

Ontrafel het geheim om voordelig witgoed te kopen

Empirisch onderzoek naar de aanbiedingen in het witgoedsegment tijdens de laatste weken van januari

Knibble (2021)



 knibble

1 Inhoudsopgave

1	Inhoudsopgave.....	2
2	Samenvatting	3
3	Inleiding.....	4
3.1	Achtergrond.....	4
3.2	Onderzoeksdoelstelling	4
3.3	Definities	4
4	Hypotheseontwikkeling.....	5
4.1	Meer 'echte aanbiedingen'	5
4.2	Hogere aanbiedingskortingen.....	5
4.3	Meeste 'laagste prijs ooit'	5
4.4	Conceptueel model	5
4.5	Dataverzameling	6
5	Resultaten	7
5.1	Meer 'echte aanbiedingen'	7
5.2	Hogere aanbiedingskortingen.....	8
5.3	Meeste 'laagste prijs ooit'	8
6	Conclusies.....	10

2 Samenvatting

Het is Knibble zijn doel om gebruikers het beste inzicht te geven in de elektronicamarkt.

Knibble doet dit door het bieden van behulpzame functionaliteiten voor het vergelijken van prijs en product, het in beeld brengen van prijsontwikkelingen, en het delen van kennis over de elektronicamarkt. Voor het delen van kennis signaleert en bestudeert Knibble nieuwe trends uit de elektronicamarkt waarmee consumenten extra kunnen besparen. In dit onderzoek probeert Knibble zo'n trend bloot te leggen.

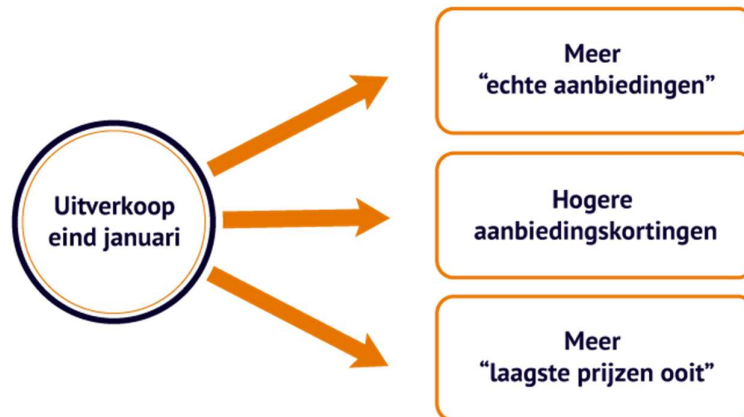
Al enige jaren valt het op Knibble op dat er eind januari veel en goede aanbiedingen zijn in het witgoedsegment. Dit is onder andere terug te zien in de aanbiedingsoverzichten op Knibble. Daarnaast blijkt dat er gedurende deze periode veel gebruik wordt gemaakt van de Knibble pagina's in dit segment. Ook worden er tijdens deze periode veel wekkers verzonden met betrekking tot producten in het witgoedsegment.

Dit geeft de indruk dat er eind januari aantoonbaar meer en betere aanbiedingen zouden moeten zijn dan gemiddeld genomen door het jaar. Als dit het geval zou zijn biedt dit Knibble-gebruikers en andere consumenten natuurlijk een mooi voordelige kans om producten aan te schaffen gedurende deze periode. Dit was voor Knibble meer dan voldoende aanleiding voor een gedegen onderzoek met de volgende doelstelling:

Onderzoeksdoelstelling

In welke mate zijn er meer en betere aanbiedingen in het witgoedsegment eind januari dan gemiddeld genomen in het jaar.

Op basis van de onderzoeksdoelstelling zijn een drietal hypothesen ontwikkeld welke als volgt grafisch kunnen worden weergegeven:



Op basis van de gemaakte data-analyses komt naar voren dat, geldend voor alle drie de onderzochte aspecten, het in veruit de meeste jaren het geval is dat week 4 de beste week blijkt om voordelig witgoed producten te kopen.

