uw lokale schoenenwinkel kunt kopen. Misschien wil je die helemaal niet kopen bij Zalando, want daarmee steunt ge uw lokale schoenwinkel niet, maar tot nu toe had je geen

ander alternatief. Ik denk dat het wel voordelen biedt voor de consument, maar het is wel een dure affaire.

I: Zijn crowdsourced leveringen vanuit uw oogpunt beter of slechter te traceren dan traditionele leveringen?

H: Ik zou durven zeggen beter. Het ligt meer aan technologie dan het feit dat het crowdsourced is. Omdat ge werkt met een app en vanaf het moment dat die de job aanneemt tot het moment dat die het pakket heeft afgeleverd, konden we real time zien waar de chauffeur zat. Ik weet niet of de verzender zicht had op waar de chauffeur zich bevond fysiek, maar wel een statusupdate: hij is onderweg, hij heeft pak bij u opgepikt, hij is onderweg naar de ontvanger, hij heeft het afgeleverd. Ik denk dat traceability beter is dan bij een klassiek netwerk omdat ge daar zit maar op een bepaald aantal punten een trigger hebt.

I: Als u dat dan vergelijkt met de diensten van bpost zelf, is het daar dan moeilijker om te weten waar dat de postbode specifiek zit?

H: Ik durf het niet meer zeggen, want ik denk dat ze de postbodes nu nog beter volgen. Toen was dat niet het geval. Toen gaf de postbode gewoon een scan op een pak en dan weet ge wat de status is van dat pak, maar ge weet niet waar de postbode zit. Misschien dat dat ondertussen wel geëvolueerd is.

I: En zijn zo'n crowdsourced leveringen meer of minder personaliseerbaar voor de consument?

H: Ik zou zeggen meer personaliseerbaar. Ge kunt eigenlijk al uw wensen ingeven in die aanvraag. Als er een chauffeur is die zegt dat hij alle wensen wel wil invullen, dan hebt ge geluk en dan wordt dat ook zo uitgevoerd.

I: Bijvoorbeeld avondleveringen gebeuren dan ook veel makkelijker?

H: Ook. Ge kunt ook nu al een levering inleggen voor binnen een paar dagen. De pick-up en levering moest bij ons wel op dezelfde dag gebeuren zodat de chauffeur niet 's nachts dat mee naar zijn thuis moest nemen. De keuzemogelijkheden voor de levering zelf zijn groter, maar ook de keuzemogelijkheden voor het product zelf zijn groter. Ge kunt uw bloemen, aangezien het langs lokale handelaars gaat, die toch meer persoonlijk werken dan de grotere Zalando's enz.

I: En ziet u de samenwerking met kmo's als een opportuniteit of als een barrière?

H: Als een opportuniteit. Ik denk echt dat dat een unserved audience is, in stadscentra, de lokale handel ontsluiten naar hun klanten in de buurt.

I: Maar niet per se daar nationaal mee gaan?

H: Nee zeker niet, want dan wordt het weer te duur. Zeker in het model zoals wij het deden. Als ge een boeket bloemen verstuurd van Hasselt naar Oostende wordt het nog duur omdat het zo ver is. Als ge dat van Hasselt naar Hasselt doet, is het dat waard. Nationaal niet, dan moet ge echt terug naar het klassieke, goedoperende pakjesnetwerk.

I: Een andere opportuniteit die ik had teruggevonden was de milieu-impact. Zijn crowdsourced leveringen volgens u meer of minder gunstig voor het milieu dan traditionele leveringen?

H: Het politiek correcte antwoord is waarschijnlijk om te zeggen: dat hangt ervan af. Maar ik denk dat het minder gunstig is voor het milieu, omdat ge 1 pakje oppakt en van 1 specifiek adres naar een ander specifiek adres brengt. Ge gaat helemaal geen schaalvoordelen proberen te zoeken van meerdere pakjes in een bestelwagen, wat automatisch minder milieubelasting is. Ik denk dat het dus meer is. Maar als ge het vergelijkt met het traditionele, ik ga zelf winkelen bij de slager, dan denk ik dat het wel eens beter zou kunnen zijn.

