



# Overvol op markt voor online supers; kunnen ze wel winst maken?

02 maart 2021



**Bij veel supermarkten kun je online je boodschappen bestellen en dan zijn er ook nog spelers die alleen een webshop hebben. Kunnen die allemaal wel winstgevend worden?**

"Nee, met boodschappen bezorgen kun je nu geen geld verdienen", valt retaildeskundige Paul Moers met de deur in huis. De enige manier waarop dat wel kan is door het hele proces van het verzamelen van orders te robotiseren en zo de kosten verlagen, denkt hij.

Maar met die investeringen zijn significante bedragen gemoeid, wel tientallen miljoenen euro's, zegt Moers. "De enige die dat kunnen opbrengen zijn Albert Heijn en Jumbo."

## Schaalgrootte

Die twee kunnen door hun marktaandeel in Nederland van respectievelijk 35 procent en 21,5 procent ook nog eens goedkoper inkopen, aldus Moers. Hoe meer je afneemt als supermarktconcern, hoe lagere prijzen je immers meestal kunt bedingen.

Misschien dat Plus, als het een partij kan overnemen, op een marktaandeel van zo'n 10 procent uitkomt. Dan zou Plus het mogelijk ook kunnen redden, denkt Moers.



**Lees ook:**

### 'Over paar jaar mogelijk alle regionale supermarkten overgenomen'

Over online supermarkt Picnic is Moers veel somberder. Hij wijst op de verliezen die Picnic lijdt. Over 2019 ging het om [44 miljoen euro](#), een stijging van 20 procent ten opzichte van het jaar ervoor. Cijfers over 2020 zijn nog niet bekendgemaakt.

## Prijzen verhogen

Niet iedereen is echter zo somber als Moers. Alle online supermarkten kunnen winst gaan maken, denkt supermarktexpert Erik Hemmes. Voorwaarde is volgens hem wel dat ze een hogere vergoeding aan de klant gaan vragen.

Als je zelf je boodschappen doet, dan betekent dat immers veel minder werk voor een supermarkt. "Als consumenten eenmaal klant zijn en bereid zijn om te betalen voor bezorging, dan kun je de vergoeding verhogen."

De prijzen in stenen winkels zullen uiteindelijk dan ook lager komen te liggen dan als je online bestelt, denkt Hemmes.

## 'Concurrentie drukt echter prijzen'

Maar Moers verwacht voorlopig helemaal geen hogere prijzen. "Als er zo veel spelers zijn, dan concurreren ze elkaar kapot."

Online supers zouden moeten wachten tot één of meerdere spelers het niet meer kunnen bolwerken, denkt Moers. Voorlopig steken investeerders echter nog geld in online supermarkten.

'Uiteindelijk moeten bedrijven zich wel bewijzen. De vraag is wel: hoe lang duurt het?'

## Jitse Groen investeert

Zo kan supermarkttapp Crisp de komende tijd verder doorgroeien dankzij een [kapitaalinjectie van 30 miljoen](#) euro.

Onder de investeerders bevinden zich ook Nederlandse topnamen, zoals de oprichters van JustEat Takeaway (Jitse Groen) en mede-oprichter van Adyen John Caspers. In 2019 haalde Picnic nog [250 miljoen euro](#) op bij de bestaande investeerders en bij huisbank ABN Amro.

## Crisp: niche

Een oplossing voor nieuwe websupers kan ook zijn dat ze een niche opzoeken, denkt Hemmes. Zo zit Crisp volgens hem in een interessante niche, omdat ze lokale producten leveren. Die producten zijn wat duurder en dat betekent dat de marge hoger is.

Ook Gorillas, dat in een aantal grote steden in Nederland (en daarbuiten) binnen tien minuten zegt te bezorgen zit in zo'n klein, maar interessant stukje van de markt. Dat denkt Eelco Hos, zelfstandig retailconsultant.

Moers ziet voor een speler als Crisp echter gevaren opdoemen. Zo is Albert Heijn ook begonnen met [streekproducten](#). En hoe belangrijk is het dat je binnen tien minuten je boodschappen hebt, vraagt hij zich af. "De meeste mensen plannen."

## Waarom online?

Als bezorgen nu verlieslijdend is, waarom begin je er dan aan? "Online is in potentie een grote markt, veel bedrijven willen daar een positie in hebben. Maar niet alles lukt, er is ook veel sprake van opportunisme. Het is net als zalmen die tegen de stroom opzwellen, de meeste halen het niet, maar degenen die het wel halen hebben grote kans op succes", zegt Laurens Sloot, hoogleraar Ondernemerschap in de Detailhandel aan de Universiteit Groningen.

"Wat je ziet is dat investeerders groei en groeipotentie hoog waarderen, hoger dan hoe winstgevend iets op dit moment is. Uiteindelijk moeten bedrijven onder de streep wel zwarte cijfers gaan draaien. De vraag is wel: hoe lang duurt het? Ook Jitse Groen is natuurlijk geen Sinterklaas."



"Als je geen winst kunt maken, dan kun je ook op een andere manier geld verdienen, door te verkopen", zegt Hemmes. Topman Michiel Muller van Picnic verkocht eerder Tango en hij richtte Route Mobiel, concurrent van de ANWB op, dat hij later verkocht.

## **'Beter: web en fysieke winkel'**

Je zou denken dat supermarkten die alleen online actief zijn toekomstperspectief hebben, omdat ze geen fysieke winkels hebben. Dat is een misvatting, legt Hos uit. Supermarkten die of alleen online actief zijn, of helemaal geen website hebben krijgen het juist lastig, denkt hij.

"Online klanten zijn heel loyaal en ze komen ook in je stenen winkel. Ze zijn ook minder snel geneigd over te stappen naar een andere supermarkt." Het valt hem op dat veel supermarkten die afgelopen jaar marktaandeel verloren, zoals Vomar, Aldi en Lidl, geen webshop en bezorgservice hebben.

Toch zullen niet alle consumenten hun boodschappen thuisbezorgd willen hebben, denkt Hemmes.