



© 02 November 2021, 12:38 (CET)

Singles Day, Black Friday & Co.: Das sind die zehn größten Shopping-Events der Welt

Berlin, 2. November 2021. Jack Ma ist ein Mann der Superlative. 1999 gründete der heute 57-jährige die Alibaba Group, Chinas größten Digitalkonzern, und veranstaltet seit Jahren mit dem Singles Day das umsatzstärkste Shopping-Event der Welt: Für 96,97 Milliarden Euro (115 Milliarden US-Dollar) kauften Verbraucher letztes Jahr am Singles Day ein. Der Singles Day ließ damit den deutlich traditionsreicheren Black Friday weit hinter sich. Und auch dieses Jahr dürfte der Singles Day seine Stellung als größtes Shopping-Event der Welt erneut untermauern. Was es mit ihm auf sich hat und welche anderen Shopping-Events rund um die Welt jedes Jahr Milliarden in die Kassen teilnehmender Händler spülen, erklärt das Verbraucherforum mydealz.

1) Singles Day – China

Umsatz in 2020: 96,97 Mrd. Euro

Erstmalig am: 11. November 1993

Nächste Ausgabe: 11. November 2021

Der Singles Day ist seit einigen Jahren das umsatzstärkste Shopping-Event der Welt. Dabei begann der Singles Day einst sehr beschaulich: Im Jahr 1993 riefen Studenten der Nanjing Universität den Singles Day ins Leben. Aufgrund der Ein-Kind-Politik und des Männerüberschusses in China waren sie alleinstehend. Mit kleinen Geschenken machten sie einander eine Freude. An Milliarden-Umsätze war damals noch nicht zu denken. Erst in den letzten zehn Jahren ist der Singles Day rasant gewachsen: Noch 2011 kauften Verbraucher „nur“ für 694,51 Millionen Euro ein. 2015 spülte der Singles Day 12,11 Milliarden Euro in die Kassen chinesischer Händler, 2017 dann bereits 21,43 Milliarden Euro. 2020 lud Alibaba erstmals schon ab dem 1. November zum Singles Day. Mit Erfolg: Bis zum 11. November kauften Verbraucher, CNBC zufolge, allein bei Alibaba für 62,48 Milliarden Euro und bei JD.com für 34,49 Milliarden Euro ein. Verglichen mit dem Jahr 2011 steigerte Alibaba seinen Singles-Day-Umsatz um satte 8.937 Prozent.

2) Black Friday Wochenende – USA

Umsatz in 2020: 29,14 Mrd. Euro

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

Nächste Ausgabe: 26. bis 29. November 2021

Im Vergleich zum Singles Day ist der amerikanische Black Friday wesentlich traditionsreicher, aber auch lange nicht so umsatzstark: 1961 warben Einzelhändler in Philadelphia erstmals mit Rabatten, um Verbraucher am Brückentag zwischen dem amerikanischen Erntedankfest „Thanksgiving“ und dem Wochenende für sich zu gewinnen. Inzwischen ist der Black Friday in den gesamten USA das umsatzstärkste Shopping-Event des Jahres: Für 7,6 Millionen Euro kauften Verbraucher 2020, Adobe zufolge, allein am Black Friday ein und gaben damit 21,6 Prozent mehr aus als noch 2019. In den fünf Tagen von Thanksgiving bis zum Cyber Monday, den Online-Händler 2003 als Pendant zum Black Friday ins Leben riefen, setzten Händler in den USA sogar 29,14 Milliarden Euro um. Gegenüber dem Jahr 2019 stieg der Umsatz damit um 20,7 Prozent.

