

'Supermarkten groeien online het hardst, Albert Heijn domineert'

16-05-2018 16:38



Nederlandse consumenten hebben in het eerste kwartaal 42 procent meer online uitgegeven aan food/nearfood dan een jaar eerder. Daarmee maakt deze categorie de sterkste groei door op het gebied van online bestedingen. Dat blijkt uit cijfers van de Thuiswinkel Markt Monitor, die begin volgende maand verschijnt.

De populariteit van online supermarkten groeit onder meer door een groter en beter aanbod van nieuwe en reguliere spelers, meldt de belangenvereniging. Albert Heijn domineert volgens onderzoek van WUA de markt voor online boodschappen. De Zaanse supermarktketen biedt van de dertien onderzochte webwinkels de beste klantervaring, gevolgd door Jumbo en Plus. Coop en Picnic completeren de top vijf.

Albert Heijn scoort onder meer het best op vindbaarheid, terwijl de tweehonderd respondenten er ook de beste eerste indruk kregen. Meer dan de helft van hen zet de website van Albert Heijn na verdere verdieping op de eerste plaats qua voorkeur.

Na food/nearfood is speelgoed met 34 procent de sterkste stijger. Health & beauty staat met een groei van 23

procent op de tweede plek. In drie categorieën is er geen sprake van een groei ten opzichte van een jaar eerder. Zo zijn de uitgaven aan consumentenelektronica en IT gelijk gebleven. De online bestedingen binnen de categorie sport & recreatie nam zelfs met twee procent af.

Thuiswinkel Markt Monitor Q1 2018

Groei online bestedingen per productsegment



Groeipercentages online bestedingen Q1 2018 t.o.v. Q1 2017

