

Das sind die zehn größten Shopping-Events weltweit



Infografik: Das sind die größten Shopping-Events der Welt | Die Grafiken zur freien redaktionellen Verwendung finden Sie hier: <https://mdz.me/pressebilder>

Berlin, 12. November 2019. Für 268,4 Milliarden Yuan, umgerechnet also für 34,8 Milliarden Euro, kauften chinesische Verbraucher am Montag bei Alibaba ein. Erneut richtete der chinesische E-Commerce-Gigant mit dem Singles Day das umsatzstärkste Shopping-Event der Welt aus. Was es mit dem Singles Day auf sich hat und welche anderen großen Shopping-Events es gibt, erklärt das Verbraucherforum mydealz.

1. Singles Day – China

Nächster Termin: 11. November 2020

Erstmalig am: 11. November 1993

Umsatz in 2019: 34,78 Milliarden Euro

268,4 Milliarden Yuan, umgerechnet also 34,78 Milliarden Euro setzte Alibaba am Montag innerhalb von nur 24 Stunden um, die erste Milliarde US-Dollar – dank Vorbestellungen – schon nach einer Stunde und sieben Sekunden. Erneut stellte Chinas größter Online-Händler damit einen neuen Rekord auf. Im Vergleich zum Vorjahr gaben Konsumenten beim größten chinesischen E-Commerce-Konzern 26 Prozent mehr aus. Auch in diesem Jahr war der Singles Day damit das umsatzstärkste Shopping-Event der Welt. Dabei ist der Singles Day vergleichsweise jung: Alibaba veranstaltete den Singles Day dieses Jahr erst zum elften Mal und setzte damit eine Tradition fort, die Studenten der Nanjing Universität 1993 begründeten. Als Datum wählten sie den 11. 11. – eine Folge von vier Einsen – damals bewusst: Sie waren Singles und wollten mit kleinen Geschenken einander eine Freude machen.

2. Cyber Weekend – USA

Nächster Termin: 29. November bzw. 2. Dezember 2019

Erstmalig am: 24. November 1961 bzw. 1. Dezember 2003

Umsatz in 2018: 21,19 Milliarden Euro

24,2 Milliarden Dollar, umgerechnet also 21,9 Milliarden Euro, gaben amerikanische Verbraucher letztes Jahr in den fünf Tagen von Thanksgiving bis zum Cyber Monday aus. Ein neuer Umsatzrekord für den Handel. Allein die Umsätze am Black Friday stiegen, laut Adobe Insights, gegenüber dem Vorjahr um 28 Prozent auf 6,2 Milliarden Dollar. Noch kauffreudiger waren „die Amis“ am Cyber Monday: An ihm kauften sie für 7,9 Milliarden Dollar ein – und gaben damit 19,7 Prozent mehr aus als noch 2017. Dabei ist der Cyber Monday in den USA vergleichsweise jung. Erst 2003 riefen ihn Online-Händler ins Leben – als Pendant zum Black Friday, der seine Premiere bereits 1961 in Philadelphia feierte.

3. Black Friday und Cyber Monday – Großbritannien

Nächster Termin: 29. November bzw. 2. Dezember 2019

Erstmalig am: 28. November 2003 bzw. 30. November 2009

Umsatz in 2018: 7,79 Milliarden Euro

Der Brexit hält die Briten in Atem und ließ zuletzt auch die Umsätze sinken, die britische Händler in den vier Tagen vom Black Friday bis zum Cyber Monday erzielen konnten. Kaufte britische Verbraucher 2017 am Cyber Weekend noch für 8,71 Milliarden Euro ein, gaben sie – Sigma zufolge – dieses Jahr nur noch 7,79 Milliarden Euro aus. Das britische Cyber Weekend war damit zwar noch immer das drittstärkste Shopping-Event der Welt. Für den Handel dürfte dies jedoch nur ein schwacher Trost sein. Das British Retail Consortium sprach davon, britische Händler hätten das schlechteste Weihnachtsgeschäft dieses Jahrzehnts erlebt.

