

PRESSEMITTEILUNG

Weihnachtsshopping 2025: McAfee-Studie enthüllt deutsche Online-Shopping-Trends und die Sorge vor KI-Betrug

München, 24. November 2025 – Mit Blick auf die nahende Weihnachtszeit veröffentlicht [McAfee](#), ein weltweit führender Anbieter von Online-Sicherheit, seine neue Studie zum Weihnachtsshopping 2025. Die Ergebnisse werfen ein Schlaglicht auf das Einkaufsverhalten der Deutschen im Netz. Die Deutschen sind aktiv in den sozialen Medien, stets auf der Suche nach Schnäppchen – und zunehmend wachsam gegenüber Online-Betrug. Mehr als ein Drittel der Verbraucher (36 %) gibt an, sich in diesem Jahr mehr Sorgen über KI-generierte Betrugsmaschen zu machen. Etwa jeder Dritte gibt an, wegen der Angst vor Betrug schon mindestens einmal auf einen Weihnachtseinkauf verzichtet zu haben. Zwei Drittel geben an, dass sie selbst oder jemand aus ihrem Bekanntenkreis bereits Geld durch Betrug verloren haben.

Soziale Medien: Das neue Weihnachtswunderland

Da 98 % der Deutschen in sozialen Medien aktiv sind, zeigt sich deutlich der Trend zu zunehmend digitalem Einkaufen.

- WhatsApp (87 %), YouTube (76 %) und Facebook (59 %) bleiben weiterhin an der Spitze, doch Instagram (52 %) und TikTok (42 %) etablieren sich zunehmend als wichtige Plattformen für das Weihnachtsgeschäft, insbesondere bei den 18- bis 44-Jährigen.
- Vielkäufer (Konsumenten, die in größerem Umfang einkaufen als der Durchschnitt) sind in den sozialen Medien besonders aktiv: 85 % auf WhatsApp, 62 % auf TikTok und 56% auf Instagram. Im Gegensatz dazu sind zurückhaltendere Käufer online seltener unterwegs und shoppen meist erst später in der Saison.
- Jüngere Konsumenten sind ausgabefreudiger. Während 26 % der 35- bis 44-Jährigen 2025 mehr ausgeben wollen, plant bei den älteren Gruppen jeweils rund ein Viertel der 55- bis 64- und der 65- bis 74-Jährigen, ihre Ausgaben zu reduzieren.

Black Friday bleibt Höhepunkt des Weihnachtsgeschäfts

So planen die Deutschen ihre Einkäufe in diesem Jahr:

- 21 % wollen ihre Einkäufe vor dem Black Friday/Cyber Monday-Wochenende erledigen – also zwischen dem 28. November und dem 1. Dezember.
- 33 % kaufen ihre Geschenke am Black Friday/Cyber Monday-Wochenende.
- 22 % wollen den Großteil ihrer Einkäufe Mitte bis Ende Dezember erledigen.

- Junge Erwachsene (18–34 Jahre) sind am Black Friday besonders aktiv, während Erwachsene ab 55 Jahren lieber abwarten und erst Mitte bis Ende Dezember einkaufen.
- Vielkäufer sind auch Frühkäufer – fast die Hälfte plant, am Black Friday–Wochenende einzukaufen.

96 % der Deutschen werden online einkaufen: Amazon ist Spitzenreiter, Temu und TikTok Shop legen zu

In diesem Jahr werden fast alle Deutschen (96 %) im Internet einkaufen:

- Amazon dominiert weiterhin mit 85 %, gefolgt von eBay (31%) und Otto (30%).
- Während ältere Käufer bei traditionellen Kaufhäusern und Amazon bleiben, erkunden junge Käufer (unter 35 Jahren) neue Optionen. Für Generation Z und junge Millennials gewinnt Temu an Bedeutung: 27 % der 18- bis 24-Jährigen und 38 % der 25- bis 34-Jährigen planen, dort einzukaufen.
- Männer stöbern öfter auf Technik- oder Wiederverkaufsmarktplätzen wie eBay (37 %), Frauen dagegen auf sozialen Plattformen und Schnäppchen-Websites wie Temu (30 %).

Immer mehr Einkäufe werden über Smartphones abgewickelt

55 % der Deutschen planen, in diesem Jahr häufiger über ihr Smartphone einzukaufen und 15 % wollen dies über ihren Laptop tun. Vor allem Menschen im Alter von 18 bis 44 Jahren treiben das Wachstum des mobilen Einkaufs voran: Zwei Drittel planen, ihr Smartphone häufiger zum Einkaufen zu nutzen.

Was sind **die Hauptgründe** fürs Online-Shopping?

