



Resultaten ICT Barometer over thuiswinkelen

Jaargang 8
17 juli 2008

DISCLAIMER. De kleine lettertjes

De ICT Barometer, een onderzoek van Ernst & Young, is de gerenommeerde 'vinger aan de pols' voor managers. Het onderzoek wordt sinds december 2001 gehouden onder gemiddeld zeshonderd Nederlandse directeuren, managers en professionals uit het bedrijfsleven, onderverdeeld naar productie/industrie, handel/distributie en dienstverlening/ financiële instellingen en de (semi)overheid. Het onderzoek is uitgevoerd door het marktonderzoekbureau Synovate/Interview NSS en de ondervraagde groep wordt online geënquêteerd. Het onderzoek is representatief voor directeuren, managers, professionals en/of hoger opgeleide werknemers die beschikken over een internetaansluiting. De ICT Barometer biedt een belangrijk deel 'up to date' informatie door een aantal vaste businessdilemma's te monitoren, aangevuld met actuele vragen.

Met Ernst & Young worden de activiteiten bedoeld van Ernst & Young Accountants LLP, Ernst & Young Belastingadviseurs LLP en andere Ernst & Young deelnemingen in Nederland. Ernst & Young Accountants LLP (KvK 24432944, OC335594) en Ernst & Young Belastingadviseurs LLP (KvK 24432939, OC335596) zijn limited liability partnerships gevestigd in Engeland en Wales, statutair gevestigd te Lambeth Palace Road 1, London SE1 7EU, Verenigd Koninkrijk, met haar hoofdvestiging aan Boompjes 258, 3011 XZ Rotterdam, Nederland.

Hoewel bij het redigeren van dit rapport ICT Barometer de grootst mogelijke zorgvuldigheid is betracht, bestaat de mogelijkheid dat sommige informatie na verloop van tijd verouderd of niet meer juist is. Ernst & Young kan geen aansprakelijkheid aanvaarden voor de gevolgen van activiteiten die worden ondernomen op basis van informatie in dit rapport. Overname van artikelen is toegestaan, mits integraal en met bronvermelding.

