

Singles Day oder Black Friday: Wann gibt es die besseren Angebote?

Berlin, 26. Oktober 2021. Heute in einem Monat ist Black Friday (26. November), das Fest der Schnäppchenjäger. Mitten im Weihnachtsgeschäft senken auch dieses Jahr wieder Hunderte Händler im Internet und vielen Städten ihre Preise. Doch auch schon vorher können Verbraucher den ein oder anderen Euro sparen – beispielsweise am 11. November. Dann nämlich ist Singles Day. Seit 2017 wird das aus China „importierte“ Shopping-Event auch hier bei uns immer bekannter. Wann Verbraucher am meisten sparen können – am Singles Day oder am Black Friday – hat das Verbraucherforum mydealz analysiert.

„Bis zu 80 Prozent“ können Verbraucher am Singles Day und Black Friday sparen, wenn es nach manchen Händlern geht. Blind vertrauen sollten Verbraucher den Werbeversprechen jedoch nicht, rät Fabian Spielberger. Der Gründer des Verbraucherforums mydealz und sein Team haben 8.862 Angebote unter die Lupe genommen, die die inzwischen gut 1,8 Millionen mydealz-Mitglieder am Singles Day und Black Friday der Jahr 2019 und 2020 geteilt haben. Das Ergebnis der Analyse: Im Schnitt sanken die Preise in den letzten beiden Jahren am Singles Day um 30,3 Prozent und am Black Friday sogar nur um 28,9 Prozent. Wie viel Verbraucher im Einzelnen sparen können, hängt stark vom jeweiligen Produkt und auch davon ab, wann sie einkaufen: am Singles Day oder am Black Friday.

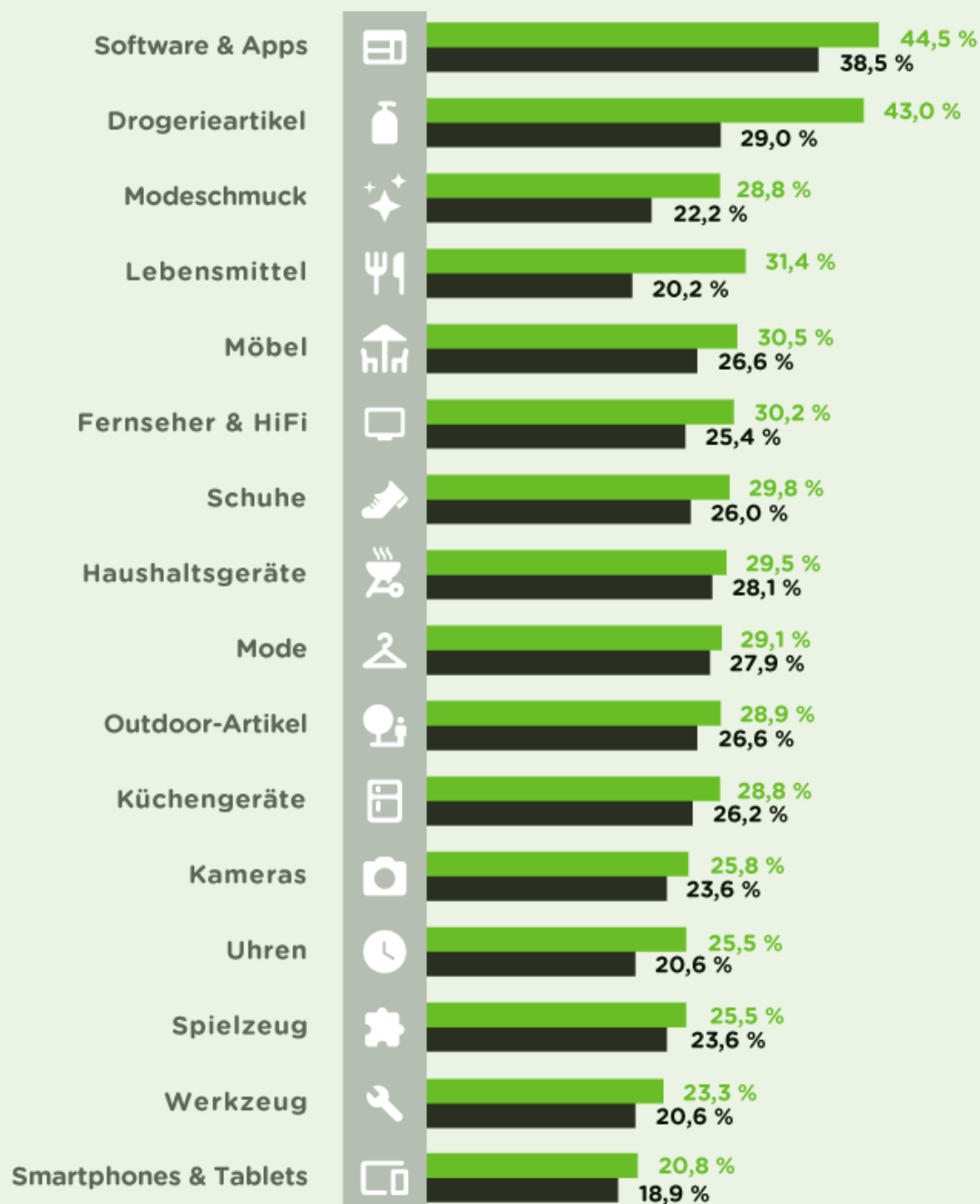
Drogerieartikel und Lebensmittel sind am Singles Day besonders preiswert