- Die Schnelligkeit und Bequemlichkeit (49 %)
- Bessere Angebote und Rabatte (49 %)
- Kostenloser oder schneller Versand (46 %)
- Menschenmengen vermeiden (42 %)

Was die Deutschen tatsächlich zum Ausgeben bewegt

Vertrauen und persönliche Bindung sind weitaus wichtiger als Hype und Promi-Werbung:

- Nur 8 % der Käufer lassen sich von Influencern überzeugen.
- Deutsche Verbraucher verlassen sich vor allem auf:
 - Artikel aus vertrauenswürdigen Quellen (45 %)
 - Empfehlungen von Menschen, die sie kennen (40 %)
 - verifizierte Bewertungen (27 %)

- Junge Verbraucher werden stärker durch Social Media-Werbung beeinflusst: 30 % bei den 18- bis 24-Jährigen und 27 % bei den 25- bis 34-Jährigen.
- 83 % der Deutschen haben in den sozialen Medien während der Weihnachtszeit Werbung oder Sonderangebote von ihnen bisher unbekannten Einzelhändlern gesehen. Etwa jeder dritte Käufer ist bereit, während der Feiertage bei solchen unbekannten Einzelhändlern einzukaufen.

Die Schattenseiten des Online-Shoppings: Betrug nimmt zu, das Vertrauen der Verbraucher schwindet

- 9 Betrugsnachrichten pro Tag sehen die Deutschen durchschnittlich.
- 78 % der Deutschen haben SMS-Nachrichten oder E-Mails zum Thema Weihnachten erhalten, die ihnen verdächtig vorkamen oder eindeutig betrügerisch waren.
- 36 % geben an, sich mehr Sorgen über KI-generierten Betrug zu machen als 2024. Fast ein Drittel der Käufer (28 %) hat aus Angst vor Betrug bereits auf einen Kauf verzichtet.
- Mehr als jeder zehnte Deutsche (12 %) ist zur Weihnachtszeit bereits auf Betrug hereingefallen. Davon haben 21 % Geld verloren, und zwar durchschnittlich 860 € (1000 \$).
- 9 von 10 Konsumenten planen Maßnahmen, um beim Online-Shopping während der Feiertage sicher zu bleiben. Zu den häufigsten zählen: nur auf vertrauenswürdigen Websites einkaufen (49 %), niemals auf unbekannte Links klicken (42 %) und sichere Passwörter verwenden (37 %).

So schützen Sie sich beim Online-Shopping:

- **Erst denken, dann klicken.** E-Mails oder SMS, die zum Klick auf einen Link auffordern, sollten Sie besser ignorieren – auch wenn sie interessant wirken oder wichtige Informationen vortäuschen (z.B. Paketbenachrichtigungen). Besuchen Sie stattdessen direkt die Website des Absenders und vertrauen Sie nur seriösen Unternehmen.
- **Lassen Sie sich Zeit.** Betrüger versuchen, Sie durch künstliche Dringlichkeit zu unüberlegtem Handeln zu drängen. Nehmen Sie sich einen Moment Zeit, um jede E-Mail oder Nachricht zu überprüfen, die behauptet, Sie müssten eine Zahlung leisten oder ein Problem lösen.
- **Nutzen Sie bekannte Websites und sichere Zahlungsmethoden.** Setzen Sie auf vertrauenswürdige Händler und überprüfen Sie neue Websites vorher über Online-Bewertungen. Bezahlen Sie wenn möglich mit Kreditkarte – sie schützt besser vor Betrug als eine Debitkarte.

- **Schlagen Sie die KI mit ihren eigenen Waffen.** Verwenden Sie KI-gestützten Schutz, der gefährliche Links und SMS-Nachrichten blockiert, sodass Sie sorgenfrei einkaufen können.

McAfee-Sonderangebote zum Black Friday

McAfee bietet Verbrauchern mehr als 60 % Rabatt auf drei Lösungen zum Schutz ihrer Identität, ihrer Privatsphäre und ihrer Geräte – damit sie beim Einkaufen am Black Friday und in der Weihnachtszeit bestens geschützt sind.

- McAfee Premium ist [auf der McAfee-Website](#) für 34,95 € erhältlich.
- McAfee Advanced ist [auf der McAfee-Website](#) für 49,95 € erhältlich.
- McAfee Total Protection ist [auf Amazon](#) für 16,99 € erhältlich.

Weitere Tipps für mehr Sicherheit und Einzelheiten zu den Cybersicherheitslösungen von McAfee finden Sie unter www.mcafee.com.

Forschungsmethodik

Eine McAfee-Umfrage zum Thema Betrug und dessen Auswirkungen auf Verbraucher wurde im August 2025 online durchgeführt. 8.600 Erwachsene im Alter von mindestens 18 Jahren aus Australien, Frankreich, Deutschland, Indien, Japan, den USA und Großbritannien nahmen an der Studie teil. Die gewichteten Ranglisten wurden anhand eines Standardpunktemodells berechnet.

Über McAfee

McAfee ist ein führender Cyber-Sicherheitsanbieter für Privatanwender. Dabei liegt der Fokus nicht nur darauf, Geräte, sondern auch Personen selbst zu schützen. Deshalb sind McAfees Lösungen für Verbraucher darauf ausgerichtet sich den wandelnden Bedürfnissen anzupassen. Mit den integrierten und intuitiven Lösungen von McAfee können sich Nutzer sicher in unserer Online-Welt bewegen und ihre Familien mit dem richtigen Schutz zur richtigen Zeit absichern. Für mehr Informationen besuchen Sie bitte www.mcafee.com/de.

Pressekontakt

Franziska Pilz, Weber Shandwick

E-Mail: mcafee_dach@webershandwick.com