



© 22 November 2019, 10:15 (CET)

Vorsicht, Falle! Mit diesen Verkaufstricks müssen Verbraucher in der Black Friday Woche rechnen

Berlin, 22. November 2019. Jetzt ist es soweit: Heute startet bei Amazon die „Black Friday Woche“ und mit ihr beginnen für Verbraucher stressige und für Händler rosige Zeiten. Allein am Black Friday (29. November) möchten dieses Jahr 43,7 Prozent der Deutschen einkaufen und dabei im Schnitt 222,20 Euro ausgeben, wie eine [repräsentative Umfrage](#) zeigt. Dem Handelsverband Deutschland (HDE) zufolge, setzen Händler dann 3,1 Milliarden Euro um. Und damit möglichst viele Euro bei ihnen hängen bleiben, greifen manche Händler tief in die Trickkiste. Das Verbraucherforum mydealz erklärt die gängigsten Verkaufsmaschen und Fallstricke beim Online-Shopping.



Bildmaterial zur freien redaktionellen Verwendung finden Sie hier: <https://mdz.me/pressebilder>

1. Falsche Rabattangaben

An Tagen wie dem Black Friday und Cyber Monday überschlagen sich die Rabattangaben. Manche Händler brüsten sich damit, ihren Kunden bis zu 80 Prozent Rabatt einzuräumen. Wieder andere werben sogar mit bis zu 90 Prozent Rabatt. Blind vertrauen sollten Verbraucher den Rabattangaben aber nicht. Kein Händler hat etwas zu verschenken, manche tricksen aber. Entweder setzen sie den Preis kurzfristig hoch, um anschließend mit einem scheinbar attraktiven Rabatt werben zu können, oder sie berechnen den Rabatt gleich ausgehend vom deutlich über dem Marktpreis liegenden Unverbindlichen Verkaufspreis (UVP). Vor dem Kauf empfiehlt es sich deshalb in jedem Fall, die Preise mit Portalen wie Billiger.de, Geizhals oder Idealo zu vergleichen. In den letzten fünf Jahren betrug die durchschnittliche Ersparnis 38,9 Prozent, wie eine [Analyse des Verbraucherforums mydealz](#) ergeben hat.

2. Niedrige Preise – dank hoher Versandkosten

Auch wenn ein Produkt unschlagbar günstig ist, muss sich der Kauf noch lange nicht lohnen. Einige Online-Shops subventionieren Preisnachlässe quer, indem sie mit hohen Gebühren für den Versand arbeiten. Diese beinhalten dann neben dem eigentlichen Porto wenigstens auch einen Teil des vorher eingeräumten Rabatts. Betriebswirtschaftlich ergibt das Sinn. Für den Kunden kann es aber zum Nullsummenspiel werden, wenn hohe Versandkosten den anfänglichen Preisvorteil aufsaugen. Vor dem Kauf sollten Verbraucher die Versandkosten deshalb genau unter die Lupe nehmen. Sie werden meistens im letzten Schritt der Bestellung angezeigt.

3. Tickende Countdowns

Auf „Angebote des Tages“ und „Blitzangebote“ setzt Amazon auch dieses Jahr wieder bei seiner „Black Friday Woche“, die seit dem 22. November und noch bis zum 2. Dezember läuft. Diese Angebote gelten nur für einen Tag beziehungsweise sogar nur für wenige Minuten und sollen Verbraucher dazu drängen, schnell zuzuschlagen, bevor es zu spät ist. Für Amazon gilt dabei das gleiche wie für andere Händler, die teilweise sogar mit auffällig platzierten Countdowns arbeiten: Ruhe bewahren. Oft wiederholen sich Angebote und nicht selten bieten Händler ein Produkt zum gleichen Preis an, weil sich die großen Internethändler aneinander orientieren und ihre Preise automatisch von Algorithmen festlegen lassen.

4. „Nur solange der Vorrat erreicht“

Den Effekt der „künstlichen Verknappung“ erzeugen Händler auch auf anderem Wege. Wenn ein Angebot nicht „nur für kurze Zeit“ gilt, dann ist zumindest der Hinweis „Nur solange der Vorrat reicht“ gut sichtbar im Online-Shop platziert. Neben ihm findet sich gelegentlich der altbekannte Countdown, der statt der verbleibenden Zeit anzeigt, wie viele Produkte noch verfügbar sind. Auch durch diesen Trick sollten sich Verbraucher nicht unter Druck setzen lassen. Erstens, weil Händler wettbewerbsrechtlich gehalten sind, wenigstens für die ersten Stunden ausreichend viele Produkte vorzuhalten. Und zweitens, weil kaum ein Angebot einmalig ist.

5. Überlange Lieferzeiten

Viele Verbraucher nutzen die Rabattaktionen rund um den Black Friday, um preiswert Weihnachtsgeschenke zu kaufen. Wer Heiligabend nicht mit leeren Händen dastehen möchte, sollte vor dem Kauf aber einen genauen Blick auf die Lieferzeit werfen. Gerade in der Vorweihnachtszeit kann es sein, dass Paketdienste bestellte Produkte später zustellen als erwartet. Verbraucher sollten deshalb darauf achten, dass Händler eine möglichst niedrige Bearbeitungs- und Lieferzeit von einem bis maximal vier Tagen angeben. Fehlen Angaben zur Lieferzeit, sollten Verbraucher lieber vom Kauf absehen. Dann könnte es sein, dass Händler die Ware gar nicht vorrätig haben, sondern selber erst noch besorgen müssen.

