

BACHELORPROEF

E-COMMERCE

Muhammet Enes Vuran

**Bachelorproef voorgedragen tot het bekomen
van de graad van:**

Bachelor in het bedrijfsmanagement
Afstudeerrichting logistiek management
Academiejaar 2015-2016

**BEGELEIDERS: MEVR. MARINA SCHWAGTEN
DHR. JOOST HINTJENS
DHR. EDWARD WILLEMS**

WOORD VOORAF

Voor het opleidingsonderdeel Logistiek Management 3 hebben we de opdracht gekregen van onze begeleiders, met name mevrouw Marina Schwagten, meneer Joost Hintjens en meneer Edward Willems om een onderwerp en een onderzoeksvraag te vinden voor onze bachelorproef. We moeten dan doorheen het schooljaar de nodige informatie, documenten, statistieken e.d. verzamelen en er een mooi document van maken. Ook moeten we het in januari presenteren voor onze begeleiders.

Ik geloof erin dat ik op het einde van de periode goed werk zal leveren en zal proberen het zo interessant mogelijk te maken. Als student logistiek management ben ik erg geïnteresseerd in dit onderwerp, omdat ik er later mee geconfronteerd kan worden in de professionele wereld. Ook is het een actueel onderwerp. Bovendien gebeurt tegenwoordig alles meer en meer online en de komende jaren zal het alleen maar toenemen.

Het maken van een eindwerk is geen gemakkelijke opdracht. In dit woord vooraf wil ik daarom iedereen bedanken die mij geholpen heeft bij het tot stand komen van dit eindwerk. Mijn begeleiders, mevrouw Schwagten in het bijzonder. Zij heeft me goede tips aangereikt en verder geholpen wanneer dit nodig was. Verder zou ik ook graag meneer Peter Vandenberghe en meneer Jeroen Van Camp willen bedanken. Ik heb veel gehad aan hun hulp en informatie om dit eindwerk te creëren.

Ik ben ervan overtuigd dat ik over dit onderwerp de nodige informatie zal terugvinden en ik wil trachten een mooi document op te stellen. Het zal een ingebonden paper zijn met daarin heel wat informatie van verschillende bronnen.

INHOUDSOPGAVE

BACHELORPROEF	1
WOORD VOORAF	2
AFKORTINGEN	5
INLEIDING	6
1. WAT IS E-COMMERCE?	7
1.1. Algemene informatie	7
1.2. Typen e-commerce	7
1.3. De rol van de overheid	7
1.4. Richtlijn 2000/31/EG van het Europees Parlement en de Raad	8
1.5. Voordelen.....	8
1.6. Nadelen.....	9
2. E-COMMERCE IN BELGIË	10
2.1. Comeos.....	10
2.2. Wat vertegenwoordigt de Belgische e-commerce vandaag?	10
2.3. Online purchases	11
2.4. Extra verplichtingen.....	12
2.5. Loonkosten.....	13
2.6. Ongelijke strijd rond prijszetting.....	13
2.7. Buitenlandse e-tailers wegen steeds zwaarder door.....	13
2.8. We kopen minder online dan de buurlanden	14
2.9. Europese distributiecentrum vlak over de grens	14
2.10. Nachtarbeid	15
2.11. Nieuwe regelgeving nachtarbeid.....	16
3. COOLBLUE.....	17
3.1. Algemene informatie	17
3.2. Geschiedenis Coolblue.....	17
<i>Tabel 3.2.1. (www.nieuws.coolblue.nl)</i>	18
3.3. Distributiecentra	18
3.3.1. <i>DC in België</i>	18
3.3.2. <i>Toekomstige distributiecentra</i>	19
3.4. Voorraadbeheer distributiecentra	20
3.5. Voorraadbeheer magazijnen	20
3.6. Logistiek aspect in 4 stappen	21
3.6.1. <i>Stap 1: Orders verwerken</i>	21
3.6.2. <i>Stap 2: Foutcontroles</i>	21

3.6.3.	<i>Stap 3: Eigenaar detecteren</i>	21
3.6.4.	<i>Stap 4 : Verzenden</i>	22
3.7.	Pakketlevering.....	22
3.8.	Retourzendingen.....	23
3.9.	Transportkost duurder dan product?.....	24
3.10.	Piekmomenten.....	24
3.11.	Extra werknemers tijdens piekmomenten.....	25
3.12.	Concurrentie	25
3.13.	Buitenlandse concurrentie	25
3.14.	Hoe ziet de toekomst eruit?	26
3.15.	Mogelijke oplossingen.....	27
3.15.1.	<i>Stadsdistributie</i>	27
3.15.2.	<i>Online veiligheid "iDEAL"</i>	28
4.	BOL.COM.....	29
4.1.	Bol.com.....	29
4.2.	Pakketleveringen.....	29
4.3.	Docdata.....	30
4.3.1.	<i>Online groei met Docdata</i>	30
4.3.2.	<i>Partner van het eerste uur</i>	31
4.3.3.	<i>Voor middernacht besteld, de volgende dag in huis</i>	31
5.	BESLUIT	32
6.	BRONNENLIJST	33
6.1.	Boeken, brochures, folders en onderzoeksrapporten	33
6.2.	Video's en krantenartikels	33
6.3.	Internetbronnen.....	33
7.	BIJLAGEN.....	35
7.1.	BIJLAGE 1: Algemene voorwaarden Coolblue N.V.	35
7.2.	BIJLAGE 2: Retourformulier en verzendlabel	42
7.3.	BIJLAGE 3: Verzendlabel.....	43
7.4.	BIJLAGE 4: Verpakte doos Coolblue.....	44
7.5.	BIJLAGE 5: Track&Trace systeem bpost	45
7.6.	BIJLAGE 6: Factuur Coolblue.....	46
7.7.	BIJLAGE 7: Afleverdatum.....	47
7.8.	BIJLAGE 8: Aflevermethode.....	48

AFKORTINGEN

B2B	Business to business
B2C	Business to consumer
C2C	Consumer to consumer
B2B4C	Business to business for consumer
SKU	Stock Keeping Unit
HICP	Harmonised Index of Consumer Prices
SAR	Specifieke absorptierempo
DC	Distributiecentrum
OESO	Organisatie voor Economische Samenwerking en Ontwikkeling
WMS	Warehouse Management System

INLEIDING

Als onderwerp heb ik gekozen voor e-commerce met onderzoeksvraag “*Hoe ziet het logistieke aspect van e-commerce eruit?*”. Ik wens me toe te splitsen op de grote e-commercespelers. Zelf ben ik zeer geïnteresseerd in de internetsector en koop zelf veel online. Zo kocht ik reeds mobiele telefoons en kledij. De reden waarom ik voor dit eindwerk koos is dus vooral vanuit een grote persoonlijke interesse.

Het eerste hoofdstuk zal meer gaan over e-commerce zelf. Meer bepaald wat e-commerce feitelijk is, welke verschillende soorten er zijn. Daarbij het belang van de overheid en de voor- en nadelen.

In het tweede hoofdstuk zal ik op basis van bepaalde studies proberen te bepalen wat het belang is van e-commerce in België. Daarnaast zal ik ook onderzoeken wat de verschillende factoren zijn voor de achterstand van de Belgische webshops tegenover de buurlanden. Om het antwoord te krijgen op de eerste twee hoofdstukken zal ik op 19 november een interview hebben met meneer Peter Vandenberghe, Head Communication van Comeos.

Vanaf het derde hoofdstuk zullen we het meer hebben over het logistieke aspect van e-commerce. Wat we onder dit kunnen verstaan zijn de verschillende stappen die Coolblue moet ondergaan om goederen te leveren naar hun klanten. Hiervoor zal ik op 26 november een interview hebben met meneer Jeroen Van Camp, Manager Bezorging van Coolblue.

Het vierde en laatste hoofdstuk gaat over de verzend- en werkmethode van Bol.com. Voor dit hoofdstuk heb ik meer informatie gekregen door een wisselwerking van mails met de logistieke afdeling van Bol.com.

1. WAT IS E-COMMERCE?

1.1. Algemene informatie

E-commerce, ook wel electronic commerce of elektronische handel genoemd, is de verzamelnaam van manieren waarop via digitale wegen (bijvoorbeeld het internet) handel kan gedreven worden. (Unizo, 2010)

Via elektronische handel kunnen consumenten en ondernemingen online commerciële relaties aangaan. Elektronische handel biedt nieuwe mogelijkheden voor consumenten en handelaren, of het nu gaat om een verkoopsaanbod, het afsluiten van een overeenkomst of de onlinelevering van een besteld product. (www.belgium.be)

De verspreiding van de elektronische handel die consumenten en ondernemingen de mogelijkheid biedt om goederen aan te kopen en te verkopen en online diensten aan te bieden of aan te nemen, heeft de marktpraktijken beduidend veranderd. Deze technologie schept nieuwe perspectieven voor consumenten en ondernemingen: de toegang tot een groter productiepakket, een stijgend concurrentievermogen en het aanbieden van online diensten. In 2009 zou 11% van het omzetcijfer van de Belgische ondernemingen met minimum 10 werknemers (behalve bankwezen) voortkomen uit de elektronische handel. Zo blijkt uit een enquête onder leiding van Eurostat betreffende de waarde van aan- en verkopen op internet. (www.economie.fgov.be)



1.2. Typen e-commerce

Er zijn verschillende vormen van e-commerce:

1. Business to business (B2B): handel tussen twee bedrijven;
2. Business to consumer (B2C): handel tussen een bedrijf en een consument;
3. Consumer to consumer (C2C): handel tussen consumenten (zoals Marktplaats);
4. Business to business for consumer (B2B4C): Handel van bedrijf naar bedrijf voor consumenten (zoals supermarktartikelen). (www.bronso.be)

1.3. De rol van de overheid

De directe interventie van de centrale overheid is zeer cruciaal om technologische innovatie te bevorderen, i.e. internet. De overheid stimuleert de elektronische handel door ICT en de toegang van internet meer betaalbaar te maken. Daarnaast geeft het raad op het gebied van beleidsvorming, financiële investering, infrastructuurontwikkeling, en onderwijs.

Aangespoord door de grote veranderingen in de wereldeconomie vernieuwen vrijwel alle landen de rol van de overheid m.b.t. de economie. Ook de Belgische overheid ontkomt niet aan de vraag hoe men de gemeenschappelijke belangen van bedrijfsleven en overheid het best kan stimuleren.

Hetzelfde geldt voor de elektronische handel. Als regulator moet de overheid erop toezien dat markten zich evenwichtig ontplooiën en open zijn. Daarnaast kan de overheid potentiële maar ongelijke gebruikers samenbrengen tot een kritische massa bereikt wordt. Als promotor kan de overheid onvolkomenheden in de markt wegnemen en als voorlichter kan zij elektronische handel bevorderen. Nog belangrijker is dat de overheid een institutioneel milieu creëert waarin elektronische handel plaatsvindt overeenkomstig de overkoepelende sociale en economische doelstellingen van de natie. (www.computable.nl)

1.4. Richtlijn 2000/31/EG van het Europees Parlement en de Raad

“(1) De Europese Unie beoogt de banden tussen de Europese staten en volkeren steeds hechter te maken en de economische en sociale vooruitgang te verzekeren. De interne markt omvat volgens artikel 14, lid 2, van het Verdrag een ruimte zonder binnengrenzen, waarin het vrije verkeer van goederen en diensten en de vrijheid van vestiging zijn gewaarborgd. De ontwikkeling van de diensten van de informatiemaatschappij binnen de ruimte zonder binnengrenzen is een wezenlijk middel om de barrières die de Europese volkeren scheiden, weg te nemen.

(2) De ontwikkeling van de elektronische handel in de informatiemaatschappij biedt niet enkel belangrijke mogelijkheden voor de werkgelegenheid in de Gemeenschap, met name voor het midden- en kleinbedrijf, maar ook voor de groei van het Europese bedrijfsleven en de investeringen in innovatie. Zij draagt tevens bij tot versterking van het concurrentievermogen van de Europese industrie, mits Internet voor iedereen toegankelijk is.

(4) Het is van belang ervoor te zorgen dat de elektronische handel ten volle kan profiteren van de interne markt en daarom moet een hoog niveau van communautaire integratie worden bereikt, zoals dat het geval is met Richtlijn 89/552/EEG van de Raad van 3 oktober 1989 betreffende de coördinatie van bepaalde wettelijke en bestuursrechtelijke bepalingen in de lidstaten inzake de uitoefening van televisieomroepactiviteiten.

(60) Voor de ongehinderde ontwikkeling van de elektronische handel moet het desbetreffende juridische kader duidelijk, eenvoudig en voorzienbaar zijn en moet het verenigbaar zijn met de regels die op internationaal niveau van kracht zijn, zodat het concurrentievermogen van de Europese industrie niet te lijden heeft en het ondernemen van innoverende acties in deze sector niet belemmerd wordt.

(62) Samenwerking met derde landen op het gebied van de elektronische handel moet worden geïntensiveerd, met name met de kandidaat-lidstaten, de ontwikkelingslanden en de belangrijkste handelspartners van de Europese Unie.” (www.eur-lex.europa.eu)

1.5. Voordelen

- Veel vergelijking mogelijk

Als je de winkels fysiek gaat bezoeken moet je dat één per één doen. Terwijl je op de site van Coolblue verschillende goederen van verschillende merken op dat ogenblik met elkaar kan vergelijken.