Ernst & Young, Amsterdam, 17 juli 2008

ICT Barometer

Ernst & Young ICT Leadership

Jacob Verschuur, director

Antonio Vivaldistraat 150

1083 HP Amsterdam

The Netherlands

Mail to: jacob.verschuur@nl.ey.com

www.ey.nl

www.ictbarometer.nl

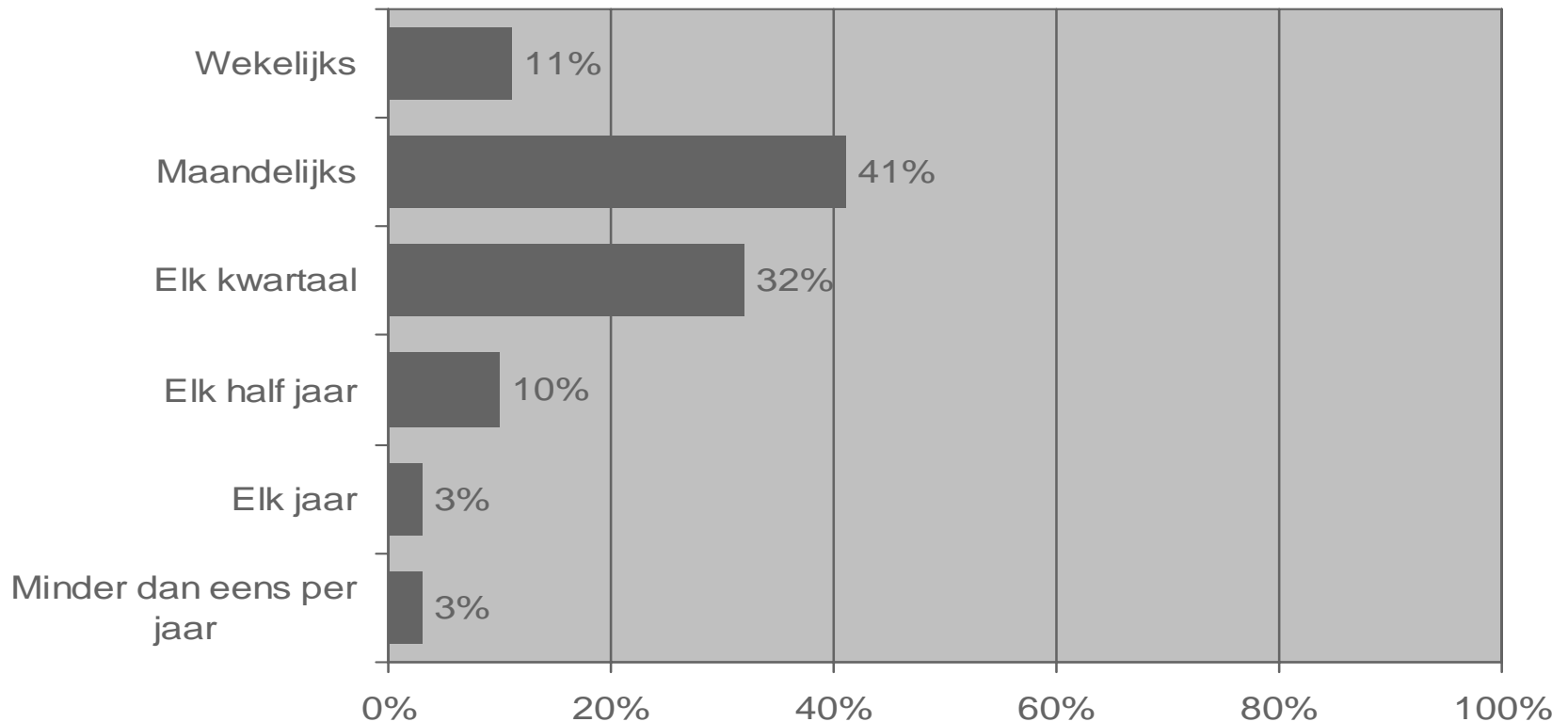
Thuiswinkelen – vraagpunten

- Welke ontwikkeling maakt thuiswinkelen door?
- Wat schaft men aan bij thuiswinkelen?
- Waar stoort men zich het meeste aan bij thuiswinkelen?
- Gaat er wel eens wat fout bij thuiswinkelen?
- Hoe betrouwbaar vindt men de betaling bij thuiswinkelen?
- Let men op het “Thuiswinkel Waarborg”?

Thuiswinkelen – koopfrequentie

Vrijwel alle ondervraagden kopen wel eens wat via het internet. De helft hiervan koopt elke maand wat, 10% koopt zelfs wekelijks. Mannen kopen vaker via internet dan vrouwen.

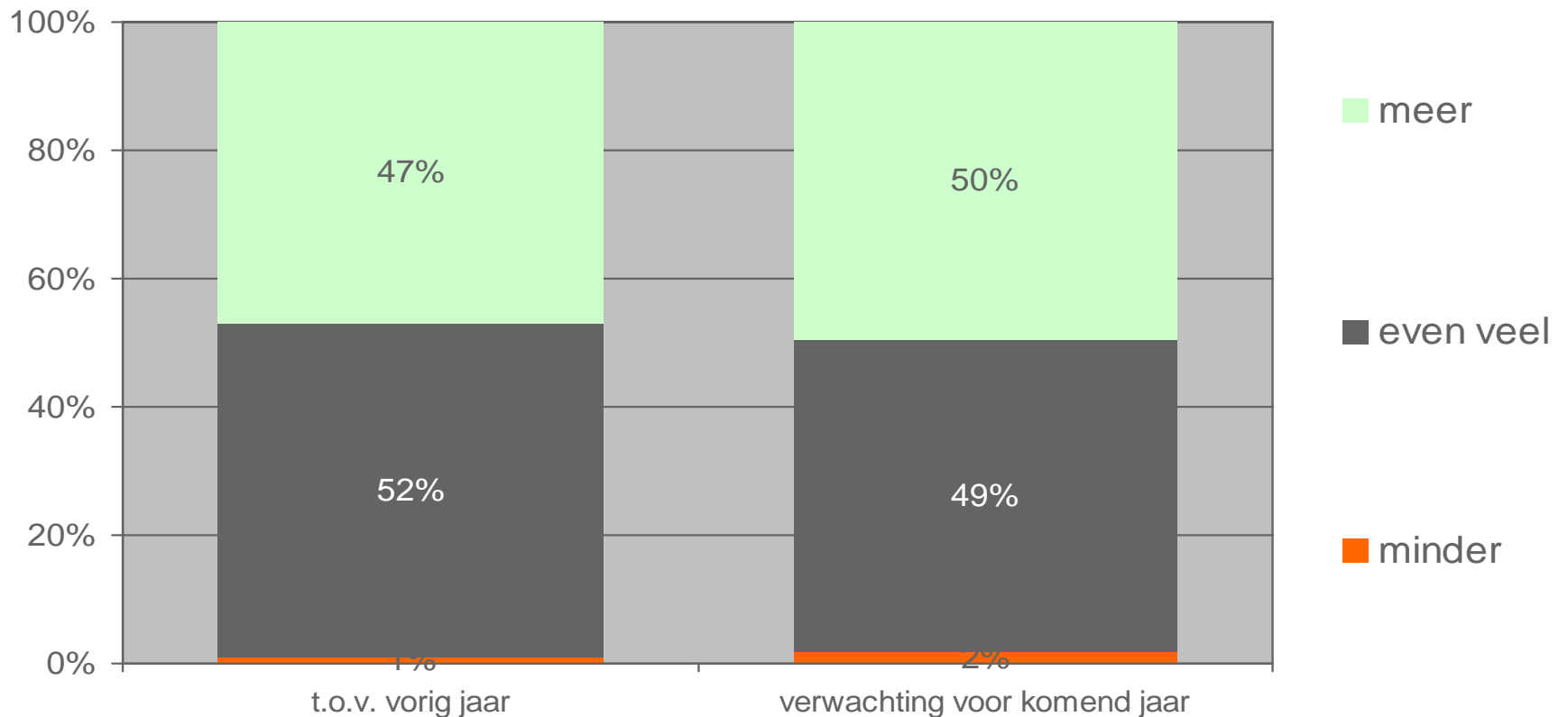
Hoe vaak koopt u gemiddeld iets van internet?