I: Dat hangt er natuurlijk ook vanaf op welke manier ge u verplaatst.

H: Juist. Voor die brings ook. Er waren verschillende prijscategorieën: mensen met de fiets, met de wagen, met de bestelwagen.

I: En ziet u de milieu-impact als een opportuniteit of als een barrière?

H: Dan denk ik toch een barrière. Ik denk dat het eerder een nadeel is dan een voordeel.

I: Ook vooral omdat het geen dedicated leveringen zijn en geen consolidatie?

H: Geen consolidatie, dedicated leveringen en wat wij ook veel zagen was veel met de wagen, toch in ons geval.

I: Dan de laatste opportuniteit die ik had gevonden was de sociale impact. Hebben crowdsourced delivery bedrijven een positieve of negatieve impact op de gemeenschap?

H: Wat mij betreft, een positieve impact. Ik weet dat er stemmen zijn die gaan zeggen: helemaal niet waar, want ge gaat die mensen uitbuiten. Ik zie dat als volgt: ge geeft aan persoon zoals gij en ik de mogelijkheid om werk te doen op het moment dat zij dat willen. Ik schrijf mij in op bringr, Deliveroo... En als iedereen op dezelfde manier werkt, dezelfde vrijheid geven aan de chauffeur om te werken of niet. Dan is dat voor u als chauffeur een geweldige positieve impact. Als ge verplicht bent om een job te doen en ge wilt het niet doen of het past niet in uw schema, dan is het een ander verhaal. Maar crowdsourcing pur sans, zoals wij het zagen, dan zie ik het toch als een positieve impact.

I: En leiden deze crowdsourced diensten tot meer of minder werkgelegenheid?

H: Ik zou denken meer. Dat was de vrees van de vakbonden ook: ge neemt ons werk af. Maar dat was niet, want we zagen dat de goederen die wij transporteerden nooit via het postale netwerken zouden zijn gegaan. Dat wil zeggen dat het extra werk is per definitie.

I: En ziet u dan de sociale impact als een opportuniteit of als een barrière?

H: Ik zie dat eerder als een opportuniteit, maar onder de voorwaarde dat de keuze aan degene is die het werk doet of dat hij het doet ja of nee. Wat er dan kan gebeuren, stel dat ik 4 zo'n apps heb en ik krijg van alle 4 een opdracht op hetzelfde moment. Welke opdracht ga ik dan kiezen? Waarschijnlijk degene die voor mij het makkelijkste uitkomt en waar ik het meeste aan verdien. Dat wil zeggen dat die 4 aanbieders van werk ik concurrentie worden gezet ten opzichte van elkaar. Dus als bringr meer biedt voor een opdracht dan Deliveroo, dan ga ik een bringr-opdracht doen in plaats van Deliveroo. Deliveroo gaat dan zeggen: ik heb geen chauffeurs meer voor mijn opdrachten, dus ik moet ook meer gaan geven. Dan schuift die machtsbalans terug naar de uitvoerder.

I: Dat is alleen maar voordelig?

H: Ja, ik ben daar misschien wat naïef en utopisch in.

I: Ziet u zelf nog opportuniteiten voor de crowdsourced delivery sector?

H: Ik denk alles wat grotere goederen is, zoals de speciallekes zoals die fietsen. Bij ons ging dat ook wel. Dat was toch niet altijd gemakkelijk. Ik denk dat daar wel veel vraag achter is. Ik ga naar Ikea en ik krijg het niet allemaal in de auto. Of ik ga verhuizen en moet 1 bank verhuizen. Hoe ga ik dat doen? Een camionette huren, maar dat is altijd een gedoe. Dus ik denk voor de uglies, de odd-size dingen, dat daar nog wel een opportuniteit zit.

I: Het laatste deel dat ik zou willen bespreken is de concretisering van de sector. Is crowdsourced delivery volgens u voldoende ingeburgerd in Vlaanderen?

H: Nee.

I: Is daar een reden voor?

H: Ik ken eigenlijk te weinig andere initiatieven. Misschien is het gewoon uit onwetendheid. Ik heb geen weet van heel veel crowdsourced initiatieven.

I: Zeker dan op vlak van pakketbezorging? Want Uber Eats en Deliveroo...

