

shopping  
2020

GfK

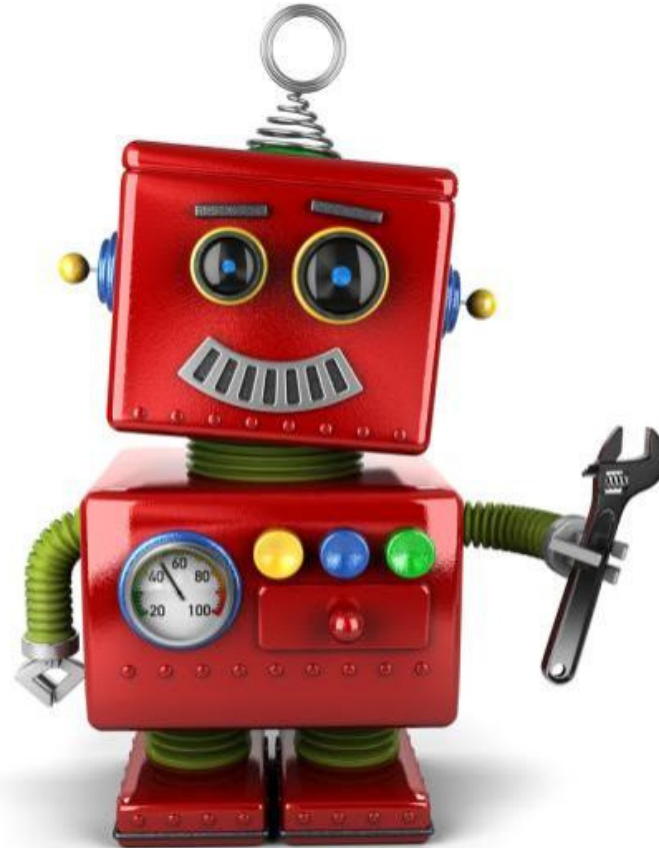
# HOE SHOPT UW KLANT IN 2020?

GfK Expertonderzoek  
Shopping 2020

Hoe shopt uw klant in 2020? De klant zelf heeft geen idee!



Het is niet de consument maar de technologie die de paradigmashift van aanbod- naar vraagsturing vorm geeft .



Deskresearch – De fact based foto van 2012

1

Waar mogelijk een rekenkundige prognose voor 2013 - 2017 - 2020

2A

Een expertprognose (n=444) op basis van kwantitatief online onderzoek

2B

Een verdieping van de expertvisies op basis van kwalitatief onderzoek

3

### Wisdom of the crowd

B2C verkopend Nederland vanuit een 'wisdom of the crowd' aanpak inzicht geven in de geprognoseerde ontwikkeling van de on- en offline consumentenbestedingen, alsmede in de verschuivingen van aankoop- en oriëntatiekanalen in het algemeen en onderverdeeld naar een aantal markten in het bijzonder, teneinde de Shopping 2020 community inspiratie en richting te geven bij de invulling van de strategische toekomstplannen.

Consumenten bestedingen 2012 65,9 mld euro

1. Pakketreizen
2. Losse vliegtickets en accommodaties
3. Verzekeringen
4. Tickets voor evenementen
5. Telecom
6. Consumentenelektronica
7. Fashion: kleding
8. Fashion: schoenen & personal lifestyle
9. Food / Nearfood / Health
10. Home & Garden
11. Media & Entertainment
12. Boeken
13. Speelgoed (excl. games)
14. Sport (uitsluitend hardwaren)



Consumptieve bestedingen volgens CBS 2012 ruim 280 mld euro

1. Huisvesting
2. Horeca/ out of home
3. Cultuur
4. Vervoer
5. Medische diensten / welzijn
6. Motorbrandstoffen
7. Energie
8. Voertuigen
9. Tabak
10. Overig



## Bronnen

1. GfK Retailpanel
2. GfK Consumentenpanel
3. Thuiswinkelmarktmonitor



shopping  
2020

# GENERIEKE EXPERTPROGNOSES



## Online en offline kanalen zullen de komende jaren versmelten



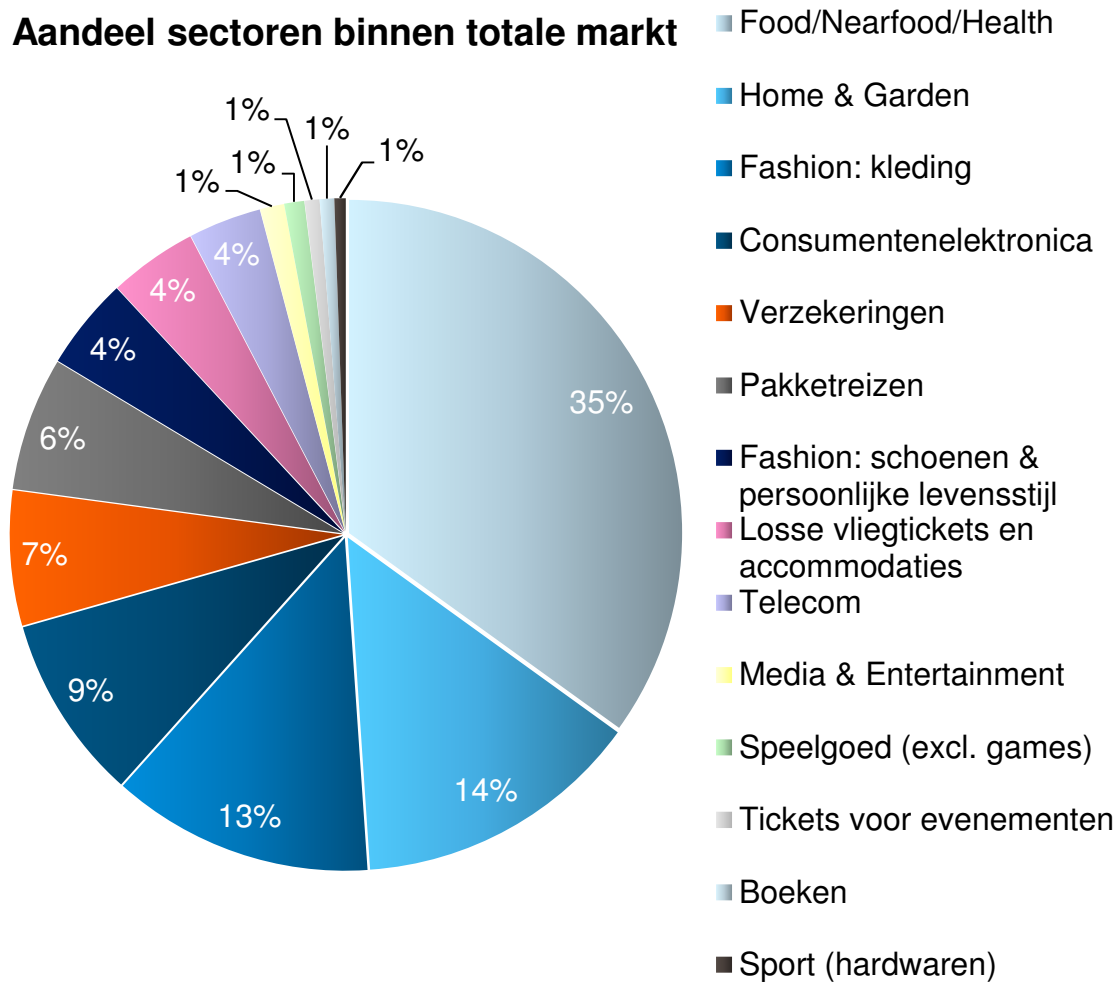
Wat beschouwen wij in dit onderzoek als online: verkoop van goederen en diensten op afstand

- Online aankoop via smartphone
- Online aankoop via tablet
- Online aankoop via desktop
- Online aankoop via laptop
- Online aankoop afhalen op pick up point
- Online aankoop via instore devices
- Online aankoop via overige digitale devices (watch, glasses, ...)

