

## 'Pure player' wint terrein tijdens feestmaand

22-11-2019 09:31



Voor het eerst geven consumenten tijdens de feestdagen meer uit bij grote online retailers dan bij de webshops van multi- of omnichannelretailers. Dat blijkt uit onderzoek van Deloitte onder 6000 mensen uit zeven Europese landen.

Ruim een derde van de feestaankopen wordt online gekocht. 33 procent van de consumenten koopt dit jaar bij 'pure players', tegenover twintig procent vorig jaar. 27 procent koopt zijn cadeaus via de webshop van 'brick-and-click players'. Gemak is volgens de deelnemers de voornaamste reden om cadeaus bij pure online retailers, zoals bol.com, te kopen.

Uit het onderzoek blijkt ook dat de Nederlander minder uitgeeft tijdens de feestmaand in vergelijking met andere Europeanen. Gemiddeld wordt zo'n 330 euro uitgegeven, waarvan een groot deel uitgaat naar eten en drinken en zo'n negentig euro naar cadeaus. Nederlanders kopen dit jaar meer cadeaus voor de kerstdagen dan voor Sinterklaas.

Tot slot blijkt de populariteit van Black Friday gestegen, met name onder millennials, en geeft 68 procent van de consumenten aan actief aandacht te besteden aan duurzaamheid bij het kopen van cadeaus.