

Onlineverkoop neemt af na topdrukte corona

03-01-2024 18:42



Recente cijfers van het CBS laten zien dat consumenten minder uitgeven aan online aankopen, met een daling van 0,3% in november vergeleken met het jaar ervoor. Deze daling in de onlineomzet wordt vooral toegeschreven aan bedrijven die zowel fysieke winkels als een online verkoopkanaal hebben, waar een omzetsdaling van 6,7% is waargenomen. Bij webwinkels is daarentegen een omzetstijging van 4,6% gerapporteerd.

Sectoreconoom Dirk Mulder van ING ziet de daling als een correctie op de buitengewone groei tijdens de coronajaren. Hij merkt op dat bedrijven met zowel online als fysieke aanwezigheid vooral in deze periode een aanzienlijke online groei hebben gezien. Nu consumenten weer vaker in fysieke winkels kunnen shoppen, keren sommigen terug naar oude gewoontes.

Deze trend is echter niet per se goed nieuws voor de Nederlandse winkelstraten. Gerarda Westerhuis, retailsectoreconoom bij ABN Amro, liet het FD weten dat fysieke winkels het nog steeds moeilijk hebben met uitdagingen zoals hoge huren en stijgende energie- en personeelskosten. Veel winkeliers kampen ook met het terugbetalen van belastingschulden na het gebruik van steunmaatregelen tijdens de pandemie.

Desondanks blijft een gecombineerde aanwezigheid van zowel online als fysieke winkels essentieel voor veel bedrijven. Westerhuis stelt dat fysieke winkels een unieke kans bieden om het merk een gezicht te geven, terwijl online winkelen een noodzaak is geworden die bedrijven niet kunnen negeren. Dit evenwicht tussen

online en fysieke aanwezigheid blijft dus cruciaal voor het succes van retailers, aldus Westerhuis.

Redactie