3 Inleiding

Knibble heeft zich ten doel gesteld om het beste inzicht te bieden aan elektronicaconsumenten. Dit doet Knibble door behulpzame functionaliteiten te bieden waarmee consumenten eenvoudig producten en prijzen kunnen vergelijken. En door functionaliteiten te bieden die extra inzicht bieden in de prijsontwikkeling van producten zoals de prijsgrafiek en de bekribbel-wekker. Ook heeft Knibble zich ten doel gesteld om zo veel mogelijk kennis over de elektronicamarkt te delen. Inzicht bieden in de elektronicamarkt en kennis delen kan ook door trends te signaleren waardoor consumenten extra kunnen besparen. Dit onderzoek probeert zo'n trend bloot te leggen.

3.1 Achtergrond

Al enige jaren valt het op Knibble op dat er eind januari veel en goede aanbiedingen zijn in het witgoedsegment. Dit is onder andere terug te zien in de aanbiedingsoverzichten op Knibble. Daarnaast blijkt dat er gedurende deze periode veel gebruik wordt gemaakt van de Knibble pagina's in dit segment. Ook worden er gedurende deze periode veel wekkers verzonden met betrekking tot producten in het witgoedsegment verzonden.

Dit geeft de indruk dat er gedurende deze periode aantoonbaar meer en betere aanbiedingen zouden moeten zijn dan gemiddeld genomen door het jaar. Als dit het geval zou zijn biedt dit Knibble-gebruikers en andere consumenten natuurlijk een mooi voordelige kans om producten aan te schaffen gedurende deze periode. Dit was voor Knibble meer dan voldoende aanleiding voor een gedegen onderzoek naar dit onderwerp en de potentiële kans voor de consument.

3.2 Onderzoeksdoelstelling

Dit onderzoek heeft tot doel het verkrijgen van kennis en inzicht in de mate waarin er eind januari meer en betere aanbiedingen zijn dan gemiddeld voor elektronica-producten in het witgoedsegment.

De doelstelling van het onderzoek kan als volgt kort en bondig worden geformuleerd:

Onderzoeksdoelstelling

In welke mate zijn er meer en betere aanbiedingen in het witgoedsegment eind januari dan gemiddeld genomen in het jaar.

3.3 Definities

Dit onderzoek is uitgevoerd op basis van data uit de product- en prijsdatabase van Knibble. In dit onderzoek wordt dan ook aangesloten bij de definities zoals deze door Knibble worden gehanteerd. De belangrijkste definities in dit onderzoek kunnen als volgt worden gedefinieerd:

- **Aanbiedingen:** Door Knibble vaak beschreven als 'echte aanbiedingen'. Bij Knibble is een aanbieding pas een echte aanbieding, als de prijs bij de webshop feitelijk lager is dan de daarvoor gehanteerde prijs door de desbetreffende webshop. Daarnaast dient een echte aanbieding op dat moment ook de laagste prijs te betreffen van alle bij Knibble aangesloten webshops.
- **Aanbiedingskorting:** Het verschil tussen de aanbiedingsprijs en de voorgaande laagste prijs van alle shops bij het betreffende product
- **Laagste prijs ooit:** Dit betreft aanbiedingen waarbij er tevens geldt dat er nooit eerder een lagere prijs is geweest voor het desbetreffende product bij alle bij Knibble aangesloten aanbieders over de gehele productgeschiedenis van het product op Knibble.
- **Witgoedsegment:** Dit betreft alle elektronica-producten uit de hoofdcategorieën Huishoudelijke apparaten en Keukenapparaten.

4 Hypotheseontwikkeling

Op basis van de onderzoeksdoelstelling zijn een drietal hypotheses ontwikkeld die zullen worden onderzocht. Deze hypotheses worden hieronder verder toegelicht.

4.1 Meer 'echte aanbiedingen'

Aangezien Knibble in de laatste weken van januari opvallend veel goede aanbiedingen langs ziet komen in het witgoedsegment en er in de periode meer wekkers worden verzonden, is onze verwachting dat er gedurende deze periode ook daadwerkelijk meer aanbiedingen zijn.

Hypothese 1: meer 'echte aanbiedingen'

Eind januari zijn er meer (de meeste) aanbiedingen in het witgoedsegment dan gemiddeld genomen in het jaar.

