



Forsa-Umfrage

Black Friday 2019: Deutsche sind bereit, mehr Geld beim Shoppingevent des Jahres auszugeben als in 2015

- 77 Prozent der Deutschen haben nicht vor, am Black Friday zu shoppen
- Nur 4 Prozent der Deutschen haben ziemlich sicher vor, etwas zu kaufen
- Beliebteste Shopping-Kategorien: Unterhaltungselektronik (55%) und Mode (48%)

Berlin. Das Shoppingevent des Jahres steht bevor: Der Black Friday. Am letzten Freitag im November, an dem in den USA das Weihnachtsgeschäft eingeläutet wird, schießen auch Deutsche fleißig Schnäppchen. Und trotzdem – dieses Jahr haben nur vier Prozent der Deutschen sicher vor, am Black Friday etwas zu kaufen. Das hat eine aktuelle forsa-Umfrage im Auftrag des Verbraucher- und Ratgeberportals Sparwelt.de ergeben.

Fast jeder fünfte Befragte (18%) ist noch unentschlossen, ob er etwas kaufen wird. Ganze 77 Prozent der Deutschen haben nicht vor, die Angebote am Black Friday in Anspruch zu nehmen. In einer forsa-Umfrage aus dem Jahr 2015 verneinten noch 82 Prozent der Deutschen die Frage, ob sie etwas kaufen wollen - und auch die Zahl derer, die sich noch unsicher waren, lag nur bei 12 Prozent.

Deutsche kaufen am Black Friday am liebsten Unterhaltungselektronik

Von den Befragten, die (vielleicht) am Black Friday einkaufen wollen, haben mehr als die Hälfte (55%) vor, etwas aus dem Bereich der „Unterhaltungselektronik“ zu shoppen. Fast die Hälfte der Kaufwilligen (48%) gibt außerdem an, etwas aus der Kategorie „Mode“ kaufen zu wollen, gefolgt von den Kategorien „Freizeit und Sport“ (46%) und „Haushaltsgeräte“ (45%).

Auffallend ist, dass es bei der Wahl der Kategorien anscheinend immer noch „geschlechtsstereotypische“ Unterschiede gibt: Zum Beispiel können sich mehr Frauen (41%) als Männer (31%) vorstellen, Spielwaren und Kinderausstattung am Black Friday zu kaufen. Auch würden sie deutlich häufiger bei Büchern „zuschlagen“ als Männer (40 % vs. 21 %). Dafür wollen 65 Prozent der Männer etwas aus dem Bereich der Unterhaltungselektronik kaufen, jedoch nur 44 Prozent der Frauen.

Ein Viertel der Kaufwilligen ist bereit mehr als 150 Euro auszugeben

Außerdem sind die Deutschen im Vergleich zu der Untersuchung aus dem Jahr 2015 ausgabefreudiger geworden: Ein Drittel (33%) derer, die (wahrscheinlich) am Black Friday etwas kaufen wollen, planen mehr als 100 Euro ein – ein Viertel (24%) sogar mehr als 150 Euro. 2015 waren nur 12 Prozent der Kaufwilligen bereit, mehr als 150 Euro auszugeben.

Ein Fünftel (21%) der Kaufwilligen weiß dieses Jahr noch nicht, welchen Betrag sie ausgeben wollen 19 Prozent beabsichtigen zwischen ca. 75 und 100 Euro zu zahlen und 17 Prozent zwischen ca. 25 und 50 Euro.

Männer zeigen höhere Bereitschaft, Geld auszugeben

Männer wollen am Black Friday mehr Geld als Frauen ausgeben. Zum Beispiel plant fast ein Drittel (29%) der potenziellen männlichen Käufer, mehr als 150 Euro auszugeben. Bei den Frauen sind es nur 18 Prozent. Ein Viertel (26 %) der Frauen will sogar nur zwischen 25 bis 50 Euro ausgeben.

Die meisten Kaufwilligen werden sich am Black Friday spontan entscheiden

Auch wenn sie schon eine Vorstellung haben, bei welchen Produktkategorien sie die Angebote wahrscheinlich nutzen wollen, geben 79 Prozent der potenziellen Käufer an, sich am Black Friday eher spontan zu entscheiden, ob und was sie kaufen werden – und nur 18 Prozent bereiten sich gezielt darauf vor, z.B. mit Wunsch- und Vergleichslisten oder Preisalarm.

Fazit: Deutsche sind bereit, mehr Geld am Black Friday auszugeben

Aus der aktuellen forsa-Untersuchung geht hervor, dass die Bereitschaft der Kaufwilligen, mehr Geld am Black Friday auszugeben, gestiegen ist. Davon profitiert letztendlich auch der deutsche Einzelhandel: Die Umsatzzahlen sind am Black Friday in den letzten Jahren immer weiter gewachsen.

***Über die Umfrage:** Forsa hat im Auftrag von Sparwelt.de am 30. September und 1. Oktober 2019 eine Online-Umfrage unter 1.007 Befragten ab 14 Jahren durchgeführt. Der Presstext sowie die Infografik sind bei Quellen-Nennung von Sparwelt.de frei verwendbar.*

Über Sparwelt.de

Sparwelt.de ist ein redaktionell geführtes Portal für cleveres Einkaufen und Sparen, das Sonderangebote und Rabattgutscheine aller bekannten Onlineshops versammelt. Darüber hinaus stellt die Redaktion Verbrauchern Spartipps und Ratgeberbeiträge zur Verfügung. Betrieben wird das 2008 gegründete Portal von der SPARWELT GmbH – einem Unternehmen der Mediengruppe RTL Deutschland.

Ihr Pressekontakt:

SPARWELT GmbH
Jana Gilfert
Wöhlertstr. 12-13
10115 Berlin Tel.:030/921064268
E-Mail: presse@sparwelt.de