- Kost weinig moeite

Een van de voornaamste voordelen bij e-commerce is dat je je niet moet verplaatsen. Je bestelt een product op het internet, in welk land dan ook, en binnen een paar dagen wordt geleverd.

- Zeer ruim aanbod

Bij het online kopen van goederen zijn de meeste maten altijd beschikbaar. Ook al hebben ze het niet in voorraad kunnen ze er zo snel mogelijk aan geraken op één of andere manier. Terwijl de kans in een fysieke winkel groter is dat jouw maat er niet meer is.

- **Snel & gemakkelijk**

Als je bij Coolblue een product bestelt voor middernacht, is het de volgende dag al in huis. Bij de andere webshops kan het een paar dagen duren. Dit is meestal ook gratis.

- **Geen openings- of sluitingstijden**

Alle fysieke winkels hebben een openings- en sluitingsuur, terwijl je online kan door winkelen.

1.6. Nadelen

- **Verslaving mogelijk**

Persoonlijk ken ik mensen die zich bij de solden niet meer kunnen beheersen. Ze zien bijvoorbeeld een product met -75% korting en kopen het onmiddellijk, terwijl het soms gaat over producten die ze weinig of nooit zullen gebruiken.

- **Hacken**

Dit is een vorm van misdadigheid, al zijn al de hackers per definitie niet slecht. Stel je voor dat je een horloge heb aangekocht voor een waarde van €1.000,00 en de website is gehackt, dan is dat geld gewoon kwijtgespeeld.

- **Tijdelijke schulden**

Bij het aankopen van een product zijn er verschillende betaalmethoden o.a. via een factuur (zie bijlage 6). Je krijgt het bestelde product thuis geleverd en moet het binnen de 14 dagen betalen. Mogelijkerwijze heb je dat geld niet op dat moment, dan moet je misschien een kleine lening aangaan.

- **Geen fysiek contact met het product**

Er zijn mensen die het product eerst moeten zien en voelen voordat ze het kopen. Zeker als dit over waardevolle goederen gaat.

2. E-COMMERCE IN BELGIË

In dit hoofdstuk zal er meer informatie gegeven worden over de e-commerce in België in het algemeen. Op basis van bepaalde studies gaan we o.a. bepalen wat het belang is van e-commerce in België en wat de verschillende factoren zijn voor de achterstand van de Belgische webshops tegenover de buurlanden.

2.1. Comeos

Comeos is een beroepsfederatie die al 40 jaar lang de Belgische handel en diensten vertegenwoordigt. Hun leden zijn actief in achttien sectoren, o.a. electro, food, books en verkopen aan bedrijven of rechtstreeks aan de consument. Samen zijn hun sectoren goed voor 11,2 procent van het bnp en stellen ze 400.000 mensen te werk. Comeos levert diensten op maat van zijn leden en wil als kennis- en netwerkplatform de dynamiek van de handel stimuleren. (www.comeos.be)

De leden van Comeos zijn de grootste winkelketens & supermarkten, o.a. Carrefour, Lidl en nog vele andere. Vroeger moesten die allemaal apart gaan onderhandelen met de vakbonden over de handelsvoorwaarden, de politieke wetgeving en dergelijke. Daarom is er een vereniging opgericht die dat allemaal gaat doen voor zijn leden nl. Comeos. Met andere woorden, er is altijd een wisselwerking van informatie.

Ze hebben veel contacten zowel op federaal als op Europees niveau o.a. bij de Raad, bij het Parlement, bij de Commissie en ook bij de ministers. Bovendien hebben ze ook contacten op regionaal niveau, omdat zij tegenwoordig ook steeds meer en meebepalen op verschillende vlakken



Als er bijvoorbeeld wordt gewerkt aan een studie gaan de verschillende specialisten, juristen en fiscalisten hun dossiers en thema's meenemen in hun overleg met de overheid. Het is dan de rol van Comeos om als beroepsfederatie bepaalde punten te signaleren, zodanig dat ze gemotiveerd worden naar de toekomst toe. Zo zal de ondernemer de wind in de zeilen krijgen en de e-commerce kan eindelijk een hogere vlucht nemen. (www.indiegroupp.be)

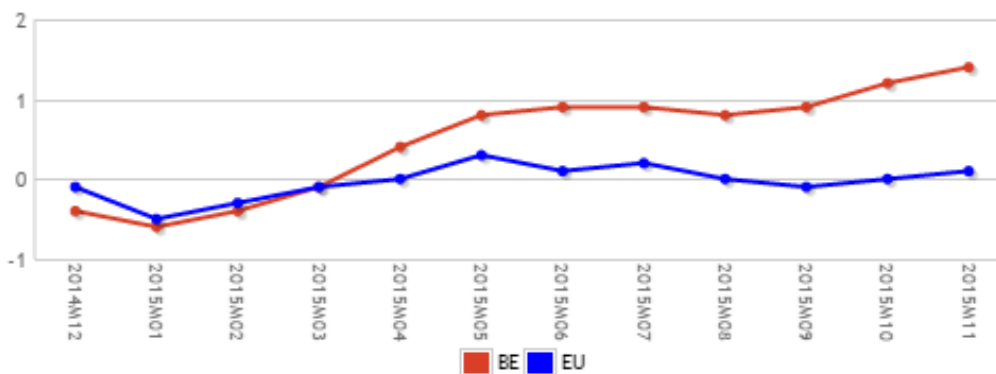
Verder, Comeos voert jaarlijks onderzoeken die gericht zijn op de consumenten. Er worden o.a. enquêtes online gezet met specifieke vragen over de e-commerce. Bij die vragen is er ook sectorfocus, omdat er vragen gesteld worden over de prijs van het product en de omschrijving van het product zelf. Om te weten of de mensen wel voldoende informatie hebben over een bepaald product. De enquête wordt ongeveer ingevuld door 1500 correspondenten. (P. Vandenberghe, persoonlijke mededeling, 19 november)

2.2. Wat vertegenwoordigt de Belgische e-commerce vandaag?

In 2015 vertegenwoordigt de e-commerce 6,44% van de totale omzet, 1,44% meer dan 2014. Tegen 2018 zou dat 9,86% zijn, wat het actuele niveau van het Verenigd Koninkrijk is. Hieruit kan men afleiden dat dat land veel verder staat op vlak van e-commerce dan België. Daarnaast had de Belgische e-commerce in 2014 een buitenlands aandeel van 33% en tegen 2018 zou dat stijgen tot 68,6%. (www.comeos.be)

Verschillende internationale instellingen hebben al gewezen op de gebrekkige concurrentiepositie van de handel in België, die kan resulteren in een prijsverschil voor de consument. (OESO, 2014). Het resultaat van dit ondermaatse concurrentievermogen is dat elk jaar naar raming 2,5 miljard euro omzet wordt misgelopen en naar schatting zo'n 10.000 banen verloren gaan. Daarbovenop schat men dat er tegen 2018 in totaal (direct en indirect) 36.197 jobs geen plaats meer zouden hebben in de markt.

Deze situatie doet zich voor in het kader van een somber Europees economisch klimaat en van een sterke inflatie in België t.o.v. de buurlanden. In verschillende recente studies werd de concurrentiegraad in de Belgische handel in perspectief geplaatst en de impact van de reglementering op het concurrentievermogen geschetst. In andere studies werd dan weer getracht om specifiek het prijsverschil voor de consument in supermarkten te objectiveren. (D. Little, A., 2014)



De geharmoniseerde consumptieprijsindex of Harmonised Index of Consumer Prices (HICP) is een maatstaf die een correcte vergelijking mogelijk maakt tussen de inflatiegraden van de lidstaten van de Europese Unie. De index wordt berekend op basis van een methodologie die geharmoniseerd is over de lidstaten heen. Tevens wordt de HICP gebruikt door de Europese Centrale Bank voor haar monetair beleid en ook om te bepalen in hoeverre een lidstaat voldoet aan de inflatiecriteria bepaald in het Verdrag betreffende de Europese Unie. (Eurostat, 2015)

Uit de grafiek kan men besluiten dat de inflatie in België veel hoger is tegenover de andere EU-lidstaten. Volgens de Europees geharmoniseerde consumptieprijsindex steeg de Belgische inflatie in november naar 1,4%, ten opzichte van 1,2% in oktober. (www.statbel.fgov.be)

2.3. Online purchases

In tabel 2.3.1 kunnen we de evolutie zien van de producten of diensten die consumenten de laatste jaren online hebben gekocht. We kunnen besluiten dat er 57% werd besteed aan schoenen en kleren, 38% aan hotelboekingen en 32% aan de aankoop van boeken.

Auto's (3%) en verzekeringen (2%) worden het minst online gekocht. (E-commerce Belgium, 2015, p.33)

Tabel 2.3.1.:

	2015	Evolution 2015-2014	Evolution 2015-2011
Clothing / shoes	57%	+8%	+19%
Hotel / overnight stay	38%	-1%	+3%
Books	32%	+1%	+2%
Boat, plane or train tickets	32%	+3%	+1%
Event tickets (e.g. concerts; no fun fairs)	31%	0%	-4%
Computer, hardware and software	23%	+1%	-1%
Personal care products	22%	0%	+6%
CD / DVD / Blu-ray / Games	21%	-1%	-2%
Electronic appliances (e.g. digital camera, iPod, ...)	19%	-1%	+1%
Household appliances	18%	+2%	+6%
Toys	18%	-1%	+6%
Bank products (current account, savings account, investment product, ...)	17%	-1%	N/A
Telecom (Internet connection, landline / mobile phone)	15%	0%	-1%
Furniture and home decoration	14%	+4%	+7%
DIY and garden products	12%	+3%	+6%
Pharmaceutical products	12%	0%	+6%
Fun fair tickets	12%	-3%	+2%
Sports products	10%	0%	+3%
Digital music	9%	-1%	-4%
Food	9%	+2%	+2%
Travel assistance or cancellation insurance	7%	-1%	N/A
Films or TV series in digital format	6%	0%	0%
Prepared food	4%	-1%	+2%
Cars, motorbikes, bicycles	3%	0%	+1%
Other insurances (e.g. fire insurance, car insurance, etc.)	2%	0%	N/A
Other	11%	0%	-5%

2.4. Extra verplichtingen

E-commerce in België kent meer verplichtingen dan de buitenlandse concurrenten. Zo moeten de Belgische websites meer informatie vermelden. Bijvoorbeeld de verkopers van smartphones moeten vanaf 1 maart 2014 telkens de SAR-waarde van het product vermelden op de verkoopplaats en in de reclame bij de verkoop via het internet. Daarnaast moeten Belgische websites een licentie hebben of hun product eerst registreren. (www.comeos.be)

De stralingswaarde, ook wel SAR- of SAT-waarde (specifieke absorptietempo of -ratio) genoemd, is de meeteenheid voor de hoeveelheid elektromagnetische energie die opgenomen wordt door het lichaam bij het gebruik van een draadloos toestel (gsm, tablet, draadloze telefoon, enz.). De maximaal toegelaten stralingswaarde in Europa is 2 Watt/kg. (www.proximus.be)

Iedere extra verplichting voor de handelaar brengt extra kosten met zich mee. Uiteindelijk is het de consument die het verschil betaalt aan de kassa.

2.5. Loonkosten

Een zeer cruciaal punt zijn de loonkosten die te hoog zijn tegenover de buurlanden. Er is een grote fiscale druk op de lonen en hoge sociale bijdragen. De kosten in de handel in België zijn 20% hoger dan in de buurlanden. Dit kan ervoor zorgen dat de werkgevers minder gemakkelijk overgaan tot het aanwerven van een nieuwe werknemer. Want elke €100,00 die een werknemer ontvangt, kost de werkgever in de handel:

- Voor België : €196,00
- Voor Nederland : € 181,00
- Voor Duitsland : € 182,00
- Voor Frankrijk : €157,00

Volgens deze cijfers kan men vaststellen dat België het duurste land is en Frankrijk de goedkoopste voor de werkgevers. (www.comeos.be)

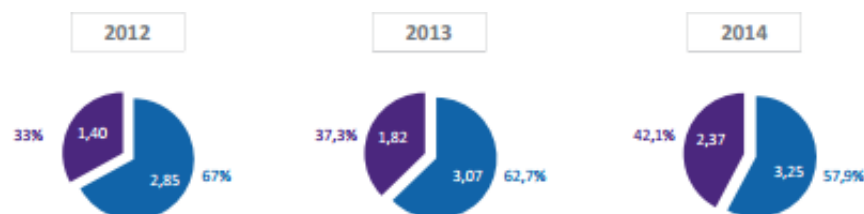
2.6. Ongelijke strijd rond prijszetting

Bij het aankopen van een product betaalt men niet enkel de werkelijke waarde voor het product, maar ook belastingen. Ook de btw-tarieven liggen in België hoger dan in buurlanden:

- België: 21%
- Nederland: 21%
- Frankrijk: 20%
- Duitsland: 19%
- Luxemburg: 15%

Bijvoorbeeld: een televisietoestel van Samsung kost in België €1.090,00 en in Luxemburg €1.035,00. De klanten zullen het product dan logischerwijze online in Luxemburg kopen en dit is een verlies voor de Belgische webshops. (D. Little, A., 2014)

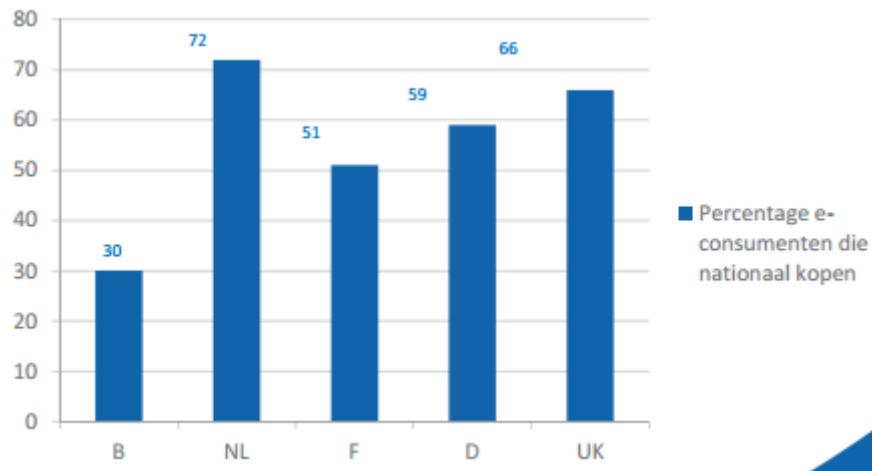
2.7. Buitenlandse e-tailers wegen steeds zwaarder door



■ < Buitenlandse > e-tailers zijn handelaars die de essentie van de toegevoegde waarde in het buitenland realiseren (picking&packing), maar die dus wel Belgisch kunnen zijn.

