

## Medienmitteilung

Basel, 17. November 2021

### **Neue Studie zum Kaufverhalten an Black Friday und Weihnachten Konsument:innen zeigen sich kauffreudig, erwarten jedoch hohe Rabatte**

**Der Black Friday geniesst eine anhaltend hohe Bekanntheit, gewinnt an Wichtigkeit und wird auch dieses Jahr rege genutzt: 79% der Befragten beabsichtigen, von den Sonderangeboten zu profitieren, wie die neueste Studie der Prospekte-App Profital zeigt. Die geplanten Ausgaben sind mit 200 bis 299 Franken gross – doch das gilt auch für die Ansprüche an die Rabatte: Mehr als ein Drittel erwartet Preisermässigungen von mindestens 50%. Rabatte spielen auch an Weihnachten eine immer grössere Rolle: 69% achten beim Geschenkekauf auf Sonderangebote oder lassen sich gar von ihnen inspirieren. Für den Handel bedeutet dies, attraktive Weihnachtsangebote zu schalten, denn der Grossteil hat bereits mit dem Kauf von Geschenken begonnen.**

#### **Black Friday: Die grosse Mehrheit geht auf Schnäppchenjagd**

Der Black Friday hat sich fest im Shoppingkalender etabliert und geniesst fast den gleich hohen Bekanntheitsgrad wie Weihnachten: 94% kennen den Black Friday, der dieses Jahr am 26. November stattfinden wird. Dies zeigt die schweizweite Umfrage unter 6881 Nutzer:innern von Profital, der App für digitale Prospekte und Aktionen. Vier von fünf Befragten planen, selbst von den Sonderangeboten zu profitieren. Dabei gilt: Je jünger, desto grösser das Kaufinteresse – bei den 18- bis 24-Jährigen liegt es sogar bei 90%. Im Fokus stehen Kleidung, Schuhe und Accessoires (72%), Elektrogeräte (60%) sowie Möbel und Einrichtungsgegenstände (40%).

#### **Der Schweizer Detailhandel darf mit hohen Umsätzen rechnen**

Die grosse Kauflust dürfte die Umsätze ordentlich ankurbeln. Der Median des Black-Friday-Budgets liegt bei 200-299 Franken, 19% planen sogar Ausgaben von über 500 Franken. Bei Männern sitzt das Portemonnaie etwas lockerer als bei Frauen: 47% planen Ausgaben von über 300 Franken, bei den Frauen sind es 31%. «Der Black Friday wird somit deutlich umsatzstärker ausfallen als der in der Schweiz noch etwas weniger bekannte Singles Day, an welchem die Medianausgaben 100-199 Franken betragen», so Profital-Geschäftsführer Raphael Thommen.

Interessant ist auch der Stellenwert, den Käufer:innen dem Black Friday zumessen: Für 46% ist er unverändert wichtig, doch 41% geben an, dass der Shoppingtag wichtiger geworden sei. Damit einher geht jedoch auch eine hohe Erwartungshaltung: Für über ein Drittel (38%) sind Rabatte erst ab 50% attraktiv, ein Fünftel erwartet sogar mindestens Preisermässigungen von 70%. «Mit steigender Bekanntheit des Black Friday wächst bei den Konsument:innen auch der Anspruch an die Angebote», sagt Thommen. «Ein Gegentrend zum Shoppingtag ist ebenfalls beobachtbar: Gewisse Unternehmen beteiligen sich explizit nicht mehr am Black Friday oder veranstalten gar einen Green Friday zugunsten der Nachhaltigkeit.»

#### **Das Budget für Weihnachtsgeschenke bleibt im Vergleich zum Vorjahr unverändert**

Der Detailhandel warnt vor möglichen Lieferengpässen im diesjährigen Weihnachtsgeschäft. Glücklicherweise werden Geschenke in der Schweiz sowieso frühzeitig gekauft: Knapp ein

Viertel hat bereits mit dem Einkauf von Weihnachtsgeschenken begonnen. 27% beginnen noch im November, 29% Anfang Dezember – und nur 9% warten bis kurz vor Weihnachten. Gar keine Geschenke machen 13%. Trotz der teilweise wirtschaftlich angespannten Situation hat sich das Weihnachtsbudget kaum verändert: Im Durchschnitt werden wie im Vorjahr sechs Geschenke gekauft. 58% geben mehr als 50 Franken pro Geschenk aus, bei 29% sind es über 100 Franken. Insgesamt also zwischen 300 und 600 Franken.

Was die Studie ebenfalls zeigt: Aktionen werden auch an Weihnachten immer wichtiger. 69% achten beim Geschenkekauf auf Vergünstigungen oder lassen sich gerne von Sonderangeboten inspirieren. «Die Freude bei Käufer:innen ist doppelt so gross, wenn ein passendes Geschenk gefunden wird, das zudem noch eine eigene Belohnung in Form eines Rabatts abwirft», so der Retail-Marketing-Experte Raphael Thommen.

### **Über die Studie**

Die Studie von Profital untersucht das Informations- und Kaufverhalten an Black Friday und Weihnachten. Befragt wurden 6881 Nutzer:innen der Profital-App in der ganzen Schweiz. Die Onlinebefragung fand zwischen dem 4. und 8. November 2021 statt. Dies ist die zweite Konsumstudie von Profital zu Black Friday und Weihnachten.

### **Über Profital**

Profital ist der führende Schweizer Anbieter für digitale Prospekte und Mobile Retail Marketing. In der gleichnamigen App und auf der Webseite [profital.ch](https://www.profital.ch) werden Prospekte, Aktionen und Filialinformationen von über 100 Händlern und Markenherstellern vereint. Über 450'000 Schweizer Konsument:innen planen monatlich ihre Einkäufe mit dem kostenlosen Einkaufshelfer und lesen dabei mehr als 4 Millionen digitale Prospekte. Das Startup der Schweizerischen Post und der Direct Mail Company wurde 2017 gegründet und hat seinen Sitz in Basel.

Mehr Informationen unter: <https://business.profital.ch/media-corner>

Profital für iOS und Android: <https://profital.onelink.me/yyck>

Webportal: <https://www.profital.ch/>

#### **Kontakt Profital**

Stephanie Csendes  
Head of Marketing & Communications  
Tel: +41 61 337 87 23  
[presse@profital.ch](mailto:presse@profital.ch)

#### **Medienkontakt**

Brigitte Kaps  
CEO - Rent a PR AG  
Tel: +41 79 289 20 42  
[mail@rentapr.ch](mailto:mail@rentapr.ch)