

Webwinkelhype is voorbij: voor het eerst daalt het aantal internetaankopen

Voor het eerst sinds de doorbraak van internetwinkelen hebben Nederlanders minder online gekocht, vooral minder producten. Dat blijkt uit cijfers van Thuiswinkel.org, de brancheorganisatie van webwinkels. 'Het klopt dat mensen weer vaker naar de winkelstraat gaan en minder producten online kopen,' erkent directeur Marlene ten Ham.

Herman Stil 21 maart 2023, 03:00



Winkelend publiek in de Kalverstraat, op Black Friday. BEELD RAMON VAN I LYMEN/ANP

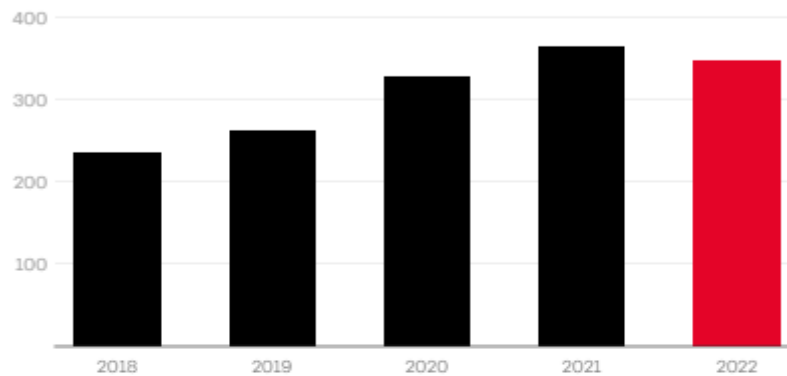
Die trend zet de eerste maanden van dit jaar door. "Tot nu toe is er nog altijd lichte groei," zegt Ten Ham, "maar bij bepaalde producten gaat het moeilijker. In *home en living* is het nu wat minder, mode gaat wel redelijk door. Ik verwacht dat deze lijn de rest van het jaar doorzet."

Vorig jaar bestelden Nederlanders volgens Thuiswinkel en marktonderzoeksinstituut GfK 347 miljoen aankopen online, 5 procent minder dan in coronajaar 2021. Door de sterk gestegen prijzen gaven we daar met 33,3 miljard euro wel 9 procent meer aan uit. In de cijfers zitten overigens ook online verkopen van winkeliers die zowel in de winkelstraat als op internet actief zijn.

Ontwikkeling online aankopen

Aandeel online in totaal aantal aankopen licht gedaald

x 1 miljoen



Bron: [Thuiswinkel.org](https://thuiswinkel.org)

Eerder al lieten dalende cijfers van webgiganten als Bol.com en Coolblue zien dat in Nederland minder online wordt gekocht. De electronicspecialist belandde zelfs in de rode cijfers en gaat versneld nog eens vijf fysieke winkels openen.

Die ontwikkeling sluit aan bij [onze tanende koopzin](#) in de fysieke winkelstraat. Ook daar dalen de verkopen – maar veel minder hard dan online. Voor het eerst sinds de metingen van online verkopen begonnen, daalt dan ook ook het aandeel internet in onze totale uitgaven, van 13 procent in 2021 naar 12 procent nu. De rest kopen we in winkels.

Oude normaal

De winkelbranche ziet de ontwikkeling als vindicatie voor de jarenlange berichten dat internet de winkelstraat voor altijd zou veranderen. “In 2020 voorspelden we al dat we gewoon terug zouden gaan naar het oude normaal,” zegt Hans van Tellingen van winkelstraatanalist Strabo. “En dat blijkt.”

“De groei aan onlinebestedingen in 2020 en 2021 is omgebogen naar krimp. Omdat mensen uiteindelijk elkaar willen ontmoeten en producten willen ruiken, voelen en vasthouden. Goede winkels op goede plekken zullen daarom altijd blijven bestaan.” Onlangs bleek al dat na jaren daling, het aantal ‘echte’ winkels weer stijgt.

Vooraf de online verkoop van producten, zoals kleding of elektronica holt achteruit. Vorig jaar werd 10 procent minder producten verkocht dan in 2021. Daaraan gaven we in totaal 21,2 miljard uit, 1,5 miljard minder dan in 2021. Alleen bij voedingsmiddelen, vooral via websupers, stegen de aankopen.

Toch is volgens Ten Ham van Thuiswinkel geen sprake van een webwinkelcrisis. “Ja, we zien voor het eerst een daling, maar dat is afgezet tegen 2021, toen vanwege de coronalockdowns veel via internet werd gekocht. Mensen zijn nog steeds gewend aan online winkelen.”

De cijfers over 2022 liggen beduidend hoger dan in pre-corona jaar 2019 toen in totaal 26,2 miljard online werd uitgegeven. “Dat bewijst dat e-commerce een blijvertje is, maar gecombineerd met de winkelstraat.”

Meer vakanties en verzekeringen

Dat we vorig jaar toch de hand niet op de knip hielden en meer online uitgaven dan ooit, is deels veroorzaakt door de enorme prijsstijgingen van producten en energie, vanwege de oorlog in Oekraïne. Maar volgens Ten Ham is het recordbedrag van 33,3 miljard ook te danken aan de stijging van het aantal online verkochte ‘diensten’ als vakanties, festivalkaartjes en verzekeringen; met de helft.

Die cijfers zijn wel vertekend doordat in 2021 nog sprake was van lockdowns en reisbeperkingen vanwege corona en er dus veel minder vakanties en uitgaanstickets werden verkocht. “Maar ook doordat Nederland het afgelopen jaar massaal is geswitcht van verzekering, ook omdat we vanwege de hoge inflatie meer op onze portemonnee letten.”

Ook het aantal internetaankopen dat we over de grens deden, daalde: 5 procent. Dat heeft mede te maken met de verscherpte regels voor aankopen buiten de EU, waarbij sinds 2021 altijd btw, accijns en invoerrechten worden geheven, terwijl die daarvoor onder de 22 euro waren vrijgesteld. Wel werden vorig jaar opvallend meer vliegtickets en vakantie-reizen over de grens gekocht, tot in de VS en Groot-Brittannië toe.