

BOL.COM NOG STEEDS OP ÉÉN

De 25 populairste webwinkels van Nederland

Bol.com is nog steeds de populairste webwinkel van Nederland, zo blijkt uit de 'top 25 populairste webwinkels van Nederland 2004/2006'. Voor de top 25 2006 deed het Ruimtelijk Planbureau/ Universiteit Utrecht een landelijk representatief online-onderzoek onder drieduizend e-shoppers. Voor 2004 onderzocht de Universiteit Utrecht 2.018 e-shoppers via online-onderzoek.

Bol.com was in 2004 de populairste webwinkel van Nederland en is dat in 2006 nog steeds. Bol.com is met name populair in de categorieën boeken, cd's/dvd's en software. Marktplaats heeft zijn marktaandeel de afgelopen twee jaar ruimschoots zien verdubbelen en is nu tweede, vlak achter Bol.com.

Veranderingen

Tussen 2004 en 2006 is de top 10 van de populairste webwinkels redelijk constant gebleven. In 2006 zijn er slechts twee nieuwkomers in de top 10, Pabo en Otto. Top Ticket Line en Proxis zijn hun top 10 positie in 2006 daarentegen kwijtgeraakt. Buiten de top 10 zijn de verschuivingen in posities groter. Nieuwe binnenkomers zijn hier Bon Prix, D-Reizen, Opus, Conrad, Esprit, en Jiba, terwijl Belbios.nl/Bios.nl, Easy Jet, Bon a Parte, Bruna, Viking Direct en Kruidvat zijn verdwenen. Wel dient hierbij te worden opgemerkt dat een afnemend marktaandeel niet noodzakelijkerwijs negatief is, aangezien de internetverkoop nog jaarlijks explosief toenemen. Wat verder opvalt is dat er weinig traditionele winkeliers in de top 25 voorkomen; de lijst wordt met

| Positie | 2004 | | 2006 | |
|---------|--------------------------|---------|--------------------------|---------|
| | Webwinkel | Aandeel | Webwinkel | Aandeel |
| 1 | Bol.com | 13,13% | Bol.com | 13,86% |
| 2 | Wehkamp | 8,53% | Marktplaats | 11,39% |
| 3 | Marktplaats | 5,27% | Wehkamp | 6,84% |
| 4 | E-bay | 3,35% | E-bay | 4,19% |
| 5 | Neckermann | 2,80% | Neckermann | 2,74% |
| 6 | ECI | 2,65% | ECI | 1,76% |
| 7 | Amazon.com | 2,21% | Ticket-service.nl | 1,20% |
| 8 | Ticket-service.nl | 1,64% | Amazon.com | 1,02% |
| 9 | Top Ticket Line | 1,43% | Pabo | 0,92% |
| 10 | Proxis | 1,43% | Otto | 0,91% |
| 11 | Belbios.nl / Bios.nl | 1,41% | Bon Prix | 0,82% |
| 12 | Free Record Shop | 1,24% | Top Ticket Line | 0,74% |
| 13 | Transavia | 1,07% | Transavia | 0,72% |
| 14 | Otto | 1,03% | Dell | 0,70% |
| 15 | Dell | 1,01% | Nederlandse Boeken Club | 0,68% |
| 16 | Easy Jet | 0,88% | Albert Heijn / Albert.nl | 0,61% |
| 17 | Pabo | 0,86% | D-Reizen | 0,60% |
| 18 | Nederlandse Boeken Club | 0,84% | Free Record Shop | 0,50% |
| 19 | InkClub | 0,82% | KLM | 0,50% |
| 20 | Bon a Parte | 0,80% | InkClub | 0,48% |
| 21 | Albert Heijn / Albert.nl | 0,70% | Opus | 0,47% |
| 22 | Bruna | 0,69% | Conrad | 0,45% |
| 23 | KLM | 0,65% | Proxis | 0,45% |
| 24 | Viking Direct | 0,61% | Esprit | 0,44% |
| 25 | Kruidvat | 0,57% | Jiba | 0,41% |
| | Overig | 38,94% | Overig | 38,03% |
| | Onbekend | 5,48% | Onbekend | 8,58% |
| | Totaal | 100,00% | Totaal | 100,00% |
| | Aantal internetaankopen | 5.254 | Aantal internetaankopen | 8.147 |
| | Aantal respondenten | 2.018 | Aantal respondenten | 3.000 |

Top 25 Populairste webwinkels in 2004 en 2006

name gedomineerd door e-tailers, postorderaars, en producenten/ dienstverleners.

Onderzoeksmethode

De top 25 is samengesteld op basis van de laatste drie internetaankopen die e-shoppers in 2004 en 2006 hebben gedaan. Voor elk van deze drie aankopen is gevraagd naar de naam van de webwinkel, waar de aankopen zijn gedaan. Om te kijken welke webwinkel het populairst is, is bewust naar het aantal internetaankopen gekeken en niet naar omzet. Gemeten in omzet zou de top 25 er totaal anders uitzien, aangezien sommige webwinkels nu eenmaal duurere producten verkopen dan andere webwinkels. Nu hebben alle

webwinkels een even grote kans op een toppositie.

Meer informatie over de representativiteit van de onderzoeken en de populairste webwinkels per productcategorie is te vinden in de publicatie: Weltevreden, J.W.J. (2007). Achtergronden en verantwoording bij 'Winkelen in het Internettijdperk'. Den Haag: Ruimtelijk Planbureau. Deze webpublicatie is onderdeel van het onderzoek 'Winkelen in het internettijdperk' van het Ruimtelijk Planbureau en is te downloaden via: <http://www.rpb.nl/upload/documenten/achtergronden-internetwinkelen.pdf> (Jesse Weltevreden)

'Traditionele marketing-specialisten zien blogs, discussie-fora en corporate websites als een natuurlijke uitbreiding van hun speelveld'

Jaap Favier, Forrester Research, pag. 26