Black Friday 2026: Wie Händler mit KI ihre Preise setzen

Von Glieks-Redaktion · Veröffentlicht am 18.11.2026

Warum derselbe Artikel morgens anders kostet als abends: Was Verbraucherzentralen über dynamische und personalisierte Preise berichten, was die Idealo-Studie zeigt - und wie Sie gelassen einkaufen.

Der Preis ist kein fester Wert mehr

Am Black Friday fällt es besonders auf: Der Preis eines Produkts scheint sich ständig zu bewegen. Das ist kein Eindruck, sondern gut dokumentiert. Die Verbraucherzentrale Niedersachsen unterscheidet zwei Formen. Dynamische Preise ändern sich automatisch mit Nachfrage, Auslastung oder Buchungszeitpunkt und sind nach ihrer Darstellung grundsätzlich erlaubt. Personalisierte Preise dagegen beruhen auf persönlichen Daten wie Surfverhalten oder früheren Käufen. Wer sie einsetzt, muss darüber transparent informieren [1].

Die Verbraucherzentrale nennt in ihrem Ratgeber „Was ist Dein Preis?“ weitere Einflussfaktoren: Tageszeit, Jahreszeit und Aktionstage, Konkurrenzpreise, Such- und Bestellhistorie sowie Cookies. Wohnort und Endgerät spielen demnach bisher nur eine geringe Rolle. Seit Mai 2022 müssen Shops angeben, wenn Preise mithilfe personenbezogener Daten oder eines Algorithmus personalisiert werden [2].

Was eine Beobachtung über 34 Tage ergab

Wie häufig Preise schwanken, zeigte schon 2018 eine Marktbeobachtung des Marktwächterteams im Verbraucherzentrale Bundesverband. Über 34 Tage wurden 1.133 Preise bei 16 Onlinehändlern verfolgt. 15 der 16 Händler änderten regelmäßig Preise für einen Teil ihres Sortiments, und bei etwa 37 Prozent der beobachteten Preise gab es Schwankungen, im Extremfall bis zu 32 Änderungen bei einem Produkt [3].

Die Zahlen sind acht Jahre alt und stammen aus einer Zeit vor dem heutigen Einsatz von KI-Verfahren. Sie zeigen aber, warum Preisverläufe wichtig sind: Die Marktwächter sagten damals, Kundinnen und Kunden könnten kaum einschätzen, ob sie gerade sparen oder draufzahlen [3].

Wo KI dabei ins Spiel kommt

Für Preise braucht ein Händler Prognosen: Wie viel wird nachgefragt, wie viel Ware liegt im Lager, was kosten die anderen? Beim Versandhändler Otto laufen nach Unternehmensangaben aus dem Jahr 2024 KI-gestützte Absatz- und Retourenprognosen mit 7,5 Milliarden Einzelprognosen pro Monat, die Einkauf, Lager und Vertrieb unterstützen [4]. Ob und wie diese Prognosen unmittelbar in den Verkaufspreis einfließen, geht aus der Quelle nicht hervor. Sie zeigt aber, wie datengetrieben große Händler planen.

Für Sie als Kundin oder Kunde heißt das: Ein Preis ist oft das Ergebnis einer Rechnung, und diese Rechnung kann sich mehrmals am Tag ändern. Ein Angebot ist deshalb nicht automatisch ein gutes Angebot.

Was der Idealo-Vergleich über echte Rabatte sagt

Eine Auswertung des Vergleichsportals Idealo zum Black Friday 2025 untersuchte rund 10.000 gefragte Produkte aus etwa 3.500 Onlineshops in 100 Kategorien. Nach dem Bericht von retail-news waren 79 Prozent der Produkte am Black Friday günstiger als im Oktober, im Durchschnitt um 8 Prozent. Mindestens 20 Prozent günstiger waren nur 13 Prozent der Produkte [5].

Das Bild ist also gemischt: Es gibt echte Preisnachlässe, aber hohe Rabatte sind die Ausnahme. Hinzu kommt eine gesetzliche Regel, die Bericht und Verbraucherseiten nennen: Wer mit einem Preisnachlass wirbt, muss als Bezugspreis den niedrigsten Preis der vorangegangenen 30 Tage angeben [6].

Was Sie sich für Ihren Einkauf abschauen können

Die Verbraucherzentrale empfiehlt, Preise zu verschiedenen Zeiten zu vergleichen, Preisverläufe zu prüfen und vorab festzulegen, was ein Produkt einem wert ist [1][2]. Das lässt sich ohne Technik umsetzen: Schreiben Sie sich die zwei bis drei Dinge auf, die Sie wirklich brauchen, tragen Sie den Preis ein, den Sie bisher gesehen haben, und notieren Sie Ihre Obergrenze. Danach gilt: Wird die Grenze nicht erreicht, wird nicht gekauft.

Auch kleine Händler und Vereine, die Waren einkaufen, können so vorgehen: Preise über Wochen in einer Tabelle festhalten und erst bestellen, wenn der Verlauf ein klares Bild ergibt. Preise bei exklusiven „Secret Deals“ sind nach Hinweis der Verbraucherzentrale nicht automatisch günstiger [2].

> **Merken Sie sich:** Preise bewegen sich, und das ist dokumentiert - wer vor dem Kauf Verlauf und eigene Obergrenze kennt, lässt sich von Aktionstagen nicht treiben.

Was Glieks für Ihren Einkauf tun kann

- **Preiswächter einrichten** - Ein Wächter beobachtet einen Preis und meldet per E-Mail, wenn er unter Ihre Grenze fällt.
- **Preisrechner in Excel** - Eine Excel-Tabelle zum Notieren von Preisverlauf und Obergrenze.
- **Dynamische Preise erklärt** - Ein kurzes PDF mit Quellen zu dynamischen und personalisierten Preisen.
- **Einkaufsliste mit Obergrenze** - Eine Checkliste mit Wunschprodukten und Preisgrenzen.

Direkt ausprobieren: https://glieks.ai/glieks-news/black-friday-2026-preise-mit-ki

Quellen

1. Verbraucherzentrale Niedersachsen: Dynamische oder personalisierte Preise: Warum Online-Preise schwanken (Stand: 11.11.2026, abgerufen am 18.11.2026)
2. Verbraucherzentrale: Dynamische Preise: Was ist Dein Preis im Online-Shop? (Stand: 22.10.2026, abgerufen am 18.11.2026)
3. mobiflip (nach Marktwächterteam des vzbv): Dynamische Preisdifferenzierung im Online-Handel beobachtet (Stand: 11.08.2018, abgerufen am 18.11.2026)
4. retail-news.de: Von Prognosen bis Personalisierung: Wie Otto künstliche Intelligenz nutzt (Stand: 22.03.2024, abgerufen am 18.11.2026)
5. retail-news.de: Black Friday 2026: idealo-Preisstudie zu Rabatten (Stand: 07.11.2026, abgerufen am 18.11.2026)
6. Euronews: Black Friday: Bundesamt warnt vor Online-Betrug (Stand: 28.11.2025, abgerufen am 18.11.2026)



Diesen Beitrag online lesen: https://glieks.ai/glieks-news/black-friday-2026-preise-mit-ki

Angaben ohne Gewähr. Die Glieks-News fassen öffentlich zugängliche Quellen in eigenen Worten zusammen. Keine Rechts-, Steuer- oder Anlageberatung - maßgeblich sind die verlinkten Quellen. Dieser Beitrag entstand mit KI-Unterstützung auf Grundlage der genannten Quellen.