

Online boodschappenmarkt verdrievoudigd in Nederland

01-09-2014 13:14

Nederlandse consumenten besteden drie keer zoveel aan online boodschappen als een jaar eerder. Dat blijkt uit het onderzoek Consumententrends 2014 dat Flycatcher in opdracht van Deloitte onder 2400 consumenten heeft uitgevoerd. De online boodschappenmarkt is inmiddels goed voor 680 miljoen euro.

Bijna zes procent van de Nederlandse consumenten bestelt zijn boodschappen weleens online. Dat is bijna een verdubbeling ten opzichte van vorig jaar. Verder is de frequentie van één keer per maand gestegen tot 1,75 keer.

Vorig jaar maakte Deloitte nog bekend dat zeven procent van de consumenten gebruikmaakte van de online bestelservice van supermarkten. Destijds ging het echter om zeven procent van de bijna tweevijfde van de consumenten van wie de lokale supermarkt online actief was. "De huidige zes procent heeft betrekking op alle ondervraagden", laat partner Paul Op Heij van branchegroep Retail van Deloitte weten aan RetailNews. Ruim tachtig procent daarvan shopt volgens hem online bij Albert Heijn.

Hoewel het aantal consumenten dat weleens online bestelt groeit en ook de frequentie van deze bestellingen toeneemt, daalde de besteding per order juist met twintig procent. Waar online shoppers in 2013 per bestelling nog voor 103 euro aan boodschappen aanschafte daalde dit bedrag in 2014 tot gemiddeld 76 euro per order.

Dat komt volgens Op Heij doordat er meer supermarkten zijn die een online bestelservice aanbieden. "Zij hanteren lagere of geen minimale bestelgrootte. Bestaande aanbieders hebben in navolging hiervan hun minimale bestelgrootte ook verlaagd of afgeschaft en dit zorgt voor een gemiddeld lagere besteding per bestelling."

Een ruime meerderheid van de consumenten (85 procent) wil zijn boodschappen echter niet online bestellen, ook al zou hun primaire supermarkt dat faciliteren. De respondenten zouden hiervoor evenmin de webwinkel van een andere supermarkt kiezen. In 2013 lag dat aantal nog op 82 procent. 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.