

CBRE: steeds meer kleding en schoenen online gekocht

14-10-2011 16:31

Het aanschaffen van kleding en schoenen via het internet heeft in Europa een flinke vlucht genomen. Consumenten worden, ondanks dat er nog sprake is van zorgen over online betalen, wel steeds comfortabeler met online winkelen. Dit is een uitvloeisel van het succes dat geboekt wordt op het gebied van boeken, muziek en computerspelletjes, die online als warme broodjes over de digitale toonbank gaan. Dat meldt vastgoedadviseur CBRE die onderzoek heeft gedaan naar het online koopgedrag van 10.000 Europese consumenten. De resultaten zijn gebundeld in het rapport *Europe's Online Consumer*.

Uit dit onderzoek komt naar voren dat 2 van de 5 consumenten (40%) online shopt en dat kleding en schoenen hierbinnen de snelst groeiende categorieën zijn.

Toen internet winkelen in opkomst was, was de algemene aanname dat men bij het kopen van kleding zou vertrouwen op de *touch & feel* die alleen bij een fysieke winkelervaring van toepassing is. Uit dit onderzoek blijkt echter dat maar 33% van de mensen die deelnamen aan het onderzoek dit een heel belangrijke factor vindt in het aankoopproces.

Toch blijft de fysieke winkel een essentiële rol spelen in de winkelbeleving, 90% van de deelnemers aan het onderzoek bezoekt een fysieke winkel voordat er online een aankoop wordt gedaan. In Groot-Brittannië, één van de landen waar het meest online wordt aangeschaft, vond maar 10% de aanwezigheid van een fysieke winkel niet belangrijk voor het doen van aankopen zoals kleding en schoenen.

Andere belangrijke uitkomsten die uit het rapport naar voren komen en die gerelateerd zijn aan de schoenen- en kledingsector:

- Consumenten in Duitsland, Zweden en Groot-Brittannië gaan aan kop als gekeken wordt naar de online aankopen (respectievelijk 16%, 14% en 12% van het bedrag dat jaarlijks wordt gespendeerd);
- In Italië en Spanje is dit maar 7% en in Oost-Europa zelfs nog minder. Polen, Hongarije en Rusland scoren met 4%, 3% en 1% het laagst;
- Twee derde van de respondenten gebruikt het internet om onderzoek te doen en prijzen te vergelijken van het product dat ze willen aankopen om het vervolgens in de fysieke winkel te kopen;
- De jongere generaties geven het meest uit online aan kleding, schoeisel, spelletjes en muziek.