Wer möglichst günstig Drogerieartikel oder Lebensmittel kaufen möchte, sollten bereits am Singles Day auf Schnäppchenjagd gehen: Am 11. November nämlich konnten Verbraucher in den letzten beiden Jahren beim Kauf von Drogerieartikeln im Schnitt 43,0 Prozent und beim Kauf von Lebensmitteln 31,4 Prozent sparen. Am Black Friday reduzierten Händler die Preise für Drogerieartikel hingegen nur um 29,0 Prozent und die Preise für Lebensmittel um 20,2 Prozent. Ähnlich stark unterschieden sich auch die Rabatte, von denen Verbraucher in den letzten beiden Jahren beim Kauf von Modeschmuck sowie Software und Apps profitieren konnten. Modeschmuck war 2019 und 2020 am Singles Day im Schnitt 28,8 Prozent und am Black Friday 22,2 Prozent preiswerter. Ihre Preise für Software und Apps reduzierten Anbieter am Singles Day um 44,5 Prozent und am Black Friday um 38,5 Prozent.

Software und Apps waren damit noch vor Drogerieartikeln und Modeschmuck die Produkte, bei deren Kauf Verbraucher in den letzten beiden Jahren am Singles Day am meisten sparen konnten. Doch auch Produkte aus anderen Warengruppen waren 2019/20 am Singles Day stärker rabattiert als am Black Friday. Auffällig oft sanken die Preise für Elektronik-Artikel am Singles Day stärker als am Black Friday: Beim Kauf von Fernsehern (Singles Day: 30,2 % vs. Black Friday: 25,4 %), Haushaltsgeräten (29,5 % vs. 28,1 %), Küchengeräten (28,8 % vs. 26,2 %), Kameras (25,8 % vs. 23,6 %) sowie Smartphones und Tablets (20,8 % vs. 18,9 %) konnten Verbraucher so am Singles Day durchschnittlich mehr sparen als am Black Friday. Dies könnte auch daran liegen, dass Elektronikartikel meist in Fernost gefertigt werden – der Region also, in der der Singles Day am stärksten verbreitet ist.

Diese Produkte waren 2019/20 am Singles Day günstiger als am Black Friday:

Diese Produkte sind am Singles Day stärker reduziert:



Basiert auf einer Analyse von 8.862 Angeboten, die die 1,8 Millionen mydealz-Mitglieder 2019 und 2020 am Singles Day und Black Friday geteilt haben.



Nur wenige Produkte sind am Black Friday günstiger als am Singles Day

Im Vergleich zu den 16 Warengruppen, die auch dieses Jahr am Singles Day die höheren Rabatte versprechen, wirkt der Blick auf die Produkte, die am Black Friday stärker reduziert werden, recht dürftig: Insgesamt hat mydealz die durchschnittlichen Rabatte für 32 Warengruppen analysiert. Produkte aus gerade einmal acht Warengruppen waren 2019 und 2020 am Black Friday stärker reduziert als am Singles Day.

