Fikse stijging online aankopen via smartphone

07-12-2015 13:38

Het aantal online aankopen met de smartphone is in het derde kwartaal met 42 procent gestegen ten opzichte van dezelfde periode vorig jaar. Het totale aandeel van de smartphone binnen de online markt is met zeven procent nog relatief klein. Dat blijkt uit de maandag gepubliceerde Thuiswinkel Markt Monitor, die door GfK wordt uitgevoerd in opdracht van Thuiswinkel.org.

In het derde kwartaal van 2015 zijn 2,19 miljoen aankopen met de smartphone gedaan, tegenover 1,54 miljoen een jaar eerder. Volgens research consultant Gino Thuij van GfK is er een trend zichtbaar waarbij de smartphone zich ontwikkelt van middel om te oriënteren tot device om direct mee aan te schaffen. “Dat is iets wat de komende jaren nog verder toeneemt en waar je als retailer op voorbereid moet zijn.”

Opvallend is de stijging van 42 procent van de online bestedingen aan food/nearfood ten opzichte van dezelfde periode vorig jaar. Die stijging komt mede door het toenemende aantal aanbieders van maaltijdboxen. Behalve HelloFresh biedt ook Albert Heijn die inmiddels aan en Jumbo is bezig de service te ontwikkelen.

In totaal is het aantal online bestedingen over de eerste negen maanden van dit jaar met zeventien procent gegroeid. In het derde kwartaal liep de groei wel iets terug: na een groei van zestien procent in het eerste en 21 procent in het tweede kwartaal, bleef die in het derde kwartaal beperkt tot veertien procent. De ruim honderd miljoen online aankopen over die periode zijn goed voor een omzet van 11,35 miljard euro.

Bekijk voor een overzicht van meer relevante cijfers over online shopping de infographic op RetailWatching.