

Fragen Sie die BWL!

Black Friday: Quo vadis?

VHB expert Marko Sarstedt zu den kommenden Schnäppchentagen aus Sicht der BWL

*Auch in diesem Jahr verspricht der Black Friday den Verbraucher*innen wieder große Rabatte und Sonderangebote. Während Händler in den letzten Jahren stetig steigende Umsätze mit Black Friday-Angeboten verzeichnen konnten – insbesondere online – spricht einiges dafür, dass dieser Trend 2021 abschwächt. Aber ist das wirklich so? Marko Sarstedt, Professor für Marketing und Leiter des Instituts für Marketing an der Ludwig-Maximilians-Universität München sowie Vorstandsmitglied im Deutschen Marketing Verband, schätzt die aktuelle Lage ein.*

Verliert der Black Friday an Dynamik?

Die rasant steigenden Preise für Energie und Güter des täglichen Bedarfs dürften vielen Konsument*innen die Kauffreude verhaseln. Auch haben sich im Vorjahr viele bereits mit typischen Black Friday-Produkten wie Unterhaltungselektronik und Haushaltsgeräten eingedeckt. Aber die wenigsten Konsument*innen brauchen eine zweite neue Küchenmaschine oder Spielekonsole. Und tatsächlich, in einer aktuellen Umfrage von Statista wollen nur noch 41% der Deutschen den Black Friday für Käufe nutzen. Das sind 20 Prozentpunkte weniger als noch 2020.

Die Verlockungen und der Druck der Schnäppchenjagd sind zu groß

Trotz dieser Zahlen ist es aber zu früh, den Black Friday abzuschreiben. Rabatte triggern das Belohnungszentrum im Gehirn und sorgen dafür, dass Konsument*innen kaufen – selbst ungeplant und auch wenn es rational gesehen wenig Sinn ergibt. Nach eineinhalb Jahren Corona und der Aussicht auf weitere Einschränkungen ist der Drang nach Belohnung besonders ausgeprägt. Vielen Konsument*innen fällt es schwer, sich dem Black Friday zu entziehen: Zu groß ist die Angst, ein Schnäppchen zu verpassen. Der Black Friday schürt auch die Angst, einer sozialen Norm zu widersprechen – schließlich sind die Angebote ein Dauerthema in vielen Kantinen und bei privaten Treffen. Ein FOMO (Fear of missing out) in gleich doppelter Hinsicht! Zuletzt kann auch die durch die gestörten Lieferketten in vielen Bereichen begrenzte Produktverfügbarkeit dafür sorgen, dass Weihnachtseinkäufe vorgezogen werden. Mit Blick auf diese Motive ist nicht damit zu rechnen, dass der Black Friday in 2021 deutlich an Popularität einbüßen wird.

Nachhaltigkeit - der große Verlierer des Black Friday?

Auch in 2021 wird sich der Black Friday vor allem online abspielen. Während des Lockdowns haben sich auch ältere Konsument*innen an die Vorzüge des Onlineshoppings gewöhnt – selbst in Produktkategorien, bei denen das haptische Erleben eine große Rolle spielt. Dies gilt insbesondere für Bekleidung, bei der liberale Rückgaberechte zu exzessiven Bestellungen und

entsprechenden Rücksendungen geführt haben. Vor diesem Hintergrund ist es nicht verwunderlich, dass Bekleidung die Rangliste der geplanten Produktkäufe im diesjährigen Black Friday anführt. So kann der Nachhaltigkeitsbösewicht Fast Fashion sogar einer der großen Profiteure vom Black Friday 2021 werden – und das obwohl immer mehr Konsument*innen das Thema Nachhaltigkeit wichtig ist.

3.091 Zeichen inkl. Leerzeichen

--

Professor Sarstedt ist einer von rund [180 VHB experts](#).

Nehmen Sie Kontakt über unsere Suchfunktion auf!

Sie recherchieren zu einem anderen BWL-Thema? Den richtigen Ansprechpartner für Ihren journalistischen Beitrag finden Sie [hier](#), unter 0551-7977 8566 oder experts@vhbonline.org.

Wir freuen uns über Ihr Interesse!

Über die VHB experts

Mehr BWL-Wissen in die Medien: Um dieses Ziel zu erreichen, hat der VHB im Oktober 2020 einen ständig erweiterten und aktualisierten Pool von rund 180 Expertinnen und Experten aus den insgesamt 18 Fachgebieten der BWL eingerichtet. Die Expertise unserer engagierten Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler wird aktiv von großen überregionalen Zeitungen wie Süddeutsche und FAZ nachgefragt. Den VHB experts begegnen Sie auch, wenn Sie uns auf [LinkedIn](#) und [Twitter](#) folgen.

Über den VHB

Der Verband der Hochschullehrer für Betriebswirtschaft e.V. (VHB) ist mit rund 2.800 Mitgliedern eine wachsende, lebendige Plattform für wissenschaftlichen Austausch, Vernetzung und Nachwuchsförderung in allen Bereichen der BWL und darüber hinaus. Ziel des VHB ist die Förderung und Weiterentwicklung der BWL als gesellschaftlich relevante, international anschlussfähige und zukunftsweisende Wissenschaftsdisziplin. 1921 gegründet, ist der VHB heute die führende wissenschaftliche Verbandsinstitution der BWL im deutschsprachigen Raum (<https://vhbonline.org/>).

Für weitere Auskünfte

Verband der Hochschullehrer für Betriebswirtschaft e.V.

Bianca Volk: Kommunikation, Öffentlichkeitsarbeit, SBUR

Reitstallstraße 7

D - 37073 Göttingen

Tel: +49 (0)551 7977 8566

Email: bianca.volk@vhbonline.org

url: <https://vhbonline.org>