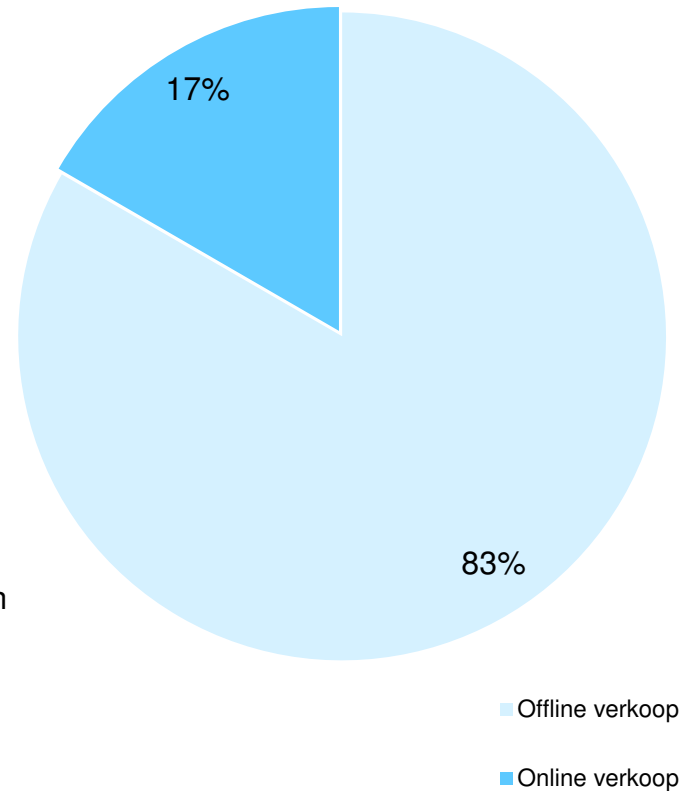
De foto van 2012 als basis van dit onderzoek:  
65,9 miljard euro consumenten bestedingen

Totale markt: status 2012

**Aandeel sectoren binnen totale markt**



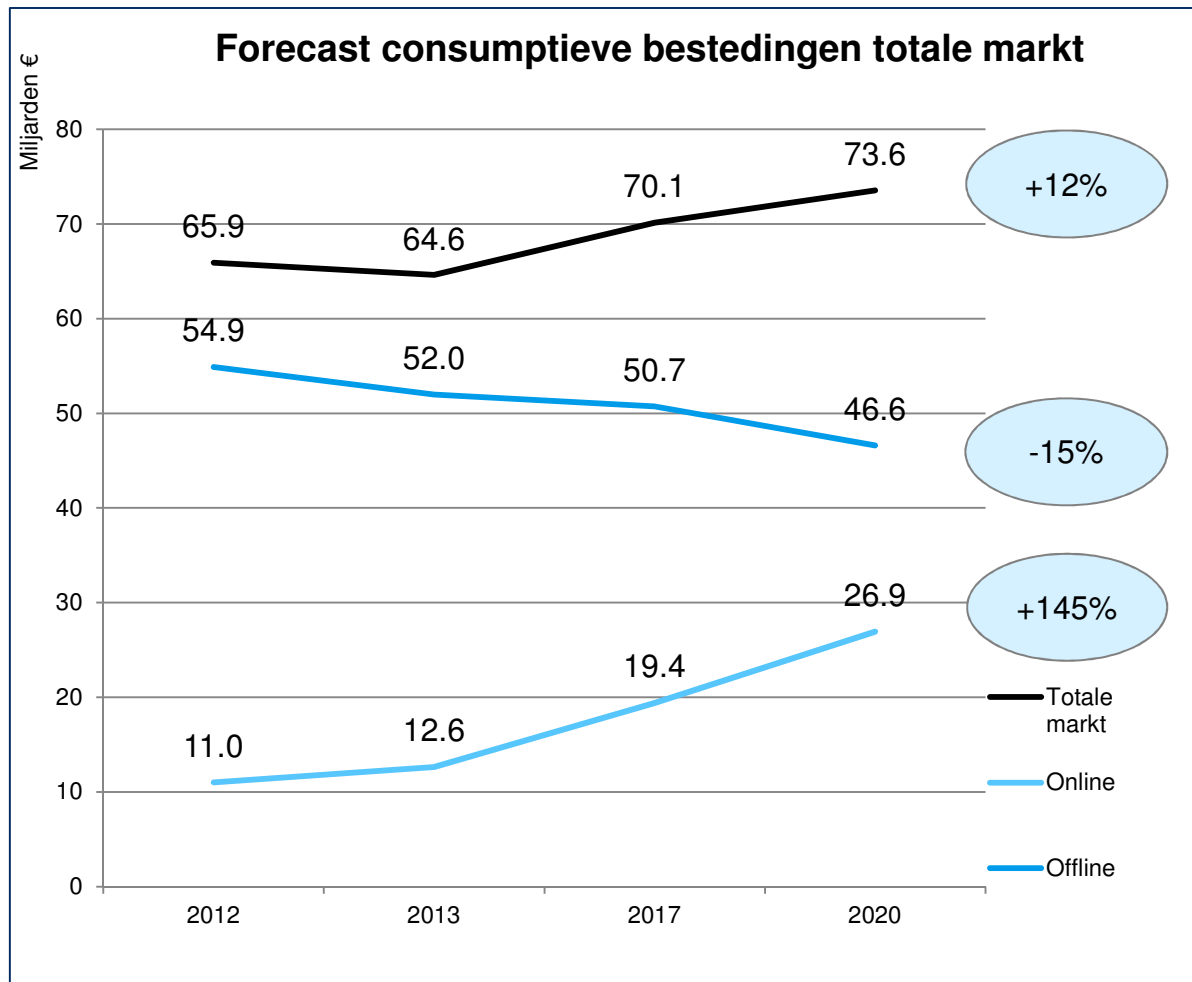
**Verhouding online/offline verkoop binnen de totale markt**



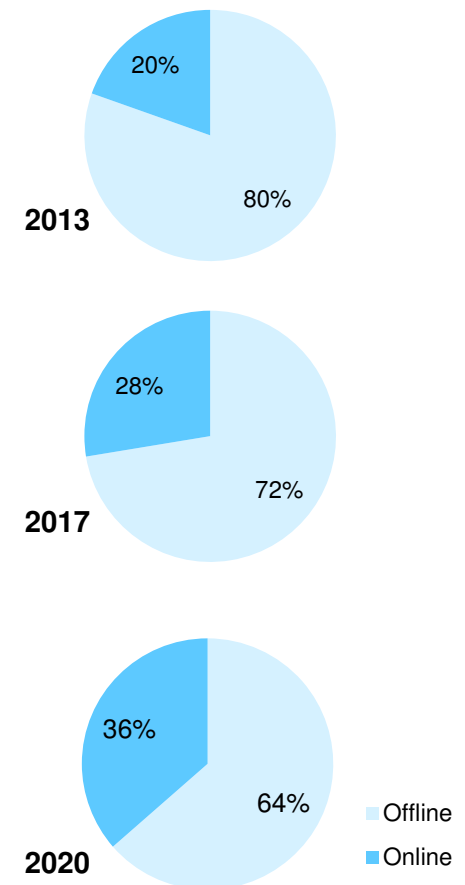
Consumentenbestedingen komen volgens experts na 2013 weer op gang. Hierbinnen neemt het belang van online als aanjager fors toe.



