

Rabatte gegen Inflation: Am Black Friday könnte die Konsumflaute eine Pause einlegen

(Oberhausen, 14. November 2022) – Am 25. November 2022 ist es wieder soweit: Der Handel feiert am Black Friday 2022 mit speziellen Aktionen und Sonderangeboten 24 Stunden lang den Auftakt des Weihnachtsgeschäfts. Längst hat sich der Black Friday auch hierzulande zum wichtigsten Shoppingevent des Jahres entwickelt. Auch 2022 möchte ein Großteil der deutschen Verbraucher auf Schnäppchenjagd gehen und hofft, dabei kräftig sparen zu können, wie das Internetportal BlackFriday.de in einer repräsentativen Umfrage herausgefunden hat. 87 Prozent der Black Friday Shopper verschieben aktuell sogar größere Anschaffungen auf den Black Friday, weil sie dann einen günstigeren Preis für die gewünschten Produkte erwarten. Für Händler bietet sich die Chance am Black Friday entgangene Umsätze zu kompensieren und versöhnlich in das Weihnachtsgeschäft zu starten.



In Zusammenarbeit mit dem Marktforschungsunternehmen Appinio hat BlackFriday.de in einer bevölkerungsrepräsentativen Umfrage (nach Alter und Geschlecht quotiert) im November 2022 deutschlandweit 1.000 Personen im Alter von 16 bis 65 Jahren befragt.

Alles wird teurer. Die Inflation in Deutschland ist im Oktober auf den höchsten Stand seit etwa 70 Jahren gestiegen. In der Folge stürzte das Konsumklima auf ein Rekordtief. Auf die Frage, wie sich die Preissteigerungen und die Energiekrise auf ihr Einkaufsverhalten auswirken, antworteten **45 Prozent** der Befragten, insgesamt weniger einzukaufen. **50 Prozent** gaben dagegen an, momentan vermehrt auf Angebot und Aktionen zu achten. Da kommt der Black Friday Ende November den Verbrauchern wie gerufen.

72 Prozent der Befragten planen in diesem Jahr etwas am Black Friday einzukaufen und möchten dabei mehrheitlich zwischen **100€ und 200€** ausgeben (33 Prozent). **86 Prozent** der Käufer sind ungeachtet der hohen Inflation sogar bereit, für ein sehr gutes Angebot über ihr geplantes Budget hinauszugehen. Für Händler könnte dies ein gutes Zeichen sein.

Immer mehr Käufer begeben sich am Black Friday auf die Suche nach speziellen Produkten und starten mit einer konkreten Einkaufsliste in die Rabattschlacht. **87 Prozent** gaben sogar an, aktuell

mit dem Kauf größerer Anschaffungen zu warten, weil sie am Black Friday einen günstigeren Preis für die gewünschten Produkte erwarten.

Ganz oben auf den Wunschlisten der Black Friday Shopper stehen in diesem Jahr Produkte der Kategorien **Technik/Elektronik** (73 Prozent), **Mode** (46 Prozent), **Möbel** sowie **Sportartikel** (beide 28 Prozent). Mit **67 Prozent** möchte ein Großteil der Befragten zum Black Friday ausschließlich **im Internet** auf Schnäppchenjagd gehen. Immerhin **33 Prozent** planen auch einen Besuch von **stationären Geschäften** in den Einkaufszentren und Innenstädten.

Angesichts der derzeitigen Konsumflaute könnte der Black Friday zum Hoffnungsschimmer für den arg gebeutelten Handel werden. Die Voraussetzung für einen erfolgreichen Auftakt des Weihnachtsgeschäfts scheinen jedoch mehr denn je möglichst attraktive Angebote und Rabatte zu sein.

Über BlackFriday.de

BlackFriday.de ist Deutschlands dienstältestes Black Friday Portal. Seit 2012 bündelt BlackFriday.de ähnlich wie das US-amerikanische Vorbild BlackFriday.com Angebote und Aktionen deutscher Händler, um Shoppern und Schnäppchenjägern in Deutschland einen übersichtlichen Einstieg in ihr Black Friday Shopping zu ermöglichen. Per Newsletter sowie über die eigene Smartphone-App werden User laufend über die besten Angebote informiert und verpassen so keine Black Friday Aktion.

Pressekontakt:

Gall Marketing GmbH

Simon Gall

Lothringer Str. 12

46045 Oberhausen

E-Mail: info@blackfriday.de

Tel.: (0208) 88 289 821

Web: <https://www.blackfriday.de>

Short-URL: bf.de