

## Grote merken vs. kleinere winkels: retailers vechten online om de gunst van de Black Friday-kopers

*Ruim 53% van de Belgen is van plan om dit jaar te gaan shoppen op Black Friday, de uitverkoopdag bij de start van het feestdagenseizoen die uit de Verenigde Staten is overgewaaid. Onderzoek van Ingenico en YouGov laat zien dat kleinere winkels zich opmaken voor de strijd om de klanten van de grote merken.*

**Brussel, BE. 20 november 2018:** Komende Black Friday (23 november) nemen kleine retailers het op tegen de grote merken, meent Ingenico Group. De wereldwijde marktleider in naadloze betalingen heeft in samenwerking met YouGov onderzoek gedaan naar consumentengedrag en naar de kansen voor de kleinere retailers dit jaar. In België blijkt Black Friday aan populariteit te winnen.

Voor het onderzoek werden consumenten in zes landen ondervraagd: België, Nederland, Duitsland, het Verenigd Koninkrijk, Frankrijk en Spanje. Van de Belgische respondenten geeft 31% aan al eerder op Black Friday online geshopt te hebben en dat dit jaar weer van plan te zijn. 21% heeft nog nooit Black Friday-inkopen gedaan, maar is dat dit jaar wel van plan. Uit de betalingsdata van Ingenico blijkt dat in Europa op Black Friday gemiddeld 72% meer uitgegeven wordt dan op een normale vrijdag. In België ligt dat gemiddelde lager: hier werd vorig jaar 46% meer uitgegeven op Black Friday.

In België weten de lokale, kleinere retailers een flink deel van het marktaandeel te veroveren. Van de Black Friday-shoppers kiest 23% voor kleine, gespecialiseerde lokale winkels. 25% kiest het liefst voor gevestigde Belgische merken zoals Galerialnno. 37% gebruikt nog wel bij voorkeur internationale webshops als Amazon.com en AliExpress, maar dat begint dus meer en meer een gelijkwaardige strijd te worden. Dat zou erop kunnen duiden dat kleinere ondernemingen zich beter kunnen weren tegen het geweld van grote massashops dankzij een gericht aanbod en betere service en betaalmogelijkheden voor nationale en internationale klanten.

Ingenico wijst retailers erop dat de veiligheid van betalingen een belangrijk issue is bij online betalingen, zowel lokaal als internationaal. In België is veilig betalen voor 15% van de ondervraagden een belangrijk criterium voor de webshopkeuze. Voor consumenten in Frankrijk (24%) en Spanje (23%) is dat zelfs nog belangrijker. Verder valt op dat consumenten, behalve rechtstreeks via de website van de aanbieder (45%), via een app (27%) en social media (10%), inmiddels ook via spraakassistenten als Alexa en Google Home aankopen doen (4%).

### Scepsis over eerlijkheid korting

Kortingen zijn de voornaamste aanleiding om online te shoppen tijdens op Black Friday, maar toch zit daar wel enige scepsis. Ruim een derde (36%) van de Belgische consumenten denkt dat de korting niet helemaal eerlijk is tijdens de Black Friday-uitverkoop. Van deze groep verdenkt 80% retailers ervan de oorspronkelijke prijs voordien kunstmatig te verhogen. 35% van de Belgische consumenten

gaat ervan uit dat de kortingsprijzen wel eerlijk zijn. Ondanks het wantrouwen is voor 37% van hen de productprijs het belangrijkste criterium voor een aankoopbeslissing. Dit wordt gevolgd door gratis verzending (19%), veiligheid van betalingen (15%), snelle verzending (6%) en de variatie in productaanbod (6%).

**Benoit Boudier, Managing Director EMEA Small and Medium Businesses** van Ingenico adviseert kleinere retailers dit jaar vooral de technologie in hun voordeel te laten werken in de strijd met de grotere merken: “Technologie maakt het speelveld voor iedereen gelijk in e-commerce. Spelers die internationale verkoop mogelijk maken in de lokale taal en met de valuta en betalingsmogelijkheden van het betreffende land, en bovendien hun webshop geschikt maken voor mobiele verkoop, zullen dit jaar als winnaars uit de bus komen bij de klanten die in deze periode op zoek zijn naar de beste deals, producten en aanbiedingen.”

