

Black Friday im Jahr 2021

Datenerhebung, die in einem Zeitraum von 16. Oktober bis 28. Oktober von der Offerista Group über die eigenen Plattformen durchgeführt wurde. Befragt wurden insgesamt 677 Teilnehmer:innen ab 18 Jahren, davon 64% weiblich und 35% männlich und 1% divers.

Black Friday ist nicht wichtig, gekauft wird aber trotzdem!



Lediglich

40%

geben an, dass ihnen der Black Friday wichtig ist.

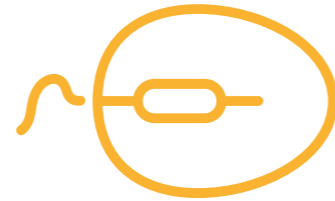
Trotzdem haben

52%

die letzten Jahre bei den Deals zugeschlagen.

44% wollen auch dieses Jahr den Einkaufstag zum Shoppen nutzen.

Welche Plattformen werden zur Aktionssuche genutzt?



38%

Offizielle Webseiten der Stores/Marken

31%

Ich habe mich nie zu Black Friday Angeboten informiert

31%

Newsletter, die ich erhalte

Die Generation Y wittert für sich mehr Vorteile



3 von 4

Befragten im Alter von 25-44 haben in den letzten Jahren zu Black Friday etwas eingekauft.

Gesamte Black Week oder nur Black Friday?



3 von 4

wollen nicht nur den Black Friday, sondern die gesamte Black Week ausnutzen

Wo wird geshoppert?



54%

Nur online

38%

Sowohl stationär als auch online

8%

Nur stationär in einem Geschäft

Budgettechnisch wird erst mal abgewartet!



die **Hälfte**

der Teilnehmer:innen gibt an, dass der Budgetrahmen ganz auf die Angebote ankommt.

Elektro Angebote sind am beliebtesten!

87%

wollen einen Elektro-Deal abstauben. Auf Platz zwei erfreuen sich Produkte aus dem Bereich Kleidung, Schuhe und Accessoires mit

53%

ebenfalls großer Beliebtheit.



Wenn nicht, warum nicht?

69%

der Befragten geben an, dass sie zum Black Friday nicht shoppen, da sie aktuell einfach keinen Bedarf haben und nichts Neues benötigen.

