



Black Friday, Cyber Monday und die Bedeutung für das Weihnachtsgeschäft

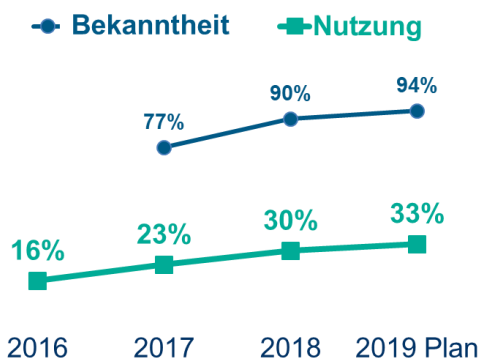
Black Friday & Cyber Monday – hohe Bekanntheit und zunehmende Nutzung

Die Aktionstage des Handels rund um Black Friday und Cyber Monday sind bei immer mehr Verbraucher*innen und Händlern etabliert. Zudem wird erwartet, dass im nächsten Jahr der vor allem in China Umsatzrekorde brechende Singles Day auch in Europa und Deutschland weiter zusätzlichen Anklang findet.

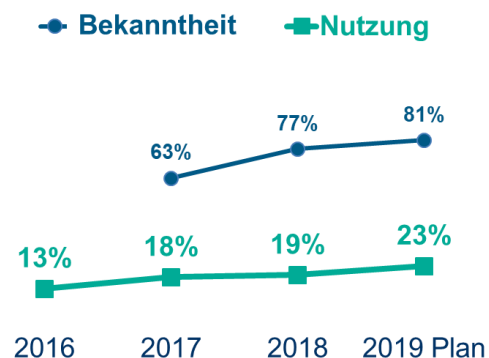
Black Friday und Cyber Monday zeigen laut Verbraucherumfrage einen hohen Bekanntheitsgrad. So kennen nur noch sechs Prozent der Onlineshopper den Black Friday nicht. Auch die Käufe an den Aktionstagen nehmen weiter zu. Rund 30 Prozent der deutschen Onlineshopper geben an, den Black Friday im letzten Jahr stationär oder online für preisreduzierte Produktkäufe genutzt zu haben – ein Anstieg um sieben Prozentpunkte. Den Cyber Monday nutzten 19 Prozent, ein Prozentpunkt mehr als im Vorjahr. An den kommenden Aktionstagen 2019 wächst die Zahl der Nutzer voraussichtlich erneut. 2019 wollen 33 Prozent der Onlineshopper am Black Friday günstig einkaufen, 23 Prozent am Cyber Monday – wieder drei bzw. vier Prozentpunkte mehr als im Jahr zuvor.

Bekanntheit und Nutzung von Black Friday und Cyber Monday 2016-2019

Black Friday



Cyber Monday



IFH Köln, 2019

Frage: „Welche der folgenden Händleraktionen kennen Sie und an welchen dieser Aktionen haben Sie im Jahr 201X reduzierte Produkte gekauft?“, Angaben in %; Abweichungen zum Vorjahr in Prozentpunkten; Onlineshopper 20-69 Jahre: n = 989



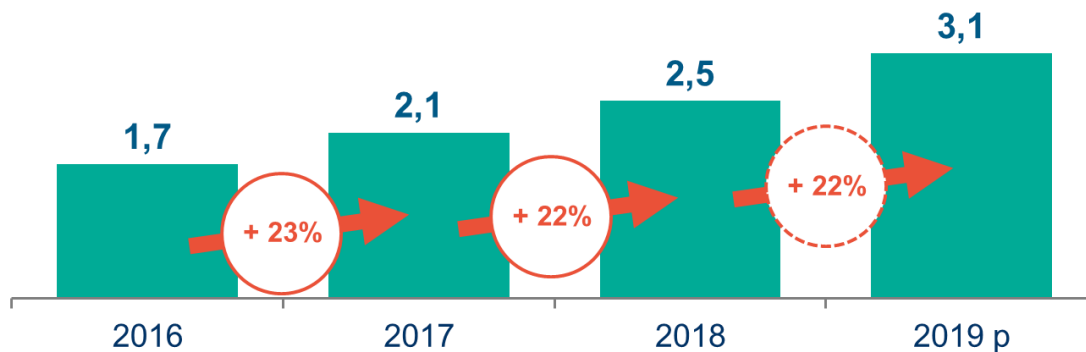
Umsätze an den Aktionstagen wachsen weiter deutlich

Black Friday und Cyber Monday fallen dieses Jahr schon (fast) in die Adventszeit. Diese mittlerweile vor allem auch von Onlinehändlern angestoßenen Tage sind heute ein Massenphänomen und lösen mehr und mehr die traditionellen Schlussverkäufe des Handels ab. Ein wesentlicher Unterschied dabei ist: Die Aktionstage finden nicht mehr am Saisonende sondern während der Saison und vor allem vor Weihnachten statt.