4.2 Hogere aanbiedingskortingen

Door de genoemde hoge aantal 'echte aanbiedingen' maar vooral door het stijgende aantal verzonden wekkers in het witgoedsegment tijdens de laatste weken van januari, is tevens de verwachting dat de prijsverlagingen in het witgoedsegment relatief hoger zijn durende deze periode ten opzichte van de gemiddelde prijsverlagingen door het jaar heen. Oftewel hogere aanbiedingskortingen op witgoedproducten gedurende deze periode.

Hypothese 2: Hogere aanbiedingskortingen

Eind januari zijn aanbiedingskortingen in het witgoedsegment relatief gezien (uitgedrukt als kortingspercentage) hoger dan gemiddeld genomen in het jaar.

4.3 Meeste 'laagste prijs ooit'

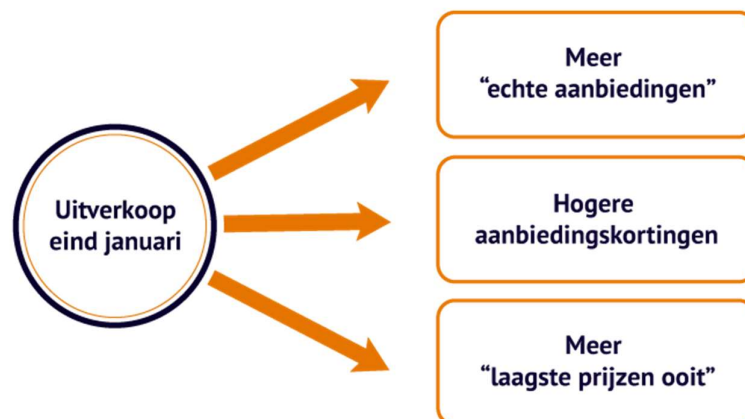
Ook is zichtbaar dat de laatste weken van januari opvallend veel aanbiedingen in het witgoedsegment aangeduid als 'laagste prijs ooit'. Vaak is dit ook een aanleiding voor meer verzonden wekkers. Daarom is onze verwachting dat er gedurende deze periode meer producten de 'laagste prijs ooit' zijn in het witgoedsegment dan gemiddeld genomen.

Hypothese 3: meer 'laagste prijzen ooit'

Eind januari er meer producten de 'laagste prijs ooit' in het witgoed dan gemiddeld genomen in het jaar.

4.4 Conceptueel model

Op basis van de hierboven beschreven hypotheses kan het conceptueel model van het onderzoek als volgt worden weergegeven



4.5 Dataverzameling

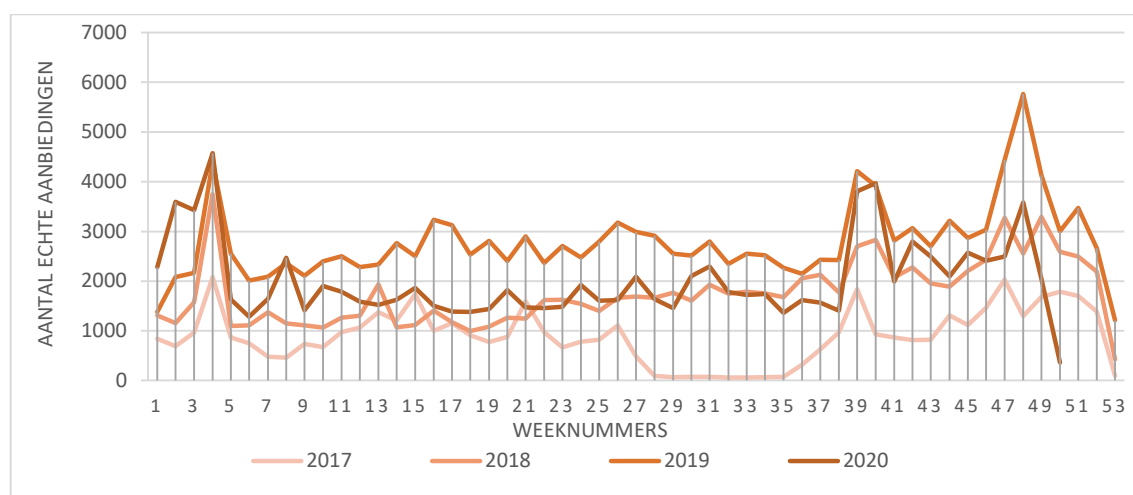
De geraadpleegde data zijn afkomstig uit de product- en prijsdatabase van Knibble. Hiervoor is de prijsdata gebruikt van 1 januari 2017 t/m 7 december 2020. Vervolgens zijn afzonderlijk alle productprijsrecords opgeroepen welke voldoen aan het fenomeen 'echte aanbieding', dit betreffen maar liefst 389.117 productprijsrecords. Daarnaast zijn afzonderlijk alle productprijsrecords opgeroepen welke voldoen aan het fenomeen 'laagste prijs ooit', dit betreft 92.495 records over deze periode.

