

Cyber Week und Black Friday in Österreich: So viel können Konsumenten wirklich sparen

Berlin/Wien, 14. November 2018. 39,6 Prozent können Verbraucher im Mittel sparen, wenn sie ab dem kommenden Montag und ganz besonders am Black Friday (23. November) und Cyber Monday (26. November) einkaufen. Dies hat das Verbraucherforum Preisjäger im Rahmen einer Analyse von 6.540 Angeboten ermittelt, die seine monatlich 240.000 Nutzer in den letzten fünf Jahren in der Cyber Week und am Black Friday geteilt haben. 2017 lag die durchschnittliche Ersparnis sogar nur bei 31,9 Prozent (51,75 Euro). Wenn Händler in den kommenden Tagen mit Rabatten „von bis zu 90 Prozent“ werben, sollten Verbraucher also besonders skeptisch sein.

Den Skipass für den Winterurlaub gibt's 40 Prozent günstiger, der Preis für die coolen Sneakers ist um 60 Prozent gesunken und ein Online-Shop bietet einen Smart-TV mit 4K-Display sogar mit einem satten Rabatt von 500 Euro an. Das alles klingt verlockend. Und tatsächlich können Verbraucher auch dieses Jahr in der Cyber Week und am Black Friday günstig einkaufen, denn erneut senken Tausende Online-Shops und klassische Händler ihre Preise, um die heiße Phase des Weihnachtsgeschäfts einzuläuten. Blind sollten Verbraucher den Werbeversprechen jedoch nicht vertrauen, rät das Verbraucherforum Preisjäger. Die Shopping-Experten beobachten den Black Friday seit seiner Premiere im Jahr 2007 und stellen fest: Viele Händler werben mit falschen Rabattversprechen. Den Rabatt berechnen sie nicht ausgehend vom Marktpreis, sondern vom deutlich höheren Unverbindlichen Verkaufspreis (UVP). Um nicht in die Rabattfalle zu tappen, sollten sich Verbraucher deshalb vorab ein Bild von den gängigen Preisen und Rabatten machen.

Apps und Software sowie Reisen und Lebensmittel sind besonders preiswert

Die gute Nachricht vorweg: In der Cyber Week und speziell am Black Friday können Verbraucher bares Geld sparen. Manches bekommen sie sogar geschenkt: Hersteller von Apps für Smartphones und Tablets sowie Software für den PC und Mac bieten ihre Programme nicht selten zum Nulltarif an. 2017 konnten sich Verbraucher so einige Wetter- und Antiviren-Apps sowie (ältere) Spiele gratis herunterladen. In der Folge wies die Kategorie Apps und Software in den letzten fünf Jahren mit durchschnittlich 70,0 Prozent die größte Ersparnis auf.

Wer plant, eine Reise zu buchen, sollte bis zum 23. November warten. Am Black Friday und dem auf ihn folgenden Wochenende bis zum Cyber Monday warben in den letzten Jahren mehrere Fluggesellschaften, Hotels, Kreuzfahrt- und Reiseveranstalter mit pauschalen Rabatten oder Nachlässen für einzelne Strecken oder Zeiten. Im Schnitt konnten Reisende 2017 so 40,0 Prozent und in den letzten fünf Jahren im Mittel sogar 43,3 Prozent sparen.

Ähnlich viel, nämlich im Fünfjahresmittel 42,7 Prozent, können Verbraucher in der Cyber Week beim Kauf von Lebensmitteln sparen. 2017 boten Händler so vor allem einige Kaffeesorten, Schokoladen und andere Süßigkeiten und vereinzelt sogar Delikatessen wie einen sieben Kilogramm schweren iberischen Schinken mit Rabatten von bis zu fünfzig Prozent an. Vereinzelt nutzten Hersteller den Black Friday auch, um kostenlose Produktproben zu verteilen. Manche Lieferdienste warben in den letzten Jahren speziell am Black Friday zudem mit pauschalen Rabatten von bis zu 30 Prozent.

Spiele und Filme sowie Möbel und Dekoartikel sind im Mittel 40 Prozent günstiger

Auch Gamer und Cineasten können in der Cyber Week den ein oder anderen Euro sparen. Zwar fiel die durchschnittliche Ersparnis mit 40,8 Prozent in den vergangenen fünf Jahren und 35,1 Prozent im letzten Jahr nicht ganz so hoch aus wie bei Apps und Software. Vereinzelt konnten Spiel- und Filmfans aber auch letztes Jahr deutlich mehr sparen. Der Pay-TV-Sender Sky bot beispielsweise ein Zwei-Monats-Ticket für 9,99 statt 40,97 Euro an und Nutzer der Vertriebsplattform Steam konnten einige Spiele mit Rabatten von bis zu 80 Prozent herunterladen.

39,4 Prozent betrug der durchschnittliche Preisvorteil auf Möbel und Dekoartikel in den vergangenen fünf Jahren. Wer ein wenig suchte, konnte aber auch deutlich mehr sparen. Der Möbelversender Monoqi und Vistaprint, ein Anbieter von Leinwänden und Postern, warben am Black Friday 2017 beispielsweise mit einem pauschalen Rabatt von jeweils 60 Prozent während andere Händler Haushaltsgegenstände wie Tassen oder Thermoskannen zu Preisen anboten, die 75 Prozent unterhalb des Marktniveaus lagen.

Kategorie	Durchschnitt		2017	
	in Prozent	in Euro	in Prozent	in Euro
Durchschnitt	39,59 %	40,52 €	31,86 %	51,75 €
Apps & Software	69,65 %	15,22 €	75,13 %	5,72 €
Reisen	43,28 %	68,82 €	39,98 %	148,81 €
Lebensmittel	42,69 %	9,69 €	31,52 %	10,90 €
Entertainment	40,76 %	38,68 €	35,06 %	63,32 €
Möbel & Dekoartikel	39,44 %	47,63 €	37,29 %	16,90 €
Kosmetik	37,14 %	19,62 €	28,77 %	14,76 €
Mode & Accessoires	35,48 %	25,56 €	31,77 %	25,54 €
Sport	31,45 %	81,70 €	33,08 %	114,01 €
Spielzeug	28,62 %	28,52 €	31,40 %	28,49 €
Elektronik	27,42 %	69,75 €	25,62 %	99,23 €

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

Die Preise für Mode sinken um ein gutes Drittel, die Rabatte für Kosmetik sind rückläufig

Die Modebranche nimmt den Black Friday dankend an und bietet Verbrauchern viele Chancen, zu sparen. Eine ganze Reihe an Herstellern und Händlern von Mode wirbt in der Cyber Week fast schon traditionell mit pauschalen Rabatten auf weite Teile oder ihr gesamtes Sortiment. Bei Online-Shops wie About You und Asos, Händlern wie Breuning und Herstellern wie Adidas, Eterna, Mango, Nike, Superdry und Tom Tailor konnten Verbraucher 2017 so bis zu 40 Prozent sparen. Im Mittel sanken die Preise für Modeartikel in den letzten fünf Jahren um 35,5 Prozent, 2017 immerhin noch um 31,8 Prozent.

Wie viel Verbraucher in der diesjährigen Cyber Week beim Kauf von Kosmetik, Drogerieartikeln und Parfüms sparen können, bleibt abzuwarten. Insgesamt ließ sich, was die Höhe der Rabatte angeht, zuletzt ein rückläufiger Trend beobachten. Im Fünfjahresmittel konnten Verbraucher beim Kauf von, Eau de Toilette, Lipgloss, Mascara und Co. seit 2013 zwar 37,1 Prozent sparen. Der Durchschnittsrabatt sank zuletzt aber deutlich – von 49,4 Prozent im Jahr 2015 über 33,3 Prozent im Jahr 2016 auf zuletzt 28,8 Prozent im Jahr 2017.

Sport- und Elektronikartikel sowie Spielzeug werden rund 30 Prozent günstiger

Die Rabatte für Sportartikel, Spielzeug und Elektronik waren in den letzten Jahren nahezu konstant – allerdings nicht allzu hoch. Beim Kauf von Sportartikeln konnten Verbraucher im Mittel immerhin noch 31,5 Prozent und vergangenes Jahr sogar 33,1 Prozent sparen. Die Preise für – gerade zu Weihnachten besonders populäres – Spielzeug sanken im Fünfjahresmittel allerdings nur um 28,6 Prozent.

Traditionell am wenigsten können Käufer von Elektronikartikeln sparen. In den letzten fünf Jahren sanken die Preise für Produkte wie Fernseher, Smartphones und Spielekonsolen im Schnitt „nur“ um 27,4 Prozent und 2017 sogar nur um 25,6 Prozent – und dies aus gutem Grund: Elektronikartikel sind vergleichsweise margenschwach und lassen Händlern so wenig Spielraum für Rabatte. Hinzu kommt, dass Elektronikprodukte gerade zu Weihnachten stark nachgefragt werden und sich auch ohne höheren Rabatt gut verkaufen.

—

Studiendesign

Um die oben stehenden durchschnittlichen Rabatte für die Cyber Woche der letzten fünf Jahre beziehungsweise des Jahres 2017 zu ermitteln, haben die Betreiber des Verbraucherforums mydealz die Preisersparnis von allen 6.540 Angeboten ermittelt, die seine monatlich 240.000 Nutzer in der Cyber Week der Jahre 2013 bis 2017 geteilt haben. Differenziert wurde hierbei nach Jahr und Warengruppe.

—

Über Preisjäger (www.preisjaeger.at):

Preisjäger wurde im April 2008 als Blog gegründet und ist heute mit 1,2 Millionen Sessions pro Monat das größte österreichische Verbraucherforum. Über 240.000 Smart-Shopper nutzen Preisjäger, um Angebote von Online-Shops und lokalen Händlern einzustellen, zu diskutieren und zu bewerten und so Produkte zu den besten Konditionen am Markt zu finden. Preisjäger ist seit 2014 Teil der Pepper.com-Gruppe, die als weltweit größte Shopping-Community 25 Millionen Verbraucher pro Monat erreicht und 12.000 Kaufentscheidungen pro Minuten beeinflusst. Zu Pepper.com zählen neben mydealz die Plattformen Buenosdeals (USA), CholloMetro (Spanien), Dealabs (Frankreich), DesiDime (Indien), HotUKDeals (Großbritannien), NL.Pepper.com (Niederlande), Pelando.com.br (Brasilien), Pelando.sg (Singapur), Pepper.co.kr (Süd-Korea), Pepper.pl (Polen), Preisjäger (Österreich) und Promodescuentos (Mexiko).

—

Pressekontakt:

Pepper Media Holding GmbH

Michael Hensch

Public Relations & Communications Manager

E-Mail: michael@pepper.com

Telefon: +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