

Medienmitteilung

Basel, 03.11.2020

Studie zum Singles Day: Wenig Bekanntheit in der Schweiz, jedoch viel Potenzial

Dass am 11. November der Shopping-Tag „Singles Day“ stattfindet, ist in der Schweiz immer noch wenig bekannt. Dennoch dürften die Rabatte stark genutzt werden, wie eine Studie von Profital, der App für digitale Prospekte und Aktionen des Detailhandels, zeigt. Händlern bietet sich damit die Chance, die derzeit getrübe Kauflaune zu steigern.

Während der Black Friday den meisten ein Begriff ist, muss sich der **Singles Day** am 11.11. seinen Platz im Bewusstsein der Konsumenten noch erkämpfen. **81%** der 2'515 befragten Profital-Nutzer **kannten den Singles Day nicht**. Profital-Geschäftsführer **Raphael Thommen** ist allerdings zuversichtlich, dass der 11.11.2020 für Händler zum Erfolg wird. *«Bezüglich Bekanntheit hat der Singles Day zwar noch deutlich Luft nach oben, dennoch ist ein Umsatzwachstum im Vergleich zum Vorjahr zu erwarten»*, so Thommen.

Grund für seinen Optimismus: 72% der Singles-Day-Kenner planen Einkäufe zu tätigen. Und auch bei Konsumenten, welche den Singles Day bisher nicht gekannt haben, erhöht die Aussicht auf gute Angebote die Kauflaune. Über die Hälfte beabsichtigen von den Angeboten zu profitieren. Es gilt: **Je jünger die Befragten, desto grösser das Interesse**. Dass sich die meisten (67%) als Vorbereitung auf den Singles Day über Angebote informieren wollen, stellt für Händler eine Chance dar. **Besonders gross ist das Interesse** der Konsumenten an Angeboten in den Bereichen **Mode, Food und Elektronik**. In diesen Produktkategorien wollen die Hälfte bis rund drei Viertel der Befragten ein Schnäppchen ergattern.

Anders als man es aufgrund der aktuellen Lage erwarten könnte, **ist der stationäre Handel weiterhin hoch im Kurs**. 21% der Befragten wollen nur online einkaufen, 32% nur im Laden – für fast die Hälfte kommt beides in Frage. *«Insbesondere bei der Schnäppchenjagd zeigen sich Konsumenten hybrid, sprich: Ob Internet oder Ladenlokal ist sekundär. Wichtiger ist das gute Angebot»*, so **Raphael Thommen**.

Über den Singles Day

In einzelnen Regionen Chinas wird seit den 1990er-Jahren am 11.11. der Singles Day gefeiert, welcher die Einzigartigkeit der Singles symbolisiert. Durch das Internet wurde die Tradition immer bekannter. Händler nutzen den Tag vermehrt, um Sonderangebote zu schalten. Mittlerweile ist der Singles Day (noch vor dem Black Friday) weltweit der umsatzstärkste Shopping-Tag des Jahres.



Über die Studie

Befragt wurden 2'515 Nutzer der Profital-App in der ganzen Schweiz, davon 1'681 in der Deutschschweiz, 570 in der Westschweiz und 264 im Tessin, während des Zeitraums von 13. Oktober bis 16. Oktober 2020.

Über Profital

Profital ist der führende Schweizer Anbieter für digitale Prospekte und Mobile Retail Marketing. In der gleichnamigen App und auf der Webseite profital.ch finden Nutzer Prospekte, Aktionen und Filialinformationen von über 100 Händlern und Markenherstellern. Jeden Monat planen über 400'000 Schweizer Konsumenten ihre Einkäufe mit dem kostenlosen Einkaufshelfer und lesen dabei mehr als 3.5 Millionen digitale Prospekte. Das Startup der Schweizerischen Post und der Direct Mail Company wurde 2017 gegründet und hat seinen Sitz in Basel.

Mehr Informationen unter: <https://business.profital.ch/presse/>

Profital für iOS und Android: <https://profital.onelink.me/yyck>

Webportal: <https://www.profital.ch/>

Kontakte

Stephanie Csendes

Profital

Head of Marketing & Communications

Tel: 061 337 87 23

E-Mail: presse@profital.ch

Brigitte Kaps

Rent a PR

CEO & Founder

Tel: 079 289 2042

E-Mail: mail@rentapr.ch