■ < Binnenlandse > e-tailers zijn handelaars die de essentie van de toegevoegde waarde in het binnenland realiseren, maar die dus ook 'buitenlands' kunnen zijn. (Belgium E-com Valley, 2015,p5)

2.8. We kopen minder online dan de buurlanden



Op basis van cijfers van Eurostat over het percentage personen dat in het afgelopen jaar een product of een dienst via het internet heeft besteld, blijkt dat België in heel wat bedrijfstakken achterblijft bij het gemiddelde van het eurogebied. De concurrentie in de bedrijfstakken waar deze producten of diensten worden verkocht zou dus nog moeten verscherpen in België naarmate intensiever gebruik wordt gemaakt van e-commerce. Bovendien wordt ook het regelgevend kader geleidelijk aangepast en versoepeld met de bedoeling deze vorm van handel te stimuleren. (www.nbb.be)

Daarbij is België een gunstige markt voor Nederland. 15,2% van .be domeinnamen is omgeleid naar Nederland. Bovendien is ook 60% van Googles online advertenties, gericht op Belgische klanten, afkomstig uit het buitenland, voornamelijk Nederland. (Belgium E-com Valley, 2015, p6-7)

2.9. Europese distributiecentrum vlak over de grens

Als we rekening houden met de beschikbaarheid van magazijnen en bouwgrond, scoren Duitse regio's zoals Rheinland Pfalz en Nordrhein Westfalen zeer goed. Ook Frankrijk staat hier sterk met de aanwezigheid van Amazon in Noord-Frankrijk bijvoorbeeld.

Zuid Nederland is ook heel aantrekkelijk:

- Primark (Roosendaal)
- Bol (Waalwijk)
- Tesla (Tilburg)
- Coolblue¹ (Tilburg)
- Action (Susteren)
- ... (Belgium E-com Valley, 2015, p8)

¹ Zie hoofdstuk 3

2.10. Nachtarbeid

België heeft geen wetgeving die ploegenarbeid mogelijk maakt of verbiedt. Het verbod op nachtarbeid is wel wettelijk geregeld, maar er zijn heel wat uitzonderingen. Sommige zijn sectorafhankelijk, zoals hotels, restaurants en evenementen. Andere worden om organisatorische redenen gemaakt, bijvoorbeeld door werkzaamheden die niet kunnen worden onderbroken of die permanentie vereisen, zoals e-commerce. Bij verschillende webshops kan je tot middernacht bestellen en de volgende dag reeds wordt je bestelling geleverd. Maar wegens de wetgeving omtrent nachtarbeid kunnen Belgische webshops tussen 20h 's avonds en 6 uur 's morgens niet werken en de bestellingen niet klaarleggen. Dit zorgt voor ontevreden klanten, terwijl de arbeidsreglementeringen soepeler zijn in de buurlanden. Het is dan ook niet verwonderlijk dat de consumenten daar meer online kopen. (www.jobat.be)

“Het verbod op nachtarbeid behoort tot een van de oudste Belgische arbeidsreglementeringen. Op 13 december 1889 kwam de wet betreffende de vrouwen- en kinderarbeid tot stand, die met een verbod op nachtarbeid kinderen en vrouwen tot 21 jaar wou beschermen. Mannen en vrouwen vanaf 21 jaar hebben moeten wachten tot de wet van 14 juni 1921 tot invoering van de achturedag en van de achtenveertigurenweek. Vanaf dat ogenblik is het principe van een verbod op nachtarbeid voor mannen en vrouwen veralgemeend. De regelgeving die van toepassing is op de mannen bevat echter heel wat mogelijkheden tot afwijking die rechtstreeks erkend worden in de wet; de regeling inzake nachtarbeid voor vrouwen is daarentegen veel strikter.

In 1976 keurde de Europese Ministerraad de richtlijn 76/207/EEG goed betreffende de tenuitvoerlegging van het beginsel van gelijke behandeling van mannen en vrouwen ten aanzien van de toegang tot het arbeidsproces, de beroepsopleiding en de promotiekansen en ten aanzien van de arbeidsvoorwaarden. In 1994 verklaarde Het Hof van Justitie van de Europese Gemeenschappen de Belgische wetgeving inzake nachtarbeid als niet conform de richtlijn 76/207/EEG. Als gevolg daarvan nam het parlement op 17 februari 1997 een nieuwe regeling inzake nachtarbeid aan, die van toepassing is sedert 1998.” (De nachtarbeidsreglementering en de vermindering van de ongemakken, 2008)

Nachtwerk

Het grootste probleem is volgens Comeos **het verbod op nachtwerk in de handel**. Tussen acht uur 's avonds en zes uur 's morgens **mogen handelaars niet werken**. Ze mogen dus ook geen pakjes inpakken en verzenden. Dat mag wel in Nederland, waardoor pakjes die om 23 uur besteld zijn via Nederlandse webshops, de volgende dag al aan huis worden geleverd. ‘Belgische webshops doen er tot twee dagen langer over’, treurt Michel. ‘Wij willen dat er tot 24 uur mag worden gewerkt en dat **handelaars al om 5 uur opnieuw mogen beginnen**. Maar nog liever zouden we - net als de distributiesector - de mogelijkheid krijgen om gebruikt te maken van nachtwerk.’

Bron: (www.wikisoc.be)

2.11. Nieuwe regelgeving nachtarbeid

De bonden en werkgevers van de distributiesector hebben een akkoord gesloten waardoor nachtarbeid mogelijk wordt in de e-commerce. Dat bevestigt het kabinet van minister van Werk Kris Peeters (CD&V). Het akkoord moet de sector van online winkelen een forse duw in de rug geven.



Wanneer je online een pakje bestelt bij een van de webshops is de kans groot dat het wordt opgestuurd via een distributiecentrum uit Nederland. Bij Coolblue is dit onder andere ook zeker het geval, omdat de arbeidsvoorwaarden, onder meer voor nachtwerk, veel soepeler zijn tegenover België. Om de concurrentie aan te kunnen gaan met het buitenland heeft de regering beslist om nachtwerk mogelijk te maken in ons land voor e-commerce.

(www.demorgen.be)

Er komt een zogenoemde 'kaderovereenkomst', die algemene afspraken maakt voor de hele sector. Maar in het akkoord staat dat elke onderneming zelf concreet mag bepalen welke vorm van nachtarbeid nodig is en welke extra vergoeding daarbij hoort. Zo wordt er een compromis gevonden tussen bonden - die bindende afspraken wilden voor de hele sector - en werkgevers - die vooral per sector wilden werken.. (www.deredactie.be, www.hln.be)

'Voor de verdere ontwikkeling van de digitale economie in ons land, is het absoluut noodzakelijk dat nachtarbeid voor e-commerce mogelijk is'

ALEXANDER DE CROO (OPEN VLD), VICEPREMIER

Ook vicepremier en minister van Digitale Agenda en Telecom Alexander De Croo (Open Vld) toont zich tevreden met het akkoord. Of het akkoord er ook daadwerkelijk voor zal zorgen dat er een einde komt aan de verschuiving van jobs naar het buitenland, zal wel nog moeten blijken, zo geeft hij aan.

(www.demorgen.be)

3. COOLBLUE

3.1. Algemene informatie

Logistiek is vandaag de dag zeer belangrijk en onontbeerlijk. Zonder logistiek zou de wereld vandaag de dag er niet uitzien zoals hij nu is. Ook speelt logistiek een zeer belangrijke rol in de e-commerce. Je koopt bepaalde goederen voor een bepaalde prijs en de webshops moeten ervoor zorgen dat die goederen zo snel mogelijk geleverd worden. Maar hoe gebeurt dit allemaal? Waar gaan ze die goederen halen? Wie gaat ze halen? Welke documenten zijn er nodig? Wie sorteert ze, verpakt ze en levert ze uiteindelijk?

Op donderdag 19 november heb ik een bezoek gebracht aan het bedrijf Coolblue en heb zo inzicht gekregen in het gehele logistieke aspect van Coolblue, met dank aan de Manager Bezorging van het bedrijf, meneer Jeroen Van Camp.



3.2. Geschiedenis Coolblue

In 1999 werd Coolblue opgericht door Pieter Zwart, Paul de Jong en Bart Kuijpers. In de jaren 2000 tot 2006 heeft Coolblue allerlei webshops gelanceerd op de markt, onder meer Mp3man.nl, PDAshop.nl en Digicamshop.be. Ook hebben ze verschillende prijzen gewonnen en werd Pieter Zwart verkozen tot Entrepreneur of the Year 2006. Vanaf het jaar 2007 had Coolblue een ander specifiek doel, met name het sneller bezorgen. Als je een product voor 21.00 uur online bestelt, heb je het de volgende dag al in huis. In hetzelfde jaar opende Coolblue ook een winkel in Antwerpen, die ik ben gaan bezoeken voor mijn bachelorproef. Tot op vandaag ontwikkelt, verbetert en lanceert Coolblue nog allerlei zaken en is het één van de beste webshops in België.

Inmiddels is Coolblue een winkelformule in voornamelijk consumentenelektronica, die als handelsmerk heeft dat het voor elke productgroep een aparte webwinkel lanceert - met van elke winkel een .nl en een .be-variant. Het bedrijf hanteert hierbij een nichestrategie. In 2015 heeft Coolblue in de Benelux 327 gespecialiseerde webshops, alsmede zeven fysieke winkels, een aanpak waarmee ze al jaren op rij heel sterk groeien in Nederland en in België. (www.coolblue.be)

Bedrijfsleider Pieter Zwart is ervan overtuigd tegen 2019 een omzet van een miljard euro te realiseren. De jaarlijkse omzetgroei van de grootste consumentenelektronicawebshop van de Benelux blijft immers op gemiddeld 45% (zie tabel 3.2.1.). (www.logistiek.nl)

Tabel 3.2.1. (www.nieuws.coolblue.nl)

JAAR	OMZET IN EURO'S	GROEI
2014	360 miljoen	45%
2013	248 miljoen	48%
2012	168 miljoen	48%
2011	114 miljoen	14%

3.3. Distributiecentra

Coolblue heeft twee distributiecentra in Nederland, één in Tilburg en één in Capelle aan den IJssel, dichtbij Rotterdam.

In juni 2015 werd na een bouwtijd van 9 maanden het nieuwe distributiecentrum (dc) van Coolblue in gebruik genomen. Het dc in Tilburg heeft 22.000 m² opslagruimte en is gespecialiseerd in grootgoederen, o.a. wasmachines, tv's, printers. In het magazijn is 3.500 m² gereserveerd voor de opslag van witgoed en 7.000 m² voor de paletten. Er liggen al in totaal 18.500 unieke SKU's op voorraad. In het magazijn werken 110 mensen en wegens de jaarlijkse groei zullen er volgend jaar minimaal 40 werknemers bijkomen. Bovendien verlaten per dag 50 tot 55 volgeladen vrachtwagens het terrein. Ondanks het feit dat het een nieuw gebouw is, is het al vrijwel volledig in gebruik. Daarom is Coolblue eventueel van plan om volgend jaar de capaciteit te verdubbelen.

