

Die große "Black Friday & Cyber Monday Studie 2019": Österreicher geben heuer 260 Euro aus

HANDELSVERBAND LOGOS
AKTIONSTAGE



Sujets des Handelsverbandes zur kostenfreien Nutzung für österreichische Händler

Credit: Handelsverband

Fotograf: gerald.kuehberger@handelsverband.at

Utl.: Handelsverband Consumer Check: Drei Viertel der Konsumenten nutzen Aktionstage bereits für Weihnachtseinkäufe. Textil-, Elektro- und Schuhhändler profitieren am stärksten. =

Wien (OTS) - "Black Friday" und "Cyber Monday" heißen die beiden anstehenden Aktionstage, die hierzulande mittlerweile zu den wichtigsten Shoppingterminen des Jahres zählen. Ob und wie die Österreicher am 29. November und am 2. Dezember shoppen werden, haben der Handelsverband, MindTake Research und der Online-Preisvergleich [idealo.at] (<https://www.idealoo.at>) untersucht.

Das Ergebnis: 59 Prozent der Befragten werden heuer auf Schnäppchenjagd gehen. Vor allem bei jungen Konsumenten sind die beiden Rabatttage beliebt, im Alterssegment der unter-29-Jährigen planen mehr als 80 Prozent einen Einkauf. Aber auch bei den über-60-Jährigen sind es mehr als die Hälfte.

Niederösterreicher und Burgenländer am spendabelsten
"Die heimischen Konsumenten werden beim Black Friday und Cyber Monday 2019 im Schnitt 260 Euro ausgeben. Trotz der eingetrübten Konjunktur dürfen sich unsere Händler also Ende November auf größere Warenkörbe freuen", erklärt Rainer Will, Geschäftsführer des Handelsverbandes.

"Der internationale Trend wirkt sich regional unterschiedlich auf das Konsumentenverhalten aus. Am spendabelsten sind heuer übrigens die Niederösterreicher und Burgenländer mit durchschnittlichen Ausgaben von 289 Euro. Das Schlusslicht bilden die Wiener mit

lediglich 231 Euro", so Will.

Stationärer Handel und E-Commerce profitieren

Zu den am stärksten nachgefragten Produktgruppen zählen neben Bekleidung, bei der mehr als 40 Prozent der Konsumenten einen Kauf geplant haben, v.a. Elektrogeräte (38 %) und Schuhe (26%).

"Nicht nur der stationäre Handel darf sich am 29. November und am 2. Dezember über Mehrumsätze freuen, denn fast 40 Prozent der Österreicher werden ausschließlich online auf die Suche nach den besten Angeboten gehen. Rund die Hälfte will sowohl auf der Fläche als auch im Web einkaufen", sagt Harald Gutschi, Sprecher der Geschäftsführung der Unito/Otto-Gruppe und Vizepräsident des Handelsverbandes.

Die Top 5 Online-Produktkategorien am Black Friday:

~

- * Smartphones
- * Fernseher
- * Notebooks
- * Spielekonsolen
- * Damendüfte

~

Die Top 5 Online-Produktkategorien am Cyber Monday:

~

- * Smartphones
- * Fernseher
- * Lautsprecher
- * Notebooks
- * Lego

~

Angebote im Vergleich: Black Friday schlägt Cyber Monday

Immerhin 58 Prozent der 900 von idealo 2018 untersuchten Produkte waren am Black Friday günstiger als in den vier Wochen davor.

"Vergleicht man die beiden Shoppingtage, lohnt sich der Black Friday für Österreicher in acht von zehn der beliebtesten Kategorien mehr als der Cyber Monday. Generell sollten die Verbraucher an den

Schnäppchentagen nicht blind jedem angeblichen Angebot vertrauen, sondern genau hinschauen und Preise vergleichen", empfiehlt Veronika Bahr, Country Managerin von idealo Österreich.

Die Nachfrage am Black Friday auf idealo.at bestätigt: "Das Vorhaben, an den Sondereinkaufstagen online einzukaufen, wird auch in die Tat umgesetzt. Im Vergleich zu 2017 sind die Seitenaufrufe im letzten Jahr um 41 Prozent gestiegen. Das Wachstum hat sich zuletzt deutlich beschleunigt", so Bahr.

Auch spannend: "Fast drei Viertel aller Black Friday- und Cyber Monday-Kunden – so viele wie nie zuvor – nutzen die Angebote, um erste Weihnachtseinkäufe zu erledigen. Die beiden Shoppingevents sind terminlich perfekt positioniert, um das Weihnachtsgeschäft einzuläuten. Das Potenzial ist riesig", ist Rainer Will überzeugt.

Handelsverband bietet kostenfreie Sujets für den heimischen Handel

Aktionstage wie der Black Friday und der Cyber Monday geben dem Handel Eventcharakter, sie sorgen bei den Kunden für zusätzliche Emotionen und für mehr Frequenz auf den Einkaufsstraßen. "Die Herausforderung liegt gerade für kleinere Händler darin, in der Rabattschlacht nicht unter zu gehen. Neben den höheren Umsätzen durch Aktionen muss immer auch die Gewinnspanne im Blick behalten werden. Darüber hinaus gilt es, aus den zahlreichen Schnäppchenjägern Stammkunden zu machen", so Rainer Will abschließend.

Der Handelsverband hat für die November-Aktionstage (Black Friday, Black Week, Black Thursday, Cyber Monday, Cyber Week) neue Logos kreiert, welche alle Mitglieder frei nutzen dürfen. Das Ziel: mehr Wiedererkennung zu schaffen und heimische KMU-Händler bei ihren Marketingaktivitäten zu unterstützen. Mehr dazu [HIER] (<https://www.handelsverband.at/index.php?id=1118>).

Den detaillierten Consumer Check Ergebnisbericht können Sie [HIER] (<https://www.ots.at/redirect/blackfriday5>) downloaden.

Bild(er) zu dieser Aussendung finden Sie im AOM / Originalbild-Service sowie im OTS-Bildarchiv unter <http://bild.ots.at>

~

Rückfragehinweis:

Handelsverband

Mag. Gerald Kuehberger, MA
Communications Manager
Tel.: +43 (1) 406 22 36 - 77
gerald.kuehberger@handelsverband.at
www.handelsverband.at

~

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/1824/aom>

*** OTS-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLIESSLICHER
INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSENDERS - WWW.OTS.AT ***

OTS0078 2019-11-19/10:26

191026 Nov 19

Link zur Aussendung:

https://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20191119_OTS0078