

# mydealz präsentiert zehn Fakten zum Singles Day: Das steckt hinter Chinas Shopping-Event der Superlative

**Berlin, 28. Oktober 2021. China ist das Land der Rekorde, wenn es um den Online-Handel geht. Aus dem Reich der Mitte kommt das umsatzstärkste Shopping-Event der Welt: Beim Singles Day setzte allein der Handelsriese Alibaba 2020 satte 62,48 Milliarden Euro (74,1 Milliarden US-Dollar) um. Konkurrent JD.com brachte es auf 34,49 Milliarden Euro (40,9 Milliarden Dollar). Und auch hier bei uns entdecken seit 2017 immer mehr Händler und Verbraucher den Singles Day für sich. Was es mit dem Singles Day auf sich hat, erklärt das Verbraucherforum mydealz. Die Shopping-Experten haben zehn Fakten zum Singles Day zusammengestellt.**

## **1) Der Singles Day ist das umsatzstärkste Shopping-Event der Welt**

Der Singles Day ist heute das – mit großem Abstand – größte Shopping-Event der Welt. 2020 setzten allein Alibaba und sein Konkurrent JD.com beim Singles Day insgesamt 96,97 Milliarden Euro (115 Milliarden US-Dollar) um. Weder in den USA (29,09 Milliarden Euro) noch in Großbritannien (8,71 Milliarden Dollar) verbuchten Händler 2020 am Black-Friday-Wochenende ähnlich hohe Umsätze. In Deutschland beliefen sich die Umsätze letztes Jahr am Black-Friday-Wochenende sogar „nur“ auf 3,7 Milliarden Euro.

## **2) 1993 ist das „Geburtsjahr“ des Singles Day**

Angesichts der heute riesigen Umsätze mag es verwundern, doch es ist wahr: Der Singles Day war ursprünglich nicht die Idee findiger Marketing-Manager. Tatsächlich riefen alleinstehende Studenten im ostchinesischen Nanjing den Singles Day im Jahr 1993 ins Leben. An milliardenschwere Umsätze dachte damals vermutlich niemand von ihnen. Die Studenten der Universität Nanjing tauschten stattdessen aus purer Höflichkeit kleine Geschenke aus: Sie waren alleinstehend und wollten sich gegenseitig ihre Aufmerksamkeit erweisen.

