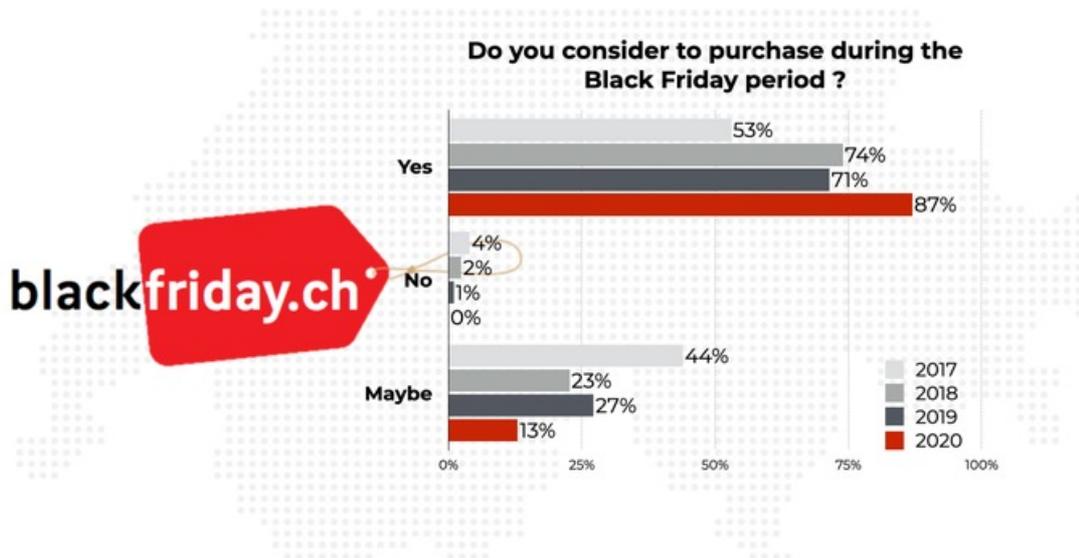


11.11.2020 - 11:10 Uhr

## Beobachtung - Black Friday in der Schweiz: Ein Rekord-Kaufbudget der Schweizer Verbraucher zum Black Friday 2020 kündigt sich an



Genf (ots) -

Im 4. Jahr in Folge veröffentlicht blackfriday.ch seine Beobachtung zu den Trends im Kaufverhalten für die Ausgabe 2020 des Black Friday in der Schweiz.

2020 wird der Handel durch die Pandemie des Coronavirus erheblich gestört. Aber das Jahr ist noch nicht zu Ende und das letzte Quartal wird für den Einzelhandel entscheidend sein.

Um dem Phänomen des Black Friday auf den Grund zu gehen, veröffentlicht die Plattform [blackfriday.ch](https://blackfriday.ch) seine 4. jährliche Marktbeobachtung und identifiziert dabei die Entwicklung der Kaufrends während des Events. Die jährlich herausgegebene Beobachtung des Phänomens bei den Verbrauchern entsteht durch Umfragen vor und nach dem Black Friday.

### Einige grosse Trends 2020:

- Ein Event, das weiter wächst (+12% Umsatz)
- Anzahl der Erstkäufer steigt stetig (+22%)
- Ein Kaufbudget, das über dem von 2019 liegt
- Home (Innen- und Außenausstattung) ist dieses Jahr in den Top 3 (17% Kaufabsichten)

+12% Wachstum der Verbraucherausgaben 2020.

Nach den Daten unserer Umfragen in der Schweiz seit 2017, schätzen wir, dass die Verkäufe 2020 um 12% im Vergleich zu 2019 steigen werden, d. h. CHF 350 M Umsatz in der Woche des Black Friday 2020 in der Schweiz (ausser Nahrungsmittel).

### Eine Rekordbeteiligung

Der Trend bestätigt sich, der Black Friday hat in der Schweiz wachsenden Erfolg. Mehr und mehr Verbraucher sind jedes Jahr mit dabei und 2020 gilt diese Regel auch.

Mehr als 87% der befragten Personen haben angegeben, zum kommenden Black Friday einkaufen zu wollen, das bedeutet einen Steigerung von 22% im Vergleich zum Vorjahr. Trotz eines leichten Rückgangs letztes Jahr, ist diese Steigerung konstant seit 2015, dem Jahr des ersten Black Friday in der Schweiz mit Manor.

### Das Budget steigt stark.

Dieses Jahr wird besonders werden! Das lassen auf jeden Fall die Ergebnisse unserer Umfragen mit einem Drittel der Käufer (36%) vermuten, die planen mehr als letztes Jahr auszugeben.

Tatsächlich haben ca. 18% vor, mehr als 1000.- Fr. auszugeben, ein Anteil, der seit 2019 stark angestiegen ist (damals hatten lediglich 7% der Befragten vor mehr als 1000.- auszugeben). Während die Schweizer für den Black Friday letztes Jahr im Durchschnitt ca. 310.- Fr. betrug, so kann dieses Jahr mit einem deutlich höheren Budget gerechnet werden.