H: Dat is juist. Kan Deliveroo echt onder crowdsourced delivery worden gezien.

I: (legt definitie van crowdsourced delivery uit).

H: Voor mij is ook nog een belangrijk aspect dat er geen contractuele overeenkomst is tussen de crowd en de aanbieder van het platform. De contractuele overeenkomst is eigenlijk ad hoc, per opdracht. Dan zit ge volgens mij echt met puur crowdsourced. Als er wel een contractuele overeenkomst is, dan is dat gewoon een werknemer zoals een andere, met een iets andere vorm van contract.

I: Welke rol moet de overheid op zich nemen om de groei van crowdsourced delivery op zich nemen om de groei van crowdsourced delivery te bevorderen?

H: Echt faciliterend. Ik denk dat die drempel van 6.400 euro best nog wel omhoog zou kunnen. Plus ook duidelijkheid scheppen in heel die transportvergunningen toestand. Is het nu onderhevig aan transportvergunningen of niet? En als het dan blijkt van wel, dan is crowdsourced meteen dood. Ze zouden die vrijplaats van crowdsourced leveringen beter moeten definiëren.

I: Ook dat er dan minder belemmeringen zijn vanuit de sector zelf? Want dat houdt het nu momenteel een beetje tegen.

H: Ja, want iedereen heeft schrik. Ik ga het maar niet doen, want het is niet helemaal duidelijk, mag ik het of mag ik het niet? Die transportorganisaties zijn nogal redelijk actief. Wij waren nu een uitzondering, maar hoe moeten kleine start-ups zich hiertegen wapenen?

I: Moeten er volgens u nog stappen worden ondernomen voordat crowdsourced delivery een vaste waarde kan worden in de pakketbezorging?

H: Ik denk dat het belangrijkste is meer duidelijkheid rond wetgeving en die drempel omhoog van de deeleconomie. Ik denk iedere crowdsourced delivery aanbieder zelf, veel meer bekendheid proberen te creëren bij de C's. Want in feite zijn het altijd de C's die aan de origine liggen van zo'n aanvraag.

I: Als die vraag er is, zullen de bedrijven ook volgen?

H: Dat denk ik wel. Zeker het laatste jaar, die vraag kan alleen maar gestegen zijn. En ik zie niet in een keer veel meer crowdsourced initiatieven komen.

I: De meeste hebben ook stilgelegen tijdens de corona crisis omwille van de gezondheidsregels. Dat bemoeilijkt het ook een beetje.

H: Daaraan merkt ge het ook een beetje. GLS en bpost die blijven gewoon doorrijden, die leveren toch ook hun pakje aan huis. Die doen het wel. Daaraan ziet ge ook weer die slagkracht van die grotere spelers, die die regels wel goed kunnen interpreteren en zich daar wel goed naar kunnen organiseren. En een kleine speler zegt: oei, ik zal maar stoppen, want anders loop ik te veel risico. Of wat ook kan zijn, vermits crowdsourced delivery vooral lokaal is en de lokale economie ook eventjes heeft stilgelegen.

I: Dat was mijn laatste vraag, dankuwel.

Bijlage IX. Interview Öhzan Zurel (BIPT)

Geïnterviewde: Öhzan Zurel (O)

Interviewer: Isabelle Biesemans (I)

Datum: 22 april 2021 om 16.00 uur

Online via Microsoft Teams

I: Allereerst wil ik u graag bedanken dat u de tijd vrijmaakt voor dit interview. Ik neem dit interview met u af in kader van mijn masterproef. Ik onderzoek de opportuniteiten en barrières in de crowdsourced delivery pakketindustrie. De audio van dit interview zal worden opgenomen zodat ik hierna een transcriptie kan schrijven. De informatie wordt enkel gebruikt in kader van dit onderzoek. Gaat u ermee akkoord dat u volledig vrijwillig wordt geïnterviewd en dat de informatie uit dit interview wordt gebruikt voor mijn onderzoek?

O: Ja, uiteraard. Het mag zeker gebruikt worden, het is wel geen officieel BIPT-standpunt. Ik adviseer enkel. Als er een officieel BIPT-standpunt gevraagd wordt, dan moet dat door de Raad goedgekeurd worden.

