

Onderzoek • December 2021

Monitor Flitsbezorging:

Bekendheid, populariteit en gebruik van flitsbezorging in Nederland



Michael Petit
Floor Hoogers

Markteffect

Het sentiment rondom flitsbezorging

Achtergrond

Markteffect voert op regelmatige basis onderzoek uit naar actuele, relevante en interessante marktontwikkelingen. In december 2021 is er voor het eerst onderzoek gedaan naar de snel groeiende markt van flitsbezorgers in Nederland. Het doel was om een korte weergave te bieden van de bekendheid, de populariteit en het gebruik van deze dienst, waarbij men binnen 10 of 20 minuten boodschappen thuis kan laten bezorgen. Het onderzoek is uitgevoerd onder 1.026 respondenten uit Nederland van 18 jaar en ouder en is representatief voor geslacht, leeftijd en regio.

De populariteit en het sentiment rondom flitsbezorging

Uit het onderzoek blijkt dat flitsbezorging met name populair is onder jongeren (18 t/m 34 jaar). Zowel de bekendheid van het concept, de overweging, als het percentage dat het al gebruikt heeft uit deze leeftijdscategorie zijn hoger dan in de leeftijdscategorieën 35 t/m 55 jaar en 55 jaar en ouder. In totaal is 50% van Nederland bekend met de term flitsbezorging en heeft 11% van de Nederlanders er wel eens gebruik van gemaakt. Opvallend is dat slechts 2% van de 55 plussers hier wel eens gebruik van gemaakt heeft, in vergelijking met 27% van de jongeren.

Het is zeker nog niet zo dat alle Nederlanders staan te popelen om gebruik te gaan maken van flitsbezorgers. Uit het onderzoek blijkt dat 19% aangeeft het 'wel', of 'zeker wel' te gaan gebruiken in de toekomst, waarbij meer dan de helft niet' of 'zeker niet' antwoordt.

De bekendste aanbieders zijn Gorilla's (42%) en Flink (20%), gevolgd door Zapp (11%) en Getir (11%).

Wat is flitsbezorging?

Flitsbezorging is dat een supermarkt een bezorgservice aanbiedt waarbij binnen 10 of 20 minuten de boodschappen bij de consument worden bezorgd. Vanuit magazijnen rondom de plaats worden orders razendsnel verwerkt en met een e-bike of e-scooter naar de klant gebracht.

Kenmerkend aan deze snelle bezorgdiensten is het lage of geen minimum bestelbedrag en de lage bezorgkosten.

Achtergrondkenmerken & onderzoeksverantwoording

Doel onderzoek

De bekendheid en het sentiment in Nederland rondom flitsbezorging in kaart brengen. Gebruikt men het? Waarom wel of waarom niet?

Werkgebied en doelgroep

Dit onderzoek is uitgevoerd tussen 10 en 16 december 2021 onder een nationaal representatieve groep van in totaal 1.026 respondenten.

