

## Persbericht

### Voor het eerst groeit e-commerce in Wallonië sneller als in Vlaanderen.

6 juni 2017

An Palmans  
GfK  
Marketing & Communication  
T +32 16 74 24 43  
an.palmans@gfk.com

#### ***Online winkelen heeft zijn start niet gemist in 2017***

De online uitgaven in Wallonië gedurende het eerste kwartaal van 2017 zijn met meer als 10 procent gestegen tegenover dezelfde periode vorig jaar. Voor Vlaanderen was dit 4.5 procent, wat de online Belgische uitgaven voor dit eerste kwartaal van 2017 op 2,44 miljard euro brengt. De Belg blijft fan van online shoppen. Vooral diensten zoals vliegtuigtickets en accommodatie blijven extreem populair online. Dit blijkt duidelijk uit de recentste cijfers van BeCommerce Market Monitor.

Leuven, 6 juni 2017 – De online uitgaven in Wallonië gedurende het eerste kwartaal van 2017 zijn met meer als 10 procent gestegen tegenover dezelfde periode vorig jaar. Voor Vlaanderen was dit 4.5 procent, wat de online Belgische uitgaven voor dit eerste kwartaal van 2017 op 2,44 miljard euro brengt. De Belg blijft fan van online shoppen. Vooral diensten zoals vliegtuigtickets en accommodatie blijven extreem populair online. Dit blijkt duidelijk uit de recentste cijfers van BeCommerce Market Monitor.

#### **Belgen spenderen gemiddeld meer geld per online aankoop**

Gemiddeld deed de Belg 3,1 aankopen tijdens het eerste kwartaal van 2017. Hierbij gaven ze gemiddeld 114 euro uit per online aankoop, wat een stijging is van 6 procent. Dit brengt de totale online uitgaven voor dit kwartaal op 2,44 miljard euro. De gemiddelde online koper spendeerde bovendien in deze periode 341 euro, een toename van 4 procent.

Ook het belang van online winkelen blijft verder toenemen. 16,9 procent van alle uitgaven gebeurde online versus 15,8 procent in dezelfde periode vorig jaar. En 7,3 procent van het aantal aankopen gebeuren tegenwoordig al online, terwijl dit in het eerste kwartaal van 2016 nog maar in 6,9 procent van de gevallen van toepassing was. Vooral diensten blijven extreem populair online: 64 procent van alle bestedingen aan diensten gebeurden online, vorig jaar was dit nog maar 60 procent.

#### **Computers en accessoires winnen sterk**

‘Vliegtuigtickets en accommodatie (niet in pakket)’ blijft de meest populaire categorie en het belang van online uitgaven neemt zelfs nog toe voor deze categorie. Maar liefst 85 procent van alle uitgaven (tegenover 82 procent in het eerste kwartaal van 2016), gebeuren online. Er werd daardoor al 517

GfK SE  
Nordwestring 101  
90419 Nuremberg  
Germany

T +49 911 395 0

Management Board:  
Dr. Gerhard Hausruckinger  
(Speaker of the Management  
Board)

Christian Diedrich (CFO)  
Matthias Hartmann  
David Krajicek  
Alessandra Cama

Chairman of the Supervisory  
Board:  
Ralf Klein-Bölting

Commercial register  
Nuremberg HRB 25014

miljoen euro online gependeed aan deze categorie. Op de tweede plaats blijven 'tickets voor attracties en events' staan met 78 procent van alle spendings die online plaatsvindt. Dit houdt in dat er 273 miljoen euro aan deze categorie online uitgegeven wordt. De top drie wordt afgesloten door 'pakketreizen', 64 procent van alle uitgaven gebeuren online, wat betekent dat er dit kwartaal 508 miljoen euro online gependeed werd.

De sterkste groeier van dit kwartaal is de categorie 'computers en accessoires', die met 39 procent groeit. Deze categorie realiseert 94 miljoen euro aan online omzet versus 71 miljoen in het eerste kwartaal van 2016. Ook het aantal online aankopen binnen deze categorie is toegenomen van 572.000 naar 610.000. 22,9 procent van alle uitgaven gebeuren nu al online tegenover nog maar 16,5 procent in dezelfde periode vorig jaar.

