

Amazon ist Spitzenreiter in der Cyber Week

Donnerstag, 25.11.2021

Ein neuer Corona Consumer Check des IFH Köln fokussiert die Kanalwahl bei den Händleraktionstagen Black Friday, Cyber Monday und Co. und resümiert: Auch wenn immer mehr stationäre Händler bei der Cyber Week mitziehen, bleibt online der Gewinner. Mit Abstand der meistgenutzte Anbieter: Amazon.

Die Rabattaktionen in der sogenannten Cyber Week mit Black Friday und Cyber Monday boomen. Immer mehr Konsumentinnen und Konsumenten nutzen auch hierzulande die aus den USA stammenden Angebotstage in der letzten Novemberwoche, bei denen in den letzten Jahren auch vermehrt stationäre Händler mitmachen. Was aber ist bei deutschen Kund:innen in der Cyber Week der Kanal der Wahl? Diese Frage stellt der aktuelle Corona Consumer Check und zeigt: 2021 entscheiden sich mehr Konsument:innen für den Onlinekanal als im Vorjahr. Damit fällt der Großteil der Umsätze in der Cyber Week auf Onlineanbieter – allen voran Amazon.

Rund drei Viertel der befragten Konsumentinnen und Konsumenten geben an, zum Black Friday und Cyber Monday 2021 einen Onlinekauf zu planen. Dabei fällt auf: In diesem Jahr gewinnt der Onlinekanal gegenüber dem Einkauf im stationären Geschäft noch einmal dazu. Während 2020 noch 32 Prozent angaben, am Black Friday stationär einzukaufen, planen dies in diesem Jahr nur noch 27 Prozent. Ähnlich die Tendenz auch für den Cyber Monday: Hier verlieren die stationären Geschäfte sieben Prozentpunkte gegenüber dem Vorjahr.

In Deutschland finden Black Friday und Cyber Monday hauptsächlich online statt. Dabei gibt eine Mehrheit (89 %) der befragten Cyber- Week-Onlineshopper:innen an, anlässlich Black Friday und Co. bei Amazon zu kaufen. Rund ein Drittel beabsichtigt, in Onlineshops anderer Händler zu shoppen. Auf Platz drei der beliebtesten Onlineanbieter in der Schnäppchenwoche landet eBay (26 %).

Und wie sieht es stationär aus? In den Geschäften vor Ort sind es vor allem die großen Handelsketten und überregionalen Händler, bei denen Cyber-Week- Schnäppchen ergattert werden. Hier plant die Mehrheit (61 %) der befragten Konsument:innen, die bei den Aktionstagen stationär shoppen, ihre Käufe zu tätigen. Aber auch Kaufhäuser sind für rund die Hälfte zu Black Friday und Co. das Geschäft der Wahl, gefolgt von Geschäften lokaler Händler (41 %) und Hersteller (35 %).

Amazon ist Spitzenreiter in der Cyber Week