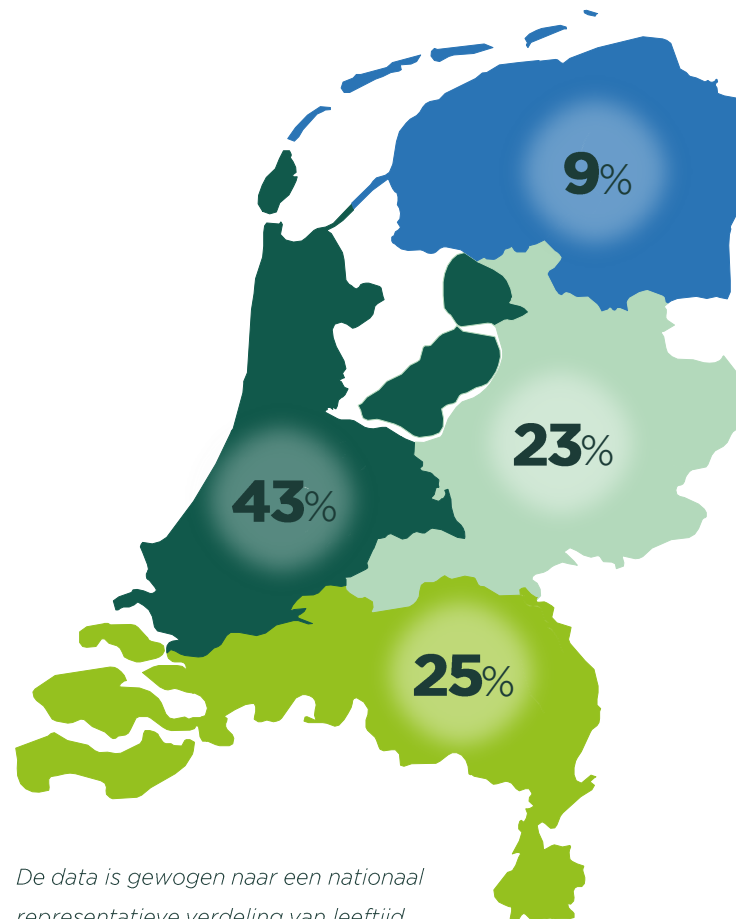
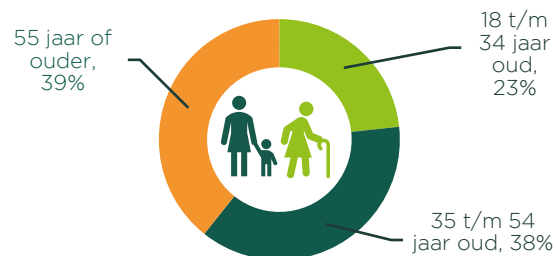
Verantwoording en betrouwbaarheid

Op basis van deze respons zijn de antwoorden met zekerheid van 95% en met een nauwkeurigheid van 3,0% generaliseerbaar naar de doelgroep.

Geslacht



Geslachten



De data is gewogen naar een nationaal representatieve verdeling van leeftijd, geslacht en regioverdeling in Nederland.

Let op!
Door afronding kan het voorkomen dat percentages optellen tot 99% of 101%.

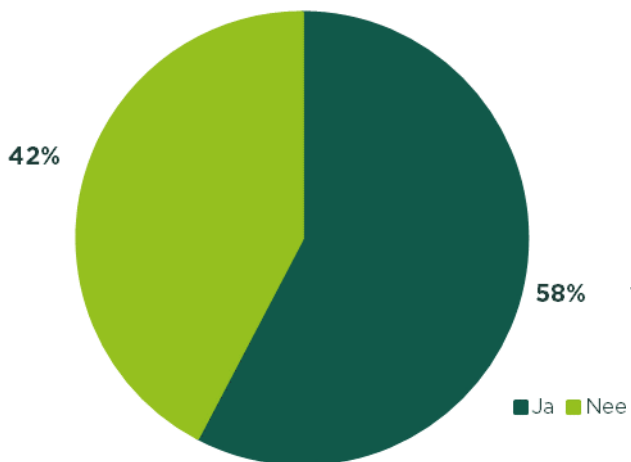
1.