I: Oké. Mijn eerste vraag is: Waar staat BIPT eigenlijk voor?

O: Belgisch Instituut voor Postdiensten en Telecommunicatie.

I: En waarom is de organisatie juist opgericht?

O: Dat is eigenlijk een Europese verplichting. Het is in regulator opgericht voor de post- en telecom markt te reguleren en te liberaliseren.

I: En is het daarom ook een overheidsinstelling?

O: Het is eigenlijk een soort parastatalen, zo werd dat vroeger genoemd. En nu is het een onafhankelijke instelling. We zijn niet gelinkt aan een ministerie. We zijn volledig onafhankelijk in onze opdracht.

I: En de taak is dan eigenlijk toezien op de postale en telecommunicatiesector?

O: Ja. Post, telecom en frequentiebeheer bijvoorbeeld.

I: Waar letten jullie bijvoorbeeld op in de postale sector?

O: Dat is eigenlijk heel breed. Dat zijn de wettelijke verplichtingen, bijvoorbeeld de kwaliteitcijfers van bpost, of dat die voldoen aan de wettelijke verplichtingen. Maar ook alles daarbuiten. De tarieven moeten worden goedgekeurd door BIPT als bpost zijn tarieven wil verhogen.

I: En het gaat enkel over bpost of ook over andere pakjesbedrijven?

O: Je hebt verschillende segmenten in de postsector: het brievenpost segment, waar bpost vooral in actief is, maar ook het pakket segment waar ook andere spelers in actief zijn. Je hebt de integratoren, maar ook de kleinere spelers. Je hebt bpost, DHL, UPS...

I: Die worden dan ook gecontroleerd op hun tarieven en of alles wordt nageleefd?

O: Nee, tarieven niet want die zijn vooral actief in de express-sector. Je hebt de standaard pakjes en de express pakjes. Daarom hebben zij minder verplichtingen wettelijk gezien. Ze moeten wel aan enkele zaken voldoen, bijvoorbeeld een logo dragen bij de pakketlevering zelf. Het is zo dat bpost de universele dienstverlener is en dat die daarom iets meer verplichtingen heeft dan de andere operatoren.

I: In mijn interview met TLV is naar boven gekomen dat pakketbedrijven een bepaalde vergunning nodig hebben van BIPT. Klopt dat?

O: Nee. Vroeger was dat wel zo. Vroeger moesten de pakketbedrijven ons notificeren dat ze actief zijn binnen het pakket segment. Dat is opgeheven geweest, maar het precieze jaartal ken ik niet meer van buiten. Op dit moment moeten pakketbedrijven geen vergunning aanvragen om pakketten te leveren. Er is enkel een licentieverplichting voor brievenpost.

I: En waarom wordt er nu juist het verschil gemaakt tussen brieven en pakketten?

O: Dat is historisch zo gegroeid. Vroeger was het overgrote aandeel binnen de postale items waren brieven. Pakjes, dat is in het verloop van de vorige eeuw geleidelijk aangegroeid. Dat is pas sinds de intrede van internet, vooral met e-commerce, dat het pakjes segment heel fel is gestegen.

I: En u verwacht niet dat er een vergunning nodig gaat zijn voor pakketten, nu dat de pakjes leveringen zo in de lift zitten, nu zeker met de corona crisis?

O: Dat is redelijk moeilijk. Op dit moment is het pakket segment redelijk concurrentieel. Er zijn veel spelers actief. De regelgeving daaromtrent is moeilijk te voorspellen.

I: Dat begrijp ik. U zei dus dat pakketbezorging diensten, die vooral gefocust zijn op express, dat die wel bepaalde verplichtingen hebben. Crowdsourced delivery focust ook vooral op express, aangezien de meeste leveringen worden op dezelfde dag opgehaald en geleverd. Dus dat kan geplaatst worden onder de noem expressdienst. Dus zou u kunnen oplijsten wat nu juist die voorwaarden zijn waaraan ze allemaal moeten voldoen?

