

'Dirk het meest, Jumbo het minst gebukt onder online'

18-07-2017 08:10



Jumbo loopt van de Nederlandse supermarktketens het minste risico op omzetverlies door online concurrentie. Dirk en Vomar kunnen de grootste dalingen verwachten, blijkt uit onderzoek van data-analysebureau Veneficus.

Dirk loopt risico op 0,98 procent omzetsdaling als gevolg van de groei van online boodschappen. Ook Vomar en Albert Heijn riskeren relatief veel omzet mis te lopen op korte termijn, met respectievelijk 0,93 en 0,89 procent. Jumbo, Spar en Emté lopen met waardes net onder de 0,8 procent minder risico. Bij de dalingsverwachtingen is uitgegaan van de huidige situatie en strategie van de verschillende ketens.

De onderzoekers bestudeerden voor het rapport het potentieel van online boodschappen in verschillende gemeenten in de Randstad. Daarbij werd onder meer gekeken naar leeftijdsopbouw van de bevolking, inkomen en de supermarktdichtheid. Dat Albert Heijn meer risico loopt dan Jumbo, zou komen doordat de marktleider veel zwaarder is vertegenwoordigd in gemeenten waar nog een grote groei van online boodschappen te verwachten is.

App-only supermarkt Picnic heeft bij het bepalen van zijn nieuwe bezorggebieden onvoldoende gekeken naar de potentie van online boodschappen, stellen de onderzoekers verder. In de gebieden waar Picnic nog niet opereert bleek de gemiddelde potentiële groei van het marktaandeel 0,8 procent, in de gemeenten waar de e-tailer sinds november vorig jaar startte 0,78 procent. In de gebieden waar Picnic voor september 2016 startte,

is de groeiverwachting maar 0,48 procent.

De volledige whitepaper Groeipotentie online boodschappen is te lezen op [RetailTrends](#). Daarin is onder meer een kaart van Nederland te zien, waarin de groeipotentie van online boodschappen per gebied in beeld is gebracht.