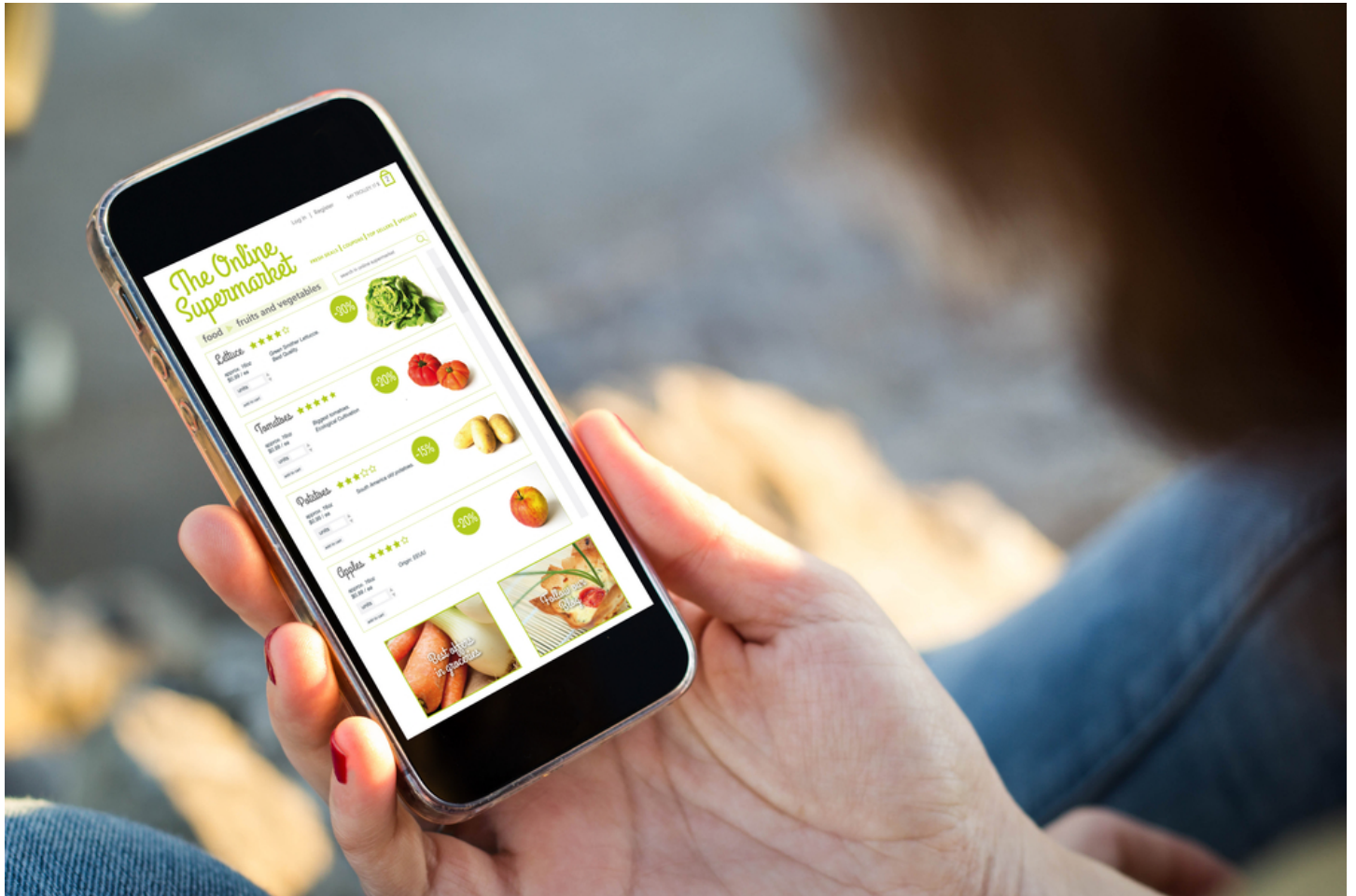


'Consument ziet fysiek boodschappen doen niet verdwijnen'

28-05-2018 09:04



Vier procent van de Nederlandse consumenten verwacht in de toekomst al zijn boodschappen online te bestellen. Dat blijkt uit onderzoek van Motivaction onder ruim duizend consumenten.

Nu doet zo'n 23 procent van de consumenten al wel eens online boodschappen, tegenover dertien procent in 2015. In de toekomst verwacht 38 procent een deel van zijn boodschappen online te doen. Onder millennials zijn websupermarkten het populairst. Nu doet al zo'n dertig procent wel eens online boodschappen, in de toekomst verwacht de helft dat te doen.

Niet meer met boodschappen hoeven sjouwen is voor de helft van de respondenten een reden om online boodschappen te doen, waarmee het de vaakst genoemde reden is. Niet gebonden zijn aan openingstijden en tijdswinst wordt door respectievelijk 22 en twaalf procent aangevoerd, terwijl elf procent zegt een hekel te hebben aan de supermarkt.

Van de respondenten die nog geen online boodschappen doen, zegt meer dan de helft fysiek winkelen leuk te vinden en 44 procent producten te willen vasthouden. Millennials halen minder plezier uit fysiek boodschappen doen dan andere generaties. Voor hen zijn de bezorgkosten vaker een reden om af te zien van online boodschappen doen, terwijl dit voor oudere generaties minder een rol speelt.