De bekendheid van flitsbezorging

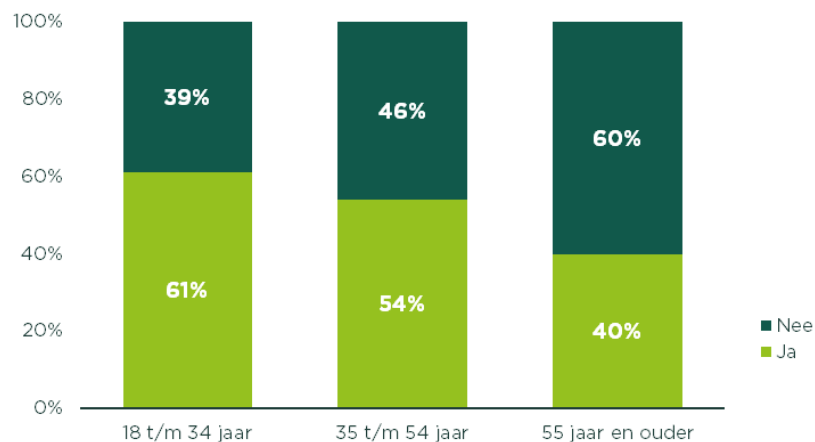
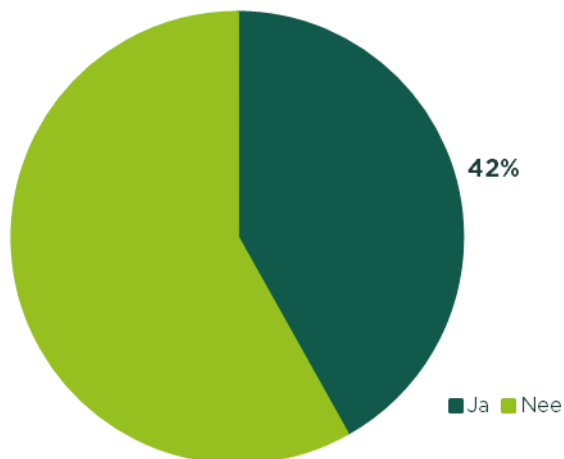


Helft Nederlanders is bekend met flitsbezorging

Bekendheid onder mannen



Bekendheid onder vrouwen



Vraag: Ben je bekend met de term flitsbezorging?

De **helft (50%)** van Nederland is bekend met het principe 'flitsbezorging'.

Het blijkt dat er **meer mannen** dan vrouwen bekend zijn met de service en **hoe hoger de leeftijd, hoe minder bekend** men ermee is.

