

PRESSEMITTEILUNG

Rabattschlacht an Black Friday 2022: Gießen und Marburg sind die Hochburgen der Schnäppchenjäger

Köln, 23.11.2022. Der Countdown zum Black Friday läuft: Vor dem Shopping-Marathon am Freitag bleiben nur noch zwei Tage. Vor allem die Herzen vieler Einwohner in Gießen dürften gerade höherschlagen. Nach Analysen der auf Geomarketing und Außenwerbung spezialisierten Agentur planus media ist die Universitätsstadt in Hessen die Schnäppchenhochburg Nummer eins in Deutschland. Jeder Vierte (24,61 Prozent) dort bezeichnet sich selbst als Schnäppchenjäger. Auf den weiteren Plätzen folgen Marburg - 23,59 Prozent der Erwachsenen gehen in der Stadt an der Lahn nach eigenen Angaben regelmäßig auf Rabattjagd – und Bremerhaven (22,87 Prozent). Die anteilsmäßig wenigsten Schnäppchenjäger leben in Bergisch Gladbach (19,16 Prozent). Direkt davor platziert sich die Gesundheitsstadt im Taunus, Bad Homburg vor der Höhe (19,65 Prozent). Die großen deutschen Metropolen wie Berlin, Hamburg und München landen mit Werte von rund 20 Prozent im Mittelfeld. Basis für die Analyse ist die Markt-Media-Studie best for planning.

„Vor allem Gießen und Marburg sind junge vitale Städte mit einem überproportional hohen Prozentsatz an Studierenden. In Marburg liegt ihr Anteil bei etwa 30 Prozent, in Gießen sogar bei über 40 Prozent. Kennzeichnend für diese Zielgruppe ist häufig eine Ambivalenz im Konsumverhalten: Einerseits geht es angesichts begrenzter finanzieller Ressourcen darum, möglichst wenig Geld auszugeben, andererseits will man sich auch etwas gönnen.“, interpretiert Axel Wiehler, Geschäftsführer von planus media, die Ergebnisse.

Vor allem junge Erwachsene und Großfamilien hoffen auf die besten Deals

Die Zielgruppenanalyse der Kölner Agentur zeigt: Rund ein Viertel der 20-39-Jährigen (25,9 Prozent) will rund um die Rabattaktion Black Friday auf Schnäppchenjagd gehen. Neben Studenten achten insbesondere junge Familien mit kleinen Kindern unter 18 Jahren besonders auf Sonderangebote. Auf die besten Deals des Jahres warten insbesondere große Haushalte mit mehr als fünf Personen. Insgesamt bezeichnet sich jeder fünfte

erwachsene Deutsche als Schnäppchenjäger – die Frauen sind hier in der Mehrzahl: 56 Prozent aller überzeugten Schnäppchenjäger sind weiblich, 44 Prozent männlich.

„Für die werbungtreibende Wirtschaft ist es wichtig zu wissen, wo ihre Zielgruppe genau zu finden ist: Black Friday und die darauffolgende Cyber Week interessieren alle, doch es gibt regionale Schwerpunkte – erst recht auf Produktebene. Das müssen Werbungtreibende mit ihren Media-Schaltungen entsprechend einplanen, um effizient zu kommunizieren. Intelligentes Geotargeting ist hier das A und O“, so Wiehler weiter.

Pressekontakt:

planus media GmbH Agentur für regionale Medien

Peter Herbrand

Von-Werth-Str. 8

50670 Köln

Telefon: 0221 / 99 38 57 - 65

E-Mail: peter.herbrand@planus-media.de

www.planus-media.de

Über planus media:

planus media ist der führende Spezialist für innovative (digitale) Out-of-Home-Kommunikation und Innovator für Geomarketing-Lösungen in Deutschland. Mehr als 50 Spezialisten beschäftigen sich täglich mit dem komplexen Markt lokaler und regionaler Medien. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter beraten unabhängig und mittels selbstentwickelter, effizienter und miteinander vernetzter Geomarketing-Software. Datenanalyse, Zielgruppenscoring, Targeting, Mediastrategie und -technologie liefert die Kölner Agentur aus einer Hand. planus media ist der innovative Partner für regionale Mediaentscheidungen, der Erfolgsfaktor für geobasierte Zielgruppenansprache.

Mehr zu planus media unter www.planus-media.de