

**Zuversichtlich**

Konrad Kreid, Geschäftsführer und Initiator Blackfridaysale.at, rechnet für 2017 am Black Friday mit 50% Umsatzgewinn.

Black Friday soll erneut zulegen

Schwarzer Freitag auf österreichisch: Beginn bereits am Donnerstag, den 23. November, Umsatzplus quasi fix.

WIEN. Blackfridaysale.at, nach eigenen Angaben der führende Plattformanbieter der Verkaufsveranstaltung „Black Friday“ in Österreich, rechnet in diesem Jahr am Aktionstag mit einer weiteren, starken Umsatzsteigerung. Black Friday ist immer am letzten Freitag im November, in diesem Jahr also am 24. November 2017.

Die großen Profiteure bislang am Black Friday waren die Textil- sowie die Sportbranche. Deutliche Preisreduktionen sind bei Sport-, Designerbekleidung, Winterschuhe und Trachtenmode besonders beliebt, das spiegeln die bisherigen Erfahrungen deutlich wider. Der Aktionstag findet in diesem Jahr in Österreich übrigens schon zum fünften Mal statt.

„Die Bekleidungsindustrie hat gemeinsam mit dem Sporthandel in den letzten Jahren enorm viel Aufmerksamkeit erfahren“, sagt Konrad Kreid, Initiator von

Blackfridaysale.at. „Wir rechnen in diesem Jahr mit deutlichen Zuwachsraten um die 50 Prozent bei Kaufinteressenten. So sollten rund zehn Millionen kaufwillige Shopper auf unseren Seiten nach geeigneten Schnäppchen suchen.“

eCommerce-Umsätze steigen

Der Umsatz der Top-Online-shops in Österreich beträgt mittlerweile deutlich über zwei Mrd. € pro Jahr und wird auch 2017 weiter steigen. „Ein großer Teil davon wird am Black Friday-Wochenende erwirtschaftet“, ist Kreid überzeugt. „Wir liegen hier im internationalen Trend. Unser Nachbar Deutschland erzielt bei eCommerce-Umsätzen am Black Friday-Wochenende über einer Milliarde Euro Umsatz.“

Dabei habe insbesondere die große Anzahl an Medienberichten rund um den Black Friday eine markante Änderung in Online-Einkaufsverhalten bewirkt:

Anhand attraktiver Angebote ziehen viele Konsumenten ihren Weihnachtseinkauf auf Ende November vor. „Vom dieserart verlängerten Shoppingzeitraum profitieren jene Händler, die beim Black Friday-Wochenende mit dabei sind“, meint Kreid.

In den letzten Jahren haben bekannte Unternehmen und Marken wie Adidas, Nike, Zalando, Otto, Escada, HIS Jeans, Tally Weijl, About You, Van Graaf, Walbusch, Superdry, Eterna, Jockey, Skinny, Breuninger, Yoox, Asos, Pimkie, Peter Hahn, Fashion ID, Bench, Jockey, Alpenwelt, Lena Hoschek, Tennis Point, Blue Tomato, Galeria Kaufhof und viele weitere auf der Plattform teilgenommen. Für 2017 werden Produkte und Teilnehmer kurz vor dem Event bekannt gegeben.

Laut einer repräsentativen Studie von RetailMeNot ist der Bekanntheitsgrad von Black Friday und Cyber Monday mittlerweile sehr hoch. Rund 80%

der unter 30-Jährigen kennen die Sparaktionen, und fast jeder Fünfte hat bereits von diesen profitiert.

„Für Händler ergibt sich aufgrund dieses hohen Bekanntheitsgrads eine attraktive Möglichkeit, relevante Umsätze zu generieren. Aus unserer Erfahrung haben Händler letztes Jahr überproportional mit sehr günstigen Angeboten profitiert. Auch wenn dadurch keine hohen Deckungsbeiträge erzielt wurden, konnte zusätzliche Ware mitverkauft werden, und es wurden Neukunden gewonnen“, erklärt Kreid. Bei www.blackfridaysale.at startet die Verkaufsveranstaltung in diesem Jahr bereits am Donnerstag, den 23. November, um 19 Uhr, und dauert deshalb länger als 24 Stunden. (nov)

Freitagskaufrausch

USA

Black Friday wird in den USA der Freitag nach Thanksgiving genannt. Da Thanksgiving immer auf den vierten Donnerstag im November fällt, gilt der darauffolgende Black Friday als Start für Weihnachtseinkäufe.

Austria

www.blackfridaysale.at ist der größte Black Friday Shopping-Event des Jahres. Mehrere Hundert Top-Markenshops und angesagte Labels reduzieren dabei innerhalb von 24 Stunden drastisch ihre Preise.