O: Dat zal ik best aan onze juristen vragen. Die gaan een mooie lijst kunnen maken op basis van de postwet. Ik zal u dat doorsturen [Toegevoegd: artikel 3 van de Postwet <http://www.ejustice.just.fgov.be/eli/wet/2018/01/26/2018010510/justel#LNK0001>].

I: En hebben jullie ook contact met die crowdsourced platformen? Of moeten zij bepaalde dingen aanvragen?

O: Nee, maar er is wel een nieuwe verordening opgestart op Europees vlak, vanuit de Europese Commissie. Dat is een verordening om de pakjes tarieven transparanter te maken. Vooral om cross-border e-commerce, dus tussen de lidstaten, te ondersteunen. Daarin is wel expliciet opgenomen dat platformen die postale taken uitvoeren, dat die daar expliciet ook onder vallen. En crowdsourcing valt er ook onder. Dus vanaf het moment dat die crowdsourcing platforms meer dan 50 mensen in dienst hebben, of als ze actief zijn in meerdere lidstaten, moeten ze hun tarieven meedelen aan de Europese Commissie. Dus zouden ze zich wel moeten registreren bij BIPT. Die andere pakjes integratoren, degenen die daaronder vallen, zijn er een 10-tal op dit moment. Zij doen dat ook al.

I: Weet u toevallig welke verordening dat is?

O: Ik zal u die doorsturen. [Toegevoegd: VERORDENING (EU) 2018/644 VAN HET EUROPEES PARLEMENT EN DE RAAD van 18 april 2018 betreffende grensoverschrijdende pakketbezorgdiensten]

I: Zij mogen dan een bepaald bedrag niet overschrijden?

O: Nee, zij moeten gewoon hun eigen tarieven meedelen. Dus voor een bepaald aantal producten, die staan in de bijlage van die verordening, staat bijvoorbeeld een pakje van 2 kg, met track-and-trace, hoeveel kost dat bij jullie? Uiteindelijk komt dat terecht op een website, en daar kunnen de consumenten gaan kijken en vergelijken. [Toegevoegd: https://ec.europa.eu/growth/sectors/postal-services/parcel-delivery/public-tariffs-cross-border_en]

I: Dus eigenlijk om de consument te helpen een betere keuze te maken?

O: Ja, vooral op transparantie gericht inderdaad.

I: Dat is zeker wel goed. Spijtig dat het enkel is voor platformen die in meerdere lidstaten actief zijn. Er zijn er heel veel die enkel in België actief zijn. Vindt u het een goed idee als dat ook voor België gaat gebeuren?

O: Het idee om niet iedereen op te nemen, is volgens mij om geen ellenlange lijsten te hebben. En om ze niet te zwaar te belasten met regulering, dat de regulatory burden op die spelers niet te groot wordt. Kleine speler met 10 mensen gaan belasten met al die verplichtingen... Ik denk dat dat de beweegreden is geweest om te kiezen voor actief in meerdere lidstaten of enkel bij meer dan 50 mensen in diensten.

I: Is 50 personen eigenlijk niet weinig? Als ik dan denk aan bringr, zij hebben mij verteld dat ze in een mum van tijd aan honderden bezorgers zijn geraakt. Hoe ziet u dat?

O: Dat komt omdat de klassieke postbedrijven, dat zij vaak veel minder werknemers hebben. Omdat zij vooral werken met contracten etc. Ze richten zich vooral op de klassieke bedeling. Die crowdsourcing platformen is een nieuw ondernemingsmodel. Je kan iemand hebben die 10 keer per jaar een pakje ophaalt en aflevert en die telt wel als werknemer. Ik denk dat het aantal vanuit die platformen altijd een beetje vertekend zal zijn. Er zullen altijd veel meer mensen werken bij die platformen, omdat zij een veel grotere pool hebben om uit te vissen.

I: En hoe staat BIPT eigenlijk tegenover al die crowdsourced platformen? Zijn ze daar voor of zijn ze daar tegen?

O: Dat is een vraag die ik aan de raad ga moeten voorleggen, dus daar ga ik niet op antwoorden.