Thuiswinkelen – ontwikkeling

Steeds meer aankopen vinden online plaats. Vooral 35-49 jarigen en mannen zijn van plan om meer online te shoppen.

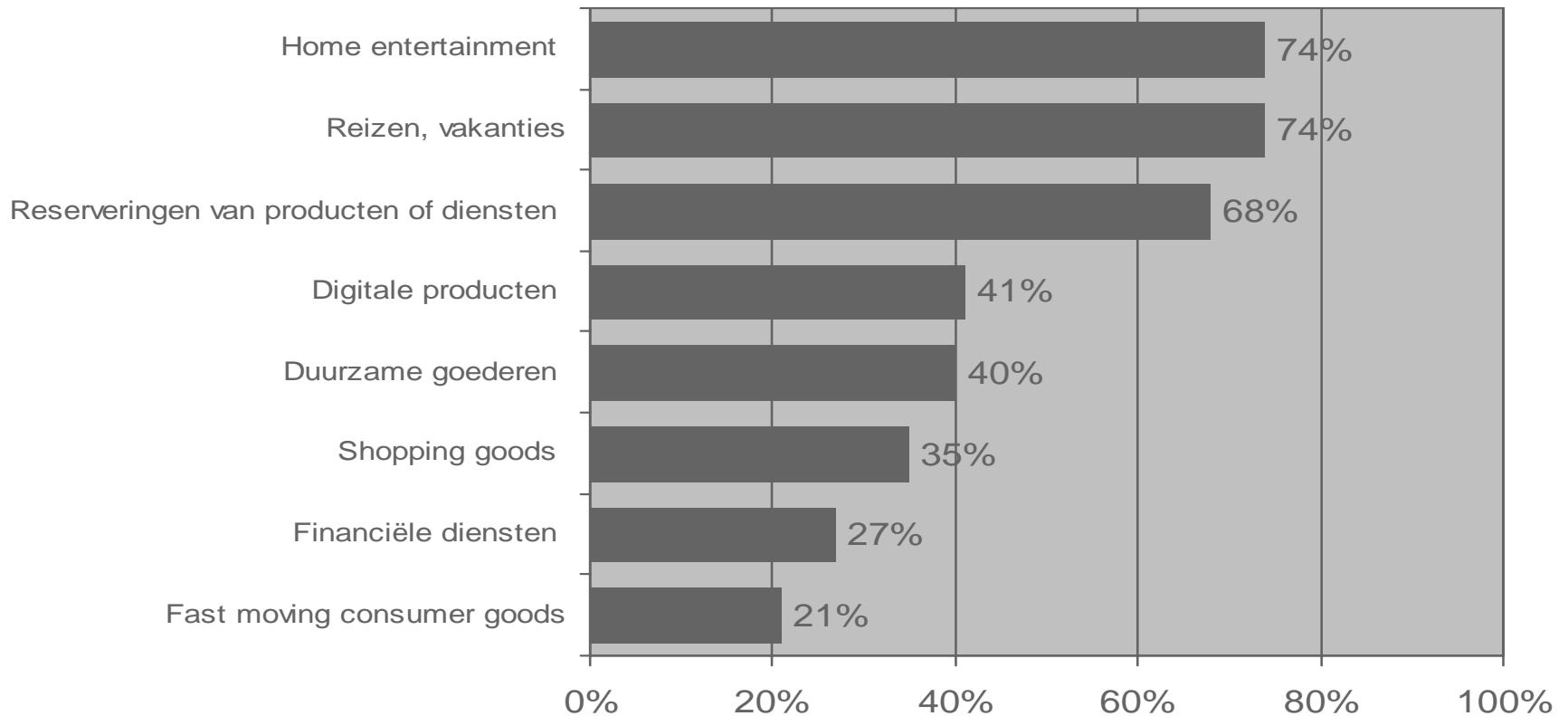
Ontwikkeling thuiswinkelen dit jaar en verwachting volgend jaar (onder internetkopers)