5 Resultaten

Om de resultaten van dit onderzoek inzichtelijk te maken, heeft Knibble de geraadpleegde data omgezet naar drie analytische grafieken en drie tabellen. De getoonde gegevens bevestigen in ruime mate de gestelde hypothesen. Op enkele vlakken overtreffen de resultaten zelfs de verwachtingen.

5.1 Meer 'echte aanbiedingen'

De data voor wat betreft 'echte aanbiedingen' per week toont zeer duidelijke pieken in week 4 van alle onderzochte jaren. Deze verhoging van het aantal aanbiedingen begint vaak al vanaf week 3. Het aantal aanbiedingen in week 4 is gedurende de jaren 2017, 2018 en 2020 zelfs het hoogste aantal ten opzichte van alle andere weken in desbetreffende jaren. In 2019 is het aantal aanbiedingen uit week 4 het één na hoogste aantal van het hele jaar. Alleen in week 48 zijn er meer aanbiedingen geweest in het witgoedsegment, dit betreft de week waarin Black Friday valt; een aannemelijke verklaring voor deze uitzondering.



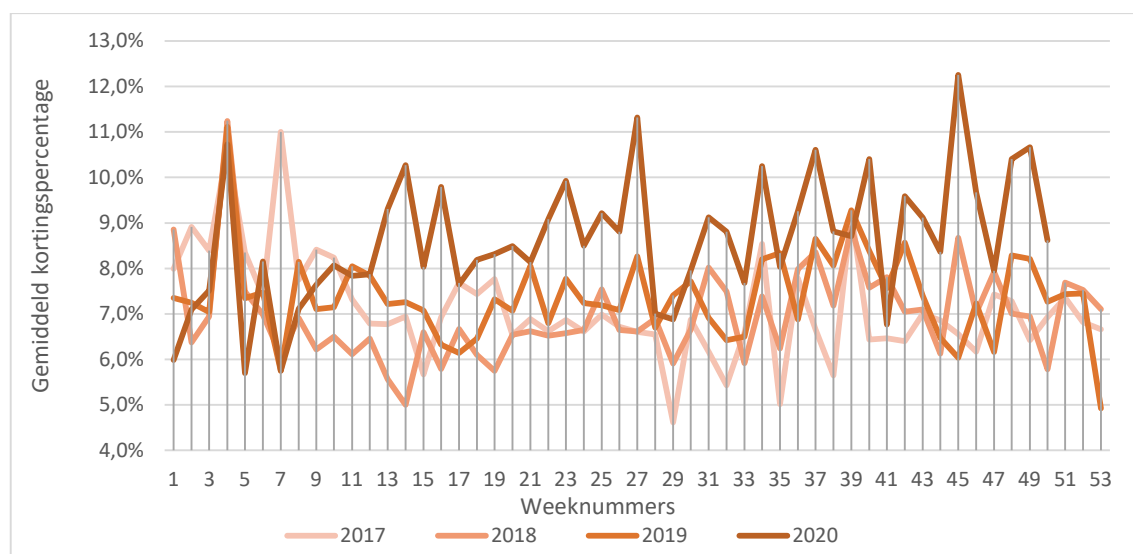
Daarbij geldt dat de afwijkingen ten opzichte van het gemiddeld aantal aanbiedingen zeer groot is. In week 4 is het aantal aanbiedingen ieder jaar ruim tweemaal zo groot als het gemiddeld aantal aanbiedingen per week over het desbetreffende jaar, alleen in 2019 was deze afwijking iets kleiner: ongeveer 55% meer dan gemiddeld genomen.

