

'Black Friday zorgt vooral voor verschuiving omzet'

23-11-2017 09:14



Nederlandse retailers kunnen slechts op een beperkte extra omzet rekenen door Black Friday. Daarnaast heeft het koopjesevent vooral een negatief effect op de marge, zeggen marktkenners in [Het Financieele Dagblad](#).

Hoewel dit jaar opnieuw meer retailers meedoen aan het koopjesevent dan vorig jaar, zitten volgens sectorbankier Henk Hofstede van ABN Amro lang niet alle winkeliers erop te wachten. Door de toenemende populariteit, wordt het echter steeds moeilijker om niet deel te nemen. "Maar Nederlanders gaan niet ineens heel veel meer consumeren, dus geef je vooral marge weg en verschuift de omzet." Ook sectorbankier Dirk Mulder van ING denkt dat dagen als Black Friday en Cyber Monday op de lange termijn negatief uitpakken voor de detailhandel. "Consumenten gaan erop inspelen door ervoor te sparen, of ze gebruiken die dagen om aankopen naar voren te halen."

Brancheorganisaties Detailhandel Nederland en INretail zijn verdeeld over Black Friday. Eerstgenoemde denkt dat retailers beter af zijn met de komst van de koopjesdag en noemt het een goed moment om aan klantenbinding te doen. "Maar je weet nooit helemaal hoeveel omzet je aan Black Friday mag toeschrijven", nuanceert directeur Sander van Golberdinge. INretail wil juist helemaal af van de focus op prijsacties, die tot een neerwaartse spiraal van marge en rendement zouden leiden.

Grote retailers als HEMA, Media Markt, Wehkamp en Kruidvat doen mee aan de koopjesdag. Detailhandel Nederland verwacht een 'enorme impuls' voor de feestdagenverkoop op Black Friday. Bijna twintig procent

van de consumenten zou dit jaar op koopjesjacht gaan, tegenover zeven procent vorig jaar.