

‘Online boodschappenmarkt nog lang niet winstgevend’

11-09-2014 14:28

Het zal ook in de toekomst moeilijk zijn om als supermarkt winst te maken op online activiteiten. Nu moet er in ieder geval geld bij, zegt bestuursvoorzitter Jan Brouwer van PLUS supermarkten in het jubileumnummer van RetailTrends. “Online draagt nog lang niet bij aan de winst.”

Het online kanaal heeft in de nabije toekomst een omzetspotentieel van twee tot drie procent van de totale markt, denkt Brouwer. Dat aandeel wordt volgens hem nu al gehaald bij de negentig PLUS-supermarkten die momenteel online boodschappen verkopen. Het formulemerk wordt daarbij gebruikt als drager, stelt hij. “Ik geloof in e-commerce als verlengstuk van bestaande formules, die de klanten kennen en vertrouwen. Niet voor niets is Superdirect.com gesneuveld.”

Elke supermarkt is volgens Brouwer een optelsom van rendabele en niet rendabele activiteiten. Voor de online activiteiten is een centrale e-fulfilment nodig en een netwerk van ophaalpunten die aan supermarkten gekoppeld zijn. Thuisbezorging is volgens de bestuursvoorzitter niet rendabel, maar kan de positie van de supermarkt wel versterken.

Stand alone ophaalpunten zijn voor PLUS echter geen optie. “Wat moet je daarmee? De winkel is één groot ophaalpunt”, aldus Brouwer. Supermarkten hebben volgens hem een goede positie in het marktgebied en zijn goed bereikbaar met alle ruimte en infrastructuur. “Gebruik dat dan.”

Brouwer gaat in RetailTrends 9 tevens in op de foodbranche als vechtmarkt en de strategie van PLUS om zich daarin te onderscheiden. [Klik hier voor meer informatie over een abonnement op RetailTrends.](#)