

🕒 20 november 2018, 13:33 (CET)

# Analyse op Cyberweek en Black Friday: deze kortingen zijn realistisch

**Berlijn, 20 november 2018. Consumenten kunnen gemiddeld 39,6 procent besparen als ze vanaf deze week winkelen, maar het meeste voordeel kan behaald worden op Black Friday (23 november) en Cyber □□Monday (26 november). Dit blijkt uit een analyse van 2.024 aanbiedingen die de afgelopen vier jaar tijdens Cyberweek en Black Friday door de 60.000 leden van consumentenforum Pepper (nl.pepper.com) zijn gedeeld. In 2017 bedroeg de gemiddelde besparing slechts 31,9 procent (51,75 euro). Als retailers in de komende dagen met kortingen "tot 90 procent" adverteren, moeten consumenten dus bijzonder sceptisch zijn.**



[Klik hier om de afbeelding te downloaden](#)

Het klinkt allemaal verleidelijk: de skipas voor op wintersport is 40 procent goedkoper, de prijs voor coole sneakers is met 60 procent gedaald en een online winkel biedt een smart-tv met 4K-scherm zelfs met een korting van 500 euro aan. Het is voor consumenten ook mogelijk om goedkoop te shoppen tijdens Cyberweek en op Black Friday, omdat vele online winkels en klassieke retailers hun prijzen opnieuw verlagen om de start van de kerstuitverkoop in te luiden. Het consumentenforum Pepper ([nl.pepper.com](http://nl.pepper.com)) beveelt echter aan dat consumenten niet blindelings vertrouwen op de reclamebeloften. De shoppingexperts kijken sinds de start in 2007 naar Black Friday en hebben ontdekt dat veel winkeliers adverteren met valse kortingsbeloften. Ze berekenen de korting niet op basis van de marktprijs, maar op basis van de aanzienlijk hogere niet-bindende verkoopprijs (RRP). Om niet in de kortingsval te vallen, moeten consumenten daarom vooraf een idee krijgen van de huidige prijzen en kortingen.

## **Apps en software, evenals reizen en eten, zijn bijzonder goedkoop**

Apps en software, evenals reizen en eten, zijn bijzonder goedkoop. Allereerst het goede nieuws: tijdens de Cyberweek en vooral op Black Friday kunnen consumenten geld besparen. Sommige dingen worden zelfs gratis weggegeven: fabrikanten van apps voor smartphones en tablets en software voor de PC en Mac bieden hun programma's vaak gratis aan. In 2017 konden consumenten verschillende weer- en antivirus-apps en (oudere) games gratis downloaden. Als gevolg hiervan heeft de categorie Apps en Software de grootste besparingen in de afgelopen vijf jaar met een gemiddelde van 70,0 procent gezien.

Iedereen die van plan is om een □□reis te boeken, kan beter tot 23 november wachten. Op Black Friday en het weekend dat volgde op Cyber □□Monday, hebben verschillende luchtvaartmaatschappijen, hotels, cruise- en touroperators reclame gemaakt voor deals of kortingen in de afgelopen jaren. Gemiddeld konden reizigers 40,0 procent besparen in 2017 en 43,3 procent in de afgelopen vijf jaar. Consumenten kunnen een vergelijkbaar bedrag op voedsel besparen in Cyberweek, namelijk 42,7 procent van het gemiddelde over vijf jaar. In 2017 boden detailhandelaren enkele koffieproducten, chocolaatjes en andere zoetigheden aan en zelfs lekkernijen zoals een zeven kilo wegende Iberische ham kregen kortingen tot vijftig procent. Af en toe gebruikten fabrikanten Black Friday ook om gratis productmonsters te distribueren. In de afgelopen jaren hebben sommige bezorgdiensten ook geadverteerd met kortingen tot 30 procent, vooral op Black Friday.

## **Games en films, maar ook meubels en decoratieve artikelen zijn gemiddeld 40 procent goedkoper.**

Gamers en film liefhebbers kunnen ook geld besparen in de Cyber-week. Met een gemiddelde besparing van 40,8 procent in de afgelopen vijf jaar en 35,1 procent vorig jaar. In sommige gevallen konden feature- en filmfans vorig jaar zelfs aanzienlijk meer besparen. Het betaaltelevisekanaal Sky bood bijvoorbeeld een tweemaandelijks ticket aan voor 9,99 in plaats van 40,97 euro en gebruikers van het Steam-verkoopplatform konden een aantal games downloaden met kortingen tot 80 procent.

Het gemiddelde prijsvoordeel op meubels en decoratieve artikelen in de afgelopen vijf jaar was 39,4 procent. Degenen die een beetje hebben gezocht, konden echter aanzienlijk meer besparen. Vistaprint, een leverancier van doeken en posters, heeft op Black Friday 2017 geadverteerd met een hoge korting van maar liefst 60 procent, terwijl andere retailers huishoudelijke artikelen zoals servies of thermoskannen aanboden tegen prijzen die 75 procent onder de adviesprijzen lagen.