6. Verkauf von Sondermodellen mit abgespeckten Funktionen

Wer Unterhaltungselektronik oder Haushaltsgeräte kaufen möchte, sollte genau prüfen, welches Produkt er in den Warenkorb legt. Oft bringen Hersteller verschiedene Varianten ihres Produkts auf den Markt und nicht selten unterscheiden sie sich in ihren Funktionen. Mal hat die Waschmaschine beispielsweise eine Zeitschaltfunktion und mal nicht. Und auch in Notebooks muss nicht zwangsläufig die gleiche Grafikkarte verbaut sein, nur weil sich die Produktnamen ähneln. Um nachher nicht enttäuscht zu sein, sollten Verbraucher deshalb einen genauen Blick auf die Seriennummer werfen.

7. Hohe Kosten bei Retouren

Verbrauchern, die online oder am Telefon bestellen, steht das Recht zu, innerhalb von vierzehn Tagen vom Kauf zurückzutreten. Haben sie die Ware bereits erhalten, sind sie verpflichtet, diese zurückzuschicken. Wer die Kosten trägt, ist aber von Händler zu Händler verschieden. Der Gesetzgeber sieht den Verbraucher in der Pflicht. Manche Händler sind aber so kulant, das Porto zu übernehmen. Informationen finden sich in der Widerrufsbelehrung. Muss der Verbraucher die Kosten für den Rückversand tragen, sollte er gerade bei sperrigen Produkten lieber vom Kauf absehen. Wer Weihnachtsgeschenke kauft, sollte zudem darauf achten, dass der Händler oder Hersteller auch beim Umtausch möglichst kulant ist und ein Umtauschrecht bis nach Weihnachten gewährt.

8. Verzögerte Rückzahlung bei Widerruf oder Umtausch

Auch wenn Händler oder Hersteller die Kosten für den Rückversand im Fall eines Widerrufs oder Umtauschs übernehmen, heißt das nicht, dass sie ihren Kunden ihr Geld auch zeitnah erstatten. Manche Unternehmen erstatten den Kaufbetrag erst einige Wochen, nachdem der Kunde ihnen die Ware zurückgeschickt hat. Das Recht erhalten sie durch die Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) und der Widerrufsbelehrung, denen Verbraucher beim Kauf zustimmen müssen. Wer nicht unnötig lange auf sein Geld warten möchte, sollte beide Vertragsbestandteile aufmerksam lesen.

9. Phishing

Mit verschiedenen Tricks versuchen Cyber-Kriminelle im Weihnachtsgeschäft an die Zahlungsdaten ihrer Opfer zu kommen. Beim Phishing senden sie Mails an Verbraucher und versuchen sie auf Internetseiten zu locken, die denen bekannter Online-Shops nachempfunden sind. Um nicht in ihre Falle zu tappen, sollten Verbraucher besonders vorsichtig sein. Anhänge von E-Mails sollten sie möglichst nicht öffnen und Links nur dann folgen, wenn sie vorher geprüft haben, dass die E-Mail-Adresse auch wirklich die des angegebenen Absenders ist. Auch bei Internetseiten sollten sie genau die Adresse prüfen, bevor sie ihre Daten eingeben. Zudem sollte sie darauf achten, dass die Verbindung verschlüsselt ist. Hierüber informiert ein „https“ zu Beginn der Internetadresse sowie bei manchen Browsern ein kleines geschlossenes Bügelschloss in der Adresszeile.

10. Pharming

Auch das Pharming ist ein beliebter Trick von Cyber-Kriminellen. Genauso wie beim Phishing sollen Verbraucher beim Pharming auf eine scheinbar echte Internetseite gelotst und dazu gebracht werden, dort ihre persönlichen Daten anzugeben. Die Art, wie Verbraucher hierhin gelotst werden, ist aber besonders perfide. Cyber-Kriminelle manipulieren die Internetseite, die sie kopieren möchten, sodass Verbraucher automatisch zur gefälschten Seite umgeleitet werden. Statt beim eigentlich von ihnen aufgerufenen Online-Shop landen sie also bei einer täuschend echt aussehenden Kopie. Auch deshalb empfiehlt es sich, vor der Eingabe von Daten die Internetadresse genau zu prüfen und sicherzugehen, dass die Verbindung verschlüsselt ist.

--

Bildmaterial

Bildmaterial zur freien redaktionellen Verwendung finden Sie hier: <https://mdz.me/pressebilder>

--

Weitere Informationen zum Black Friday

- [Umfrage zum Black Friday: Verbraucher geben im Schnitt 222 Euro aus](#)
- [Infografik: Das sind die zehn größten Shopping-Events der Welt](#)
- [Zehn Tipps für den Black Friday: So finden Verbraucher die besten Angebote](#)
- [Zehn Fakten zum Black Friday: Das müssen Sie zum Shopping-Event wissen](#)
- [Analyse zeigt: Die Tage vor dem Black Friday werden für Händler immer bedeutender](#)
- [Schnäppchenjagd am Black Friday: Diese Rabatte sind realistisch](#)
- [Analyse zur Cyber Week: Verbraucher kaufen längst nicht mehr nur Elektronikartikel](#)

--

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.

 pr.co



Pepper Media Holding

