

Nederlander koopt meer op sociale media en tweedehands platforms

13-02-2024 11:29



Waar de afgelopen jaren tijdens corona een enorme toename was in online aankopen, was er volgens een onderzoek van DPD in 2023 een daling van 3% onder mensen die regelmatig online winkelen. De online aankopen in fashion (-6%), beauty & healthcare (-9%) en boodschappen (-7%) namen af. Dat blijkt uit de E-Shopper Barometer 2023 van DPD; een internationaal onderzoek naar trends & ontwikkelingen op het gebied van online winkelen. Het onderzoek toont tegelijkertijd aan dat 71% van de Nederlandse online shoppers ten opzichte van de rest van Europa (58%) nog steeds veel kleding online koopt. De Nederlandse ondervraagden zeggen dit jaar meer tweedehands producten te kopen omdat zij aandacht hebben voor prijs en duurzaamheid.

E-commerce is in Nederland net als in heel Europa licht dalend in 2023. In Duitsland zien we met name een daling in online aankopen in fashion (-5%) en in Italië dalen de online aankopen in huishoudelijke apparaten en decoratie (-7%), speelgoed (-5%) en witgoed (-6%). In tegenstelling tot in Nederland neemt in andere landen de interesse in andere producten juist toe: in Engeland is er een stijging van 7% in online aankopen in accessoires en sieraden waar in Italië de online aankoop in medicijnen met 9% is gegroeid.

Consumer to consumer

Inspiratie opdoen en rechtstreeks kopen via sociale netwerken is daarbij een groeiende trend: 53% van de

Nederlandse ondervraagden zegt dit te doen. Het gebruik van consumer to consumer (C2C)-platforms, waar consumenten gebruikte producten rechtstreeks onderling kopen en verkopen, is in 2023 in Nederland én Europa ondanks de afname van online winkelen nog steeds erg hoog. 77% van de Nederlandse e-shoppers kocht of verkocht in 2023 via C2C-platforms; daarmee ligt Nederland voor op Italië (66%), Engeland (74%), Duitsland (73%) en Frankrijk (75%).

Een steeds groter deel van de Nederlandse regelmatige e-shoppers zegt meer tweedehands producten te kopen vanwege inflatie maar ook om wat extra geld te verdienen. Slechts 31% van de Nederlandse e-shopper vindt het belangrijk bij te dragen aan een meer duurzame economie. Hierin loopt Nederland nog ver achter op andere landen, waarbij dat bewustzijn groter is. In Frankrijk is dat bijvoorbeeld 42%, in Duitsland 38%.

Pakketbezorging

Wat de bezorging van het pakket betreft, willen klanten steeds meer keuze hebben en maken ze gebruik van meer verschillende bezorgmogelijkheden. Erik Uljee, CEO DPD Nederland: "Wij zien dat er steeds meer behoefte is aan keuzemogelijkheden. Ontvangers en verzenders willen hun pakketje verzenden of ophalen op een moment dat past in hun drukke dagelijkse leven. Daarom openden we onlangs ons 100.000e out-of-home pakketpunt, een afhaalpunt waar ontvangers hun pakket wegbrengen en/of ophalen op het tijdstip dat het hen uitkomt. Met 100.000 pakketpunten hebben wij een brede geografische dekking in Europa waarmee we Nederlandse ondernemers willen bedienen die door heel Europa willen verkopen. Het e-shopperonderzoek van Geopost onderzoekt jaarlijks de nieuwste trends op het gebied van online winkelen en bezorgvoorkeuren in Europa en de resultaten van 2023 bevestigen dat wij met onze strategie tegemoetkomen aan de wensen van onze klanten."

Redactie