Singles Day 2021

Bekanntheit, Informations- & Konsumverhalten in der Schweiz

Eine Studie von Profital, Oktober 2021

PROFITAL

Über die Studie

- Die Studie wurde in der Schweiz durchgeführt
- Zeitraum: 07. Oktober - 18. Oktober 2021
- Stichprobe: 2086 Nutzer:innen der Profital-App
  - Sprachregion: 73% D-CH | 20% F-CH | 7% I-CH
  - Geschlecht: 65% Frauen | 34 % Männer | 1% weitere
  - Alter: 5% 18-24 J. | 27% 25-34 J. | 30% 35-44 J. | 20% 45-54 J. | 12% 55-64 J. | 6% 65+ J.
- Methode: Online Befragung

Wichtigste Studien-Erkenntnisse

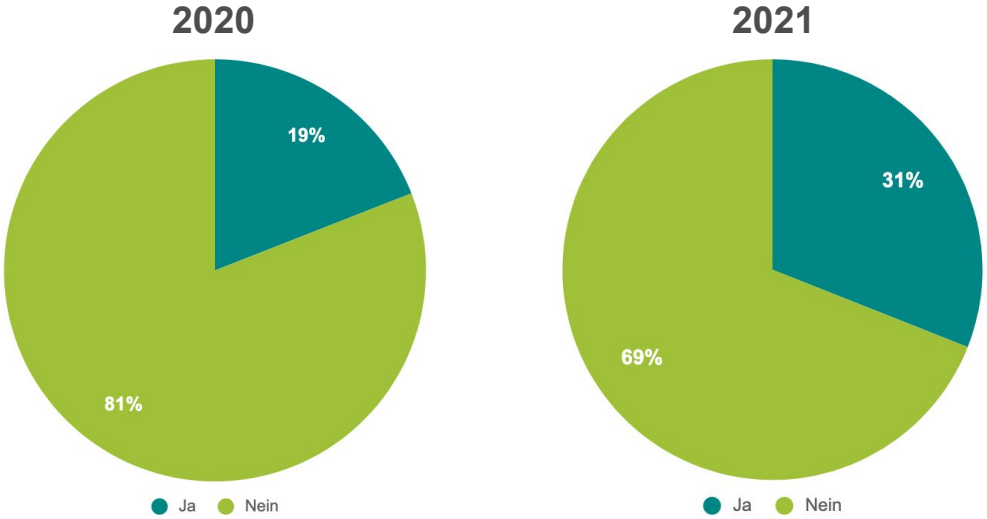
1. Der Singles Day gewinnt im Vergleich zum Vorjahr **deutlich an Bekanntheit**
2. Konsumierende haben **grosses Interesse an Rabatten** und wollen am Singles Day 2021 profitieren
3. Trotz Online-Boom wird immer noch **hauptsächlich hybrid eingekauft** (online und im Laden)
4. **Grosses Inspirations-Potenzial**: Der Grossteil der Befragten hat noch keine konkreten Einkaufspläne
5. Schnäppchen im Bereich **Mode**, **Food** und **Elektronik** sind auch dieses Jahr besonders gefragt
6. Konsument:innen wollen sich vor dem Einkauf **über Angebote informieren** und tun dies **bevorzugt über ihr Handy/Tablet**
7. Im Allgemeinen hohe Preisaffinität: Mit 82% ist der **Preis das wichtigste Kaufkriterium**

Bekanntheit Singles Day

31% kennen den Singles Day – im Vergleich zum Vorjahr (19%) hat der Schnäppchentag an Bedeutung gewonnen

Hast du bereits vom "Singles Day" gehört?

n(2020)=2515, n(2021)=2068

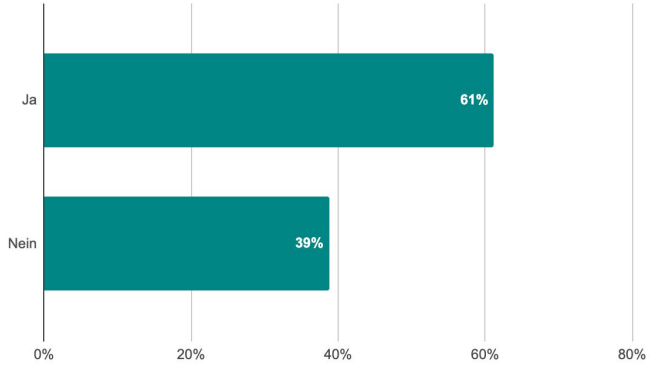


Interesse am Singles Day 2021

Grosses Interesse an Singles Day Rabatten: 61% haben vor, am Singles Day einzukaufen*

Hast du vor, im 2021 von den Singles Day Rabatten zu profitieren?

n=2068



Altersunterschiede:

Je jünger, desto grösser ist das Interesse an Singles Day Rabatten (“Ja”: 65% der 18-44J, 53% der 45+J.)

