

# Kauflaune kontert Krise

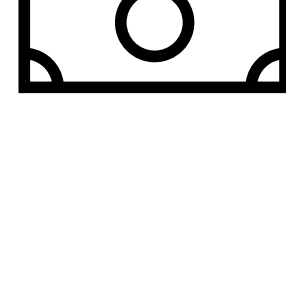
## Black Friday 2023

Trotz trüber Wirtschaftsaussichten haben Schnäppchenliebhaber:innen auch dieses Jahr den Black Friday im Kalender angekreuzt. **70 % der Deutschen** wollen vom 24. November bis zum darauffolgenden Cyber Monday die Angebote der Händler nutzen. Egal ob online oder vor Ort: Die Vorfreude auf das Schnäppchenwochenende ist so groß wie im Vorjahr (2022: 69 %).



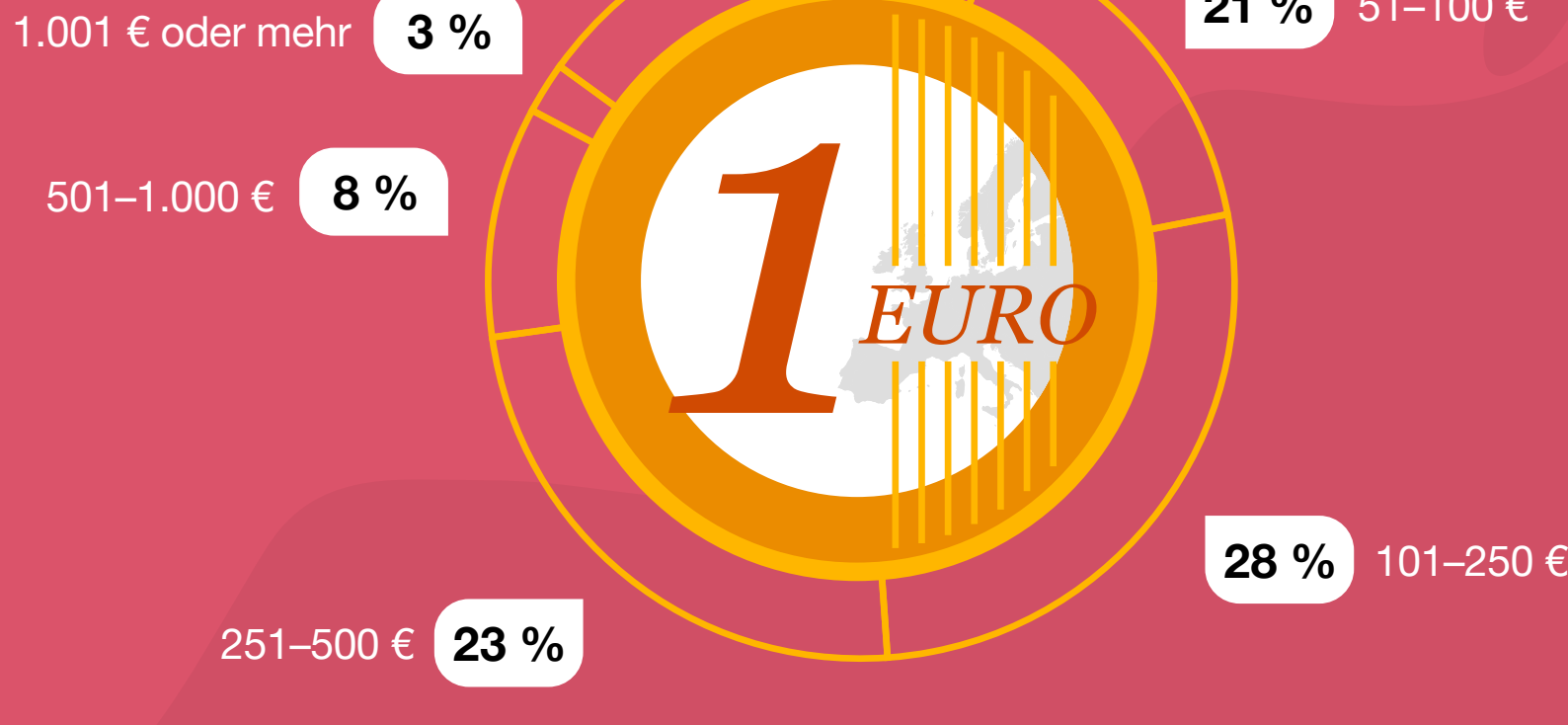
## Shopping-Budgets bleiben stabil

Im Schnitt wollen die Konsument:innen 281 € ausgeben, ungefähr so viel wie im Vorjahr (289 €). Männer (331 €) planen im Vergleich zu Frauen (234 €) erneut deutlich mehr Budget ein. **Mit steigendem Alter sinkt die Kauflaune:** 18–34-Jährige (307 €) vs. Konsument:innen 55+ (235 €).



