

# Onderzoek hint erop dat Black Friday dit jaar kan tegenvallen, maar in Nederland loopt het storm bij webshops

17 nov 2020

Met minder dan twee weken te gaan tot Black Friday gaat het shoppingseizoen van 2020 officieel van start.

Afgelopen jaar werd er op de uit Amerika overgewaarde koopjesdag voor 290 miljoen euro aan iDeal-transacties verwerkt. Daarmee was het de [drukste online besteldag](#) van het jaar.

Dit jaar zou vanwege de coronapandemie weleens heel anders uit kunnen pakken. Black Friday kan namelijk tegenvallen door de uitgaven die consumenten tijdens de lockdownperiode al hebben gedaan, zo [melden](#) analisten van onderzoeksbureau GfK begin september op de IFA-retailsessie in Berlijn.

Ook het recente [onderzoek](#) van reviewsite Trustpilot brengt weinig goed nieuws voor de retailsector. "Nederlanders voelen over het algemeen weinig druk om tijdens de uitverkoop van Black Friday en Cyber Monday hun slag te slaan. Bijna twee derde van de Nederlanders ... zegt dat het hen niet kan schelen als ze op deze dagen een aanbieding mislopen."

De Nederlandse winkelstraten zullen dit jaar ook een stuk leger zijn. "We voorspellen dat dit jaar de week van Black Friday 46,8 procent rustiger zal zijn dan in 2019", [meldt](#) retailadviesbureau RMC over de winkelstraatdrukke. Bijna de helft van de ondervraagden in het Trustpilot-onderzoek sluit zich hierbij aan en kiest ervoor om dit jaar uitsluitend online te winkelen.

Dit is een mogelijk lichtpuntje voor de e-commerce. "Webwinkels bieden een veilig alternatief, zij zullen het wel druk gaan krijgen", voorspelt Chris van Dongen, salesmanager van Trustpilot Benelux. "Maar dan moeten ze de consument wel weten te overtuigen met lage prijzen, want veel Nederlanders geven aan dat ze dit jaar even de hand op de knip houden."

## **'We zien een enorme toename van het aantal online aankopen'**

Om erachter te komen hoe het zit met de eindejaarsverwachtingen voor de Nederlandse e-commerce sector deed Business Insider navraag bij brancheorganisatie [Thuiswinkel.org](https://www.thuiswinkel.org).

"We zien een enorme toename van het aantal [online] aankopen bij consumenten in het algemeen", zegt Wijnand Jongen, directeur van Thuiswinkel.org.

Wel geeft hij aan dat het moeilijk is om dit toe te schrijven aan Black Friday, omdat er een aantal zaken door elkaar heen lopen. Zo zorgen de coronapandemie, en de daarmee samenhangende thuiswerksituatie, ook voor een toename in online aankopen. Ook kunnen mensen al bezig zijn met inkopen voor Sinterklaas of kerst.

Dat laatste scenario is niet ondenkbaar. De lopende retailcampagne 'Wees voorbereid, bestel op tijd' lijkt namelijk volgens Jongen te werken. "We gaan nu al over de pieken van vorig jaar heen; de drukte is substantieel toegenomen."

"We hebben begin oktober een enquête gehouden onder onze leden. Die spraken van een aan de feestdagen gerelateerde verwachte stijging van 20 procent. Op basis van wat we nu horen van vervoerders denk ik dat we die 20 procent in zijn totaliteit – feestdagen plus corona – gaan overschrijden."

## Lees meer over retail:

- [Hoe Amazon in 3 stappen Bol.com, Coolblue en andere Nederlandse webverkopers gaat platdrukken](#)
- [Coolblue begon op een zolderkamer, nu is CEO Pieter Zwart multimiljonair](#)
- [De komst van Amazon naar Nederland zorgt nog niet voor een schokeffect: 'Het was een uitdaging om de business te lanceren'](#)
- [Waarom Bol.com nooit een Amazon werd – en Daniel Ropers geen Jeff Bezos](#)