

Online uitgaven groeien met 16 procent

15-03-2022 09:32



Coronamaatregelen zorgden het afgelopen jaar opnieuw voor meer onlinebestedingen. Nederlanders gaven online zestien procent meer uit aan diensten en producten.

Dat blijkt uit de Thuiswinkel Markt Monitor, een onderzoek dat is uitgevoerd door GfK in opdracht van Thuiswinkel.org en Retail Insiders. De coronamaatregelen waren vorig jaar opnieuw de grootste aanjagers voor groei in onlinebestedingen, met name de sluiting van niet-essentiële winkels in het eerste en vierde kwartaal van 2021.

Het totale bedrag dat een consument online besteedt is vorig jaar ook toegenomen met vijftien procent: van 1900 naar 2180 euro. “Consumenten raken er dus aan gewend om steeds meer geld online uit te geven. We verwachten dat consumenten dit jaar online blijven kopen, maar de groei weer de vorm aanneemt van voor de coronapandemie”, zegt Thuiswinkel-directeur Marlene ten Ham.

De groei in de verkoop van producten en diensten wisselen elkaar af. Zo maakte de verkoop van producten online in het eerste kwartaal een grote vlucht (+43 procent), wat in de maanden erna afvlakte. De run op diensten liet een omgekeerd beeld zien: 2021 begon met rode cijfers en ontwikkelde zich – mede dankzij versoepelingen rond reisbeperkingen – in positieve cijfers. In het vierde kwartaal lieten diensten een groei van 63 procent zien.