Im letzten Jahr gaben die Konsument:innen von den geplanten 289 € nach eigenen Angaben im Schnitt 249 € aus.

## Was glauben Sie, wie viel Sie in diesem Jahr für den Black Friday/Cyber Monday ausgeben werden?



## Reflektiertes Einkaufen statt Shopping-Rausch

Im Vergleich zum Vorjahr nehmen die Verbraucher:innen höhere Preise vor allem bei Lebensmitteln (89 %), Freizeitaktivitäten und Reisen (82 %) sowie Kleidung und Schuhen (79 %) wahr.



## Infolgedessen wollen ...

**35 %** ... nur das kaufen, was sie benötigen.

**20 %** ... günstige/günstigere Einzelhändler aufsuchen.

**18 %** ... nach günstigen Produkten suchen, z. B. nach Eigenmarken oder Second-Hand-Produkten.

Jeder Fünfte will das Einkaufsverhalten trotz gestiegener Preise nicht ändern.



## Top-Gründe für geringere Ausgaben

## Top-Gründe für höhere Ausgaben

1. Ich habe weniger Geld zur Verfügung.  
50 % (2023), 43 % (2022)

1. Ich glaube, dass die Preise künftig weiter steigen.  
35 % (2023), 37 % (2022)

2. Ich kaufe aufgrund der steigenden Preise weniger.  
49 % (2023), 56 % (2022)

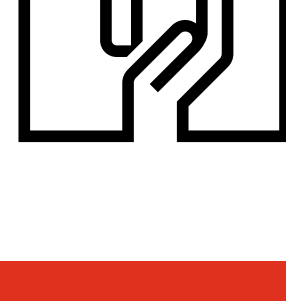
2. Ich versuche, die Kosten für Weihnachtsgeschenke zu reduzieren.  
31 % (2023), 37 % (2022)

3. Ich bin vorsichtig mit meinen Ausgaben.  
46 % (2023), 59 % (2022)

3. Ich plane, etwas Bestimmtes für mich/meine Familie zu kaufen.  
30 % (2023), 28 % (2022)

## Gezahlt wird direkt und am liebsten via PayPal

Trotz angespannter Wirtschaftslage zahlt die Mehrheit der Konsument:innen ihre Einkäufe direkt – selbst bei teuren Anschaffungen. Rund ein Viertel begleicht die Rechnung später (17 %) oder in Raten (10 %).



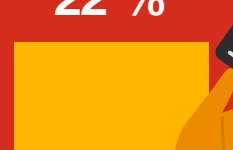
## Top 3 Zahlungsmethoden bei teuren Käufen

