

'Consument kan zonder supermarkt voor voedselaankopen'

27-06-2019 09:08



Drie op de tien consumenten zegt bereid te zijn boodschappen rechtstreeks bij producenten te bestellen. Vooral als dat goedkoper is, vindt een grote groep dat aantrekkelijk, blijkt uit onderzoek van ABN Amro.

De helft van de consumenten overweegt buiten supermarkten en speciaalzaken om te kopen als dat goedkoper is of als het speciale producten betreft die niet in de supermarkt te koop zijn. Voor producenten is deze route volgens de bank ook aantrekkelijk, omdat ze nu slechts beperkte informatie van supermarkten ontvangen over koopgedrag en wensen van de consument. Daarom zoeken steeds meer fabrikanten naar mogelijkheden om digitaal in contact te komen met consumenten.

ABN Amro verwacht dat steeds meer producten de rechtstreekse route naar de consument opzoeken. Door directe interactie met consumenten kunnen zij hun assortiment verbeteren, nieuwe producten testen en herhalingsaankopen stimuleren. Bovendien blijft de producent tot aan de verkoop eigenaar van het product en bepaalt hij grotendeels zelf welke producten hij tegen welke prijs verkoopt.

De consument werpt nog een aantal hobbels op om de d2c-boodschappenmarkt van de grond te laten komen, blijkt uit het onderzoek. Zo wil slechts vijf procent boodschappen via een abonnement ontvangen, terwijl die vorm producenten juist een meer stabiele en voorspelbare omzet geeft. Ook zit de consument niet te wachten op verschillende leveranciers aan de deur.

De online direct-to-consumer omzet van boodschappen bedroeg volgens ABN Amro vorig jaar tachtig miljoen euro. Daarmee is het nog maar een fractie van de totale bestedingen van 1,48 miljard euro aan online boodschappen.