Thuiswinkelen – wat koopt men?

Internet wordt met name gebruikt voor home entertainment (boeken, muziek, cd's), voor het boeken van reizen/vakanties en voor reserveringen van producten of diensten.

Wat koopt u zoal via internet?



Thuiswinkelen – ergernissen

Net als vorig jaar noemt men de hoge verzendkosten als grootste ergernis bij het thuiswinkelen. Andere grote ergernissen zijn het tijdstip waarop producten worden afgeleverd en het niet voorradig zijn van het gewenste product.

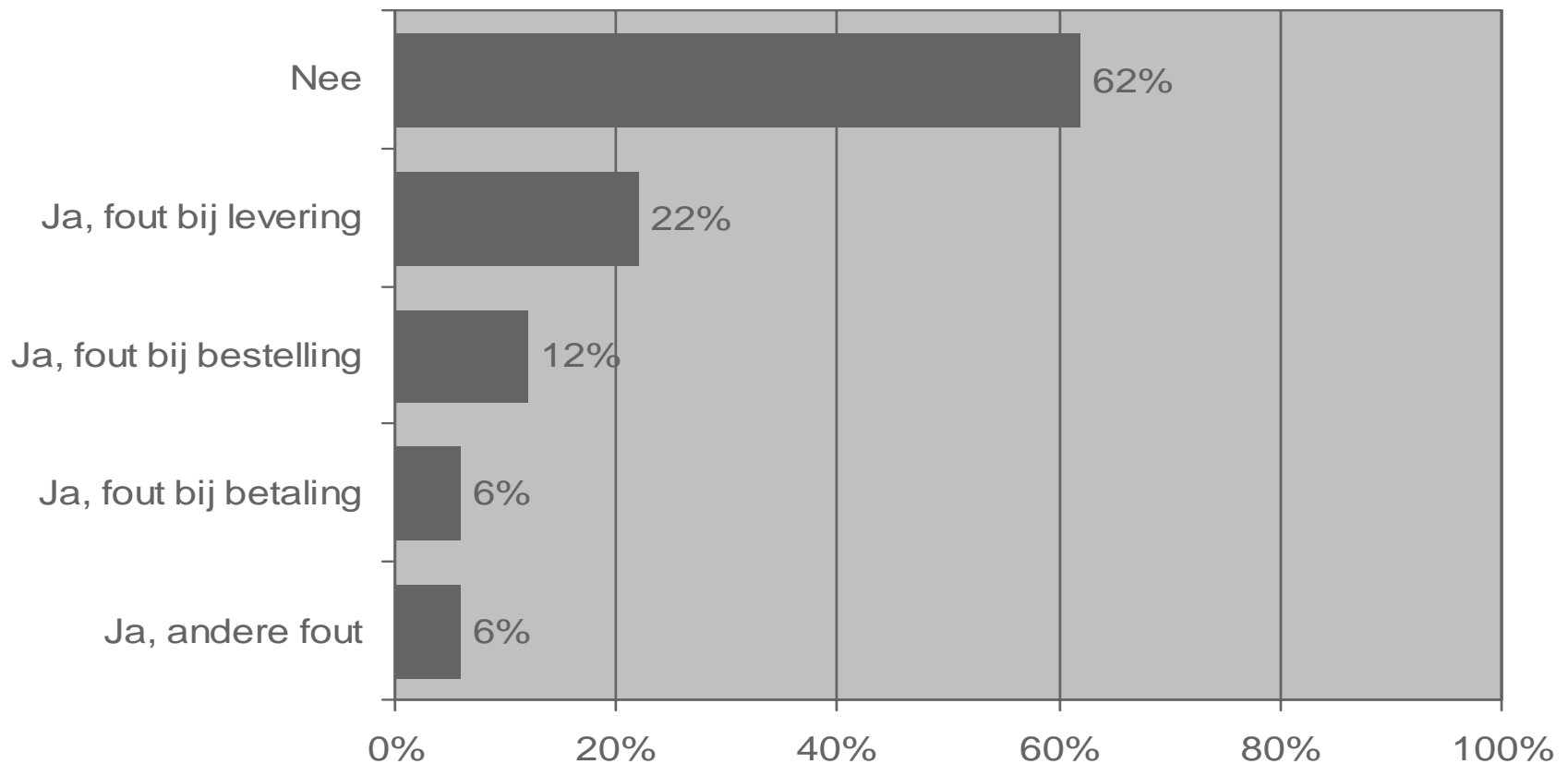
Waar stoort u zich het meest aan wanneer u via het internet winkelt?