### **Smartphone wordt belangrijker als aankooptoestel**

De smartphone springt over de tablet en staat nu op een derde plaats als meest belangrijke toestel om online te winkelen. Op de eerste plaats staat nog steeds de laptop met 56 procent van de kopers die dit toestel al eens gebruikt om online te winkelen, maar het belang hiervan is lichtjes gedaald. Op de tweede plaats blijft de desktop staan met 35 procent en de top drie wordt dus afgesloten door de smartphone die door 19 procent van de kopers gebruikt wordt (versus 14 procent in dezelfde periode vorig jaar).

### **Bancontact en kredietkaart, evenwaardige betaalmiddelen**

Bovendien heeft de kredietkaart lichtjes aan belang verloren als meest populaire betaalmiddel. Dit wordt nu nog door 49 procent van de shoppers gebruikt om een aankoop te doen (versus 51 procent vorig jaar) en Bancontact wint dan weer wat aan belang (wordt nu door 47 procent van de shoppers gebruikt tegenover 45 procent in het eerste kwartaal van 2016). Opvallend is ook dat de giftcard en getrouwheidpunten een toename kennen. Deze worden nu al door 8 procent van de kopers gebruikt of ingezet bij het online winkelen.

### **Over de BeCommerce Market Monitor:**

In de BeCommerce Market Monitor wordt de totale Belgische consumentenmarkt in kaart gebracht. Het rapport is gebaseerd op een unieke combinatie van verschillende databronnen: continue consumenten datatracking, aangevuld met continue Retail panels en additioneel consumentenonderzoek onder 4000 consumenten per kwartaal. Binnen de definitie van de totale online markt zijn alle persoonlijke en huishoudelijke consumentenaankopen inbegrepen, exclusief online gaming en online gambling. Bestelde artikelen die zijn geretourneerd en uiteindelijk dus niet zijn aangeschaft, vallen ook buiten deze rapportage. Op basis van de vastgestelde marktsegmenten (18) kan een onderscheid worden gemaakt in producten en diensten.

Alle B2C aankopen van producten en diensten worden meegenomen in de BeCommerce Market Monitor, ongeacht waar het product of de dienst gekocht wordt: thuis, op het werk, onderweg, in de winkelstraat of in de winkel (online instore via een tablet of zuil). De cijfers zijn inclusief btw.

BeCommerce, de Belgische vereniging van bedrijven actief in alle vormen van e-commerce, is de opdrachtgever van dit grootschalig onderzoek. De BeCommerce Market Monitor wordt uitgevoerd door GfK en mogelijk gemaakt door PostNL, Google en Worldline.

### **Over GfK**

GfK staat voor betrouwbare en relevante markt- en consumenteninformatie, waarmee wij onze klanten helpen om de juiste beslissingen te nemen. Meer dan 13.000 marktonderzoekdeskundigen combineren hun passie met GfK's 80-jarige ervaring in het verzamelen en analyseren van gegevens. Hierdoor kan GfK essentiële wereldwijde inzichten leveren in combinatie met kennis van plaatselijke markten vanuit meer dan 100 landen. Met behulp van innovatieve technologieën en wetenschappelijke methodes bewerkt GfK big data tot slimme data, zodat klanten hun concurrentievermogen kunnen verbeteren en de beleving en keuzes van consumenten kunnen verrijken.

Ga voor meer informatie naar [www.gfk.com](http://www.gfk.com) of volg GfK op Twitter: [www.twitter.com/gfk](https://www.twitter.com/gfk)

Verantwoordelijk onder de perswetgeving:  
GfK Belgium, Marketing & Communication  
An Palmans  
Arnould Nobelstraat 42  
3000 Leuven  
Belgium  
T +32 16 74 24 43  
[an.palmans@gfk.com](mailto:an.palmans@gfk.com)