



## HDE ONLINE-MONITOR NEWS

November 2022

### Black Friday, Cyber Monday – und das Weihnachtsgeschäft

Die vorweihnachtlichen Aktionstage erfahren in den derzeit unsicheren Zeiten einen starken Zuspruch. Die Aussichten auf attraktive Preise lassen einen Umsatzzuwachs von rund einer Milliarde Euro auf 5,7 Milliarden Euro während Black Friday und Cyber Monday erwarten. Vor allem sollen auch Weihnachtseinkäufe eine größere Rolle spielen.

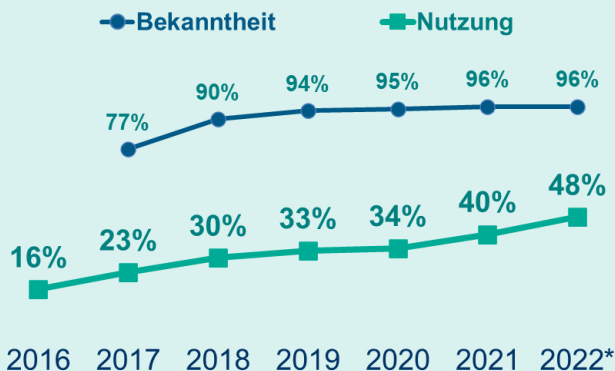
## Aktionstage 2022: Starker Zuspruch in unsicheren Zeiten

Die Aussicht auf die Gelegenheit beflügelt offensichtlich das Interesse, die Aktionstage für preisattraktive Einkäufe zu nutzen. Fast alle Onlineshopper kennen den Black Friday und mehr als vier Fünftel auch den Cyber Monday. Es sind wiederum deutlich mehr Onlineshopper als je zuvor, welche an einem oder beiden Aktionstagen teilnehmen wollen. Fast die Hälfte beabsichtigt den Black Friday zu nutzen, beim Cyber Monday ist es mehr als ein Drittel. Am Singles' Day haben lediglich 16 % eine Teilnahme geplant, was allerdings auch 5 Prozentpunkte mehr sind als im Vorjahr.

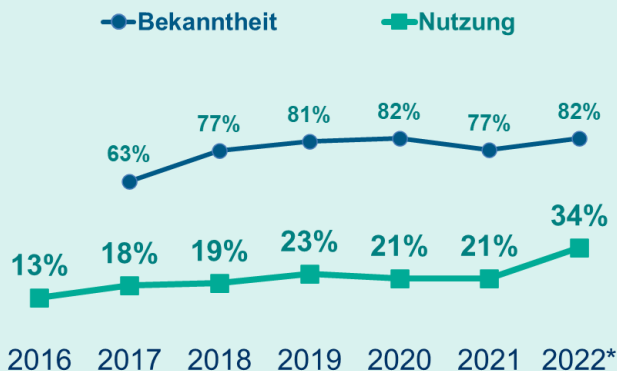
### Bekanntheit und Nutzung von Aktionstagen im (Online-)Handel