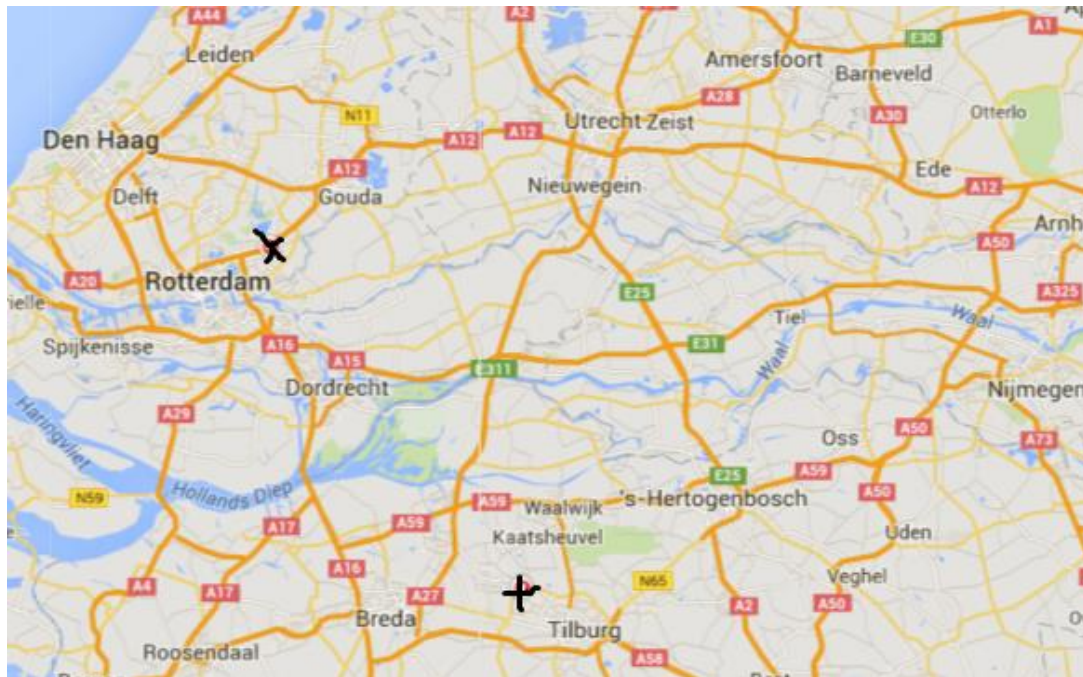
Het distributiecentrum in Capelle aan den IJssel daarentegen is meer gespecialiseerd in kleinere producten, o.a. oordopjes, smartphones en foto toestellen. Daarvoor heeft het een opslagruimte van 13.000 m². (www.logistiek.nl)

3.3.1. DC in België

Coolblue heeft geen distributiecentrum in België, maar twee magazijnen, nl. in Antwerpen (Wilrijk) en in Gent (Lochristi). Momenteel heeft Coolblue 1300 werknemers in totaal, van wie er 120 à 130 actief zijn in België. De vraag stelt zich waarom Coolblue geen distributiecentrum in België opent. Men zou kunnen denken dat dat te maken heeft met de Belgische wetgeving op nachtarbeid, maar dat blijkt niet het geval te zijn.

Het is daarentegen een geografische beslissing die het bedrijf genomen. Ze hadden een distributiecentrum nodig om heel Nederland en heel België tegelijkertijd te bevoorraden. Vanuit hun magazijnen moeten de winkels ook bevoorrad worden. Hun winkels in het noorden van Nederland moeten ze bevoorraden, alsook die van in Gent. De geografische ligging van Tilburg vonden ze perfect, omdat het centraal ligt tussen de distributiecentra van de sorteercentra van de vervoerders. Heel die regio kan zonder probleem bevoorrad worden, alsook de toeleveranciers die in die regio liggen. Er ontstaan dan korte lijnen en dus interessanter voor het bedrijf.

Ze zijn met andere woorden niet eens op het punt gekomen om na te denken over een distributiecentrum in België. België is immers het meest zuidelijke punt van hun afzetgebied. Ze willen een warehouse dat hun volledig afzetgebied kan coveren. Bovendien, hoe meer magazijnen of distributiecentra je hebt, hoe complexer het wordt. De kans dat bijvoorbeeld je voorraad wordt uitverkocht is ook groter. (J. Van Camp, persoonlijke mededeling, 26 november 2015)



3.3.2. Toekomstige distributiecentra

In de toekomst zouden ze nog een winkel willen openen in Leuven, Zaventem of Hasselt, omdat dat dicht bij Brussel ligt, maar toch nog Nederlandstalig gebied. In Brussel zouden ze het momenteel niet echt willen, omdat ze dan alles in twee talen moeten doen. Niet enkel de werknemers moeten tweetalig zijn, maar ook de site en het systeem. Bij hen is dat ook een ingewikkelde situatie, omdat ze zelf de productkenmerken op de site schrijven. Indien het ook in het Frans moet, moet alles dubbel geschreven worden en dat kost allemaal tijd. Daarnaast zouden ze ook hun backoffice systeem helemaal moeten vertalen. Maar momenteel hebben ze geen plannen voor een distributiecentrum in België.

“Ooit zal er wel ook een winkel geopend worden in Brussel”, beweert meneer J. Van Camp. Als het bedrijf 50% groeit jaar op jaar, dan moeten de operationele afdelingen ook 50% meer kunnen verwerken. Op zich is dat al een uitdaging, maar ze denken eerder na hoe ze hun groei kunnen afremmen dan te versnellen. Want de operationele afdelingen kan je niet verder laten groeien dan 50%, dan gaat alles kapot. (J. Van Camp, persoonlijke mededeling, 26 november 2015. www.datanews.knack.be)

3.4. Voorraadbeheer distributiecentra

Het feit dat Coolblue zelf alles in voorraad heeft in de twee distributiecentra in Nederland is al lang duidelijk. Dagelijks wordt er een bepaald aantal producten naar België getransporteerd. Maar hoe geraakt Coolblue zelf aan die producten?

Het grootste volume kopen ze rechtstreeks van de fabrikanten (B2B). Ze zijn groot genoeg om die verschillende contracten zelf te kunnen beheren. Producten waarvoor ze kleiner zijn, nemen ze vaker op via distributiekanaalen van groothandelaars, onder andere van Tech Data & Ingra Micro. Ze proberen wel zoveel mogelijk het rechtstreeks met de fabrikanten te regelen. In het begin was het wel moeilijk, omdat ze niet zo bekend waren. Vandaag de dag zijn ze voldoende groot om serieus genomen te worden door fabrikanten.



Daarenboven bestelt Coolblue soms per container rechtstreeks van de fabriek. Bijvoorbeeld Samsung fabriceert veel in Polen en het is niet verwonderlijk dat Coolblue een container vol met wasmachines vanuit Polen naar België laat vervoeren. Bovendien zijn er natuurlijk vaste momenten wanneer de producten worden geleverd. Maar Coolblue kan ook langs bij de fabrikanten in uitzonderlijke gevallen. Als ze bijvoorbeeld een product dringend nodig hebben en de fabrikant heeft het in voorraad, wordt het meestal binnen de 2 dagen geleverd.

Verder is Coolblue ook een voorraadhoudend bedrijf. Ze hebben zelf alles op voorraad en ze doen niet aan drop-shipments vanuit fabrikanten. Het is simpelweg niet haalbaar, omdat je niet kan garanderen dat een bestelling voor middernacht, morgen in huis is. Daarom willen ze echt die opperste controle hebben om alles zelf in huis te hebben en nemen ze geen back-orders aan. Als het product niet in voorraad is, kan je het niet bestellen. Ze willen garanderen dat het wordt geleverd. (J. Van Camp, persoonlijke mededeling, 26 november 2015)

3.5. Voorraadbeheer magazijnen

Coolblue heeft zowel magazijnen in België, als in Nederland. De leveringen vanuit de distributiecentra voor de Nederlandse magazijnen gebeuren met PostNL. De Belgische leveringen worden gedaan door bpost.

Uiteindelijk komen deze zendingen allemaal op de rolcontainers van bpost terecht. Bpost heeft elke dag een aantal ophaalmomenten in hun beide magazijnen, waarvan het laatste om 00.30 uur is. Het is logisch, omdat de klanten tot middernacht kunnen bestellen. Tot die tijd wordt alles klaargemaakt en verzonden.

Al hun vrachtwagens rijden naar het sorteercentrum van bpost in Antwerpen X en daar worden ze gesorteerd voor de distributie. Het Antwerpse sorteercentrum van bpost is gevestigd in de Noorderlaan, dicht bij de haven.

Coolblue levert zijn pakketjes altijd eerst aan Antwerpen. Daar worden die gesorteerd tot op het niveau van het distributiekantoor waar de pakjes de volgende dag zullen vertrekken.

M.a.w. als er een klant uit Oostende iets bestelt, gaat die zending naar Antwerpen en daar wordt het gesorteerd voor het distributiekantoor vanwaar zijn pakje morgen zal vertrekken richting Oostende. Dus vanuit Antwerpen rijdt bpost dan al de gesorteerde zendingen ineens naar de distributiekantoren nationaal. Bpost komt die in dit geval ophalen. Er zijn een aantal vrachtwagens die ze vanuit Capelle en Tilburg inladen. Ze worden dan nog gesorteerd en 's ochtends vertrekken die op ronde. Bpost levert 95 tot 98% van zijn pakketten tussen 8 uur 's morgens tot 3 uur 's middags. Tussen die periode zal je je pakket dan ontvangen. (J. Van Camp, persoonlijke mededeling, 26 november 2015)

3.6. Logistiek aspect in 4 stappen

Je bent op de site van Coolblue en wil graag een smartphone bestellen. Je kiest de gewenste smartphone en klikt op "kopen" en je betaalt. Nu is het aan Coolblue om ervoor te zorgen die smartphone zo snel mogelijk aan jou te bezorgen. Dit gebeurt in vier stappen.

3.6.1. Stap 1: Orders verwerken

Van zodra er een bestelling geplaatst wordt, gaan ze ervan uit dat de bestelling betaald is (zie bijlage 1, artikel 6). Afhankelijk van welk product er besteld is, komt die bestelling terecht in hun backoffice systeem dat Vanessa heet. Het automatiseringspakket is volledig zelfbouw en geen commercieel pakket. Daar draait niet enkel heel hun logistiek rond, maar ook heel hun klantenservice, hun financiële afdeling, de inkoop en de verkoop. Kortom, alles loopt door dat systeem en het is noodzakelijk voor het runnen van het bedrijf.

Ten eerste lopen de orders binnen en de senior medewerker gaat dan op hun logistieke afdeling de picklijsten uitdraaien van de orders die gepickt moeten worden. Er zit een bepaalde logica achter, want de werknemers gaan niet kriskras door het magazijn lopen. Ze ontvangen de slimste looproute op hun scanner en op basis daarvan gaan ze te werk.

Achteraf worden de verschillende orders gebundeld op een picklijst en de logistieke medewerkers die op de uitgaande stroom werken, nemen één van die lijsten. Ze activeren die eerst op hun standaard WMS-scanner en die wijst hen doorheen het hele magazijn of de zone waar zij moeten picken om de producten van de orders bij elkaar te houden. Op die manier, als er een smartphone een uur geleden drie keer besteld is, gaan ze er één keer langs en nemen ze er 3 van.

3.6.2. Stap 2: Foutcontroles

Ten tweede, terwijl de logistieke medewerkers in het warehouse rondlopen, zitten daar gelijktijdig de foutcontroles bij. De medewerkers moeten eerst de barcode van het product scannen om te zien of het wel het juiste product is. Indien niet, krijgen ze het ook te zien op hun WMS-scanner.

3.6.3. Stap 3: Eigenaar detecteren

Ten derde, als zijn lijst is afgewerkt, loopt de logistiek medewerker door met een pickcar. Hij zet zijn pickcar af bij de packafdeling, waar de producten verpakt worden in de verzendverpakking. Daar opnieuw nemen ze datzelfde picklijstje om in de computer te scannen. Zo weten ze precies welke goederen er in die pickcar allemaal zijn. De logistiek medewerker neemt gewoon het eerste product af en scant de barcode van dat product opnieuw. De intelligentie van dat backoffice systeem weet dan op dat moment voor wie dat product is bestemd.

Er zijn bijvoorbeeld drie smartphones gepickt, die komen dan aan de straalstations. Ze scannen de picklijst opnieuw in en die lijst verwerken ze vervolgens. De medewerker scant voor de eerste keer een smartphone die bijvoorbeeld bestemd is voor klant x en al de bijkomende producten komen er ook onmiddellijk bij. De verschillende producten gaan in een doosje en het verzendlabel (zie bijlage 3) wordt afgedrukt.

3.6.4. Stap 4 : Verzenden

Van zodra de verzendlabel op de doos zit, wordt die opgevuld en gaat die langs bij de taper. Daarna wordt die gesorteerd op basis van het soort van verzending. Bijvoorbeeld als het gaat om een Belgische of Nederlandse zending, een Same Day zending of een contractzending en dergelijke. Vanaf dat ogenblik worden de pakjes (zie bijlage 4) in de vrachtwagens geladen en zijn ze klaar voor vertrek. De klant kan zijn product online volgen via het Track & Trace systeem (zie bijlage 5). (J. Van Camp, persoonlijke mededeling, 26 november 2015)

3.7. Pakketlevering

Coolblue heeft enkele stromen en de standaardpakketten worden normaal gezien altijd gratis geleverd met bpost. Tenzij je kiest voor een Same Day levering of levering in een specifiek tijdvak, dan wordt het pakket met DynaLogic geleverd. Bovendien wordt er dan ook €9,95 aangerekend aan de klant per bestelling. Als je je pakket op dezelfde dag wil ontvangen, moet je het op werkdagen voor 15 uur bestellen, zodanig dat het dezelfde avond tussen 18.00 en 22.00 uur in huis wordt geleverd. Ook kan je zelf een afspraak maken met Coolblue en samen een specifiek tijdvak kiezen voor de levering (zie bijlage 7 en 8). Daarnaast wordt de tweemansdistributie van bijvoorbeeld witgoed ook geleverd door DynaLogic. In Nederland gebeurt de levering van standaardpakketten altijd met PostNL. (www.coolblue.be)



De abonnementafhandelingen worden geleverd door AMP. AMP tekent de contracten aan de deur om er zeker van te zijn dat het gaat over de juiste persoon door de identiteitskaart te controleren. Als die persoon niet thuis is, wordt altijd een nieuwe afspraak gemaakt. Bij bpost daarentegen, is het systeem anders. Ze komen ook bij jou thuis leveren en indien je niet aanwezig bent, krijg je een brief. Met die brief kan je dan je pakket afhalen bij het dichtstbijzijnde postpunt.

