INFOBLATT KONSUMVERHALTEN

KAUFIMPULSE VERSTEHEN

Wie selbstbestimmt ist unser Konsumverhalten?

Black Week, Rabatt-Countdowns, Bonuspunkte und Soziale Medien und „Buy now, pay later" prägen unser Kaufverhalten durch gezielte Anreize. Solche Verkaufsstrategien sind alltäglich und können beeinflussen, wie wir Angebote wahrnehmen und Kaufentscheidungen treffen. Problematisch wird es, wenn sie gezielt Zeitdruck oder künstliche Knappheit erzeugen und wir dadurch zu schnellen Kaufentscheidungen verleitet werden. Der Wunsch nach einer sofortigen Bedürfnisbefriedigung kann dann stärker in den Vordergrund rücken, während wenig Zeit bleibt, den Kaufimpuls zu hinterfragen.

LANDESPROGRAMM VERHALTENSSÜCHTE FÜR BERLIN.

Das Risiko von „Buy now, pay later"

Erst kaufen, später zahlen - nach diesem Prinzip funktioniert "Buy now, pay later" (BNPL). Die finanzielle Belastung bei Raten- oder Kreditkäufen wird dadurch erst später sichtbar.

Ab dem 20.11.2026 greift die neue EU-Verbraucherkreditrichtlinie auch in Deutschland: Auch für Kleinkredite unter 200 EUR sowie "Buy now, pay later"-Modelle gibt es zum Schutz vor Überschuldung künftig eine Bonitätsprüfung und strengere Vorgaben gegen irreführende und verharmlosende Werbung.

Schufa Verbraucherumfrage 2025



denken, dass man bei BNPL-Einkäufen schnell den Überblick über die eigenen Ausgaben und Finanzen verlieren kann.



konnten eine offene Zahlung, an die sie erinnert wurden, nicht bezahlen.



haben in den vergangenen 6 Monaten mindestens eine Zahlfrist versäumt und deshalb Mahngebühren bezahlt.

Quelle [1]

"Später bezahlen" verändert nicht den Preis eines Produkts. Es wird jedoch später sichtbar, was der Kauf wirklich kostet.

Werbung ist Teil des Alltags – besonders für junge Menschen

Werbung erscheint heute nicht mehr nur als klassische Anzeige. Sie begegnet uns in Social Media, Videos, Apps, Spielen, Suchmaschinen und personalisierten Angeboten. Influencer:innen spielen dabei eine be sondere Rolle, weil Werbung mit Unterhaltung, dem Alltag und persönlicher Empfehlung verbunden wird.

10- bis 17-Jährige

47% berichten, von Sozialen Medien beeinflusst zu werden.

40% haben Produkte gekauft, auf die sie durch Influencer:innen aufmerksam geworden sind.

12% geben monatlich zwischen 51-100€ für Online-Einkäufe aus.

Quelle [2]

Wenn Werbung wie eine persönliche Empfehlung wirkt, tritt ihr kommerzieller Charakter leichter in den Hintergrund. Ein Werbeimpuls kann so schnell zum Kaufimpuls werden.

Bonusprogramme können zu Mehrkauf führen

Bonusprogramme bieten Vorteile wie Punkte oder Rabatte. Sie können aber auch zu ungeplanten Mehrkäufen verleiten.

4,6 Bonusprogramme pro Person im Durchschnitt

So kaufen **30%** gelegentlich bewusst mehr, nur um einen vermeintlichen Bonus zu erhalten [3].

Auch Supermarkt-Apps führen gelegentlich zum Mehrkauf. **67%** der App-Nutzer:innen haben bereits Zusatzkäufe vorgenommen, damit sie Angebote oder Vergünstigungen erhalten. Gamification-Elemente in den Apps wie Rabattstufen oder Gewinnspiele geben dem Einkauf zusätzlich einen spielerischen Charakter [4].

Rabattaktionen und Bonusprogramme können unser Kaufverhalten beeinflussen und zum Mehrkauf führen. Ein Rabatt spart jedoch nur dann Geld, wenn man den Kauf ohnehin geplant hatte.

Die Rolle von Mega-Sale-Events wie der Black Week

Die Black Week bündelt zahlreiche Mechanismen, die Kaufentscheidungen beeinflussen können und Impulskäufe fördern: Rabatte, Zeitdruck, künstliche Verknappung, personalisierte Werbung und einfache Bezahlmöglichkeiten.

43% scheinen ein geringeres Interesse an Mega-Sale-Events zu haben, als noch vor zwei bis drei Jahren.

Gründe dafür sind unter anderem irreführende Rabatte oder eine Art Gewöhnungseffekt [5].

19% kauften während der Black-Week 2024 mindestens einen Artikel aus einem Impuls heraus.

Das zeigt, wie stark solche Aktionen und Kaufanreize spontane Kaufentscheidungen fördern können [6].

68% stehen Mega-Sale-Events jedoch auch kritisch gegenüber.

Sie sehen den Black Friday als Treiber von Überkonsum und Umweltbelastung [7].

Ein attraktives Angebot kann einen Kaufwunsch auslösen, obwohl vorher gar kein Bedarf bestand.

Überkonsum ist nicht automatisch eine Shoppingstörung

Häufiges, spontanes oder umfangreiches Kaufen allein ist noch kein Hinweis auf eine Shoppingstörung. Von einer solchen Störung spricht man erst, wenn das Kaufverhalten wiederholt und schwer kontrollierbar wird und dadurch erhebliche persönliche, finanzielle oder soziale Belastungen entstehen.