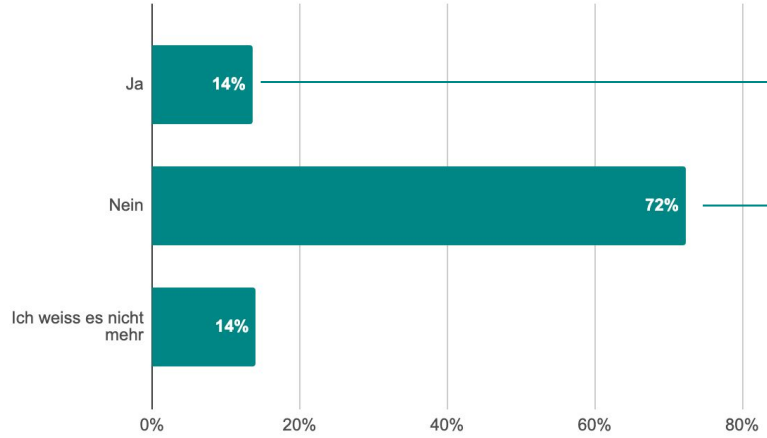
*Die Befragten wurden vor dieser Frage über den Singles Day aufgeklärt.

Singles Day 2020

72% haben im letzten Jahr noch nicht von den Singles Day Rabatten profitiert

Hast du im 2020 von Singles Day Rabatten profitiert?

n=2036



Weitere Erkenntnisse:

94% der Befragten, die am Singles Day 2020 eingekauft haben, wollen auch dieses Jahr wieder profitieren

54% der Befragten, die am Singles Day 2020 nicht eingekauft haben, wollen hingegen dieses Jahr profitieren

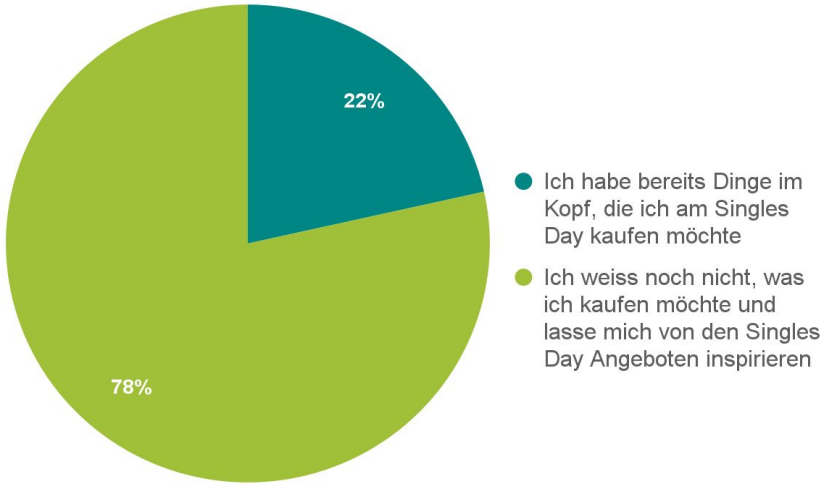
Inspirationspotenzial

78% haben noch keine konkreten Einkaufspläne und wollen sich von den Singles Day Angeboten inspirieren lassen

Frage an Studienteilnehmende, die 2021 vom Singles Day profitieren möchten:

Welcher Aussage stimmst du eher zu?

