

'Online omzetaandeel ligt op tien procent'

10-06-2016 07:15



Nederlandse consumenten hebben in het eerste kwartaal van dit jaar 22 procent meer producten online gekocht dan een jaar eerder. Er werd in totaal 2,34 miljard euro online uitgegeven aan producten. Dat concludeert belangenvereniging Thuiswinkel.org uit onderzoek van GfK.

Het online aandeel bedraagt inmiddels tien procent, stelt directeur Wijnand Jongen. Daarvoor zet hij de 2,34 miljard euro af tegen de totale consumptieve bestedingen aan detailhandelsgoederen, die volgens cijfers van het CBS in het eerste kwartaal op 23,48 miljard uitkwamen. "De opkrabbelende cijfers in de detailhandel worden in belangrijke mate bepaald door stijgende online verkopen", concludeert Jongen.

Consumenten hebben vooral meer food/nearfood (plus 57 procent) online gekocht. Dat komt enerzijds doordat er meer aanbod is vanuit foodretailers, stelt onderzoeksdirecteur Joop Holla. "Anderzijds groeit de groep consumenten die zowel in de fysieke winkels als in de online shop van de supermarktformule kopen. Van deze groep omnichannel consumenten weten we dat ze zwaardere besteders zijn, die daarnaast ook trouwer zijn aan de supermarktformule."

De categorie schoenen en accessoires pluste met 47 procent, terwijl speelgoed, huishoudelijke elektronica en telecom allemaal met 26 procent groeiden.

De online dienstensector groeit een stuk minder hard, maar nog altijd met zes procent. In totaal werd in het

eerste kwartaal 2,55 miljard euro online besteed aan diensten. Van alle aankopen werd acht procent met de smartphone gedaan, ten opzichte van vijf procent een jaar eerder.