Gorillas meest bekende flitsbezorger, jongeren zijn er vaker bekend mee

1

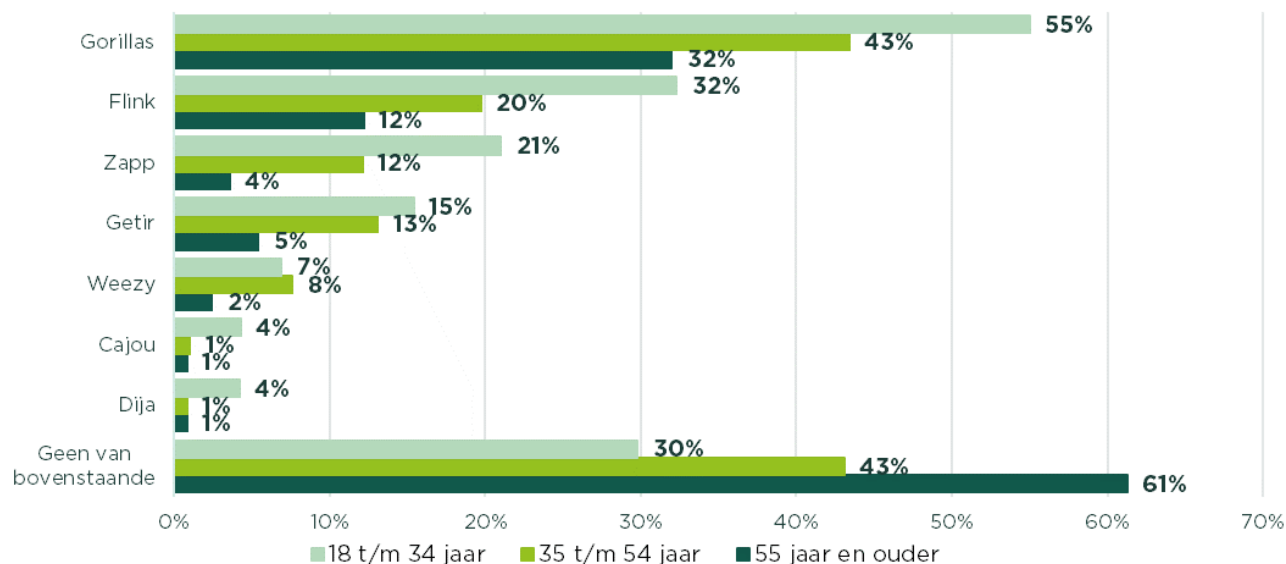
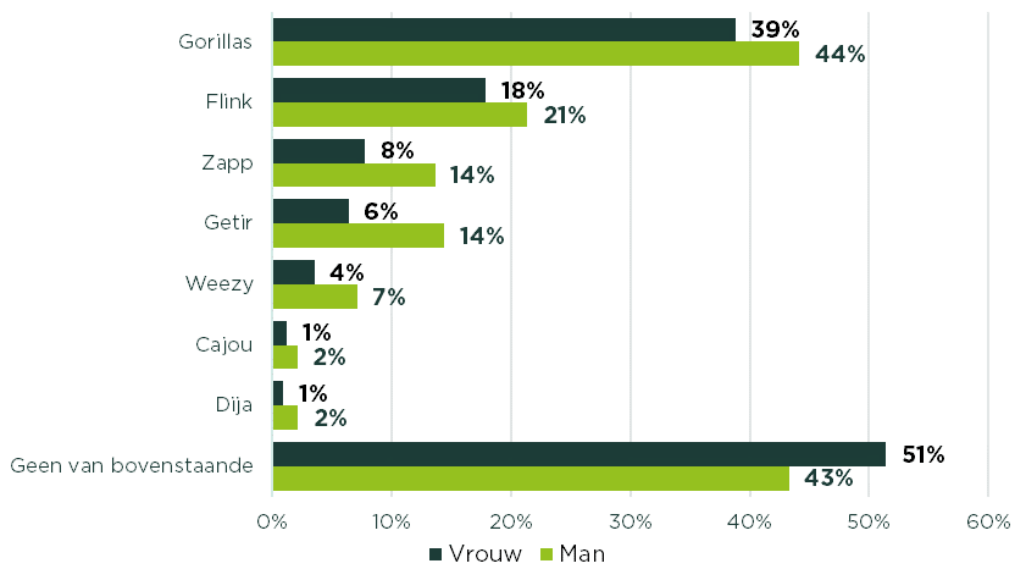
Gorillas (**42%**)

2

Flink (**20%**)

3

Zapp (**11%**) & Getir (**11%**)



Vraag: Welk van de volgende flitsbezorgers ken je, ook al is het alleen maar van naam?

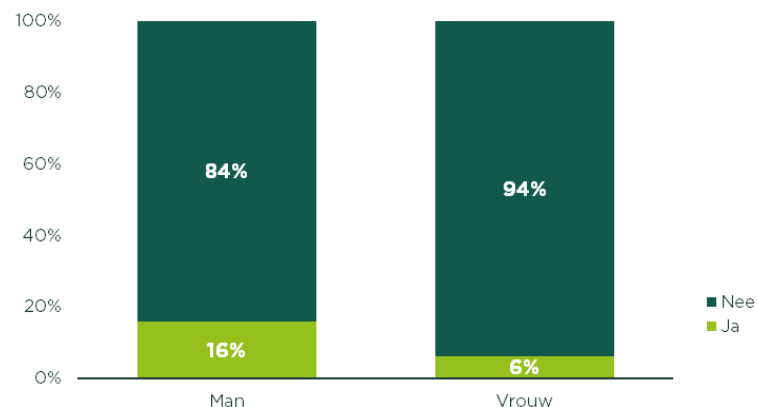
2.

