



# Shopping Days Umfrage 2022

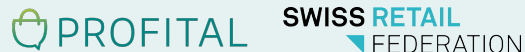
In Zusammenarbeit mit

**SWISS RETAIL**  
FEDERATION



# Über die Umfrage

Eine Umfrage von Profital (Bring! Labs AG) in Zusammenarbeit mit Swiss Retail Federation



Die Umfrage wurde in der Schweiz durchgeführt

**Stichprobe:** 4000 Nutzer:innen der Profital-App

**Geschlecht:** 69% Frauen | 31% Männer

**Alter:** 6% 18-24 J. | 31% 25-34 J. | 31% 35-44 J. |

18% 45-54 J. | 10% 55-64 J. | 5% 65+ J.

**Zeitraum:**

29. September - 04. Oktober 2022

**Methode:** Online Befragung

# Wichtigste Erkenntnisse

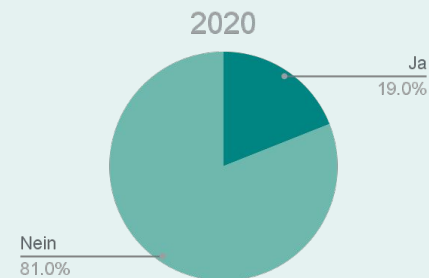
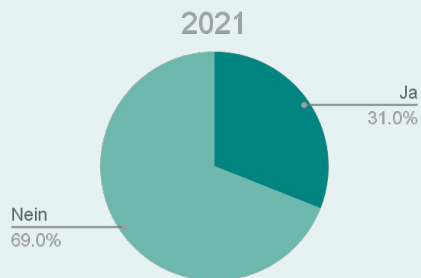
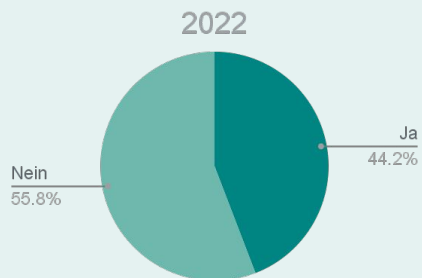
- Steigende **Bekanntheit** des **Singles Day** (44%), Black Friday mit 97% Bekanntheitsgrad tief verankert
- **Wachsende Bedeutung:** für 39% haben die Shopping-Tage in diesem Jahr an Bedeutung gewonnen, rund 90% wollen von den Angeboten am Black Friday und/oder Singles Day profitieren
- **Mode, Elektronik und Einrichtungsartikel** sind auch dieses Jahr besonders gefragt
- 67% leisten sich an den Shopping-Tagen eher höherwertige oder zusätzliche Produkte
- Die **geplanten Ausgaben** sind am Black Friday mit 427 CHF höher als am Singles Day (343 CHF)
- Drei Viertel bereiten sich auf die Shopping-Tage vor, indem sie sich **über Angebote informieren**
- Die **Inflation** und angekündigten Preissteigerungen haben die **Preissensitivität** der Konsument:innen erhöht und führen zu einer verstärkten **Rabatt-Affinität** sowie zu einer gewissen Zurückhaltung beim Einkauf

# Bekanntheit Singles Day

Steigende Bekanntheit des Singles Day über die Jahre (+13 Prozentpunkte zum Vorjahr)

Hast du bereits vom Singles Day gehört?

n=4000



**Weitere Erkenntnis:**

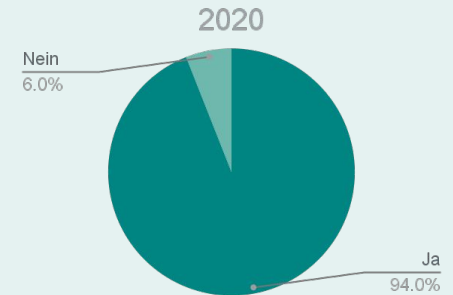
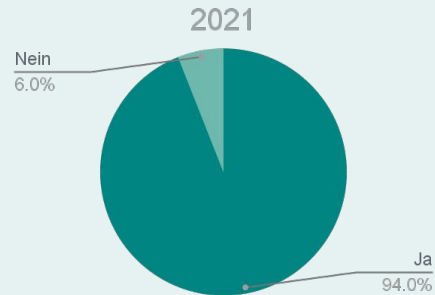
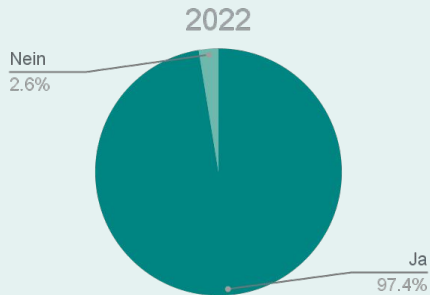
Der Singles Day ist in der Romandie am wenigsten bekannt (35%).