Total market: expert forecast (total)



### Verhouding online/offline



Shopping 2020 experts zijn met kleine groeiprognose iets positiever dan de algemene teneur!

“Ontschuldiging drukt de economische groei, maar er is ook een wisselwerking: lage groei (of krimp) maakt het moeilijker te ‘ontschulden’. Tot ca 2020 zal de conjunctuur daarom zwak zijn.”

*Prof. Dr. Jaap van Duijn, Econoom*

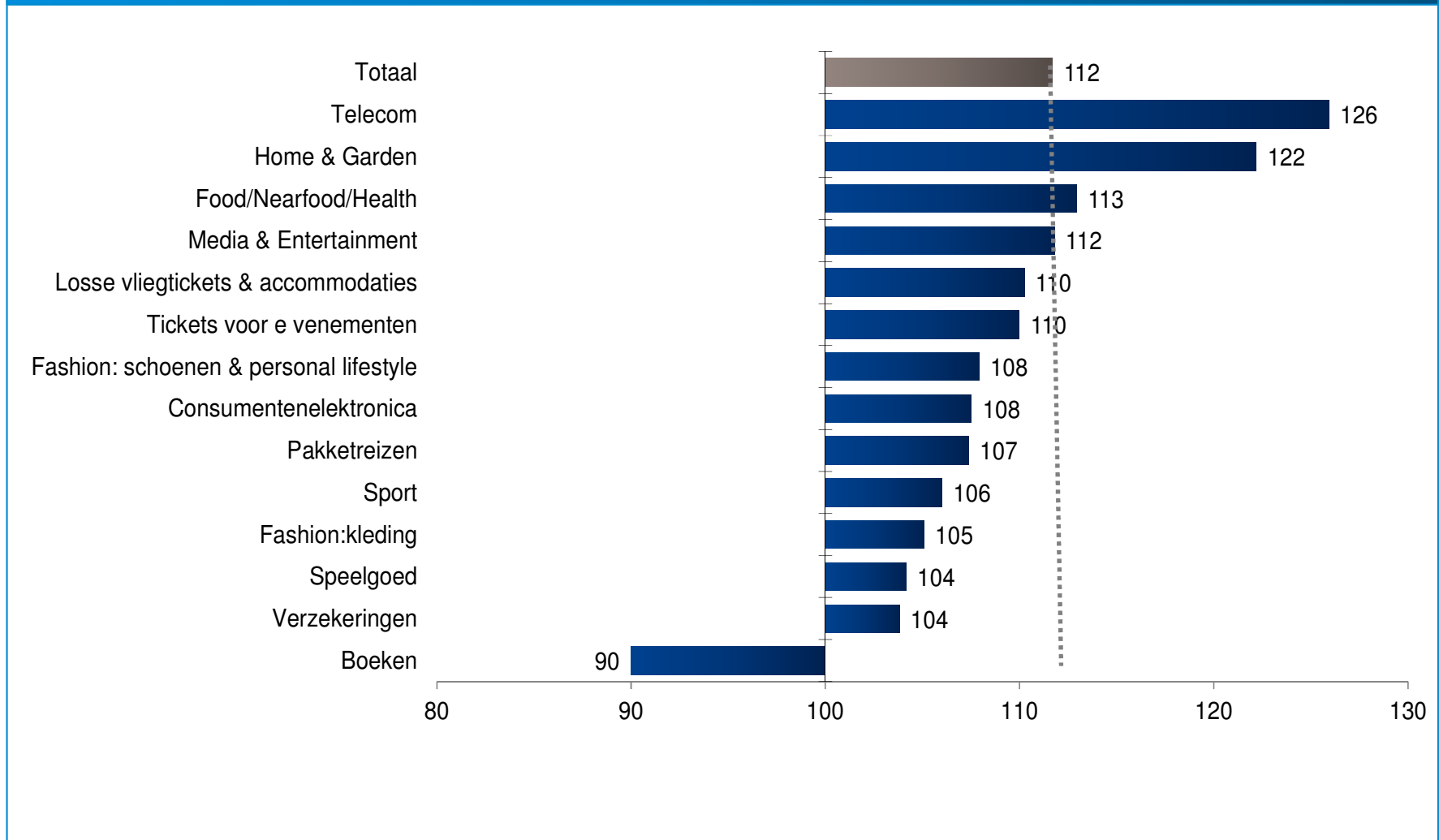


“Bedrijven moeten hun bedrijfsmodel niet baseren op macro-economische groei, maar op stabilisatie. Maar ook bij nulgroei kunnen bedrijven marktaandeel winnen en nichemarkten met succes bedienen.”