### **3) Anfangs war das Datum beim Singles Day Programm**

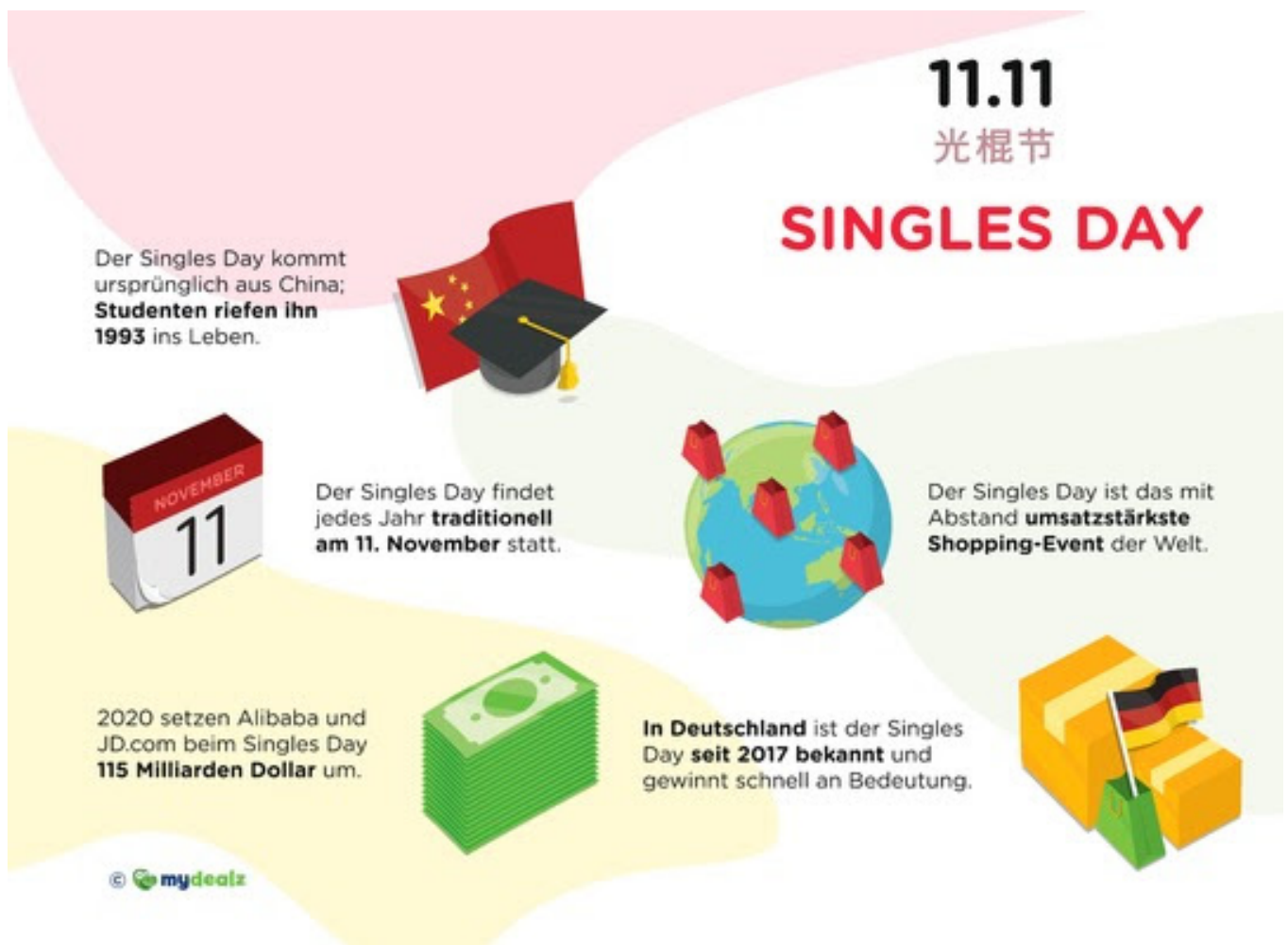
Den 11. November wählten die Studenten der Universität Nanjing bewusst als Datum für den Singles Day. Der 11.11. – also eine Folge von vier Einsen – wies nämlich auf ihr Schicksal hin: Wegen der noch bis ins Jahr 2015 verfolgten Ein-Kind-Politik lebten in China deutlich Männer als Frauen und taten sich schwer, eine Partnerin zu finden. Auch kulinarisch spielt die Eins als Symbol eine große Rolle am Singles Day: Viele Chinesen essen an diesem Tag vier "Youtiao" genannte Teigstäbchen und Baozi – runde, mit Fleisch oder Fisch gefüllte Teigtaschen. Youtiao erinnern in ihrer länglichen Form an Einsen; Baozi symbolisieren die Punkte im Datum.

### **4) Auch Paare haben den Singles Day inzwischen für sich entdeckt**

Heute erinnert nur noch wenig an die einstige Bedeutung des Singles Day. Während sich junge Männer ursprünglich am Singles Day ihre Aufmerksamkeit erwiesen, ist der Tag heute in weiten Kreisen der chinesischen Gesellschaft bekannt. Zwar finden am Singles Day in vielen chinesischen Städten auch heute noch Blind-Date-Partys statt, während Universitäten Kennenlern-Programme für Singles organisieren. Auch viele Paare haben den Singles Day aber inzwischen für sich entdeckt: Die vier Einsen gelten nicht mehr nur als Symbol für „Single“. Viele Chinesen nutzen sie auch, um ihren Partner zu sagen: „Du bist der/die Einzige für mich“. 2011 heirateten am Singles Day so ungewöhnlich viele Paare. Wegen seiner sechs Einsen im Datum (11.11.11.) galt der Singles Day 2011 als „Singles Day des Jahrhunderts“ (Shiji Guanggun Jie).

### **5) Alibaba hat sich die Rechte am Singles Day gesichert**

Die Geschichte des Singles Day ist heute eng mit der Geschichte Alibabas verknüpft. Am 28. Dezember 2012 sicherte sich die Alibaba Group die Markenrechte am Singles Day. Dem 1999 von Jack Ma gegründeten IT-Konzern gelang damit ein Milliarden-Coup: Die eigenen Plattformen Taobao und Tmall dürfen seitdem mit den Marken „11-11“ und „Doppel-11“ werben, die für Konkurrenten wie JD.com oder Dangdang.com in China tabu sind. Ähnliches versuchte Bonprix 2017 in Deutschland vergeblich: Das Deutsche Patent- und Markenamt wies den Versuch des Modekonzerns zurück, sich die exklusiven Markenrechte (Markennummer: 016931313) am Singles Day zu sichern.