n=883



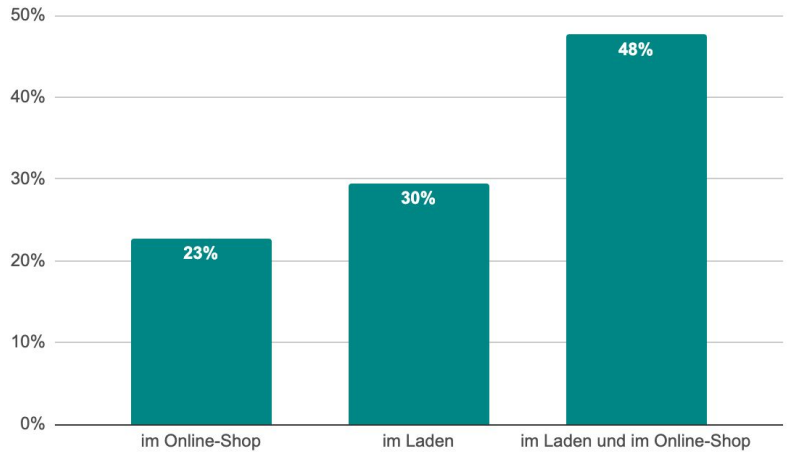
Einkaufskanal

Keine Veränderung der bevorzugten Einkaufsart: auch im 2021 wollen nur 23% ausschliesslich online einkaufen, 48% will hybrid (im Laden und online) einkaufen

Frage an Studienteilnehmende, die 2021 vom Singles Day profitieren möchten:

Wirst du am Singles Day eher im Online-Shop oder im Laden einkaufen?

n=891



Altersunterschiede:

Die ältere Generation (65+) bevorzugt das stationäre Geschäft dem hybriden Einkaufen mit 45%

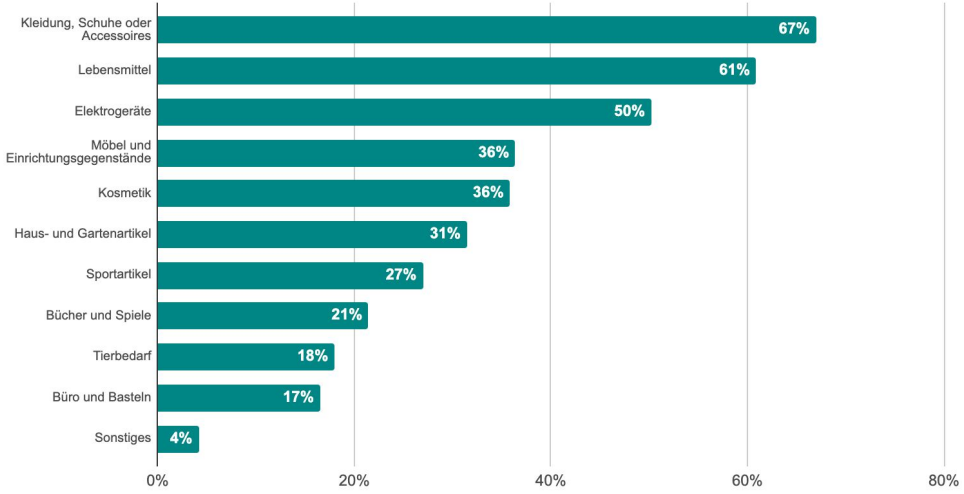
Kaufabsichten

Wie auch im 2020 sind Mode-, Lebensmittel- und Elektronik-Schnäppchen am Singles Day besonders gefragt

Frage an Studienteilnehmende, die 2021 vom Singles Day profitieren möchten:

Von welchen Angeboten würdest du am Singles Day gerne profitieren? (Mehrere Antworten möglich)

n=890



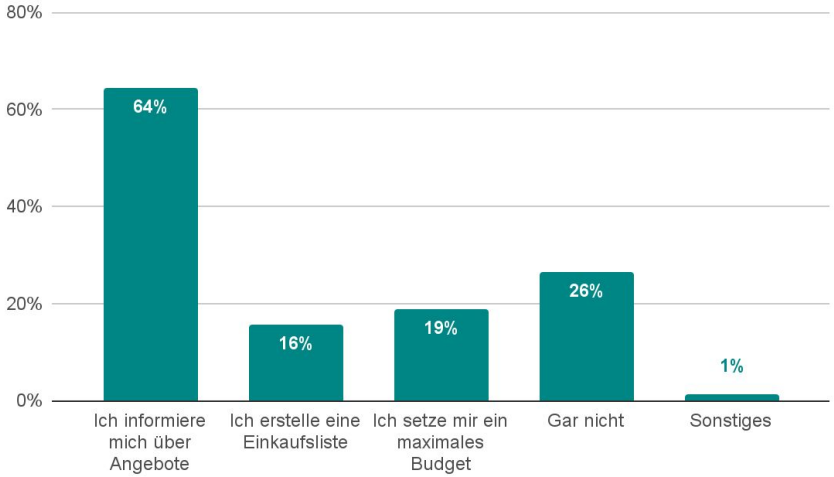
Einkaufsplanung

64% bereiten sich auf den Singles Day vor, indem sie sich über Angebote informieren

