

'Webwinkels profiteren van failliete winkelketens'

09-09-2016 07:06



Nederlandse consumenten hebben in het eerste halfjaar 24,7 procent meer uitgegeven aan producten online dan een jaar eerder. In totaal werd er op het web voor 5,1 miljard euro aan producten uitgegeven, zo blijkt uit de Thuiswinkel Markt Monitor van marktonderzoeker GfK.

Vooral in het tweede kwartaal is een forse groei van de online bestedingen terug te zien, waarbij kleding en schoenen er bovenuit springen. Dat is volgens industry lead fashion & lifestyle Gino Thuij vooral toe te schrijven aan de recente faillissementen van een aantal grote retailers 'die bepalend waren in de winkelstraat'. "We zien dat consumenten die hier kochten, nu meer online zijn gaan shoppen."

Het online kanaal profiteert volgens Thuij direct van de daling in het fysieke winkelaanbod. Behalve in de fashionbranche is dat effect ook terug te zien in het IT-segment.

De online verkopen worden ook gestimuleerd door een groeiende populariteit onder ouderen. In het tweede kwartaal kocht 64 procent van de 65-plussers wat online, tegenover 58 procent een jaar eerder. Deze groep gebruikt nauwelijks de smartphone bij het online shoppen: slechts vier procent van de online kopende ouderen heeft een mobiele bestelling geplaatst. Bij consumenten tot 29 jaar ligt dat percentage op zo'n 25 procent.

Behalve de 5,1 miljard euro aan goederen werd op het internet ook 4,44 miljard euro aan diensten uitgegeven. Deze twee segmenten groeiden gezamenlijk met 17,2 procent. De verwachting van GfK is dat de online omzet

dit jaar ruim boven de negentien miljard euro uitkomt.