

23.10.2019 – 15:53 Uhr

Blackfriday.ch Beobachtung Black Friday 2019

Genf (ots/PRNewswire) -

Im 3. Jahr in Folge veröffentlicht blackfriday.ch (<http://blackfriday.ch/>) seine Beobachtungen zu den Kaufrends für die diesjährige Ausgabe 2019 des Black Friday in der Schweiz.

Wie jedes Jahr kann das Event einen wachsenden Erfolg bei den Verbrauchern und Händlern online wie offline verbuchen.

Durch seine Erfahrung seit 2016 konnte blackfriday.ch (<http://blackfriday.ch/>), die erste Plattform für den Black Friday in der Schweiz, 2345 Teilnehmer am 17. Oktober befragen, um die neuesten Trends für das diesjährige Event zu erfahren.

Methodik:

Die Umfrage wurde am 17. Oktober 2019 unter einer für die gesamte Schweiz repräsentativen Personengruppe von 2345 Teilnehmern durchgeführt. Die durchgeführte Analyse auf der Basis von Daten der Jahre 2017, 2018 und 2019 durchgeführt. Die Umsatzvolumen werden mit Hilfe der Zahlen des GFK-Instituts, sowie den in dieser Umfrage identifizierten Indikatoren berechnet.

PROFIL DER ANTWORTENDEN PERSONEN

" Wie oft kaufen Sie online pro Jahr ein? "

Geschlecht

- 1 kauf = 2,25 %
- Male = 43,5 %
- 2 à 5 Einkäufe = 24,5 %
- Female = 56,5 %
- + 10 Einkäufe = 70,4 %
- ich kaufe nie online = 3,2 %

Altersverteilung

Sprache

- 18-24 Jahre : 16,3 %
- Fr = 40,8 %
- 25-34 Jahre: 24,6 %
- De = 59,2 %
- 35 - 44 Jahre 30,1 %
- 45-54 Jahre: 20,2 %
- 55-64 Jahre: 6,5 %
- 65 Jahre und + : 2,73 %

KAUFVORHABEN / PLANUNG

Die Verbraucher sind immer begeisterter vom Black Friday in der Schweiz

30% der Verbraucher geben an, noch nie im Rahmen des Black Friday in der Schweiz eingekauft zu haben, dieser Anteil wird jedes Jahr geringer. 2018 war das Jahr mit der grössten Zunahme im Vergleich zum Vorjahr. Die Planung der Einkäufe wird bei den meisten Käufern immer geläufiger und die Marken und Ketten haben entschieden dieser Entwicklung zu folgen und geben ihre Aktionen oft länger vor dem Beginn des Events bekannt.

Ein einschliessendes Event

Dies ist mit Sicherheit die wichtigste Informationen dieser Umfrage! Die Käufer, die weniger häufig online einkaufen (weniger als ein Mal im Jahr), erklären sich bereit an diesem Event einzukaufen. Der Anteil der Käufer, die nur wenige Einkäufe online tätigen (2 bis 5 pro Jahr), steigt zwischen 2018 und 2019, geben an am Black Friday einkaufen zu wollen und bestätigen damit den einschliessenden Trend des Events.

" Haben Sie im vergangenen Jahr

in der Black Friday Week eingekauft? "

2017 2018 2019

JA 52,6 % 53,92 % 69,87 %

NEIN 58,7 % 46,08 % 30,13 %

" Denken Sie, dass Sie im Rahmen des Events des Black Friday 2019 in der Schweiz einkaufen werden? "

	2017	2018	2019
JA	52,6 %	53,92 %	69,87 %
NEIN	58,7 %	46,08 %	30,13 %
VIELLEICHT -	22,86 %	27,23 %	

KAUFBUDGETVORHABEN

2019 werden die Verbraucher mehr ausgeben.

Die Vorhaben was die Summe für den Black Friday betrifft, steigt weiter im Vergleich zu 2018. Die Verbraucher planen jedes Jahr mehr ihre Ausgaben. Ein Beweis dafür, dass das Event einen wachsenden Erfolg verbuchen kann. Die meisten Ausgaben werden wohl im Bereich zwischen 100 und 300 CHF liegen. Bemerkenswert ist auch, dass sogar 6% der befragten Verbraucher angegeben haben mehr als 1000 CHF im Verlauf des Events ausgeben zu wollen. Dieser Trend findet auch seine Bestätigung wenn die Ergebnisse von Frauen und Männern vergleicht. Die Männer hatten in diesem Rahmen öfter vor grössere Einkäufe im Bereich Hightech und Multimedia zu machen.

"Wieviel werden Sie wahrscheinlich in der Woche des Black Friday Schweiz ausgeben?"

	2017	2018	2019
CHF. 100	45 %	21 %	9 %
CHF. 100 - 300	25 %	27 %	35 %
CHF. 300 - 500	9 %	13 %	17 %
CHF. 500 - 1000	1 %	8 %	19 %
CHF. + 1000	5 %	7 %	7 %

PRODUKTKATEGORIEN

Die gefragten Produktkategorien entsprechen im Wesentlichen denen vorherigen

Der Black Friday 2019 wird dem des Vorjahres hinsichtlich der gefragten Produktkategorien ähneln.

Das Event ist von Elektronikprodukten geprägt, die alleine 40% der Kaufvorhaben abdecken, vor Mode mit 27% und Beauty mit 12%.

Anzumerken ist allerdings auch, dass die Kategorie der Smartphones und Fernseher mit 2% leicht gesunken ist im Vergleich zu 2018.