# Bekanntheit Black Friday

Black Friday mit einem Bekanntheitsgrad von 97% praktisch schweizweit bekannt

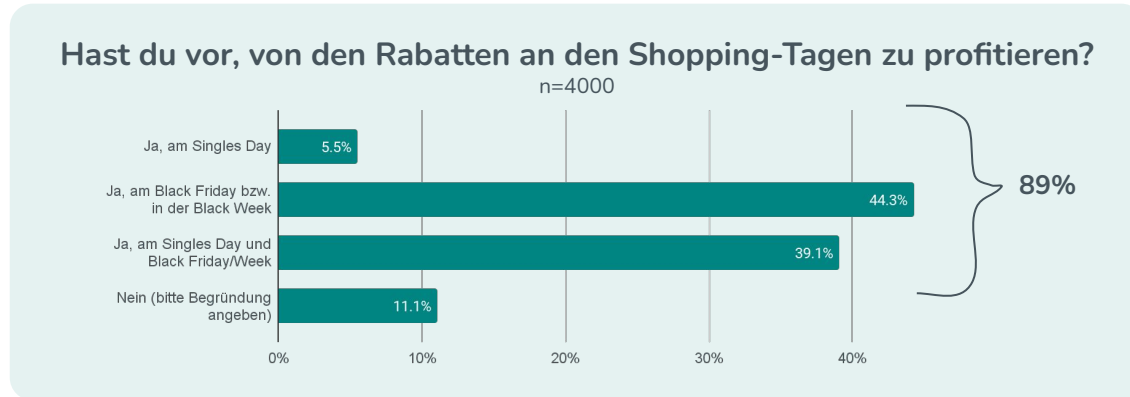
Hast du bereits vom Black Friday gehört?

n=4000



# Interesse

## Shopping-Tage sehr beliebt: 89% wollen von den Rabatten profitieren



### Weitere Erkenntnisse

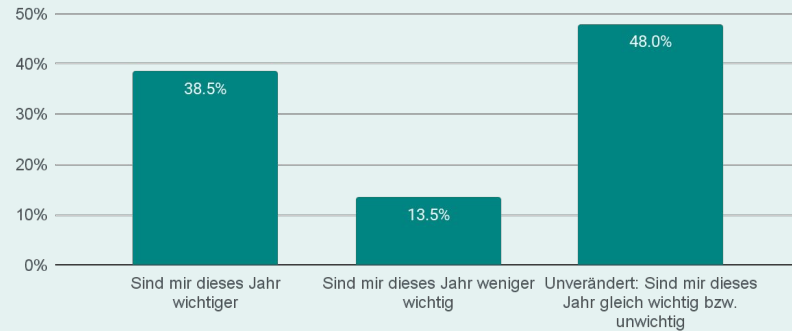
- **Rückgang beim Singles Day:** 45% haben vor, am Singles Day einzukaufen (2021: 61%, 2020: 58%)
- **Zunahme beim Black Friday:** 83% haben vor, am Black Friday einzukaufen (2021: 79%, 2020: 50%)
- 11% wollen an den Shopping-Tagen nichts kaufen. Gründe dafür:
  - Meistgenannt: Skepsis gegenüber den Angeboten oder aktuell keinen Bedarf
  - Weitere Gründe: Kein Geld, kein Interesse, empfinden den Ansturm als zu stressig oder sprechen sich gegen übermässigen Konsum aus

# Stellenwert

Für 39% haben die Shopping-Tage in diesem Jahr an Bedeutung gewonnen

Welchen Stellenwert haben Shopping-Tage wie der Singles Day oder Black Friday für dich in diesem Jahr (im Vergleich zu früher)?