# De smartphone zorgt als onmisbare personal assistent voor toename van consumentenbestedingen binnen Telecom.



Indexcijfers 2020 (t.o.v. 2012): totale markt en uitsplitsing naar sectoren



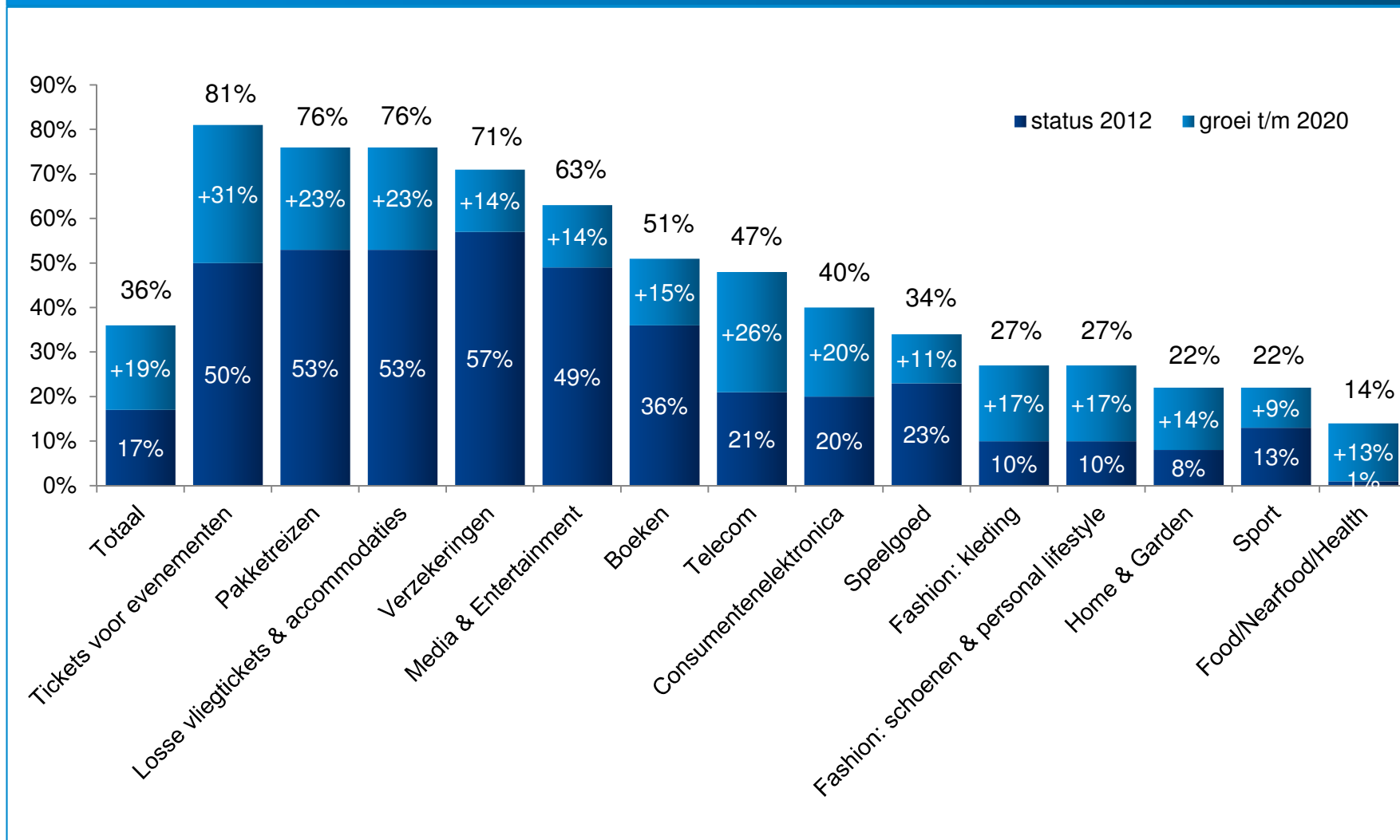
Basis expertverwachtingen: alle experts die hun visie op de totale markt hebben gegeven (n= 444)

© Shopping 2020

# Groei online bestedingen aan tickets en reizen zet volop door tot 2020.

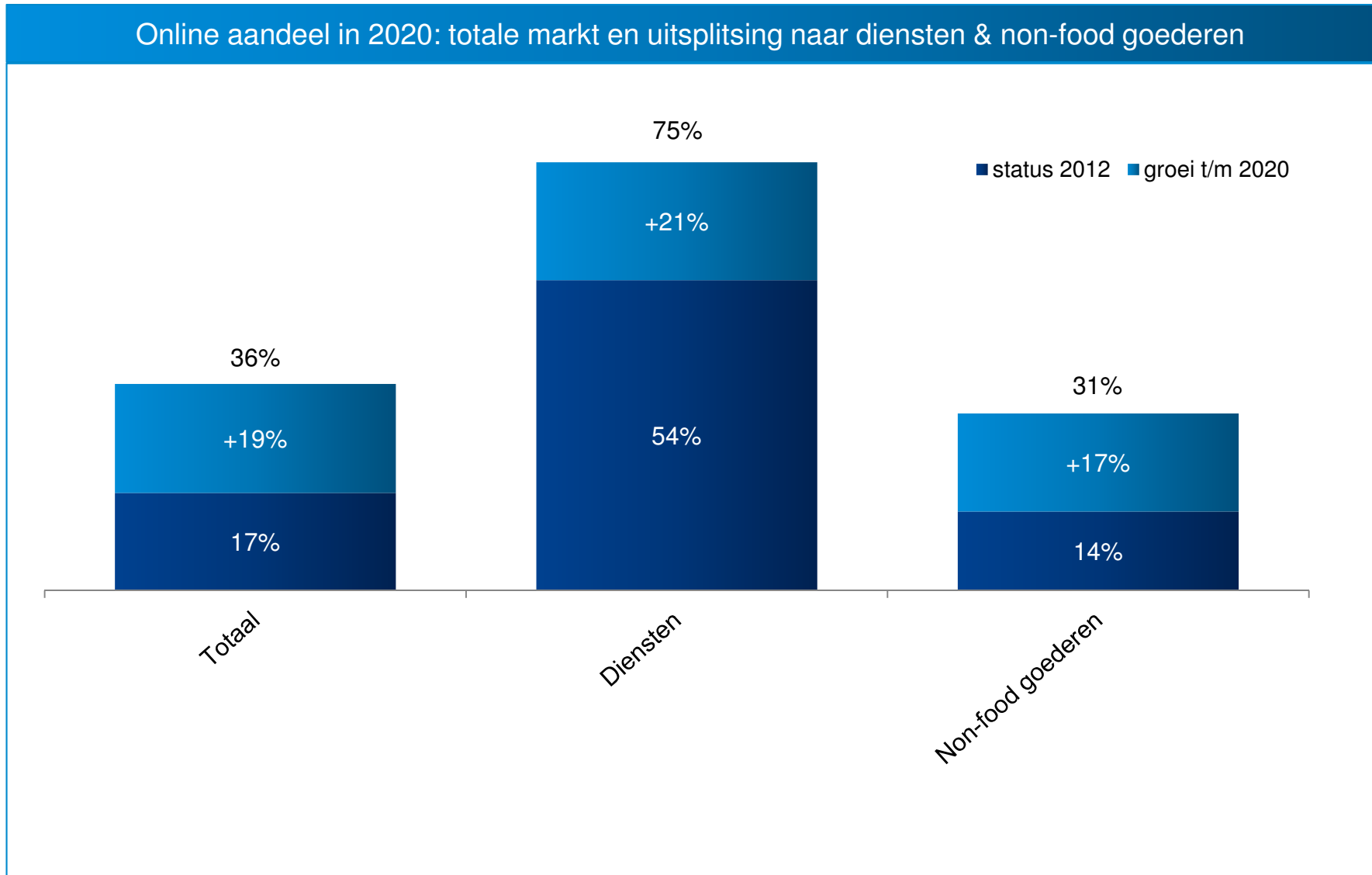


Online aandeel in 2020: totale markt en uitsplitsing naar markten



Bron status 2012: Deskresearch GfK 2012 (GfK Retailpanel, GfK Consumentenpanel, Thuiswinkelmarktmonitor Blauw Research, InRetail  
Bron forecast: GfK Expertonderzoek Shopping 2020 (n=444)

