

AH 612
2020Z16754

Antwoord van staatssecretaris Keijzer (Economische Zaken en Klimaat), mede namens de staatssecretaris van Infrastructuur en Waterstaat (ontvangen 30 oktober 2020)

Zie ook Aanhangsel Handelingen, vergaderjaar 2020-2021, nr. 386

1

Bent u bekend met het bericht 'ACM: pakketbezorging verloopt goed, maar er is ruimte voor verbetering' 1) en het bericht 'Pakket bezorgen bij afhaalpunt is duurzamer, mits lopend of met fiets opgehaald'? 2)

Antwoord

Ja

2

Wat is uw reactie op het rapport 'Marktstudie last mile pakketbezorging' dat eerder dit jaar is uitgekomen? 3) In hoeverre deelt u de conclusies van dit rapport over duurzaamheid en CO₂-reductie in de last mile?

Antwoord

De eerste conclusie in dit rapport van de Autoriteit Consument en Markt (ACM) is dat deze markt in economische zin op hoofdlijnen goed functioneert. Dit vind ik een belangrijk gegeven. Wel ziet de ACM ruimte voor verbetering van duurzamere logistieke oplossingen. De ACM ziet dan ook voordelen van een verdere uitbreiding (en daardoor betere dekking) van het aantal servicepunten en pakketkluizen. Deze oplossingen bieden klanten meer keuzevrijheid en kunnen het aantal verkeersbewegingen reduceren.

De ACM constateert ook dat pakketvervoerders en start-ups de laatste jaren geïnvesteerd hebben in innovatieve oplossingen om de *last mile* bezorging efficiënter en duurzamer te maken. Ik zie daar ook veel concrete voorbeelden van. Zo zijn zogenaamde buurtpunten in opkomst (ophalen of afgeven van een pakket bij een particulier in de woonwijk die daarvoor een vergoeding ontvangt) en zijn partijen als PostNL en DHL al geruime tijd bezig met het vervangen van diesel- door elektrische vervoersmiddelen. Verder bieden steeds meer webwinkels aan hun

klanten de keuze tussen thuisbezorgen of ophalen via een afhaalpunt. Ik vind het in het kader van de duurzaamheidsdoelstellingen van het kabinet belangrijk dat bedrijven hun verantwoordelijkheid nemen op dit terrein.

3

Onderschrijft u daarnaast de conclusies van TNO dat wanneer meer online consumenten hun pakket naar een afhaalpunt laten sturen in plaats van naar hun huis, en zij dit pakket vervolgens met de fiets of lopend ophalen, dit bijdraagt aan een verlaging van de maatschappelijke, externe kosten van pakketbezorging (zoals verkeerscongestie en CO₂-uitstoot)?

Antwoord

Binnen de randvoorwaarden die in de vraag zijn geformuleerd, onderschrijf ik die conclusie. TNO heeft op basis van modelberekeningen de effecten van een toename van het gebruik van afhaalpunten doorgerekend. Hieruit blijkt dat wanneer 50% van de pakketten in een ronde naar afhaalpunten wordt gebracht in plaats van naar huisadressen, er circa 17% CO₂-reductie zal zijn in het totale *last-mile* netwerk. Op het moment dat het voordeel van het leveren aan afhaalpunten toegekend wordt aan de specifieke pakketten die naar het afhaalpunt gaan, dan is het milieuvoordeel per pakket zelfs 33%.

Daarbij wordt door TNO aangetekend dat het milieuvoordeel dat de vervoerder op deze manier kan behalen, voor een belangrijk deel wordt bepaald door de keuze die de consument maakt om een pakket op te halen en welk vervoermiddel daarvoor wordt gebruikt. Als de consument speciaal voor het ophalen van het pakket een rit met de auto maakt, dan wordt de milieuwinst van de vervoerder volledig tenietgedaan. In dat geval is aan huis leveren een duurzamere keuze. Het feitelijke gedrag van de consument is hier dus een belangrijke factor.

