

‘Belgische e-commercemarkt begint op de onze te lijken’

09-07-2015 13:47

Met een omzetprognose van meer dan zeven miljard euro voor dit jaar is de Belgische e-commercemarkt met een inhaalslag bezig. En het lijkt erop dat dit het moment is om in actie te komen om daar als retailer van te profiteren. Dat concludeert Niels Achtereekte in een marktoverzicht, dat in het zomernummer van EtailTrends is gepubliceerd.

De langzame start van online shoppen in België heeft ervoor gezorgd dat veel buitenlandse spelers voet aan grond hebben gekregen. België liep daardoor vorig jaar 2,4 miljard euro aan internethandel mis, stelt branchevereniging Comeos. Coolblue is flink actief bij onze zuiderburen, terwijl Bol.com er in het eerste kwartaal van dit jaar nog een omzetgroei van 64 procent boekte.

Bol.com introduceerde onlangs nog sameday-delivery in België, in samenwerking met Albert Heijn. En net als in Nederland maken grote retailers als IKEA, Decathlon en Media Markt gebruik van hun eigen winkels voor het afhalen van online bestellingen. De eerste stappen met zondaglevering zijn ook gezet.

De Belgische e-commercemarkt begint – mede door de nauwe betrokkenheid van Nederlandse spelers – steeds meer op onze markt te lijken. Maar, zo wordt benadrukt vanuit de branche zelf, hoewel de groeipercentages gunstig zijn is er nog veel terrein te winnen. In het zomernummer van EtailTrends wordt uitgebreid stilgestaan bij alle ergernissen, aandachtspunten en belangrijke cijfers van de Belgische e-commercemarkt. [Klik hier voor meer informatie over een abonnement.](#)