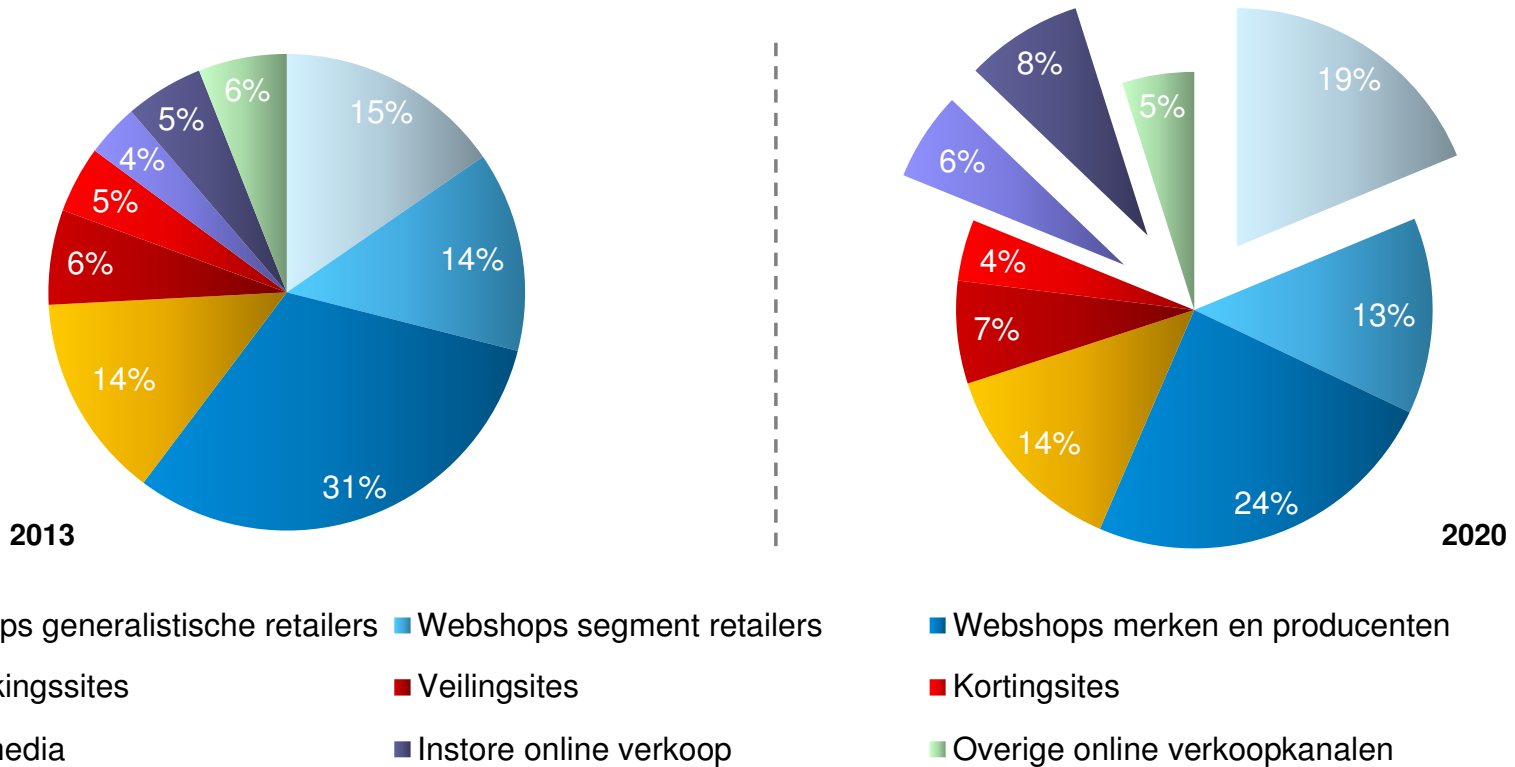
# Online bestedingsaandeel diensten fors hoger dan goederen



# Instore online, social media en online warenhuizen groeien ten koste van websites van merken en producenten

Totale markt: online aankoopkanalen in de toekomst (expert forecast)

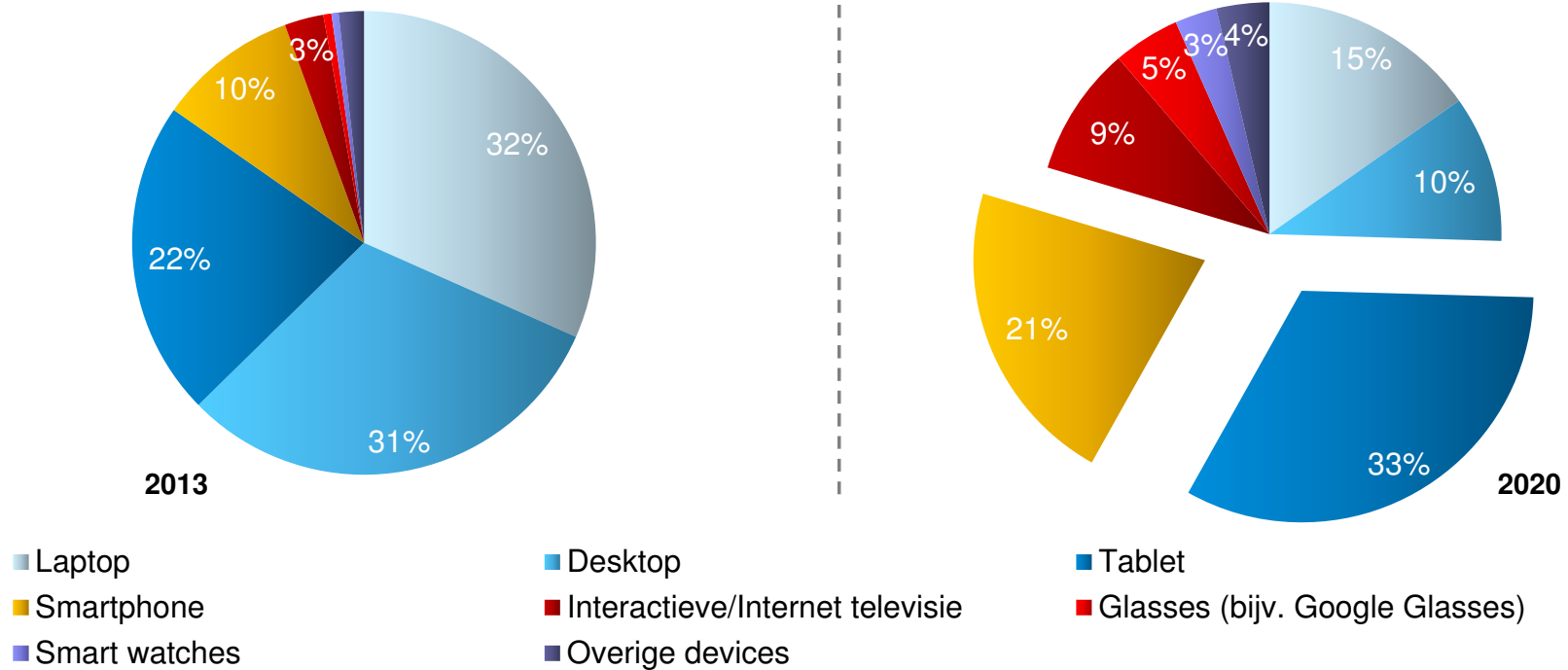
## Aandelen online verkoopkanalen binnen online bestedingen (%)



Laptops & desktops maken in 2020 plaats voor tablets en smartphones als aankoopdevice.

