

motivaction

research and strategy

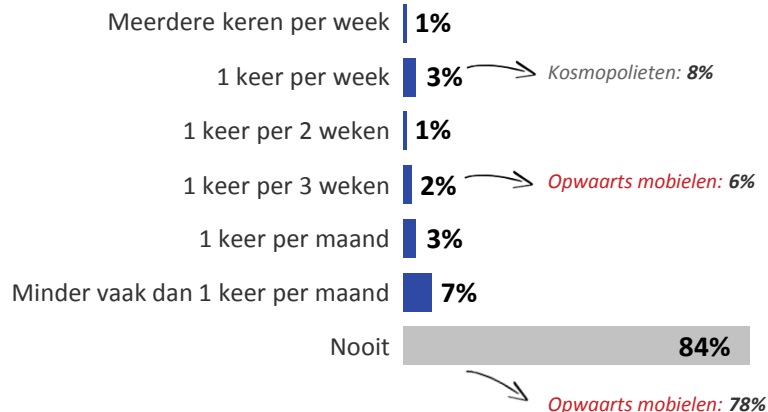
Motivaction ConceptScore

Onderzoek nieuwe methoden
boodschappen doen

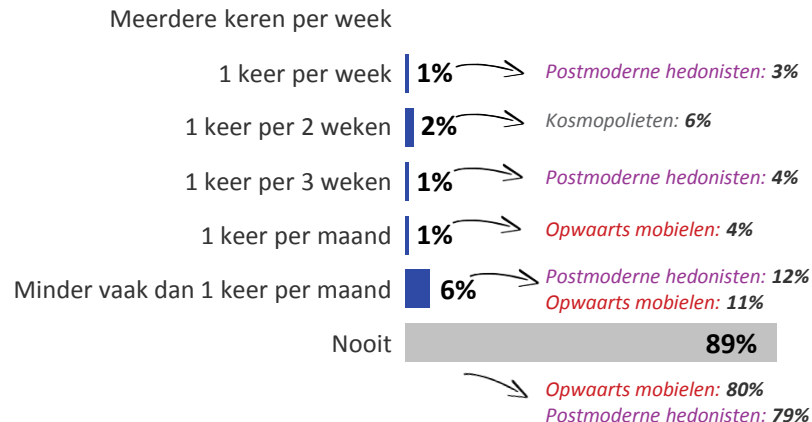


Hoe vaak laat jij de dagelijkse boodschappen thuisbezorgen of haal je deze boodschappen af? (Basis: allen, n=897)

Thuisbezorgen



Pick Up Point

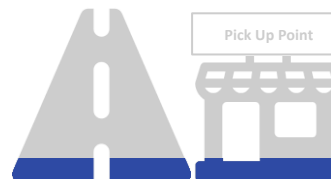


Basis: allen, n=897



14%

acht het (zeer) waarschijnlijk in de komende 12 maanden wel of vaker gebruik te maken van thuisbezorging



7%

Kosmopolieten: 16%

acht het (zeer) waarschijnlijk in de komende 12 maanden wel of vaker gebruik te maken van een Pick Up Point

In hoeverre ben je bekend met de volgende maaltijdboxen? (Basis: allen, n=897)



74% *Postmoderne hedonisten: 83%*

kent Hello Fresh

2%

heeft momenteel een
abonnement
op Hello Fresh

3% *Kosmopolieten: 7%*

heeft in het verleden
een abonnement op
Hello Fresh gehad



46% *Nieuwe conservatieven: 63%*
Kosmopolieten: 63%

kent de Allerhandebox

1% *Kosmopolieten: 5%*
Opwaarts mobilen: 3%

heeft momenteel een
abonnement op
de Allerhandebox

2% *Opwaarts mobilen: 6%*
Kosmopolieten: 4%

heeft in het verleden
een abonnement op
de Allerhandebox gehad



28% *Kosmopolieten: 39%*

kent de Mathijs Maaltijdbox

0% *Opwaarts mobilen: 2%*

heeft momenteel een
abonnement op
de Mathijs Maaltijdbox

1% *Opwaarts mobilen: 4%*

heeft in het verleden
een abonnement op
de Mathijs Maaltijdbox gehad



De lekkerste streekproducten bij jou aan huis

21% *Kosmopolieten: 31%*

kent de Streekbox

1% *Opwaarts mobilen: 4%*

heeft momenteel een
abonnement op de
Streekbox

2% *Kosmopolieten: 7%*
Opwaarts mobilen: 5%

heeft in het verleden
een abonnement op
de Streekbox gehad

Kosmopolieten en opwaarts mobielen meer bekend met de Krat, Beebox en Marley Spoon

