

'Consument koopt voorzichtiger, maar ook spontaner'

24-11-2020 15:48



Consumenten zijn tijdens de komende feestdagen voorzichtiger met het doen van grote aankopen. Tegelijkertijd kopen ze wel meer spontaan in categorieën waarbinnen ze dat niet per se van plan waren, blijkt uit onderzoek van Simon-Kucher & Partners onder elfduizend Europese consumenten.

Voor de zogenoemde Global Black Friday Forecast zijn consumenten uit veertien landen ondervraagd, waaronder Nederland. In veel landen is te zien dat mensen voorzichtiger zijn met het uitgeven van hun besteedbaar inkomen, zegt partner Jos Eeland van het advieskantoor. "Interessant genoeg zien we wel dat consumenten gaan rondkijken voor aanbiedingen binnen categorieën waar ze niet per se plannen om een product te kopen." Dat kan volgens hem leiden tot meer spontane aankopen. "Vooral online, waar aankopen van nature vaak gericht zijn."

Uit de studie naar het koopgedrag blijkt verder dat november een steeds belangrijkere kortingsmaand wordt. De periode rondom Black Friday wordt opgerekt en ook het uit China overgewaaid Singles' Day krijgt steeds meer invloed. Strategische keuzes rondom het opzetten van aanbiedingen in november wordt hierdoor belangrijker voor retailers, stellen de onderzoekers.

Volgens de studie van Simon-Kucher verwachten Nederlandse consumenten dit jaar veertien procent minder uit te geven op Black Friday dan vorig jaar. Het gemiddelde budget komt uit op 204 euro tegenover 236 in 2019. Dat is opvallend, omdat uit eerdere onderzoeken van [PwC](#) en [Motivaction](#) juist naar voren kwam dat

Nederlanders verwachten méér uit te geven.