Am stärksten fiel der Preisvorteil bei Computern und Notebooks aus: Ihre Preise sanken in den letzten beiden Jahren am Black Friday durchschnittlich um 35,8 Prozent, am Singles Day hingegen nur um 29,1 Prozent. Schon deutlich schwächer unterschieden sich die Rabatte für Süßigkeiten und Knabberzeug: Wer 2019 und 2020 am Singles Day Snacks oder Süßes kaufte, sparte 25,8 Prozent. 29,6 Prozent Ersparnis waren hingegen im Schnitt am Black Friday drin.

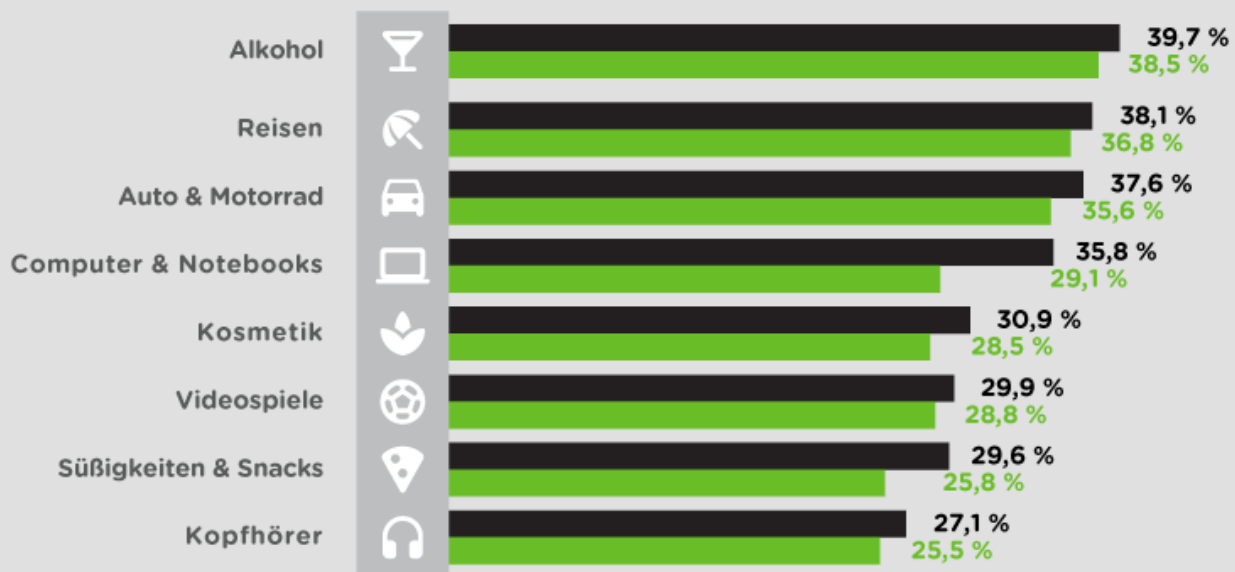
Wer mit dem Kauf von Kosmetik liebäugelt, sollte auch bis zum Black Friday warten: Die Preise für Mascara, Lippenstift und Co. sanken 2019 und 2020 am Black Friday im Schnitt um 30,9 Prozent, am Singles Day hingegen nur um 28,5 Prozent.

Stärker reduziert war in den letzten beiden Jahren auch Zubehör für Auto und Motorrad: Am Singles Day betrug der Rabatt noch 35,6 Prozent, am Black Friday hingegen 37,6 Prozent.

Gleich hinter Reisen (38,1 Prozent) und alkoholischen Getränken (39,7 Prozent) war Zubehör fürs Auto oder Motorrad damit übrigens die Warengruppe mit der dritthöchsten durchschnittlichen Ersparnis am Black Friday.

Diese Produkte waren 2019/20 am Black Friday stärker rabattiert als am Singles Day:

Diese Produkte sind am Black Friday stärker reduziert:



Basiert auf einer Analyse von 8.862 Angeboten, die die 1,8 Millionen mydealz-Mitglieder 2019 und 2020 am Singles Day und Black Friday geteilt haben.



