

## Consument kiest vaker voor 'het nieuwe achteraf betalen'

20-10-2016 13:49



Achterafbetaalmethoden als AfterPay en Klarna winnen terrein in de e-commercebranche. Vooral in branches als kleding en schoenen en lifestyle groeien ze relatief hard. Dat blijkt uit de eCommerce Payment Monitor van GfK, die in samenwerking met iDEAL en Thuiswinkel.org wordt uitgevoerd.

Het aandeel van de nieuwe achterafbetaalmethoden in de totale markt is nog relatief gering. Zo werd in het eerste halfjaar drie procent van alle online aankopen met AfterPay betaald. Dat is een groei van zestig procent, waar de online markt met 21 procent is toegenomen.

Achteraf betalen is vooral populair onder vrouwen. Zo is 61 procent van de gebruikers van AfterPay een vrouw. Ook traditionele betaalwijzen als overschrijvingen en machtigingen trekken meer vrouwen, waar mannen oververtegenwoordigd zijn bij betalingen met PayPal en creditcard.

De populariteit van achteraf betalen gaat vooral ten koste van de traditionele acceptgiro, die nog maar een aandeel van drie procent heeft. Verder is er in het betaallandschap weinig veranderd ten opzichte van een jaar eerder. Het aandeel van iDEAL, al jaren het grootste online betaalmiddel, blijft stabiel op 56 procent. Van de ruim 81 miljoen aankopen in de eerste zes maanden van dit jaar, werden er zo'n 45 miljoen met iDEAL afgerekend.