	2017	2018	2019	2020
Week 4	2.079	3.752	4.394	4.573
Gemiddelde	916	1.790	2.835	1.943
Afwijking t.o.v. gemiddeld	1.163	1.962	1.559	2.630
Afwijking t.o.v. gemiddeld %	127,07%	109,58%	55,01%	135,41%

Samenvattend kan er gesteld worden dat er ieder jaar in week 4 meer aanbiedingen zijn dan gemiddeld genomen per week. Op 2019 na is dit zelfs meer dan twee keer zoveel dan gemiddeld. Daarnaast blijkt dat, met uitzondering op 2019, er in week 4 de meeste aanbiedingen zijn ten opzichte van alle weken van het desbetreffende jaar.

5.2 Hogere aanbiedingskortingen

De data voor wat betreft de gemiddelde hoogte van de aanbiedingskortingen per week toont voor de jaren 2017, 2018 en 2019 aan dat in week 4 de hoogste gemiddelde kortingen worden geboden over alle weken in de desbetreffende jaren. De data over aanbiedingskortingen uit 2020 toont een wat diffuser beeld. Duidelijk komt naar voren dat de piek in week 4 van ruim ongeveer 10,6% kortingspercentage in week 4 in de top 3 van de weekgemiddelden naar voren komt.



Tevens geldt dat de afwijkingen ten opzichte van de gemiddelde hoogte van het kortingspercentage per week zeer groot zijn. In week 4 is de hoogte van de aanbiedingskortingen ongeveer 50% hoger dan het gemiddelde kortingspercentage per week over het desbetreffende jaar. Alleen in 2020 was deze afwijking iets kleiner; een ruimte 22% hoger dan gemiddeld genomen.

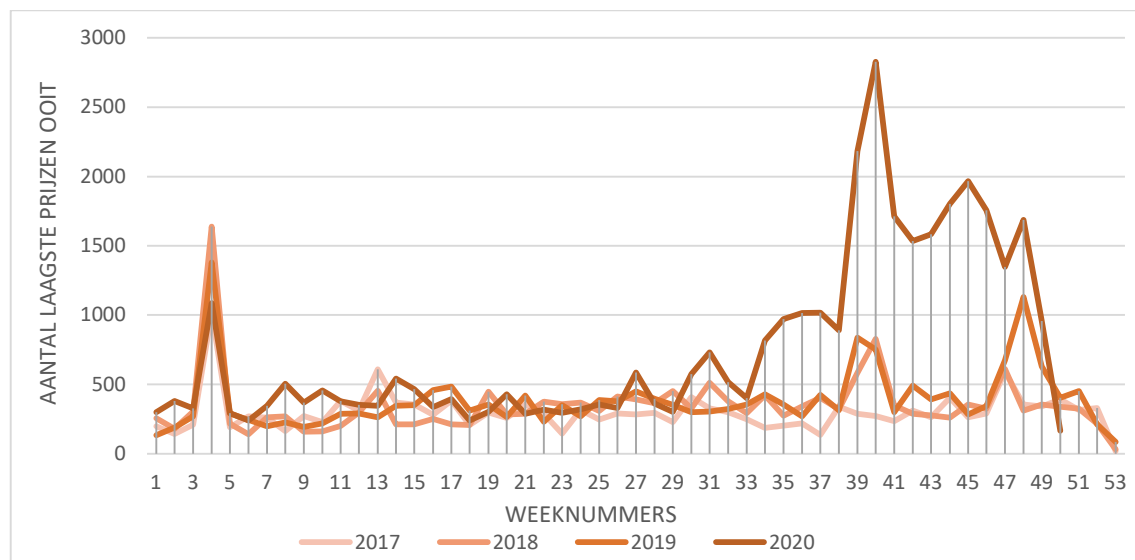
	2017	2018	2019	2020
Week 4	10,61%	11,24%	11,11%	10,72%
Gemiddelde	7,28%	7,18%	7,49%	8,75%
Afwijking t.o.v. gemiddeld	3,33%	4,07%	3,62%	1,97%
Afwijking t.o.v. gemiddeld %	45,82%	56,65%	48,40%	22,53%

Kort samengevat kan worden gesteld dat er ieder jaar in week 4 gemiddeld genomen hogere kortingspercentages gelden voor aanbiedingen dan gemiddeld genomen per week. Met uitzondering van 2020 is dit kortingspercentage ongeveer 50% hoger dan gemiddeld. Daarnaast blijkt dat er, op 2020 na, in week 4 zelfs de hoogste kortingspercentages worden geboden ten opzichte van alle weken uit het desbetreffende jaar.

