

So shoppt Deutschland am Black Friday: Insights zum wichtigsten Shopping-Event des Jahres

Berlin, 19. November 2018. Deutschland ist im Schnäppchenfieber, denn in wenigen Tagen ist es soweit: Ab Freitag (23. November) senken wieder tausende Online-Shops ihre Preise um angeblich „bis zu 90 Prozent“. Allein in den vier Tagen bis zum Cyber Monday setzen Händler, dem HDE zufolge, rund 2,4 Milliarden Euro um.* Wie stark der Black Friday vor allem von Online-Shoppern angenommen wird, zeigt eine Analyse der beiden Unternehmen Gutscheinsammler.de und mydealz.de. Sie haben 2,06 Millionen Besuche ihrer Portale aus dem Vorjahr analysiert und dabei neun Verhaltensmuster von Konsumenten rund um den Black Friday ermittelt.

SO SHOPPT DEUTSCHLAND AM

BLACK

FRIDAY

Insights über das wichtigste
Online-Shopping-Event des Jahres

Eine Infografik zur freien redaktionellen Verwendung finden Sie hier in [72 dpi](#) und hier in [300 dpi](#)

1. Der Black Friday lässt die Nachfrage um 173 Prozent steigen

Elf Jahre nach seiner Premiere ist der Black Friday in Deutschland angekommen und bildet inzwischen für viele Konsumenten ein echtes Highlight im Weihnachtsgeschäft. Deutlich wird dies durch einen Blick auf die Reichweiten vieler Online-Shops und Plattformen. 2,06 Millionen Mal besuchten Verbraucher am Black Friday 2017 allein die Internetseiten von Gutscheinsammler.de und mydealz.de, um sich über aktuelle Angebote zu informieren. Gegenüber einem durchschnittlichen Freitag stieg die Nachfrage damit um 173 Prozent.

2. Sieben von zehn Verbrauchern gehen über ihr Handy auf Schnäppchenjagd

Smartphones und Tablets laufen Notebooks und klassischen PCs am Black Friday klar den Rang ab: Nur noch 28 Prozent aller Verbraucher setzten sich 2017 vor ihr Notebook oder ihren PC, um sich auf www.gutscheinsammler.de oder www.mydealz.de über aktuelle Angebote zum Black Friday zu informieren. Sieben von zehn Konsumenten (72,15 Prozent) griffen hingegen zu ihrem Smartphone oder Tablet und gingen „mobil“ auf Schnäppchenjagd.

3. Smartphone-Nutzer gucken häufiger nach Angeboten

Der Grund, weshalb mehr Konsumenten am Black Friday über ihr Smartphone als über ihr Notebook nach Angeboten suchen? Der Griff zum Smartphone fällt vielen Nutzern leichter als die Recherche am Notebook oder PC. Das zeigt sich auch deutlich an den Zeiten, zu denen die Verbraucher am Black Friday 2017 online shoppten: Über ihren PC oder das Notebook suchten sie am Black Friday vor allem morgens zwischen 7 und 8 Uhr im Netz nach Angeboten.

Smartphone-Nutzer waren flexibler. Gleich morgens nach dem Aufstehen, zwischen sechs und sieben Uhr, suchten viele Verbraucher nach Angeboten zum Black Friday 2017. Zur Mittagszeit gab es dann wieder einen deutlichen Anstieg der Webseitenbesuche: Zwischen 12 und 14 Uhr verzeichneten Gutscheinsammler und mydealz erneut ein deutliches Nachfragehoch. Viele Verbraucher nutzen am Black Friday scheinbar die Mittagspause, um über ihr Smartphone „mobil“ auf Schnäppchenjagd zu gehen.

4. Der Black Friday ist ein urbanes Phänomen

Konsumenten aus den drei bevölkerungsreichsten Bundesländern Nordrhein-Westfalen, Bayern und Baden-Württemberg sind unter den Verbrauchern, die am Black Friday im Netz auf Schnäppchenjagd gehen – wenig überraschend – besonders stark vertreten. Jeder vierte Online-Shopper kam am Black Friday 2017 aus Nordrhein-Westfalen (25,6 Prozent), jeder Siebte aus Bayern (15,0 Prozent) und jeder Achte aus Baden-Württemberg (12,4 Prozent). Dass der Black Friday vor allem in Großstädten angekommen ist, zeigt der hohe Anteil der Verbraucher aus Berlin und Hamburg. Nach Hessen (10,6 Prozent) und Niedersachsen (7,7 Prozent) auf Rang vier und fünf kamen die meisten Konsumenten aus den beiden Stadtstaaten: 7,7 Prozent aus Berlin und 7,0 Prozent aus Hamburg. Rheinland-Pfalz (3,4 Prozent), Sachsen (3,0 Prozent) und Schleswig-Holstein (2,0 Prozent) vervollständigten die Top-10 der Bundesländer, in denen der Black Friday 2017 die größte Nachfrage erfuhr.

5. Der Black Friday ist im Westen populärer als im Osten Deutschlands

Verbraucher aus den „neuen“ Bundesländern scheinen noch mit dem Black Friday zu fremdeln – zumindest waren sie am beliebtesten Shoppingtag des Jahres 2017 klar in der Unterzahl. Obwohl im Osten Deutschlands 15,2 Prozent aller Deutschen leben, entfielen auf sie am Black Friday nur 6,8 Prozent aller Besuche. Sachsen war mit einem Reichweitenanteil von 3,0 Prozent sogar als einziges „neues“ Bundesland in den Top-10 vertreten. Aus Berlin und den „alten“ Bundesländern kamen 2017 am Black Friday hingegen 93,2 Prozent aller Verbraucher, die sich auf Gutscheinsammler.de und mydealz.de über aktuelle Angebote informierten.

6. Die Bestseller am Black Friday sind Elektronik sowie Filme, Spiele und Musik

Apple importierte den Black Friday 2007 nach Deutschland und auch heute, elf Jahre später, steht Elektronik an diesem Tag am höchsten in der Gunst der Verbraucher: 2017 entfielen 27,8 Prozent aller Black Friday Käufe auf Elektronikartikel wie Fernseher, Notebooks und HiFi-Produkte und immerhin noch 6,0 Prozent aller Käufe auf Smartphones und Tablets – den Fünftplatzierten im Verkaufsranking. Auf Rang zwei der begehrtesten Produkte lagen vergangenes Jahr Filme, Spiele und Musik (20,9 Prozent), gefolgt von Haushaltsartikeln (12,1 Prozent). Mode war am Black Friday die viertpopulärste Warengruppe: Auf sie entfielen 8,3 Prozent aller Verkäufe, die Gutscheinsammler und mydealz vermittelt haben.

7. Für den Black Friday interessieren sich mehr Männer als Frauen

Online-Shopping und Rabatte werden normalerweise eher von Frauen genutzt. Die Zahlen am Black Friday sprechen jedoch eine andere Sprache: Gerade einmal 24,4 Prozent aller Verbraucher waren weiblich, die sich am Black Friday 2017 auf Gutscheinsammler.de und mydealz.de über aktuelle Angebote informierten. Männlich waren hingegen drei von vier Verbrauchern (75,6 Prozent). Das dürfte daran liegen, dass es insbesondere zum Black Friday eine so große Auswahl an Elektronikangeboten gibt.

8. Männer gehen gleich morgens, Frauen den ganzen Tag auf Schnäppchenjagd

Frauen und Männer unterscheiden sich auch darin, wie sie am Black Friday online einkaufen: Während Frauen den ganzen Tag über, zwischen morgens um 6 und abends um 22 Uhr, in etwa gleich intensiv nach Angeboten suchen, können es Männer am Black Friday oft kaum abwarten: Gutscheinsammler.de und mydealz.de verbuchten zumindest im vergangenen Jahr gleich morgens um zehn Uhr ein deutliches Reichweitenplus. Suchten morgens zwischen fünf und sechs Uhr erst 13.807 Männer nach Angeboten, waren es zwischen zehn und elf Uhr bereits 59.140 – so viele wie zu keiner anderen Tageszeit. Ähnlich große Unterschiede zeigten sich bei den Frauen hingegen nicht. Pro Stunde suchten bei Gutscheinsammler.de und mydealz.de im Schnitt 13.215 Frauen nach Angeboten. Ein leichter Anstieg ließ sich bei den Frauen morgens um acht Uhr mit 20.317 Sessions und abends um 20 Uhr mit 18.897 Sessions erkennen.

9. Jüngere Verbraucher haben den Black Friday für sich entdeckt

Der Black Friday ist bei jüngeren Verbrauchern bekannter als bei älteren. Neun von zehn Konsumenten (89,04 Prozent), die sich 2017 mithilfe von Gutscheinsammler.de und mydealz.de über aktuelle Angebote informierten, waren jünger als 44 Jahre alt. Jeder Fünfte (21,42 Prozent) wurde zwischen 1993 und 1999 geboren und knapp jeder Zweite (46,65 Prozent) war zwischen 25 und 34 Jahren alt. Nur 2,5 Prozent der Verbraucher waren hingegen in einem Alter zwischen 55 und 64 Jahren und nur jeder Hundertste (1,06 Prozent) war über 65 Jahre alt.

10. Je jünger die Konsumenten, desto früher gehen sie auf Schnäppchenjagd

Jüngere Verbraucher gehen am Black Friday früher auf Schnäppchenjagd. Vor allem in der Altersgruppe der 18- bis 24-, 25- bis 34- und 35- bis 44-jährigen steigt die Nachfrage schon um vier Uhr morgens merklich an und erreicht gegen zehn Uhr ihren Höhepunkt. Suchten am Black Friday 2017 morgens um sieben Uhr erst 11.700 18 bis 24-jährige auf Gutscheinsammler.de und mydealz.de nach Angeboten, waren es um zehn Uhr satte 17.000. Eine Stunde früher erreichte die Nachfrage bei den 25- bis 34-jährigen ihren Höhepunkt: Um neun Uhr suchten 36.500 Verbraucher im Alter von 25- bis 34-jährigen am Black Friday 2017 nach Angeboten. Ein noch größerer Anstieg lässt sich auch noch bei 35- bis 44-jährigen beobachten. Von 5 Uhr (4.283 Besucher) bis acht Uhr morgens (16.200 Besucher) vervierfachte sich die Nachfrage nahezu. Bei älteren Verbrauchern verteilte sich die Nachfrage deutlich gleichmäßiger über den Tag.

—
*Wie das Nachrichtenmagazin „Der Spiegel“ in seiner aktuellen Ausgabe (Nr. 47/2018, VÖ: 17. November 2018) berichtet, schätzt der Handelsverband Deutschland (HDE) den Umsatz, den Händler am Black Friday und Cyber Monday generieren auf 2,4 Milliarden Euro.

—
Über Gutscheinsammler (www.gutscheinsammler.de):

Gutscheinsammler ist eine Marke der Webgears GmbH. Das Unternehmen betreibt Smartshopping-Portale weltweit. Ziel ist es, den Nutzern zur richtigen Zeit die passenden Gutscheine zu präsentieren und so Einkaufserlebnisse mit Mehrwert zu schaffen. Gleichzeitig bietet Webgears seinen B2B Partnern verbesserte Monetarisierung und qualitativ hochwertige Inhalte mit Erfolgsgarantie. Gutscheinsammler.de gehört zu den führenden Gutscheinportalen im deutschsprachigen Web und wurde 2017 zweimal zum Testsieger der Online-Rabattportale gekürt. 2010 gestartet, ist Gutscheinsammler mittlerweile ein sehr erfolgreiches Publishing-Portal für Coupons im deutschsprachigen Raum und ebenso beliebt wie seine White-Label-Partner-Portale mit monatlich insgesamt 3,7 Millionen Visits. Die Webgears GmbH hat ihren Sitz in Götzis (Österreich) und Berlin. Geschäftsführer ist Alexander Bitsche, welcher das Unternehmen gemeinsam mit Daniel Ender und Tobias Klien gegründet hat. Das Unternehmen beschäftigt derzeit 35 Mitarbeiter.

Über mydealz (www.mydealz.de):

mydealz wurde im Jahr 2007 von Fabian Spielberger als Blog gegründet und ist heute mit 35,5 Millionen Sessions pro Monat das größte deutsche Social-Commerce-Netzwerk. 6,7 Millionen Konsumenten nutzen mydealz monatlich, um Angebote einzustellen, zu diskutieren und zu bewerten und so Produkte zu den besten Konditionen am Markt zu finden. Seit 2014 ist mydealz 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).

Medienkontakt

Gutscheinsammler.de/Webgears GmbH

Sabrina Andresen

E-Mail: sabrina.andresen@webgears.de

Telefon: 0049 (0)30 208 483 405

mydealz.de/Pepper Media Holding GmbH

Michael Hensch

E-Mail: michael@pepper.com

Telefon: 0049 (0)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 14 countries on four 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), [Pepper.ru](#) (Russia), [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.

 pr.co



Pepper Media Holding Pressemitteilungen

