

## 'Jonge shopper gebruikt social media als startpunt'

22-09-2022 09:12



Een groot deel van de Nederlandse millennials (62 procent) en generatie Z (48 procent) ziet social media als startpunt van een aankoop. Ook spelen social media voor online shoppers een belangrijke rol als inspiratiebron, blijkt uit onderzoek van betaalbedrijf Klarna.

De helft van de Nederlanders die online winkelt heeft wel eens rechtstreeks via social media een aankoop gedaan. Verder fungeren social media vaak als inspiratiebron. Ruim drie op de tien Nederlandse shoppers hebben een product online gekocht nadat ze het de maand ervoor op social media gezien hadden. Binnen generatie Z is dat 63 procent, onder millennials vijftig en bij babyboomers slechts negen procent.

YouTube staat op nummer één wanneer het gaat om social shopping: bijna de helft van de aankopen via social media worden hier gedaan (46 procent). Oudere doelgroepen doen vaker aankopen via Facebook, terwijl TikTok weer populair is onder Nederlanders uit generatie Z en Instagram onder millennials.