



Ressort: Special interest

## **Black Friday, Black Week, Week of Deals oder so 22.11.2022**

Blackhausen, 22.11.2022 [ENA]

Eine Frage: Sind Sie in dieser Woche auch im Kaufrusch und schon ganz nervös ? Egal was das Konto zeigt oder welche Ebbe im Geldbeutel herrscht, von Montag bis Freitag unbedingt mit dabei sein, die besten Deals des Tages, des Monats, nein, sogar des Jahres abgreifen.

Schnell sein, jetzt gleich zum Hörer greifen, nur noch wenige Stücke verfügbar, viele haben schon vorab gekauft – was nicht alles müssen wir uns in diesen Tagen auf allen Shopping TV Sendern anhören, denn es ist wieder diese Woche, früher ja mal nur ein Tag, wo angeblich alles oder fast alles verramscht wird, egal der Preis, supertopfige Angebote, Hauptsache raus. Und Sie als Kunde dürfen, können, müssen, sollen dabei sein, sparen, sparen sparen. Und gerade in dieser Zeit, wo doch alles so teuer wird, bevorraten, da darf es ruhig ein bißchen mehr sein. Und nicht vergessen.

Wenn Sie dann die Hotline anrufen oder im Internet bestellen, dann bitte obendrauf noch den Code lecker20, haudenpreis10, tiptop25 oder suez50 eingeben oder ansagen, dann gibt es nochmal Prozente (hicks). Ein findiger Unternehmer hatte kurzfristig die Idee, online mit dem Sparcode Schlampe40 satte 40 % auf das Sortiment zu gewähren. Während manche sparten, sparten andere nicht mit Anzeigen. Kurz und knapp: Der Code flog wieder raus, was die Aktion dem Unternehmer kostete, keine Ahnung. Und dann bekommen sie noch alles versandkostenfrei, und Neukunden noch einen Gutschein über 5, 10 oder gar 20 Euro, und noch ohne Mindestbestellwert.

Kaufen sie für 10 und haben einen Gutschein für 20, bekommen sie für den nächsten Einkauf noch 10 Euro gutgeschrieben. Und jetzt noch der Oberknaller: Eine 0% Finanzierung. Ja, kaufen sie für 60 Euro und zahlen sie 3x20 Euro ab. Das kann sich jeder leisten. Ich halt´s nicht aus, sie auch nicht ? Also wer jetzt nicht dabei ist, darf ein Jahr lang das Wort Energiekosten, Inflation und Lastenausgleich nicht mehr verwenden. Mehr geht einfach nicht, die Firmen überschlagen sich bei den Preisangeboten. Ich habe für sie mal in unterschiedlichsten Unternehmen gestöbert, ja, bis zu 98 % !!! habe ich Preisnachlässe gefunden, und tatsächlich auf Waren, die wirklich vorher diese 98 % mehr gekostet haben, nur der Vergleich, der hinkt ein wenig.

Gegenübergestellt wird meist ein UVP, und der ist extrem hoch. Ein Beispiel ist ein Set: Angeboten werden 2 Boxershorts + 2 Paar Socken, jetzt für 4.80 Euro, soll mal 19.99 Euro gekostet haben. Oder ein Blazer. Aus einer namenhaften Schmiede: Alter Preis 279.- Euro, jetzt für 39.99 Euro. Wahnsinn. Da wird der

---

### **Redaktioneller Programmdienst: European News Agency**

Annette-Kolb-Str. 16  
D-85055 Ingolstadt  
Telefon: +49 (0) 841-951. 99.660  
Telefax: +49 (0) 841-951. 99.661  
Email: [contact@european-news-agency.com](mailto:contact@european-news-agency.com)  
Internet: [european-news-agency.com](http://european-news-agency.com)

### **Haftungsausschluss:**

Der Herausgeber übernimmt keine Haftung für die Richtigkeit oder Vollständigkeit der veröffentlichten Meldung, sondern stellt lediglich den Speicherplatz für die Bereitstellung und den Zugriff auf Inhalte Dritter zur Verfügung. Für den Inhalt der Meldung ist der allein jeweilige Autor verantwortlich.



..... International Press Service.....

Designer ja richtig arm, der muß ja zulegen. Also mal ganz ehrlich. Hier gibt es doch nur 2 Möglichkeiten: Entweder ist der alte Preis utopisch hoch gewesen und jeder Kunde ist vorher so richtig über den Tisch gezogen worden oder der Händler und / oder Hersteller muß richtig draufzahlen.