4. El Buen Fin – Mexiko

Nächster Termin: 15. bis 18. November 2019

Erstmalig am: 18. bis 21. November 2011

Umsatz in 2018: 4,67 Milliarden Euro

Auf 101,5 Milliarden Pesos (4,67 Milliarden Euro) bezifferte José Manuel López Campos, der Präsident der mexikanischen Handelskammer, den Umsatz, den mexikanische Händler 2018 am El Buen Fin („Das gute Ende“) machten. Wie schon in den Vorjahren war das El Buen Fin damit das viertgrößte Shopping-Event der Welt. Sein Initiator ist der Staat. Um die lokale Wirtschaft zu stärken, verlost die Steuerbehörde jährlich 150.000 Geldpreise im Gesamtwert von 500 Millionen Pesos. An der Verlosung nimmt jeder teil, der während des El Buen Fin mit seiner Kreditkarte einkauft. Verbraucherschützer warnen deshalb davor, dass sich viele Mexikaner aus Hoffnung auf einen Gewinn verschulden.

5. Dubai Shopping Festival (DSF) – Dubai

Nächster Termin: 26. Dezember 2019 bis 24. Januar 2020

Erstmalig am: 15. Februar bis 16. März 1996

Umsatz in 2018: 4,53 Milliarden Euro

Von anfangs 1,6 Milliarden US-Dollar bei seiner Premiere im Jahr 1996 ist das Dubai Shopping Festival in den letzten 23 Jahren zu einem echten Umsatzgiganten gewachsen: 5 Milliarden US-Dollar, umgerechnet also 4,53 Milliarden Euro, setzten lokale Händler beim letzten Dubai Shopping Festival um, das vom 26. Dezember 2018 bis zum 2. Februar dieses Jahres dauerte. Ähnlich wie beim El Buen Fin in Mexiko können Verbraucher beim Dubai Shopping Festival steuerfrei einkaufen. Die Vereinigten Arabischen Emirate möchten so einerseits den Tourismus ankurbeln und es andererseits der Bevölkerung ermöglichen, preiswert einzukaufen.

6. Diwali Festival – Indien

Nächster Termin: 14. November 2020

Erstmalig am: unklar

Umsatz in 2019: 2,72 Milliarden Euro

Drei Milliarden US-Dollar, also rund 2,72 Milliarden Euro, gaben indische Verbraucher vergangenes Jahr beim Diwali-Festival aus. Statista zufolge, kauften rund zwanzig Millionen der 1,33 Milliarden Einwohner des Subkontinents online ein – vor allem Feuerwerk und Lichter. Beim Diwali Festival feiern die Hindus nämlich die Rückkehr ihres Gottes Lord Rama in sein Königreich, die sinnbildlich für den Sieg des Lichts über den Schatten steht, des Guten über das Böse.

7. Black Friday und Cyber Monday – Deutschland

Nächster Termin: 29. November bzw. 2. Dezember 2019

Erstmalig am: 28. November 2007 bzw. 30. November 2009

Umsatz in 2018: 2,4 Milliarden Euro

Der Black Friday findet hierzulande dieses Jahr erst zum vierzehnten, der Cyber Monday sogar erst zum zwölften statt und beide Tage haben sich längst als umsatzstärkste Shopping-Events in Deutschland etabliert. Für 2,4 Milliarden Euro kauften Verbraucher, dem HDE zufolge, vergangenes Jahr in den vier Tagen vom Black Friday bis zum Cyber Monday ein. Im Ranking der umsatzstärksten Shopping-Events der Welt rangierte das deutsche Cyber Weekend damit auf Platz sieben.

8. Boxing Day – Australien

Nächster Termin: 26. Dezember 2019

Erstmalig am: 26. Dezember 1931

Umsatz in 2018: 1,49 Milliarden Euro

„Down under“ sorgt eine ursprünglich britische Tradition jedes Jahr am ersten verkaufsoffenen Tag nach Weihnachten für klingelnde Kassen. In Australien, das seit 88 Jahren zum Commonwealth of Nations zählt, strömen Konsumenten jedes Jahr am 26. Dezember in die Läden, um Gutscheine einzulösen und Geschenke umzutauschen. Händler kurbeln den Umsatz mit speziellen Aktionen und Rabatten zusätzlich an. Am Boxing Day 2018 kauften die Australier so, der Australian Retailers Association zufolge, für 2,4 Milliarden Dollar (1,49 Milliarden Euro) ein und gaben damit 3,1 Prozent mehr aus als 2017.

