



PRESSEMITTEILUNG

Verbraucher gehen am Black Friday auf Sparkurs

- Atradius erwartet Umsatzrückgang am Schnäppchentag
- Handel bleibt auch 2026 stark umkämpft
- Neuer Trend zu Rabattverzicht, um Margenerosion entgegenzuwirken

Köln, 25. November 2025 – In einem Teufelskreis verstärken sich mehrere Faktoren gegenseitig und verschlechtern einen Zustand kontinuierlich: Und genau in dieser Lage befindet sich der deutsche Einzelhandel kurz vor dem Black Friday und dem eminent wichtigen Weihnachtsgeschäft. „Der Geschäftsklimaindex zeigt keine allzu positive Entwicklung, die Zahl der Großinsolvenzen ist auf einem Höchststand, unsichere Zeiten für Unternehmen führen zu unsicheren Zeiten bei Arbeitnehmern und Furcht vor dem Jobverlust – die Folge: Der Verbraucher geht auf Sparkurs“, sagt Nicole Bludau, Managerin Risk Services beim internationalen Kreditversicherer Atradius. Und das wird sich voraussichtlich auch 2026 nicht ändern.

Die Prognose für den GfK-Konsumklimaindex steht für November bei -24,1 Punkten (Rückgang um 1,6 Zähler gegenüber Oktober), getrieben von stark sinkenden Einkommenserwartungen, anhaltender Inflationssorge, geopolitischer Unsicherheit und Arbeitsmarktangst. Das HDE-Konsumbarometer fiel im November auf 95,57 Punkte – ein klares Signal für anhaltende Kaufzurückhaltung. „Die Sparneigung ist höher als Ende 2024“, betont Nicole Bludau und beobachtet eine verstärkte Preissensibilität: „Verbraucher jagen Schnäppchen, verschieben Käufe auf Rabattaktionen und meiden impulsive Ausgaben.“ Atradius rechnet am diesjährigen Black Friday und Cyber Monday mit einem stabilen bis niedrigeren Umsatz in Höhe von rund 5,8 Milliarden Euro. 2024 lagen die Erlöse an diesem Tag bei rund 5,9 Milliarden Euro, eine Stagnation im Vergleich zu 2023. „Zwar wird das Weihnachtsgeschäft im November und Dezember kein Wachstumstreiber für die Branche, dennoch bleibt es die umsatzstärkste Phase des Jahres“, so Nicole Bludau weiter.

Rabatte sind gut für Kunden, aber schlecht fürs Geschäft

Laut einer Umfrage des Handelsverbands Deutschland (HDE) wollen 48 Prozent der Befragten am Black Friday und mehr als ein Drittel am Cyber Monday auf Schnäppchenjagd gehen. Dass die Rabatte zwar gut für die Verbraucher, aber nicht für das Geschäft sind, ist bekannt, denn die Preisnachlässe gehen zu Lasten der Marge, während Personalkosten, Energiepreise und Mieten für den Einzelhandel im besten Fall gleichbleiben, im Normalfall aber eher steigen. Doch ein Gegenteilstrend zur Rabatt-Schlacht scheint sich in Deutschland zu etablieren – das Nein zu Rabatten. „Es gibt immer mehr Unternehmen, die auf übertriebene Preisnachlässe verzichten, auf das Motto ‚Faire Produkte zu fairen Preisen‘ setzen und so der Margenerosion entgegenwirken wollen“, so Nicole Bludau.

Elektronik bleibt größter Verkaufsträger

Der Fokus wird beim diesjährigen Black Friday erneut auf dem Bereich Elektronik und Technik liegen, dicht gefolgt von Kleidung. „Der Konsumbereich des Handels zeigt sich trotz der stagnierenden Wirtschaft noch relativ stabil“, sagt Nicole Bludau. Insbesondere auch was die Insolvenzentwicklung betrifft. Ausnahmen seien etwa die Heimtextilien- und Möbelbranche, die nach dem Aufschwung während der Corona-Zeit, aktuell massiv zu kämpfen habe, der unter der Online-Konkurrenz leidende Bereich Cosmetics sowie der Textileinzelhandel. Schwierig ist auch die Situation bei den Kaufhäusern, die mit dem Rückgang der Besucherfrequenz oder der Online-Kannibalisierung zu ringen haben.

Getrübte Aussichten für 2026

Trotz Innovationsbooster und milliardenschwerem Sondervermögen für Infrastruktur und Klimaneutralität seitens der Politik bleiben die Aussichten für das kommende Jahr eher getrübt. „Das nächste Jahr wird angesichts steigender Kassenbeiträge, anhaltend hoher Strompreise, wachsenden Kosten für Mieten und Lebensmitteln von großer Kaufzurückhaltung und sparsamen Kunden geprägt sein“, sagt Nicole Bludau und ergänzt: „Eine echte Entspannung setzt erst ein, wenn der Strukturwandel abgeschlossen ist und der Konsum wieder anspringt – beides sehen wir frühestens 2027.“ Die Prognosen für das Wirtschaftswachstum in Deutschland unterstützen die Hoffnungen auf einen Aufschwung in Deutschland nur bedingt. Die Wirtschaftsforschungsinstitute sehen für 2026 ein Wachstum des Bruttoinlandsprodukts zwischen 1,1 und 1,6 Prozent.

Über Atradius

Atradius ist ein globaler Anbieter von Kreditversicherungen, Bürgschaften, Inkassodienstleistungen und Wirtschaftsinformationen mit einer strategischen Präsenz in mehr als 50 Ländern. Die von Atradius angebotenen Produkte schützen Unternehmen weltweit vor den Ausfallrisiken beim Verkauf von Waren und Dienstleistungen auf Kredit. Atradius ist Mitglied der Grupo Catalana Occidente (GCO.MC), einer der größten Versicherer in Spanien und einer der größten Kreditversicherer der Welt. Weitere Informationen finden Sie online unter www.atradius.de.

Für weitere Informationen:

Folgen Sie uns:



Atradius Kreditversicherung

Niederlassung der Atradius Crédito y Caución S.A. de Seguros y Reaseguros

Astrid Goldberg

Pressesprecherin

Telefon: +49 (0) 221 2044 - 2210

E-Mail: astrid.goldberg@atradius.com

Stefanie Heilken

Pressereferentin

Telefon: +49 (0) 221 2044 – 1034

E-Mail: stefanie.heilken@atradius.com

The operating companies affiliated with Atradius N.V. (Atradius Group) conduct insurance, debt collection and information services business through their registered (branch) offices in many countries. For information about the main registration details of Atradius Group offices in your country, please visit <https://group.atradius.com/contact-us/>

Important Notice:

This email, including any and all attachments, is intended for the addressee or its representative only. It is confidential and may be under legal privilege. Any form of publication, reproduction, copying or disclosure of the content of this email is not permitted, unless expressly otherwise indicated in the email by the Atradius contact person. If you are not the intended recipient of this email and its contents, please notify the sender immediately by reply email and delete this email and all its attachments subsequently. Although this email and any attachments are believed to be free of any virus or other defect that might affect any computer system into which it is received and/or opened, it is the responsibility of the recipient to ensure that it is virus free and no responsibility is accepted by Atradius Group companies, either jointly or severally, for any loss or damage arising in any way from its use. Email received by Atradius Group can be stored for business purposes.