## **Modeprijzen dalen met een derde, kortingen voor cosmetica nemen af**

De mode-industrie accepteert Black Friday dankbaar en biedt consumenten veel kansen om geld te besparen. Een hele reeks modiefabrikanten en detailhandelaren adverteren in de Cyberweek bijna traditioneel met hoge kortingen op hun assortiment. Met online winkels zoals About You en Asos en merken zoals Adidas, Mango, Nike, Superdry en Tom Tailor, konden consumenten in 2017 tot 40 procent besparen. Gemiddeld daalden de prijzen voor modeartikelen met 35,5 procent in de laatste vijf jaar en met 31,8 procent in 2017. Het valt nog te bezien hoeveel consumenten kunnen besparen in de Cyberweek van dit jaar bij het kopen van cosmetica, drogisterijartikelen en parfums. Over het algemeen is onlangs een dalende trend in het kortingsniveau waargenomen. Op cosmetica hebben consumenten sinds 2013 37,1 procent bespaard. De gemiddelde korting is onlangs echter flink gedaald, van 49,4 procent in 2015 naar 33,3 procent in 2016 en 28,8 procent in 2017.

## **Sportartikelen, elektronica en speelgoed worden ongeveer 30 procent goedkoper**

De kortingen voor sportartikelen, speelgoed en elektronica zijn de afgelopen jaren constant gebleven. Gemiddeld konden consumenten nog steeds 31,5 procent besparen en vorig jaar zelfs 33,1 procent bij de aanschaf van sportartikelen. De prijzen voor speelgoed - met name populair voor Sinterklaas - daalden in een periode van vijf jaar gemiddeld slechts 28,6 procent. Traditioneel hebben kopers van elektronica de laagste kans op een hoog percentage korting. In de afgelopen vijf jaar zijn de prijzen voor producten zoals televisies, smartphones en gameconsoles gedaald met "slechts" een gemiddelde van 27,4 procent. In 2017 was de daling slechts 25,6 procent - en met een goede reden: elektronische producten hebben relatief lage marges en geven retailers weinig ruimte voor kortingen. Bovendien is de aanschaf van elektronische producten vooral tijdens Kerst populair. Ook zonder hoge kortingen worden deze producten goed verkocht.

--

#### **Over Pepper NL ([nl.pepper.com](http://nl.pepper.com)):**

Pepper werd opgericht in juni 2014 en is momenteel de grootste Nederlandse 'Social Shopping Community' met meer dan 60.000 geregistreerde leden en meer dan drie miljoen sessies per maand. Honderdduizenden consumenten gebruiken maandelijks [nl.pepper.com](http://nl.pepper.com) om aanbiedingen te plaatsen, bespreken en beoordelen. Sinds 2014 maakt [nl.pepper.com](http://nl.pepper.com) deel uit van de Pepper.com Group, 's werelds grootste aanbiedingen community, die 25 miljoen consumenten per maand bereikt en 12.000 aankoopbeslissingen per minuut beïnvloedt. Naast [nl.pepper.com](http://nl.pepper.com) omvat Pepper.com de platforms Buenosdeals (VS), CholloMetro (Spanje), Dealabs (Frankrijk), DesiDime (India), HotUKDeals (Groot-Brittannië), mydealz.de (Duitsland), Pelando.com.br (Brazilië), Pelando.sg (Singapore), Pepper.co.kr (Zuid-Korea), Pepper.pl (Polen), Preisjäger (Oostenrijk) en Promodescuentos (Mexico).

--

#### **Pers contact:**

Pepper Media Holding GmbH

Eric Vis Dieperink

PR / Partnership Manager NL

E-mail: [eric@pepper.com](mailto:eric@pepper.com)

Phone: +49 159 044 11 270

---

## OVER PEPPER MEDIA HOLDING

Pepper.com, the world's largest shopping community, was founded in 2014 by Fabian Spielberger and Paul Nikkel. Through international partnerships and conversations, Pepper.com gives smart shoppers around the world a voice to share deals, tips and ideas, connecting members in 14 countries on four continents. The Pepper.com group is headquartered in Berlin/Germany with offices in Belo Horizonte, Guadalajara, London, Lyon, Mumbai and Winnipeg and consists of market-leading platforms such as **BuenosDeals** (North America), **Dealabs** (France), **DesiDime** (India), **HotUKDeals** (United Kingdom), **mydealz** (Germany), **Pelando.com.br** (Brazil), **Pelando.sg** (Singapore), **Pepper.co.kr** (South-Korea), **Pepper NL** (The Netherlands), **Pepper PL** (Poland), **Pepper.ru** (Russia), **Preisjaeger** (Austria) and **PromoDescuentos** (Mexico). These platforms are currently used by more than 25 million smart shoppers and influence 12,000 buying decisions every minute.

---

 pr.co



Pepper Media Holdingnewsroom