

SHOPPING-EVENT SCHON IN VOLLEM GANGE

## Aus Black Friday wird Black Week

Von Aziza Freutel

Mittwoch, 27. November 2019

The image is a promotional banner for Tom Tailor's Black Week Sale. On the left, a black square contains the Tom Tailor logo (a white shirt icon) and the text 'TOM TAILOR EST. 1962'. Below this, the words 'BLACK WEEK SALE' are written in large, bold, white capital letters. Underneath, '20% AUF ALLES' is written in yellow. A yellow hexagonal badge on the right side of the black square says '30% FÜR COLLECTORS CLUB MITGLIEDER'. At the bottom right of the black square is a white button with the text 'JETZT SHOPPEN'. To the right of the black square is a photograph of a woman wearing a red and black striped turtleneck sweater and dark pants, standing in a doorway. The Tom Tailor logo is visible in the top right corner of the photo.

Tom Tailor spielt den Black Friday stationär und im Online-Shop. Ab dem 25. November gewährt das Unternehmen dort 20% bzw. 30% für Collectors Club-Mitglieder. "

Bei den einen heißt es "Black Friday Warm-up", bei den anderen "Pre-Black Friday". Das Ergebnis ist das gleiche: Immer mehr Modeanbieter starten mit den Rabattaktionen zum Black Friday schon deutlich vor dem eigentlichen Tag, dem 29. November. Bei diversen Modehändlern gab es bereits am vergangenen Wochenende Rabatte.

Meist reduzieren die Händler um 20 bzw. 30%. Mit der Ausdehnung des Aktionszeitraums verstärkt sich die Bedeutung des Shopping-Events, das in den vergangenen Jahren auch in der Modebranche zunehmend Teilnehmer findet. Mode ist laut einer Konsumentenbefragung von Mydealz mittlerweile die Produktgruppe, die am stärksten von den Verbrauchern am Black Friday nachgefragt wird. Demnach wollen mehr als 40% Mode und Accessoires während des Shopping-Events kaufen.

## MEHR ZUM THEMA



DEMO AM BLACK FRIDAY

## Klimaschützer wollen Frankfurter Zeil blockieren

Ausgerechnet am Black Friday will die Bewegung Fridays for Future die Frankfurter Zeil lahmlegen. »

[\(/business/news/black-friday-klimaschuetzer-wollen-frankfurter-zeil-blockieren-222725\)](#)

"Mehr als 80% der Bevölkerung kennen den Tag. Und jeder Zweite, der ihn kennt, hat auch schon mal ein Black Friday-Angebot gekauft", so Ulla Ertelt von HML Modemarketing. Die Händler haben zunehmend das Gefühl, sich dem Sale-Event nicht entziehen zu können. Das sieht Ulla Ertelt ähnlich: "Der Black Friday ist längst ein Massenmarktphänomen und hat sich fest etabliert. Nicht mitzumachen, wäre so, als ob man sich früher nicht am Sommer- und Winterschlussverkauf beteiligt hätte."

## MEHR ZUM THEMA

---



ULLA ERTELT VON HML MODEMARKETING ÜBER SHOPPINGVERHALTEN AM BLACK FRIDAY

### **„Das wäre so, als hätte man früher den SSV ignoriert“**

Ulla Ertelt von HML Modemarketing über den Black Friday und seine Bedeutung für die Modebranche, welche Kunden sich dafür besonders interessieren und warum Nicht-Mitmachen eigentlich keine Option ist. »

</business/news/black-friday-das-waere-so-als-haette-man-frueher-den-ssv-ignoriert-222240>

## **Black Friday 2019: Was der Modehandel am Black Friday macht**




Grün statt Schwarz lautet die Devise des Schuhherstellers Gabor zum Black Friday. Für jedes Paar Schuhe, das zwischen dem 29. November und dem 1. Dezember online, in den Garbor-Läden und bei teilnehmenden Shop-Partnern in Deutschland und der Schweiz verkauft wird, pflanzt das Unternehmen einen Baum. Mindestens 1000 Bäume sollen es sein. "Wir sind ein Familienunternehmen, das auf langlebige Qualitätsprodukte setzt. Mit dieser Aktion wollen wir einen zusätzlichen Beitrag zum Klimaschutz leisten", so Inhaber Achim Garbor. Realisiert wird die Pflanzaktion laut Garbor von der Organisation Primaklima, einem gemeinnützigen Verein, der sich bereits seit fast 30 Jahren für den Klimaschutz einsetzt.

1 / 7

## Alternative Aktionen nehmen zu

Anders mitmachen, lautet aber für immer mehr Unternehmen die Devise. Das reicht von Spendenaktionen bis hin zu Boykottaufrufen verbunden mit Tipps für einen nachhaltigeren Alltag.

## Farbe statt Schwarz

**modehaus\_kuhn**  
Bad Mergentheim

[Profil ansehen](#)

# COLOURFUL ~~BLACK~~ FRIDAY

kuhn<sup>♥</sup>  
MODE

[Mehr auf Instagram ansehen](#)

Gefällt 98 Mal

modehaus\_kuhn

Am Black Friday gibt es bei uns keine Angebote und Deals.

Stattdessen möchten wir diesen Freitag zum Tag der guten Taten machen - und wir hoffen, dass ihr uns dabei unterstützt.

„Helfen und spenden“ - das ist unser Motto.

1 € Deines Einkaufs bei uns spenden wir an den Verein Aktion Regebogen für leukämie- und tumorkranke Kinder Main-Tauber e.V.

[#givingisthenewblack](#) [#givingfriday](#) [#colourfulfriday](#)

alle 7 Kommentare anzeigen

Füge einen Kommentar hinzu ...

"Unser Give Friday war 2018 so erfolgreich, dass wir diesen selbstverständlich wiederholen", sagt Marc Ramelow, Inhaber von sechs Modehäusern. Sein Unternehmen werde 10% der Tagesumsätze vom 29. November spenden, im vergangenen Jahr verzeichnete er am Black Friday ein Umsatzplus von 35%. Nicht teilzunehmen ist für Ramelow keine Option. "Der Tag hat eine starke Aktionswirkung, daher meinen wir, eine ‚sinnvolle‘ Aktion ist besser als ‚normal business‘." Gänzlich unabhängig vom Konsum ist die Aktion von Patagonia. Das kalifornische Label verdoppelt vom 29. November bis 31. Dezember die Summe, die Verbraucher an bestimmte Umweltschutzorganisationen gespendet haben.

## MEHR ZUM THEMA

---



BTE-PRÄSIDIUM WARNT

### **Black Friday kein Sale-Start**

Das BTE-Präsidium bewertet die Teilnahme am „Black Friday“ kritisch, der in diesem Jahr am Donnerstag, den 28. November 2019, um 19 Uhr, startet. »

[\(/business/news/preise-moeglichst-lange-stabil-halten-bte-praesidium-black-friday-kein-sale-start-222284\)](https://www.textilwirtschaft.de/business/news/preise-moeglichst-lange-stabil-halten-bte-praesidium-black-friday-kein-sale-start-222284)