



© 12 November 2019, 09:55 (CET)

Zehn Fakten zum Black Friday: Das müssen Sie zum Shopping-Event wissen

Wien/Berlin, 12. November 2019. Österreich ist im Schnäppchenfieber, denn bald ist es soweit: Am 29. November findet mit dem Black Friday zum 14. Mal ein Shopping-Event der Superlative statt. Tausende Händler und Hersteller werben dann wieder mit Rabatten und lassen ihre Kassen klingeln. Das Verbraucherforum Preisjäger hat zehn Fakten zum Black Friday zusammengestellt, die helfen, das Shopping-Event besser zu verstehen.

1. Der Black Friday findet dieses Jahr am 29. November statt

Der Black Friday kommt ursprünglich aus den USA und findet dort immer am Tag nach Thanksgiving, dem amerikanischen Erntedankfest statt. Weil die Amerikaner Thanksgiving traditionell am letzten Donnerstag im November feiern, findet der Black Friday immer am letzten Freitag im November statt. Dieses Jahr ist das der 29. November, nächstes Jahr der 27. November und 2021 der 26. November.

2. Woher der Black Friday seinen Namen hat, ist ungeklärt

Seine Premiere feierte der Black Friday im Jahr 1961 in den USA. Am Brückentag nach Thanksgiving lockten lokale Händler in Philadelphia damals Verbraucher mit Rabatten in die City. Woher der Black Friday seinen Namen hat, ist aber umstritten. Eine Theorie besagt, die Händler hätten so viel Umsatz gemacht, dass ihre Hände vom Zählen der Dollarnoten ganz schwarz („black“) gewesen seien. Einer anderen Theorie zufolge, strömten so viele Verbraucher in die Innenstadt, dass die Polizei die Menschenmenge nur noch als schwarze Masse wahrnahm.

3. Apple brachte den Black Friday 2006 zu uns

Apple hat den Black Friday in den deutschsprachigen Raum gebracht. 2006 schwächelte der Absatz des iPods und Apple lud für den 24. November 2006 zu einem „eintägigen Shopping-Event“. Eigentlich wollte der „iPhone-Erfinder“ nur seine Lagerbestände abverkaufen. Er importierte damit aber die Tradition des Black Friday, der hierzulande dieses Jahr bereits zum 14. Mal stattfindet.

4. Der Black Friday hat viele Namen

Wer in den nächsten Tagen online auf Preisjagd geht, wird auf viele Begriffe treffen. Manche Händler werben mit dem Namen „Black Friday“. Andere veranstalten aber auch ein „Black Weekend“, laden zur „Red Week“ oder trommeln für den „Black Week Sale“. Der Grund für dieses Wirrwarr ist absurd: In Deutschland ist der Begriff „Black Friday“ wegen einer Fehlentscheidung des Deutschen Marken- und Patentamts noch als Marke eingetragen. Ein Lösungsverfahren läuft bereits, ist aber noch nicht abgeschlossen. Das Österreichische Patentamt war smarter und hat den Antrag auf Markenmeldung im April 2018 abgelehnt.

5. Rabatte gibt es (fast) überall

So verschieden die Namen der Werbeaktionen sind, so vielfältig ist auch der Black Friday selbst. Der Black Friday ist ein dezentrales Shopping-Event, das keinen Veranstalter hat und auch kein offizielles Internetportal. Tatsächlich können Verbraucher am Black Friday fast überall sparen. Händler, Hersteller und Anbieter aus verschiedensten Bereichen und Warengruppen haben den Black Friday für sich entdeckt und werben unabhängig voneinander mit Rabatten. Sparen können Verbraucher allerdings nicht „bis zu 90 Prozent“, wie die Werbung suggeriert. Die tatsächliche Ersparnis lag in den letzten drei Jahren nur bei 32,9 Prozent. Dies zeigt eine [Analyse des Verbraucherforums Preisjäger](#).

