



Black Friday & Cyber Monday

Bekanntheit und Nutzung steigen weiter

Jedes Jahr locken Händler Verbraucher an Black Friday und Cyber Monday stationär sowie online mit Sonderangeboten. Bei Amazon findet im November sogar gleich eine ganze Cyber Week statt. Auf Basis einer aktuellen Verbraucherbefragung untersucht der vorliegende Newsletter, wie sich Bekanntheit und Nutzung dieser Händleraktionen im Vergleich zum Vorjahr verändert haben.

Die Ergebnisse zeigen: Black Friday und Cyber Monday erfreuen sich auch unter deutschen Verbrauchern immer größerer Beliebtheit. Bekanntheit und Nutzung dieser beiden Aktionen haben unter deutschen Onlineshoppern deutlich zugenommen. Gab in der Befragung 2017 noch jeder vierte Onlineshopper an, den Black Friday nicht zu kennen, so ist es 2018 nur noch jeder Zehnte. Auch beim Cyber Monday ist die Bekanntheit in dieser Zielgruppe deutlich gestiegen. Während 2017 noch mehr als jeder Dritte den Cyber Monday nicht kannte, ist es 2018 nur noch etwa jeder Vierte.

2017 haben bereits 24 Prozent der deutschen Onlineshopper stationär oder online reduzierte Produkte am Black Friday gekauft. Am Cyber Monday waren es 18 Prozent. Im Vergleich zu 2016 bedeutet dies einen Anstieg von 8 bzw. 5 Prozentpunkten.

Bekanntheit und Nutzung von Black Friday und Cyber Monday 2018 und Veränderungen zu 2017



IFH Köln, 2018

Frage: „Welche der folgenden Händleraktionen kennen Sie und an welchen dieser Aktionen haben Sie im Jahr 2017 reduzierte Produkte gekauft?“; Angaben in %; Abweichungen zu 2017 in Prozentpunkten; Onlineshopper 20-69 Jahre: n = 938

Lesebeispiel: 24 Prozent der deutschen Onlineshopper (20-69 Jahre) haben 2017 den Black Friday genutzt, um online oder stationär reduzierte Produkte zu erwerben. 2016 waren es nur 16 Prozent. Das ergibt ein Plus von 8 Prozentpunkten in 2017.



Aktionsumsätze nehmen deutlich zu

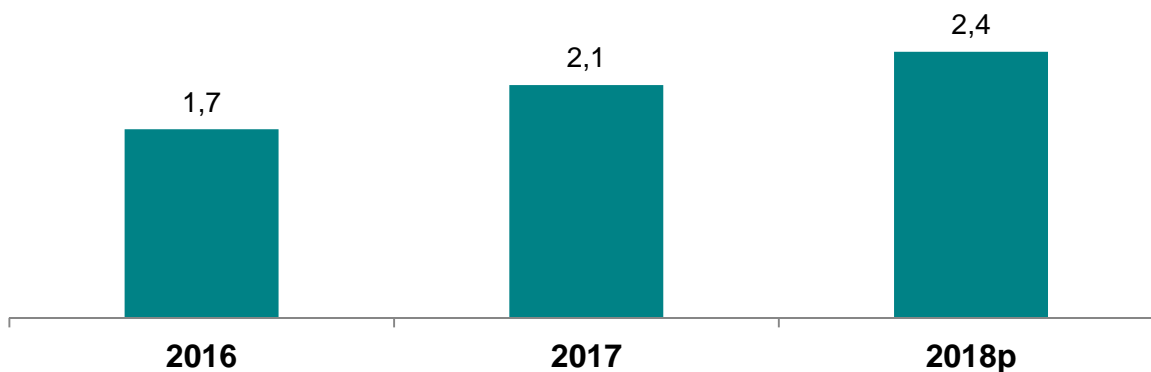
Dieser Trend zunehmender Nutzung wird sich voraussichtlich auch 2018 weiter fortsetzen. So planen 31 Prozent der deutschen Onlineshopper den Black Friday und 21 Prozent den Cyber Monday auch im November 2018 für Einkäufe zu nutzen.

Die zunehmende Nutzung schlägt sich auch deutlich in den Umsätzen nieder: 2017 haben deutsche Onlineshopper bei beiden Aktionen insgesamt 2,1 Mrd. Euro ausgegeben – ein Plus von 23 Prozent im Vergleich zum Vorjahr (Hochrechnung Onlineshopper ab 20 Jahren). Ähnlich wie schon 2016 hatte auch 2017 der Black Friday hinsichtlich der Ausgaben die Nase vorn.

Die nicht rein zufällige zeitliche Nähe zu Weihnachten unterstreicht, dass sich die beiden Aktionen auch hervorragend für das Erledigen der Weihnachtseinkäufe eignen. So haben viele Nutzer den Black Friday und den Cyber Monday 2017 bereits für das Weihnachtsshopping genutzt und planen dies auch 2018 zu tun. Für 2018 schätzt der HDE Umsätze in Höhe von 2,4 Mrd. Euro (+15%).

Aktionsausgaben an Black Friday und Cyber Monday 2016-2018

in Mrd. Euro



IFH Köln, HDE-Prognose 2018

Kontakt:

Handelsverband Deutschland (HDE)
Am Weidendamm 1 A, 10117 Berlin
Tel. 030/72 62 50-0 | Fax 030/72 62 50-99
hde@einzelhandel.de | www.einzelhandel.de