Kortom, hoe kleiner of specifiek de aflevertijd, hoe hoger het tarief, niet enkel voor de klant, maar zeker en vast ook voor Coolblue. Een Same Day levering bijvoorbeeld, kost vier maal meer dan de levering van een gewoon pakket. Daarom wordt een kleine som ervan doorgerekend naar de klant.

Indien de producten uit hetzelfde magazijn komen, worden ze in het magazijn samengebracht in een verzenddoos en zo geleverd aan de klant. Maar als ze uit twee verschillende magazijnen komen, bijvoorbeeld een printer en oordopjes, betaalt Coolblue de extra kost en moet de klant één keer betalen. Dit gebeurt voorlopig gemiddeld één of twee keer per dag. (J. Van Camp, persoonlijke mededeling, 26 november 2015)

3.8. Retourzendingen

Retourzendingen zijn wettelijk bepaald (zie bijlage 1, artikel 4) en de consument heeft het recht om binnen de 14 dagen het product terug te sturen met een retourformulier en verzendlabel (zie bijlage 2). Achteraf wordt het bedrag terugbetaald aan de klant. De vraag is hoe die producten terug bij Coolblue terechtkomen.

Bpost haalt de teruggestuurde pakketten op van de verschillende postpunten tot vijf of zes uur 's avonds. Van daaruit levert het deze naar het dichtstbijzijnde sorteercentrum, bijvoorbeeld Brussel X. De opgehaalde producten worden op de sorteermachine gezet en gesorteerd naargelang hun plaats van bestemming. De volgende ochtend worden ze dan gezamenlijk vervoerd naar bijvoorbeeld Antwerpen X en van daar naar hun plaats van bestemming. Rond de middag ontvangt Coolblue dagelijks hun retourzendingen.

Daarnaast biedt Coolblue ook garantie aan de consumenten (zie bijlage 1, artikel 7). Als je bijvoorbeeld een smartphone koopt die na een paar dagen niet meer werkt, kan je die altijd terugsturen naar Coolblue. Het probleem wordt opgelost en binnen de twee werkweken wordt de gsm teruggestuurd.

Het blijkt dat de grote e-commercespelers retourzendingen als een grote kost zien. Dat is ook zo, maar de klantenservice van Coolblue ziet dat meer als een kans om vaste klanten te creëren. Natuurlijk hebben ze ook liever zo weinig mogelijk retourzendingen, maar de service kan ook zorgen voor goede reclame. Bv. als je online iets wil kopen, kan je altijd bij een verkoper terecht. Maar als er iets stuk gaat, is het moeilijker de verkoper terug te vinden of bij hem langs te gaan. Je zit dan als verkoper op de grens iemand voor altijd te verliezen of iemand fan te maken van je bedrijf. Dat zien ze als één van hun servicepijlers, om retourlogistiek zo goed en snel mogelijk af te handelen. De klantenservice van Coolblue is altijd beschikbaar voor de klanten (zie bijlage 1, artikel 12). Bovendien zijn de klanten die ooit iets terug hebben moeten sturen, meer tevreden over Coolblue.

(J. Van Camp, persoonlijke mededeling, 26 november 2015)



3.9. Transportkost duurder dan product?

Als je iets online koopt, kan het soms ook over zeer kleine bedragen gaan. De vraag hier is of het dan wel interessant is voor de e-commercespeler om het te leveren, omdat de kost om dat bepaald product te leveren hoger is dan de waarde van het product. Als er bijvoorbeeld een klant vanuit Charleroi oordopjes bestelt van €5,00, is het dan de moeite en de kost wel waard om die oordopjes naar Charleroi te transporteren?

Dat is geen probleem en het verzendtarief voor Coolblue blijft altijd hetzelfde. Het maakt niet uit of de klant zich 1 km of 100 km verder bevindt, omdat bpost toch elke dag vanuit Antwerpen naar Charleroi rijdt. Er zijn vaste ritten die dagelijks moeten gedaan worden en de transportkosten zijn voor hen dus verwaarloosbaar. (J. Van Camp, persoonlijke mededeling, 26 november 2015)

3.10. Piekmomenten

Tijdens het jaar zijn er bepaalde dagen waarop er een groot deel van de consumenten meer koopt dan normaal o.a. tijdens kerstdagen, Nieuwjaar of Valentijnsdag. Velen zullen dan ook online kopen, maar de vraag is of de e-commercespelers dat wel aankunnen. Als er om de seconde vijf orders binnenkomen moet je ze ook kunnen verwerken en tijdig leveren aan de klant.

Voor de decemberpiek die eraan komt heeft Coolblue goede, maar ook leuke en interessante maatregelen genomen. Ze werken o.a. met forecast, waarbij ze bepaalde volumes verwachten voor die dagen. Om er zeker van te zijn dat alles in orde zal komen hebben ze het ook gestresstest. De test is al gerealiseerd zowel in Tilburg als in Capelle aan den IJssel. Ze hebben met behulp van een chronometer 3 à 4 uur lang enkel en alleen orders gepickt.

De eerste keer konden de apparaatjes met de luchtzakjes niet volgen. Achteraf hebben ze het geüpgraded. De tweede keer ging het wel sneller, maar het tapen ging niet zoals verwacht. Ze hebben het verbeterd en week op week hebben ze het opnieuw gedaan om zo elke keer opnieuw de bottlenecks in het inbound process te detecteren en bij te schroeven. De derde test tot slot, was wel goed.

Tijdens die piekperiode moeten er veel orders verwerkt worden, labels moeten geprint worden en nog veel meer. Het systeem zal dientengevolge op volle toeren moeten draaien. Daarom hebben ze bij de laatste piektest zowel de website (webplatform) als het backofficesysteem gecontroleerd. Dit door een heleboel demidata erop te gooien om die systemen nog te verzwaren en zo te testen. Op dit ogenblik is alles piekfijn in orde.

Intern geloven ze wel dat ze het aankunnen, maar hun bezorgdheid blijft meer bij de externe factoren. Wat als er op 22 december na acht uur 's avonds de stroom uitvalt? Er zijn wel roodaggregaten, maar die duren ongeveer 20 minuten. Of wat als het bijvoorbeeld sneeuwt? Dit zou namelijk kunnen leiden tot een transportprobleem. (J. Van Camp, persoonlijke mededeling, 26 november 2015)



3.11. Extra werknemers tijdens piekmomenten

Een piekmoment betekent dat er meer werk is in het bedrijf dan normaal. Dan is het logisch dat er extra werknemers aangenomen zullen worden met tijdelijke of vaste contracten. De vraag is of Coolblue ook extra werknemers zal aannemen voor de decemberpiek die eraan komt.

Coolblue werkt het liefst met eigen werknemers. Voor wat de logistieke operaties betreft, hebben ze heel weinig uitzendkrachten in dienst. Qua omzet streeft Coolblue naar een groei van 40 à 50% per jaar.

Het bedrijf zal trachten om 80% van de decemberpiek zelf op te vangen en voor de overige 20% zal het dan tijdelijke werknemers aannemen met flexibele contracten. De 80% decemberpiek is het Coolblue volume van maart volgend jaar. Het is dan efficiënter voor Coolblue om vanaf december met vaste werknemers te werken. Het voordeel van vaste werknemers is dat ze het systeem helemaal kennen en op volle toeren kunnen werken. (J. Van Camp, persoonlijke mededeling, 26 november 2015)

3.12. Concurrentie

In de economische markt speelt de concurrentie een onvermijdelijk belangrijke rol. Coolblue heeft ook concurrentie, maar toch zouden ze het wel fijn vinden dat er een aantal andere e-commercespelers komen. Zo kunnen ze gezamenlijk proberen de e-commerce in België te vergroten en efficiënter te maken.

Tegenwoordig heeft Coolblue weinig last van de andere e-commercespelers. In België zijn er meer dan 160 webwinkels, allemaal gespecialiseerd in hun eigen domein. Online snapt Coolblue het spelletje wel, maar de kleine fysieke winkels zien zij meer als concurrenten dan de grote e-commercespelers. Ze gaan ervan uit dat die winkels meer volume hebben in de winkelstraten. Ongetwijfeld zien die kleine gespecialiseerde winkels hen ook als concurrent.

Bijvoorbeeld Phone House was de allergrootste keten van mobiele communicatie, maar er kwamen steeds meer spelers online op de markt. Phone House wist dat er een verandering moest komen. Ze hebben beslist om ook zelf online te verkopen en mee op de kar te springen. Het gevolg daarvan was een groot probleem voor alle onderaannemers van Phone House. Met andere woorden, er is een groot spanningsveld en het is een grote uitdaging voor heel veel klassieke retailketens. (J. Van Camp, persoonlijke mededeling, 26 november 2015)

3.13. Buitenlandse concurrentie

De e-commerce is in de buurlanden een stuk groter, wat te wijten is aan verschillende factoren (zie ook hoofdstuk 2).

In Nederland bijvoorbeeld is het internet daar 10 à 15 jaar geleden sneller ontwikkeld dan in België. Je zag dat bijna iedereen daar een breedband internetverbinding had, terwijl in België de meerderheid nog een modem had. Het sneller ontwikkelen van internet heeft een groot effect gehad op het online kopen van goederen. Daarnaast zijn de Nederlanders heel prijsbewust en gingen vaak vergelijken. Misschien was het online kopen in die tijd goedkoper dan shoppen in de gewone winkels. De Belgen waren toen conservatiever en de weerstand was groter om online te kopen. Sommigen zagen interessante producten op de site, maar gingen uiteindelijk toch niet over tot een aankoop.

Toen Coolblue in 2007 een eerste winkel opende in Antwerpen, groeide het aantal klanten die online aankopen deden in deze regio. Daarbij is het belangrijk om een Belgische klantenservice, Belgische winkels & een Belgisch management te hebben om de loyaliteit van de consumenten winnen.

Kortom, als een e-commercespeler ergens een winkel opent, zullen ze in die regio vermoedelijk meer online verkopen. Mensen willen graag een plaats in de buurt hebben waar ze naartoe kunnen gaan in noodgevallen. (J. Van Camp, persoonlijke mededeling, 26 november 2015)

3.14. Hoe ziet de toekomst eruit?

Eén van de grootste bezorgdheden naar de toekomst toe is dat er steeds meer pakketten worden gestuurd. De komende jaren zal het een uitdaging zijn om het steeds toenemende pakketvolume tijdig te kunnen verwerken. Zo draait de sorteermachine in Antwerpen 's middags niet, omdat er onvoldoende volume is om het te laten sorteren. De nachtpiek daarentegen, is gigantisch en wordt alsmaar groter.

PostNL is bijvoorbeeld begonnen met Same Day leveringen, wat wil zeggen: voor 12 uur 's middags besteld is dezelfde avond in huis. Dit is zeer aantrekkelijk en vernieuwend in de bezorgmarkt. Het zou redelijk baanbrekend zijn als men het piekvolume van de avond in de ochtend kan trekken. Dankzij de verandering van de deadline kan op die manier een deel van de drukte van de avondpiek opgevangen worden tijdens de ochtend. Dit zal meer flow in het proces creëren, omdat de sorteermachine dan wel kan draaien tijdens de middag. De mensen willen hun producten zo snel mogelijk en indien men dit systeem kan toepassen, wat een uitdaging is, zal dat opnieuw een vooruitgang betekenen.

De belangrijkste drijfveer van Coolblue is om de druk op die avondpiek te verlagen. Voor Coolblue maakt het niet echt uit of ze hun bestellingen 's middags of 's avonds verwerken. Integendeel zelfs, als er meer in de middag wordt gewerkt, moet het bedrijf minder avondtoeslagen betalen. Economisch gezien is het wel een goed idee, temeer omdat er steeds meer bestellingen binnenkomen. (J. Van Camp, persoonlijke mededeling, 26 november 2015)



3.15. Mogelijke oplossingen

3.15.1. Stadsdistributie

Door de steeds toenemende fileproblemen zou stadsdistributie eventueel een oplossing zijn naar de toekomst toe voor het leveren van pakketten. Een heel mooi voorbeeld en initiatief in België is Bubble Post. Het bouwt aan de rand van de stad een hub (of knooppunt in het Nederlands) en daar worden er volumes van verschillende klanten geleverd. Bubble Post gaat dan vandaaruit met elektrische fietsen of wagens dat volume distribueren naar de klanten binnen die stad. Voor zulke initiatieven is er steeds meer weggelegd.



Zo heb je ook CityDepot. Dit bedrijf, de specialist in slimme stadsdistributie, is het eerste dat een totaaloplossing biedt voor duurzame distributie van goederen naar de binnenstad én weer terug, via de weg of het water. Het vervoert grote paletten, kleine pakketjes, verswaren, grondstoffen, afval en restfracties. Dit is zeer interessant voor e-commercebedrijven, omdat CityDepot transporteurs, grote retailers, handelaars, e-commercebedrijven, steden en consumenten met elkaar verbindt, door de meest efficiënte en duurzame oplossing voor de distributie van goederen aan te bieden. Bovendien heeft deze onderneming zes vestigingen, onder andere in Brussel, in Gent en in Antwerpen. (www.citydepot.be)

Coolblue zorgt er ook voor dat er baanwinkels zijn, zodanig dat het gemakkelijk bereikbaar is met het openbaar vervoer, maar ook om er met je auto langs te gaan en te kunnen parkeren. Vanuit Coolblue in Wilrijk bijvoorbeeld, kunnen ze eventueel ook met brommers of elektrische fietsen leveren. Dat is dan bedoeld voor het leveren van kleine spullen.