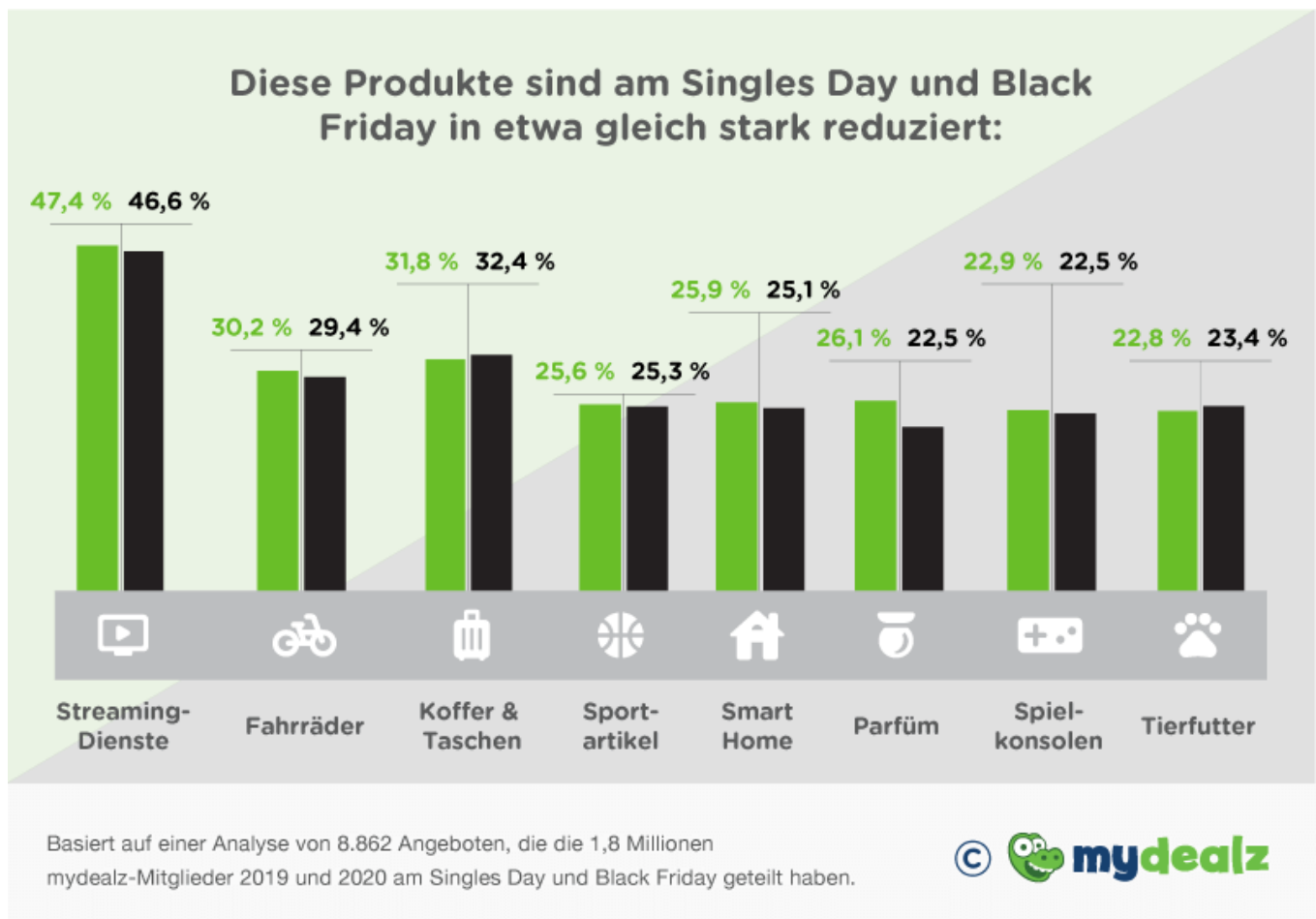
Bei acht Warengruppe unterscheiden sich die Rabatte kaum

Während das richtige Timing bei Produkten aus den meisten Warengruppen darüber entscheidet, ob und wie viel Verbraucher wirklich sparen, macht es bei acht Warengruppen kaum Unterschied, ob Konsumenten die Produkte nun am Singles Day oder am Black Friday kaufen: In den letzten beiden Jahren unterschieden sich die durchschnittlichen Ersparnisse hier kaum.

