

'Fysieke supermarkt blijft veruit het populairst'

29-08-2018 14:40



Het gros van de Nederlandse consumenten doet zijn boodschappen alleen in een fysieke winkel. 88 procent beperkt zich voorlopig tot de traditionele supermarkt. Dat blijkt uit onderzoek van Simon Kucher & Partners onder 340 consumenten, waar [Consultancy.nl](https://www.consultancy.nl) over schrijft.

Twaalf procent van de Nederlanders geeft aan weleens online boodschappen te doen. Deze groep is opgebouwd uit tien procent die ook fysieke supermarkten bezoekt en twee procent die alleen online boodschappen doet.

Van alle segmenten binnen e-commerce is de boodschappenmarkt het kleinst. Zo geeft 77 procent van de consumenten aan voor boeken en speelgoed online te winkelen. Elektronica, huishoudelijke apparaten en meubels volgen met 58 procent op de tweede plek, terwijl 55 procent online kleding en schoenen koopt.

De geringe populariteit van online boodschappen komt onder meer doordat consumenten producten niet kunnen controleren op kwaliteit en versheid, stelt senior director Jos Eeland. "Daarnaast weerhouden relatief lange levertijden en het hoge minimum bestelbedrag veel mensen van online boodschappen doen."

Er zit volgens het onderzoek nog voldoende potentie in de online boodschappenmarkt. Zo geeft 52 procent aan dat gratis bezorging een belangrijke reden zou kunnen zijn om hun boodschappen toch online te kopen, terwijl dertig procent zegt dat het afschaffen van een minimum aanschafbedrag kan helpen. Zeventien procent van de consumenten stelt nooit online boodschappen te gaan doen.