3.15.2. Online veiligheid “iDEAL”

Tegenwoordig kost het veel geld om online betalen aan te bieden. Het online betaalplatform zou beter zoals in Nederland zijn. We moeten namelijk gebruik maken van iDEAL.

Ideal is een online betaalmiddel waarbij consumenten kunnen betalen via hun eigen bank. Het is een platform dat je als handelaar op je website zet en alle online betalingen gebeuren via dat kanaal. De webshop krijgt dan ook het geld van iDeal. Als er iets wordt gekocht is er een iDEAL message die naar de bank van de consument wordt doorgegeven en de bank geeft het aan de webshop door. Dit is een win-winsituatie, omdat beide partijen zekerheid krijgen. Hierbij moet je je niet steeds inloggen, omdat alle informatie al in het banksysteem zit.



Ideal is voordeliger dan het tegenwoordige systeem. De klanten hebben verschillende banken en de e-commercespelers moeten ervoor zorgen dat die banken op hun betaalplatform staan. Hoe meer betaalmogelijkheden, hoe meer je moet betalen en hoe meer verplichtingen en regels er zijn. Elk betaalsysteem brengt kosten met zich mee, omdat je met de verschillende banken moet onderhandelen. Daarnaast moet je als handelaar zelf nakijken bij de verschillende banken of de betalingen wel effectief gebeurd zijn. Maar met iDEAL is er maar één platform en al die banken zijn daaraan gekoppeld. Bij problemen of wanbetalingen is het iDEAL die het zal controleren.

Kortom, met iDEAL is er geen interface meer nodig met de verschillende banken.
(www.ideal.nl)

4. BOL.COM

4.1. Bol.com

De grote e-commercespeler bol.com heeft ruim 5,6 miljoen trouwe klanten zowel in Nederland als in België kan zijn. 95% van de Nederlanders en 80% van de Belgen kent bol.com. In de virtuele schappen van de winkel staan bijna 10 miljoen verschillende artikelen, waaronder die van 778.406 particuliere tweedehandsverkopers en 16.123 externe zakelijke verkopers.

Met het grootste gemak kiezen de klanten uit het eindeloze en steeds verder groeiende assortiment van bol.com met onder meer entertainment, speelgoed, elektronica, klus-, luxe- en babyartikelen. Naast de ruime keuze bieden ze een hoge servicelevel en concurrerende prijs. Achter het grote succes van bol.com staat een team van ruim 900 enthousiaste professionals. Hun medewerkers zijn verschillend, maar hebben zeker ook overeenkomsten. Dit is de reden waarom bol.com vandaag de dag een groot succes is. (www.bol.com)

4.2. Pakketleveringen

Tabel 4.2.1.: (mail, persoonlijke mededeling, bol.com)

BEZORGIJZE	ARTIKELEN	BEZORGDIENTST	BIJZONDERHEDEN	BEZORGMOMENT
Briefpost	o.a. boeken, games, cd's, e-reader	PostNL/ Bpost	Geen Track&Trace code	Dinsdag t/m zaterdag
Pakketdienst	Kleine (huishoudelijke) artikelen, tv's tot 42 inch (maximale afmetingen: 100x100x180 cm)	PostNL/ Bpost	Track&Trace code (zie bijlage 5)	Maandag t/m zaterdag
Grote pakketten	Grote huishoudelijke artikelen + tv's groter dan 42 inch	Dynalobic	De ochtend van de bezorgdag informeren ze in welk tijdsvak de bezorger langskomt.	Maandag t/m zaterdag
	Overig groot en zwaar o.a. trampolines, glijbanen			
Vandaag ophalen	Geselecteerde producten	Same Day Express	1,99 euro 192 afhaalpunten (maximaal 1,5 rijden vanaf DocData)	Maandag t/m vrijdag Vóór 12:00 besteld, afhalen vanaf 17:00
Afhaalpunten (Albert Heijn, Kiala, Etos)	Producten niet groter dan 50x50x170 cm	PostNL/ Bpost	Producten niet groter dan 50x50x170 cm Geen artikelen van andere verkopers	Maandag t/m zaterdag Je krijgt een mail zodra je bestelling klaar ligt bij het afhaalpunt. Je kunt die dan met een geldig legitimatiebewijs ophalen. Je pakket wordt 14 dagen bewaard.
Avondbezorging		PostNL/ Bpost	0,99 euro	Dinsdag- & donderdagavond 18:00-21:30

Op de bovenstaande tabel kan men zien welke artikelen worden geleverd door welke bezorgdiensten. De bezorgmomenten, alsook de bijzonderheden staan erbij. Bij het bestellen van een product is het wel interessant om te weten wie het zal leveren en of er een bijzonderheid daaraan verbonden is of niet.

Bijvoorbeeld: je bestelt op woensdag een tv groter dan 42 inch. Na het bestellen ervan krijg je direct de Track&Trace code (zie bijlage 5). Dit is een code voor het online volgen van je product. Al de verschillende stapjes zullen er op staan tot het bij jou geleverd is. Omdat het hier gaat over een tv groter dan 42 inch is het DynaLogic die het zal leveren. De ochtend van de bezorgdag informeert bol.com in welk tijdsvak de bezorger langskomt, zodanig dat er geen misverstand is.

4.3. Docdata

Docdata is een toonaangevend internationaal e-commerceservicebedrijf dat slimme oplossingen voor vraagstukken over de volledige e-commerce keten biedt. Succesvol zijn in e-commerce vraagt om steeds meer kennis en kunde. In de steeds complexer wordende wereld achter webwinkels loopt Docdata voorop als het gaat om de beste kwaliteit en het beste expertadvies over de hele e-commerceketen. Docdata biedt haar klanten een schat aan ervaring, de beste kwaliteit, schaalbaarheid, flexibiliteit en betrouwbaarheid.

(www.docdatapayments.com)

4.3.1. Online groei met Docdata

Door de jaren heen heeft Docdata veel klanten begeleid van start-up tot de grote online spelers die ze nu zijn. Voorbeelden daarvan zijn bol.com en Zalando die al vanaf het eerste uur vertrouwen op de dienstverlening van Docdata.

Dat kan alleen door hun continue focus op de uitdagingen en kansen voor hun klanten, zodat ze op maat gemaakte fulfilment oplossingen kunnen aandragen. Hun dienstverlening is gebaseerd op een intensieve samenwerking met hun klanten om te komen tot een optimale invulling van hun specifieke behoeften en doelstellingen. Met slimme oplossingen brengen ze de online business van hun partners naar een steeds hoger niveau, zowel qua omvang als winstgevendheid.

Een overzicht van hun fulfilment dienstverlening:

- Inbound;
- Voorraadbeheer;
- Orderpicking;
- Verpakken;
- (inter)nationaal retouren management;
- Personalisering;
- Business intelligence;
- Transport management;
- Verpakkingsmanagement;
- Docdata Connect;
- Click & collect;
- B2B. (www.docdata.nl)



4.3.2. Partner van het eerste uur

Wanneer er tijdens de piekmomenten vijf bestellingen per seconde of 150.000 bestellingen per dag binnenkomen, is het extreem belangrijk om tijdig te kunnen opschalen om de late cut-off tijd van 23.00 uur en de belofte aan de consument te kunnen waarmaken. Docdata sluit met al haar partners ambitieuze Service Level Agreements af en is continu op zoek naar innovaties die een nog betere performance opleveren. (www.docdata.nl)

“Fulfilment? 5 bestellingen per seconde met de precisie van de klok. Dankzij Docdata geen probleem!”

Daniel Ropers, directeur bol.com

4.3.3. Voor middernacht besteld, de volgende dag in huis

Het gemak van online shoppen heeft ook te maken met het feit dat de consument tot 's avonds laat kan bestellen en toch de volgende dag al over het bestelde artikel kan beschikken, terwijl de fysieke winkels al gesloten zijn. Mensen zijn snel gewend geraakt aan late cut-off tijden en verwachten dat ook steeds vaker. Dit is de reden waarom 20% van de Nederlanders hebben aangegeven dat ze het belangrijk vinden om nog tot of zelfs na 22.00 uur 's avonds te kunnen bestellen. Kortom, een vroege cut-off tijd kan omzetverlies betekenen en dit willen bedrijven niet.

Bol.com biedt dankzij docdata de mogelijkheid om tot middernacht te bestellen en garandeert de levering voor de volgende dag. (www.docdata.nl)



5. BESLUIT

Met behulp van dit onderzoek heb ik veel kennis opgedaan over de e-commerce in het algemeen. Als student is het wel nuttig om dit onderwerp te onderzoeken, omdat het vandaag de dag al veel wordt gebruikt. In de toekomst zal het ongetwijfeld meer gebruikt worden.

In het eerste hoofdstuk heb ik kort e-commerce gedefinieerd met de voor-en nadelen ervan, alsook de rol van de overheid. Wat betreft het tweede hoofdstuk weet ik nu het belang van e-commerce in België. Daarnaast ook hoeveel klanten online kopen en welk soort van goederen, evenals de regelgeving omtrent de nachtarbeid bijvoorbeeld.

Vaak vroeg ik me af hoe de webshops voor de leveringen zorgen. Welk systeem ze gebruiken, hoe ze het leveren, hoeveel personeel daarvoor moet werken en dergelijke. Dankzij het interview dat ik heb gehad met de Manager Bezorging van Coolblue ben ik dat allemaal te weten gekomen. Als laatste heb ik voor het vierde hoofdstuk meer informatie gekregen over de verzend- en werkmethode van Bol.com door een wisselwerking van mails.

Onlangs is er een nieuwe wetgeving over nachtarbeid aangekondigd. Ik ben heel benieuwd hoe deze wetgeving de e-commerce in België zal veranderen. Het zou eventueel interessant kunnen zijn om in de toekomst een verdere onderzoek van te maken.

Al bij al, diegenen die vaak online kopen of geïnteresseerd zijn in e-commerce raad ik zeker en vast aan om deze paper eens door te nemen.

6. BRONNENLIJST

6.1. Boeken, brochures, folders en onderzoeksrapporten

OESO (2014). *Over de reglementering in de handel; Europese Commissie.*

Geraadpleegd op 23 oktober 2015.

D. Little, A. (2014). *EC, Toegepaste btw-tarieven in de lidstaten van de Europese Unie.*

Geraadpleegd op 5 november 2015.

Dominique, M. (2015). *Belgium E-com Valley.* Pp. 5. Geraadpleegd op 21 december 2015.

Dominique, M. (2015). *Belgium E-com Valley.* Pp. 6-7. Geraadpleegd op 21 december 2015.

Dominique, M. (2015). *Belgium E-com Valley.* Pp. 8. Geraadpleegd op 21 december 2015.

Algemene Directie Humanisering van de Arbeid Algemene Directie Individuele Arbeidsbetrekkingen. (2008). *De nachtarbeidsreglementering en de vermindering van de ongemakken.*

Comeos. (2015). *E-commerce Belgium.* Pp.33. Geraadpleegd op 21 december 2015.

UNIZO, (2010). *E-commerce bij de KMO.* Brussel: Johan Bortier. Geraadpleegd op 20 december 2015.

6.2. Video's en krantenartikels

<http://www.indiegroupp.be/movies/de-grote-e-oorlog-volgens-comeos>.

Geraadpleegd op 1 november 2015.

<http://www.comeos.be/menu.asp?id=7568&lng=nl>. Geraadpleegd op 1 november 2015.

<http://deredactie.be/cm/vrtnieuws/videozone/programmas/journaal/2.42238>.

Geraadpleegd op 23 december 2015.

<http://www.wikisoc.be/nl/blog/post/e-commerce---nachtarbeid---studentenarbeid>.

Geraadpleegd op 21 december 2015.

<http://www.demorgen.be/binnenland/distributiesector-sluit-akkoord-over-nachtarbeid-in-e-commerce-ba6363a0/>. Geraadpleegd op 23 december 2015.

<http://www.hln.be/hln/nl/4125/Internet/article/detail/2563652/2015/12/21/Akkoord-over-nachtarbeid-in-e-commerce.dhtml>. Geraadpleegd op 23 december 2015.

6.3. Internetbronnen

http://economie.fgov.be/nl/ondernemingen/informatiemaatschappij/elektronische_handel/.

Geraadpleegd op 22 oktober 2015.

<https://www.bronso.be/blog/webshop/waarom-e-commerce-voordelen-van-e-commerce>.

Geraadpleegd op 22 oktober 2015.

http://www.belgium.be/nl/economie/handel_en_consumptie/consumentenbescherming/elektronische_handel/. Geraadpleegd op 22 oktober 2015.

<https://www.computable.nl/artikel/achtergrond/internet/1375235/1444691/overheid-moet-elektronische-handel-stimuleren.html>. Geraadpleegd op 22 oktober 2015.

http://datanews.knack.be/ict/nieuws/coolblue-heeft-geen-plannen-voor-een-distributiecentrum-in-belgie/video-normal-638291.html?utm_campaign=Echobox&utm_medium=social&utm_source=Facebook. Geraadpleegd op 1 november 2015.

http://www.proximus.be/support/nl/id_sfaqr_device_sar/particulieren/support/mobiele-telefonie/gsm-en-sim-kaart/gsm/stralingswaarde-sar-waarde-sat-waarde-specifieke-absorptietempo-specifieke-absorptieratio.html. Geraadpleegd op 1 november 2015.