Thuiswinkelen – fouten

Bij 38% van de online kopers gaat wel eens iets mis bij het winkelen online. Het gaat dan meestal om een foute levering of bestelling.

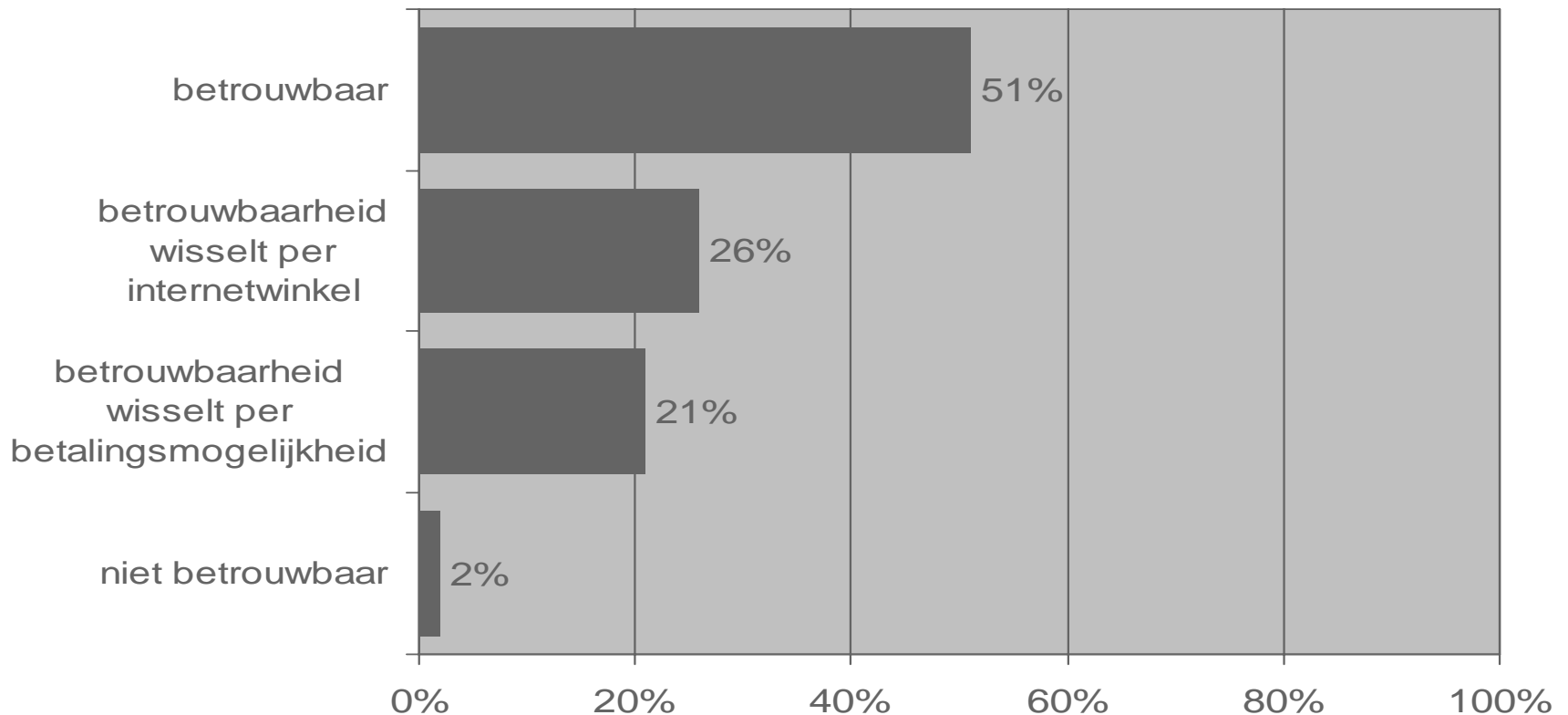
Gaat er wel eens iets mis bij thuiswinkelen?