- Fashion, shoes : 15 %	- Sport equipment : 6 %
- Beauty, Cosmetics : 10 %	- Travel & Tourism : 5 %
- Electrodomeestic : 9%	- Console / Video games : 5 %
- Natel / Smartphone : 9 %	-
Television : 5 %	-
- Watches / Jewelry : 8 %	- Livre : 4%
- Toys / games : 7 %	- Abos : 3 %
- Home / decoration : 6%	-
Automobile : 1%	
- Audio / headphone : 6 %	

ONLINEHANDEL CONTRA LADEN

Der Black Friday ist hauptsächlich ein Onlineevent, aber nicht nur.

Wenn die Verbraucher angeben 45% ihrer Einkäufe online zu machen, wird der Grossteil jedoch in Läden und Einkaufszentren getätigt.

Die Verbraucher beschränken sich aber nicht auf einen von beiden Orten, sondern ca. Ein Drittel gibt an online UND im Laden während des Events einzukaufen.

Das Wetter ist daher ein wichtiger Faktor für die Verteilung der Onlinekäufe und im Laden während des Black Friday in der Schweiz.

Bemerkenswert ist auch, dass immer mehr Verbraucher sich Urlaub nehmen für den "schwarzen Freitag", um das Event laut online und in den sozialen Netzwerken veröffentlichter Aussagen, besser nutzen zu können.

" Wo haben Sie 2018 in der Woche des Black Friday in der Schweiz eingekauft? "

Online	Im Laden	inem Einkaufszentrum	Andere
45 %	33 %	22 %	1 %

SINGLES' DAY IN DER SCHWEIZ

Ein mässiger Erfolg für den Singles' Day

Dieses Event kam 2018 aus Asien in die Schweiz mit ca. 20 teilnehmenden Händlern und eröffnet seitdem die Zeit der Sonderaktionen im November (11.11.19 in diesem Jahr). Das Event startet nur langsam in der Schweiz durch mit nur wenigen angegebenen Teilnehmern und mehrheitlich einer Kaufabsicht von unter 300 CHF.

Ca. 23% der Befragten haben angegeben 2018 am Single's Day eingekauft zu haben und die Voraussichten für 2019 bleiben schwach.

Das Verkaufsvolumen bei diesem Event ist ebenfalls kaum erwähnenswert im Vergleich zum Black Friday. Es ist jedoch interessant diese Trends in den kommenden Jahren zu beobachten.

" Haben Sie während des

JA 22,87 %
NEIN 77,13 %

Singles' Day 2018 eingekauft? "

JA 25,7 %
NEIN 9,03 %
VIELLEICHT 65,23 %

" Denken Sie, dass Sie am Singles' Day 2019 einkaufen werden? "

2017
CHF. 100 8 %
CHF. 100 - 300 16 %
CHF. 300 - 500 6 %
CHF. 500 - 1000 3 %
CHF. + 1000 2 %

" Wieviel werden Sie wahrscheinlich in diesem Rahmen ausgeben? "

SCHLUSSFOLGERUNGEN UND SCHÄTZUNGEN

Am Black Friday 2019 steigt die Nachfrage weiter, jedoch weniger intensiv

Die Ausgabe von 2018 des Black Friday konnte einen Zuwachs von 30% in der Schweiz verbuchen, im Vergleich zu 2017 und 2019 kündigt sich mit demselben Trend an. Für 2019 wird der Zuwachs des Nachfragevolumen wahrscheinlich weniger gross ausfallen, aber der mittlere Warenkorb wird steigen.

Teilnahme am Event

Im Hinblick auf die Zahlen unserer Umfrage und nach unseren aktuellen Schätzungen werden die Teilnahmeintentionen am Event des Black Friday 2019 weiter wachsen, zwischen 10 und 12% im Vergleich zu 2018.

Schätzungen der Ausgaben

Die Ausgaben der Schweizer Verbraucher am Wochenende von Black Friday und Cyber Monday werden vermutlich um 10% steigen im Vergleich zu 2018, auf 310 Mio. CHF. Wir schätzen, dass ca. 135 Mio. CHF online und 165 Mio. CHF in den Läden und Einkaufszentren vom 29. November bis zum 2. Dezember 2019 ausgegeben werden.

Über blackfriday.ch :

Das Genfer Start-up wurde 2015 von Jérôme Amoudruz und François Benveniste gegründet, 2 Experten des Onlinehandels. Aus swiss.blackfriday wurde 2018 blackfriday.ch, die erste Medien-Plattform nur für Aktionen des Black Friday online und im Laden in der Schweiz. Heute beschäftigt das Unternehmen 5 Mitarbeiter und expandiert international.

UNTERNEHMENSCHRONOLOGIE

2015 - Start des ersten, dem Black Friday gewidmeten Blogs in der Schweiz swiss.blackfriday, auf Französisch und Deutsch.

2016 - Entwicklung der Plattform swiss.blackfriday, Listen von mehr als 150 Shops und erstes Sponsoring durch die Marken.

2017 - 500.000 Besucher von swiss.blackfriday und Generierung von ca. 1,5 Mio. CHF Umsätzen auf den Sponsor-Onlineshops innerhalb von 3 Tagen, u. a. Manor, Media Markt, Clarins

2018 - Ankauf des Domain-Namens blackfriday.ch, Öffnung der italienisch und englischsprachigen Versionen. Zusammenarbeit mit der Fédération du Commerce Romand und Samsung, 1.000.000 gespeicherte Besucher im November. Einführung des GDPR.

2019 - Launch der ersten mobilen App für den Black Friday in der Schweiz und Internationalisierung der Technologie in Deutschland, Frankreich und Österreich, Prognose von weiterem Kundenzuwachs.

Pressekontakt

Jérôme Amoudruz

+41 (0)78 230 93 93

jerome@blackfriday.ch

press@blackfriday.ch

Logo - https://mma.prnewswire.com/media/1016062/Blackfriday_ch_Logo.jpg

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100069967/100834642> abgerufen werden.