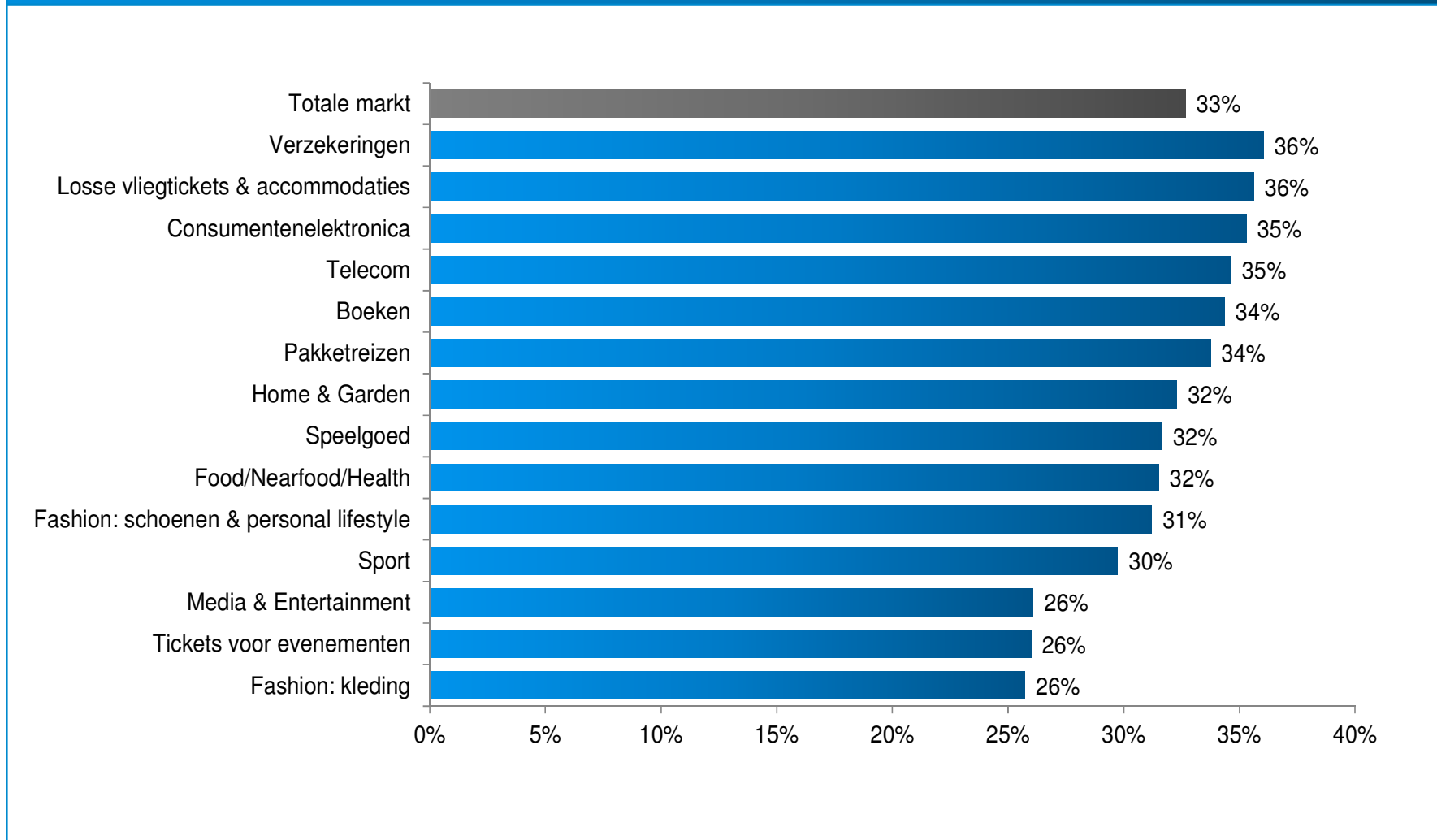
Totale markt: devices die in de toekomst gebruikt worden voor online aankopen (expert forecast)

Aandelen online verkoopkanalen binnen online bestedingen (%)



# Grotere uitgaven worden vaker met de tablet gedaan dan met een smartphone

Aandeel tablet binnen online bestedingen in 2020: totale markt en uitsplitsing naar sectoren



Basis expertverwachtingen: alle experts die hun visie op de totale markt hebben gegeven (n= 444)