9. Black Friday und Cyber Monday – Frankreich

Nächster Termin: 29. November bzw. 2. Dezember 2019

Erstmalig am: 26. November 2010 bzw. 28. November 2011

Umsatz in 2018: 966 Millionen Euro

Im Vergleich zu Großbritannien und Deutschland sind der Black Friday und Cyber Monday in Frankreich noch vergleichsweise jung. Erst 2010 kam der Black Friday nach Frankreich. Ein Jahr später folgte der Cyber Monday. Die Umsätze, die Online-Händler an diesen Tagen und dem dazwischenliegenden Wochenende verbuchen konnten, summierten sich letztes Jahr aber bereits auf 966 Millionen Euro. Sie stiegen damit, dem Centre for Retail Research zufolge, um 14,3 Prozent.

10. Black Friday - Brasilien

Nächster Termin: 29. November 2019

Erstmalig am: 23. November 2012

Umsatz in 2018: 616,3 Millionen Euro

Auch in Brasilien, dem bevölkerungsreichsten Land Südamerikas, kennen Händler und Verbraucher den Black Friday. Er findet hier seit 2012 statt und steigt schnell in der Gunst der Verbraucher. 2018 kauften die Brasilianer am Black Friday – einer Ebit/Nielsen-Studie zufolge – bereits für 679 Millionen US-Dollar (616 Millionen Euro) ein und gaben damit 23 Prozent mehr aus als noch 2017. Der brasilianische Black Friday liegt damit auf Rang zehn der umsatzstärksten Shopping-Events. Der Cyber Monday hat es indes noch nicht nach Brasilien geschafft.

TOP-10 DER GRÖßTEN SHOPPING-EVENTS DER WELT

1

China

Singles Day

📅 11. 11. 2020

📅 11. 11. 1993

📊 Umsatz in 2019: 34,78 Milliarden Euro

2

USA

Cyber Weekend

📅 29. 11. 2019

📅 02. 12. 2019

📅 24. 11. 1961

📅 01. 12. 2003

📊 Umsatz in 2018: 21,19 Milliarden Euro

3

Großbritannien

Black Friday und Cyber Monday

📅 29. 11. 2019

📅 02. 12. 2019

📅 28. 11. 2003

📅 30. 11. 2009

📊 Umsatz in 2018: 7,79 Milliarden Euro

4

Mexiko

El Buen Fin

📅 15. - 18. 11. 2019

📅 18. - 21. 11. 2011

📊 Umsatz in 2018: 4,67 Milliarden Euro

5

Dubai

Dubai Shopping Festival

📅 26. 12. 2019 - 24. 01. 2020

📅 15. 02. 1996 - 16. 03. 1996

📊 Umsatz in 2018: 4,53 Milliarden Euro

Indien

Diwali Festival

📅 14. 11. 2020

📅 unklar

📊 Umsatz in 2019: 2,72 Milliarden Euro

6

Deutschland

Black Friday und Cyber Monday

📅 29. 11. 2019

📅 02. 12. 2019

📅 24. 11. 2006

📅 30. 11. 2009

📊 Umsatz in 2018: 2,4 Milliarden Euro

7

Australien

Boxing Day

📅 26. 12. 2019

📅 26. 12. 1931

📊 Umsatz in 2018: 1,49 Milliarden Euro

8

Frankreich

Black Friday und Cyber Monday

📅 29. 11. 2019

📅 02. 12. 2019

📅 26. 11. 2010

📅 28. 11. 2011

📊 Umsatz in 2018: 966 Millionen Euro

9



Infografik: Das sind die größten Shopping-Events der Welt | Die Grafiken zur freien redaktionellen Verwendung finden Sie hier: <https://mdz.me/pressebilder>

--

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

+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