

FLITSBERICHT

OPMARS FLITSBEZORGERS, GROEISTRATEGIE ONZEKER

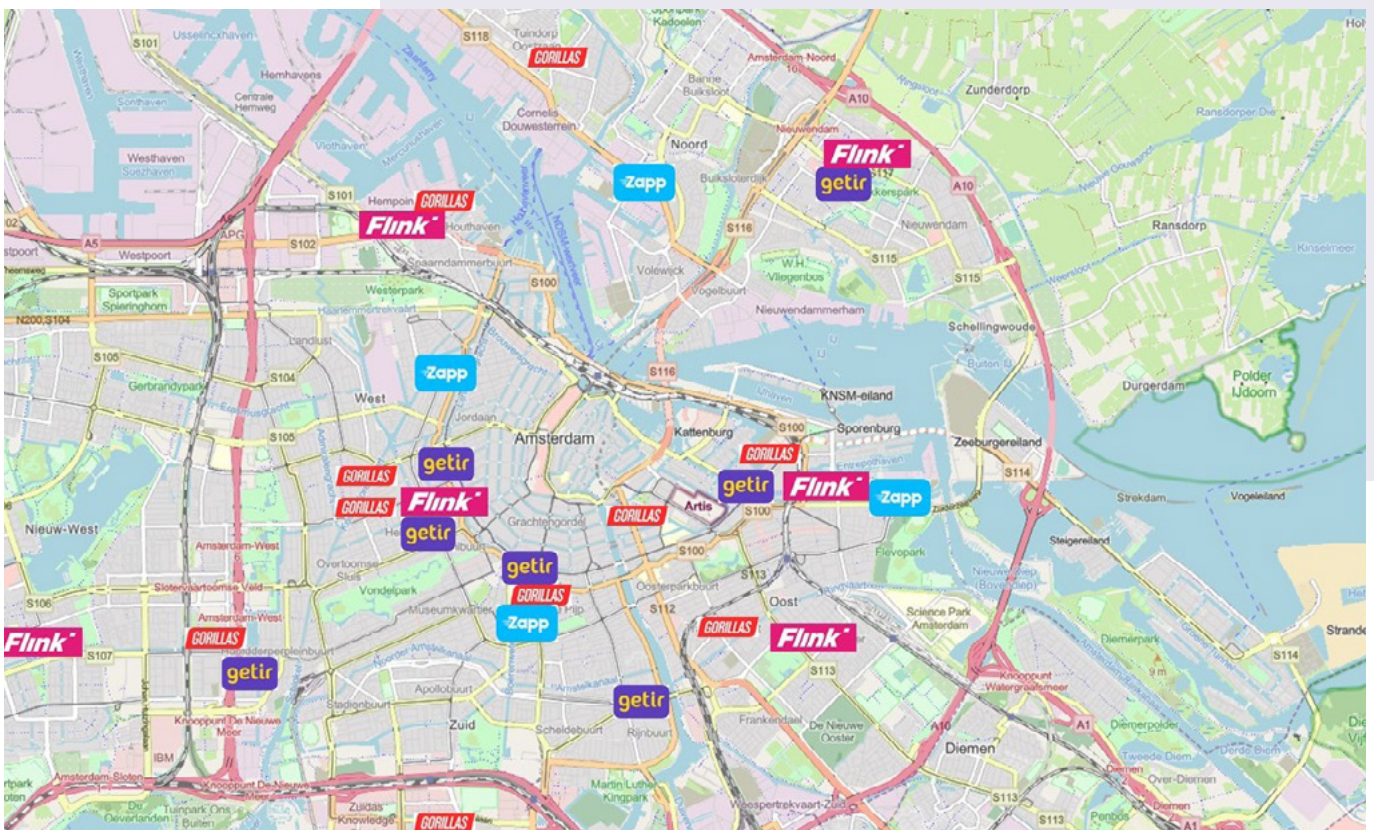
Het fenomeen 'online boodschappen doen' houdt de gemoederen in de supermarktsector al enkele jaren bezig en de afgelopen 1,5 jaar lieten binnen dit spectrum de 'flitsbezorgers' van zich horen. Concepten als Gorillas, Getir, Flink en Zapp deden hun intrede in de Nederlandse markt en zijn bezig met een indrukwekkende opmars. Dit komt tot uitdrukking in de naamsbekendheid. Gorillas is sinds december 2020 actief in Nederland en 'scoort' inmiddels een 'awareness' van 67%, gevolgd door Getir met 44%, Flink met 43% en Zapp met 20%.

Uit consumentenonderzoek (Kantar, 2021) blijkt dat, als belangrijkste motief om bij flitsbezorgers te bestellen, 'drukte' wordt genoemd. Een andere belangrijk motief is 'iets vergeten'. Verder blijkt meer dan de helft (54%) van de bestellingen in de avond te worden gedaan t.o.v. 29% in de middag, 12% in de ochtend en 11% in de nacht.

Inmiddels vertegenwoordigen 'flitsers' een omzet van € 500 miljoen en maken naar schatting 700.000 consumenten gebruik van deze concepten. Gemiddeld wordt drie keer per maand besteld met een gemiddeld bestelbedrag van ongeveer € 20,-. Flitsbezorgers zijn op dit moment actief in 25 Nederlandse steden met een belangrijke focus op de Randstad. Alleen in Amsterdam en Rotterdam zijn alle concepten actief. Waar zitten de 'darkstores', hoe zijn deze verspreid over de stad en om hoeveel m² gaat het ongeveer? Om dit soort vragen te kunnen beantwoorden en daarmee de impact op de fysieke supermarkten heeft Bureau van der Weerd een inventarisatie gemaakt van het vestigingspatroon in Amsterdam.