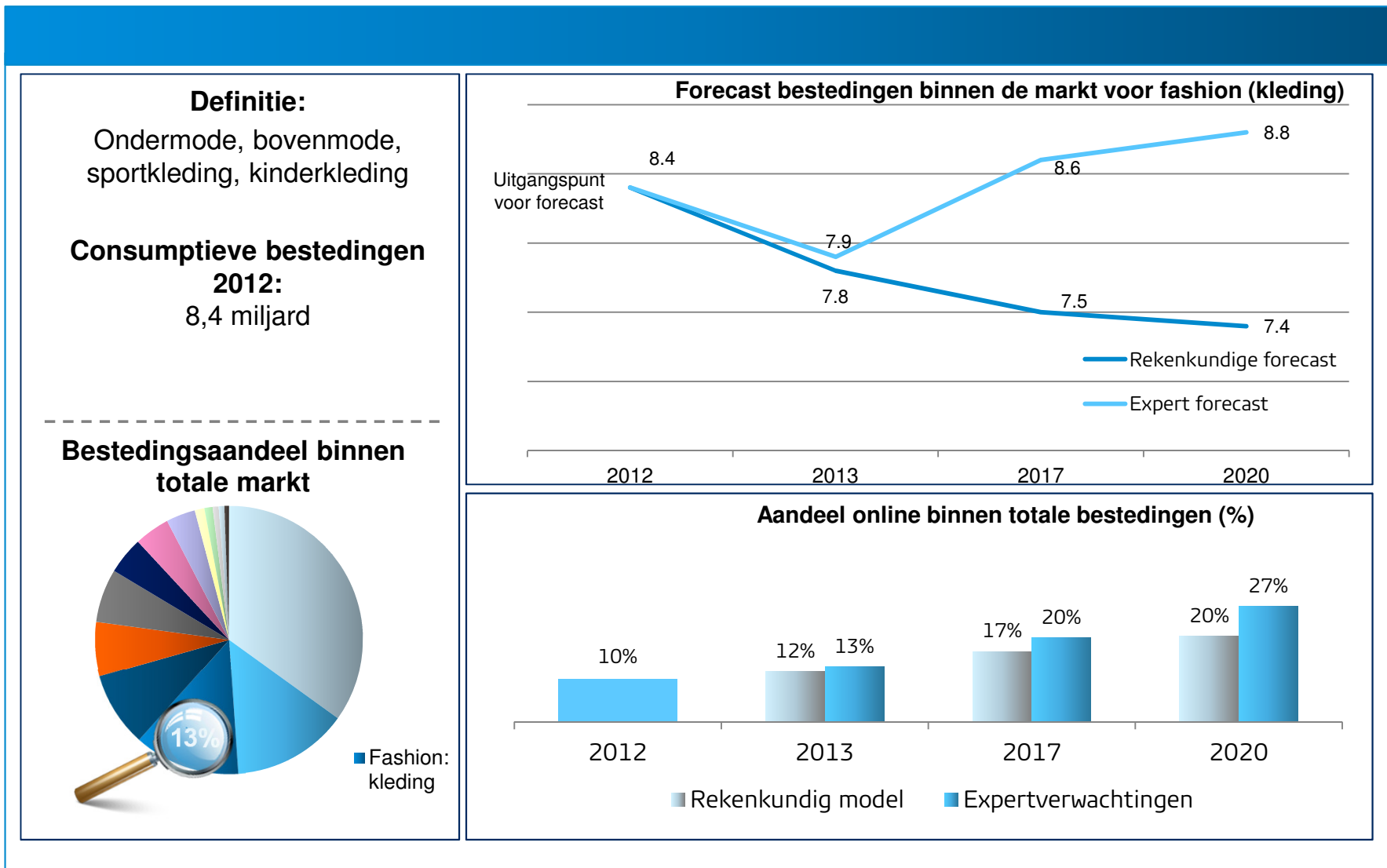
© Shopping 2020

shopping  
2020

# MARKTSPECIFIEKE EXPERTPROGNOSES: FOCUS OP FASHION



# Experts: '27% van de kledinguitgaven in 2020 online'



Bron status 2012: GfK consumentenpanel 2012

Bron expert forecast: GfK Expertonderzoek Shopping 2020 (basis: alle respondenten die hun visie op het marktsegment fashion (kleding) hebben gegeven, n=23)

De omnichannel mode koper is minder trouw, maar besteedt meer!

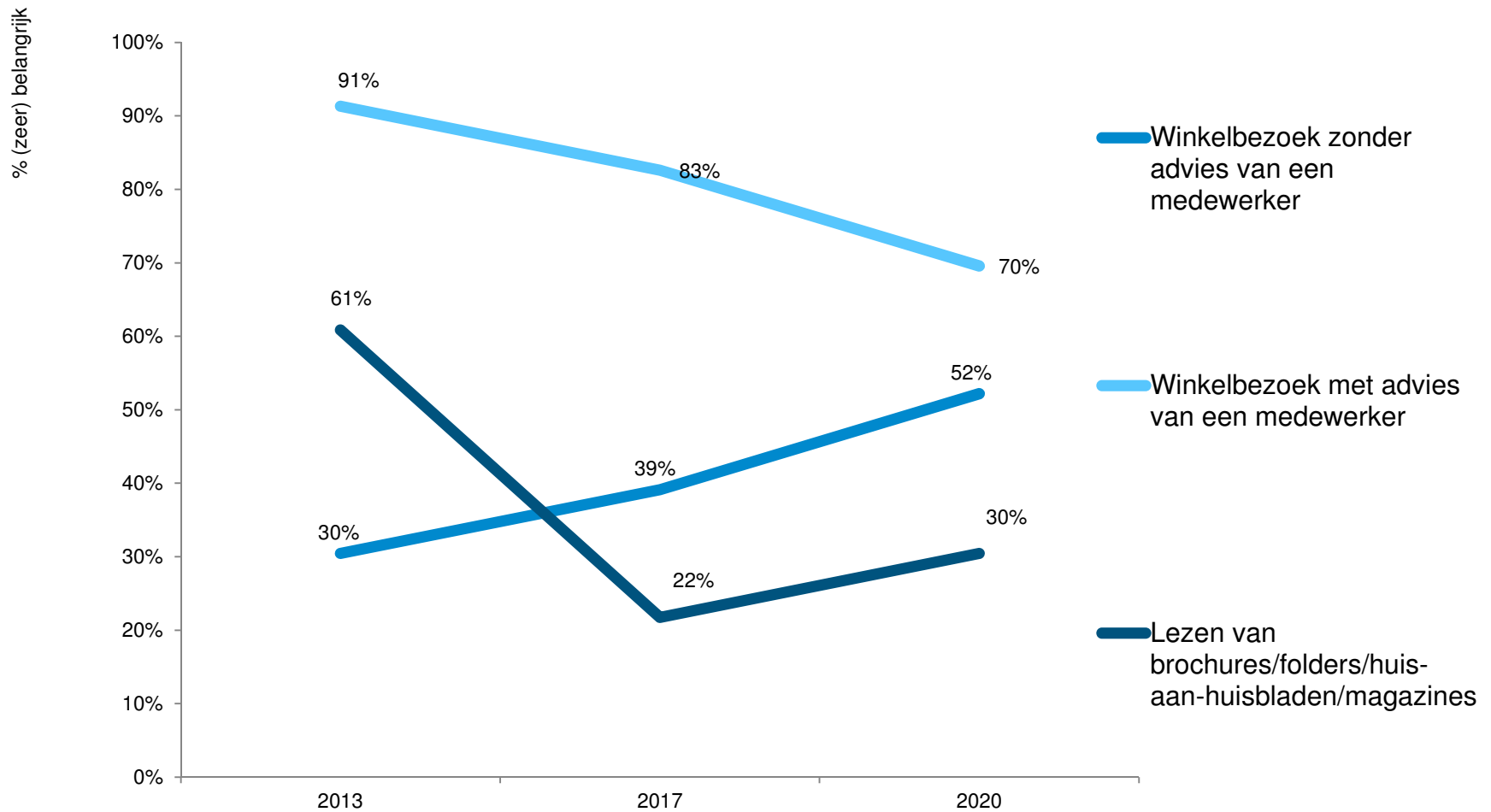


	Omnichannel koper	Pure offline koper
Loyaliteit*	8%-12%	11%-17%
Gemiddeld besteed bedrag per koper	€1.077	€590