Problematisches Kaufverhalten hat häufig mehrere Ursachen:



Quelle: eigene Abbildung

Bewusster Konsum als Teil von Überschuldungs- und Suchtprävention

Kaufentscheidungen haben eine finanzielle und eine verhaltens-bezogene Dimension.

Für die Überschuldungsprävention stehen dabei finanzielle Risiken im Vordergrund. Häufige spontane Ausgaben, die nicht zum eigenen Budget passen, können die finanzielle Situation belasten. Das gilt besonders, wenn Bezahlvorgänge aufgeschoben und Käufe z. B. über Kreditmodelle finanziert werden.

Die Suchtprävention fokussiert den Umgang mit dem eigenen Kaufverhalten. Problematisch wird es, wenn Kaufen zunehmend schwer kontrollierbar wird oder regelmäßig zur Bewältigung von Stress oder unangenehmen Gefühlen dient. Prävention setzt daher an den Gefühlen und Bedürfnissen hinter dem Konsumverhalten an.

Bewusster Konsum bedeutet sowohl die finanziellen Folgen als auch den Umgang mit dem eigenen Kaufverhalten im Blick zu behalten.

Was steckt hinter einer Kaufentscheidung?

Für die Prävention ist es wichtig, Kaufimpulse bewusst wahrzunehmen und zu hinterfragen. So lässt sich besser einschätzen, ob ein Kauf

- aus einem tatsächlichen Bedarf heraus entsteht,
- durch äußere Anreize angestoßen wird oder
- der Befriedigung anderer Bedürfnisse (z. B. zur Emotionsregulation) dient.

Eine kritische Konsumhaltung bedeutet dabei nicht, Konsum grundsätzlich abzulehnen. Sie schafft jedoch Raum zwischen Kaufimpuls und Kaufentscheidung.

Reflexionsfragen für den Alltag:

- Warum möchte ich das Produkt gerade jetzt kaufen und was erhoffe ich mir davon?
- Brauche ich das Produkt wirklich oder möchte ich z. B. nur das Angebot nicht verpassen?
- Würde ich es auch ohne Rabatt kaufen?
- Kann und will ich mir das Produkt gerade leisten?
- Was würde passieren, wenn ich den Kauf um einen Tag verschiebe?

Ein Kaufimpuls bedeutet nicht automatisch, dass ein tatsächlicher Bedarf besteht. Erst die bewusste Auseinandersetzung mit den eigenen Bedürfnissen und den Auslösern des Kaufimpulses ermöglicht eine reflektierte Kaufentscheidung.

Quellen:

[1]: NORDLICHT research GmbH / SCHUFA Holding AG (2025): SCHUFA-Umfrage: Finanzielle Sorgen bleiben hoch – immer mehr Menschen geraten in Zahlungsschwierigkeiten. Pressemitteilung. https://tinyurl.com/5yd2wbf3

[2]: Paschke, K.; Wiedemann, H., Schlichter, N., Busch, K. & Gebhardt, L. (2026). DAK-Mediensuchtstudie des UKE – OTTER Welle 8. Sonderauswertung: Online-Shopping und Online-Buying bei Kindern und Jugendlichen. Hamburg, Deutsches Zentrum für Suchtfragen des Kindes- und Jugendalters (DZSKJ). https://tinyurl.com/52k7up5t

[3]: Splendid Research (Hrsg.) (20219). Studie: Bonusprogramme bei Verbrauchern beliebt wie nie zuvor. https://tinyurl.com/2u38s248

[4]: Verbraucherzentrale Bundesverband e.V. (Hrsg.) (2026). Supermarkt-Apps. Verbraucherbefragung und Beispielsammlung zu Smartphone-Apps von Supermärkten und Discountern. https://tinyurl.com/fte4ea66

[5]: YouGov (Hrsg.) (2025). Black Friday 2025: Einkaufsbereitschaft in Deutschland steigt. Der Report „Black Friday & Cyber Monday Outlook 2025". https://tinyurl.com/4fjzw9db

[6]: PricewaterhouseCoopers GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft (Hrsg.) (2025). Black-Friday-Umfrage 2025. https://tinyurl.com/5cju9wke

[7]: SINUS Markt- und Sozialforschung GmbH (Hrsg.). (2025). Schwarzer Freitag für den Handel? Nur 13% planen sicher am Black Friday einen Schnäppchenkauf. Heidelberg, Berlin. https://tinyurl.com/4up7t8ca

Das Infoblatt ist ein Produkt des Landesprogramms Verhaltenssüchte für Berlin. Es wird vom Präventionszentrum für Verhaltenssüchte (pad gGmbH) im Auftrag der für Gesundheit zuständigen Senatsverwaltung koordiniert.

LANDESPROGRAMM VERHALTENSSÜCHTE FÜR BERLIN.

Folgende Institutionen haben an der Erstellung mitgewirkt:

BERLIN Senatsverwaltung für Wissenschaft, Gesundheit und Pflege

PRÄVENTIONS ZENTRUM FÜR VERHALTENSSÜCHTE BERLIN

LAG SIB Landesarbeitsgemeinschaft Schuldner- und Insolvenzberatung Berlin e.V.

BERLIN Bezirksamt Tempelhof-Schöneberg

BERLIN Bezirksamt Reinickendorf

start: Psychotherapie & Coaching