

Medienmitteilung vom 22.11.2022

Konsumenten verzichten wegen Nachhaltigkeitsbedenken auf den Black Friday

blackfridaydeals.ch hat in einer repräsentativen, von DemoSCOPE durchgeführten Umfrage erforscht, wieso Schweizerinnen und Schweizer am Black Friday einkaufen. Insgesamt will nur ein Viertel der Befragten am Black Friday Einkäufe tätigen. 32% der Respondenten geben an, aus Nachhaltigkeitsbedenken nicht am Shopping-Event teilzunehmen.

Malters, 22.11.2022 – Die Black Friday Woche hat bereits begonnen, bei vielen Händlern gibt es bereits Rabatte im zweistelligen Prozentbereich. In einer repräsentativen Umfrage geben drei Viertel der Befragungsteilnehmenden an, am Black Friday nicht einkaufen zu wollen. Aus diesem Grund dürfte der Umsatz in den 24 Stunden des Black Friday dieses Jahr zum ersten Mal zurückgehen.

Nachhaltigkeitsbedenken bremsen den Black Friday aus

Ein Drittel der Schweizerinnen und Schweizer verzichtet aus Nachhaltigkeitsgründen auf die Teilnahme am Shopping-Event. Entgegen dem Vorurteil der umweltbewussten Jugend gibt nur jeder Fünfte der Jungen (15-34) an, aufgrund von Nachhaltigkeitsbedenken nicht am Black Friday einzukaufen. Bei den Älteren (55-74) hingegen verzichtet fast die Hälfte aus Gründen der Nachhaltigkeit. Wenig überraschend ist, dass insbesondere wohlhabendere Personen wegen Nachhaltigkeitsbedenken auf den Black Friday verzichten.

Rund 25% der Schweizerinnen und Schweizer möchte am Black Friday einkaufen. Dieser eher tiefe Anteil liegt allerdings nicht an der Angebotsqualität. Nur rund jede zehnte befragte Person gibt die mangelnden guten Angebote als Grund für eine Nichtteilnahme an. Umgekehrt sagen aber auch nur 15%, dass sie explizit wegen den attraktiven Deals partizipieren. Interessanterweise halten doppelt so viele Romands wie Deutschschweizer die Black Friday Angebote für sehr attraktiv.

Julian Zrotz, Retailexperte von blackfridaydeals.ch meint: «Viele Leute verbinden den Black Friday mit Überkonsum und Ausbeutung. Gemäss einer von blackfridaydeals.ch im Jahr 2021 durchgeführten Umfrage kaufen lediglich 15% nur wegen der hohen Rabatte ein. Die meisten kaufen das ein, was sie sowieso benötigen. Deshalb ist die zusätzliche Umweltbelastung begrenzt. Die Kosten für die tieferen Preise gehen in der Regel auf die Margen der Händler oder Hersteller.»

Vor allem Junge wollen am Black Friday einkaufen

Mehr als die Hälfte aller Jungen (15-34 Jahre) gibt an, am Black Friday einkaufen zu wollen. Von den Älteren (55-74 Jahre) wollen nur 10% teilnehmen. Nebst den guten Angeboten ist bei vielen jungen Personen das beschränkte Budget der Hauptgrund für einen Einkauf am Black Friday. Besonders die Jungen scheinen unter den gestiegenen Krankenkassen- und Energiepreisen zu leiden.

Black Friday Umsatz geht auf 470 Millionen CHF zurück

Eine ganze Reihe von Einflussfaktoren könnte sich sowohl positiv als auch negativ auf den Umsatz am Black Friday auswirken. Speziell dieses Jahr ist, dass die Fussball WM zeitgleich mit dem Black Friday stattfindet. Trotz diverser Boykottaufrufe werden wohl viele ihre Aufmerksamkeit lieber den Spielen schenken und nicht am Black Friday teilnehmen. Gleichzeitig bietet die WM den Händlern aber auch die Chance, zusätzlichen Absatz in den Bereichen Fernseher, Trikots oder Bier zu machen. Bereits in der Singles Week setzten zahlreiche Händler auf solche Angebote.

Auch die insgesamt getrübe Konsumentenstimmung wird sich wohl negativ auf den Black Friday auswirken. Das Konsumentenstimmungsbarometer des SECO hat im Oktober einen historischen Tiefstand erreicht. Speziell die Neigung zu grösseren Anschaffungen ist tief. Julian Zrotz, Retailexperte von blackfridaydeals.ch meint: «Es ist durchaus möglich, dass Konsumenten, genau weil sie mehr auf ihr Budget achten, bei den Black Friday Rabatten vermehrt zuschlagen. Gekauft werden deshalb wohl vor allem Produkte, welche sowieso gekauft worden wären. Die Anzahl Spontankäufe dürfte dieses Jahr deutlich zurückgehen. Unsere Umfrageresultate legen nahe, dass besonders jungen Personen auf die Black Friday Rabatte warten.»

Definitiv dämpfend auf den Black Friday Umsatz dürfte sich Auswirken, dass immer mehr ältere, zahlungskräftigere Schweizerinnen und Schweizer wegen Nachhaltigkeitsüberlegung auf den Black Friday verzichten. Gleichzeitig bieten Händler bereits den ganzen Monat über Black November Angebote an. Dies verlagert den Umsatz vom Black Friday auf die umliegenden Tage und Wochen.

Insgesamt gehen wir aufgrund der zahlreichen Einflussfaktoren und dem von uns beobachteten Interesse davon aus, dass der Black Friday 2022 in der Schweiz rund 470 Millionen CHF Detailhandelsumsatz erzielen wird. Dies entspricht einem Rückgang von 30 Millionen CHF gegenüber 2021. 110 Millionen CHF davon dürften online erzielt werden, was einem Rückgang von 5 Millionen CHF gegenüber dem Vorjahr entspricht.

Anhang

- [Grafiken DemoSCOPE Umfrage](#)

Gerne stehen wir für Rückfragen oder für Interviews zur Verfügung. Während des Black Friday bieten wir auch gerne Hochrechnungen zu den aktuellen Zahlen an.

Medienkontakt:

blackfridaydeals.ch

Julian Zrotz

E-Mail: julian@blackfridaydeals.ch

Tel: 076 378 13 37

Über blackfridaydeals.ch

Seit sechs Jahren bietet blackfridaydeals.ch eine Übersicht im Rabattdschungel am Black Friday und zu weiteren Shopping-Events. Alle Schweizer Black Friday, Singles Day und Cyber Week Angebote sind übersichtlich über eine zentrale Plattform zugänglich und können von den Benutzerinnen und Benutzern bewertet und kommentiert werden. Damit entsteht die kompletteste Übersicht des wichtigsten Schnäppchen-Monats der Schweiz, welche im letzten Jahr von über 1.6 Millionen Schweizerinnen und Schweizern besucht wurde.