

Online goed voor 22 procent van consumentenbestedingen

03-07-2014 06:56

Het online aandeel van de consumentenbestedingen in Nederland kwam in het eerste kwartaal van dit jaar uit op 22 procent. Tweederde van de diensten wordt online gekocht, terwijl dat aandeel bij producten op elf procent ligt. Dat blijkt uit cijfers van de Thuiswinkel Markt Monitor, dat voor het eerst op kwartaalbasis is uitgevoerd door GfK.

In totaal hebben Nederlanders van vijftien jaar en ouder 3,63 miljard euro uitgeven aan online aankopen. De 26 miljoen online transacties vormen vijf procent van alle aankopen binnen de totale retailmarkt van producten en diensten. Fysieke producten zijn goed voor zo'n driekwart van alle aankopen. Zo'n zes miljoen aankopen zijn te herleiden naar aankopen van diensten als tickets en vliegreizen.

Diensten zijn echter goed voor 58 procent van alle online omzet. De dienstensegmenten genereren in vergelijking tot de markten van fysieke producten meer online omzet met minder online aankopen. Consumenten gaven in het eerste kwartaal bijvoorbeeld online het meeste geld uit aan losse vliegtickets en accommodaties, terwijl media & entertainment met 6,88 miljoen aankopen het grootste verkoopvolume noteerde.

76 procent van de Nederlandse consumenten heeft in de eerste drie maanden van dit jaar iets online gekocht. Van deze 10,5 miljoen kopers heeft een kwart miljoen in die periode voor het eerst een online aankoop gedaan. Inmiddels heeft meer dan negentig procent van de Nederlanders weleens wat online gekocht.

Van deze online kopers geeft negentig procent aan (zeer) tevreden te zijn over online shoppen. De belangrijkste voordelen zijn het gemak om producten en diensten zowel thuis als 24 uur per dag te kunnen bestellen. De helft geeft aan het een nadeel te vinden dat ze producten van tevoren niet kunnen zien of voelen.