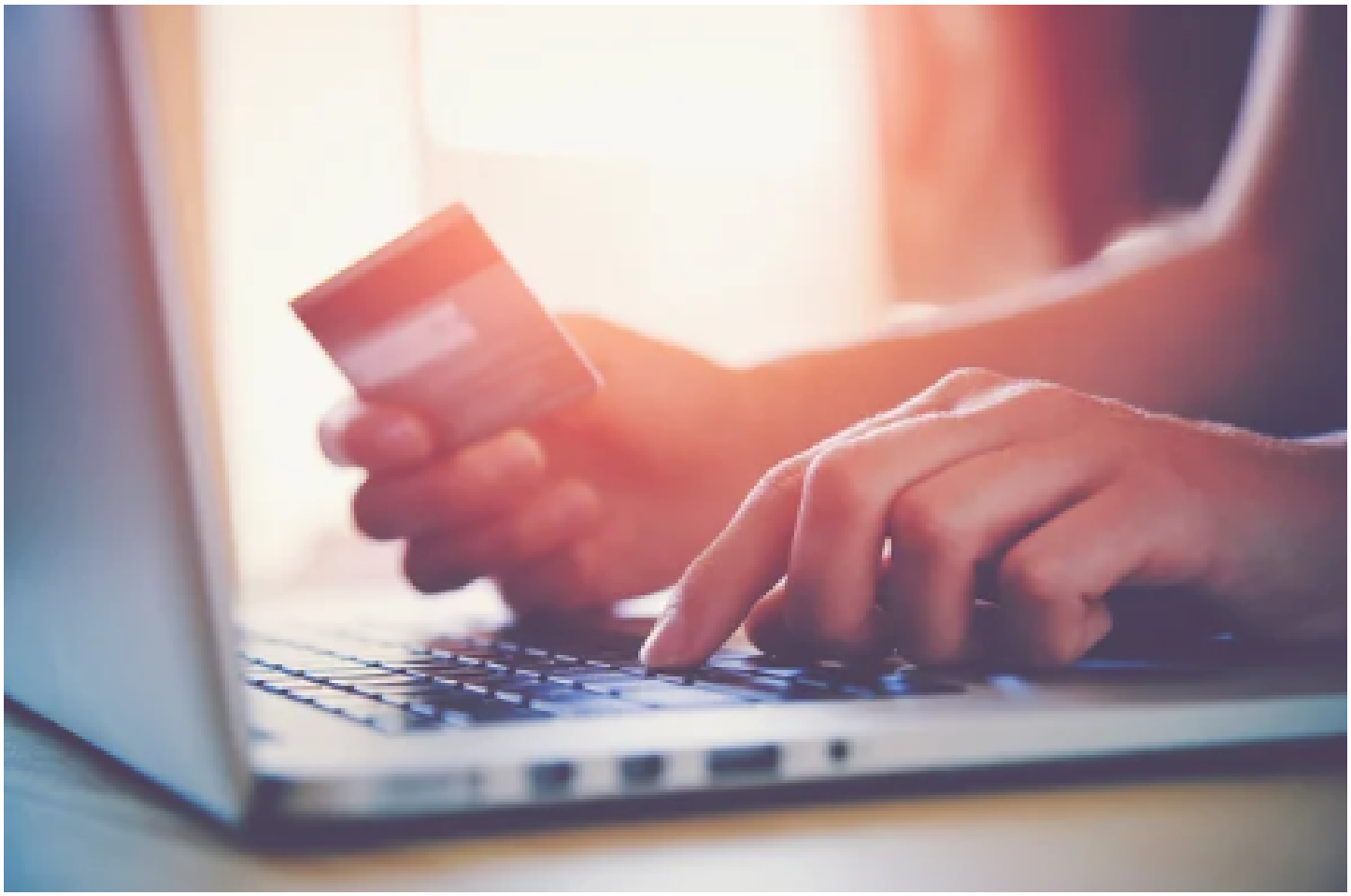
# online shopping blijft groeien in populariteit

18-08-2022 13:00



**De populariteit van online winkelen blijft stijgen. De pandemie heeft de digitale transformatie enorm versneld en is sindsdien snel blijven ontwikkelen. Vergeleken met een jaar geleden is het percentage Nederlandse shoppers dat voornamelijk online winkelt gestegen naar 30%, een stijging van 4%.**

Gen Z-shoppers (42%) en millennials (39%) winkelen vooral online. Verdere innovatie is daarom belangrijk voor retailers om te kunnen voldoen aan de veranderende wensen en voorkeuren van de nieuwe generatie shoppers. Online en in de winkel zelf. Dit is te zien aan de Shopping Pulse-gegevens van Klarna, die zijn gebaseerd op internationaal consumentenonderzoek en eigen gegevens.

## Nederland is een van de snelste transitielanden

In landen als het VK en Zweden gaat het tempo van digitale transformatie zelfs nog sneller dan in Nederland. Online winkelen is daar al populairder dan fysieke winkels. Ook in Nederland hebben we dit punt bijna bereikt. Nederlandse shoppers hebben nog steeds een klein verschil van 1% in hun voorkeuren voor winkelen in de winkel: 31% versus 30% voor online aankopen. De rest is neutraal, ze winkelen net zo graag online als in de winkel.

## Aanzienlijke verschillen op basis van geslacht en leeftijd

We zien vooral mannelijke voorkeur voor online winkelen. 35% van de mannen winkelt het liefst online, terwijl 29% kiest voor winkelen in de winkel. Bij vrouwen is het verschil nog groter: 25% van de vrouwen shopt online en 33% shopt liever in een fysieke winkel. De categorieën waar mannen en vrouwen meer online winkelen zijn elektronica en entertainment. Generatieverschillen zijn groter: hoe jonger je bent, hoe groter de voorkeur voor online.

Generatie Z houdt het meest van online winkelen. Momenteel is er maar één productcategorie die Gen Z het liefst in fysieke winkels winkelt, en dat is het dagelijkse boodschapjes: 43% winkelt in de winkel en 34% winkelt online. Bij de babyboomers was de verhouding 76% tot 12%.

Redactie