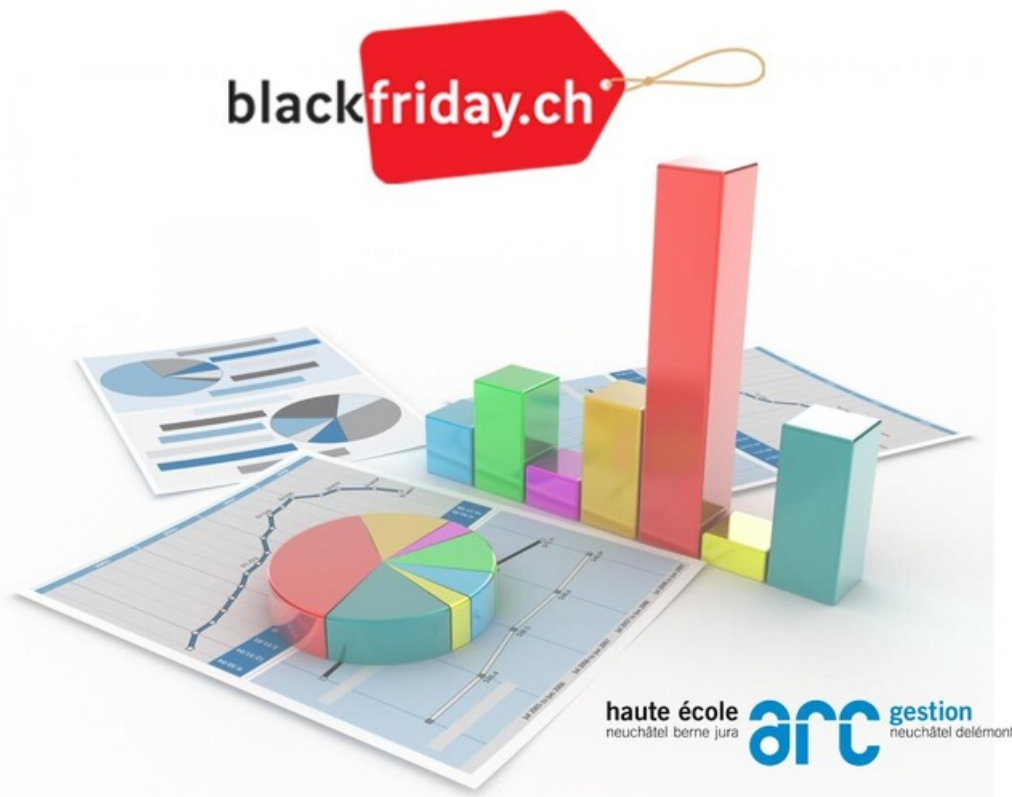


27.10.2021 – 16:32 Uhr

2021: neues Kaufverhalten zum Black Friday nach der Pandemie in der Schweiz



Genf (ots) -

blackfriday.ch veröffentlicht die 5. Ausgabe seiner Beobachtungen zum Black Friday in der Schweiz und enthüllt erste Ergebnisse. Welche Trends und Veränderungen lassen sich voraussagen für den Black Friday in der Schweiz 2021, nach einem unruhigen Jahr 2020, der Corona-Krise, sowie der Blüte des Onlinehandels?

Jedes Jahr führt die Webseite blackfriday.ch eine Umfrage unter Verbrauchern durch, um in Erfahrung zu bringen, wie deren Kaufabsichten zum Black Friday in der Schweiz lauten. In Zusammenarbeit mit der HEG-ARC Neuchâtel untersucht die Studie die Ergebnisse seit 2017, um die Veränderung der Schweizer Verbraucher und Verbraucherinnen zu analysieren.

