

Consument zoekt heil op web na sluiten winkels

De verkoop van producten via internet heeft de afgelopen maanden een opmerkelijk sterke vlucht genomen. In het tweede kwartaal spendeerden consumenten 25% meer aan producten on line dan een jaar eerder. Dat blijkt uit de Thuiswinkel Markt Monitor van markt bureau GfK.

V&D dicht

Onderzoeker Gino Thuij van GfK schrijft de sterke stijging van de online uitgaven aan kleding en schoenen direct toe aan de reeks faillissementen van grote winkelketens zoals V&D. 'Consumenten die hier kochten zijn meer online gaan shoppen. Online profiteert direct van deze daling in het fysieke winkelaanbod, vooral bij tech-producten en mode.'

Over een mentale drempel

Volgens directeur Wijnand Jongen van brancheorganisatie Thuiswinkel.org zijn veel consumenten over een mentale dempel gestapt na de verdwijning van een aantal beeldbepalende winkels. Ze zoeken nu hun heil op internet: 'Het is allicht voor consumenten een moment geweest om maar eens elders te kijken.'

Ouderen actiever online

Hij ziet hier ook een verband met de toename van het aantal ouderen dat hun aankopen via internet doet. In het tweede kwartaal van 2015 kocht 58% van de 65-plussers online producten of diensten, een jaar later is dat gestegen naar 64% van de 65-plussers.

In totaal groeide de markt van on line aankopen in de eerste zes maanden met 17%, tot €9,53 mrd. De groei zat vooral in het tweede kwartaal, met een stijging van 22%, tegen 13% in de eerste drie maanden van het jaar.

Zulke cijfers lang niet gezien

De stijging in de on line verkoop van producten overtreft ruimschoots die van de hele markt, inclusief de verkoop van diensten als verzekeringen en vliegtickets. De groei in bestedingen aan producten is ook sterker dan in eerder kwartalen.

Jongen van brancheorganisatie Thuiswinkel.org noemt ontwikkeling 'echt exceptioneel. Het is het soort cijfers dat we zagen voor de crisis, maar die we al lang niet meer hebben gezien.'

En de groei gaat door

Producten waar online veel meer geld aan werd uitgegeven zijn speelgoed (+49%) en schoenen (+45%).

De verwachting van de onderzoekers is dat de groei van bestedingen via internet aanhoudt en dat de online omzet over 2016 de € 19 mrd ruimschoots passeert.



Door Sandra Olsthoorn

