

M-commerce zorgt voor online groei in Nederland

27-11-2014 13:25

Mobiele bestedingen zijn tot en met 2016 bijna geheel verantwoordelijk voor de groei van het online kanaal. Over twee jaar ligt de totale online omzet in ons land op 13,6 miljard euro, waarvan ruim drie miljard afkomstig is van mobiele apparaten. Dat blijkt uit onderzoek van Ipsos in opdracht van PayPal, waarvoor wereldwijd ruim zeventienduizend consumenten werden ondervraagd.

De totale online omzet in Nederland lag vorig jaar op 10,8 miljard euro, waarvan net geen miljard euro via mobiele apparaten werd binnengehaald. Dit jaar groeien de online bestedingen volgens het onderzoek met negen procent, terwijl de aankopen met smartphones en tablets met 42 procent groeien. De komende twee jaar blijft de online omzet met acht procent toenemen, terwijl de mobiele bestedingen met 46 en 49 procent nog harder stijgen. Daarmee is het mobiele kanaal bijna geheel verantwoordelijk voor de verwachte online groei in ons land.

De online groei komt volgend jaar voornamelijk van de boodschappenmarkt (dertien procent) en huishoudelijke artikelen (twaalf procent). Reizen en consumentenelektronica hoeven met respectievelijk vijf en vier procent de minste online groei te verwachten.

Consumentenelektronica is al een volwassen onlinemarkt, zo blijkt uit de cijfers van PayPal. In die branche doet 46 procent van de Nederlands online research en wordt het product vervolgens ook online aangeschaft. 28 procent geeft aan producten online te kopen na onderzoek in de winkel. Eenderde van de ondervraagden doet het onderzoek en de aankoop in fysieke winkels.

Sectoren die nog relatief veel fysieke shoppers trekken zijn mode, cosmetica en doe-het-zelf. Meer dan de helft van de ondervraagden geeft aan producten in deze branches zowel in de winkel te bekijken als te kopen. Daarnaast geeft nog eens ruim twintig procent aan producten in fysieke winkels te kopen na online onderzoek. Van deze drie sectoren beschikt de modebranche over het grootste aandeel pure online kopers (29 procent), gevolgd door doe-het-zelf (zeventien procent) en cosmetica (zestien procent).