## Geschäfte und E-Commerce

Es handelt sich um eine direkte Auswirkung der Corona-Krise, zum Zeitpunkt unserer Umfrage (vom 1. bis zum 30. Oktober 2020), als 35% der befragten Käufer angeben, ausschliesslich online einkaufen zu wollen, gegen 5% nur im Geschäft. Dennoch haben 53% angegeben ihre Einkäufe online UND offline im Laden einkaufen zu wollen.

Trotz strenger sanitärer Auflagen bringen die Verbraucher ihr Anliegen zum Ausdruck in die Läden zurückkehren zu wollen, wenn die Sonderangebote dort interessanter sind als online.

Während die meisten Händler ihre Sonderangebote neu erfinden, um den Online-Absatz zu fördern und Lösungen wie Click & Collect und Drive-Ins entwickeln, werden diese Entwicklungen direkte Auswirkungen auf die Lieferfristen haben.

## Nachholbedarf bei Mode und Neankömmling Haus und Deko.

Die Corona-Krise hat direkte Auswirkungen auf den Konsum in zahlreichen Produktkategorien. Tourismus und Reisen, Mode und Kosmetik sind stark von einem Rückgang betroffen, Lebensmittel, Haushalt und Deko jedoch weniger, da sich die Verbraucher stärker diesen essentiellen Produkten zugewandt haben.

Während des Black Friday in der Schweiz, wie überall auf der Welt, steht vor allem Hightech im Mittelpunkt. Laut unserer Umfrage haben 38% der Teilnehmer vor, Produkte wie Fernseher, Computer, Spielkonsolen oder Smartphones zu kaufen. Aber auch ca. 24% der Befragten, Männer und Frauen gleichermaßen, gaben an von den Schnäppchen im Bereich Mode und Kosmetik profitieren zu wollen, mit jeweils 15% und 9%.

Die grosse Neuerung dieses Jahr ist das Aufkommen der Kategorie Haus und Deko, die, von Heimwerken und Gärtner geboostet, auf dem 3. Platz der Kaufabsichten landet.

Zusammengefasst lässt sich sagen, dass der Black Friday 2020 in der Schweiz ein ganz besonderer werden wird. Genauso wie die Anzahl der Verbraucher, steigt auch jedes Jahr die Anzahl der teilnehmenden Shops.

Aber dieses Jahr ist besonders wichtig. Für die Verbraucher, einerseits, denn in Krisenzeiten, werden die Preise genau beobachtet, jedoch aber auch, weil viele häufiger online einkaufen.

Für die Händler, andererseits, ob es sich dabei um Pure Player handelt, Fachhändler oder Marken, die Verkäufe zum Jahresende für die Bilanz 2020 besonders wichtig sein werden. Hier geht es darum, das Geschäftsjahr zu retten.

## Umfrage-Methodologie:

Online-Umfrage vom 1. bis zum 30. Oktober 2020 unter 572 Teilnehmern, im Alter von 16 bis 70 Jahre, repräsentativ für die Schweizer Bevölkerung im gesamten Bundesgebiet. Die Analyse stützt sich auf die Datensammlung aus den Jahren 2017, 2018 und 2019.

Quellen: Blackfriday.ch, "Beobachtungen zum Kaufverhalten am Black Friday in der Schweiz" 2017, 2018 und 2019.

Um den vollständigen Bericht zu erhalten, wenden Sie sich bitte an [jerome@blackfriday.ch](mailto:jerome@blackfriday.ch)

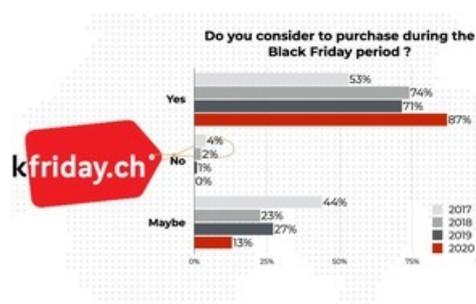
## Über Blackfriday.ch:

Das Genfer Start-up wurde 2015 gemeinsam von Jérôme Amoudruz und François Benveniste, 2 E-Commerce-Experten, als swiss.blackfriday gegründet, wird ab 2018 zu [blackfriday.ch](http://blackfriday.ch) und zur wichtigsten Medienplattform rund um das Thema der Aktionen zum Black Friday online und in den Läden in der Schweiz. Heute beschäftigt das Unternehmen 5 Mitarbeiter und entwickelt sich auch international. Seit 2020 unterstützt die Plattform ausserdem einen verantwortungsbewussten Konsum mit einer Sammel- und Wiederaufbereitungsaktion von alten Smartphones: [blackfriday.ch/recycle](http://blackfriday.ch/recycle)

Pressekontakt:

Jérôme Amoudruz  
[jerome@blackfriday.ch](mailto:jerome@blackfriday.ch)  
+41 78 230 93 93

## Medieninhalte



Consumers trends for black friday 2020 - survey from blackfriday.ch / Weiterer Text über ots und [www.presseportal.ch/de/nr/100069967](http://www.presseportal.ch/de/nr/100069967) / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke honorarfrei. Veröffentlichung bitte unter Quellenangabe: "obs/blackfriday.ch"

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100069967/100859331> abgerufen werden.