In hoeverre ben je bekend met de volgende maaltijdboxen? (Basis: allen, n=897)



16% *Opwaarts mobielen: 27%*
Kosmopolieten: 23%
kent de Krat

0% *Opwaarts mobielen: 2%*
heeft momenteel een
abonnement
op de Krat

2% *Opwaarts mobielen: 8%*
Kosmopolieten: 5%
heeft in het verleden
een abonnement op
de Krat gehad



Postmaterialisten: 23%
15% *Opwaarts mobielen: 23%*
Kosmopolieten: 23%
kent de Beebox

1% *Opwaarts mobielen: 3%*
heeft momenteel een
abonnement
op de Beebox

2% *Postmoderne hedonisten: 5%*
Kosmopolieten: 5%
heeft in het verleden
een abonnement op
de Beebox gehad



15% *Opwaarts mobielen: 25%*
Kosmopolieten: 25%
kent Marley Spoon

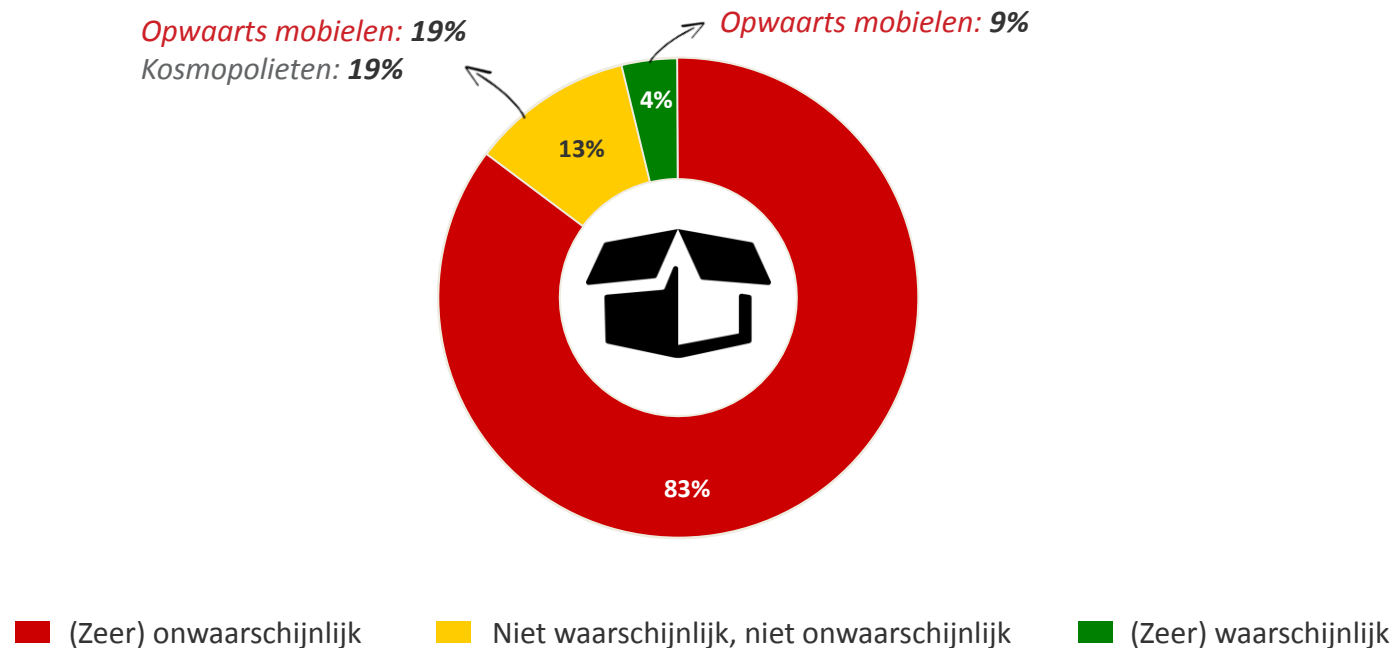
1% *Opwaarts mobielen: 3%*
heeft momenteel een
abonnement
op Marley Spoon