Und bei 98 % Reduzierung frage ich mich, warum der Händler die Ware nicht gleich ab bestimmter Bestellhöhe dazuschenkt, dann braucht er mit den restlichen 2 % nicht noch den Versandaufwand, Rechnungsstellung, Verpackung usw. betreiben. Wer mal durch die Sendungen zappt oder im Internet länger stöbert: Aufgepasst. Es ist längst nicht alles so supergünstig wie die dicken Werbebanner z. B. beim Start der Webseite vorgaukeln. Es wird mit Preismanipulation, Vergleichen mit hochwertigen Produkten die gar nicht vergleichbar sind geworben und anderes mehr. Bestes Beispiel:

Ein TV Sender bietet vor Wochen eine typisch zu Weihnachten verkaufte Spezialität an: Mozartkugeln. Die 800g Packung kostet dieses Jahr eigentlich 39.- Euro, wir machen 29.- Euro, und versandkostenfrei. Der Wahnsinn. Und der Moderator überschlägt sich fast: Sie wissen ja liebe Kunden was die dieses Jahr kosten, eine zwischen 1 – 1.50 Euro im Süßwarenfachhandel. Und bei uns bekommen sie um die 40 Stück für unter 30 Euro. Schlagen sie jetzt zu, wir bekommen dann keine mehr nach, das Lager ist leer. Und die Leute schlagen zu um dann am Abend in der Sendung zu erfahren, es geht dann doch nochmal 2 Euro günstiger. So ein Mist. Okay.

Das Ganze zieht sich bis zum heutigen Tag über den Sender mit einem Unterschied: Immer wieder tauchen trotz mehrfacher Ansage, die Ware sei ausverkauft für dieses Jahr, Hunderte von Paketen zum Verkauf auf, und nicht nur das: Quasi von Sendung zu Sendung fällt der Preis, zum Schluß letzten Sonntag wurden die Mozartkugeln für 19.- Euro angeboten, natürlich versandkostenfrei. Und jetzt sage ich ihnen: Die gleiche Packung gleicher Hersteller gleiche Menge war schon zu Beginn der Verkaufsaktion mit 29.- Euro im Internet für 14.- Euro erhältlich, da mit 4 Euro Versand. Erkennen sie die Verkaufsstrategien.

Beispiel großer Onlinehändler, Black Week Preis Minikühlschrank 239.99 Euro. Der gleiche ist bei 2 anderen Anbietern ohne Black Bezug für 226.95 Euro und einmal sogar für 214.95 Euro erhältlich. Und beim letzten Preis gibt es noch 20 Euro Rabatt wenn man eine bestimmte Zahlungsart auswählt. Fazit: Natürlich gibt es in dieser Angebotswoche wirkliche echte reduzierte normale Ware, Restposten, Auslaufware zu Wahnsinnspreisen. Aber: Niemand kann etwas verschenken, und schon gar nicht in diesen Zeiten, wo quasi jedes Unternehmen wegen den Kostensteigerungen nur noch am Jammern sind. Abgesehen davon werden Minuskalkulationen in der Jahresbilanz steuervergünstigt abgesetzt, also zahlen tun wir für die Rabatte letztlich selber – Als Steuerzahler.

Und denken Sie beim nächsten Einkauf online, beim Teleshopping oder in ihrer Stadt bitte daran: Nennen sie vor der Bezahlung bitte den Universalcode: Froheweihnacht22. Der bringt zwar nix, hört sich aber nett

**Redaktioneller Programmdienst:  
European News Agency**

Annette-Kolb-Str. 16  
D-85055 Ingolstadt  
Telefon: +49 (0) 841-951. 99.660  
Telefax: +49 (0) 841-951. 99.661  
Email: [contact@european-news-agency.com](mailto:contact@european-news-agency.com)  
Internet: [european-news-agency.com](http://european-news-agency.com)

**Haftungsausschluss:**

Der Herausgeber übernimmt keine Haftung für die Richtigkeit oder Vollständigkeit der veröffentlichten Meldung, sondern stellt lediglich den Speicherplatz für die Bereitstellung und den Zugriff auf Inhalte Dritter zur Verfügung. Für den Inhalt der Meldung ist der allein jeweilige Autor verantwortlich.



..... International Press Service.....

an und hinterläßt oftmals fragende Gesichter. In diesem Sinne: Ran an die Ware.

Bericht online lesen:

[https://www.european-news-agency.de/special\\_interest/black\\_friday\\_black\\_week\\_week\\_of\\_deals\\_oder\\_so\\_22112022-85165/](https://www.european-news-agency.de/special_interest/black_friday_black_week_week_of_deals_oder_so_22112022-85165/)

Redaktion und Verantwortlichkeit:

V.i.S.d.P. und gem. § 6 MDStV: Uwe Hildebrandt

---

**Redaktioneller Programmdienst:  
European News Agency**

Annette-Kolb-Str. 16  
D-85055 Ingolstadt  
Telefon: +49 (0) 841-951. 99.660  
Telefax: +49 (0) 841-951. 99.661  
Email: [contact@european-news-agency.com](mailto:contact@european-news-agency.com)  
Internet: [european-news-agency.com](http://european-news-agency.com)

**Haftungsausschluss:**

Der Herausgeber übernimmt keine Haftung für die Richtigkeit oder Vollständigkeit der veröffentlichten Meldung, sondern stellt lediglich den Speicherplatz für die Bereitstellung und den Zugriff auf Inhalte Dritter zur Verfügung. Für den Inhalt der Meldung ist der allein jeweilige Autor verantwortlich.