'Jumbo loopt online in op Albert Heijn'

09-01-2018 09:21



Jumbo heeft zijn online marktaandeel in een jaar tijd vergroot van veertien naar 22 procent. De afstand met Albert Heijn is daardoor flink teruggelopen. De marktleider is net als een jaar terug goed voor 58 procent van de online boodschappenmarkt. Dat blijkt uit nieuw onderzoek van kennisplatform Supermarkt & Ruimte, waar ruim vijftienhonderd consumenten voor zijn ondervraagd.

Uit de vijfde meting blijkt dat 1,6 procent van de supermarktomzet via het online kanaal gaat. Dat is een groei van 23 procent ten opzichte van zes maanden terug, toen het aandeel nog 1,3 procent bedroeg. De online omzet wordt door het platform geraamd op 567 miljoen euro.

De gemiddelde besteding per klant is met twee euro opgelopen naar 92 euro. De penetratiegraad is opnieuw niet gestegen: van alle ondervraagde consumenten geeft zo'n twaalf procent aan weleens online een product te kopen dat ook in de supermarkt verkrijgbaar is. Het aandeel consumenten dat in de nabije toekomst verwacht online boodschappen te doen blijft eveneens stabiel op 21 procent.

Algemeen directeur Hans van Tellingen van Strabo, dat met vastgoedadviseur SuperVastgoed achter de monitor zit, verwacht dat het onlineaandeel de komende tien tot vijftien jaar klimt naar hoogstens vijf procent. Daarmee zouden we 'op gelijke hoogte komen' met landen als de Verenigde Staten en het Verenigd Koninkrijk, zei hij eerder. "Daar zie je ook dat de groei stokt, omdat de penetratiegraad stabiel blijft op zo'n twintig procent."