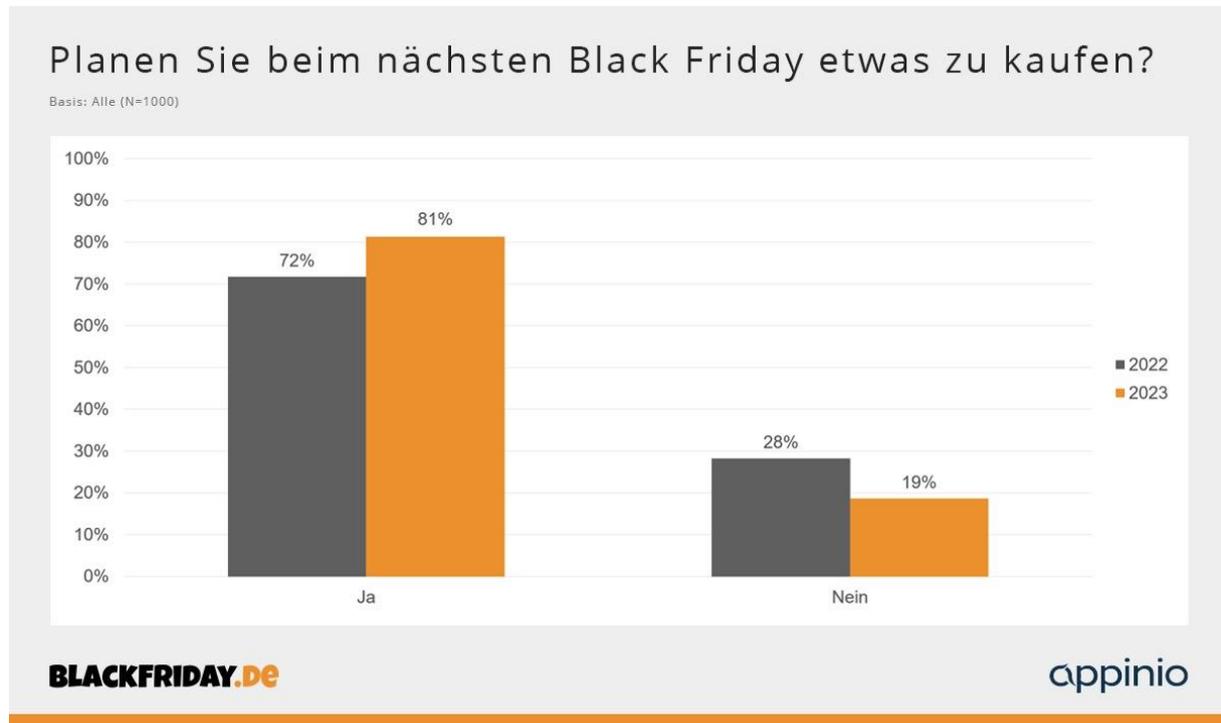


Interesse am Black Friday auf Rekordhoch: 81 Prozent möchten am Black Friday einkaufen



(Oberhausen, 13. November 2023) – Am 24. November 2023 ist es wieder so weit: Der Handel feiert am **Black Friday 2023** 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. Doch wie wirkt sich die anhaltend hohe Inflation auf das Einkaufsverhalten der Black Friday Käufer aus? Hält die derzeitige Kaufzurückhaltung an und wirkt sie sich auch auf den Black Friday aus?

Der **Handelsverband Deutschland (HDE)** hat kürzlich eine Prognose veröffentlicht und geht in diesem Jahr von einem Umsatz von rund 5,8 Milliarden Euro zum Black Friday aus. Dies entspräche nur einem gebremsten Wachstum von 3 Prozent zum Vorjahr. Im letzten letzten Jahr hatte das Plus noch bei rund 20 Prozent gelegen. Eine von [BlackFriday.de](https://www.blackfriday.de) durchgeführte Umfrage zeigt jetzt, dass das Wachstum eventuell doch größer ausfallen könnte, als vom HDE prognostiziert. Denn zum Black Friday 2023 möchten so viele Verbraucher wie nie zuvor auf Schnäppchenjagd gehen und hoffen dabei auf gute Angebote der Händler.

Dass die Hoffnung der Verbraucher nicht ganz unbegründet ist, lässt ein Umstand vermuten, der in den diesjährigen Prognosen zum Black Friday bisher keine Beachtung fand. Seit 10 Jahren findet der Black Friday im Jahr 2023 erstmals ohne Markenschutz statt. Seit 2013 war eine Wortmarke "Black Friday" beim Deutschen Patent- und Markenamt eingetragen und die Bezeichnung somit markenrechtlich geschützt. Die

Markeninhaberin verlangte hohe Lizenzgebühren, wenn Händler und Onlineshops Aktionen mit dem Namen "Black Friday" veranstalten wollten. BlackFriday.de ist es in einem langjährigen Gerichtsprozess gelungen, die komplette Löschung der Wortmarke "Black Friday" zu erstreiten. Erst im Juni 2023 hatte der Bundesgerichtshof eine letzte Beschwerde der Markeninhaberin abgewiesen, womit das Löschungsurteil rechtskräftig wurde ([mehr dazu](#)). Da nun keine teuren Lizenzgebühren mehr für Händler anfallen, ist davon auszugehen, dass es in diesem Jahr noch mehr Aktionen zum Black Friday geben wird und die Rabatte insgesamt höher ausfallen werden als in den Vorjahren.