n=3917

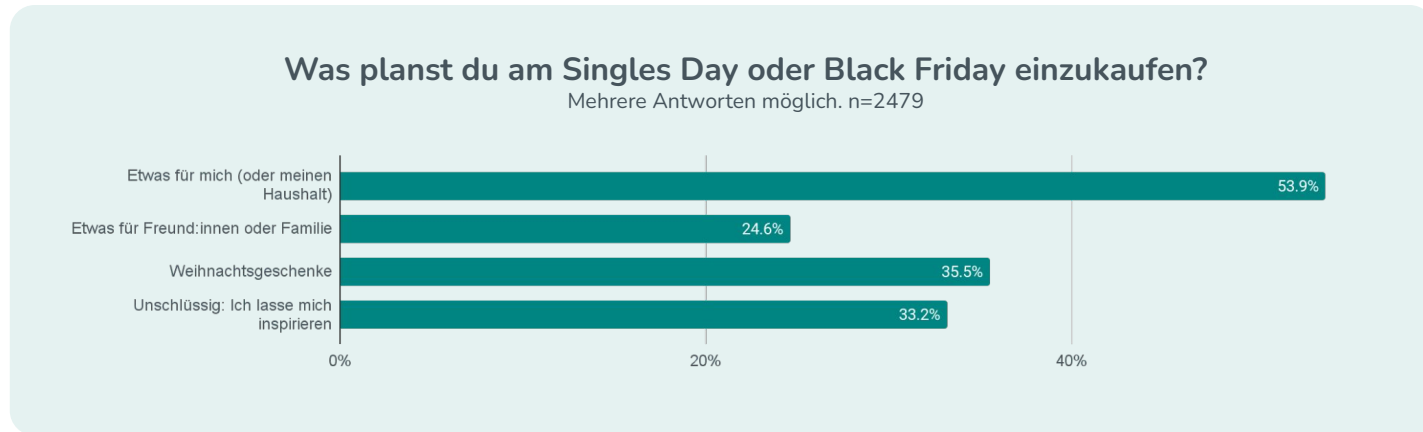


## Interpretation:

Ein Grund für die zunehmende Relevanz der Shopping-Tage könnte die Inflation und die damit verbundene verstärkte Rabatt-Affinität sein.

# Kaufabsichten

An den Shopping-Tagen wird vor allem für den Eigengebrauch gekauft, 36% kaufen bereits Weihnachtsgeschenke



## Weitere Erkenntnis:

Frauen kaufen an den Shopping Days eher Weihnachtsgeschenke als Männer (40% vs. 27%).

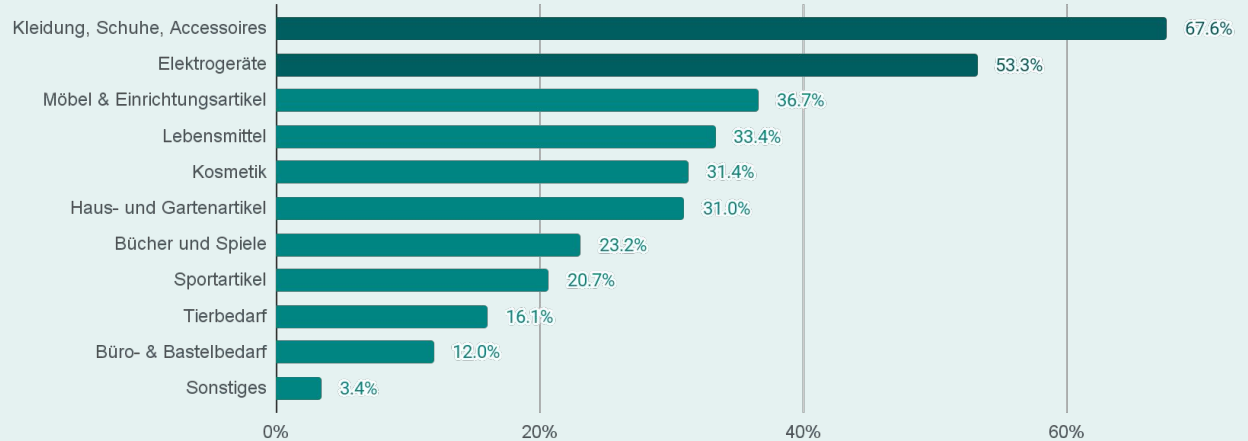


# Kaufabsichten

## Fashion-Artikel und Elektronik gehören zu den gefragtesten Produktgruppen

Von welchen Angeboten würdest du am Singles Day oder Black Friday gerne profitieren?