in Prozent

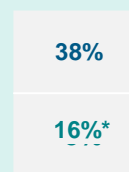
#### Black Friday



#### Cyber Monday



#### Singles' Day



\* Nutzung geplant

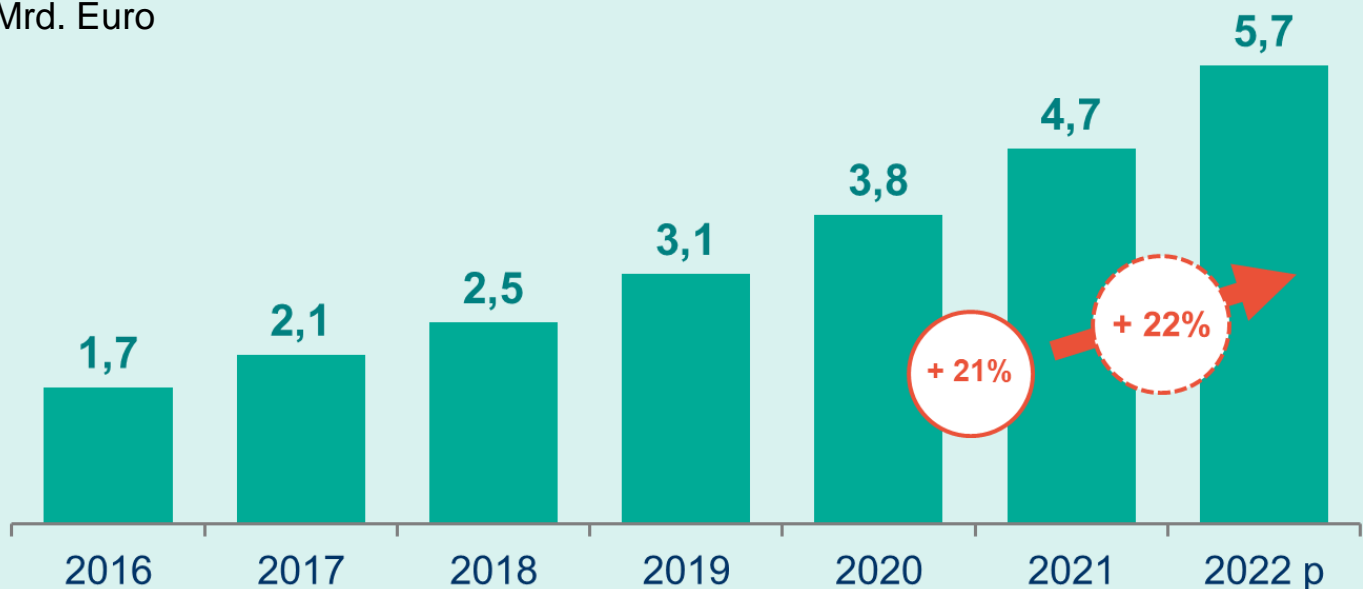
IFH KÖLN, 2022

Frage: „Welche der folgenden Händleraktionen kennen Sie und an welchen dieser Aktionen haben Sie im Jahr 202X reduzierte Produkte gekauft?“, Onlineshopper\*innen 20 Jahre und älter: n = 1.163; Befragungszeitraum Oktober 2022 (KW 40-41).

## Die Ausgaben erreichen fast 6 Milliarden Euro

Bereits 2021 sind die Ausgaben an den beiden Aktionstagen um 21 % auf rund 4,7 Mrd. Euro gestiegen. In diesem Jahr werden die Onlineshopper:innen wohl voraussichtlich noch einmal 22 % bzw. rund eine Milliarde Euro mehr für preisreduzierte Ware während des Black Friday und des Cyber Monday ausgeben. Damit wachsen die Ausgaben auf insgesamt 5,7 Mrd. Euro an. Im Vergleich zu 2019 haben sich die Aktionsausgaben fast verdoppelt. Während die Konsumstimmung derzeit allgemein eher verhalten ist, bleibt der Preis ein starkes Attraktionsmerkmal.

### Aktionsausgaben an Black Friday und Cyber Monday in Mrd. Euro



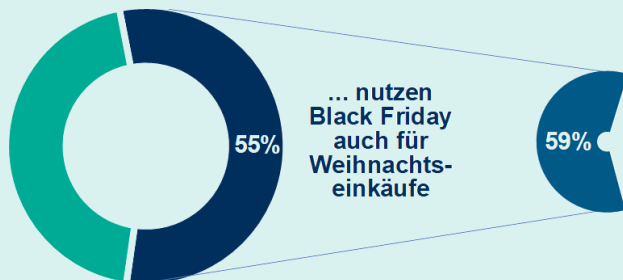
IFH KÖLN; 2022 p=Prognose

Ausgaben von Onlineshopper:innen im Rahmen der beiden Aktionen Black Friday und Cyber Monday online und offline – dabei geht es nicht genau um Freitag und Montag, sondern um die sogenannten Aktionen im unmittelbaren Umfeld dieser Tage.

## Mögliche Preisvorteile fördern Nutzung für Weihnachtseinkäufe

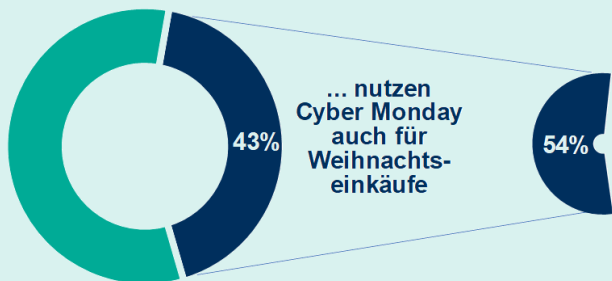
Deutlich mehr Weihnachtseinkäufe als im Vorjahr wollen die Onlineshoppern an den Aktionstagen Black Friday und Cyber Monday tätigen und noch nie zuvor wollten sie bei dieser Gelegenheit soviel Geld für die Weihnachtseinkäufe ausgeben wie 2022. 43 bis 55 % der Ausgaben sollen auf die Weihnachtseinkäufe entfallen. Damit könnten sich die Ausgaben der Onlineshoppern für Weihnachtseinkäufe während der beiden Aktionstage auf rund 1,7 Mrd. Euro summieren. Das würde einen Zuwachs von mehr als 40 % gegenüber 2021 bedeuten.

### Black Friday-Nutzer:innen



... der Ausgaben an Black Friday entfallen auf Weihnachtseinkäufe

### Cyber Monday-Nutzer:innen



... der Ausgaben an Cyber Monday entfallen auf Weihnachtseinkäufe

≈ 1,7 Mrd. Euro  
2022

IFH KÖLN, 2022

Frage: „Planen Sie dieses Jahr eine der folgenden Händleraktionen für Weihnachtseinkäufe zu nutzen? Black Friday? Cyber Monday? Welchen Anteil der Ausgaben an Black Friday/Cyber Monday planen Sie dabei jeweils schätzungsweise für Weihnachtseinkäufe auszugeben?“  
Onlineshopper\*innen 20 Jahre und älter: n = 1.163, Befragungszeitraum Oktober 2022 (KW 40-41)