



© 03 Dezember 2019, 09:59 (CET)

Starker Start ins Weihnachtsgeschäft: Black-Friday-Wochenende bringt Nachfrageplus von 7,7 Prozent

Berlin, 3. Dezember 2019. Der deutsche Online-Handel ist stark in die heiße Phase des Weihnachtsgeschäfts gestartet. Dies geht aus Zahlen des Verbraucherforums mydealz hervor. In den vier Tagen vom Black Friday bis zum Cyber Monday kauften 5,3 Millionen Verbraucher online ein. Im Vergleich zum Vorjahr stieg die Nachfrage damit um 7,7 Prozent, im Vergleich zum Jahr 2017 um 63,7 Prozent. 2017 setzten Händler vom Black Friday bis zum Cyber Monday 1,7 Milliarden Euro um, letztes Jahr 2,4 Milliarden Euro. Für dieses Jahr rechnet der Handelsverband Deutschland (HDE) mit Umsätzen in Höhe von 3,1 Milliarden Euro. Insgesamt setzen Händler dieses Jahr im Weihnachtsgeschäft, dem HDE zufolge, 102 Milliarden Euro um – 3 Prozent mehr als im Vorjahr. Die Online-Umsätze belaufen sich, dem HDE zufolge, dabei auf knapp 15 Milliarden Euro und liegen somit 11 Prozent über dem Vorjahreswert.

Deutlich stärker als am Black-Friday-Wochenende ist die Nachfrage dieses Jahr in den Tagen vor dem Black Friday gewachsen. Allein auf der Internetseite des Verbraucherforums mydealz informierten sich vom 22. bis zum 28. November insgesamt 8,6 Millionen Verbraucher über aktuelle Angebote – ein Plus von 16,2 Prozent im Vergleich zum Vorjahr und von 90,1 Prozent im Vergleich zum Jahr 2016. Die Zahlen zeigen, dass sich der Black Friday in mehrtägiges Shopping-Event wandelt. Verstärkt wurde diese Entwicklung zuletzt durch Händler wie Amazon, Media Markt, Saturn und Otto, die ihre Rabattaktionen bereits Tage vor dem Black Friday starteten. Amazon etwa dehnte seine früher achttägige Rabattaktion in diesem Jahr erstmals auf elf Tage aus und lud bereits ab dem 22. November zur „Black Friday Woche“.

Dass viele Verbraucher unverändert mit dem Black Friday fremdeln, zeigt eine repräsentative Umfrage, die Statista Anfang Oktober für das Verbraucherforum mydealz durchgeführt hat. Zwar kannten 97,0 Prozent der 1.000 befragten Verbraucher den Black Friday. An ihm einkaufen wollten indes nur 43,7 Prozent der Konsumenten. Für ihre Einkäufe wollten Verbraucher dieses Jahr durchschnittlich 222,20 Euro ausgeben, 153,19 Euro im Online-Handel und 69,01 Euro im stationären Handel. Die meisten Verbraucher interessierten sich dabei für Mode (40,3 Prozent), Kosmetik und Parfüm (32,7 Prozent) sowie Haushaltselektronik (26,3 Prozent).



Pressebilder zur freien redaktionellen Verwendung finden Sie [hier](#)

Quellen:

Handelsverband Deutschland, [Black Friday & Cyber Monday – hohe Bekanntheit und zunehmende Nutzung](#)

Handelsverband Deutschland, [HDE erhöht Jahresprognose auf +3,2 Prozent: Handel erwartet über 100 Milliarden Euro Umsatz im Weihnachtsgeschäft](#)

--

Über mydealz (www.mydealz.de):

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.com** (The Netherlands), **Pepper.pl** (Poland), **Pepper.ru** (Russia), **Preisjaeger** (Austria) and **PromoDescuentos** (Mexico). 25 million consumers use these platforms every month to make 12,000 purchasing decisions per minute.

 pr.co



Pepper Media Holding