'Korting wint aan belang, folders juist minder populair'

16-09-2021 16:10



Consumenten wachten vaker op korting voordat zij een product aanschaffen. Papieren en online folders spelen daarbij een grote maar afnemende rol, blijkt uit het onderzoek Nationale Kortingsmonitor van Reclamefolder.nl onder duizend consumenten.

Nederlanders laten hun koopgedrag in vergelijking met 2016 en 2019 meer afhangen van de korting. Zo is het aantal consumenten dat met het aanschaffen van een product wacht tot er korting wordt geboden in de afgelopen vijf jaar toegenomen. Ongeveer twee op de drie Nederlanders wachten op de winter- en zomersales. Ruim veertig procent, met name jongeren, wacht op speciale kortingsdagen als Black Friday. Dat is een stijging van veertien procent ten opzichte van 2019.

De papieren folder blijft het belangrijkste kanaal voor consumenten die op zoek zijn naar korting. 61 procent van de respondenten zegt die te lezen. Dat is wel wat minder dan de 66 procent van twee jaar geleden. Websites van winkels staan met 53 procent op de tweede plek en dat is juist een groei ten opzichte van 2019: toen ging het om 48 procent.

Niet alleen de papieren folder neemt in populariteit af, datzelfde geldt voor online folders. Maakte in 2019 nog 46 procent van de consumenten hier gebruik van, dit jaar is dat 42 procent.