

PRESSEMITTEILUNG

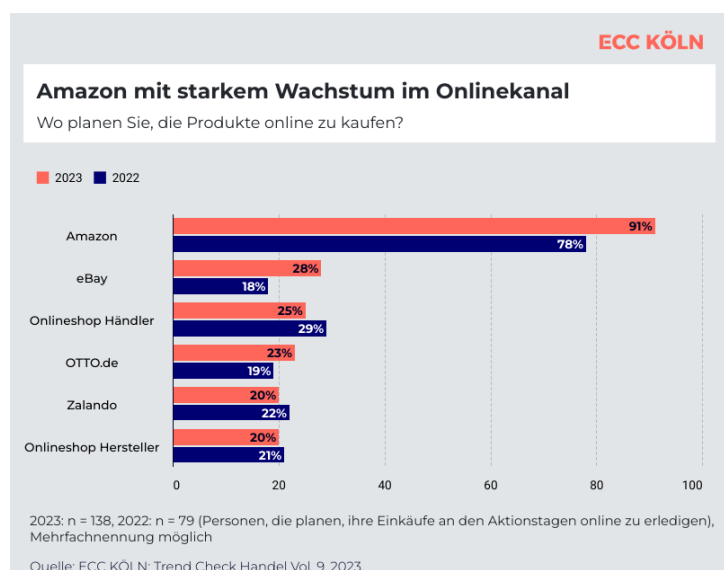
CYBER WEEK: TREND ZU GEZIELTEM SPAREN STATT IMPULSIVEM KAUFRAUSCH NIMMT ZU

Der neue Trend Check Handel nimmt das Jahresendgeschäft im Handel unter die Lupe. Amazon baut Führung als Top-Onlinekanal rund um Black Friday und Cyber Monday aus. Insgesamt sinkt die Ausgabebereitschaft bei Konsument:innen. Preisvergleiche und gezielte Käufe dominieren Händleraktionstage und Weihnachtsgeschäft.

Köln, 20. November 2023 – Mit dem Black Friday am 24. November fällt in diesem Jahr der Startschuss für die Cyber Week. Die Händleraktionstage stehen ganz im Zeichen von günstigen Angeboten, insbesondere in den Bereichen Elektronik und Freizeit, und läuten gleichzeitig das Weihnachtsgeschäft ein. Das vorausgegangene Jahr war branchenübergreifend von Preissteigerungen geprägt – hoffen Konsument:innen nun an den Schnäppchentagen 2023 mehr zu sparen und welche Anschaffungen planen Konsument:innen in diesem Zeitraum? Antworten liefert der neue Trend Check Handel Vol. 9 des ECC KÖLN. Fazit: Die Themen Preisvergleich und gezielte Käufe gewinnen im Vergleich zu den Vorjahren nochmals an Relevanz. Insgesamt planen Konsument:innen, weniger auszugeben als im Vorjahr (30 %) und rund ein Drittel (33 %) will auf teurere Marken verzichten. Wenn gekauft wird, dann vor allem Produkte, die sonst aktuell zu teuer sind (63 %) oder ohnehin in der Anschaffung geplant waren (58 %). Auch in der Weihnachtszeit planen viele, Ausgaben in bestimmten Bereichen zu reduzieren – an erste Stelle rücken hier Adventskalender.

Amazons ist Top-Onlinekanal in der Cyber Week

Die Mehrheit der Konsument:innen tätigt Käufe rund um Black Friday und Cyber Monday weiterhin online. Amazon ist hierfür mit weitem Vorsprung die beliebteste Plattform: 91 Prozent (2022: 78 %) der Konsument:innen planen, ihre Produkte an den Aktionstagen 2023 über Amazon zu kaufen. Während am Black Friday Anschaffungen aus dem Bereich Freizeit und Hobby (43 %) im Fokus stehen, wird der Cyber Monday größtenteils für Elektronik-Käufe genutzt, insbesondere von der jüngeren Generation (67 %).



Aktionstage stark preisgetrieben

Die Tendenz im Konsumentenverhalten der Vorjahre verstärkt sich auch 2023. Spontankäufe an den Aktionstagen nehmen ab (26 %), stattdessen wird geplant gekauft und Konsument:innen informieren sich stärker bevor gekauft wird (44 %). Vor allem der Preisvergleich gewinnt an Relevanz: 61 Prozent der Konsument:innen schauen sich schon vor den Aktionstagen die Preise an, um sie besser einordnen zu können.

Sparkurs auch in der Weihnachtszeit

Die Preissteigerungen wirken sich für mehr als die Hälfte der Konsument:innen (56 %) auch auf ihr Einkaufsverhalten in der Weihnachtszeit aus. Gespart wird ähnlich zum Vorjahr vor allem an Adventskalendern, Weihnachtsbäumen und Weihnachtsmarktbesuchen. Aber auch Geschenke fallen kleiner aus (42 %) oder der Kreis der Beschenkten wird eingegrenzt (71 %). Die wenigsten Abstriche möchten Konsument:innen beim Essen (24 %) machen. Anlaufstelle für die Weihnachtseinkäufe sind nahezu gleichermaßen stationäre Geschäfte (49 %) und das Internet (51 %). Im Vergleich zum Vorjahr (53 %) zieht es Besucher:innen rund um Weihnachten allerdings etwas seltener ins Geschäft.

