

## 'Groeitempo online gaat weer omhoog'

08-06-2018 09:13



Nederlandse consumenten geven dit jaar naar verwachting in totaal 26,3 miljard euro uit aan online aankopen. Dat betekent een groeipercentage van zeventien procent, vier procentpunt meer dan 2017. Dat blijkt uit cijfers van GfK voor de Thuiswinkel Markt Monitor.

Consumenten gaven in het eerste kwartaal van dit jaar 6,25 miljard euro online uit, dertien procent meer dan een jaar eerder. Daarvan wordt 3,3 miljard aan producten en 2,95 miljard aan diensten besteed. De omzetgroei van producten is met zestien procent sterker dan die van diensten, waaraan tien procent meer werd besteed. In totaal zijn er in de eerste drie maanden van 2018 51,98 miljoen aankopen gedaan, een plus van zeventien procent. Hierbij is de groei van diensten met 23 procent juist groter.

De markt voor media & entertainment blijft qua volume het grootste online segment, met 8,46 miljoen aankopen in het eerste kwartaal. Food/nearfood is met een online aandeel van 4,4 procent nog relatief klein, maar de omzetgroei is met 42 procent het sterkst. Naast food/nearfood stijgen ook de onlinebestedingen aan speelgoed en health & beauty sterk in het eerste kwartaal, met respectievelijk 34 en 23 procent.

Vorig jaar groeiden de onlinebestedingen met dertien procent, wat een daling van negen procentpunt ten opzichte van 2016 betekende. Over heel 2018 doen consumenten naar verwachting 240 miljoen online aankopen, negentien procent meer dan vorig jaar. De nieuwe privacywet lijkt geen negatieve invloed te hebben op e-commerce, zegt Thuiswinkel.org-directeur Wijnand Jongen. "Deze positieve cijfers voor 2018 laten zien

dat de Nederlandse onlineretailmarkt hier goed mee om kan gaan en vooral zal profiteren van deze veranderingen.”