

## 'Online omzetaandeel in vijf jaar bijna verdubbeld'

09-03-2018 09:23



Nederlandse consumenten hebben vorig jaar 12,7 miljard euro online uitgegeven aan producten. Inclusief de verkoop van diensten is er vorig jaar voor 22,5 miljard euro online besteed. Dat blijkt uit nieuw onderzoek van GfK, in opdracht van belangenvereniging Thuiswinkel.org.

Het online omzetaandeel van producten is volgens directeur Wijnand Jongen van Thuiswinkel.org gestegen van 8,4 naar 9,7 procent. "Vergeleken met vijf jaar geleden, toen het aandeel van de online aankopen vijf procent bedroeg, is het aandeel zelfs bijna verdubbeld."

Voor de berekening zet hij online uitgaven aan producten af tegenover de totaalomzet van de detailhandel, die volgens het CBS vorig jaar 130,87 miljard euro bedroeg. Een jaar terug communiceerde Thuiswinkel.org nog een online aandeel van [11,3 procent](#). De online uitgaven over 2016 werden toen vergeleken met de totale consumptieve bestedingen aan detailhandelsgoederen, die 97,2 miljard euro bedroegen.

De groei van online is vorig jaar afgenomen. De totale online bestedingen zijn vorig jaar met dertien procent toegenomen, tegenover 22 procent in 2016. Ook de groei in het aantal online aankopen is met zeventien procent minder groot dan een jaar eerder (22 procent).

Het sterkst groeiende segment is health & beauty, waar vorig jaar 46 procent meer online aan is uitgegeven. Food/nearfood groeide met 35 procent, terwijl het segment home & garden dertig procent meer online

bestedingen noteerde. Schoenen & lifestyle en kleding groeiden online met een kwart.

Uit de laatste cijfers blijkt verder dat de smartphone bij het online shoppen vorig jaar voor het eerst populairder was dan de tablet. Waar de penetratie van de tablet vrijwel stabiel is gebleven op 24 procent, gebruikte 28 procent van de online kopers in het laatste kwartaal van 2017 bij minimaal een van hun aankopen een smartphone. De laptop blijft met 52 procent het populairst, gevolgd door de desktop met 33 procent.