Mehrere Antworten möglich.  
n=2469

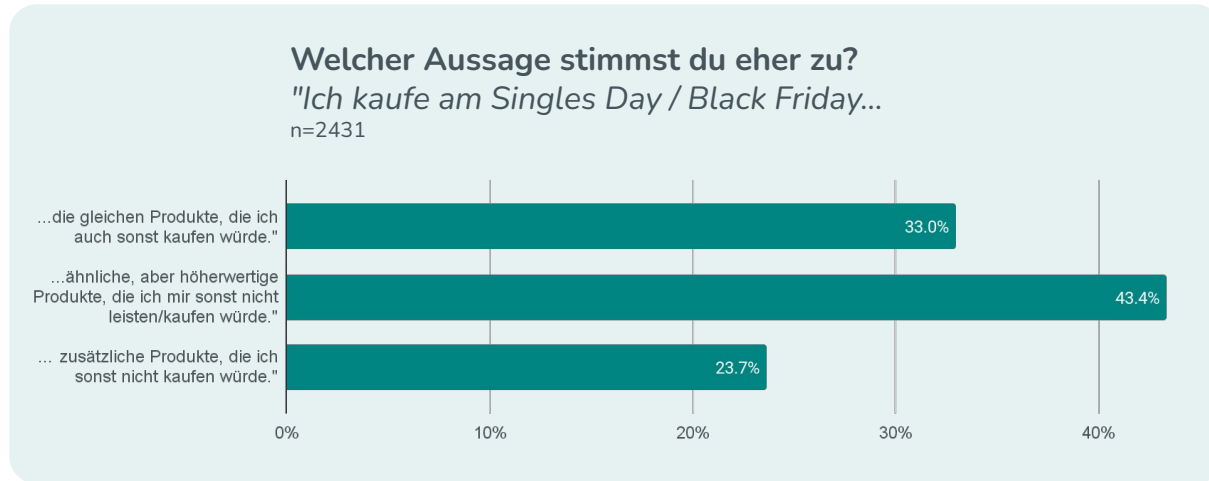


### Weitere Erkenntnisse:

- Kleidung, Schuhe, Accessoires standen auch 2021 am Singles Day und Black Friday an erster Stelle
- Bei den Männern stehen Elektrogeräte an erster Stelle (72% vs. 46%)

# Kaufabsichten

67% leisten sich an den Shopping-Tagen eher höherwertige oder zusätzliche Produkte



## Weitere Erkenntnis:

Frauen kaufen eher zusätzliche Produkte (24% vs. 20%), Männer eher die gleichen Produkte (35% vs. 31%).

# Geplante Ausgaben am Singles Day

Für den Singles Day sind Ausgaben in Höhe von 343 CHF geplant, Männer planen höhere Ausgaben als Frauen

Wie viel planst du am Singles Day in etwa auszugeben (in CHF)?

Grobe Schätzung als ganze Zahl.  
n=1625

Mittelwert

343 CHF

Frauen: 297 CHF  
Männer: 456 CHF

Median

200 CHF

Frauen: 200 CHF  
Männer: 250 CHF

**Im Vergleich:** 2021 lag der Median bei 100-199 CHF

**Interpretation:** Da Männer vermehrt Elektronikkäufe vorsehen und Frauen eher Modeartikel, sind die geplanten Ausgaben der Männer höher.

# Geplante Ausgaben am Black Friday

Die geplanten Black Friday Ausgaben sind mit 427 CHF höher als am Singles Day

Wie viel planst du am Black Friday bzw. in der Black Week in etwa auszugeben (in CHF)?

Grobe Schätzung als ganze Zahl.  
n=1979

Mittelwert

427 CHF

Frauen: 378 CHF  
Männer: 551 CHF

Median

300 CHF

Frauen: 250 CHF  
Männer: 350 CHF

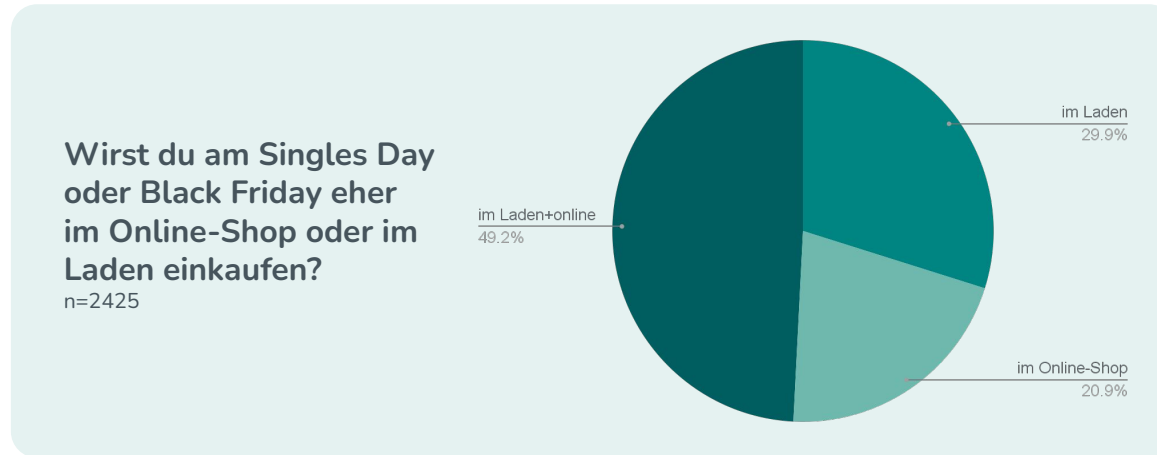
**Im Vergleich:** 2021 lag der Median bei 200-299 CHF