Thuiswinkelen – betrouwbaarheid betaling

Slechts een klein aandeel (2%) van de internetkopers vindt de betaling bij thuiswinkelen per definitie onbetrouwbaar. Echter, bijna de helft van de ondervraagden geeft aan dat de betrouwbaarheid afhankelijk is van de internetwinkel of van de betalingsmogelijkheid.

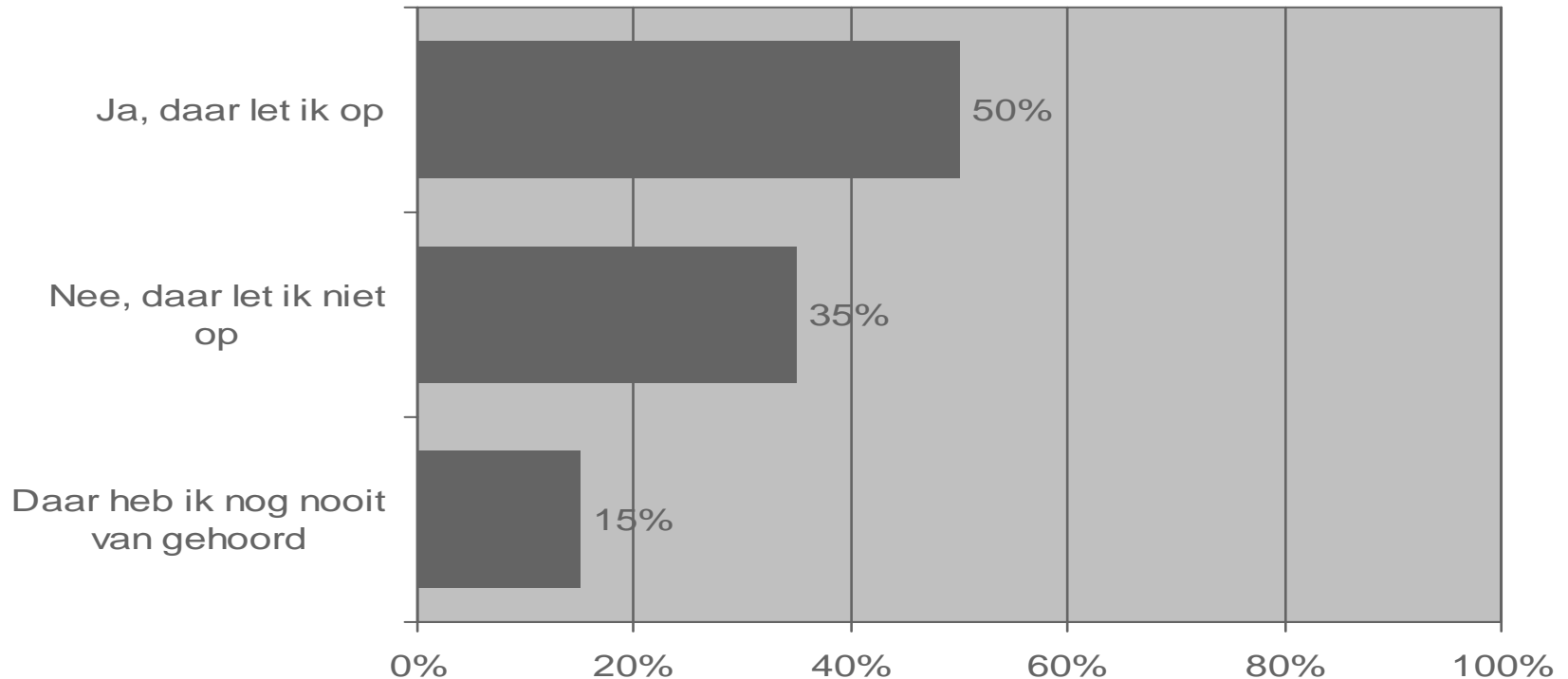
Hoe betrouwbaar vindt u de betaling bij winkelen via het internet?



Thuiswinkelen – ‘Thuiswinkel Waarborg’

Het is dan ook niet verwonderlijk dat de helft van de kopers let op de aanwezigheid van het ‘Thuiswinkel Waarborg’, het keurmerk voor bedrijven die via internet verkopen. Een op de drie let hier niet op en de rest (15%) heeft nog nooit van dit keurmerk gehoord.

