Online bestedingen groeien versneld door

13-12-2017 08:37



Nederlandse consumenten hebben in de eerste negen maanden van dit jaar 15,7 miljard euro besteed aan online producten en diensten. Dat is een stijging van veertien procent ten opzichte van dezelfde periode vorig jaar, blijkt uit cijfers van GfK voor de Thuiswinkel Markt Monitor.

In het derde kwartaal kwamen de bestedingen uit op vijf miljard euro. Consumenten kochten in die periode 39 miljoen producten online, een stijging van 22 procent. Het aantal verkochte diensten groeide met achttien procent tot 10,7 miljoen. Van de totale online bestedingen in het derde kwartaal ging 61 procent naar producten, een bedrag van 3,1 miljard euro.

Consumenten gaven in het derde kwartaal vooral meer online uit in de categorieën health & beauty, food/nearfood en home & garden. Die groeiden met respectievelijk 57, 47 en 47 procent. De segmenten schoenen & lifestyle en kleding maken de top vijf compleet, met groeipercentages van 36 en 29 procent. Telecom is de enige categorie die een daling liet zien. Dat komt volgens GfK door de BKR-registratie die sinds 1 mei nodig is bij de aanschaf van duurdere smartphones met een abonnement.

Met de feestdagen in het vooruitzicht worden de bestedingen in het vierde kwartaal geschat op zeven miljard euro, waarmee de totale online omzet in 2017 op 22,7 miljard uitkomt. Dit zou een stijging van veertien procent ten opzichte van 2016 betekenen. Het totale aantal online aankopen over 2017 komt naar verwachting uit op 201 miljoen, een groei van zeventien procent.

Vooral aan producten wordt in het vierde kwartaal flink meer besteed, zegt Thuiswinkel.org-directeur Wijnand Jongen. Dankzij de sinterklaas- en kerstinkopen verwacht hij groeipercentages van vijftien tot twintig procent. “Hierbij spelen uit het buitenland overgewaaide retailfeestdagen als Singles’ Day en het Black Friday-weekend een steeds grotere rol”, aldus Jongen.