

'Webwinkels beleven sterk tweede halfjaar'

16-03-2015 08:05

Nederlandse consumenten hebben vorig jaar in totaal 13,96 miljard euro online uitgegeven aan goederen en diensten. Dat is een groei van 8,4 procent ten opzichte van een jaar eerder. Dat blijkt uit cijfers van de Thuiswinkel Markt Monitor, die door GfK wordt uitgevoerd.

In de laatste zes maanden van 2014 kwam de groei uit op 11,9 procent, de grootste toename in de afgelopen vijf jaar. Directeur Wijnand Jongen van belangenvereniging Thuiswinkel.org ziet een 'opwaartse trend'. "Consumenten vinden meer dan ooit de weg naar online aankopen doen, thuis op het werk, in de winkelstraat of soms ook al in de winkel."

In 2014 werd in totaal 7,02 miljard euro uitgegeven aan producten. "Vergelijken we bestedingen aan online gekochte producten met de totale bestedingen aan consumentenproducten, dan bedraagt het aandeel online circa 7,6 procent", stelt Jongen tegenover de NOS.

Een keerzijde van de online groei is de toename van het aantal retouren. Steeds meer aankopen worden teruggestuurd, concludeert de NOS uit een rondgang langs de keten. Bij sommige webwinkels ligt het retourpercentage rond de vijftig procent, stelt managing director Steven Kersbergen van Fulfilment Solutions. Daarbij gaat het volgens hem vooral op pakketten die terugmoeten naar H&M, bol.com en Zalando.

Vooraf kleding wordt vaak teruggestuurd, ziet Kersbergen. Elk pakketje moet individueel worden bekeken om te beoordelen of het product nog in goede staat is. De kosten zijn daarbij vaak voor de webwinkel, omdat het retourneren veelal gratis is voor de klant.