

Inflation verändert Kundenverhalten

Düsseldorf. Die Kunden in Deutschland sind an den Tagen rund um den sogenannten Black Friday in diesem Jahr einer Untersuchung zufolge besonders wählerisch. Nur Rabatte von mindestens 50 Prozent werden als gutes Angebot angesehen, wie aus einer repräsentativen Umfrage der Unternehmensberatung PWC hervorgeht. Dafür wurden 2.000 Personen in Deutschland befragt. Im vergangenen Jahr wurden Artikel mit 38 Prozent Preisnachlass als Schnäppchen wahrgenommen. Der »Black Friday« fällt in diesem Jahr auf den 29. November.

»Die Konsumenten sind anspruchsvoller geworden«, sagte PWC-Handelsexperte Christian Wulff. Und das aus gutem Grund. Wegen der hohen Inflation werde mehr gespart, Verbraucher achteten genau auf die Preise und suchten nach besonders guten Angeboten. »Black Friday und ähnliche Anlässe für großangelegte Rabattaktionen gewinnen derzeit tatsächlich an Bedeutung.« (dpa/jW)

<https://www.jungewelt.de/artikel/487093.inflation-verändert-kundenverhalten.html>