## Interpretation:

Der Black Friday ist nach wie vor der wichtigste Shopping-Tag, an welchem hohe Ausgaben geplant werden. Die wirtschaftliche Lage erhöht die Preissensitivität und führt zu einer verstärkten Einkaufsplanung. Grössere Anschaffungen werden dadurch auf Rabatt-Tage geplant.

# Einkaufskanal

Nur 21% kaufen ausschliesslich online ein, rund die Hälfte shoppt hybrid (online und stationär)

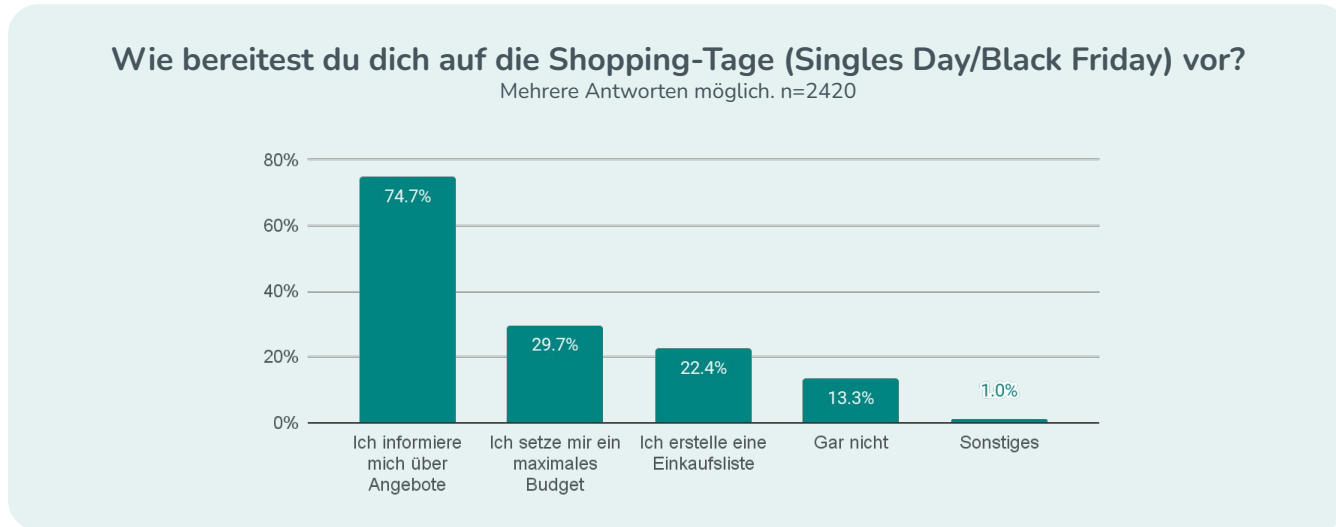


## Weitere Erkenntnisse:

- Frauen kaufen häufiger stationär (30% vs. 26%), Männer häufiger online (28% vs. 19%) ein
- Insbesondere beim Elektronikkauf werden Online-Käufe geplant (23%)

