

Explosieve groei aantal afhaalpunten

09-07-2015 07:49

Nederlanders kopen hun boodschappen steeds vaker online. Vooral het aantal pick-uppoints stijgt explosief. Dit meldt het AD naar aanleiding van [onderzoek](#) van dataleverancier Syndy naar de online supermarktenbranche in West-Europa.

In het rapport staat dat er in 2014 voor 450 miljoen euro aan online boodschappen is gedaan, een stijging van 55 procent ten opzichte van een jaar eerder. Hoewel slechts 1,3 procent van de boodschappen online wordt besteld, is Nederland een van de snelst groeiende landen. Syndy verwacht dat ons land binnen twee tot drie jaar op koers raakt met de grootste West-Europese online boodschappenmarkten als het Verenigd Koninkrijk, Duitsland en Frankrijk.

Reden dat het percentage zo laag is, is mede te danken aan de hoge bezorgkosten die marktleider Albert Heijn stelt. De supermarkt vraagt servicekosten van tussen de 3,95 euro en 12,95 euro voor de boodschappen en remt hiermee volgens Syndy de online markt.

Des te meer reden om de online bestelde boodschappen zelf af te halen. De pick-uppoints schieten als paddenstoelen uit de lucht — het aantal stond na 2014 op 350, een stijging van 680 procent. Albert Heijn krijgt geduchte concurrentie van Jumbo, maar ook van kleinere spelers die afhaalpunten openen. Jumbo heeft bijna honderd pick-uppunten en ook Spar, Hoogvliet, Deen en Coop investeren flink. Jumbo's doel is om in 2017 vijf procent van zijn omzet uit onlineverkoop te halen.

Dat de Nederlandse consument zijn boodschappen het liefst zelf afhaalt is niet waar, zeggen de onderzoekers van Syndy. Tachtig procent van de consumenten prefereert thuisbezorging. Daar hebben ze gemiddeld vier euro voor over. Boodschappen bestel je volgens de dataleverancier immers online voor het gemak, dan heb je geen zin om alsnog naar een supermarkt te rijden.

De pick-uppoints zijn vooral goedkoper voor de supermarkten zelf, zegt ook supermarktoprofessor Laurens Slood. "Een medewerker is al snel twintig minuten bezig om alle boodschappen te verzamelen. Die moeten in een vrachtwagen en worden bezorgd, het liefst 's avonds. Sommige producten gekoeld, andere diepgevroren en de rest op kamertemperatuur. Dat is een ingewikkelde, kostbare operatie voor producten met een kleine marge." Afhaalpunten zijn volgens hem vooral een investering om op lange termijn online klanten aan zich te binden.

En dan zijn er de (lokale) boodschappen- en maaltijdservices als HelloFresh en de Krat. Deze concurrentie is nu nog beperkt, maar kan volgens Syndy een grote bedreiging voor traditionele retail vormen als zij technologische ontwikkelingen en snel veranderende trends snel oppikken.