

**Bonitätsanfragezahlen in der Cyber Week ab 2013 im Vergleich:
Black Friday seit 2017 stärkster Tag im Jahr und legt weiter zu**

**Boniversum zeigt: Black Friday 2018 toppt alles –
86,2 Prozent mehr Kaufabsichten als an regulärem Freitag**

Neuss/Berlin, 28. November 2018 – Der Black Friday ist der Online-Shopping-Tag des Jahres 2018 und dominiert die Cyber Week so stark wie nie zuvor. Darauf lässt die auf den E-Commerce ausgelegte Analyse der Creditreform Boniversum GmbH (www.boniversum.de) schließen. Die Auskunftei verzeichnete am Black Friday 2018 seitens des Online-Handels knapp 86,2 Prozent mehr Bonitätsanfragen über Privatpersonen als an einem durchschnittlichen Freitag. Gleichzeitig hat Boniversum die Anfragezahlen in jeweils der gesamten Cyber Week seit 2013 bis heute unter die Lupe genommen. Die Zahlen widerlegen die kursierende These, die Cyber Week wirke sich negativ auf das Weihnachtsgeschäft aus.

Die Cyber Week beginnt am Montag vor dem Black Friday, der aus den USA nach Deutschland übernommen wurde und hier seit 2013 in größerem Stil umgesetzt wird. Die Schnäppchenwoche endet mit dem darauffolgenden Montag, dem Cyber Monday.

Die Analyse von Boniversum zeigt, dass die Bonitätsanfragezahlen in der Cyber Week seit 2013 im Durchschnitt immer über denen des Weihnachtsgeschäfts und deutlich über dem Jahresmittel (durchschnittliche Anfragezahl je Wochentag im Jahresverlauf) liegen. Ab dem Jahr 2015 nehmen die Anfragezahlen für den Black Friday im Vergleich zum Jahresdurchschnitt zu und dieser Trend steigt in den Folgejahren stark an. Auch hebt sich der Black Friday seitdem signifikant von den restlichen Tagen der Cyber Week ab und liegt 2017 mit knapp 40 Prozent und 2018 mit ca. 42 Prozent über den Bonitätsanfragezahlen des Cyber Monday.

Das Interesse der Konsumenten in der Cyber Week konzentriert sich mittlerweile in erster Linie auf den Black Friday und Cyber Monday. Dies deutet darauf hin, dass die Kunden darauf spekulieren, dass ab dem Freitag die Preise immer weiter fallen.

Cyber Week geht nicht auf Kosten des Weihnachtsgeschäfts

Die kursierende These, dass die Cyber Week durch vorgezogene Weihnachtseinkäufe das klassische Weihnachtsgeschäft gefährde, wird durch die Boniversum-Analyse widerlegt. Beachtlich ist, dass die bei Boniversum verzeichneten Anfragezahlen an den

Tagen vor dem Black Friday (außer in den Jahren 2013 und 2015) vergleichbar mit denen des Weihnachtsgeschäftes sind oder sogar darunter liegen. Je mehr der Black Friday zulegt, umso weniger unterscheiden sich die Bonitätsanfragezahlen der restlichen Cyber Week – ausgenommen Cyber Monday – von denen des Weihnachtsgeschäftes. Das bedeutet, der Black Friday ist zwar ein äußerst umsatzstarker Tag, die Schnäppchenwoche ersetzt aber nicht das Weihnachtsgeschäft.

„Die Verbraucher wollen die größtmöglichen Ersparnisse erzielen und warten in der Cyber Week die Black-Friday- und Cyber-Monday-Rabatte ab. Vorgezogene Weihnachtsgeschenkkäufe scheinen aber keine große Rolle zu spielen. Im Gegenteil, die Rabattschlachten bringen den Verbraucher dazu, in der Summe mehr zu kaufen. Das Weihnachtsgeschäft läuft dabei einfach weiter“, erklärt Ralf Zirbes, Geschäftsführer der Creditreform Boniversum GmbH.

Zeichenzahl: 3.209



Boniversum zeigt: Black Friday 2018 toppt alles – 86,2 Prozent mehr Kaufabsichten als an regulärem Freitag

Kurzporträt Creditreform Boniversum GmbH:

Die Creditreform Boniversum GmbH (Boniversum) ist einer der führenden Anbieter von Bonitätsinformationen über Privatpersonen in Deutschland. Boniversum wurde 1997 gegründet und ist ein Unternehmen der Creditreform Gruppe. Das Unternehmen bietet Verbraucherinformationen und integrierte Risikomanagementlösungen für die kreditgebende Wirtschaft wie Versandhändler, Online-Shops, Touristikunternehmen, Banken, Versicherungen, Wohnungsgesellschaften und viele mehr. Regelmäßig veröffentlicht Boniversum in Zusammenarbeit mit renommierten Partnern und Instituten umfangreiche Studien und Umfragen, um Trends frühzeitig vorherzusehen und Veränderungen im Verbraucher- bzw. Schuldnerverhalten oder in der Kreditaffinität sicher zu prognostizieren. www.boniversum.de

Weitere Informationen:

Creditreform Boniversum GmbH
Hellersbergstraße 11
41460 Neuss

Ansprechpartner:

Aleksandra Gulba
-Presseabteilung-
Tel.: +49 (0) 2131-109-5103
E-Mail: a.gulba@boniversum.de
www.boniversum.de

PR-Agentur:

punctum pr-agentur GmbH
Neuer Zollhof 3
40221 Düsseldorf

Ansprechpartner:

Ulrike Peter
-Geschäftsführerin-
Tel.: +49 (0) 211-9717977-0
E-Mail: pr@punctum-pr.de
www.punctum-pr.de