# Einkaufsplanung

75% der Befragten bereiten sich vor, indem sie sich über Angebote informieren



## Weitere Erkenntnis:

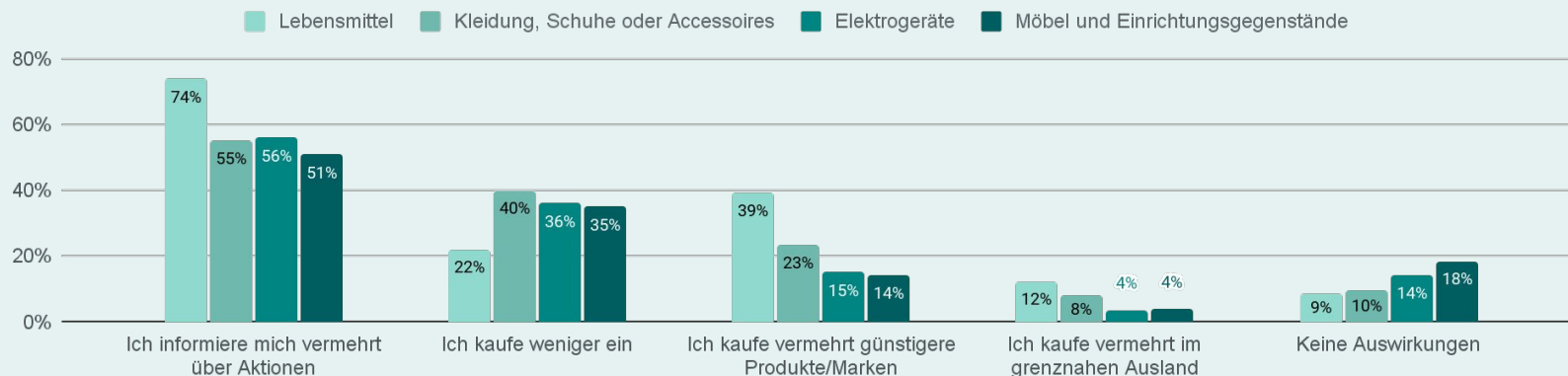
- Ausgeprägtere Einkaufsvorbereitung im Vergleich zum Singles Day 2021, als sich 23% gar nicht vorbereiteten (2022: 13%)

# Inflation

Die Inflation verändert das Kaufverhalten: Über 82% passen ihr Verhalten an

## Allgemein: Wie wirkt sich die Inflation (steigende Preise) auf dein Kaufverhalten aus?

Mehrere Antworten möglich. n=2625



### Weitere Erkenntnisse:

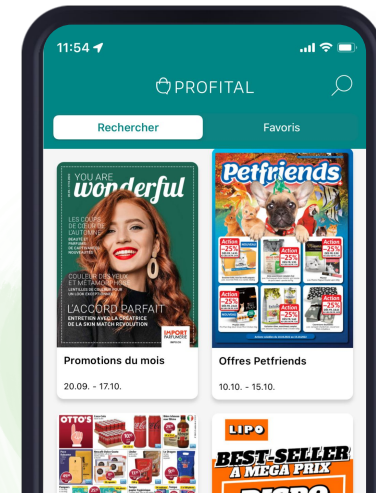
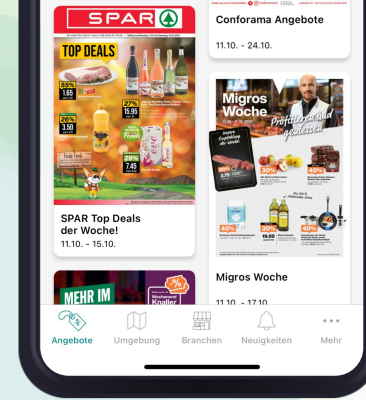
- Beim Lebensmitteleinkauf wird vermehrt auf Aktionen geachtet und zu günstigeren Produkten gewechselt
- Bei Non-Food versuchen 35-40% der Befragten, den Konsum zu reduzieren

# Über Profital

## Führender Anbieter für digitale Prospekte und Mobile Advertising für Retail und FMCG

Profital gehört seit Anfang 2022 mit der Einkaufslisten-App «Bring!» zum Schweizer Mobile-Tech-Unternehmen **Bring! Labs AG**. Die beiden Apps begleiten Nutzer:innen durch alle Phasen des Einkaufs – von der Inspiration über die Planung bis hin zum Kauf.

Zusätzlich bietet die Bring! Labs AG Unternehmen aus dem Handel und der FMCG-Branche eine innovative **Mobile-Advertising-Plattform**. Sie ermöglicht, neuartige Marketing-Kanäle zu erschliessen und Produkte im Kontext des Einkaufs gezielt und nativ während der Einkaufsplanung und Kaufentscheidung zu platzieren.





# Kontakt bei Fragen zur Umfrage



## Stephanie Csendes

Marketing Lead Profital

[stephanie.csendes@getbring.com](mailto:stephanie.csendes@getbring.com)

+41 44 585 37 13

## Bring! Labs AG

Räffelstrasse 26

CH-8045 Zürich

[business.profitat.ch](https://business.profitat.ch)

Apps kostenlos herunterladen:

