



© 07 November 2019, 09:55 (CET)

## Schnäppchenjagd am Black Friday: Diese Rabatte sind realistisch

**Berlin, 7. November 2019. Keine drei Wochen mehr, dann ist es soweit: Am 25. November beginnt mit der Cyber Week die Zeit der Schnäppchenjäger. „Bis zu 90 Prozent“ sollen Verbraucher in der Cyber Week und speziell am Black Friday (29. November) angeblich sparen können. Aber stimmen die Werbeversprechen wirklich? Das Verbraucherforum mydealz hat 63.723 Angebote der letzten fünf Jahre analysiert und kommt zu einem anderen Urteil: 90 Prozent konnten Verbraucher in den letzten fünf Jahren äußerst selten sparen. Tatsächlich betrug die durchschnittliche Ersparnis „nur“ 38,9 Prozent. Verbraucher sind gut beraten, Werbeversprechen zu hinterfragen.**

Der Countdown tickt, der Lagerbestand ist begrenzt und der Preis doch eigentlich verlockend niedrig. Wer kann schon widerstehen, wenn er das neue Smartphone 400 Euro günstiger, sein Lieblingsparfüm mit vierzig Prozent Rabatt und die ohnehin benötigte Winterjacke sogar für ein Drittel ihres eigentlichen Preises kaufen kann? Nicht selten greifen Händler und Hersteller im Weihnachtsgeschäft und vor allem am Black Friday tief in die Trickkiste, um ihren Umsatz anzukurbeln.

Gerade bei Rabattangaben sollten Verbraucher aber genau hinsehen, rät das Verbraucherforum mydealz. Die Shopping-Experten begleiten den Black Friday seit seiner Premiere in Deutschland im Jahr 2006 und stellen fest: Noch immer tricksen Händler bei Rabattangaben. Die Höhe des Preisnachlasses berechnen sie nicht ausgehend vom Marktpreis, sondern vom meist 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.

## **Software, Reisen und Lebensmittel bieten das größte Schnäppchenpotential**

Keiner hat etwas zu verschenken. Diese vielleicht unbequeme Wahrheit sollten Verbraucher im Hinterkopf behalten, wenn sie dieses Jahr in der Cyber Week (25. November bis 2. Dezember) auf Schnäppchenjagd gehen. Sparen können sie aber trotzdem: Apps und Software sind rund um den Black Friday traditionell besonders preiswert. Von allen zehn von mydealz bei der Analyse berücksichtigten Warengruppen wiesen sie die höchsten Rabatte auf: Durchschnittlich 66,1 Prozent konnten Verbraucher in den letzten fünf Jahren beim Kauf von Apps und Software sparen. Reisen folgten mit einer durchschnittlichen Rabatthöhe von 39,6 Prozent auf dem zweiten Rang. Lebensmittel (38,2 Prozent) vervollständigten die Top-3 der Warengruppen mit dem größten Schnäppchenpotential.

## **Videospiele, Filme und Möbel sind im Schnitt vierzig Prozent preiswerter**

Die beiden Warengruppen Videospiele und Filme sowie Möbel und Dekoartikel komplettierten in den letzten fünf Jahren die Top-5 der Warengruppen mit der größten durchschnittlichen Rabatthöhe. Händler senkten die Preise für Filme auf Blu-ray Disc und DVD sowie Videospiele für den PC und Konsolen wie die PlayStation 4, Wii U oder Xbox One um durchschnittlich 37,7 Prozent. Beim Kauf von Möbeln und Dekoartikeln konnten Verbraucher in der Cyber Week und am Black Friday der Jahre 2014 bis 2018 im Schnitt 35,0 Prozent sparen.

Von ähnlich hohen Rabatten profitierten Verbraucher auch beim Kauf von Kosmetika und Parfüm. Deren Preise sind in den letzten Jahren in der Cyber Week und speziell am Black Friday um 34,8 Prozent gesunken. Händler von Mode und Accessoires senkten ihre Preise zeitgleich um 34,2 Prozent, Anbieter von Sportartikeln um 32,2 Prozent.

## **Spielzeug und Elektronikartikel rund ein Viertel günstiger**

Wer hofft, Spielzeug oder Elektronikartikel in der Cyber Week besonders günstig kaufen zu können, dürfte enttäuscht werden. Spielzeug und Elektronikartikel sind klassische Weihnachtsgeschenke – und werden so stark nachgefragt, dass Händler ihre Preise auch am Black Friday nicht allzu stark senken. Durchschnittlich 27,4 Prozent konnten Verbraucher so in den letzten fünf Jahren sparen, wenn sie Spielzeug in der Cyber Week kauften.

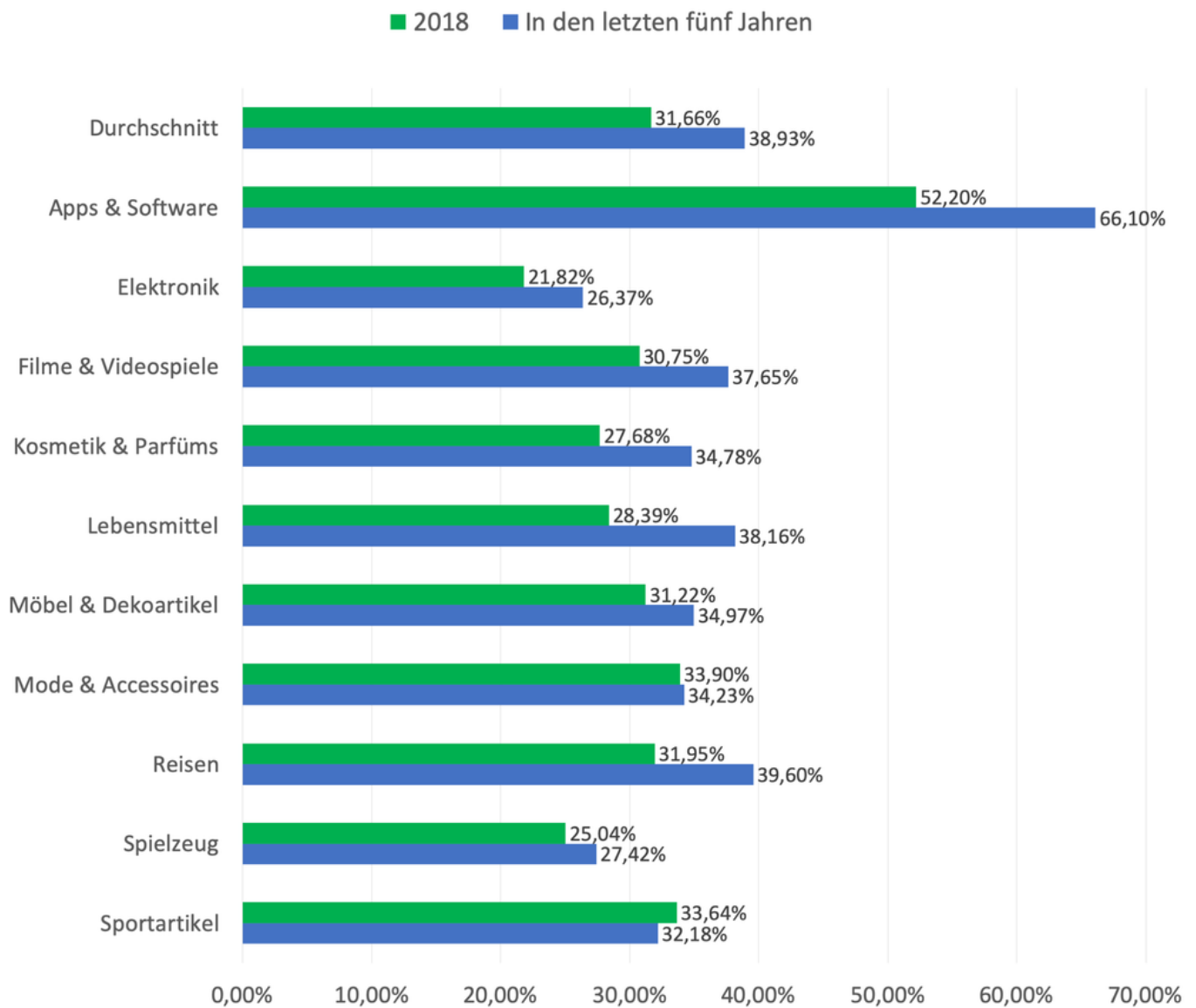
Bei Elektronikartikeln fiel die durchschnittliche Ersparnis sogar so niedrig aus wie bei keiner anderen der zehn analysierten Warengruppen: Geringe Margen und eine starke Nachfrage führten in den letzten fünf Jahren dazu, dass Verbraucher beim Kauf von Elektronikartikeln selbst am Black Friday „nur“ 26,4 Prozent sparen konnten.

## **Geringere Rabatte, aber mehr Angebote**

Über welche Angebote sich Verbraucher dieses Jahr in der Cyber Week und am Black Friday freuen können, ist noch nicht bekannt. In den letzten Jahren konnten die Shopping-Experten von mydealz aber zwei Trends beobachten: Vor fünf Jahren profitierten Verbraucher insgesamt noch von höheren Rabatten, hatten dafür allerdings weniger Auswahl: Von 51,2 Prozent im Jahr 2014 ist die durchschnittliche Ersparnis auf 31,7 Prozent im letzten Jahr zusammengeschrumpft.

Gleichzeitig profitieren Verbraucher aber von mehr Angeboten und einer auch thematisch breiteren Auswahl. Apple „importierte“ den Black Friday 2006 nach Deutschland und in den ersten Jahren warben hauptsächlich Elektronikhändler und -hersteller mit speziellen Black Friday-Angeboten. Heute finden Verbraucher am Black Friday und in der gesamten Cyber Week aber eine deutlich breitere Auswahl. 2016 zählte mydealz in der Cyber Week noch 8.620 verschiedene Angebote. 2018 waren es bereits 18.853 Angebote. Neben Elektronikhändlern senken am Black Friday inzwischen regelmäßig auch Marken wie Adidas, Nike, Puma und Reebok, Parfümerien wie Douglas oder Sephora oder Akteure aus dem Reisebereich wie Aida, Easyjet, Ryanair, Lufthansa oder TUI ihre Preise.

## So viel konnten Konsumenten in den letzten fünf Jahren am Black Friday und in der Cyber Week sparen



---

### Datenblatt

Ein Datenblatt zur obenstehenden Analyse finden Sie hier: <https://mdz.me/discountde>

---

### Bildmaterial

Bildmaterial zur freien redaktionellen Verwendung finden Sie hier:

<https://mdz.me/pressebilder>

--

### **Hinweis zur Methodik**

Die obenstehenden Annahmen basieren auf einer Analyse, die das Verbraucherforum mydealz auf Basis von 63.723 Angeboten durchgeführt hat, die seine inzwischen über eine Million Mitglieder in den Cyber Weeks und am Black Friday der Jahre 2014 bis 2018 geteilt haben. Differenziert wurde hierbei nach Jahr und Warengruppe. Über frühere Studien wie die eines bekannten Preisvergleichsportals geht die hier vorliegende Analyse hinaus, weil der jeweils günstigste Preis eines Preisvergleichsportals als Marktpreis gilt, von dem ausgehend der tatsächliche, tagesaktuelle Preisvorteil eines Angebots berechnet wurde. Alle Rabattangaben wurden folglich nach der Gleichung "Niedrigster Preisvergleichsportalspreis - Angebots-Preis = Rabatt" ermittelt.

--

### **Über mydealz**

mydealz wurde im April 2007 von Fabian Spielberger als Blog gegründet und ist heute mit 50,9 Millionen Kontakten pro Monat die größte Social-Shopping-Plattform. 6,7 Millionen Konsumenten (Unique User) nutzen mydealz jeden Monat, 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 neben Deutschland auch in Brasilien, Frankreich, Großbritannien, Indien, Mexiko, den Niederlanden, Österreich, Polen, Russland und Spanien betreibt. Monatliche nutzen 25 Millionen Verbraucher die zwölf Pepper-Plattformen, um sich über aktuelle Angebote auszutauschen und 12.000 Kaufentscheidungen pro Minute zu treffen.

--

### **Eine kurze Bitte zum Schluss**

Wir freuen uns immer sehr, wenn die von uns geteilten Informationen auch für Sie relevant sind, möchten Sie jedoch höflich bitten, auf die richtige Schreibweise unseres Namens zu achten. Schreibweisen wie „myDealz“ oder „MyDealz“ sind veraltet. Wir selber schreiben unseren Namen seit mehreren Monaten komplett in Kleinbuchstaben: „mydealz“. Vielen Dank für Ihr Verständnis.

---

## Pressekontakt



### Austria, Germany

Michael Hensch

Public Relations Manager

[pr\\_de@pepper.com](mailto:pr_de@pepper.com)

+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 eleven 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 **Dealabs** (France), **DesiDime** (India), **HotUKDeals** (United Kingdom), **mydealz** (Germany), **Pelando.com.br** (Brazil), **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