

Nederlandse consument denkt in 2024 online meer uit te geven

07-12-2023 14:14



Meer dan de helft van de Nederlanders (56%) denkt de komende twaalf maanden meer geld te gaan spenderen in webshops dan zij tot dusver gedaan hebben. Dit blijkt uit het jaarlijkse E-commercerapport van financieel dienstverlener Mollie, waarvoor 1.000 Nederlandse consumenten ondervraagd zijn. Dit betekent echter niet dat fysiek winkelen op zijn retour is. Op dit moment geldt voor één op de vijf Nederlanders (20%) dat zij iets vaker winkelen in webshops dan in fysieke winkels. Het hoogste percentage (27%) winkelt evenveel in fysieke winkels als webshops.

Zowel fysiek als online winkel blijft in trek

De meeste Nederlanders (38%) verwachten dat hun voorkeuren de komende tijd niet zullen veranderen. Verder verwacht 36 procent de komende maanden vaker online te gaan winkelen dan hij nu doet, daartegenover staat een kwart (26%) die verwacht juist vaker naar fysieke winkels te zullen gaan. Al met al blijven beide verkoopkanalen dus in trek.

Positieve verwachtingen van economische situatie

Dat Nederlanders van plan zijn om online meer geld te gaan spenderen, komt mogelijk doordat een aanzienlijk

deel van de consumenten (29%) positief naar de huidige economische situatie kijkt. Nog eens 31 procent staat er neutraal tegenover. Ook de verwachtingen voor de economische situatie in de komende zes tot twaalf maanden zijn positief: maar liefst een kwart (24%) van de consumenten verwacht dat de economische situatie tegen die tijd aanzienlijk beter zal zijn dan nu. Nog eens 28 procent verwacht dat de economische situatie licht zal verbeteren. Tot slot verwacht 35 procent dat de economische situatie ongeveer hetzelfde zal zijn. Slechts twaalf procent denkt dat het er tegen die tijd slechter voorstaat.

Ken Serdons, CCO bij Mollie: "Er zijn in de afgelopen jaren veel geluiden geweest dat met de komst van webshops de fysieke winkelstraat uit zou sterven. Maar van die overtuiging kunnen we inmiddels wel afstappen. Het is niet 'of of', maar 'en en'. Een webshop brengt gemak met zich mee, terwijl een fysieke winkel ervoor zorgt dat consumenten je product kunnen zien en voelen. Daarnaast draagt een fysieke locatie bij aan je branding. In economisch uitdagende tijden kan het verleidelijk zijn om op slechts één paard te wedden, maar gezien het sentiment onder consumenten is het verstandig te blijven investeren in beide verkoopkanalen. Zo kun je uiteindelijk klanten met verschillende behoeftes, op verschillende manieren bedienen en daarmee iedereen het best van dienst zijn."

Redactie