In dat verband wijs ik u graag op de lancering van de nieuwe website “Bewust Bezorgd” in juni dit jaar. Deze website is het resultaat van een samenwerking tussen het ministerie van IenW, Topsector Logistiek, Connekt en Thuiswinkel.org om de verduurzaming van e-commerce te bevorderen. Met Bewust Bezorgd krijgen webwinkels inzicht in de CO₂-impact van de pakketbezorging per afleveroptie, en welk effect CO₂-reductiemaatregelen hebben. Met deze tool kunnen webwinkels hun klanten vervolgens informeren over de impact van de keuze die zij maken ten aanzien van de bezorging. Dit kan een transparante en efficiënte manier zijn om het gedrag van de consument te beïnvloeden. Daarnaast werkt IenW samen met Thuiswinkel.org aan een onderzoek over manieren waarop consumenten bewust duurzaam handelen bij het online bestellen.

4

Klopt het dat slechts een klein deel van de vervoersbewegingen in Nederland, ongeveer 4-5 procent, verband houdt met pakketbezorging voor e-commerce bedrijven, terwijl het overgrote deel is gerelateerd aan leveringen voor sectoren als bouw en horeca (die buiten de reikwijdte van de hierboven aangehaalde onderzoeken vallen)?

Antwoord

Uit meerdere studies (bijvoorbeeld *Stedelijke bevoorrading*, Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid (ministerie van IenW) van juni 2017 en *Quickscan aard en omvang bouwlogistiek*, Buck Consultants in opdracht van Topsector Logistiek, maart 2020) komt inderdaad naar voren dat het bij stedelijke bevoorrading en mobiliteitsbewegingen in bewoonde gebieden met name gaat om horeca en winkels en bouw- en sloopverkeer. Daarbij valt verder op dat het daarbij om circa 70% grote vrachtwagens (>7 ton) gaat. Het aandeel van het bestelverkeer voor het thuisbezorgen van pakketten en levensmiddelen is veel kleiner. Het aandeel bestelverkeer is wel gegroeid, met name door de coronacrisis bestellen meer consumenten online.

5

Hoe kijkt u aan tegen een uitbreiding van het aantal servicepunten en pakketkluizen (onafhankelijk van de vervoerder), zodat - aldus de Autoriteit Consument en Markt (ACM) - "meer consumenten een servicepunt of pakketkluis op loopafstand tot hun beschikking hebben"? Deelt u de mening van de ACM dat dit "niet alleen leidt niet tot een verhoogd dekkingsniveau van het bezorgingsnetwerk waardoor meer huishoudens over een alternatief voor thuisbezorging op loopafstand beschikken, maar dat dit ook bijdraagt aan een efficiëntere en duurzamere vorm van pakketbezorging"?

Antwoord

Ik kan mij goed voorstellen dat uitbreiding van servicepunten goed zou kunnen passen bij de duurzaamheidsdoelstellingen van de betrokken marktpartijen en bij investeringsbeslissingen teneinde de kwaliteit van de dienstverlening aan de klant te verbeteren. Als dat ertoe leidt dat de keuzevrijheid voor consumenten en de mogelijkheden om meer milieubewuste keuzes te maken worden vergroot juich ik dit soort initiatieven van de markt van harte toe.

6

Op welke wijze zou een dergelijk landelijk netwerk kunnen worden bewerkstelligd, bijvoorbeeld door drempels als hoge investeringskosten en verschillen in gemeentelijk beleid weg te nemen? Welke acties kunt u daar zelf toe ondernemen?