**6) Alibaba hat seinen Umsatz in zehn Jahren um 8.937 Prozent gesteigert**

Wie groß die Bedeutung des Singles Days für Alibaba ist, zeigt ein Blick auf die Zahlen: Die Umsätze, die der Handelsriese am Singles Day erzielt, sind in den letzten zehn Jahren förmlich explodiert. Noch 2011 verbuchte Alibaba am Singles Day ein Bruttowarenvolumen (GMV) von gerade einmal 693,36 Millionen Euro (820 Millionen US-Dollar). 2012 waren es dann bereits 2,57 Milliarden Euro (3,04 Milliarden Dollar), 2015 12,09 Milliarden Euro (14,3 Milliarden Dollar), 2016 15,05 Milliarden Euro (17,8 Milliarden Dollar) und von 2017 bis 2020 steigerte Alibaba seinen Umsatz von 21,39 Milliarden Euro (25,3 Milliarden Dollar) auf 32,47 Milliarden Euro (38,4 Milliarden Dollar). 2020 lud Alibaba erstmals schon am 1. November zum Singles Day und setzte bis zum Ende des Shopping-Events am 11. November insgesamt 62,48 Milliarden Euro (74,1 Milliarden Dollar) um. Im Vergleich zum Singles Day 2011 verzeichnete Alibaba 2020 am Singles Day so ein Umsatzwachstum von 8.936,59 Prozent.

## **7) Internationale Marken sind beim Singles Day heißbegehrt**

Die hohen Umsätze, die Alibaba jedes Jahr am Singles Day erzielt, lassen sich auf zwei Faktoren zurückführen: China ist mit 1,44 Milliarden Einwohnern das bevölkerungsreichste Land der Welt und die Chinesen lieben westliche Marken. Weil Reisen gen Westen letztes Jahr aufgrund der Corona-Pandemie kaum möglich waren, deckten sich viele Chinesen am Singles Day mit westlichen Produkten ein. Alibaba zufolge, setzten 340 Marken wie Apple, Armani, L’Oreal, Lancôme, Nike oder YSL letztes Jahr am Singles Day wenigstens 100 Millionen Yuan (13,0 Millionen Euro) um, während 13 von ihnen sogar die Umsatzmarke von 1 Milliarde Yuan (128 Millionen Euro) knackten.

## **8) In Deutschland ist der Singles Day seit dem Jahr 2017 bekannt**

In Deutschland hat der Singles Day noch keine allzu lange Tradition. Bei mydealz – der größten deutschen Shopping-Community – finden sich erst für das Jahr 2017 die ersten Singles-Day-Angebote. Die mydealz-Nutzer teilten damals vornehmlich Angebote chinesischer Händler wie Aliexpress, Gearbest und Geekbuying. Aber auch Singles-Day-Angebote von H&M und Nike sowie deutschen Marken wie Bonprix, Hunkemöller, Media Markt, Lieferando und Saturn fanden damals ihren Weg auf mydealz. Seitdem ist die Zahl der Angebote deutlich gestiegen: 2017 teilten die mydealz-Mitglieder noch 379 Singles-Day-Angebote, 2018 waren es bereits 651 Deals und 2019 bereits 796 Angebote. 2020 teilten und bewerteten die mydealz-Mitglieder am Singles Day 1.066 verschiedene Angebote.

## **9) Die Nachfrage am Singles Day ist seit 2017 um 72,4 Prozent gestiegen**

Wie stark hierzulande das Interesse am Singles Day gestiegen ist, lässt sich auch daran erkennen, wie viele Konsumenten sich am Singles Day mithilfe von mydealz über aktuelle Angebote informieren. 2017 riefen noch 747.614 Verbraucher mydealz auf, um sich einen Überblick über aktuelle Angebote zum Singles Day zu verschaffen. 2018 zählte mydealz am 11. November 1,06 Millionen Besucher, 2019 1,12 Millionen Unique User und vergangenes Jahr informierten sich 1,29 Millionen Verbraucher bei mydealz über aktuelle Angebote zum Singles Day.

## **10) Am Singles Day sind viele Produkte günstiger als am Black Friday**

Ein Grund für die steigende Beliebtheit des Singles Days in Deutschland ist die Qualität der Angebote: Schon in den letzten beiden Jahren konnten Verbraucher am Singles Day (30,3 Prozent) durchschnittlich etwas mehr sparen als in der Zeit vom Black Friday bis zum Cyber Monday (28,9 Prozent). Spielzeug, Smartphones, Notebooks und Smart-Home-Produkte beispielsweise waren am Singles Day preiswerter als am Black Friday. Um der zunehmenden Konkurrenz am Black Friday zuvorzukommen, senken viele Händler bereits am Singles Day, also gut zwei Wochen vorher, ihre Preise. Auch letztes Jahr warteten am Black-Friday-Wochenende (5.342 Angebote) dafür aber deutlich mehr Angebote auf Verbraucher als am Singles Day (1.066).

---

 pr.co



Part of  Pepper

mydealz