6. Der Black Friday findet auch in vielen Städten statt

Anders als in den USA senkten in Österreich am Black Friday in den ersten Jahren vor allem Online-Shops ihre Preise. Inzwischen haben aber auch viele Einzelhändler den Black Friday für sich entdeckt. In Großstädten wie Graz, Innsbruck, Klagenfurt, Salzburg und Wien verabredeten sich Einzelhändler in den letzten Jahren zu gemeinsamen Rabattaktionen. Und auch dieses Jahr dürfte sich der Einkaufsbummel durch die City lohnen.

7. Am Black Friday können Konsumenten im Schnitt 32,9 Euro sparen

Mit Rabatten von „bis zu neunzig Prozent“ werben manche Händler und Plattform-Betreiber am Black Friday. Blind vertrauen sollten Verbraucher den Werbeversprechen aber nicht, sondern Rabattangaben lieber kritisch hinterfragen. Den Rabatt berechnen manche Händler ausgehend von der Unverbindlichen Preisempfehlung (UVP) des Herstellers statt vom deutlich niedrigeren tatsächlichen Verkaufspreis. Richtig kalkuliert, sparten Verbraucher in den letzten drei Jahren so durchschnittlich 32,9 Prozent. Dies ergab eine Analyse des Portals preisjager.at.

8. Vor allem Elektronikartikel sind am Black Friday begehrt

Elektronikartikel, Filme und Spiele sowie Mode kaufen Konsumenten am Black Friday besonders gerne. Auch dies zeigt eine Preisjäger-Analyse. 455.602 Kaufinteressenten vermittelte Preisjäger vergangenes Jahr rund um den Black Friday. Jeder Dritte von ihnen (33,3 Prozent) interessierte sich für Elektronikartikel. Filme und Musik standen bei jedem Siebten (13,8 Prozent) auf dem Einkaufszettel und nach Angeboten aus dem Modebereich hielt jeder knapp jeder Zehnte (9,7 Prozent) Ausschau.

9. Am Black-Friday-Wochenende könnten Händler 3,3 Milliarden Euro umsetzen

2,4 Milliarden Euro setzten deutsche Händler 2018, dem Handelsverband Deutschland (HDE) zufolge, in den vier Tagen vom Black Friday bis zum Cyber Monday um. Auf immerhin 100 Millionen Euro Umsatz brachten es österreichische Händler, der Wirtschaftskammer zufolge. Zahlen für dieses Jahr liegen noch nicht vor. Setzt sich das Wachstum der letzten fünf Jahre von durchschnittlich 38,3 Prozent pro Jahr fort, dürfen Händler dieses Jahr am Wochenende vom Black Friday bis zum Cyber Monday 3,3 Milliarden Euro umsetzen.

10. Rabatte gibt es eine ganze Woche lang

Der Black Friday ist nicht der einzige Tag, an dem Verbraucher Ende November sparen können. Tatsächlich ist aus dem Black Friday inzwischen ein Shopping-Event geworden, das eine ganze Woche dauert. Schon am Montag vor dem Black Friday senkten Händler wie Amazon und Media Markt letztes Jahr ihre Preise. Hersteller wie Adidas und Nike zogen am Mittwoch nach. Auch dieses Jahr können Verbraucher die ersten Schnäppchen so bereits in den Tagen vor dem Black Friday machen.

Bildmaterial

Bildmaterial zur freien redaktionellen Verwendung finden Sie hier:

<https://mdz.me/pressebilder>

Über Preisjäger (www.preisjaeger.at):

Preisjäger wurde im April 2008 als Blog gegründet und ist heute mit 1,6 Millionen Besuchen pro Monat das größte österreichische Verbraucherforum. Abertausende Smart-Shopper nutzen Preisjäger täglich, 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, der weltweit größten Shopping-Community, deren monatlich 25 Millionen Nutzer mithilfe der Pepper.com-Plattformen 12.000 Kaufentscheidungen pro Minute treffen. Zu Pepper.com zählen neben Preisjäger die Plattformen Chollometro (Spanien), Dealabs (Frankreich), DesiDime (Indien), hotukdeals (Großbritannien), mydealz (Deutschland), nl.pepper.com (Niederlande), Pelando (Brasilien), Pepper.pl (Polen), Pepper.ru (Russland) und Promodescuentos (Mexiko).

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