5.3 Meeste 'laagste prijs ooit'

De data voor wat betreft het aantal 'laagste prijzen ooit' per week toont eveneens zeer duidelijke pieken in week 4 van alle onderzochte jaren. Het aantal 'laagste prijzen ooit' is in week 4 gedurende de jaren 2017, 2018 en 2019 zelfs het hoogste aantal ten opzichte van

alle andere weken in de desbetreffende jaren. In 2020 is het aantal 'laagste prijzen ooit' uit week 4 het hoogste tot met week 39. Vanaf week 39 tot en met week 48 (tijdens Black Friday) waren er meer 'laagste prijzen ooit' in het witgoedsegment. Waarschijnlijk houdt dit verband met de bijzondere markteffecten die Covid-19 te weeg heeft gebracht. Waarin onder andere vele shops voor meerdere weken een 'Black Friday periode' hanteerde, in plaats van een enkele dag of week.



Daarbij geldt dat de afwijkingen ten opzichte van het gemiddelde aantal 'laagste prijzen ooit' zeer groot is. In week 4 is het aantal 'laagste prijzen ooit' ieder jaar ruim drie tot viermaal zo groot als het gemiddelde aantal 'laagste prijzen ooit' per week over het desbetreffende jaar. Deze afwijking was alleen in 2020 iets kleiner, maar ook in dit jaar waren er ongeveer 50% meer 'laagste prijzen ooit' in week 4 dan gemiddeld genomen per week. Dit kleinere verschil wordt veroorzaakt door het hoge aantal 'laagste prijzen ooit' in de periode van week 39 tot en met week 48, zoals hierboven beschreven.

	2017	2018	2019	2020
Week 4	1.017	1.638	1.380	1.088
Gemiddelde	306	354	394	725
Afwijking t.o.v. gemiddeld	711	1.284	986	363
Afwijking t.o.v. gemiddeld %	232,88%	362,44%	250,37%	50,04%

Kort samengevat kan worden gesteld dat er ieder jaar in week 4 meer 'laagste prijzen ooit' zijn dan gemiddeld genomen per week. Op 2020 na is dit aantal drie- tot viermaal hoger dan gemiddeld. Daarnaast blijkt dat er, op 2020 na, in week 4 de meeste 'laagste prijzen ooit' zijn ten opzichte van alle weken van de desbetreffende jaren.

6 Conclusies

Op basis van de gemaakte data-analyses en interpretaties van deze, komen de volgende conclusies naar voren:

- In week 4 zijn er ieder jaar meer aanbiedingen dan gemiddeld genomen per week. Op 2019 na is dit zelfs meer dan twee keer zoveel dan gemiddeld.
- Daarnaast blijkt dat, met uitzondering op 2019, er in week 4 zelfs de meeste aanbiedingen zijn ten opzichte van alle weken van het desbetreffende jaar.
- Ieder jaar gelden er in week 4, gemiddeld genomen, hogere kortingspercentages voor witgoedaanbiedingen dan gemiddeld genomen per week. Op 2020 na is dit kortingspercentage zelfs 50% hoger dan gemiddeld.
- In week 4, op 2020 na, worden de hoogste kortingspercentages geboden ten opzichte van alle weken van het desbetreffende jaar.
- In ieder jaar zijn er tijdens week 4 meer 'laagste prijzen ooit' dan gemiddeld genomen per week. Op 2020 na is dit aantal drie- tot viermaal keer zoveel dan gemiddeld.
- Daarnaast blijkt dat er, op 2020 na, in week 4 de meeste 'laagste prijzen ooit' zijn ten opzichte van alle weken van de desbetreffende jaren zijn.

Kortom, vanuit alle aspecten bezien, het aantal aanbiedingen, aantal 'laagste prijzen ooit' en hoogte van de kortingen, is het in veruit de meeste jaren dat week 4 de beste week blijkt om voordelig witgoed producten te kopen.