

Online boodschappen landt bij meer consumenten

24-11-2017 09:18



Ruim een kwart van de Nederlandse consumenten heeft dit jaar online levensmiddelen of cosmetica gekocht. In 2016 was dat nog 18,5 procent, blijkt uit cijfers van het CBS.

Kleding en sportartikelen blijven online de meest verkochte productgroepen. Dit jaar kocht 52 procent van de consumenten wel eens online uit die categorieën, tegenover 48 procent vorig jaar. Reizen, kaartjes voor evenementen en huishoudelijke producten volgen met respectievelijk 48, 45 en 35 procent. Medicijnen werden door 8,3 procent online gekocht en zijn daarmee de minst populaire categorie.

Hoewel steeds meer consumenten online boodschappen doen, is het aandeel in Nederland nog relatief laag, bleek deze week uit onderzoek van Kantar Worldpanel. Zo'n 2,6 procent van de FMCG-producten werd in de twaalf maanden tot en met maart 2017 online gekocht, waarmee ons land samen met Duitsland tot de Europese achterblijvers behoort.

In totaal kocht 76 procent van de Nederlanders van twaalf jaar en ouder iets online in 2017, drie procentpunten meer dan vorig jaar. Verder blijkt dat de frequentie en het aankoopbedrag zijn gestegen. 23 procent van de consumenten kocht in de drie maanden voorafgaand aan het onderzoek drie tot vijf keer iets online. Dat was in 2016 nog twintig procent. Een kwart van de consumenten deed dit jaar aankopen in de prijsklasse van honderd tot vijfhonderd euro, iets meer dan vorig jaar. Vijf procent zegt voor duizend euro of meer online aan aankopen gedaan te hebben.

Nederlanders doen steeds meer aankopen bij buitenlandse webwinkels binnen de EU, meldt het statistiekbureau verder. Die waren in het eerste halfjaar goed voor bijna 650 miljoen euro omzet, een groei van negentien procent op jaarbasis. Nederlandse webwinkels verkochten ongeveer achttien procent meer.