3) El Buen Fin – Mexiko

Umsatz in 2020: 10,15 Mrd. Euro

Erstmalig am: 18. bis 21. November 2011

Nächste Ausgabe: 19. bis 22. November 2021

Mexiko ist die Heimat des drittgrößten Shopping-Events der Welt und ein echter Sonderfall: Nicht einzelne Händler oder Verbände, sondern die Regierung lädt in Mexiko seit 2011 einmal im Jahr zum El Buen Fin („Das gute Ende“): Um die Wirtschaft zu stärken, verzichtet der mexikanische Staat während des El Buen Fin auf die Mehrwertsteuer und verlost 150.000 Geldpreise im Gesamtwert von 500 Millionen Pesos (21,26 Millionen Euro). An der Verlosung nimmt jeder teil, der beim El Buen Fin mit seiner Kreditkarte bezahlt. Verbraucherschützer warnen deshalb vor Überschuldung, können die Beliebtheit des El Buen Fin aber nicht trüben. Die vom Wirtschaftsministerium ausgewiesenen Umsätze steigen seit Jahren: Noch 2015 kauften die Mexikaner beim El Buen Fin für achtzig Milliarden Pesos (3,4 Milliarden Euro) ein. 2019 waren es bereits 5,1 Milliarden Euro. 2020 dehnte der mexikanische Staat das El Buen Fin von vier auf zwölf Tage aus. Verglichen mit dem Vorjahr verdoppelten sich die Umsätze nahezu auf 10,15 Milliarden Euro.

4) Amazon Prime Day – weltweit

Umsatz in 2021: 9,49 Mrd. Euro

Erstmalig am: 15. Juli 2015

Nächste Ausgabe: unklar

Während der Erfolg des Singles Day ohne den Handelskonzern Alibaba undenkbar wäre, hat Amazon, 2015 sein eigenes Shopping-Event ins Leben gerufen: Für die Mitglieder seines Kundenbindungsprogramms „Amazon Prime“ veranstaltete Amazon 2015 erstmals den Amazon Prime Day, um den zwanzigsten Jahrestag der Firmengründung zu feiern. Seitdem sind die Umsätze stark gestiegen, die Amazon und die teilnehmenden Marktplatzhändler am Amazon Prime Day erzielen: Beim ersten Prime Day im Jahr 2015 gaben Verbraucher "nur" 760 Millionen Euro aus, 2019 beim erstmals zweitägigen Prime Day aber bereits 6,07 Milliarden Euro. Und auch in den Jahren 2020 und 2021 klingelten die Kassen gehörig: Auf 8,81 Milliarden Euro schätzt das Fachmagazin DigitalCommerce360 den Umsatz für den Prime Day 2020 und auf 9,49 Milliarden Euro für den diesjährigen Prime Day (21. und 22. Juni 2021).

