



••• Von Gianna Schöneich

**S**chnäppchentage haben ihren Ursprung in den Vereinigten Staaten – mit dem Black Friday Sale. Der Freitag nach Thanksgiving stellt den Beginn der Weihnachtseinkaufssaison dar. Vor vier Jahren hat es der Schnäppchen-Tag mit blackfridaysale.at und blackfridaysale.de auch in den deutschsprachigen Raum geschafft.

„Wir hatten von Beginn an einen hohen Traffic und positives Feedback – im Durchschnitt konnten die Händler ihren Umsatz verdreifachen, und gewisse Händler haben in der Zeit des Black Friday Sales ihren Monatsumsatz gemacht“, erzählt Konrad Kreid, Geschäftsführer von blackfridaysale.at.

#### Gründung Puls 4 Shopping

Für dieses Vorhaben hat sich die ProSiebenSat.1 Puls 4 Gruppe mit Kreid, einen Mann mit viel Erfahrung im Schnäppchengeschäft in die eigenen Reihen geholt. Ende 2016 wurde gemeinsam die Puls 4 Shopping GmbH gegründet, um unter der Domain [www.4shoppingdays.com](http://www.4shoppingdays.com) unterjährige online Shoppingevents stattfinden zu lassen.

„Nach einer erfolgreichen Kooperation im Vorjahr mehreren internationalen Vorbildern wie dem Alibaba Single Day oder den Amazon Prime Days, baut sich die ProSiebenSat.1 Puls 4 Gruppe nun unterjährige digitale Shopping Events auf und nutzt für die Bewerbung die riesige Reichweite im TV“, erklärt der Co-Geschäftsführer der Puls 4 Shopping GmbH, Daniel Zech.

© ProSiebenSat.1 Puls 4/Jörg Kickermann (2)

„Die ProSiebenSat.1 Puls 4 erweitert mit dem Launch von [4shoppingdays.com](http://4shoppingdays.com) ihr Vermarktungsportfolio – neben der SevenVentures Austria Mehrheitsbeteiligung Markt guru und der weltweit einzigartigen Exklusivvermarktung von Amazon – und ist damit das erste TV-Unternehmen, das auf die „Shopping Day“-Systematik setzt. Die 4 Shopping Days sollen einen hohen Impuls für den österreichischen Handel darstellen“, erläutert ProSiebenSat.1 Puls 4 Geschäftsführer Michael Stix.

#### 500.000 User aktivieren

Der Startschuss für den ersten Shopping Event auf [4shoppingdays.com](http://4shoppingdays.com) fällt am 4. Mai um 5:30 Uhr im Puls 4 Frühstücksfernsehen Café Puls und endet am 7.5. um 24 Uhr.

Der Schnäppchenevent wird massiv über TV beworben und man will innerhalb des kurzen Zeitraums der 4 Shopping Days 500.000 User aktivieren.

„Wir werden den Event, welcher eine Woche vor dem Muttertag stattfindet und wo daher

”

*Die Bewerbung im TV sorgt nicht nur für Traffic, sondern ist stark auf Conversions ausgerichtet.*

**Daniel Zech**  
SevenVentures

“

für viele Kunden eine Präsenz besonders wichtig ist, mit einer massiven TV-Werbekampagne auf unseren Sendern begleiten. Besonders freut es mich, dass wir den digitalen Vorreiter, die XXXLutz Gruppe, als großen Kunden gewinnen konnten“, ergänzt Stix.

Für Unternehmen bietet die Sender-Gruppe verschiedenste Pakete an; ab 999 € kann man bereits bei dem Verkaufsevent dabei sein.

„Wir möchten allen Unternehmen die Möglichkeit bieten, an den [4shoppingdays.com](http://4shoppingdays.com) dabei zu sein. Zudem bieten wir besondere Händler-Kombiangebote an, bei denen diese prominent auf [4shoppingdays.com](http://4shoppingdays.com) platziert sind und zusätzlich in die TV-Kampagne eingebunden werden können“, erklärt Kreid.

#### Digitalisierung des Abverkaufs

„Wir glauben, dass wir mit der operativen Expertise von Konrad Kreid und unserer Verkaufsmannschaft den Handel und Abverkauf digitalisieren können. Die Bewerbung im TV sorgt nicht nur für Traffic, sondern ist stark auf Conversions ausgerichtet. Wir haben jetzt schon einen großen Ansturm und schätzen, dass wir bis zum Event im Mai circa 100 Händler an Bord haben werden“, erklärt Zech.

Bei den Themen und Zeitpunkten für die anderen anstehenden Verkaufsevents seien der Kreativität keine Grenzen gesetzt, erklärt Kreid – neben dem anstehenden Muttertag wird im September das Thema „Back to School“ sein.

Der Termin wurde für 7. bis 10. September fixiert.