

# Singles Day bricht erneut Rekorde: Das sind die zehn umsatzstärksten Shopping-Events der Welt

**Berlin, 12. November 2017. 27,3 Milliarden Euro gaben chinesische Verbraucher gestern innerhalb von 24 Stunden allein beim chinesischen Marktführer Alibaba aus. Erneut festigte der Singles Day damit seine Position als umsatzstärkstes Shopping-Event der Welt. Welche Events es sonst noch in die Top-10 schaffen und wie sich Deutschland im internationalen Vergleich schlägt, hat die Shopping-Community Pepper.com ermittelt.**

## 1) Singles Day – China

**Nächster Termin:** 11. Nov. 2019

**Erstmalig am:** 11. Nov. 1993

**Umsatz in 2018:** 27,3 Milliarden Euro

27,3 Milliarden Euro und damit 27 Prozent mehr als 2017 setzte der chinesische Marktführer Alibaba dieses Jahr am Singles Day um, dem mit Abstand umsatzstärksten Shopping-Event der Welt. Bei so beeindruckenden Zahlen gerät schnell in Vergessenheit, dass Marktplatzbetreiber Alibaba den Singles Day dieses Jahr erst zum zehnten Mal veranstaltet und den Tag eigentlich gar nicht erfunden hat. Tatsächlich begründeten alleinstehende Studenten der Nanjing Universität die Tradition des Singles Day – und das auch schon im Jahr 1993. Das Datum – eine Folge von vier Einsen – wählten sie damals bewusst: Mit kleinen Geschenken wollten sie einander eine Freude machen. Inzwischen hat Alibaba den Singles Day erfolgreich „gekapert“ und zum größten Shopping-Event der Welt entwickelt. Weite Teile der 1,38 Milliarden Chinesen und Verbraucher aus Indonesien, Malaysia, den Philippinen, Singapur, Thailand und Vietnam kaufen inzwischen am Singles Day ein – Mode, Schokolade und Elektronik genauso wie Autos, Schmuck und Hummer.

## 2) Black Friday und Cyber Monday – USA

**Nächster Termin:** 23. bzw. 26. Nov. 2018

**Erstmalig am:** 24. Nov. 1961 bzw. 1. Dez. 2003

**Umsatz in 2017:** 9,88 Milliarden Euro

Die USA sind die Heimat des zweitgrößten Shopping-Events der Welt. Am Black Friday, dem Tag nach „Thanksgiving“, locken lokale Händler bereits seit 1961 mit Rabatten in die Einkaufszonen. Online-Händler riefen 2003 mit dem Cyber Monday ein digitales Pendant ins Leben. Mit Erfolg: 2017 kauften „die Amis“ am Black Friday, laut Adobe Digital Insights, für 4,28 Milliarden Euro und am Cyber Monday sogar für 5,61 Milliarden Euro ein. Insgesamt setzen Händler an den zwei Tagen so 9,88 Milliarden Euro um.

### **3) Black Friday und Cyber Monday – Großbritannien**

**Nächster Termin:** 23. bzw. 26. Nov. 2018

**Erstmalig am:** 28. Nov. 2003 bzw. 30. Nov. 2009

**Umsatz in 2017:** 8,71 Milliarden Euro

8,71 Milliarden Euro haben die Briten, dem Centre for Retail Research, 2017 in den vier Tagen vom Black Friday bis zum Cyber Monday ausgegeben. Und obwohl das britische „Cyber Weekend“ noch vergleichsweise jung ist, rangiert es damit hinter dem amerikanischen Black Friday und Cyber Monday auf Rang 3 der umsatzstärksten Shopping-Events der Welt. Ähnlich wie in den USA laufen Online-Shops klassischen Händlern auch „auf der Insel“ zunehmend den Rang ab: PwC stellte fest, dass Briten jeden Alters 2017 erstmals mehr online als offline kauften.

### **4) El Buen Fin – Mexiko**

**Nächster Termin:** 16. bis 19. Nov. 2018

**Erstmalig am:** 18. bis 21. Nov. 2011

**Umsatz in 2017:** 4,69 Milliarden Euro

Anders als in den USA und Großbritannien wird das größte Shopping-Event Mexikos nicht privat, sondern vom Staat organisiert. Um die lokale Wirtschaft zu stärken, verlost die Steuerbehörde jedes Jahr 150.000 Geldpreise im Gesamtwert von 500 Millionen Pesos. Gewinnen kann jeder, der während des „El Buen Fin“ mit seiner Kreditkarte einkauft. 2017 gaben Verbraucher, laut der mexikanischen Handelskammer, so 4,69 Milliarden Euro aus – sehr zum Leidwesen von Verbraucherschützern. Sie kritisieren, dass sich viele Mexikaner aus Hoffnung auf einen Gewinn verschulden.

## **5) Dubai Shopping Festival (DSF) – Dubai**

**Nächster Termin:** 26. Dez. 2018 bis 26. Jan. 2019

**Erstmalig am:** 15. Feb. bis 16. Mrz. 1996

**Umsatz in 2015:** 3,54 Milliarden Euro

In den Vereinigten Arabischen Emiraten laden Shopping-Malls seit 1996 jedes Jahr im Winter für mehrere Wochen zum Dubai Shopping Festival (DSF). Ähnlich wie beim El Buen Fin in Mexiko können Verbraucher auch beim DSF steuerfrei einkaufen. 2016/17 setzten lokale Händler so 3,54 Milliarden Euro in vier Wochen um. Aktuellere Zahlen gibt es leider keine. Dank des wachsenden Tourismus verzeichneten die Shopping-Malls beim letzten Dubai Shopping Festival aber ein Besucherplus von 10 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Der Dubai Gold and Jewellery Group zufolge, kauften Besucher dabei alleine Gold im Wert von 2,32 Milliarden Euro.

## **6) Diwali-Festival – Indien**

**Nächster Termin:** 26. bzw. 27. Okt. 2019

**Erstmalig am:** unklar

**Umsatz in 2017:** 2,93 Milliarden Euro

Indien beheimatet trotz seiner 1,33 Milliarden Einwohner nur das sechstgrößte Shopping-Event der Welt. Beim Diwali Festival kauften die Bewohner des bevölkerungsreichsten Lands der Welt, Statista zufolge, zuletzt für 2,93 Milliarden Euro ein. Vor allem Feuerwerk und Lichter stehen hoch im Kurs, denn beim Diwali Festival feiern die Hindus die Rückkehr ihres Gottes Lord Rama in sein Königreich, den Sieg des Guten über das Böse – des Lichts über den Schatten.

## **7) Black Friday und Cyber Monday – Deutschland**

**Nächster Termin:** 23. bzw. 26. Nov. 2018

**Erstmalig am:** 28. Nov. 2007 bzw. 30. Nov. 2009

**Umsatz in 2017:** 1,7 Milliarden Euro

Zum zwölften Mal findet der Black Friday dieses Jahr in Deutschland statt, der Cyber Monday sogar erst zum zehnten Mal. Aus dem Vorweihnachtsgeschäft sind beide Tage aber schon heute nicht mehr wegzudenken. 1,7 Milliarden Euro gaben die Deutschen, dem HDE zufolge, 2017 an den vier Tagen vom Black Friday bis zum Cyber Monday aus. Der Umsatz am „Cyber-Wochenende“ stieg damit gegenüber dem Vorjahr um 18,2 Prozent.

## **8) Boxing Day – Australien**

**Nächster Termin:** 26. Dez. 2018

**Erstmalig am:** 26. Dez. 1931

**Umsatz in 2017:** 1,48 Milliarden Euro

Dass Australien seit inzwischen 87 Jahren zum britischen Commonwealth of Nations zählt, macht ein Blick aufs umsatzstärkste Shopping-Event deutlich: „Down under“ lässt nicht der Black Friday, sondern der Boxing Day die Kassen der Händler am lautesten klingeln. Diese begrüßen Kunden, die Gutscheine ein- oder Geschenke umtauschen möchten, am Tag nach Weihnachten jedes Jahr mit speziellen Angeboten und setzen so Milliarden um: 1,48 Milliarden Euro gaben die Australier, der Australian Retailers Association zufolge, am Boxing Day 2017 aus – 4,3 Prozent mehr als noch 2016.

## **9) Black Friday und Cyber Monday – Frankreich**

**Nächster Termin:** 23. bzw. 26. Nov. 2018

**Erstmalig am:** 26. Nov. 2010 bzw. 28. Nov. 2011

**Umsatz in 2017:** 910 Millionen Euro

Auch in Frankreich haben der Black Friday und Cyber Monday inzwischen Fuß gefasst. Zwar entdeckten die Franzosen die US-Traditionen etwas später für sich als deutsche Verbraucher. Doch auch in Frankreich kratzen beide Events inzwischen an der Milliarden-Grenze: 2017 kauften französische Verbraucher in der Zeit vom Black Friday und Cyber Monday, einer GfK-Studie nach, bereits für 910 Millionen ein und sorgten für ein Umsatzplus von satten 35 Prozent.