1% *Postmoderne hedonisten: 4%*
heeft in het verleden
een abonnement op
Marley Spoon gehad

Opwaarts mobielen achten het waarschijnlijker gebruik te gaan maken van een maaltijdbox

Hoe waarschijnlijk is het dat je de komende 12 maanden wel gebruik gaat maken van één van de hiervoor genoemde maaltijdboxen? (Basis: allen, n=859)

Basis: Heeft momenteel geen abonnement op één van de voorgelegde maaltijdboxen



Hoe belangrijk vind je onderstaande aspecten bij je (mogelijke) keuze voor een maaltijdbox? (n=100)

Basis: Heeft/had een abonnement op een maaltijdbox en/of acht het (zeer) waarschijnlijk gebruik te gaan maken van een maaltijdbox

In grafiek: (zeer) belangrijk



**Redenen voor een abonnement op
een maaltijdbox (n=38)**

(top 5)

*Basis: Heeft momenteel een abonnement
op een maaltijdbox*



Vanwege de gezonde recepten (33%)



Ik hoef zelf niet na te denken over
wat ik ga eten (29%)



Omdat ik daardoor gevarieerd eet (26%)



Omdat het elke keer een verrassing is
wat er in de box zit (25%)



Het bespaart me tijd (25%)

**Redenen voor het momenteel niet hebben van een
abonnement op een maaltijdbox (n=859)**

(top 5)

*Basis: Heeft momenteel geen abonnement
op één van de voorgelegde maaltijdboxen*



Doe liever zelf boodschappen (58%)



Te duur (57%)



Verzin liever zelf wat ik eet (49%)

Traditionele burgerij: 63%



Vanwege het moeten afnemen
van een abonnement (32%)