Das hält 2021 für uns bereit:

- Ein Event mit konstantem Wachstum nach einer besonderen Dynamik 2020
- +30% Erstkäufer, ein Event, das jedes Jahr mehr Kunden überzeugt
- Ein geringeres Budget, das jedoch durch mehr Besucher ausgeglichen wird
- Die Käufer kehren in die Verkaufsflächen zurück, wenn auch einige vom Onlinehandel überzeugt sind
- Die Mode befindet sich wieder in den Top 3 der beliebtesten Einkaufskategorien
- Aufstieg des Singles' Day

Ausgaben (noch stärker) betroffen von der Corona-Krise

Hinsichtlich der voraussichtlichen Ausgaben befindet sich das Jahr 2021 unter dem Zeichen der Sparsamkeit. Nach ihren voraussichtlichen Ausgaben für den Black Friday befragt, gab die Mehrheit der Umfrageteilnehmer an (>43%), weniger als 300.- Franken in diesem Rahmen ausgeben zu wollen. 2020 beispielsweise hatte noch ein Grossteil der Käufer mit 500.- Franken ein höheres Budget angegeben. Was ihre Beweggründe betrifft, so gaben die Antwortenden an, ihre Ausgaben 2021 reduzieren zu wollen. Durch die Unsicherheit des Endes der Krise kann auch auf berechnete Weise nach der Stimmung bei den Verbrauchern gefragt werden.

Des Weiteren lassen sich leicht die gesunkenen Ausgaben mit den beliebten Kategorien in Beziehung setzen. Während der Bereich High-Tech nach wie vor ganz oben steht, nach dem Boom von Haus- und Dekorationsartikeln im letzten Jahr, wenden sich dieses Jahr die Käufer Kategorien mit kleinerem Durchschnittswarenkorb zu.

Mehr und mehr Neukunden online.

31%, das ist der Prozentsatz von Neukunden online, der dieses Jahr erwartet wird (Personen, die im letzten Jahr nicht gekauft haben und für 2021 angeben online einkaufen zu wollen). Eine Zahl, die obwohl sie beinahe am niedrigsten ist (2019 war mit 30% noch niedriger), beweist, dass das Event weiterhin Neukunden für sich gewinnen kann. Eine Wohltat für Händler, Marken und Vertrieb, für die dieses Event eine wichtige Operation zur Käuferwerbung darstellt.

Die Käufer kehren in die Läden zurück.

Auch wenn 2020 natürlich die Ladengeschäfte geschlossen waren, kehrt 2021 die Absicht zurück wieder in den Läden einzukaufen mit 19% Käufern ausschliesslich in PoS und 43% mit der Absicht über beide Kanäle, online und offline, einkaufen zu wollen. Eine Rückkehr in den Verkaufsflächen also, die selbstverständlich nicht die Migration der Verbraucher in die digitale Welt kompensieren kann, deren Kaufverhalten sich diesbezüglich in der Pandemie verändert hat.

Ein Event, das reifer geworden ist.

Da der Black Friday weiterhin jedes Jahr Neukunden anzieht, ist dieser zu einem wichtigen Event geworden, sowohl für Marken, wie auch für Verbraucher auf der Suche nach Schnäppchen. Selbst wenn die Käufer verstanden haben, dass das ganze Jahr über Schnäppchen auch online zu finden sind, weckt der Black Friday weiterhin die Neugierde und den Opportunismus des Grossteils der Verbraucher.

Die Umfrage hatte auch den Durchbruch des Singles' Day, dem asiatischen Pendant des Black Friday, zum Thema, der am 11. November stattfindet und langsam in der Schweiz durchstartet. In dieser Hinsicht haben 10% der Umfrageteilnehmer bereits den Singles' Day in der Schweiz genutzt oder haben es vor. Ein Phänomen, das in der Deutschschweiz wesentlich ausgeprägter ist.

Methodologie der Umfrage:

Es handelt sich um eine Onlineumfrage vom 1. - 6. Oktober 2021 unter 1805 Teilnehmern, im Alter von 16 bis 70 Jahren, repräsentativ für die Bevölkerung in der gesamten Schweiz. Die Analyse beruht auf dem Sammeln von Daten für die Jahre 2017, 2018, 2019 und 2020.

Quellen Blackfriday.ch, "Beobachtungen zum Kaufverhalten zum Black Friday in der Schweiz" ("Observations des comportements d'achat du Black Friday en Suisse") 2017, 2018, 2019 und 2020

Pressekontakt:

Wenn Sie die Daten der Umfrage zugesandt bekommen möchten, kontaktieren Sie bitte: Jerome@blackfriday.ch +41 78 230 93 93

Medieninhalte



2021: neues Kaufverhalten zum Black Friday nach der Pandemie in der Schweiz

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100069967/100880100> abgerufen werden.