

‘Fors meer producten online gekocht in 2015’

10-03-2016 07:55

Nederlandse consumenten hebben vorig jaar bijna 22 procent meer uitgegeven aan de online aankoop van producten dan in 2014. In totaal werd voor 8,41 miljard euro aan producten online gekocht. Dat meldt belangenvereniging Thuiswinkel.org op basis van onderzoek van GfK.

Het online omzetaandeel is volgens Thuiswinkel.org in een jaar tijd opgelopen van 7,6 naar 8,9 procent. Directeur Wijnand Jongen spreekt van een ‘onverwacht forse groei van online bestedingen aan producten’. De opkrabbende cijfers in de detailhandel, een groei van 2,2 procent in 2015, worden volgens hem in belangrijke mate bepaald door stijgende online verkopen van (web)winkels.

Voor het online foodkanaal is volgens de belangenvereniging vorig jaar explosief gestegen. In totaal werd zevenhonderd miljoen euro uitgegeven aan online food/nearfood, een stijging van veertig procent ten opzichte van 2014. In het vierde kwartaal kwam de groei zelfs uit op 54 procent.

Het aantal producten dat online is gekocht steeg met 16,1 procent. Inclusief diensten (plus 22,2 procent) groeide het aantal online aankopen met 17,4 procent. De online bestedingen aan diensten als reizen en eventtickets groeide met 10,3 procent echter een stuk minder hard dan aan producten. De totale online bestedingen kwamen in 2015 uit op 16,07 miljard euro, een groei van 16,1 procent ten opzichte van 2014.