\*Op basis van top 5 mode retail, exclusief warenhuizen in 2012

# Offline oriëntatie: belang van instore medewerkersadvies en folders nemen af

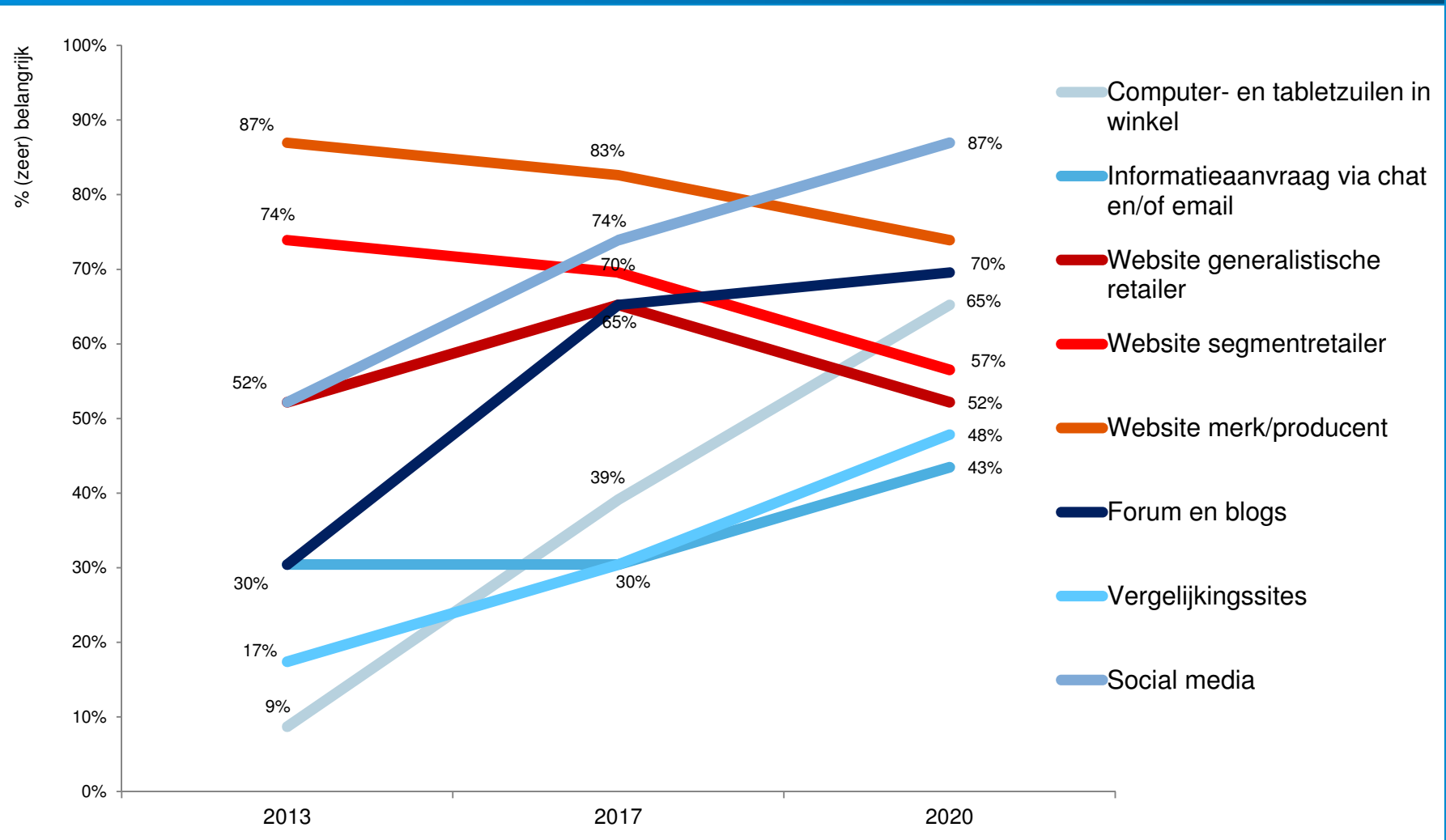
## De markt voor fashion (kleding): belang offline oriëntatie kanalen



Online oriëntatie: belang van de website neemt af en wordt vervangen door 'user generated' kanalen.

Online instore biedt kansen voor fysieke retail!

### De markt voor fashion (kleding): belang online oriëntatie kanalen

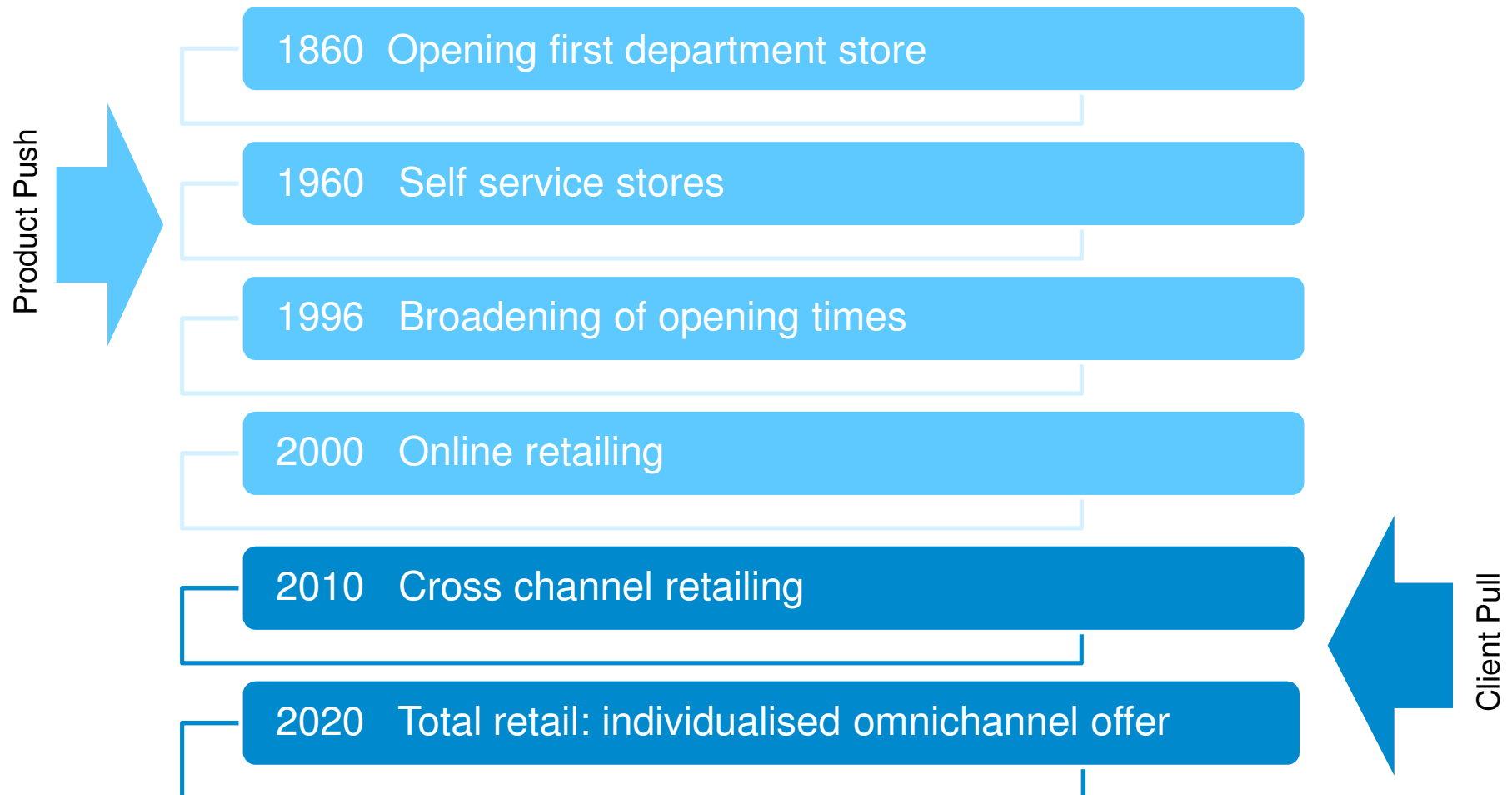


shopping  
2020

# DE OVERALL EXPERTVISIE



Denk revolutionair, handel evolutionair en laat klantrelevantie vanuit de integratie van off- en online de basis zijn voor verdere groei.



# Dank voor uw aandacht



**Marco Wolters**  
Director Fashion, Durables & Services Benelux

**GfK Panel Services Benelux**

Middellaan 25  
5102 PB Dongen  
The Netherlands

Heizel Esplanade PB36  
B-1020 Brussels  
Belgium

Tel. +31 (0) 162- 384000  
Mob. +31 (0)6 - 29538428  
E-Mail: marco.wolters@gfk.com  
Web: www.gfk.nl and [www.gfk.com](http://www.gfk.com)



@MarcoWoltersGfK