5) Black Friday Wochenende – Großbritannien

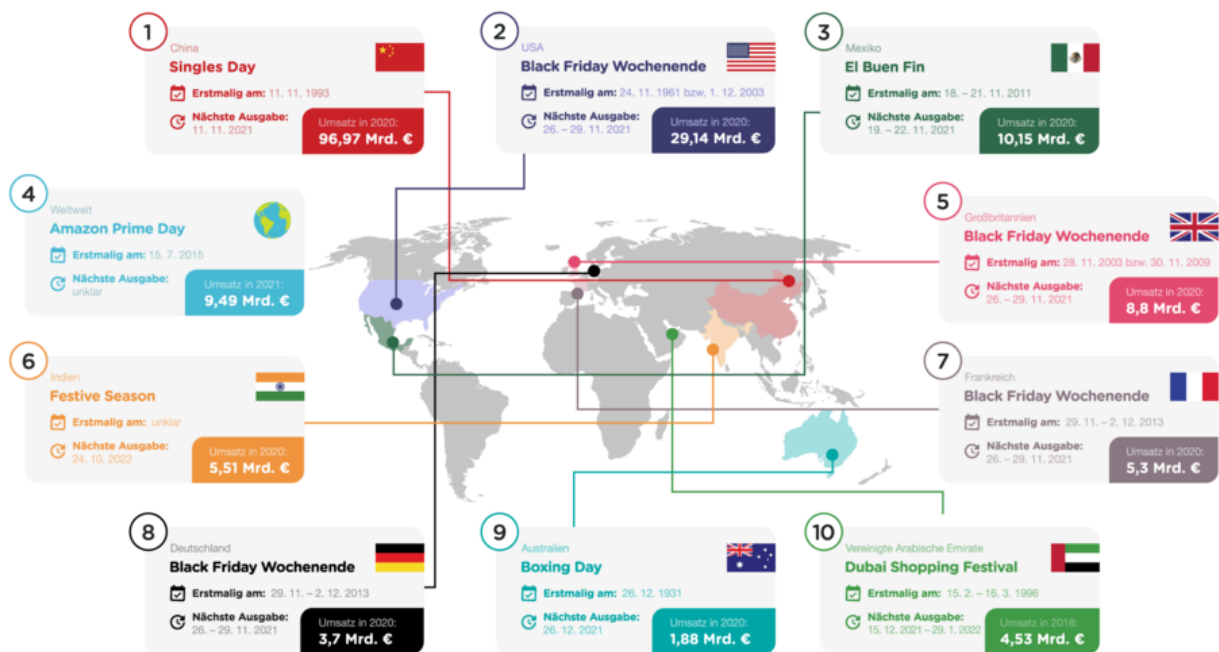
Umsatz in 2020: 8,8 Mrd. Euro

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

Nächste Ausgabe: 26. bis 29. November 2021

Neben den USA findet der Black Friday auch in zahlreichen anderen Ländern statt – allen voran in Großbritannien: Die Briten haben den Black Friday 2003 und den Cyber Monday 2009 für sich entdeckt. Die Umsätze, die Händler in den letzten Jahren an den vier Tagen vom Black Friday bis hin zum Cyber Monday erzielen konnten, entwickelten sich allerdings nicht immer geradlinig. Wohl auch wegen der Corona-Pandemie gaben britische Verbraucher, dem Center for Retail Research zufolge, 2020 (8,8 Milliarden Euro) weniger aus als noch 2019 (9,99 Milliarden Euro). Ähnlich stark brach der Umsatz 2018 ein: Damals trübte der Brexit die Konsumstimmung der Briten: Der Umsatz sank von 8,71 Milliarden Euro im Jahr 2017 auf 7,79 Milliarden Dollar im Jahr 2018. Das British Retail Consortium sprach damals davon, britische Händler hätten das schlechteste Weihnachtsgeschäft des Jahrzehnts erlebt.

Die zehn größten Shopping-Events der Welt



© mydealz

6) Festive Season – Indien

Umsatz in 2020: 5,51 Mrd. Euro

Erstmalig am: unklar

Nächste Ausgabe: 24. Oktober 2022

Das sechstgrößte Shopping-Event der Welt hat eigentlich keinen kommerziellen, sondern einen religiösen Charakter: Beim alljährlichen Diwali Festival feiern die weltweit 1,09 Milliarden Hinduisten, von denen rund 92 Prozent in Indien leben, die Rückkehr ihres Gottes Lord Rama in sein Königreich. Sie steht sinnbildlich für den Sieg des Guten über das Böse und des Lichts über den Schatten. Für das Fest kaufen die Hindus neben Getränken und Lebensmitteln vor allem auch Feuerwerk sowie Mode und teils höherwertige Geschenke wie Elektronikartikel ein. Die Shopping-Saison beginnt einen Monat vor dem Diwali Festival. Höhepunkte der „Festive Season“ sind Flipkarts „Big Billion Days“ und Amazons „Great Indian Festival“. Die Ausgaben während der Festive Season sind in den letzten Jahren stark gestiegen. Redseer bezifferte den Umsatz noch für 2017 auf 680 Millionen Euro. 2018 setzten Händler bereits 1,7 Milliarden Euro um. Forbes zufolge, stiegen die Ausgaben seitdem stark. Für 2019 ging Forbes von 4,07 Milliarden Euro und für 2020 sogar von 5,51 Milliarden Euro aus, die indische Verbraucher mehrheitlich online ausgaben.

7) Black Friday Wochenende – Frankreich

Umsatz in 2020: 5,3 Mrd. Euro

Erstmalig am: 29. November bis 2. Dezember 2013

Nächste Ausgabe: 26. bis 29. November 2021

Nach den USA und Großbritannien ist Frankreich das Land, in dem Verbraucher in den vier Tagen vom Black Friday bis zum Cyber Monday am meisten ausgeben. Auf 5,3 Milliarden Euro schätzte das Center for Retail Research den Umsatz, den französische Händler vergangenes Jahr erzielten. Wegen der Corona-Pandemie und verhängten Lockdown-Maßnahmen für den klassischen Einzelhandel bat die französische Regierung Online-Händler darum, ihre für den Black Friday geplanten Angebote zu verschieben. Nicht alle Händler aber kamen dieser Bitte nach. Der Black Friday fand so letztes Jahr in Frankreich sowohl in der Zeit vom 27. bis zum 30. November als auch vom 4. bis zum 6. Dezember statt. Der durch die Corona-Pandemie eingetrübten Konsumstimmung half das kaum: Insgesamt sanken die Ausgaben gegenüber dem Jahr 2019 um 11 Prozent. Die Umsätze im klassischen Handel brachen um 18 Prozent ein, die Ausgaben im Online-Handel stiegen um 11 Prozent.

