

Google-Analyse: Black Friday und Cyber Monday werden in Deutschland immer populärer

- Digitalagentur SUCHDIALOG analysiert Google-Suchanfragen nach Black Friday, Cyber Monday und beliebten Produkten, Marken und Shops
- Interesse für Black Friday ist in Deutschland um 174 Prozent gestiegen, für Cyber Monday sogar um 188 Prozent
- iPhone vs. Samsung Galaxy: 71 Prozent der Deutschen googeln nach Apple-Produkt

Mannheim, 20. November 2019 – Black Friday und Cyber Monday: Die Rabatt-Tage erlangen weltweit immer mehr Aufmerksamkeit und gehören für viele Unternehmen zu den umsatzstärksten Tagen im Jahr. Die Digitalagentur SUCHDIALOG (suchdialog.de) hat nun analysiert, inwiefern sich das Interesse an den Angebotstagen in Deutschland und 18 weiteren großen Industrienationen in den letzten drei Jahren verändert hat und wie beliebte Produkte bzw. Shops und Marken bei den Deutschen gegeneinander abschneiden.

Suchanfragen für Black Friday durchschnittlich um 172 Prozent angestiegen

In 16 von 19 untersuchten Ländern ist das Interesse am Black Friday in den letzten Jahren kontinuierlich angestiegen. Deutschland liegt mit einer Steigerung von 174 Prozent knapp über dem Durchschnitt (172 Prozent) der Untersuchung. Den größten Anstieg erlebt dabei die Türkei: Waren es 2015 nur 74.000 Suchanfragen im November, gab es 2018 schon 823.000. Das Interesse ist hier um das 10-fache gestiegen. Auch in Frankreich und Italien zogen die Discounts immer mehr Menschen an. Hier steigerte sich das Suchverhalten um knapp 400 Prozent. In den USA, wo der Black Friday seinen Ursprung hat, ist der Hype um die Schnäppchen nur konstant geblieben und in Russland sogar zurückgegangen (-32 Prozent).

Cyber Monday in Argentinien mit Abstand am verbreitetsten

Auch der Montag nach dem Thanksgiving-Wochenende, der insbesondere Angebote für die Unterhaltungselektronik bietet, wird in den untersuchten Ländern immer bekannter. Insbesondere in Argentinien erfreut er sich großer Beliebtheit: Insgesamt 3 Millionen Suchanfragen gab es 2018 – Spitzenwert der Untersuchung. Außerdem ist es das einzige Land der Analyse in dem der Cyber Monday beliebter als der Black Friday ist. Die USA folgen mit 1,5 Millionen Anfragen, erleben aber auch, wie Argentinien, nur eine Steigerung von 22 Prozent. Anders ist es beim Drittplatzierten Deutschland: Das Interesse ist hier um rund 188 Prozent gestiegen und verzeichnete im letzten Jahr rund 450.000 Suchanfragen.

Cyber-Wochenende: So schneiden die Konkurrenten gegeneinander ab

Die Preisnachlässe in der Cyber-Week decken jegliche Kategorien ab und reichen von Elektronik über Bekleidung bis hin zu Kosmetik. Um die besten Schnäppchen zu ergattern schauen Kunden nach bestimmten Shops, Produkten oder Marken. Aus diesem Hintergrund hat SUCHDIALOG die jeweiligen Marktführer miteinander verglichen. So gibt es bei den bekanntesten deutschen Elektro-Fachmärkten einen deutlichen Unterschied. Während das Suchvolumen nach Media Markt 60 Prozent ausmachte, sind es bei Saturn nur 40 Prozent. Noch deutlicher ist das Ergebnis beim Smartphone-Kauf: 71 Prozent waren im November 2018 an einem iPhone interessiert, nur 29 Prozent suchten nach einem Samsung Galaxy. Dabei schneidet die Marke Samsung in der

Konkurrenzanalyse mit 62 Prozent deutlich besser gegen Apple ab (38 Prozent). Im Kosmetikbereich lässt Douglas (82 Prozent) Konkurrent Flaconi (18 Prozent) weit hinter sich.

“Unsere Analyse zeigt: Kunden lieben Rabatte. Die Anzahl der Suchanfragen sind weltweit zum Black Friday als auch zum Cyber Monday stark angestiegen. Für Unternehmen, insbesondere für Online-Händler, sind die Tage nicht nur für den Umsatz profitabel, sondern auch für die Neukundengewinnung. Unserer Erfahrung nach sollte dabei insbesondere deren Zufriedenheit im Fokus stehen und falsche Rabattangaben und Lieferzeiten vermieden werden – So können die Angebote den Umsatz bis um das 10-fache steigern. Kunden gönnen sich in dieser Zeit Produkte, die ihnen sonst zu teuer sind und neigen zu Spontaneinkäufen. Unternehmen befreien ihre Lager so von der alten Kollektion und schaffen Platz für das Weihnachtsgeschäft”, kommentiert Dennis Wilson, Team Leader E-Commerce von SUCHDIALOG.

Zur Methodik:

Um herauszufinden, inwiefern das Interesse am Black Friday und Cyber Monday in den G20-Staaten (ausgeschlossen EU) gestiegen ist, wurden die Suchbegriffe bei Google im November aus den Jahren 2015-2018 miteinander verglichen. Die untersuchten Produkte, Marken und Shops wurden mit Hilfe von Google Trends gegenübergestellt. Dabei wurden die Suchbegriffe im Zeitraum vom 26.11.2018 bis 29.11.2018 (Black Friday und Cyber Monday) untersucht.

Alle Ergebnisse stehen unter dem nachfolgenden Link zur Verfügung:
<https://suchdialog.de/news/google-benchmarking-black-friday-cyber-monday/>

Über SUCHDIALOG

SUCHDIALOG ist eine Digitalagentur für datengetriebene E-Business-Lösungen mit Sitz in Mannheim. Das 2009 von Denis Lademann, Tobias Reinhardt und Dr. Yorck Schmidt gegründete Unternehmen wurde 2014 zu einer Aktiengesellschaft umgewandelt. Gemeinsam mit seiner Smart-Data-Schwester BRAIN ONE tritt SUCHDIALOG unter der Dachmarke PERFORMANCE ONE auf. Kunden werden so Beratungsleistungen sowie Online-Marketing-Leistungen aus einer Hand geboten. Derzeit beschäftigt SUCHDIALOG 75 Mitarbeiter.

Pressekontakt:

Katharina van Wickeren | katharina.vanwickeren@tonka-pr.com | +49.30.4036476-12