Het gebruik van flitsbezorging



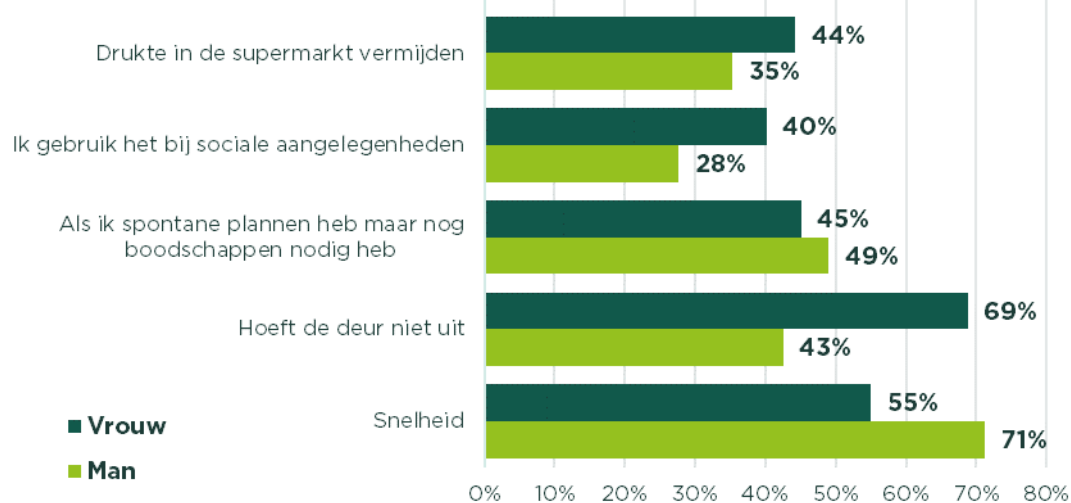
Mannen maken meer gebruik van de service dan vrouwen

Vraag: Heb je wel eens gebruik gemaakt van flitsbezorging?



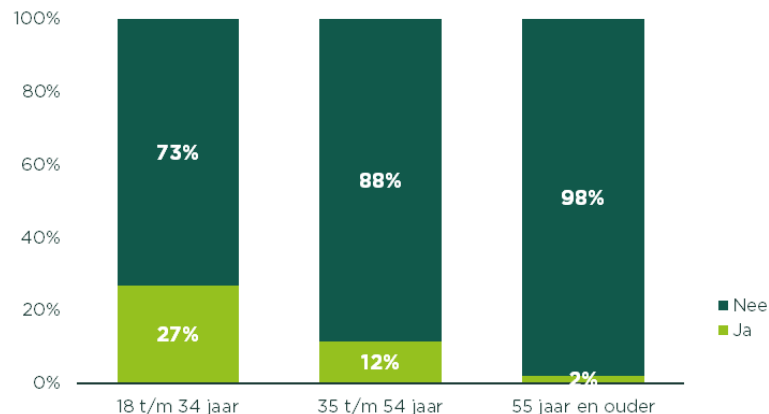
11% van alle Nederlanders heeft wel eens gebruik gemaakt van flitsbezorging.

Vraag: Wat is voor jou een reden (geweest) om gebruik te maken van een flitsbezorging? (meerkeuze)



