

Online supermarktomzet stijgt gestaag door

25-11-2016 14:33



Het onlineaandeel van de Nederlandse supermarktomzet is opgelopen tot 1,3 procent. Dat blijkt uit onderzoek van kennisplatform Supermarkt & Ruimte in samenwerking met Strabo en SuperVastgoed onder vijftienhonderd consumenten.

Bij de vorige monitor, in maart van dit jaar, was het onlineaandeel nog 1,1 procent. Een jaar geleden, toen de eerste monitor werd gehouden, was dit percentage 0,8 procent. Momenteel is de online supermarktomzet zo'n 441 miljoen euro op jaarbasis, op een totaal van 35 miljard. De onderzoekers concluderen daarom dat de concurrentie van internet voor supers 'nog altijd beperkt' is.

De gemiddelde besteding per online bestelling is zo'n negentig euro. De belangrijkste doelgroep voor online supermarktbestedingen zijn volgens het onderzoek gezinnen met kinderen, met name in het westen van het land.

Van alle ondervraagde consumenten zegt twaalf procent wel eens iets online te kopen dat ook in de supermarkt verkrijgbaar is. Bijna zestig procent van deze groep is georiënteerd op Albert Heijn, terwijl dit percentage bij Jumbo doorgroeide van acht procent in maart naar veertien procent nu. Van de groep consumenten die wel eens dit soort producten online bestelt, deed ongeveer de helft dit langer dan twee weken geleden.