## 10) Black Friday – Brasilien

**Nächster Termin:** 23. Nov. 2017

**Erstmalig am:** 23. Nov. 2012

**Umsatz in 2017:** 438,7 Millionen Euro

Brasilien ist nicht nur das bevölkerungsreichste Land, sondern auch die Heimat des größten Shopping-Events Südamerikas. Hier kam der Black Friday 2012 an und gewinnt seitdem schnell an Beliebtheit: 2017 gaben brasilianische Verbraucher am Black Friday erstmals mehr als zwei Milliarden brasilianische Real, umgerechnet 438,69 Millionen Euro (+10,3 Prozent), aus. Für dieses Jahr rechnet die Brazilian Association of E-Commerce (ABComm) bereits mit einem Umsatz von 2,5 Milliarden Real.

—

**Bildmaterial zur freien redaktionellen Verwendung:** <https://mdz.me/bfbilder>

—

### Quellen

**China:** Wirtschaftswoche, „Chinas jährlicher Kaufrausch bricht

Rekord“: <https://www.wiwo.de/unternehmen/handel/singles-day-chinas-jaehrlicher-kaufrausch-bricht-rekord/23618788.html>

**USA:** Adobe Insights, „Adobe Data Shows Cyber Monday Is Largest Online Sales Day in History with \$6.59 Billion“ <https://news.adobe.com/press-release/experience-cloud/adobe-data-shows-cyber-monday-largest-online-sales-day-history-659>

**Großbritannien:** Forbes, „2017 Black Friday And Cyber Monday Predictions“: <https://www.forbes.com/sites/deborahweinswig/2017/10/27/2017-black-friday-and-cyber-monday-predictions/#4ffe8d915f14>

**Mexiko:** The Guadalajara Reporter:, „El Buen Fin: Mexico's very own Black Friday“: <https://theguadalajarareporter.net/index.php/news/news/regional/50901-el-buen-fin-mexico-s-very-own-black-friday>

**Dubai:** Gulf News, „DSF 2016 revenues may top Dh600m“ <https://gulfnews.com/gn-focus/special-reports/dubai-shopping-festival/dsf-2016-revenues-may-top-dh600m-1.1647395>

**Deutschland:** Handelsverband Deutschland, „HDE Online-Monitor: Black Friday und Cyber Monday bringen 1,7 Milliarden“: <https://www.einzelhandel.de/presse/aktuellemeldungen/10834-hde-online-monitor-black-friday-und-cyber-monday-bringen-1-7-milliarden>

**Australien:** News.com.au, „Australians spent up to \$2.4 billion at the Boxing Day sales – and the spree isn't over yet“: <https://www.news.com.au/finance/business/retail/australians-spent-up-to-24-billion-at-the-boxing-day-sales-and-the-sprees-isnt-over-yet/news-story/6a361a1b7bd44769d64f723d8dfce6a3>

**Frankreich:** Statista, „Des millions dépensés du Black Friday au Cyber Monday“: <https://fr.statista.com/infographie/11989/des-millions-depenses-du-black-friday-au-cyber-monday/>

**Brasilien:** Exchange Wire, „High Expectations for E-commerce During Black Friday in Brazil“: <https://www.exchangewire.com/blog/2017/11/20/high-expectations-ecommerce-black-friday-brazil-tassinari-leaves-criteo-joins-taboola/>

—  
**Über Pepper.com** ([www.pepper.com](http://www.pepper.com)):

Die Pepper Media Holding GmbH (kurz: Pepper.com) wurde im Juni 2014 von Paul Nikkel und Fabian Spielberger als Zusammenschluss ihrer bereits seit 2004 beziehungsweise seit 2007 betriebenen Social-Commerce-Plattformen hotukdeals.com und mydealz.de gegründet, hat ihren Hauptsitz in Berlin und beschäftigt hier sowie in Belo Horizonte, Guadalajara, London, Lyon, Mumbai und Winnipeg mehr als 200 Mitarbeiter. Mit 25 Millionen Unique Usern pro Monat ist Pepper.com dabei die weltweit größte Shopping-Community und betreibt Social-Commerce-Portale in 14 Ländern auf vier Kontinenten. Smart Shopper aus Brasilien, Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Indien, Mexiko, den Niederlanden, Österreich, Polen, Russland, Singapur, Spanien, Süd-Korea und den USA nutzen die Pepper.com-Plattformen, um Angebote von klassischen und Online-Händlern einzustellen und bewerten und Produkte zu den besten Konditionen am Markt zu kaufen. Für Händler und Hersteller übernimmt Pepper.com so eine wichtige Rolle im konversionsorientierten Marketing und beeinflusst 12.000 Kaufentscheidungen pro Minute.

---

### **Medienkontakt Pepper.com:**

Michael Hensch

PR & Communications Manager

E-Mail: [michael@pepper.com](mailto:michael@pepper.com)

Phone: +49 176 633 47 407

---

#### ÜBER 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 twelve countries on three 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), **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.

---



Pepper Media Holding Pressemitteilungen