

'Omzet fysieke supermarkt stabiliseert ondanks online groei'



*Supermarkt*

**De groei van online boodschappen doen zal niet ten koste gaan van fysieke supermarkten.**

Dat meldt Colliers International op basis van zijn supermarktrapport. Door toename van de bevolking en van bestedingen per inwoner aan boodschappen is er in groeigemeenten zelfs ruimte voor meer fysieke supermarkten.

Steeds meer mensen doen online boodschappen. In 2018 werd voor 1,4 miljard euro online besteld. Dit was 3,6 procent van de totale supermarktomzet tegen 2,9 procent een jaar eerder. Het online marktaandeel groeit naar 15 procent in 2025. Tegelijkertijd stijgen de bestedingen per inwoner van 2.300 en 2.500 euro en neemt ook het aantal inwoners toe. Hierdoor stabiliseert de omzet in de fysieke winkel op ongeveer 38 miljard euro per jaar.

**Negatief effect**

In regio's waar het aantal inwoners daalt of gelijk blijft, valt wel een negatief effect te verwachten. Minder monden en meer online bestedingen zorgen daar voor minder behoefte aan supermarktmeters.

Er zijn nu 6.338 supermarkten in Nederland en er komen er steeds meer bij. Een zevende van al het winkelloppervlak in Nederland bestaat uit supermarkten. Uitgedrukt in vierkante meter per inwoner (0,27) is het nog steeds minder dan in bijvoorbeeld Duitsland (0,42) of Denemarken (0,42). Ook de supermarktomzet blijft groeien. In 2018 nam deze toe met 3,5 procent naar bijna 39 miljard euro. Voor 2019 wordt een omzet verwacht meer dan 40 miljard euro.

Albert Heijn heeft bijna de helft van de online boodschappenmarkt in handen en is dus ook online de grootste supermarkt. Jumbo volgt met ongeveer 20 procent. De traditionele ketens hebben daarmee een dominante positie.