<http://pers.bol.com/over-bolco/>. Geraadpleegd op 5 november 2015.

<https://www.ideal.nl/>. Geraadpleegd op 6 november 2015.

<http://www.citydepot.be/over-ons>. Geraadpleegd op 20 december 2015.

<https://www.docdatapayments.com/nl/over-ons/docdatapayments/>. Geraadpleegd op 20 december 2015.

<http://www.docdata.nl/services/fulfilment.html>. Geraadpleegd op 20 december 2015.

<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/NL/TXT/HTML/?uri=CELEX:32000L0031&from=NL>. Geraadpleegd op 20 december 2015.

http://statbel.fgov.be/nl/binaries/HICP%20201511%20persbericht%20NL_tcm325-275638.pdf. Geraadpleegd op 20 december 2015.

<http://statbel.fgov.be/nl/statistieken/cijfers/economie/HICP/>. Geraadpleegd op 20 december 2015.

<http://www.logistiek.nl/warehousing/nieuws/2015/9/coolblue-met-grote-schuur-op-weg-naar-miljard-omzet-101139207>. Geraadpleegd op 21 december 2015.

<http://nieuws.coolblue.nl/> Geraadpleegd op 21 december 2015.

https://www.nbb.be/doc/ts/publications/economicreview/2015/ecotijdii2015_h3.pdf. Geraadpleegd op 21 december 2015.

<http://www.techdata.be/Pages/Start.aspx?corpregionid=12&Culture=nl-BE&cos=>. Geraadpleegd op 21 december 2015.

<http://be.ingrammicro.com/>. Geraadpleegd op 21 december 2015.

<http://www.jobat.be/nl/artikels/nachtwerk-wat-zegt-de-wet/>. Geraadpleegd op 21 december 2015.

7. BIJLAGEN

7.1. BIJLAGE 1: Algemene voorwaarden Coolblue N.V.

Algemene Voorwaarden Coolblue N.V.

Versie 2014.01 – 01-06-2014

INHOUDSOPGAVE

Artikel 1 – Identiteit van de verkoper
Artikel 2 – Toepasselijkheid
Artikel 3 – Ons aanbod en jouw bestelling
Artikel 4 – Herroepingsrecht
Artikel 5 – De prijs
Artikel 6 – Betaling
Artikel 7 – Conformiteit en garantie
Artikel 8 – Levering en uitvoering
Artikel 9 – Duur
Artikel 10 – Overmacht
Artikel 11 – Intellectuele eigendom
Artikel 12 – Klachtenregeling en geschillen

ARTIKEL 1 IDENTITEIT VAN DE VERKOPER

Wij zijn:

Coolblue N.V.
Boomsesteenweg 560
2610 Wilrijk - Antwerpen

E-mailadres: klantenservice@coolblue.be
Telefoonnummer: 03 8082700
Ondernemingsnummer: BE 0867 686 774
BTW-nummer: BE 0867 686 774

ARTIKEL 2 TOEPASSELIJKHEID & VOORWAARDEN

1. Onze algemene voorwaarden zijn van toepassing op elk aanbod van Coolblue N.V. aan jou als Consument (iedere natuurlijke persoon die, uitsluitend voor niet-beroepsmatige doeleinden, op de markt gebracht producten of diensten verwerft of gebruikt).
2. Wij leveren enkel in *België*. Als je een leveringsadres in een ander land opgeeft, kunnen we je bestelling weigeren.
3. Om een bestelling te kunnen plaatsen, moet je minstens 18 jaar oud zijn. Als je geen 18 bent, vragen we je om de bestelling door je ouders of wettelijke voogd te laten plaatsen.

BIJLAGE 1: Algemene voorwaarden Coolblue N.V. Artikel 3, pagina 2.

Als we merken dat een bestelling geplaatst is door een minderjarige, kunnen we deze bestelling weigeren.

4. Als naast deze algemene voorwaarden ook bijkomende bijzondere voorwaarden van toepassing zijn, geldt bovenstaande ook voor die bijzondere voorwaarden. Als onze algemene voorwaarden strijdig zouden zijn met die bijzondere voorwaarden kan jij als consument altijd de meest voordelige tekst in jouw voordeel invoeren.
5. Het plaatsen van een bestelling op de website geldt als uitdrukkelijke aanvaarding van onze algemene verkoopvoorwaarden die steeds beschikbaar zijn via de website.
6. Als je online bestelt, bezorgen we je bovendien samen met de bestellingsbevestiging of ten laatste bij de levering een kopie van deze algemene voorwaarden in een formaat dat je kan opslaan of afdrukken. We raden je overigens aan om dit altijd te doen.

ARTIKEL 3 ONS AANBOD EN JOUW BESTELLING

1. Als een aanbod slechts een beperkte geldigheidsduur heeft of onderworpen is aan bepaalde voorwaarden, vermelden we dit uitdrukkelijk in ons aanbod.
2. We beschrijven altijd zo volledig en nauwkeurig mogelijk wat we jou verkopen en hoe het bestelproces zal verlopen. De beschrijving is in elk geval voldoende gedetailleerd om jou een goede beoordeling te laten maken. Als we gebruik maken van afbeeldingen, zijn deze een waarheidsgetrouwe weergave van de aangeboden goederen en/of diensten. Vergissen is echter menselijk en als we ons overduidelijk vergist hebben, zijn we niet verplicht om jou een overeenkomstig goed of dienst te leveren.
3. Jouw bestelling is compleet en de overeenkomst tussen ons is definitief zodra we voor jouw betalingstransactie met krediet- of debetkaarten de goedkeuring door de uitgever van de kaart ontvangen hebben. We aanvaarden *Bancontact/Mister Cash, Paypal, Visa, MasterCard, Maestro, overschrijving, rembours, contant*. Indien de uitgever van je kaart weigert om in te stemmen met je betaling aan ons, kunnen wij niet verantwoordelijk worden gesteld voor vertragingen bij de levering en/of niet-levering van jouw bestelling. Bestellingen zonder geldige betaling op naam van de geregistreerde kaarthouder worden niet aanvaard of verwerkt.
4. Om een product aan te kopen, voeg je het product toe aan je winkelmandje. Nadien geef je je contactgegevens en facturatiegegevens in. Vervolgens kies je je wijze van levering: per post, afhalen Bpack@bpost, op afspraak of afhalen in de winkel. In de laatste stap krijg je een overzichtspagina, aanvaard je onze algemene voorwaarden en bevestig je je betaling door het indrukken van de bestelknop met als bijschrift "bestelling met betalingsverplichting" of woorden van dezelfde strekking. Als je deze stappen hebt doorlopen, is je aankoop definitief. Wij zullen je per mail een bevestiging overmaken van jouw bestelling.

ARTIKEL 4 HERROEPINGSRECHT

1. Als je goederen of diensten bij ons koopt, heb je gedurende 14 dagen vanaf *in geval van goederen: de levering OF in geval van diensten: het sluiten van de overeenkomst* het recht om te beslissen dat je de goederen niet wil houden. Je kan je bestelling dan zonder betaling van een boete en zonder opgave van reden terugsturen. Binnen de 14 dagen nadat we je bestelling teruggekregen hebben of je hebt aangegeven dat je wil afzien van de overeenkomst, betalen we je de volledige aankoopprijs ervan terug met hetzelfde betaalmiddel waarmee je hebt betaald. In geval van deelbetaling met kredietkaart storten we het terug op je rekening.
2. Indien de goederen onmogelijk per post kunnen worden teruggezonden zullen wij deze bij jou komen afhalen en zullen jou hiervoor geen kosten worden aangerekend.
3. Wij mogen wachten met terugbetaling tot wij de goederen hebben teruggekregen of tot je hebt aangetoond dat je de goederen hebt teruggezonden, al naar gelang welk tijdstip eerst valt.
4. Tijdens de eerste 14 dagen na de levering verwachten we dat je zorgvuldig omgaat met de bestelling en de verpakking. Als je de goederen nog wil kunnen terugsturen zoals hierboven omschreven, mag je ze enkel in die mate uitpakken of gebruiken als nodig is om te kunnen beoordelen of je het goed wenst te behouden. Teruggestuurde goederen mogen gepast zijn, maar mogen niet gebruikt zijn. Als je de goederen terugstuurt, moet dit indien mogelijk gebeuren samen met de originele verpakking, met alle geleverde toebehoren en in de originele staat en verpakking en rekening houdende met onze instructies.
5. Je kan je retourpakket retourneren via de post of een koerier of langsbrengen in een van onze winkels .
6. Om je herroepingsrecht, zowel in het geval van levering van diensten als levering van goederen snel en correct uit te oefenen, kan je het hieronder vermelde formulier invullen en dit opsturen naar Coolblue N.V., Boomsesteenweg 560, 2610 Wilrijk. Wij zullen je per e-mail een ontvangstbevestiging van jouw herroeping sturen.

BIJLAGE 1: Algemene voorwaarden Coolblue N.V. Artikel 5 en 6, pagina 4.

"MODELFORMULIER VOOR HERROEPING

(dit formulier alleen invullen en terugzenden als u de overeenkomst wilt herroepen) - Aan [hier dient U Uw naam, adres en, indien van toepassing, Uw fax en e-mailadres in te vullen] :

- Ik/Wij (*) deel/delen (*) u hierbij mede dat ik/wij (*) onze overeenkomst betreffende de verkoop van de volgende goederen/levering van de volgende dienst (*) herroep/herroepen (*)
 - Besteld op (*)/Ontvangen op (*)
 - Naam/Namen consument(en)
 - Adres consument(en)
 - Handtekening van consument(en) (alleen wanneer dit formulier op papier wordt ingediend)
 - Datum
- (*) Doorhalen wat niet van toepassing is."

Wil je precies en snel op de hoogte zijn van de status van je retourzending, dan kun je het beste je retour bij ons aanmelden per e-mail of telefoon, dan bezorgen wij je de juiste formulieren.

ARTIKEL 5 DE PRIJS

1. Tijdens de periode die we in ons aanbod vermelden, wijzigen onze prijzen niet, behoudens prijswijzigingen als gevolg van veranderingen in BTW-tarieven.
2. Onze prijzen zijn inclusief alle belastingen, BTW, taksen en diensten. Je komt dus nooit voor verrassingen te staan. We kunnen wel beslissen om bovenop de aankoopprijs ook de verzendkosten aan te rekenen. In dat geval melden we dat altijd voordat je je aankoop definitief plaatst.

ARTIKEL 6 BETALING

1. Wij aanvaarden enkel de volgende betaalmiddelen *Bancontact/Mister Cash, Paypal, Visa, MasterCard, Maestro, overschrijving, rembours, contant.*
2. Op onze website aanvaarden wij enkel betaling via de betaalmodules die hier beschikbaar zijn.
3. Om een veilige online betaling en de veiligheid van je persoonsgegevens te waarborgen, worden de transactiegegevens versleuteld met SSL technologie over internet verstuurd. Om met SSL te betalen heb je geen speciale software nodig. Je herkent een veilige SSL-verbinding aan het "slotje" in de onderste statusbalk van je browser.

BIJLAGE 1: Algemene voorwaarden Coolblue N.V. Artikel 7 en 8, pagina 5.

ARTIKEL 7 CONFORMITEIT EN GARANTIE

1. Wij garanderen dat onze goederen conform zijn aan je bestelling en voldoen aan de normale verwachtingen die je ervan mag hebben rekening houdende met de specificaties van het product. Wij garanderen je natuurlijk ook dat onze goederen voldoen aan alle op het ogenblik van je bestelling bestaande wetten.
2. Bovendien hanteren wij voor consumenten wat betreft het leveren van goederen de wettelijke minimumgarantietermijn van twee jaar indien het goed niet conform is aan de geplaatste bestelling. Dit betekent dat bij gebreken of defecten aan het goed tot 2 jaar na de levering dit goed kosteloos wordt hersteld, dan wel vervangen.

Voor zover dit mogelijk en redelijk is, hebt u de keuze tussen herstelling of vervanging. Enkel ingeval de herstelling of de vervanging buitensporig of onmogelijk is of niet binnen een redelijke termijn kan worden uitgevoerd, heeft u het recht om een prijsverlaging of de ontbinding van de verkoopovereenkomst te eisen.

Indien het defect of gebrek zich manifesteert binnen de 6 maanden na de levering wordt dit geacht reeds te hebben bestaan voor de levering, tenzij wij het tegendeel kunnen bewijzen. Na 6 maanden zal u zelf moeten bewijzen dat het gebrek reeds bij de levering aanwezig was.

