

‘Animo voor online boodschappen neemt af’

29-08-2014 07:53

Een ruime meerderheid van de consumenten wil zijn boodschappen niet online bestellen, ook al zou hun primaire supermarkt dat faciliteren. Dat blijkt uit het onderzoek Consumententrends 2014 dat Flycatcher in opdracht van Deloitte onder 2400 consumenten heeft uitgevoerd.

Van de ondervraagden zegt 85 procent van de shoppers geen gebruik te maken van deze mogelijkheid. De respondenten zouden hiervoor evenmin de webwinkel van een andere supermarkt kiezen. In 2013 lag dat aantal nog op 82 procent.

Zes procent maakt weleens gebruik van een online bestelservice. De meesten (vier procent) kiezen daarbij voor albert.nl van Albert Heijn. Gemiddeld wordt één of twee keer per maand een bestelling geplaatst met een gemiddeld bedrag van circa 75 euro per order.

De artikelen die men online bestelt zijn vooral langer houdbaar producten, diepvriesartikelen, zuivel, drogisterijartikelen en non-food producten. Vier op de vijf laat zijn boodschappen het liefst thuis bezorgen. In 2013 was dat nog 72 procent, aldus de onderzoekers. Ruim de helft (54 procent) heeft een voorkeur om de producten in de avonduren te ontvangen of op te halen. Gemiddeld heeft men maximaal elf minuten reistijd over om bij een pick-up point te komen.

Een kwart van de ondervraagden zou extra willen betalen (gemiddeld 4,84 euro) om zijn bestelling zelf af te halen. Voor het bezorgen van de boodschappen is drievijfde bereid om extra te betalen (gemiddeld 3,87 euro).

Consumenten die nooit online boodschappen bestellen noemen als voornaamste reden dat ze de producten eerst willen bekijken of vasthouden. Daarnaast betaalt men liever geen verzendkosten.