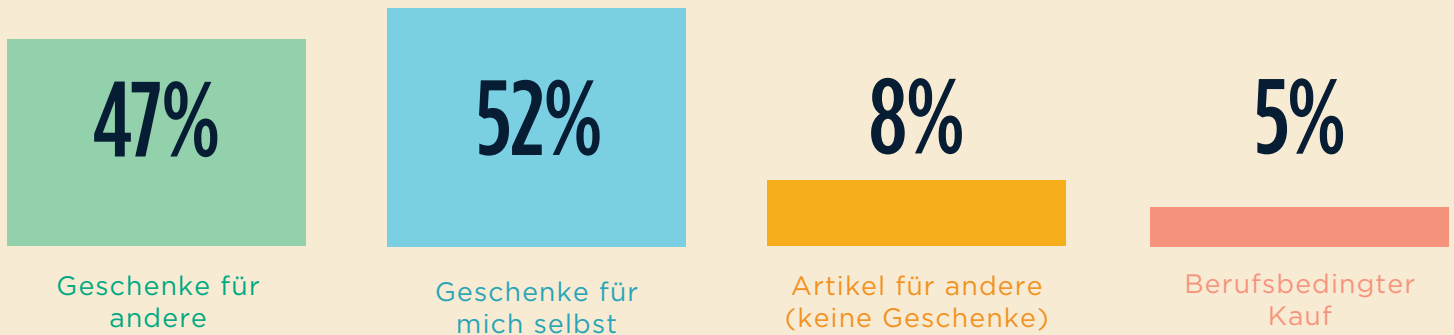


# Analyse: Wie Händler den Black Friday am besten für das Weihnachtsgeschäft nutzen können

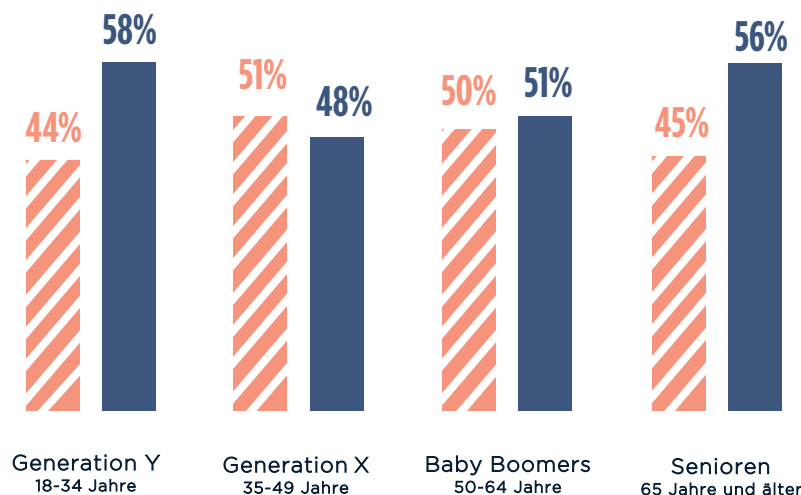
Für wen kaufen Sie heute ein?\*



Online-Shopper kaufen in der Woche vor und nach dem Black Friday mittlerweile mehr Geschenke für sich selbst als für andere.

\*Mehrfachnennung möglich

## Generationsfrage: Wer beschenkt sich selbst?

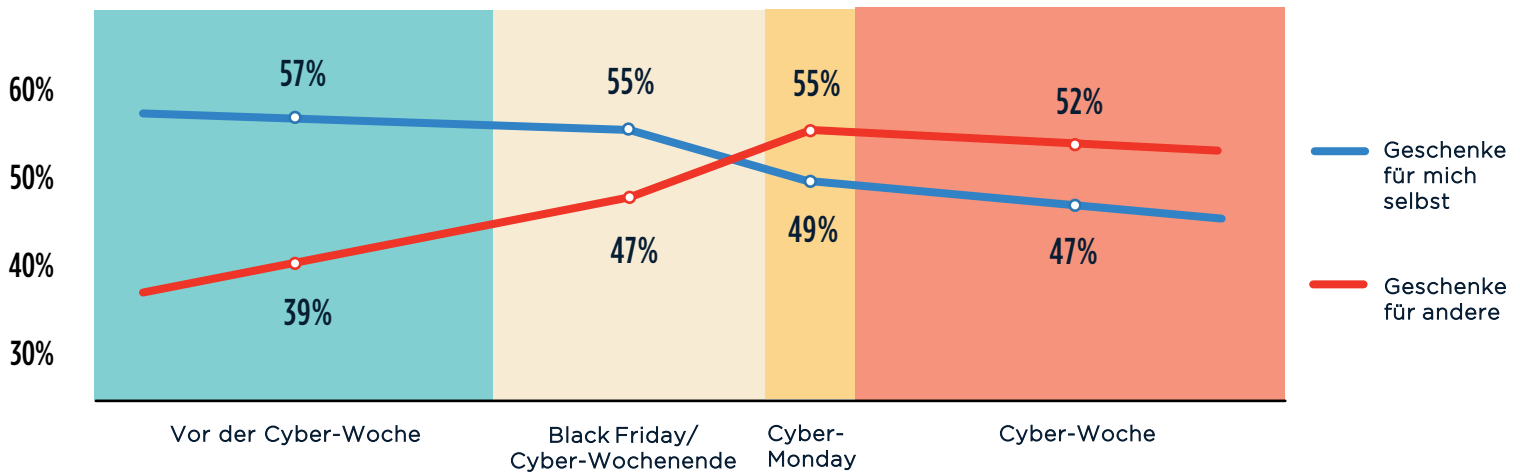


Die Generation Y und die Senioren nutzen die Preisaktionen rund um den Black Friday dazu, Geschenke eher für sich selbst als für andere einzukaufen.

= Geschenke für andere

= Geschenke für mich selbst

## Wann verwandeln sich Käufer vom Geizhals in den Weihnachtsmann?



Am Cyber Monday dreht sich das Bild: Dann kaufen Online-Shopper wieder mehr Geschenke für andere ein. Dieser Trend lässt sich übrigens auch die letzten drei Jahre (bis 2012) zurückverfolgen.

## Wie Händler den Black Friday erfolgreich für sich nutzen können

### Profitipp 1:

Fokussieren Sie im Weihnachtsgeschäft Ihre Werbebotschaften nicht zu früh auf das Beschenken anderer.

### Profitipp 2:

Entwerfen Sie Werbeaktionen oder Kampagnen im Vorfeld des Black Friday für Szenarien, die auf Selbstbeschenker ausgerichtet sind.

### Profitipp 3:

Personalisieren Sie Ihre Werbung und versuchen Sie vor allem die jüngere Generation und die Senioren anzusprechen, sich selbst etwas Gutes zu tun.

**Über diese Analyse:** Die Analyse „Q4/2014 Holiday Study“ wurde von Connexity in Zusammenarbeit mit Forrester Research erstellt. Dazu wurden Online-Käufer unmittelbar nach einem Einkauf bei einem der über 5.000 E-Commerce-Händler aus dem Connexity Bizrate Insights Netzwerk in Nordamerika befragt. Insgesamt wurden Daten von 38.447 Personen im Zeitraum vom 20. November 2014 bis 7. Dezember 2014 erfasst.