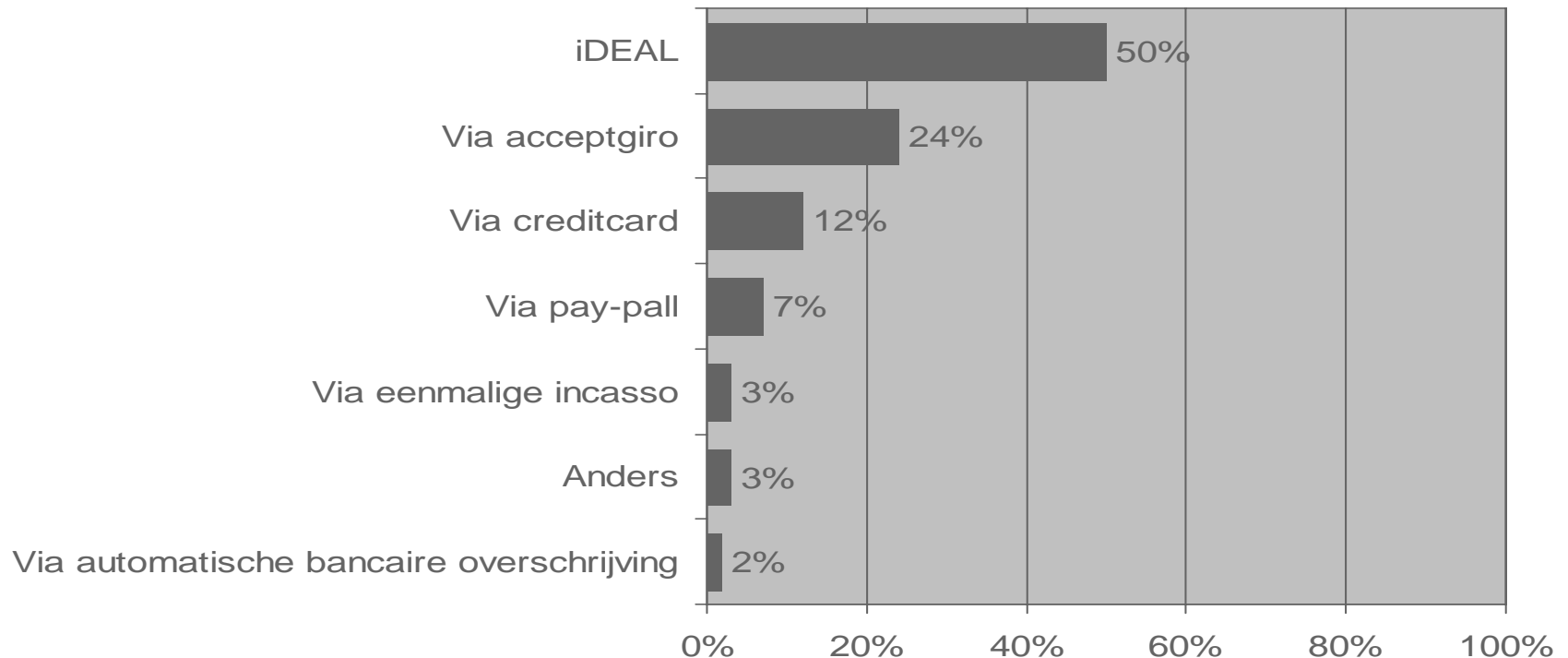
Let u bij aankoop erop of een site beschikt over het ‘Thuiswinkel Waarborg’?



Thuiswinkelen – betrouwbaarheid betaalwijzen

Het succes van iDEAL wordt verklaard door de hoge betrouwbaarheid van deze betaalwijze: de helft van de respondenten vindt betaling via iDEAL het meest betrouwbaar. Een kwart is van mening dat betaling via acceptgiro het meest betrouwbaar is.

