

Contactpersoon: Yves Kistemaker:  
Email: [yves.kistemaker@analitiqs.com](mailto:yves.kistemaker@analitiqs.com)  
Mobiel: +31 618301828



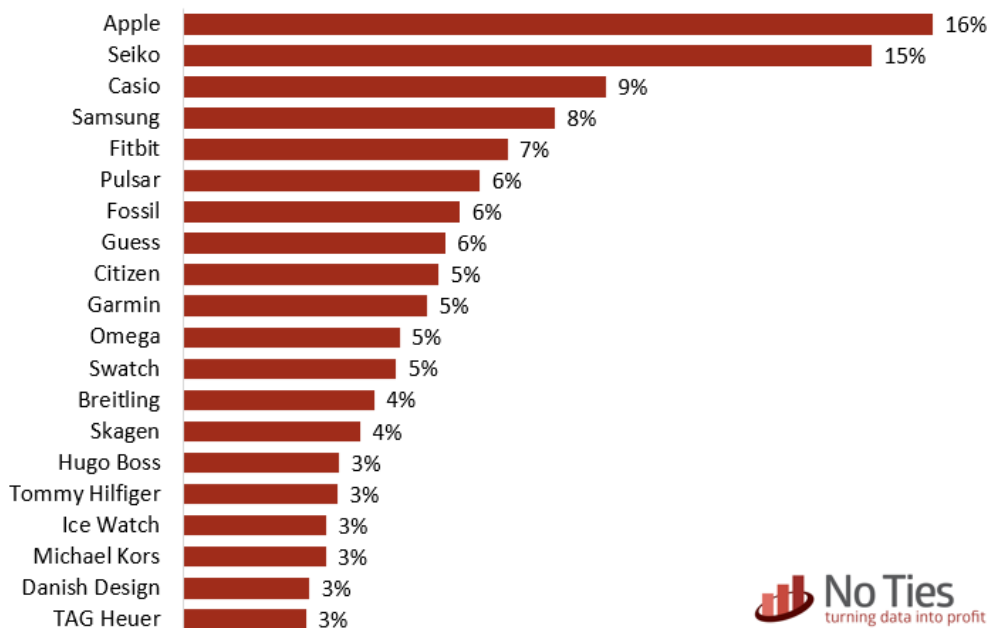
## Online horlogemarkt goed voor €1,4 miljard

Amsterdam, 20-05-2022 – Eén op de drie horlogebezitters (33%) heeft zijn of haar horloge online gekocht. Met een gemiddelde uitgave van €523 is deze markt inmiddels €1,4 miljard waard. De meeste Nederlanders hebben een Apple Watch (16%) of Seiko (15%). Dit blijkt uit onderzoek van No Ties onder ruim 1.000 Nederlanders.

### Smartwatches winnen terrein

In de top 5 horloges (online en offline) staan maar liefst 3 smartwatch merken. De meeste Nederlanders geven aan een Apple Watch te hebben (16%). Kort daarachter volgt het Japanse merk Seiko met 15%. Op enige afstand op de derde plaats staat Casio (9%). De top vijf wordt gecompliceerd door smartwatches van Samsung (8%) en Fitbit (7%). Onderaan de top 20 vinden we de merken Tommy Hilfiger (3%), Ice Watch (3%), Michael Kors (3%), Danish Design (3%) en TAG Heuer (3%).

Bezit horlogemerken – Top 20



## **Online omzet afgelopen jaar €140 miljoen**

In het afgelopen jaar heeft 11% van de Nederlanders één of meerdere horloges gekocht. Dat komt neer op 1,5 miljoen Nederlanders. 45% hiervan kocht zijn of haar horloge(s) online. Gemiddeld gaf deze groep online €210 uit aan zijn of haar horloge(s). Hiermee komt de totale online omzet van het afgelopen jaar uit op €140 miljoen.

## **Apple Watch blijft populairst**

Bijna één miljoen Nederlanders (7%) zijn van plan om binnen nu en één jaar een horloge te gaan kopen (waarvan 42% online). Men wil hier maximaal €415 uit gaan geven. De meeste consumenten geven aan een Apple Watch te gaan kopen (29%). Andere populaire merken zijn Samsung (14%), Seiko (12%) en Swatch (10%).

--- Einde persbericht ---

**De onderstaande onderzoeksverantwoording is niet voor publicatie.**

### Onderzoeksverantwoording

- Uitgevoerd door No Ties, niet in opdracht
- Online vragenlijst
- Representatieve steekproef van Nederland, op geslacht, leeftijd, opleidingsniveau en regio (op basis van quota groepen).
- Doelgroep: Nederland, 18+
- 1.033 respondenten
- Veldwerk: april 2022

### Over No Ties

No Ties is een marketing- en customer intelligence bureau met ruim 25 jaar ervaring in opinie-, klant en marktonderzoek. In 2000 was No Ties een van de eerste partijen die online marktonderzoek mogelijk maakte. In 2019 is No Ties onderdeel geworden van de AnalitiQs Group. Door deze ontwikkeling is No Ties ook actief geworden in Business Intelligence en Data Science.