Wörter der Meldung: 450

Zeichen (inkl. Leerzeichen): 3.170

Die Grafiken können zur journalistischen Weiterverwendung hier heruntergeladen werden:

[Grafik 1](#)

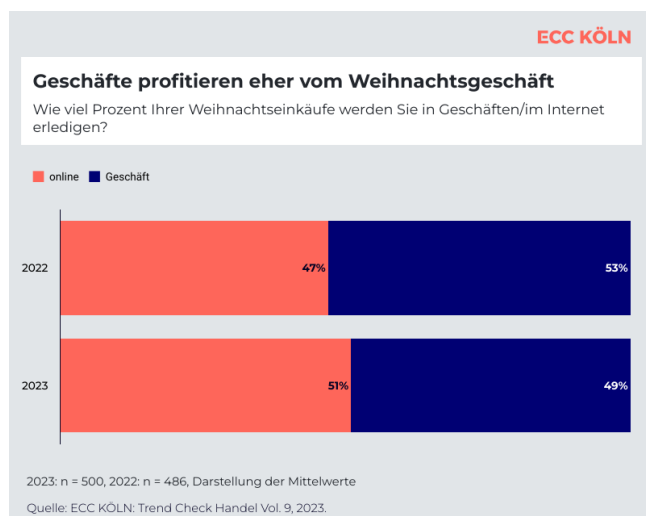
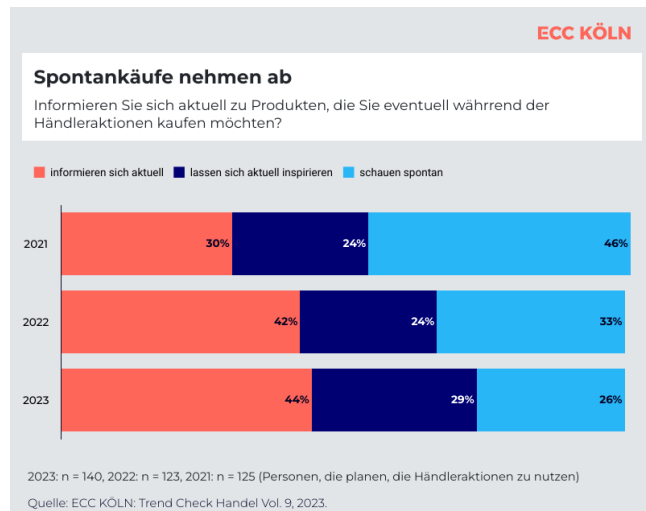
[Grafik 2](#)

[Grafik 3](#)

Daten und Grafiken aus dieser Pressemitteilung dürfen nur im Rahmen journalistischer oder redaktioneller Zwecke genutzt werden. Die werbliche und kommerzielle Nutzung sowie Aufbereitung für eine vertragsbasierte Weitervermarktung sind untersagt. Dies gilt insbesondere für Statistikportale.

Über den Trend Check Handel

Mit dem „Trend Check Handel“ analysiert das ECC KÖLN in Zusammenarbeit mit Salesforce regelmäßig bevölkerungsrepräsentativ das Stimmungsbild zum Konsumverhalten in Deutschland. Für die vorliegende neunte Befragungswelle wurden Ende Oktober 2023 rund 500 Konsument:innen in einer repräsentativen Onlinebefragung zu ihrem Einkaufsverhalten vor dem Hintergrund aktueller Krisen, Konsumtrends und zur Konsumstimmung befragt. Im Fokus der aktuellen Befragung standen neben den wahrgenommenen Preissteigerungen das geplante Kaufverhalten zu den diesjährigen



Aktionstagen Black Friday und Cyber Monday sowie das Weihnachtsgeschäft. Darüber hinaus wurde auch die Zahlungsmethode Buy now pay later beleuchtet.

Mehr Informationen sowie die gesamte Erhebung gibt es [hier](#) zum kostenfreien Download.

Auch im Rahmen der Expertenvorträge der ECC WEB TALKS wird der Trend Check Handel aufgegriffen. Am 28.11.2023 um 14 Uhr geben Dr. Ralf Deckers und Anne Lisa Weinand Einblick in die Studienergebnisse. Jetzt kostenfrei zum ECC WEB TALK „Black Friday, Cyber Monday und Weihnachten: Hoffnung für den Handel?“ [anmelden](#).

Über das ECC KÖLN

Seit 1999 ist das ECC KÖLN als Tochtermarke des renommierten IFH KÖLN (Institut für Handelsforschung) eine treibende Kraft im E-Commerce. Unser Ziel ist es, Händler, Hersteller und Lösungsanbieter eine einzigartige und exklusive Wissens-, Beratungs- und Networking-Plattform zu bieten, um sie fit für die Zukunft des Handels zu machen. Mit unserem Netzwerk ECC CLUB haben wir eine inspirierende und stark vernetzte Community aus allen Handelsbranchen geschaffen. Unsere Strategieprofis rund um ECC NEXT begleiten Unternehmen strategisch in die digitale Zukunft.

Mehr unter: www.ecckoeln.de