I: Dat begrijp ik. Ziet u bijvoorbeeld problemen? Dat werd bijvoorbeeld aangekaart door TLV. Ze stelden zich vraagtekens bij de privacy van de ontvanger als een crowdsourced bezorger een pakje levert. Stel die persoon kent de ontvanger en die ziet dat die persoon bij die winkel een pakje heeft besteld. Ziet u daar moeilijkheden in? Kan dat een inbreuk zijn op de privacy? Is er veel verschil tegenover de gewone pakjesbezorging?

O: Ik denk niet dat er een regulering is voor de buitenzijde van de pakketten, voor privacywetgeving. Ik denk dat dat een beetje vrij is aan de e-retailer of ze daar hun logo opzetten of niet. Ik heb ook wel weet van e-retailers die hun logo op de buitenkant zetten en worden geleverd door de klassieke postale

netwerken. Soms is er zelfs geen doos rond pakket, dat je zelfs kan zien wat er gekocht is. Dat is een beetje aan e-retailer om daar een beleid rond te hebben.

I: Maar u denkt niet dat dat een inbreuk kan zijn op de privacy van de ontvanger omdat de crowdsourced bezorger weet dat dat pakket van die specifieke winkel komt?

O: Vanuit de postwet is daar voor zover ik weet, geen belemmering toe. Er is wel het briefgeheim. Dat is het enige dat wel heel belangrijk is. Dat is ook sterk gereguleerd. Dus als er een brief wordt verstuurd, dat enkel de ontvanger daar inzage in heeft.

I: En is het misschien ook goed om een pakket geheim wet te ontwikkelen? Ziet u daar voordelen van in?

O: Ik denk dat sowieso niemand zomaar een pakket mag openen, maar als een pakket een bepaalde vorm of grootte heeft, gaat dat altijd wel iets kunnen verraden over de inhoud. Ik heb zelf geen weet of er vanuit het beleid daar problemen rond gedetecteerd zijn.

I: Dat waren eigenlijk zo goed als al mijn vragen. Ik weet niet of graag nog iets wil toevoegen over crowdsourced delivery?

O: Er zijn wel veel initiatieven op de markt, dat zijn meestal start-ups. Het is wel belangrijk om innovatie voldoende zuurstof te geven, dat nieuwe ondernemingen organisch kunnen groeien op de markt. Vanuit BIPT letten we daar ook wel op.

I: En de postale wetgeving geeft die vrijheid ook?

O: Ja. Vanuit pakjes, vergeleken met de vroegere wetgeving, zijn er belemmeringen om pakjes te gaan verdelen.

I: En is dat ook juist gebeurt om die innovatie toe te laten op de markt?

O: Dat zou ik moeten controleren. Maar ik kan me wel inbeelden dat dat een van de redenen geweest is om gewoon geen extra registratie of regulering te hebben zodat mensen de markt kunnen betreden. Misschien is dat wel nuttig voor jou: er zijn ongeveer 700 pakket operatoren in België. Dat is een heel grote markt, omdat er ook veel kleine ondernemingen zijn. Het zijn niet enkel de grote die alles in handen hebben. Ons observatorium, dus onze jaarlijkse marktanalyse, die kan ik u ook doorsturen. [Toegevoegd:

https://www.bipt.be/index.php/file/cc73d96153bbd5448a56f19d925d05b1379c7f21/8c3facb1fb6ba56c8e8fd18eeba79c2413f1d111/Postobservatorium_2019.pdf]. Daar staat ook een analyse in welke spelers er actief zijn op de pakjesmarkt.

I: Ik verschiet er wel van dat dat er 700 zijn. En staat er in dat document ook hoeveel crowdsourced delivery bedrijven er zijn?

O: Nee, dat denk ik niet. Ik denk dat het gewoon een algemene is, gewoon het aantal mensen die zich geregistreerd hebben bij de Kruispuntbank als pakketleverancier.

I: En u heeft er ook geen zicht op hoeveel het er juist zijn?

O: Crowdsourcing echt? Ik denk dat het er een vijftal zijn.

I: Is zeer weinig ten opzichte van 700.

O: Ja. Het is een nieuw ondernemingsmodel ook.

I: Oké dankuwel dat was mijn laatste vraag.

O: Geen probleem, ik zal u de documenten nog doorsturen.

I: Dankuwel.