



© 12 November 2019, 09:25 (CET)

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

Berlin, 12. November 2019. Deutschland 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. Setzt sich das Wachstum der letzten fünf Jahre fort, setzen sie an nur einem Wochenende 3,3 Milliarden Euro um. Das Verbraucherforum mydealz 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 importierte den Black Friday 2006 nach Deutschland

Apple hat den Black Friday nach Deutschland 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 begründete damit aber die Tradition des deutschen Black Friday, der hierzulande dieses Jahr bereits zum 14. Mal stattfindet.

4. In Deutschland hat der Black Friday viele Namen

Wer in den nächsten Tagen online oder in der Innenstadt auf Schnäppchenjagd 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: Wegen einer Fehlentscheidung des Deutschen Patent- und Markenamts ist der Begriff „Black Friday“ noch als Marke eingetragen. Die Markenrechte liegen bei einer Firma aus Hongkong. Über die Löschung wurde Ende September vor dem Bundespatentgericht in München verhandelt. Das Urteil steht aber noch aus.

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 fünf Jahren nur bei 38,9 Prozent. Dies zeigt eine [Analyse des Verbraucherforums mydealz.de](#).

6. In vielen Städten senken lokale Händler am Black Friday ihre Preise

Anders als in den USA senkten in Deutschland 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 Berlin, Frankfurt, Hamburg, Köln und München, aber auch in kleineren Städten wie Gießen, Göttingen, Kaufbeuren und Würzburg verabredeten sich Einzelhändler in den letzten Jahren zu gemeinsamen Rabattaktionen. Und auch dieses Jahr dürfte sich der Einkaufsbummel durch die City lohnen.

7. Vor allem Frauen möchten am Black Friday einkaufen

Vier von zehn Verbrauchern (43,7 Prozent) möchten dieses Jahr am Black Friday auf Schnäppchenjagd gehen. Dies ergab eine von mydealz beauftragte repräsentative Umfrage. Vor allem Frauen fiebern dem Shopping-Event entgegen. 47,9 Prozent der Frauen, aber nur 39,6 Prozent der Männer wollen dieses Jahr am Black Friday etwas kaufen. Von allen Altersgruppen sind die 25 bis 34-jährigen besonders am Black Friday interessiert. Von ihnen möchten 60,9 Prozent auf Schnäppchenjagd gehen. Am wenigsten Resonanz findet der Black Friday indes bei Verbrauchern im Alter über 65 Jahren. Von ihnen möchten nur 28,5 Prozent am Black Friday etwas kaufen.

8. Am Black Friday geben Verbraucher pro Kopf 222 Euro Euro aus

222,20 Euro pro Kopf möchten Verbraucher dieses Jahr durchschnittlich für ihre Einkäufe am Black Friday ausgeben, 153,19 Euro im Online-Handel und 69,01 Euro im klassischen Handel. Auch dies geht aus der von Statista für mydealz durchgeführten Umfrage hervor. Männer sind dabei mit durchschnittlichen Ausgaben von 258,44 Euro deutlich ausgabefreudiger als Frauen, die am Black Friday „nur“ für 193,53 Euro einkaufen möchten. Von allen Altersgruppen wollen 55- bis 64-jährige am tiefsten in die Tasche greifen: Sie kaufen durchschnittlich für 273,10 Euro ein. Nur 177,07 Euro möchten hingegen die 16- bis 24-jährigen ausgeben – so wenig wie keine andere Altersgruppe.

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

2,4 Milliarden Euro setzten Händler 2018, dem Handelsverband Deutschland (HDE) zufolge, in den vier Tagen vom Black Friday bis zum Cyber Monday um. 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 sich Händler dieses Jahr am Wochenende vom Black Friday bis zum Cyber Monday über Umsätze in Höhe von 3,3 Milliarden Euro freuen.

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, Media Markt und Otto letztes Jahr ihre Preise. Hersteller wie Adidas und Nike zogen am Mittwoch nach. Auch dieses Jahr dürften Verbraucher die ersten Schnäppchen so bereits in den Tagen vor dem Black Friday finden.

--

Bildmaterial

Bildmaterial zur freien redaktionellen Verwendung finden Sie hier:

<https://mdz.me/pressebilder>

--

Über mydealz

mydealz wurde im April 2007 von Fabian Spielberg 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

+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.



Pepper Media Holding