

Medienmitteilung vom 08.11.2021

Aktuelle Zahlen zum Black Friday und Singles Day

Die drei umsatzstärksten Shopping Tage sind alle im November konzentriert. Trotz der andauernden Corona-Pandemie und strapazierten Lieferketten dürfen sich Shopper auch dieses Jahr wieder auf viele vorweihnachtliche Schnäppchen freuen. Insgesamt rechnen wir damit, dass am Black Friday wieder 500 Mio. CHF im Schweizer Non-Food Handel umgesetzt werden.

Malters, 08.11.2020 – Der November hat sich in den letzten Jahren zum Highlight Monat für Schnäppchenjäger und Händler entwickelt. Die drei grössten Shoppingtage befinden sich alle samt im November. blackfridaydeals.ch hat schon einmal einen Überblick zu Zahlen und Erwartungen der drei Shoppingtage zusammengefasst.

Der Singles Day ist global der umsatzstärkste Shoppingtag

Den Auftakt unter den Shoppingtagen macht der Singles Day am 11.11. Dieser aus China stammende Shoppingtag ist global gesehen der umsatzkräftigste, wobei sich der Umsatz stark bei den asiatischen Händlern konzentriert. So hat alleine der Versandhändler Alibaba laut eigenen Angaben 74 Mrd. USD in den 24 Stunden des Singles Days 2020 umgesetzt.

Im Vergleich zu China hat der Singles Day in der Schweiz noch ein bescheidenes Ausmass mit einem Umsatz von ungefähr 57 Mio. CHF online im vergangenen Jahr. Dennoch entspricht dies einem kräftigen Wachstum, wenn man bedenkt, dass der Onlineumsatz am Singles Day 2018 noch bei rund 37 Mio. CHF lag. Viele grosse Elektronikhändler wie microspot.ch, Interdiscount und Apfelkiste bewerben bereits seit anfangs November ihre Singles Day Aktionen. Für dieses Jahr erwarten wir daher einen leichten Anstieg beim Onlineumsatz am Singles Day in der Schweiz auf rund 65 Mio. CHF.

Das starke Umsatzwachstum der vergangenen Jahre kann mitunter auch durch die steigenden durchschnittlichen Warenkörbe, von 96 CHF auf 230 CHF, erklärt werden. Die markante Zunahme im durchschnittlichen Warenkorb dürfte daran liegen, dass Händler zunehmend teurere Heimelektronik auch schon am Singles Day zu stark reduzierten Preisen anbieten.

Black Friday ist der umsatzstärkste Shoppingtag der Schweiz

Am 26. November folgt dann der Black Friday, der in der Schweiz etablierteste und grösste Shoppingtag. Der Umsatz im Non-Food Bereich in der Schweiz betrug am Black Friday 2020 rund 500 Mio. CHF (wovon 125 Mio. CHF auf das Onlinesegment entfielen). Bis jetzt liegt das diesjährige Interesse am Black Friday unterhalb desjenigen des Vorjahres, aus diesem Grund gehen wir davon aus, dass der Umsatz dieses Jahr bei rund 500 Mio. CHF im Non-Food Bereich stagniert.

Auch am Black Friday betrug der durchschnittliche Warenkorb im letzten Jahr circa 230 CHF. Die beliebtesten Produktkategorien waren Elektronikartikel wie Smartphones, Konsolen und Fernseher, aber auch Parfüms, Möbel und Mobilfunk Abos erfreuten sich grosser Beliebtheit.

Nebst dem höheren Umsatz hebt sich der Black Friday auch durch eine deutlich höhere Conversion Rate (Anteil der Onlineshop Besucher die einen Kauf tätigen) ab. Im Jahr 2020 betrug sie knapp 7%. Am Singles Day sowie am Cyber Monday 2020 betrug sie zum Vergleich «nur» 3,5%. Es macht Sinn, dass die Kunden am Black Friday am zielgerichtetsten shoppen, da die Angebote am breitesten und häufig am attraktivsten sind. Viele Kunden nutzen den Black Friday, um sich mit Weihnachtsgeschenken einzudecken. Die Konsumenten können in der Regel keine noch attraktivere Angebote in der näheren Zukunft erwarten und schlagen deshalb zu.

Auch der Cyber Monday wird immer beliebter

Zu guter Letzt folgt am 29.11, dem Montag nach dem Black Friday, noch der Cyber Monday. Er repräsentiert den Abschluss der Black Friday Woche. Dieser Shoppingtag kommt genau wie der Black Friday aus den Staaten und es dreht sich dabei alles wie der Name schon impliziert um den Onlinehandel.

Der durchschnittliche Warenkorb am Cyber Monday 2020 war mit 146 CHF vergleichsweise klein. Dennoch erfreut sich auch der Cyber Monday zunehmender Beliebtheit und die teilnehmenden Shops ist in den letzten Jahren deutlich gewachsen. Gewisse Händler sind sogar damit angefangen die ganze Woche lang Schnäppchen unter der Bezeichnung Cyber Week zu verkaufen.

Diese Rabatte können Konsumentinnen und Konsumenten erwarten

Zum Singles Day geben viele Händler 11-22% Prozent Rabatt auf das gesamte Sortiment. Auch am Black Friday geben einige Händler pauschale Rabatte, es wird aber auch viele deutlich grössere Preisabschläge auf ausgewählte Produkte geben. Auch erwarten wir, dass einige Händler grössere Mengen von begehrten, im Moment aber permanent vergriffenen Produkten, wie z.B. der neusten Konsolengeneration, anbieten werden.

Zum Cyber Monday verlängern einige Händler ihre Black Friday Aktionen, einige machen neue Angebote und vereinzelt gibt es sogar nochmals einen Rabatt auf den schon reduzierten Black Friday Preis.

Anhang

- [Zahlen zu den Shoppingtagen](#)

Detaillierte Prognosen zu bestimmten Produkten, Kategorien oder Händlern können wir auf Rückfrage gerne anbieten.

Bei Rückfragen oder für Interviewanfragen melden Sie sich gerne bei uns.

Medienkontakt:

blackfridaydeals.ch

Julian Zrotz

E-Mail: julian@blackfridaydeals.ch

Tel: 076 378 13 37

Über blackfridaydeals.ch

blackfridaydeals.ch – ein Luzerner Startup – hat sich zum Ziel gesetzt, Übersicht in den Rabattschungel am Black Friday und zu weiteren Shopping-Events zu bringen. Alle Schweizer Black Friday, Singles Day und Cyber Week Angebote sind übersichtlich über eine zentrale Plattform zugänglich und können von den Benutzerinnen und Benutzern bewertet und kommentiert werden. Damit entsteht die kompletteste Übersicht des wichtigen Schnäppchen-Monats der Schweiz, welche im letzten November über 2 Million Mal besucht wurde.