

'Nederlandse online super niet snel rendabel'

03-07-2014 12:49

Het is maar de vraag of de online activiteiten van Nederlandse supermarkten op korte termijn rendabel worden. Dat zegt hoogleraar retailmarketing Laurens Sloot tegen de NOS. "In Engeland hebben ze er ook lang over gedaan."

Nederlandse supermarkten zijn volgens Sloot relatief laat begonnen met online verkoop. In Engeland werd daar al halverwege de jaren negentig mee gestart, stelt hij. "Daar ligt de omzet van food via internet inmiddels op 4,5 procent van het totaal, in ons land wordt pas één procent van de levensmiddelen gekocht via internet."

De online omzet van Nederlandse supermarkten kwam vorig jaar volgens hem uit op driehonderd miljoen euro. Dat bedrag groeit naar verwachting dit jaar uit tot vijfhonderd miljoen euro. Bij veel supermarktketens is inmiddels namelijk 'het kwartje wel gevallen', stelt Sloot. Na Albert Heijn zijn nu ook Jumbo, PLUS, Hoogvliet, Spar en Coop serieus bezig met hun e-commerce strategie.

Het probleem van Nederlandse supermarkten is echter dat ze in tegenstelling tot Britse branchegenoten weinig non-food verkopen, ziet Sloot. Consumenten kunnen bij Tesco onder meer terecht voor tuinhuisjes, fietsen en sieraden. Daar zit volgens hem een veel grotere winstmarge op.

Nederlandse supermarkten als Albert Heijn, Jumbo en PLUS zijn juist echte kruideniers, stelt de hoogleraar. "Ze kunnen natuurlijk wel andere zaken gaan verkopen als tuingereedschap, maar dat wil nog niet zeggen dat de consument het een logische aankoopplaats vindt."