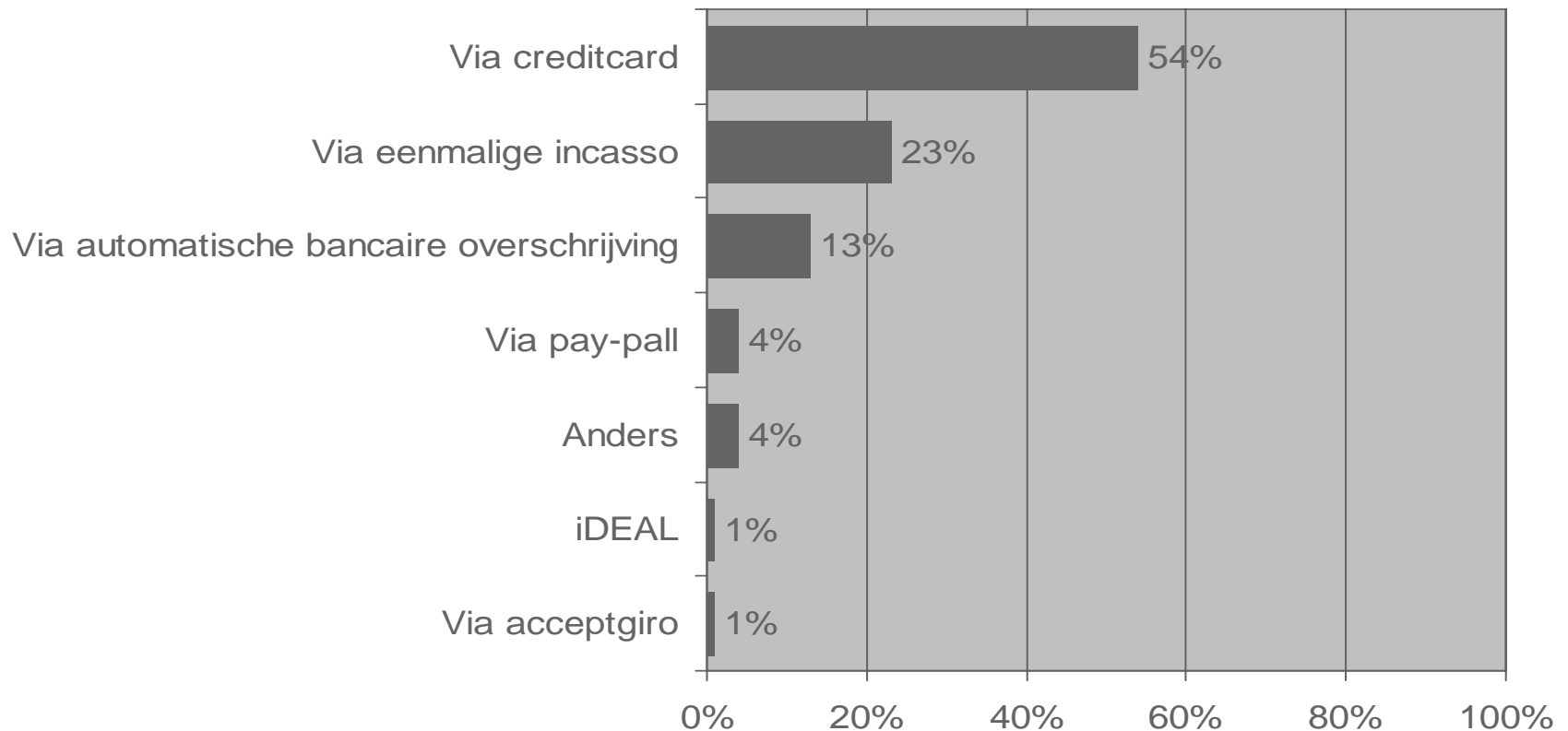
Welke wijze van betalen is in uw ogen het meest betrouwbaar?



Thuiswinkelen – onbetrouwbaarheid betaalwijzen

Betaling via de creditcard wordt (nog steeds) gezien als meest onbetrouwbare wijze van internetbetaling.

Welke wijze van betalen is in uw ogen het meest onbetrouwbaar?



Thuiswinkelen – samenvatting

- De populariteit van thuiswinkelen groeit gestaag. Vooral mannen en 35-49 jarigen shoppen steeds vaker via internet. Internet wordt vooral gebruikt voor home entertainmentproducten (boeken, muziek, dvd), reizen/vakanties en online reserveringen (hotel, bioscoop, etc).
- Er zijn ook ergernissen bij online betalen. De hoge verzendkosten staan daarbij nog steeds op nummer 1 (58%), gevolgd door het tijdstip van leveren (37%) en het niet voorradig zijn van producten (33%).
- Vier op de tien ondervraagden geven aan dat er wel eens iets mis gaat, met name bij de bestelling of levering.
- De betrouwbaarheid van online betalingen hangt sterk af van het vertrouwen in de internetwinkel en in de betalingswijze. Bij de keuze voor een internetwinkel let de helft op de aanwezigheid van het Thuiswinkel Waarborg. Van de beschikbare betaalwijzen wordt de creditcard door veel mensen als onbetrouwbaar gezien en iDEAL als meest betrouwbaar. Dit verklaart de grote populariteit van iDEAL.



Resultaten ICT Barometer over thuiswinkelen

End-slide