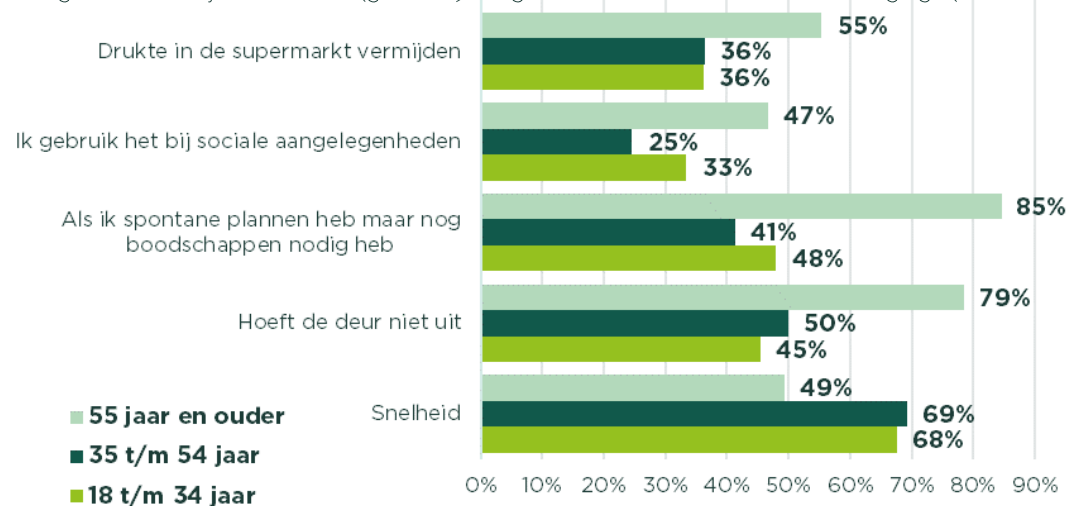
Jongeren maken meer gebruik van de service dan ouderen

Vraag: Heb je wel eens gebruik gemaakt van flitsbezorging?



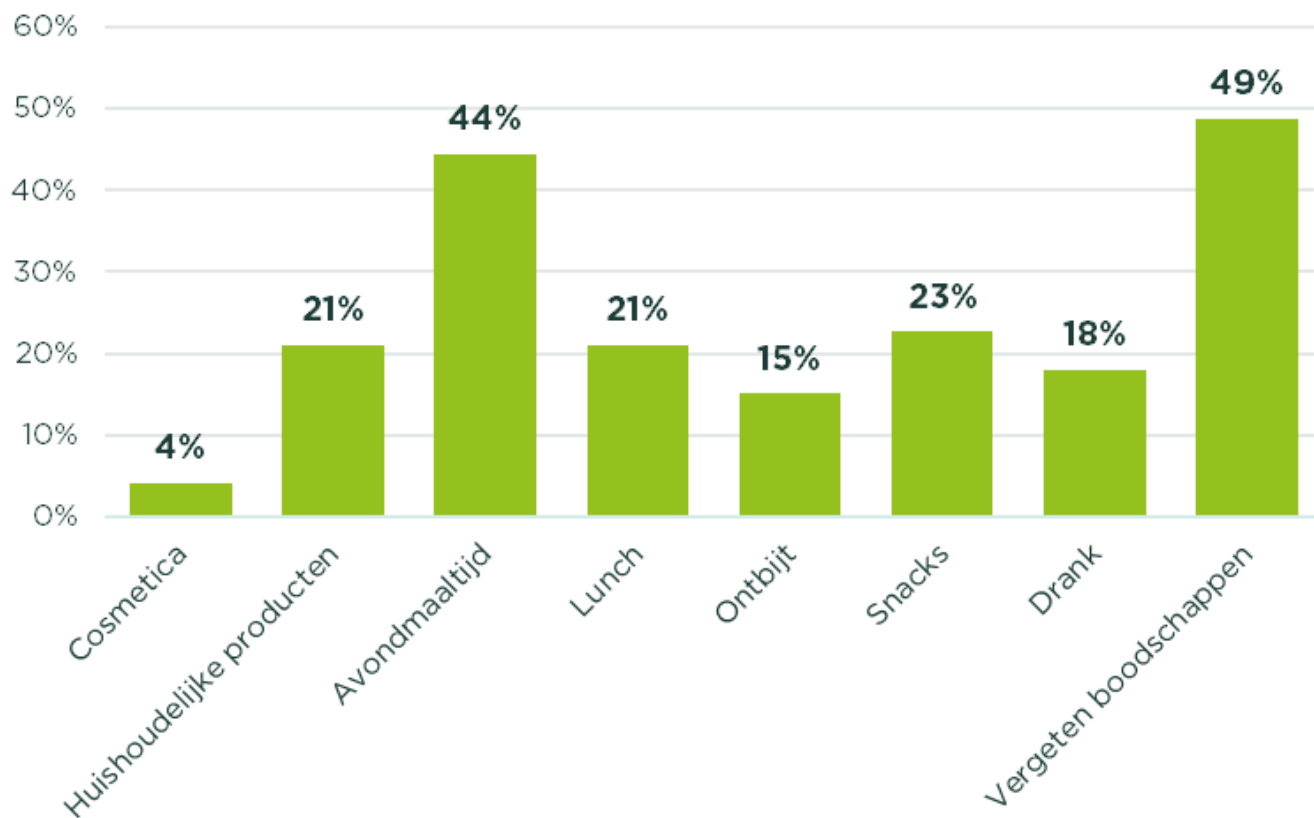
Slechts **2%** van de 55-plussers heeft wel eens gebruik gemaakt van flitsbezorging.

