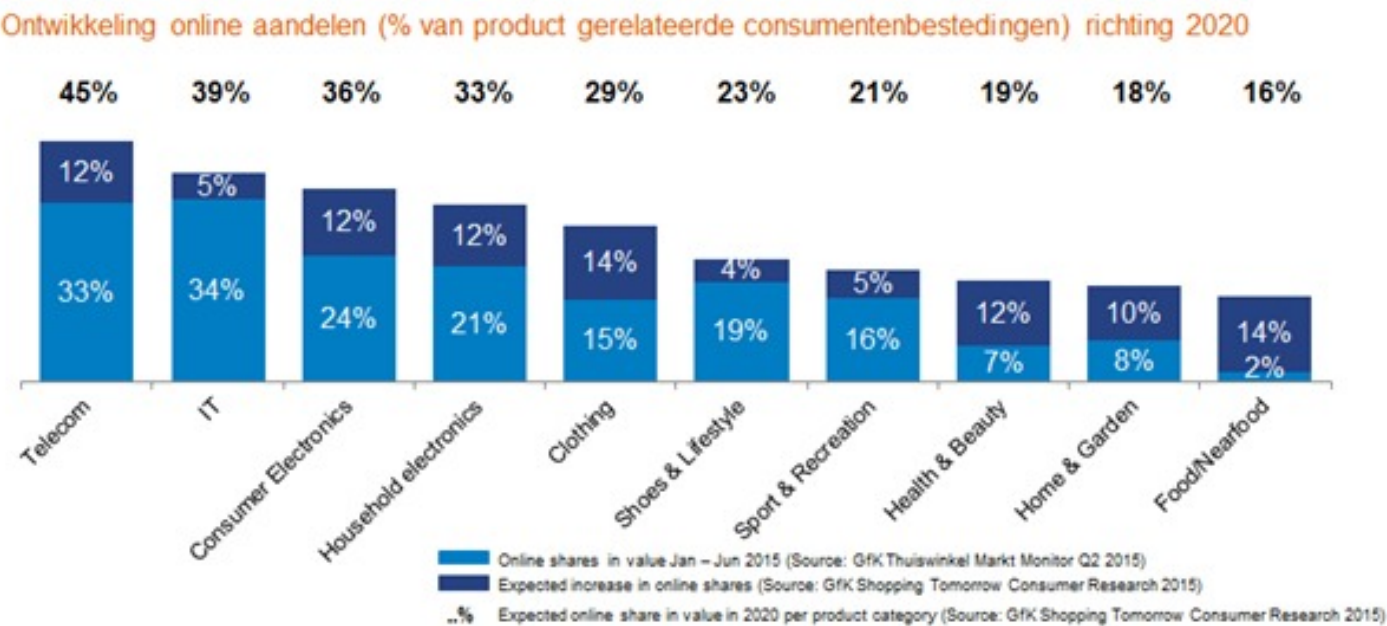


Consument denkt online uitgaven te verdubbelen

13-11-2015 08:03

Nederlandse consumenten verwachten hun online bestedingen richting 2020 te verdubbelen. Waar nu negentien procent van de bestedingen online wordt gedaan, ligt dat percentage in 2020 naar hun verwachting op 38 procent. Dat blijkt uit het ShoppingTomorrow Consumentenonderzoek 2015, waarvoor GfK 5.134 consumenten heeft ondervraagd.

Online shoppers verwachten vooral meer uit te geven aan food/nearfood. Die markt staat met twee procent nog in de kinderschoenen, maar zal in 2020 goed zijn voor zestien procent. De online bestedingen aan kleding stijgen naar verwachting van de huidige vijftien naar 29 procent.



Vooraf online pure players als bol.com en wehkamp.nl profiteren van die verwachte groei: 41 procent van de consumenten denkt daar in 2020 het meeste geld uit te geven. 36 procent verwacht minder vaak naar de binnenstad te gaan om te shoppen, waar acht procent juist vaker fysiek zal winkelen.

Twee jaar terug hield het onderzoeksprogramma een vergelijkbare studie, waaruit de verwachting kwam dat online in 2020 het dominante aankoopkanaal is. Nederlandse consumenten dachten 52 procent van alle uitgaven online te doen in 2020. Die verwachting is nu dus flink naar beneden bijgesteld.

Bovendien is het online aandeel berekend volgens de definitie van de Thuiswinkel Markt Monitor, die door [meerdere retailexperts](#) in twijfel wordt getrokken. Thuiswinkel.org zou de totale detailhandelsverkoop delen door de online bestedingen aan zowel producten als diensten. De belangenvereniging liet [onlangs](#) nog weten dat het aandeel van de online gekochte producten binnen de totale consumptieve bestedingen aan detailhandelsgoederen 8,5 procent bedroeg.