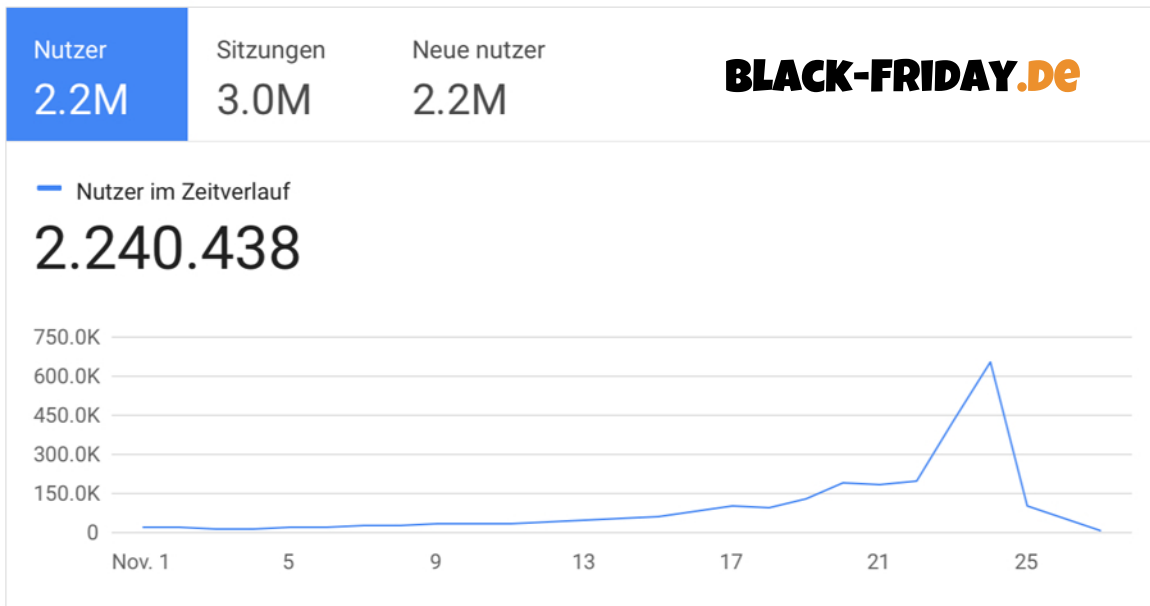


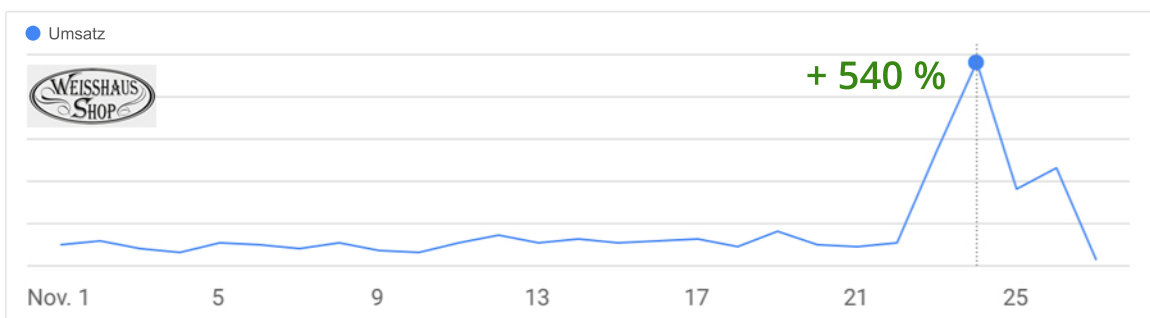
Black Friday 2017 - Fazit



Im November 2017 informierten sich mehr als 2,2 Millionen Besucher auf dem Portal **Black-Friday.de** über die stattfindenden Rabattaktionen.



Bei **arktis.de**, einem autorisierter Händler von Apple Produkten, der zum Black Friday hohe Rabatte auf Apple und Smartphone Zubehör anbot, kletterte der Umsatz am Black Friday um über 120 Prozent und verdoppelte sich damit im Vergleich zum Freitag der Vorwoche.



Der Spirituosen Händler **Weisshaus-Shop** aus Österreich führte in diesem Jahr bereits zum vierten Mal seine beliebte Black Friday Aktion durch und gewährte seinen Kunden erneut 10% Rabatt auf das gesamte Sortiment. Dem Händler gelang es so, am Black Friday Wochenende, einen ganzen Monatsumsatz zu erzielen.



Die **Shopware AG** ist deutscher Marktführer im Segment Online Shopsysteme und veranstaltete einen Black Weekend Sale im hauseigenen Community Store. Am Black Friday stieg der Umsatz um mehr als 350 Prozent und fiel damit fast 5 Mal höher aus, als an einem gewöhnlichen Freitag.

Mehr als 2,2 Millionen User informieren sich auf Black-Friday.de über den Black Friday 2017 und die Angebote der Händler!