Vraag: Wat is voor jou een reden (geweest) om gebruik te maken van een flitsbezorging? (meerkeuze)



De vergeten boodschappen en avondmaaltijden de meest populaire categorieën

Vraag: Wat voor soort producten koop je met name / zou je via flitsbezorgers willen kopen? (meerkeuze)



De **vergeten boodschappen** zijn bevat datgene wat je snel nodig hebt en waarvan je dacht dat je ze in huis had.

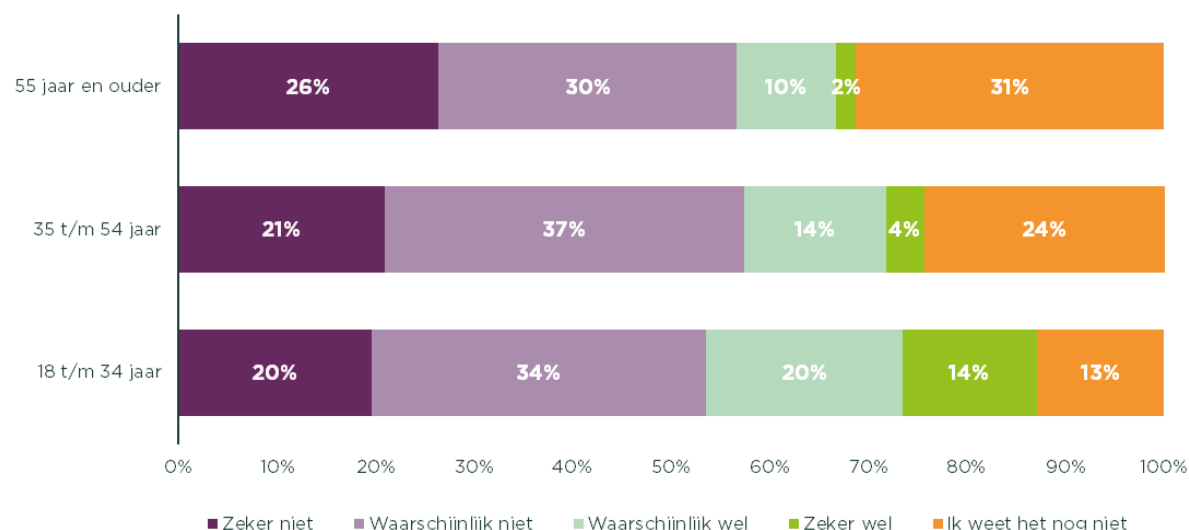
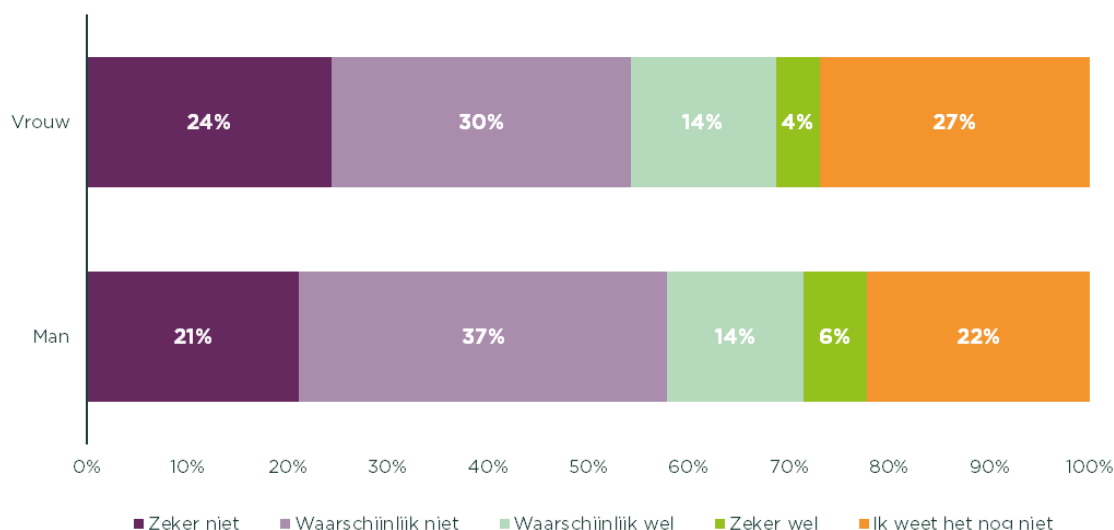
3.