Frage an Studienteilnehmende, die 2021 vom Singles Day profitieren möchten:

Wie bereitest du dich auf den Singles Day vor? (Mehrere Antworten möglich)

n=884



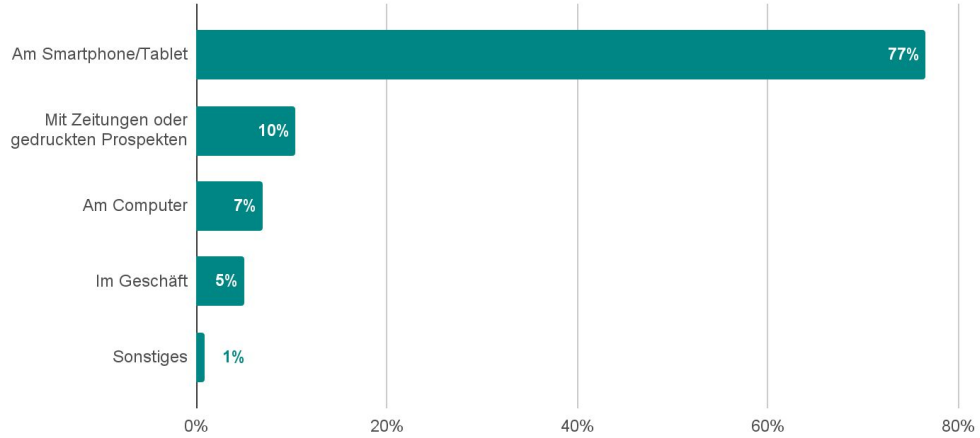
Informationskanal

77% nutzen bevorzugt das mobile Endgerät, um sich über Angebote zu informieren

Frage an Studienteilnehmende, die 2021 vom Singles Day profitieren möchten:

Wie informierst du dich am liebsten über Angebote?

n=859



Altersunterschiede:

Bei den jüngeren Generationen (18-44 J.) ist die Mobile-Präferenz sehr stark ausgeprägt (über 80%)

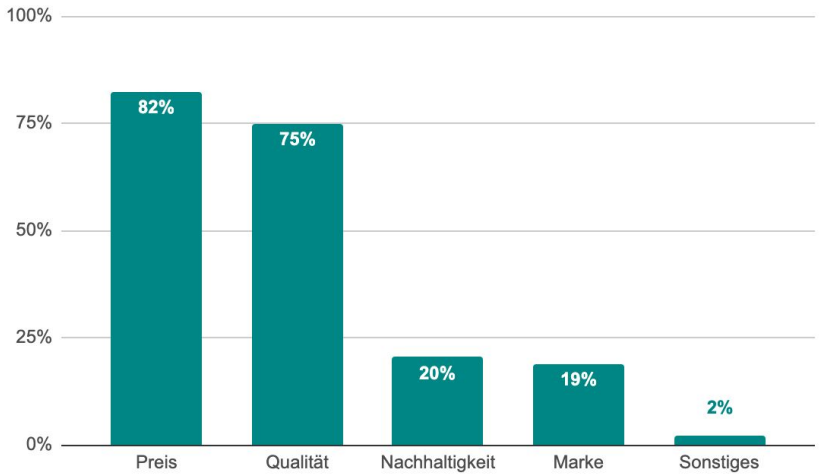
Bei Personen über 65 Jahren sind Zeitungen und gedruckte Prospekte deutlich beliebter (35%), Smartphone/Tablet bleibt aber der beliebteste Kanal (40%)

Allgemeine Einkaufskriterien

82% achten sich beim Einkaufen auf den Preis, 75% auf die Qualität der Produkte

Allgemein: Worauf achtest du beim Kauf von Produkten?

n=1402



Kontakt



Stephanie Csendes
Head of Marketing & Communications

Phone +41 (0)61 337 87 23
E-Mail stephanie.csendes@profital.ch



Raphael Civatti
Campaign & Sales Manager

Phone +41 (0)61 341 87 60
E-Mail raphael.civatti@profital.ch

Mehr Informationen: https://business.profital.ch/insights

PROFITAL