(Oberhausen, 27. November 2017) – Es war wie erwartet die größte Rabattschlacht des Jahres! Und wieder einmal brach der Black Friday in Deutschland alle Rekorde. So informierten sich im November mehr als 2,2 Millionen Besucher auf dem Portal Black-Friday.de über die stattfindenden Rabattaktionen.

Insgesamt listete Black-Friday.de über 350 Aktionen deutscher Händler, wobei diese sich vor allem auf Online-Rabatte bezogen. Auch in den deutschen Innenstädten hat der Black Friday längst Einzug erhalten, weshalb davon auszugehen ist, dass die tatsächliche Zahl teilnehmender Händler noch weitaus höher liegt.

Eine Auswertung der Black-Friday.de Besucherzahlen legt nahe, dass das Interesse vor allem in der Woche zum Black Friday immer mehr ansteigt. Hatten sich die Besucherzahlen in den Vorjahren extrem auf den Black Friday selbst verdichtet, so verteilen sie sich in diesem Jahr viel mehr auf die Tage zuvor. Dies hat vermutlich 2 Gründe. Einerseits veranstalten immer mehr Händler gleich ganze Black Friday Wochen und bewerben diese prominent auf allen Werbekanälen. Andererseits informieren sich die Kunden im Vorfeld des Black Fridays immer stärker über die Aktionen des Einzelhandels und ziehen dann am Black Friday selbst zum Shopping in die Innenstädte und Einkaufszentren.

Die beliebtesten Kategorien auf Black-Friday.de waren in diesem Jahr Elektronik (inkl. Computer, Tablets und Smartphones), gefolgt von Fashion, Haushalt, Beauty und Schmuck. Zudem war die Kategorie Reisen gefragter als je zuvor. Das mit Abstand am meisten gesuchte Produkt war auch in diesem Jahr die PlayStation 4 von Sony. Aber auch Fernseher, Laptops, Handys und Waschmaschinen waren unter den Top-Suchbegriffen auf Black-Friday.de. Die am häufigsten aufgerufenen Deals, waren die Aktionen von Saturn, Amazon und Nike. Dicht gefolgt von Apple, Kickz.com, Adidas, Samsung, Douglas und Christ.

Für die Händler hat sich der Black Friday 2017 erneut ausgezahlt. Die Black Friday Rabatte wurden von den Kunden dankend angenommen und sorgten wieder für Umsatzexplosionen in den teilnehmenden Onlineshops. Wir haben 3 Händler gebeten uns Einblick in Ihre Umsatzzahlen zu gewähren und sind von den Ergebnissen mehr als begeistert.

Bei arktis.de, einem autorisierter Händler von Apple Produkten, der zum Black Friday hohe Rabatte auf Apple und Smartphone Zubehör anbot, kletterte der

Umsatz am Black Friday um über 120 Prozent und verdoppelte sich damit im Vergleich zum Freitag der Vorwoche.

Der Spirituosen-Händler [Weisshaus Shop](#) aus Österreich führte in diesem Jahr bereits zum vierten Mal seine beliebte Black Friday Aktion durch und gewährte seinen Kunden erneut 10% Rabatt auf das gesamte Spirituosen Sortiment. Am Black Friday führte dies zu einem Umsatzplus von unglaublichen 500 Prozent gegenüber den vorherigen Freitagen. Dem Händler gelang es so, an nur einem Wochenende, einen ganzen Monatsumsatz zu erzielen.

Auch im B2B Bereich funktionieren Black Friday Aktionen sehr gut. Die [Shopware AG](#) ist deutscher Marktführer im Segment Online Shopsysteme und veranstaltete einen Black Weekend Sale im hauseigenen Community Store. Hier bietet das Unternehmen Plugins und Erweiterungen für die eigene Software an. Am Black Friday stieg der Umsatz um mehr als 350 Prozent und fiel damit fast 5 Mal höher aus, als an einem gewöhnlichen Freitag.

Am heutigen Cyber Monday kann noch einmal bei vielen Händlern gespart werden. Eine Übersicht über alle Shops und Rabatte gibt es auf:

<https://www.black-friday.de/cyber-monday-deals>.

Übrigens, morgen ist GivingTuesday 2017! Der GivingTuesday ist ein Aktionstag, der immer am ersten Dienstag nach Thanksgiving Menschen für soziales Engagement begeistert. Helfen, Schenken, Spenden, Teilen – jede Aktion zählt! Mehr zum GivingTuesday finden Sie unter: <https://www.black-friday.de/givingtuesday>

Black Friday.de ist das erste Black Friday Portal für Deutschland. Hier finden Schnäppchenjäger seit 2012 hunderte Angebote deutscher Shops auf einen Blick. Per Newsletter, Smartphone-App sowie über die einschlägigen Social-Media-Kanäle werden User laufend über die besten Angebote informiert und verpassen so keine Black Friday Aktion.

Pressekontakt:

Simon Gall
Lothringer Str. 12
46045 Oberhausen

E-Mail: info@black-friday.de

Tel.: (0208) 88 289 821

Web: www.black-friday.de