Die zunehmende Beliebtheit von Black Friday und Cyber Monday lässt die Umsätze weiter deutlich wachsen. Die Ausgaben der Onlineshopper erreichten 2018 bei beiden Aktionen zusammen in Deutschland ein Volumen von 2,5 Mrd. Euro. 22 Prozent betrug das Wachstum im vergangenen Jahr – ein ähnlicher Wert ist auch 2019 zu erwarten. Dann könnte ein Umsatzvolumen von rund 3,1 Mrd. Euro erzielt werden.

Aktionsausgaben an Black Friday und Cyber Monday 2016-2019

in Mrd. Euro



IFH Köln; 2019 p=Prognose

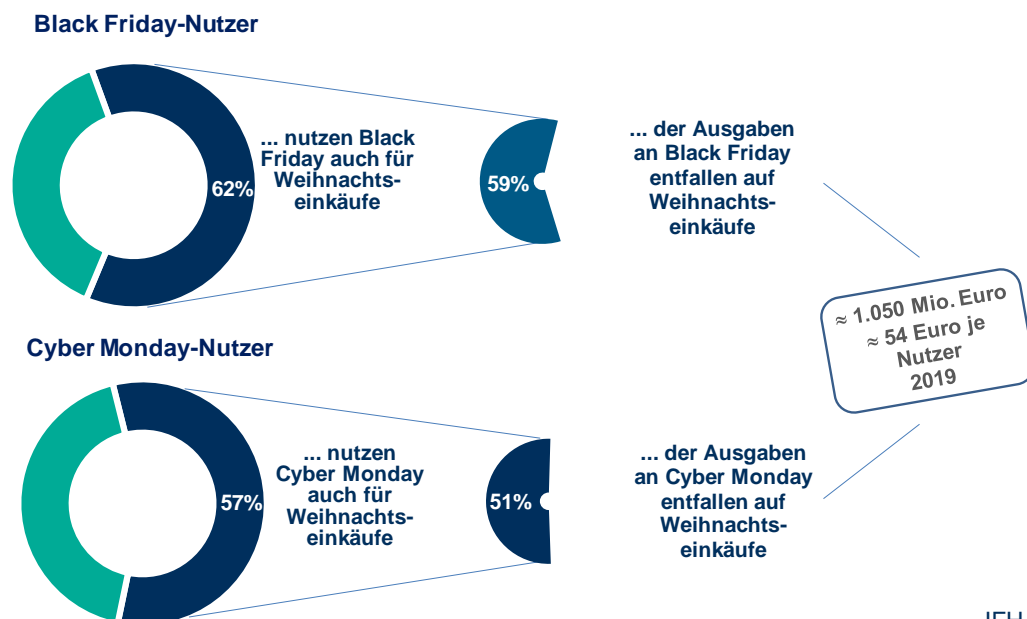


Welche Bedeutung haben Black Friday & Cyber Monday für Weihnachtseinkäufe?

Alleine die zeitliche Nähe von Black Friday und Cyber Monday zu Weihnachten spricht dafür, dass diese Aktionen auch für Weihnachtseinkäufe genutzt werden. Fast zwei Drittel der Onlineshopper, die den Black Friday für Einkäufe nutzen, tätigen bei diesem Anlass auch schon Weihnachtseinkäufe. Bei diesen Onlineshoppern entfällt dann sogar mehr als die Hälfte der Ausgaben auf Weihnachtseinkäufe. Etwas weniger intensiv wird der Cyber Monday für Weihnachtseinkäufe genutzt.

Onlineshopper, welche die Aktionstage für Weihnachtseinkäufe nutzen, geben dafür 2019 voraussichtlich etwa 54 Euro (pro Person) aus. Insgesamt beträgt das Ausgabevolumen der Onlineshopper für Weihnachtseinkäufe an den beiden Aktionen Black Friday und Cyber Monday dann hochgerechnet rund 1.050 Mio. Euro.

Nutzung von Black Friday und Cyber Monday für Weihnachtseinkäufe



IFH Köln, 2019

Frage: „Planen Sie dieses Jahr eine der folgenden Händleraktionen für Weihnachtseinkäufe zu nutzen? Black Friday? Cyber Monday? Welchen Anteil der Ausgaben an Black Friday/Cyber Monday planen Sie dabei jeweils schätzungsweise für Weihnachtseinkäufe auszugeben? Onlineshopper 20-69 Jahre: n = 989

Spannend bleibt zu sehen, was mit der zunehmenden Durchdringung des Singles Day passieren wird. Dieser kommt vor allem in China auf ganz andere Dimensionen. Immer mehr Anbieter reagieren auch in Deutschland bereits mit Preisaktionen im Vorfeld von Black Friday und Cyber Monday, insbesondere rund um das Datum des Singles Day am 11. November, und rechnen damit, dass künftig auch hierzulande die Verbraucher*innen an diesem Tag spezielle Angebote erwarten.