

Nederlandse consument gaf online flink meer uit aan reizen en vliegtickets

20-12-2023 08:00



Uit de Thuiswinkel Markt Monitor blijkt dat de Nederlandse consumenten in het derde kwartaal van 2023 voor € 7,44 miljard online hebben besteed, een stijging van 4% vergeleken met hetzelfde kwartaal in 2022. Deze toename werd voornamelijk gedreven door een groei in de online bestedingen aan pakketreizen (+32%) en losse vliegtickets en accommodaties (+20%). Het totale aantal online transacties is met 1% gestegen tot 81,7 miljoen, waarbij 29% van alle consumentenuitgaven en 11% van alle aankopen online worden gedaan.

Deze gegevens zijn ontleend aan de meest recente editie van de Thuiswinkel Markt Monitor, uitgevoerd door GfK in samenwerking met Thuiswinkel.org, Retail Insiders, PostNL, Betaalvereniging Nederland en Currence. De forse stijging van online bestedingen aan reizen in 2023 wordt toegeschreven aan een toename in boekingen in september, met name last-minute reizen voor de herfstvakantie.

Opvallend is dat het aandeel online uitgaven aan pakketreizen van 78% in Q3 2022 naar 85% in Q3 2023 is gestegen. Voor losse vliegtickets en accommodaties ligt dit percentage zelfs op 90%. Marlene ten Ham, directeur van Thuiswinkel.org, merkt op dat vooral de online bestedingen aan reizen sterker stijgen dan het aantal online boekingen, wat te wijten kan zijn aan inflatie of de voorkeur voor duurdere reizen.

In tegenstelling tot de stijging in diensten, is er een lichte afname (-2%) in online bestedingen aan producten te

zien, ondanks een stabiel aantal online bestelde producten. Opvallend is de groei in online bestedingen aan Media & Entertainment (+13%), voornamelijk door de verkoop van games en gaming accessoires.

Cross-border online bestedingen zijn met 10% gestegen, vooral door een toename in diensten (+17%), zoals pakketreizen en vliegtickets. Ten Ham wijst erop dat 29% van de online uitgaven aan losse vliegtickets en accommodaties in het buitenland wordt gedaan. Verder is het gebruik van iDEAL als betaalmiddel voor online aankopen gestegen van 69% in Q3 2022 naar 73% in Q3 2023, met een toename in het gebruik van smartphones voor online aankopen.

Redactie