Gerade einmal 0,3 Prozentpunkte mehr konnten Verbraucher 2019/20 sparen, wenn sie Sportartikel nicht am Black Friday (durchschnittlicher Rabatt: 25,3 Prozent), sondern am Singles Day (25,6 Prozent) kauften. Um 0,4 Prozent waren Spielkonsolen in den letzten zwei Jahren am Singles Day (22,9 Prozent) stärker reduziert als am Black Friday (22,5 Prozent). Und auch die Rabatte für Koffer und Taschen (Black Friday: 32,4 Prozent vs. Singles Day: 31,8 Prozent), Parfüm (22,5 Prozent vs. 26,1 Prozent) und Tierfutter (23,4 Prozent vs. 22,8 Prozent) unterschieden sich in den Vorjahren nur um 0,6 Prozent voneinander.

Um 0,8 Prozent variierten in den Vorjahren die durchschnittlichen Rabatte für Streaming-Abos, Fahrräder oder Smart-Home-Produkte. Produkte aus allen drei Warengruppen waren am Singles Day etwas stärker rabattiert als am Black Friday. Abos für Netflix, Spotify und Co. waren 2019 und 2020 am Singles Day um 47,4 Prozent und am Black Friday um 46,6 Prozent rabattiert. Der durchschnittliche Rabatt für Fahrräder betrug am Singles Day 30,2 Prozent und am Black Friday 29,4 Prozent und die Preise für Smart-Home-Produkte sanken durchschnittlich um 25,9 Prozent am Singles Day und um 25,1 Prozent am Black Friday.

Diese Produkte waren 2019/20 am Singles Day und Black Friday in etwa gleichstark rabattiert:



Am Black Friday warten deutlich mehr Angebote

Können sich Verbraucher mit dem Kauf von alkoholischen Getränken oder dem Buchen des nächsten Urlaubs also Zeit bis zum Black Friday lassen, während sie Drogerieartikel und Schmuck lieber schon am Singles Day kaufen sollten? Ganz so leicht ist die Antwort auf diese Frage nicht. Die von mydealz durchgeführte Studie zeigt zwar, dass Verbraucher 2019 und 2020 beim Kauf von Produkten aus manchen Warengruppen am Singles Day mehr sparen konnten als am Black Friday. Am Black Friday hatten sie dafür aber die Wahl zwischen wesentlich mehr Angeboten als am Singles Day: 665 Deals teilten die 1,8 Millionen mydealz-Mitglieder 2020 am Singles Day, 831 Deals aber am Black Friday und sogar 3.510 Deals am Wochenende vom Black Friday bis hin zum Cyber Monday.

„Auch wenn der Singles Day in den letzten Jahren stark an Bedeutung gewonnen hat, ist der Black Friday in Deutschland immer noch das Shopping-Event Nummer eins“, erklärt mydealz-Gründer Fabian Spielberger. Das habe einen einfachen Grund: „Während der Singles Day nur am 11. November stattfindet, ist aus dem Black Friday inzwischen längst ein mehrtägiges Event geworden. Gute Angebote finden Verbraucher nicht nur am Black Friday selbst, sondern auch schon in den Tagen zuvor und am Wochenende bis hin zum Cyber Monday. In der Folge ist die Zahl der Angebote so rund um den Black Friday wesentlich größer als am Singles Day.“

--

Hinweis zur Methodik:

Die obenstehenden Aussagen sind das Ergebnis einer Analyse, die die Betreiber der Shopping-Community mydealz durchgeführt haben. Um zu ermitteln, mit welchen Rabatten Verbraucher dieses Jahr in der Zeit vom Black Friday (26. November) bis zum Cyber Monday (29. November) rechnen können, haben die mydealz-Betreiber 8,862 Angebote aus 32 Warengruppen analysiert, die die inzwischen über 1,8 Millionen mydealz-Mitglieder 2019 und 2020 am Black-Friday-Wochenende geteilt haben. Die mydealz-Betreiber haben für jede einzelne Warengruppe sowie für alle Deals den durchschnittlichen Rabatt ermittelt.

mydealz