Antwoord

Ik heb in het antwoord op vraag 3 al benadrukt dat het gedrag van de consument bijzonder bepalend is. Voor het gebruik van pakketkluizen of ander ophaallocaties is acceptatie en de behoefte van klanten doorslaggevend. Marktpartijen beschikken zelf over de beste informatie met betrekking tot het gedrag van hun klanten en de eigen milieubelasting. Zij zullen dus ook alleen investeren in dienstverlening als hier ook voldoende gebruik van wordt gemaakt. Het verduurzamen van het pakketvervoer zelf kan ook een belangrijke bijdrage leveren, bijvoorbeeld door inzet van elektrische voertuigen in plaats van voertuigen op fossiele brandstoffen.

Daarnaast biedt de beperkte capaciteit op ophaallocaties een adequate marktprikkel om alternatieve ophaalopties te creëren. Het is voor pakketvervoerders ook erg nadelig om een dichte deur te treffen. Deze partijen hebben er daarom zelf alle baat bij om de slagingskans bij eerste aflevering te stimuleren. Niet voor niets breiden marktpartijen het aantal pakketkluizen nog steeds uit en lopen er verschillende pilots op locaties met veel passanten. Tenslotte zijn ook online webwinkels erbij gebaat dat hun producten snel en veilig bij de consument aankomen. In dat verband worden de online shopper steeds meer verschillende bezorgopties aangeboden.

De ACM constateert dat er grote verschillen zijn tussen gemeenten op het gebied van het beleid voor pakketvervoer, vooral bij de uitrol van pakketkluizen. Er kunnen goede redenen voor dergelijk verschil in beleid, bijvoorbeeld omdat beperkingen in de openbare ruimte of beheersing van mobiliteitsbewegingen daartoe aanleiding geven. Wel zou meer standaardisatie rondom vergunningverlening voor pakketkluizen wellicht kunnen helpen bij de uitrol van innovatieve oplossingen. Gemeenten zijn hiervoor verantwoordelijk. Zij hebben het beste zicht op de lokale omstandigheden.

Vindt u dat, ter aanvulling op de eerdergenoemde onderzoeken gericht op bezorging naar een afhaalpunt in plaats van bezorging naar een huisadres, breder onderzoek naar het verduurzamen van de 'last mile' pakketbezorging nodig is, rekening houdend met onder andere consumentengedrag, een grotere behoefte aan thuisbezorging vanwege de coronacrisis en andere duurzaamheidsinitiatieven

op het gebied van bezorging (zoals schoner rijden en een breder aanbod van bezorgopties)? Bent u bereid dit onderzoek te initiëren?

Antwoord

Hier is binnen de Topsector Logistiek, waaraan ook de ministeries van Economische Zaken en Klimaat en IenW deelnemen, het onderzoeksthema Duurzame Stadslogistiek voor ingericht. In dat verband worden in nauwe samenwerking tussen rijksoverheid, gemeenten en betrokken marktpartijen reeds meerdere onderzoeken en pilots uitgevoerd. Zo wordt er in het kader van de afspraken in het Klimaatakkoord, gewerkt aan nieuwe praktische logistieke concepten waarmee bedrijven het aantal verkeersbewegingen en emissies kunnen reduceren. De staatssecretaris van IenW heeft uw Kamer op 5 oktober jl. schriftelijk geïnformeerd over de inzet op het thema zero-emissie stadslogistiek. Daarnaast werkt IenW, zoals genoemd in het antwoord op vraag 3, samen met Thuiswinkel.org reeds aan een onderzoek over manieren waarop consumenten geholpen kunnen worden om bewust duurzaam te handelen bij het online bestellen.

- 1) ACM, 29 mei 2020 (<https://www.acm.nl/nl/publicaties/acm-pakketbezorging-verloopt-goedmaar-er-ruimte-voor-verbetering>)
- 2) NOS, 3 september 2020 (<https://nos.nl/artikel/2346527-pakket-bezorgen-bij-afhaalpunt-is-duurzamer-mits-lopend-of-met-fiets-opgehaald.html>)
- 3) ACM, 29 mei 2020 (<https://www.acm.nl/nl/publicaties/marktstudie-last-mile-pakketbezorging>)