

## Black Friday Insights: Diese Artikel sind besonders begehrt So stark war der Andrang bei Conrad, Karstadt und Co.

Echterdingen. Viele Händler und Hersteller haben auch in diesem Jahr wieder am Black Friday, der größten Rabatt-Aktion des Jahres, teilgenommen. Nun veröffentlicht das IT-Unternehmen loadbee einige Insights zum Shopping-Event: Wie viel größer war der Online-Andrang im Vergleich zu anderen Tagen? Wie oft wurden welche Produktgruppen im Vergleich nachgefragt? Das weiß die IT-Plattform für Content Syndication, weil viele am Black Friday beteiligte Marken aus Industrie und Handel bei der Produktpräsentation im Onlineshop auf loadbee setzen.



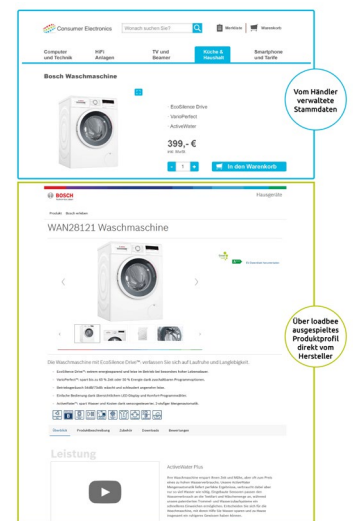
Marc Mombauer

„Wir haben gerade rund 250 Marken auf der loadbee Plattform angebunden und ein Vielfaches an Händlern registriert. Für unsere Fokusbranchen Consumer Electronics, Sport&Outdoor und Werkzeug können wir deswegen ganz gut einschätzen, wie der Black Friday vom Endkunden online angenommen wurde“, erklärt Pressesprecher Marc Mombauer.

### So ziemlich jeder Onlineshopper kam schon mit loadbee in Berührung – ohne es zu wissen

loadbee ist eine Plattform für Content Syndication, die die Produktmehrwerte der Industrie direkt im Händlershop darstellt. Das bedeutet, informiert sich ein Onlineshopper bei einem Händler wie MediaMarkt über eine Miele Waschmaschine, sieht er die Produktinformationen (Texte, Bilder, Videos), die Miele über die loadbee Plattform direkt im Onlineshop von MediaMarkt darstellt.

Dazu sind Miele und seine Handelspartner gemeinsam auf der loadbee Plattform angebunden. Dort hat das Unternehmen für jeden Artikel ein sogenanntes „Produktprofil“ angelegt. Dieses Profil ist eine fertig gelayoutete Sammlung des Rich Contents zum jeweiligen Artikel (Videos, Bilder, Vergleichstabellen). loadbee stellt diese Produktinformationen eins zu eins im jeweiligen Händlershop dar. In A/B-Tests hat das IT-Unternehmen durch diese Art der Produkt- und Markenkommunikation nachgewiesen, dass bis zu 25 Prozent mehr Artikel im Warenkorb landen.



### Dreimal mehr Traffic in den Onlineshops: Vor allem „Weiße Ware“ begehrt

Unter dem Rich Content, den loadbee ausspielt, hat es am Black Friday im Vergleich zur Vorwoche eine signifikante Steigerung im Segment „Weiße Ware“ gegeben. Dort hatten es die Onlineshopper vor allem auf Waschmaschinen, Kühlschränke und Öfen abgesehen. „In der Consumer-Electronics-Electronic-Branche (CE) haben wir am Black Friday knapp dreimal mehr Content ausgeliefert, dementsprechend war der Andrang über alle Shops hinweg etwa dreimal höher. In Sport/Outdoor sehen wir keinen Black-Friday-Peak. Hier gab es aber über die ganze Woche hinweg etwa viermal mehr Andrang online. In der Werkzeugbranche haben wir keine nennenswerten Veränderungen festgestellt“, sagt Mombauer.

Laut loadbee scheint es also so, als ob der Black Friday noch vor allem in der CE-Branche „gefeiert“ wird. Dieses Jahr hatten es die Endkunden dort primär auf die höherpreisige „Weiße Ware“ und entsprechend hohe absolute Rabatte abgesehen. „Wichtig ist am Ende, das Industrie, Handel und natürlich der gemeinsame Endkunde mit dem Tag zufrieden sind“, sagt Mombauer. Besonders spannend wird es dann für Industrie und Handel wieder in der sehr umsatzstarken Zeit kurz vor Weihnachten.

## Über loadbee

Die loadbee GmbH wurde im Februar 2013 gegründet und ist ein Technologieunternehmen mit Hauptsitz in Echterdingen, direkt am Flughafen Stuttgart. Kernprodukt der loadbee Produktfamilie ist die gleichnamige cloudbasierte IT-Plattform für Content Syndication zur kanalübergreifenden Verteilung von kaufentscheidenden Produktinformationen an alle POS und auf alle digitalen Endgeräte.

Die Produkte von loadbee sind weltweit im Einsatz und werden in Deutschland konzipiert und programmiert. Wir arbeiten eng mit Industrie und Handel zusammen, um eine höchsteffiziente Einsetzbarkeit der Produkte für unsere Kunden am Markt zu garantieren.

Die Idee von loadbee den Endkunden an jedem Punkt seiner Kaufentscheidung mit aktuellen und besten Informationen zu versorgen, ist unser Antrieb. Negative Käuferlebnisse durch fehlende Produktinformationen waren gestern.

Weitere Informationen über loadbee finden Sie unter: [www.loadbee.com](http://www.loadbee.com)



**Pressekontakt:**

Marc Mombauer

PR & Marketing Manager

Tel.: +49 711 914 017 51

E-Mail: [marc.mombauer@loadbee.com](mailto:marc.mombauer@loadbee.com)