**46 %**



PayPal

**22 %**



Kreditkarte

**11 %**



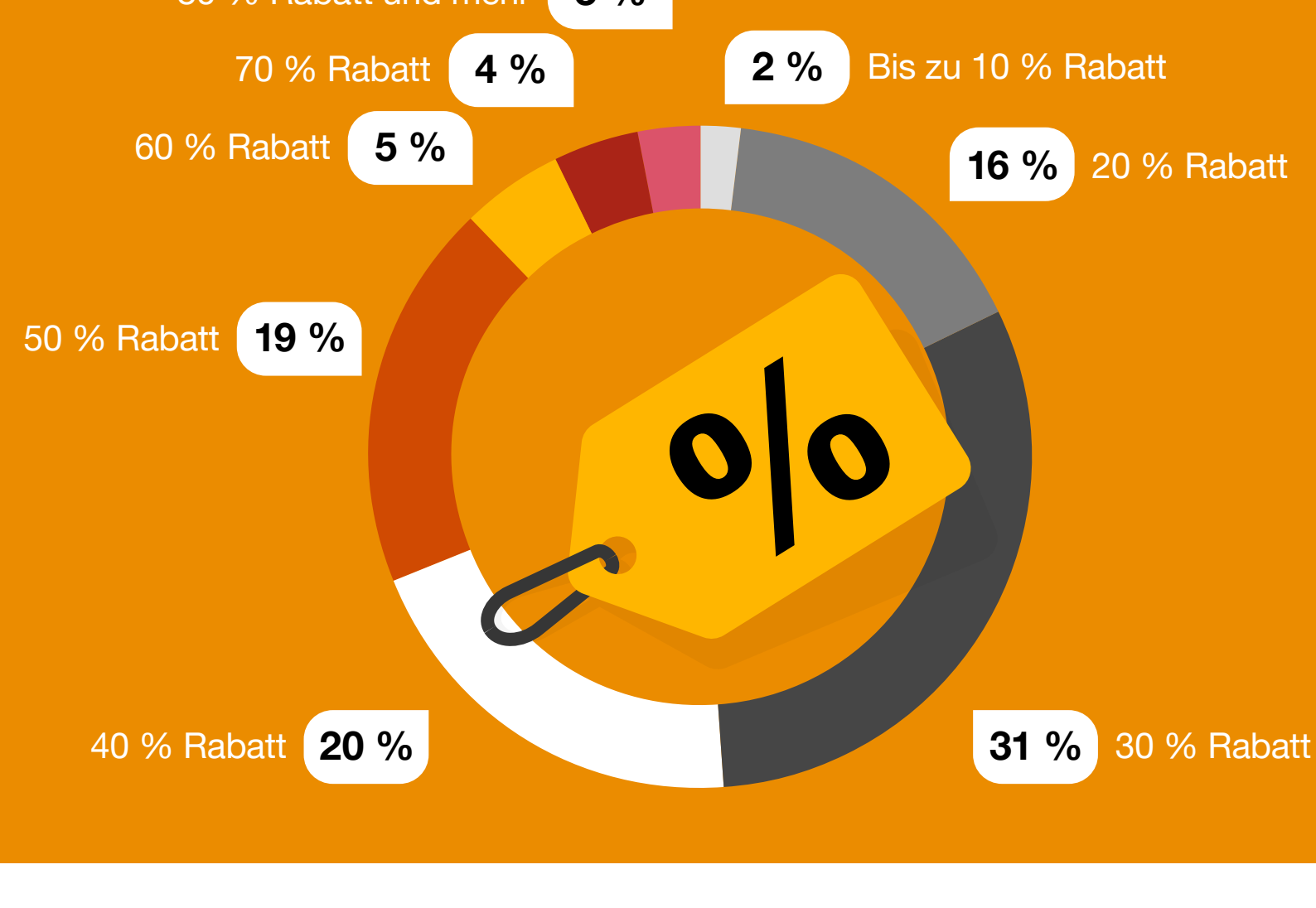
Bargeld

## Ein guter Deal?

Im Schnitt bewerten Konsument:innen **Rabatte von 38 % als Schnäppchen.**

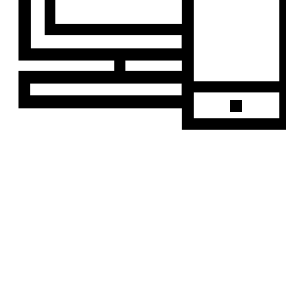


## Was ist für Sie die Mindestgrenze für einen Rabatt am Black Friday/Cyber Monday, die einen „guten Deal“ ausmacht?



## Unangefochtener Spitzenreiter: elektronische Geräte

Traditionell wollen Sparfüchse vor allem bei Technik zuschlagen. Rund drei Viertel (74 %) verfolgen sich selbst geshoppt (83 %), gefolgt von Käufen für die Familie (62 %) und Freund:innen (21 %).



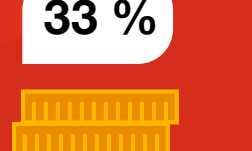
## Top 3 der geplanten Geldausgaben am Black Friday/Cyber Monday

**40 %**



Elektronische Geräte

**33 %**



Kleidung für Erwachsene

**21 %**



Kleidung für Kinder



## Rücksendungen sind kein Problem

Die Mehrheit (54 %) hat am Black Friday/Cyber Monday im Vergleich zu regulären Einkäufen keine oder weniger Rücksendungen, 38 % geben gleich viel zurück und nur 8 % der Konsument:innen tauschen mehr als gewöhnlich um.

## Der Auftakt für die Weihnachtseinkäufe

26 % der Konsument:innen wollen an diesem Black-Friday-Wochenende mehr Weihnachtsgeschenke besorgen als im Vorjahr. Dabei halten sich 32 % streng an ihre geplanten Käufe, 26 % wollen mit dem festgesetzten Budget mehr Geschenke finden und 17 % möchten nicht mehr, sondern hochwertigere Geschenke zum Angebotspreis kaufen.



## Anteil der Weihnachtsgeschenke, die während dem Black Friday/Cyber Monday besorgt werden



## Singles Day führt hierzulande (noch) ein einsames Dasein

Jährlich feiern am 11.11. Konsument:innen in China den sogenannten Singles Day und lassen sich mit satten Rabatten umwerben. Zunehmend schwappt der Trend in andere Länder über.