---

### Fun facts over Black Friday

1. **Me, myself and I:** Bijna de helft (45%) van de Belgische Black Friday-shoppers koopt tijdens Black Friday iets voor zichzelf. Slechts 19% koopt iets voor de partner. 2% koopt iets voor vrienden en hetzelfde percentage iets voor een huisdier.
2. **It's a man's world. Of toch niet?:** 42% van de mannen koopt op Black Friday iets voor zichzelf. En de vrouwen? Van hen koopt 49% iets voor zichzelf!
3. **Beam me up, Alexa:** 7% van de Black Friday-shoppers tussen 25 en 34 jaar schakelt een spraakassistent zoals Alexa in om aankopen te doen. Van de mensen tussen 45 en 54 is dat 0%.
4. **Even geduld, alstublieft:** Ruim de helft van de consumenten (53%) wil wel even wachten met een aankoop tot Black Friday als ze denken dat het product dan goedkoper is. Vooral de mensen tussen 25 en 34 hebben geduld, 76% van hen zegt te zullen wachten. Ouderen hebben minder geduld: slechts 37% zou een aankoop uitstellen.
5. **Return to sender:** Van alle online Black Friday-shoppers zegt 11% dat ze gekochte items vaak retourneren. Wie doen dat vooral? 7% van de vrouwen geeft aan vaak iets terug te sturen, tegen 15% van de mannen.

---

### In aanloop naar de drukste periode voor de detailhandel biedt Ingenico advies en ondersteuning aan online winkels van klein tot groot:

- Unieke toegevoegde waarde om kortingsjagers ook op de lange termijn te blijven binden
- Een stabiel platform voor betalingsproviders dat de extra drukte van afrekenende klanten goed aankan
- Oplossingen om lokale valuta en betalingsprocessen in de belangrijkste Europese markten te kunnen aanbieden
- Afgewogen fraudebeleid om conversie te maximaliseren
- Opschalen van de capaciteit om de toestroom van retouren en retourbetalingen tussen Black Friday en Kerstmis aan te kunnen

---

[Meer weten? Download de infographic hier.](#)

## Methodologie:

Alle cijfers, tenzij anders aangegeven, zijn afkomstig van YouGov Plc. Het onderzoek werd uitgevoerd in België, Nederland, het Verenigd Koninkrijk, Frankrijk, Duitsland en Spanje onder een deelgroep volwassenen, die representatief zijn in termen van leeftijd, geslacht, sociale achtergrond en opleiding. In iedere markt werden minimaal 1,000 respondenten ondervraagd. In België waren dat er 1,007. Het onderzoek werd uitgevoerd tussen 26 oktober en 5 november 2018 en werd online uitgezet. De cijfers zijn statistisch gewogen en zijn representatief voor volwassenen boven de 18 jaar in de deelnemende markten.

## Over Ingenico Group

Ingenico Group is wereldwijd marktleider in betalingen en voorziet in seamless, betrouwbare en veilige oplossingen om verkoop op alle fronten te versterken, of dat nou in-store, online of mobiel is. Met het grootste payment acceptance netwerk ter wereld levert het bedrijf veilige betaaloplossingen op lokaal, nationaal en internationaal niveau. Ingenico is een betrouwbare partner van wereldklasse voor financiële instellingen en retailers, van kleine winkeliers tot bij iedereen bekende multinationals. De oplossingen van Ingenico stellen winkeliers in staat het betaalproces te vereenvoudigen en hun merkbepalende waar te maken.

[www.ingenico.com](http://www.ingenico.com)  [twitter.com/ingenico](https://twitter.com/ingenico)

Voor meer expert views, bezoek onze [blog](#).

## Perscontact

Ingenico ePayments Persdesk  
Lisa Elzinga  
+ 31 (0)23 555 34 24  
[ingenico@yellow-communications.com](mailto:ingenico@yellow-communications.com)  
[www.ingenico.nl](http://www.ingenico.nl)