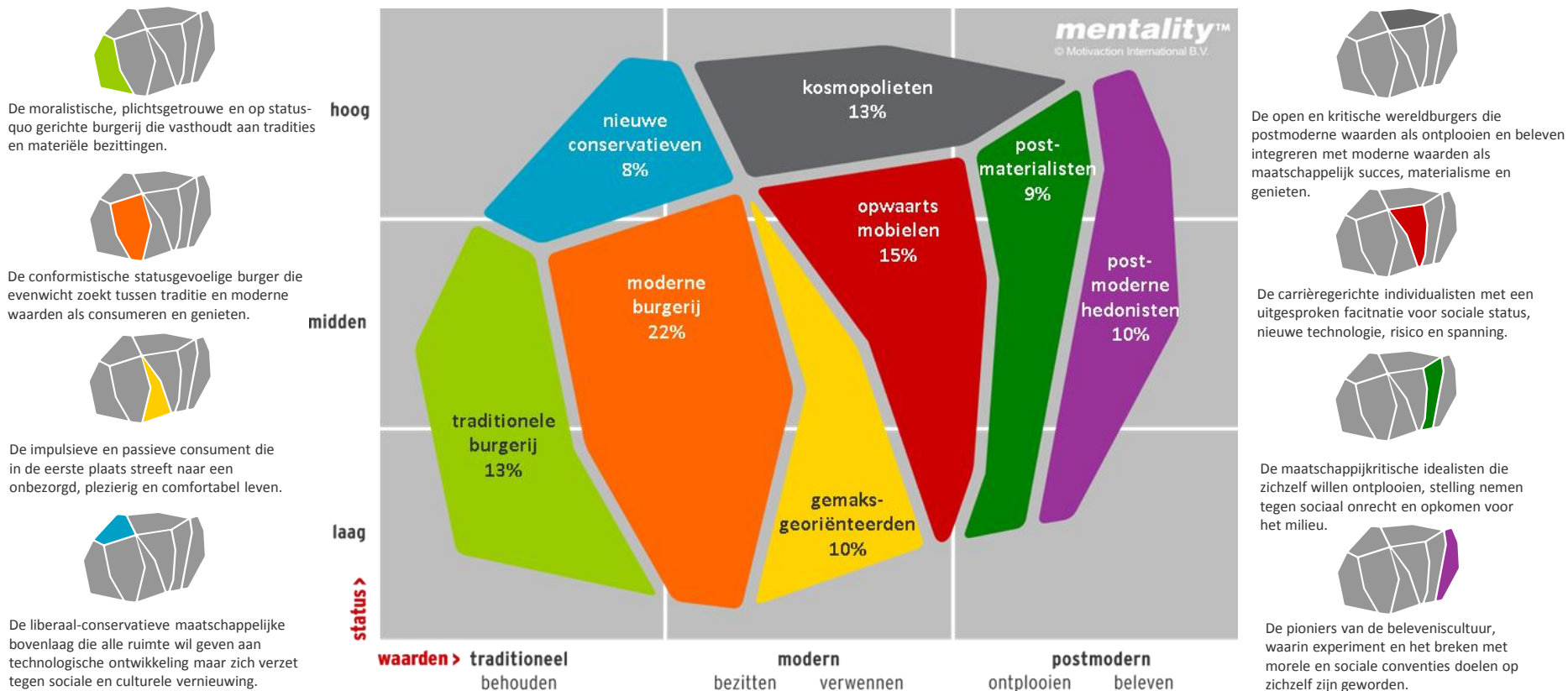
Kosmopolieten: 42%

Postmaterialisten: 42%



De recepten spreken mij niet aan (8%)

Mentality: 8 typen Nederlanders die verschillen in houding en drijfveren





Frank Drost is afgestudeerd in Economische Wetenschappen, Master Marketing, aan de Vrije Universiteit te Amsterdam. Hij is als researcher gespecialiseerd in het doen van kwantitatief (Mentality) onderzoek bij Motivaction. Daarnaast is hij ook betrokken bij kwalitatieve trajecten. Frank heeft zich binnen het cluster Consumentenproducten gespecialiseerd in FMCG, Telecom en Arbeidsmarktvraagstukken.

F.Drost@motivaction.nl +316 23 17 27 35.



Clasine van der Wal is afgestudeerd in Sociaal Culturele Wetenschappen, richting Beleid, Communicatie en Organisatie aan de Vrije Universiteit te Amsterdam. Sinds 2004 is zij werkzaam als methodoloog/onderzoeker bij Motivaction. Zij is verantwoordelijk voor het mede bepalen en bewaken van kwaliteit onderzoek binnen Motivaction. Daarnaast heeft zij veel ervaring met segmentatie, naamsbekendheid en imago onderzoek.

c.vanderwal@motivaction.nl +31(0)6 16328039



Bastian Baas ondersteunt het onderzoeksteam in de vertaalslag van de business naar de onderzoeksvraag. En de vertaling van het rapport in concrete adviezen. Vóór zijn overstap naar Motivaction heeft hij bij Nestlé in Nederland en in Frankrijk verschillende marketing- en salesfuncties bekleed en heeft ruime ervaring met de Nederlandse retailers. Bastian haalt zijn voldoening uit het adviseren van opdrachtgevers om gezamenlijk hun business sneller en duurzamer te laten groeien.

B.Baas@Motivaction.nl +316 24 93 31 55.

A blurred background image showing several hands in motion, suggesting a presentation or meeting. The hands are wearing light-colored sleeves, and one hand in the foreground has a ring on the ring finger.

motivaction

research and strategy

Motivaction International B.V.

Marnixkade 109

1015 ZL Amsterdam

Postbus 15262

1001 MG Amsterdam

T +31 (0)20 589 83 83

M moti@motivaction.nl

www.motivaction.nl

www.facebook.com/stempunt