

'Nederlandse consument doet sportaankoop liefst online'

21-05-2019 16:20



Online is het belangrijkste kanaal waarop Nederlandse consumenten sportaankopen doen. De afgelopen drie jaar steeg het percentage consumenten dat online als aankoopkanaal gebruikte met 25 procent. Dat blijkt uit het onderzoeksrapport Sportfocus 2019 van INretail.

Het onderzoek stelt dat de interesse voor de sportmarkt groeit. De totale bestedingen binnen de sportmarkt namen tussen 2016 en 2019 toe met 341 miljoen euro, wat een stijging van 27 procent betekent. De sterkste groei was zichtbaar in de categorie fitnessproducten, gevolgd door wandelen en hardlopen. Ook de sport schaatsen won aan populariteit.

De grootste stijging was zichtbaar bij online winkels van sportmerken, online warenhuizen met een sportassortiment en online winkels als H&M en HEMA. Consumenten legde daarentegen minder vaak de weg af naar lokale zelfstandige sportspeciaalzaken en fysieke winkels van een keten voor het doen van een sportaankoop. Ook branchevreemde winkels als Aldi, Lidl en Action werden minder populair.

Waar hebben consumenten het afgelopen jaar gekocht?

	2016	2019	2016-2019
Keten/Megastore gespecialiseerd in sport	21%	26%	22%
Lokale zelfstandige sportspeciaalzaak (één sport)	29%	25%	-15%
Fysieke winkel van een keten (winkels als HEMA en H&M)	19%	17%	-10%
Online warenhuis met o.a. sport assortiment	11%	17%	53%
Online winkel gespecialiseerd in meerdere sporten	13%	16%	28%
Merkwinkels	12%	15%	24%
Running specialisten	14%	13%	-4%
Branchevreemde winkels (winkels als Aldi, Lidl en Action)	15%	13%	-16%
Online winkels van sportmerken	7%	11%	69%
Lokale zelfstandige sportspeciaalzaak (meerdere sporten)	11%	10%	-9%
Online winkel gespecialiseerd in één sport	7%	9%	25%
Online winkel van een keten (winkels als HEMA en H&M)	5%	8%	62%
Fysieke winkels in het buitenland	5%	5%	-4%
Verkooppunten bij vereniging	5%	4%	-15%
Online winkels in het buitenland	3%	4%	31%
Online winkels met tweedehands aanbod	2%	3%	32%

De toename van het aantal consumenten dat sportartikelen bij een keten of megastore kocht, is volgens het onderzoek te wijten aan de groei van Decathlon in Nederland. Bijna een kwart van de Nederlandse consumenten deed hier het afgelopen jaar een aankoop. Het onderzoek stelt dat met name merkwinkels, onlinewinkels en nieuwkomers op de markt, zoals Decathlon, van de groeiende sportmarkt profiteren. Veel bestaande spelers in de sportretailmarkt leveren, wellicht ondanks een omzetgroei, marktaandeel in.

Bij welke winkels hebben consumenten het afgelopen jaar gekocht?