8) Black Friday Wochenende – Deutschland

Umsatz in 2020: 3,7 Mrd. Euro

Erstmalig am: 29. November bis 2. Dezember 2013

Nächste Ausgabe: 26. bis 29. November 2021

Für 3,7 Milliarden Euro kauften Verbraucher, dem Handelsverband Deutschland zufolge, letztes Jahr am Wochenende vom Black Friday bis zum Cyber Monday ein. Das Black-Friday-Wochenende war damit in Deutschland das umsatzstärkste Shopping-Event des Jahres und das achtgrößte Shopping-Event der Welt. Anders als in Frankreich trübte die Corona-Pandemie die Konsumlaune kaum: Gegenüber dem Vorjahr verbuchten deutsche Händler letztes Jahr am Black-Friday-Wochenende ein Umsatzplus von 19,4 Prozent. Verglichen mit dem Jahr 2017 hatten sich die Umsätze mehr als verdoppelt: 2017 gaben Verbraucher in Deutschland am Black-Friday-Wochenende noch 1,7 Milliarden Euro aus, 2018 waren es bereits 2,4 Milliarden Euro und 2019 3,1 Milliarden Euro.

9) Boxing Day – Australien

Umsatz in 2020: 1,88 Mrd. Euro

Erstmalig am: 26. Dezember 1931

Nächste Ausgabe: 26. Dezember 2021

Dass Australien seit dem Jahr 1931 zum Staatenbund „Commonwealth of Nations“ zählt, wird jedes Jahr am 26. Dezember deutlich: Einer britischen Tradition folgend, strömen Hunderttausende Australier am ersten verkaufsoffenen Tag nach Weihnachten (26. Dezember) in die Läden, um Gutscheine ein- und Geschenke umzutauschen. Händler empfangen ihre Kunden mit speziellen Rabattaktionen und kurbeln so ihren Umsatz zusätzlich an: 2017 kauften die rund 25 Millionen Australier am Boxing Day für 1,48 Millionen Euro ein, 2018 für 1,49 Millionen Euro und 2019 setzten australische Händler am Boxing Day 2,2 Milliarden Euro um. Am Boxing Day 2020 betrug der Umsatz drei Milliarden australische Dollar (2,24 Milliarden Euro), wie Dominique Lamb mitteilte, die Chefin der National Retail Association (NRA).

10) Dubai Shopping Festival – VAE

Umsatz in 2020: 2,31 Milliarden Euro

Erstmalig am: 15. Februar bis 16. März 1996

Nächste Ausgabe: 15. Dezember 2021 bis 29. Januar 2022

Wie viel Dirham Bewohner und Besucher Dubais in den letzten Jahren beim Dubai Shopping Festival ausgegeben haben, ist nicht bekannt. Die Scheichs üben sich hier in Diskretion. Fest steht, dass das Dubai Shopping Festival das größte Shopping-Event der arabischen Halbinsel und eines der größten Shopping-Events der Welt ist. Schon bei der ersten Ausgabe des Dubai Shopping Festivals im Jahr 1996 beliefen sich die Umsätze auf 1,35 Milliarden Euro. 2010 kauften Verbraucher für 2,31 Milliarden Euro und 2012 für 2,7 Milliarden Euro ein. Für 2018 schätzte Gulf News die Umsätze auf 4,53 Milliarden Euro. Wie wichtig das Dubai Shopping Festival für den Handel und die Tourismusindustrie der Vereinigten Arabischen Emirate ist, zeigt ein Fakt: 2,31 Millionen Euro (10 Millionen Dirham) gaben die Organisationen beim letzten Dubai Shopping Festival (17. Dezember 2020 bis 30. Januar 2021) nur dafür aus, um achtzig Straßen der Wüstenmetropole zu dekorieren. Gulf News zufolge, lag ihr Gesamtbudget bei 17,29 Millionen Euro.

 pr.co



mydealz