

'Online boodschappenmarkt is eerstvolgende groeier'

30-09-2015 12:25

De markt voor online boodschappen is in potentie even groot als alle andere online retailsegmenten bij elkaar. Dat zei medeoprichter Michiel Muller woensdag bij de lancering van websuper Picnic.

Muller wijst op een recent onderzoek waarin ING concludeert dat over vijf jaar twintig procent van de boodschappen via internet besteld wordt. "Wij gaan mee op die golf. De online boodschappenmarkt is de eerstvolgende groeimarkt."

Picnic is na drie jaar ontwikkeling en een pilotperiode officieel gestart in Amersfoort. Als de kinderziektes uit het concept zijn, breidt Picnic uit naar andere steden. Welke dat zijn, is nog niet besloten. Het concept laat zich volgens de oprichters eenvoudig kopiëren, waardoor de websuper ook na opschaling efficiënt kan blijven opereren. "Naast een distributiecentrum hebben we per stad een hub nodig om de bestellingen uit te leveren. Het dc hebben we al, dus met één ander logistiek punt zijn we er", schetst Joris Beckers.

De websuper ziet daarnaast naar eigen zeggen de kosten aan de bezorgkant al dalen nu het proces soepeler verloopt. "Natuurlijk gaan de kosten voor de baat uit, maar het break-even punt gaat er komen", aldus Beckers. Hij voorziet geen moeilijkheden met Superunie en inkooppartner Boni als Picnic zijn online marktaandeel uitbouwt ten koste van andere Superunieleden. "In feite doen wij niets anders dan wat de verschillende leden onderling al doen."