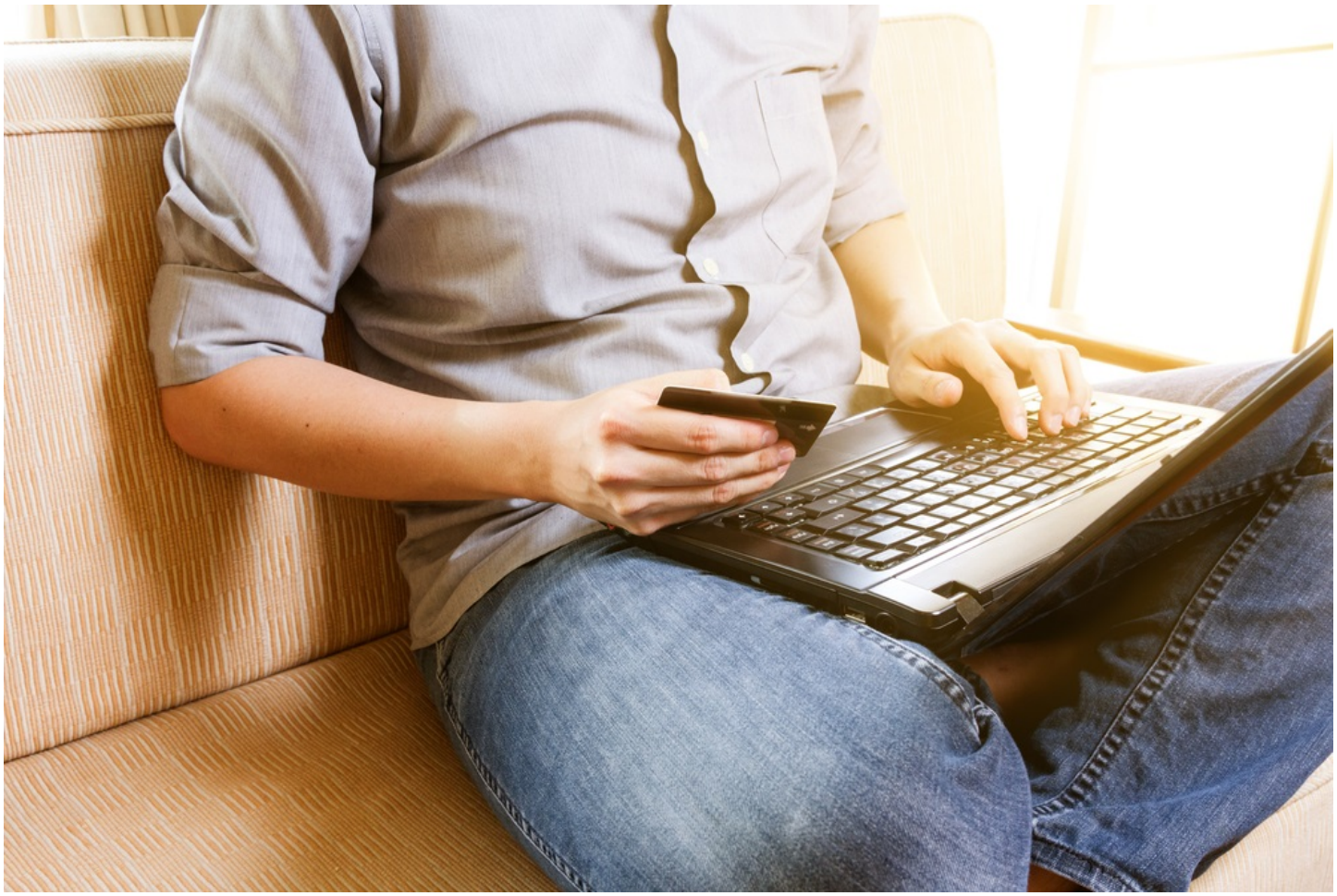
'Online omzetaandeel is voorbij de tien procent'

20-09-2018 09:01



Nederlandse consumenten hebben in het eerste halfjaar 6,75 miljard euro online uitgegeven aan de aankoop van producten. Dat is een stijging van veertien procent ten opzichte van dezelfde periode een jaar eerder, zo blijkt uit cijfers van de Thuiswinkel Markt Monitor. Inclusief diensten is er voor 11,83 miljard euro online besteed.

Als de bestedingen aan online gekochte producten worden afgezet tegen de totale consumptieve bestedingen aan detailhandelsgoederen (66,2 miljard euro volgens het CBS), bedraagt het online aandeel inmiddels 10,2 procent. Een jaar eerder was dat nog 9,2 procent.

De categorie food/nearfood is voor het derde kwartaal op rij de grootste online groeier. “Dit reflecteert met wat we zien in de markt: daar waar het online bestellen en vaak ook laten bezorgen van boodschappen een aantal jaren geleden nog in de kinderschoenen stond, krijgt online nu echt voet aan de grond”, aldus retail sales lead Danny van den Burg van marktonderzoeker GfK. De categorieën health & beauty en schoenen & personal lifestyle groeiden in het eerste halfjaar met respectievelijk 22 en 21 procent.

In de eerste zes maanden zijn ruim 82 miljoen producten online gekocht. Als daar de diensten bij op worden geteld zijn er 105,6 miljoen online aankopen gedaan. Twaalf procent van de bestedingen verloopt inmiddels via een smartphone, terwijl het aandeel van laptops en desktops verder is teruggelopen tot 73 procent. “Dit komt mede omdat de mobiele betaalopties steeds gebruiksvriendelijker en veiliger worden, wat het online

shopgemak ten goede komt”, zegt Van den Burg.

In heel 2018 worden naar verwachting 230 miljoen online aankopen gedaan, wat een groei van 14 procent zou betekenen. Het totaalbedrag dat wordt uitgegeven aan producten en diensten gaat richting de 25 miljard euro, elf procent meer dan een jaar eerder.