

Analyse

Sparfuchs gleich Schlaufuchs: In Deutschland kommen die größten Schnäppchenjäger der Black Week aus der Oberschicht

Hamburg, 8. November 2018 – Die Schnäppchenjagd ist keinesfalls nur in den unteren Einkommenschichten verbreitet. Schaut man genau auf die aktivsten Online-Shopper der Black Week, so zeigt sich: Die größten Rabattjäger sind männlich und überdurchschnittlich gebildet. Also nicht nur Schlau-, sondern auch Sparfüchse. Zu diesem Ergebnis kommt eine Analyse des Datenspezialisten [emetriq](#).

Bei einer Auswertung der emetriq Audience Insights wurden die statistischen Durchschnittsdeutschen mit dem durchschnittlichen Black-Week-Shopper verglichen. Das Ergebnis: Die Schnäppchenjäger, die in den wilden Rabatttagen beginnend mit dem 22. November und dem folgenden Cyber Monday auf die Pirsch gehen, sind hierzulande im Vergleich zum Durchschnitt eher Männer als Frauen, kaufkräftiger und verfügen über einen höheren Bildungsabschluss.

Black Week aus Sicht der Sinus Milieus: Die Oberschicht jagt Schnäppchen

Aufschlussreich ist zudem der Blick auf die Sinus Milieus. Auch hier bestätigt sich das Bild: Die deutschen Online-Shopper, die zum Start des traditionellen US-Weihnachtsgeschäfts besonders preisbewusst zuschlagen, gehören häufiger gehobenen sozialen Milieus an („Etabliert“, „Performer“ und „Expeditive“), als der Mittel- oder Unterschicht. Letztere beiden Gruppen zeigen sich noch immer eher desinteressiert an den Schnäppchentagen, die die großen E-Commerce-Plattformen erst vor wenigen Jahren aus den USA nach Deutschland exportierten.

Unternehmensberater begeisterte Rabattfahnder, während Landwirte den Cyber-Sale ignorieren

Die Datenspezialisten von emetriq schlüsseln ebenfalls auf, in welchen Branchen die aktivsten Black-Week-Shopper arbeiten. Hier zeigt sich: Unternehmensberater und Top-Kräfte aus der Telekommunikationstechnologie sind besonders begeistert vom neomodischen Cyber-Sale, was möglicherweise auch ihrer engeren Verbundenheit mit neuen Medien und einer grundsätzlich schnellen Adaptionlust von US-Web-Trends geschuldet sein könnte. Das größte Desinteresse findet sich in den Bereichen KFZ, Bau und Landwirtschaft.

+++

Bildmaterial (Bildnachweis: emetriq)

Infografik: Der deutsche Black Week Shopper ([CMYK](#) / [RGB](#))

Grafik: Der deutsche Black-Week-Shopper nach Branchen ([CMYK](#) / [RGB](#))

Grafik: Der deutsche Black-Week-Shopper nach Demografie ([CMYK](#) / [RGB](#))

Grafik: Der deutsche Black-Week-Shopper nach Sinus Milieus ([CMYK](#) / [RGB](#))

Zur Analyse:

Die Analyse der emetriq Audience Insights auf Basis des emetriq Datenpools zeigt den Black-Week-affinen User im Vergleich zum gesamten emetriq Datenpool. Aufgrund seiner Größe von 104 Millionen aktiven Profilen aus über 1.500 Webseiten kann der Datenpool die deutsche Internetnutzerschaft verlässlich abbilden. Zeitraum der Datenanalyse: Oktober 2018. *emetriq Audience Insights* ist ein Produkt von emetriq, das Agenturen und Werbetreibenden eine Analyse über Website-Besucher und Zielgruppen ermöglicht.

Über emetriq

emetriq macht Online-Werbung relevanter, präziser und fairer. Die Telekom-Tochter ist Initiator der größten Datenallianz für die deutsche Werbewirtschaft. So bündelt das Hamburger Unternehmen die Daten der führenden deutschen Daten-Lieferanten und Webseiten und ermöglicht Werbetreibenden einen fairen Zugang zu Zielgruppeninformationen in einzigartiger Qualität und Quantität. Publisher sowie Datenanbieter können auf diese Weise ihre eigenen Informationen monetarisieren und veredeln. Auf Basis des Datenpools entwickelt das 80-köpfige Team datengetriebene Lösungen, die für mehr Effizienz im Mediaeinkauf sorgen. Dazu gehören u. a. hochwertige, reichweitenstarke Zielgruppensegmente für intelligentes Targeting sowie Branding- und Performance-Kampagnen basierend auf programmatischem Media-Buying. Namhafte Marken und Agenturen sowie führende AGOF-Vermarkter und Data-Provider setzen auf die Zusammenarbeit mit emetriq. www.emetriq.com

Pressekontakt

Agentur Frau Wenk +++ GmbH
Tel.: +49 (0) 4032904738-0
E-Mail: emetriq@frauwenk.de

emetriq GmbH
Sandra Ceko, Marketing & PR Manager
Tel.: +49 (0) 40 80813-7091
E-Mail: s.ceko@emetriq.com
www.emetriq.com/presse