Onderstaande kaart geeft een beeld van de huidige spreiding van darkstores over de stad, met name binnen de ring. De darkstores zijn op diverse locaties in vergelijkbare mate aanwezig: in woonstraten, winkelstraten en bedrijventerreinen. Op dit moment (peildatum eind maart 2022) telt Amsterdam ruim 30 darkstores. Het gemiddeld winkelvloeroppervlak per vestigingspunt is 475 m².

Locatie van flitsbezorgers in Amsterdam





Door de locaties van 'flitsers' en die van de traditionele supermarkt van Albert Heijn in één kaartbeeld te laten zien wordt in een oogopslag duidelijk dat de opmars van flitsers met name impact zal hebben op Albert Heijn. Flitsers hanteren een actieradius van circa 1,5 kilometer om de tienminuten levertijd op de fiets te kunnen waarmaken. Bijna alle vestigingen van Albert Heijn binnen de ring ondervinden in meer of mindere mate impact van de flitsers. Bij Jumbo ligt dat heel anders. Jumbo beschikt over (zeker in vergelijking met Albert Heijn) weinig winkels in Amsterdam. De impact is dan ook beperkt. Sterker nog, dankzij de samenwerking met Gorillas (inmiddels heeft Jumbo zelf een belang in dit bedrijf genomen) lukt het Jumbo juist om meer volume weg te zetten in Amsterdam.

Gezien alle ophef over de wenselijkheid van darkstores in het straatbeeld is het niet ondenkbaar dat flitsers bij verdere groei vaker gaan uitleveren vanuit gewone winkels. Gorillas zou dit kunnen doen vanuit de Jumbo-vestigingen, zeker met de wetenschap dat de tien minuten levertijd niet heilig is; het merendeel van de consumenten blijkt het prima te vinden als de flitser binnen een half uur voor de deur staat. Ofwel, logistiek wordt belevering vanuit de gewone supermarkt beter mogelijk omdat er meer tijd is. In dat kader is het slechts een kwestie van tijd voordat Albert Heijn aan zal kondigen om met een flitsconcept samen te gaan werken of zelf komt met een vergelijkbaar format. In dat perspectief is de samenwerking tussen Spar en Deliveroo interessant.

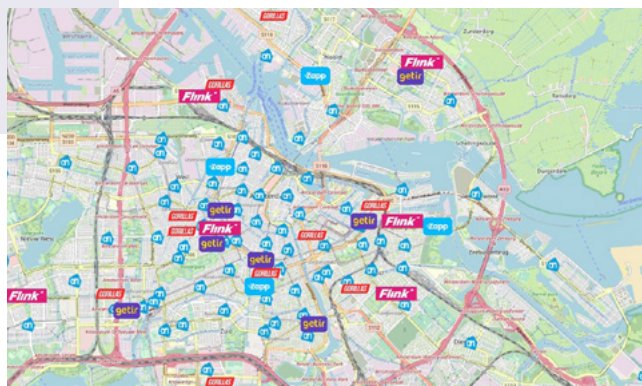
Zijn 'flitsers' here to stay of is het een tijdelijk fenomeen? De opmars van deze concepten is indrukwekkend en inmiddels concurreren ze steeds serieuzer om 'maagaandeel' met de supermarkten. Het gebruik van 'flitsers' is tegelijkertijd enorm gerelateerd aan doelgroepen (met name Gen Z), ofwel binnen de 'online' markt voor levensmiddelen, moet het omzetcapitaal van een relatief kleine doelgroep verdeeld worden onder diverse aanbieders. Concurrentie is hevig. Tel daarbij op dat het vinden van geschikte darkstores steeds moeilijker wordt doordat steeds meer gemeenten nieuwvestiging van darkstores aan banden leggen. Kortom, groei van flitsconcepten volgens het huidige model is lastig. Tegelijkertijd vervult het concept wel degelijk een behoefte. Uitlevering vanuit de gewone supermarkten lijkt een voor de hand liggende oplossing; dat scheelt kosten en groei blijft mogelijk. Daar komt nog eens bij dat met de torenhoge inflatie



de koopkracht van doelgroep Gen Z steeds meer onder druk komt te staan evenals de kosten om een darkstore draaiende te houden.

Flitsbezorging laat zien dat de supermarktsector zich continue razendsnel vernieuwt. Het is weer een nieuw 'instrument' om de veeleisende consument te bedienen in een zwaar concurrerende markt. Online is niet meer weg te denken. Flitsers zijn daar een onderdeel van en voor supermarkten een kanaal om nieuwe generaties consumenten aan zich te binden, ook in marktgebieden waar een formule zelf nog beperkt aanwezig is. Boeiend om te zien hoe dit zich de komende tijd verder ontwikkelt. Een scenario waarbij Jumbo Gorillas volledig overneemt en Albert Heijn dan wel een eigen flitsconcept ontwikkelt, dan wel ook nauw samen gaat werken met een bestaande speler, ligt het meest voor de hand.

Locatie van flitsbezorgers t.o.v. Albert Heijn-vestigingen



Locatie van flitsbezorgers t.o.v. Jumbo-vestigingen

