

'Feestdagenbestedingen omhoog, Black Friday iets minder populair'

17-11-2020 10:20



Consumenten die dit jaar van plan zijn te shoppen tijdens de feestdagen geven meer uit dan vorig jaar. Gemiddeld denken ze 243 euro te besteden tegenover 229 euro vorig jaar, blijkt uit onderzoek van accountants- en adviesbureau PwC.

Mensen hebben de afgelopen maanden veelal de hand op de knip gehouden en daardoor geld overgehouden, verklaart retailexpert Milo Hartendorf van PwC. "Een deel daarvan wil zich in deze donkere dagen trakteren op wat extra verwennerij." Vooral uitgaven die het thuiszitten plezierig maken, zoals boeken, abonnementen op streamingdiensten en aankopen bij doe-het-zelfzaken zijn populair.

Het midden van de winkelstraat zorgt dit jaar voor een sterke verschuiving van aankopen naar online. Het aandeel onlineaankopen groeit naar verwachting van ruim 64 procent in 2019 naar meer dan 75 procent dit jaar. Bijna de helft van de consumenten doet prijsvergelijkingen via zogenoemde dealwebsites. Onlineadvertenties weten dertig procent van de consumenten te bereiken.

Hartendorf zegt wel 'lichtpuntjes' voor fysieke winkels te zien. Zo doen lokale buurtwinkels en de slager, bakker en groentewinkel het relatief goed, mede dankzij initiatieven als 'support your locals'. "Maar de grote verschuiving naar onlineaankopen in combinatie met Covid-19 zorgt overall toch voor een negatieve impact op

de winkelstraat”, aldus PwC’s retailexpert.

Black Friday is dit jaar wat in populariteit gedaald, ziet PwC verder. 57 procent van de Nederlandse consumenten is dit jaar geïnteresseerd in aanbiedingen tijdens het koopjesevent. Vorig jaar was dat nog 64 procent. Vooral onder 55-plussers daalde de populariteit: van 48 naar 37 procent.