De toekomst van het gebruik van flitsbezorging



Is Nederland van plan in de toekomst gebruik te gaan maken van flitsbezorgers?

19% van alle Nederlanders gaat in de toekomst **zeker** dan wel **waarschijnlijk** gebruik maken van flitsbezorgers.



Vraag: Zou je in de toekomst overwegen gebruik te maken van flitsbezorgers?

4.

Over Markteffect



Waarom Markteffect?

"Onze missie is om organisaties nog succesvoller te laten zijn"

Markteffect is oplossingsgericht, ondernemend, innovatief, expert en servicegericht in elk onderzoek dat we uitvoeren. Volgens ons is elk onderzoek uniek, waardoor we ons telkens weer volledig inleven in elke onderzoeksvraag. In het onderzoeksproces stellen we het doel van onze opdrachtgevers centraal. Zo helpen we snel, gericht en relevant met het zetten van de volgende stap.

Een aantal van onze opdrachtgevers:



SWISS-SENSE®



AFAS
software



Contactpersoon



Michael Petit

Manager Marketing/ MT

T 040 239 22 90

E m.petit@markteffect.nl

Markteffect

Marktonderzoeksbureau van het Jaar – 2020

Markteffect is een full-service marktonderzoeksbureau, gespecialiseerd in meer dan zeven verschillende onderzoeksgebieden. Ons onderzoeksteam bestaat uit 65 onderzoekspecialisten. Daarnaast beschikken wij over een eigen veldwerkteam, dat bestaat uit ruim 75 medewerkers met verschillende nationaliteiten. Ons kantoor is gevestigd in het centrum van Eindhoven.

Markteffect is samen met DirectResearch onderdeel van de ME Research Group. De ME Group bestaat uit twee bureaus die uit hetzelfde hout gesneden zijn, hetzelfde DNA hebben en ook hetzelfde doel nastreven: inhoudelijk het allerbeste product leveren.

Wil je meer weten over onze andere onderzoeksmethoden, klik dan op één van onderstaande buttons:

<u>Klanttevredenheidsonderzoek</u>	<u>Medewerkerstevredenheidsonderzoek</u>
<u>Doelgroeponderzoek</u>	<u>Customer Journey onderzoek</u>
<u>Sponsor effectmeting</u>	<u>Campagne pre-test</u>

Sinds 2007



Markteffect