Trotz anhaltender Inflation und Kaufzurückhaltung könnte der Black Friday so auch in diesem Jahr zum Umsatzretter für den Handel werden. Die Voraussetzung für einen erfolgreichen Auftakt zum Weihnachtsgeschäft scheinen jedoch wieder einmal möglichst attraktive Angebote und Rabatte zu sein.

In Zusammenarbeit mit dem Marktforschungsunternehmen Appinio hat BlackFriday.de in einer bevölkerungsrepräsentativen Umfrage (nach Alter und Geschlecht quotiert) im November 2023 deutschlandweit 1.000 Personen im Alter von 16 bis 65 Jahren befragt.

[>> Download der Umfrage <<](#)

[>> Kostenfreie PR-Bilder <<](#)

+ 12,5 Prozent: Anteil der Black Friday Shopper auf Rekordhoch

Die Ergebnisse der Umfrage zeigen, dass der Black Friday nach wie vor eine hohe Bekanntheit in allen Teilen der Bevölkerung genießt. 97 Prozent der 1.000 Befragten gaben an, den Shoppingtag Black Friday zu kennen.

Auf die Frage "Planen Sie beim nächsten Black Friday etwas zu kaufen?" antworteten in diesem Jahr rekordverdächtige 81 Prozent der Befragten mit "Ja". Im Vergleich zum Vorjahr entspricht dies einer Steigerung von 12,5 Prozent. Nie zuvor plante ein so hoher Teil der Befragten am Black Friday auf Schnäppchenjagd zu gehen.

Rabatte gegen Inflation: Immer mehr Verbraucher achten auf Angebote

Hauptgrund für das gesteigerte Interesse am Black Friday scheint die anhaltend hohe Inflation zu sein. **59 Prozent** der 1.000 Befragten gaben an, dass sie aufgrund der steigenden Preise vermehrt auf Angebote und Aktionen achten würden. Keinen Einfluss hat die Inflation hingegen nur für einen sehr geringen Teil von 11 Prozent der Befragten.

Verbraucher möchten zum Black Friday 2023 mehr ausgeben

Die Mehrheit der Befragten plant in diesem Jahr ein Budget zwischen 101EUR und 500EUR für ihr Black Friday Shopping ein (61 Prozent). Die Höhe der geplanten Ausgaben steigt seit Jahren, was einerseits mit der anhaltenden Inflation und

andererseits mit der Bereitschaft der Verbraucher, am Black Friday auch größere Anschaffungen zu tätigen, erklärt werden kann.

Größere Anschaffungen werden aufgeschoben

Immer mehr Black Friday Käufer (60 Prozent) planen den Kauf spezieller Produkte und starten mit einer konkreten Einkaufsliste in die Rabattschlacht. **87 Prozent** gaben auch in diesem Jahr an, aktuell mit dem Kauf größerer Anschaffungen zu warten, weil sie am Black Friday einen günstigeren Preis für die gewünschten Produkte erwarten.

88 Prozent würden über ihr geplantes Budget gehen

Auch wenn sich viele Käufer im Vorfeld zum Black Friday eine Grenze setzen, so scheint diese nicht allzu ernst genommen zu werden. Ganze **88 Prozent** der Käufer sind bei ihrem Black Friday Einkauf nach eigenen Angaben bereit über ihr ursprünglich geplantes Budget hinauszugehen, solange es sich bei dem Schnäppchen um ein sehr gutes Angebot handelt.

Technik weiterhin sehr gefragt

Der Großteil der Käufer ist an Produkten der Kategorien **Kategorien Technik/Elektronik** (77 Prozent), **Mode** (55 Prozent), **Sportartikel** (35 Prozent) und **Möbel** (34 Prozent) interessiert. Reisen (23 Prozent), Abos/Verträge (15 Prozent) und Versicherungen/Finanzen (11 Prozent) stehen auch 2023 weniger auf den Wunschlisten der Black Friday Shopper.

Verbraucher planen mehr Offline-Einkäufe in den Geschäften

59 Prozent der Black Friday Käufer haben vor, ausschließlich im **Internet** einzukaufen. **41 Prozent** gaben an, auch offline in den **Geschäften** auf Schnäppchenjagd gehen zu wollen. Im letzten Jahr lag der Anteil der Offline-Käufer noch bei 33 Prozent.

Über BlackFriday.de

BlackFriday.de ist das älteste deutschsprachige Black Friday Portal. Seit 2012 bündelt BlackFriday.de ähnlich wie das US-amerikanische Vorbild BlackFriday.com Angebote und Aktionen von Händlern, um Shoppern und Schnäppchenjägern einen übersichtlichen Einstieg in ihr Black Friday Shopping zu ermöglichen. Im letzten Jahr präsentierte das Portal Aktionen und Rabatte von mehr als 1.000 Shops aus Deutschland, Österreich und der Schweiz und zählte mehr als 2 Millionen Besucher. Auch in diesem Jahr hat das Team von BlackFriday.de wieder hunderte Black Friday Aktionen zusammengetragen und wird diese pünktlich am 24. November 2023 um Mitternacht unter <https://www.blackfriday.de> bereitstellen.

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