ARTIKEL 8 LEVERING EN UITVOERING

1. Alle goederen en diensten worden geleverd op het door jou bij je bestelling aangegeven adres.
2. Wanneer een artikel in stock is wordt het aangeboden op uw leveringsadres in 1 à 4 werkdagen.
3. Leveringen gebeuren maandag tot en met vrijdag tussen 08:00 uur en 22:00 uur, zaterdag tussen 08:00 uur en 18:00 uur, Op afspraak (€ 9.95), Coolblue Goeiemorgen: maandag tot en met vrijdag tussen 06:30 en 9:00 uur (€ 17.95), Coolblue VandaagNog: Tussen 18:00 uur en 22:00 uur dezelfde dag. (mogelijk tot 15:00 uur, € 17.95).
4. Als wij niet tijdig kunnen leveren, verwittigen wij je altijd voor het verstrijken van de voorziene leveringstermijn. Als wij dat niet doen, kan je kosteloos afzien van je bestelling. In dat geval betalen wij je uiterlijk binnen 30 dagen na ontbinding terugbetalen.
5. Onze verzendingen gebeuren steeds op ons risico. Je hoeft je dus geen zorgen te maken om goederen die verloren gaan in de post. Als je ons echter goederen terugzendt binnen de 14 dagen na aankoop omdat je ze liever niet wil houden, ben jij verantwoordelijk voor het transport.
6. Indien de door ons geleverde goederen tijdens het transport werden beschadigd, niet overeenstemmen met de artikelen die op de leveringsbon vermeld staan of niet

BIJLAGE 1: Algemene voorwaarden Coolblue N.V. Artikel 9 en 10, pagina 6.

overeenkomen met de artikelen die je had besteld, moet je dit zo snel mogelijk en zeker binnen de 3 dagen melden en de artikelen naar ons terug sturen binnen de 14 kalenderdagen na ontvangst.

We kunnen niet verantwoordelijk worden gesteld voor enige gevolgschade wegens laattijdige levering of niet-levering door de transporteur die de onderneming heeft aangesteld. Onze aansprakelijkheid blijft in dergelijke gevallen beperkt tot de waarde van de artikelen waarvan wordt aangetoond dat ze niet door de klant werden ontvangen.

ARTIKEL 9 DUUR

1. Je kan een overeenkomst die voor onbepaalde duur is aangegaan te allen tijde opzeggen met inachtneming van daartoe overeengekomen opzeggingsregels en een opzegtermijn van één maand.
2. Een overeenkomst die voor bepaalde duur is aangegaan heeft een looptijd van twee jaar.
3. Indien in een goederenovereenkomst van bepaalde duur is overeengekomen dat bij jouw stilzwijgen de overeenkomst zal worden verlengd, zal de overeenkomst worden voortgezet als een overeenkomst voor onbepaalde duur en zal de opzegtermijn na voortzetting van de overeenkomst één maand bedragen.
4. Wanneer een dienstenovereenkomst van bepaalde duur afgesloten tussen jou en Coolblue N.V. een beding tot stilzwijgende verlenging bevat, wordt dit beding geplaatst in vetgedrukte letters en in een kader los van de tekst, op de voorzijde van de eerste bladzijde.
5. Dit beding vermeldt de gevolgen van de stilzwijgende verlenging waaronder de bepaling van de hiernavolgende paragraaf m.b.t. de opzegging, evenals de uiterste datum waarop je je kan verzetten tegen de stilzwijgende verlenging van de overeenkomst en de wijze waarop hij kennis geeft van dit verzet. Je kan, na de stilzwijgende verlenging van een dienstenovereenkomst van bepaalde duur, op elk ogenblik zonder vergoeding de overeenkomst opzeggen met inachtneming van de opzeggingstermijn van twee maanden.

ARTIKEL 10 OVERMACHT

1. In geval van overmacht zijn wij niet gehouden onze verplichtingen na te komen. In dat geval kunnen wij ofwel onze verplichtingen opschorten voor de duur van de overmacht, ofwel de overeenkomst definitief ontbinden.
2. Overmacht is elke omstandigheid buiten onze wil en controle die de nakoming van onze verplichtingen geheel of gedeeltelijk verhindert. Hieronder begrijpen wij onder meer, stakingen, brand, bedrijfsstoringen, energiestoringen, storingen in een (telecommunicatie-)netwerk of verbinding of gebruikte communicatiesystemen en/of het

BIJLAGE 1: Algemene voorwaarden Coolblue N.V. Artikel 11 en 12, pagina 7.

op enig moment niet beschikbaar zijn van onze website, niet of niet-tijdige levering van toeleveranciers of andere ingeschakelde derden.

ARTIKEL 11 INTELLECTUELE EIGENDOM

1. Onze website, logo's, teksten, foto's, namen en in het algemeen al onze communicatie zijn beschermd door intellectuele eigendomsrechten die hetzij bij ons, hetzij bij onze toeleveranciers of andere rechthebbenden liggen.
2. Het is verboden gebruik te maken van en/of wijzigingen aan te brengen in de intellectuele eigendomsrechten zoals beschreven in dit artikel. Zo mag je bijvoorbeeld tekeningen, foto's namen, teksten, logo's kleurencombinatie, etc. niet kopiëren of reproduceren zonder onze voorafgaande en uitdrukkelijke schriftelijke toestemming.

ARTIKEL 12 KLACHTENREGELING EN GESCHILLEN

1. We hopen natuurlijk steeds dat al onze klanten 100% tevreden zijn. Als je toch klachten zou hebben over onze goederen of diensten, kan je ons contacteren via klantenservice@coolblue.be We doen er alles aan om je klacht binnen de 3 dagen te behandelen.
2. Op alle overeenkomsten die we afsluiten met onze klanten, ongeacht hun woonplaats, is uitsluitend het Belgische recht van toepassing en bij geschillen zijn enkel de bevoegde Belgische rechtbanken bevoegd. Indien om redenen van internationaal recht toch een ander recht van toepassing is, zal bij de interpretatie van huidige algemene voorwaarden in de eerste plaats teruggegrepen worden naar de Belgische Wet Marktpraktijken en Consumentenbescherming.

7.2. BIJLAGE 2: Retourformulier en verzendlabel

- 1 Vul je gegevens op het formulier in.
- 2 Stop het ingevulde formulier bij je pakketje.
- 3 Plak het ingevulde verzendlabel op je pakketje en breng 'm naar het postpunt.
- 4 Geef op het postpunt aan dat je pakket verzonden moet worden met Retour Retail.

RETOURFORMULIER.

Staat model.

Hierbij stuur ik mijn product retour. Dit zijn mijn gegevens:

Ordernummer:

Pakketje ontvangen op: - -

Reden van retour:

Bewoef je niet verplicht deze reden op te geven waarom het product niet voldoet aan jouw eisen, jeren we graag van je. Hetmeest netje ons, maar ook andere redenen.

Ik wil graag mijn geld retour Ik wil dit graag omruilen voor:

Naam:

Postcode: Huisnummer:

Telefoonnummer:

Datum: - -

Handtekening:

Dit formulier is gebaseerd op het Europees Modelformulier voor Herroeping.

! Is je product oever? Ga dan naar onze garantiepagina en neem contact op met de klantenservice.

! Uw pakket groter dan dat het postkantoor accepteert (50 kg, 175 x 78 x 58 cm)? Neem contact op, om regelen wij een koerier.

Verzendlabel

Afzender

Naam:

Postcode:

Order:

Referentie:

Huisnummer:

Retour Retail
Antwerpen X
Coolblue Capelle

Uw pakket groter dan dat het postkantoor accepteert (50 kg, 175 x 78 x 58 cm)?
Bel onze klantenservice op 08 808 2700, dan regelen wij een koerier.

!

7.3. BIJLAGE 3: Verzendlabel



1 = De afzender is hier Coolblue Capelle. Het bestelde product komt vanuit het distributiecentrum in Capelle, omdat het gaat over een klein product. Vandaaruit is Bpost het gaan halen en heeft het naar P/A Antwerpen X gebracht, waar ze zijn gesorteerd.

2 = Barcode pakje van bpost

3 = Ordernummer van Coolblue

7.4. BIJLAGE 4: Verpakte doos Coolblue



7.5. BIJLAGE 5: Track&Trace systeem bpost

FR | NL | EN



Je pakje Barcode van bpost: 323210515300002890789030


Klaarmaken
door afzender


Verwerking
door bpost


Onderweg
naar jou


Afgeleverd
aan huis

Je pakje wordt momenteel **klaargemaakt door de afzender.**

[Toon geschiedenis in detail](#) ▼

[VEEL GESTELDE VRAGEN](#)

Detailgegevens van je pakje

Barcode van bpost
323210515300002890789030

Klantreferentie
10603663

Verzendwijze
bpack 24h pro
✓ Levering op zondag

Gewicht
1000g

Retouradres
2000 ANTWERPEN X
België

Bestemming
ENES VURAN
1030 SCHAARBEEK
België

7.6. BIJLAGE 6: Factuur Coolblue



Factuur

enes vuran
fermand séverinstraat 44
1030 Schaarbeek

 consoleshop.be
COOLBLUE N.V.
Boomsesteenweg 560
2610 Antwerpen
België
Tel: (+32) (0)3 8082714
Fax: (+32) (0)3 8082743
Mail: klantenservice@consoleshop.be

Klantnummer: 5601094
Factuurnummer: 350670702
Factuurdatum: 26 december 2015
Ordernummer: 15335923

Artikel	Demo	BTW	Prijs per stuk	Aantal	Prijs Incl. BTW
Sony DualShock 4 Controller Magma Red PS4		21%	€ 64,99	1 €	64,99
Incl. Bebat: B110020050 (Lithium Ion battery, digicam str,		21%		1 €	0,09
Incl. Recupel: 07.01 Speelgoed - hulshoudelijk		21%		1 €	0,05

Vrijstelling van milieutaks - Art. 378 § 1

Exclusief BTW	€ 53,71	Subtotaal	€ 64,99
BTW			
21%	€ 11,28	Totaal	€ 64,99
Totaal	€ 64,99		

'Mister Cash' op 24 december 2015 € 64,99

RPR Antwerpen BTW BE 0867 686 774 IBAN BE07310160125666
Kijk voor alle informatie over ruilen, retouren, defecten en garantie op <http://www.consoleshop.be/klantenservice>

TOT SNEL
Bij één van onze webshops.

7.7. BIJLAGE 7: Afleverdatum

cool blue alles voor een glimlach® enes

coolbluekassa 03 8082700
Klantenservice | nu open

Gegevens **Betaalwijze** **Overzicht** Betalen Bedankt

OVERZICHT.
Anders nog iets?

Gegevens

Factuur- en afleveradres
Dhr. enes vuran
fernand séverinstraat 44
1030, Schaarbeek

Factuur per e-mail

Contactgegevens
vuran_enes_007@hotmail.com
0487896210

• Wijzig gegevens

Betaalwijze

Bancontact

• Cadeaubon inwisselen
• Wijzig betaalwijze

Bestelling afrekenen

Afleverdatum

Morgen (donderdag) ▼

Morgen (donderdag)

Zaterdag 26 december
Zondag 27 december
Maandag 28 december
Dinsdag 29 december
Woensdag 30 december
Donderdag 31 december
Zaterdag 2 januari
Zondag 3 januari
Maandag 4 januari
Dinsdag 5 januari
Woensdag 6 januari

SERVICE.
Onderdeel van Coolblue.

- ✓ Gratis verzenden & retourneren
- ✓ Voor 23.59 uur besteld, morgen in huis
- ✓ Track & Trace, volg uw pakket
- ✓ Statusupdates via e-mail en SMS
- ✓ Winkels in Antwerpen en Lochristi

Winkelmandje

Aantal	Producten	Prijs
1	Sony DualShock 4 Controller Magma Red PS4 consoleshop.be	€ 64,99

• Wijzig winkelmandje

Verzendkosten gratis

Totaalbedrag € 64,99
inclusief BTW, bebat en recupel



Door verder te gaan gaat u akkoord met onze [algemene voorwaarden](#)®.

◀ Vorige stap **Bestelling afrekenen**

◀ Verder winkelen

7.8. BIJLAGE 8: Aflevermethode

The screenshot shows the Coolblue Kassa checkout process. The page is in the 'Overzicht' (Overview) step. A modal titled 'Kies een andere aflevermethode' (Choose a different delivery method) is open, offering three options: 'Bezorgen op afspraak' (Delivery by appointment), 'Ophalen bij Coolblue' (Pickup at Coolblue), and 'Ophalen bij bpost' (Pickup at bpost). The background shows the checkout details for a Sony DualShock 4 Controller Magma Red PS4, including the address, contact information, and a total amount of €64,99. The 'Bestelling afrekenen' (Checkout) button is visible at the bottom right of the modal and in the background.

coolblue alles voor een glimlach[®] enes  

coolbluekassa 03 8082700
Klantenservice | nu open

Gegevens **Betaalwijze** Overzicht Betalen Bedankt

OVERZICHT.
Anders nog iets?

Bestelling afrekenen





Gegevens
Factuur- en afleveradres
Dhr. enes vuran
fernand séverinstraat 44
1030, Schaarbeek
Factuur per e-mail
Contactgegevens
vuran_enes_007@hotmail.com
0487896210
• Wijzig gegevens

Betaalwijze
Bancontact
*Cardaanhouders inwisselen


Afleverdatum
Donderdag 24 december
(gratis bezorgd)

SERVICE.
Onderdeel van Coolblue.

- ✓ Gratis verzenden & retourneren
- ✓ Voor 23.59 uur besteld, morgen in huis
- ✓ Track & Trace, volg uw pakket
- ✓ Statusupdates via e-mail en SMS
- ✓ Winkels in Antwerpen en Lochristi

Winkelmandje

Aantal	Producten	
1	 Sony DualShock 4 Controller Magma Red PS4 consoleshop.be	€ 64,99

• Wijzig winkelmandje

Verzendkosten **gratis**

Totaalbedrag **€ 64,99**
inclusief BTW, bebat en recuperat

Door verder te gaan gaat u akkoord met onze [algemene voorwaarden](#).

← Vorige stap **Bestelling afrekenen**