eBay Sommer-Shopping-Report 2025: Saisonale Zielgruppen erfolgreich erreichen

Mehr Umsatz in der Sommersaison: So geht's!

Ob Urlaub, Gartenprojekt oder der Start in die Festival-Saison: Deutschland fiebert voller Vorfreude dem Sommer 2025 entgegen. Für ihre individuellen Sommerprojekte sind die Konsument*innen längst in die konkrete Planung eingestiegen: Seit Anfang Mai zieht die Nachfrage nach Produkten für den Sommer bei eBay.de über zahlreiche Kategorien hinweg sichtbar an. Für Händler*innen bietet die Sommersaison 2025 damit eine ideale Möglichkeit, ihren Absatz bei eBay zusätzlich zu pushen. Wie Sie die sommerliche Produktnachfrage bei eBay am effizienten für sich nutzen, zeigen wir Ihnen in diesem „Sommer-Shopping-Report". Hier erfahren Sie, welche Verkaufsaktionen bei den Konsument*innen wirklich ankommen, welche Käufertypen und Nachfrage-Uplifts in den Kategorien Motors, Haus & Garten, Elektronik und Fashion wichtig werden und wie Sie mit unseren effizienten Werbelösungen und Marketing-Tools für eine erhöhte Sichtbarkeit und gesteigerte Verkaufschancen sorgen. Wir wünschen erfolgreiche Sommergeschäfte 2025!

Inhalt & Intro

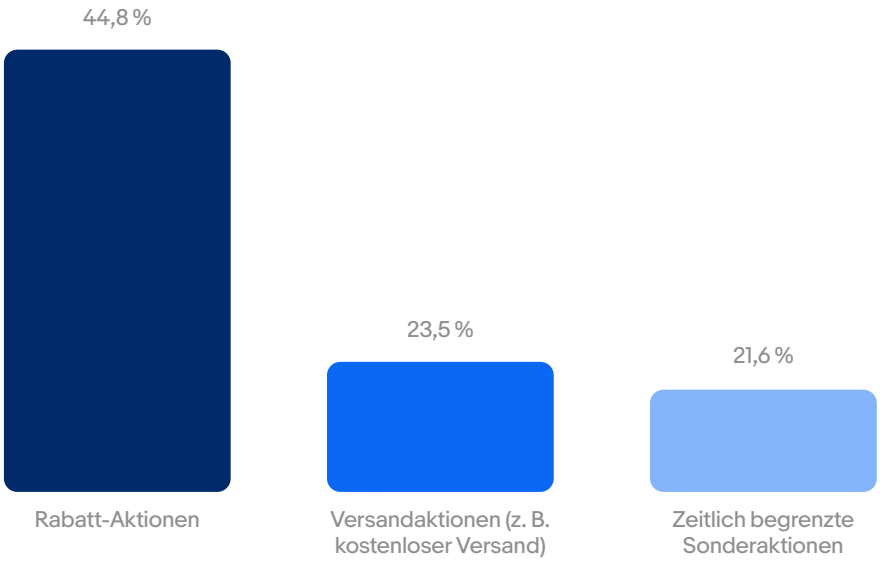
Mehr Umsatz in der Sommersaison: So geht's!	02
Umfrage[1] zeigt: Rabatte zahlen sich im Sommergeschäft aus	02 - 03
Zielgruppen-Typen und Experten-Tipps für den Sommer:	04
→ Kategorie: Motors	04
→ Kategorie: Haus & Garten	05
→ Kategorie: Elektronik	06
→ Kategorie: Fashion	07
Überblick: Zielgruppen mit Verkaufsaktionen und Werbelösungen erreichen	08
Übersicht: Werbemöglichkeiten mit eBay Advertising	09

Umfrage[1] zeigt: Rabatte zahlen sich im Sommergeschäft aus

Händler*innen können mit Verkaufsaktionen und Werbe-Anzeigen von eBay gezielt von der zusätzlichen Sommer-Nachfrage profitieren.

Sommeraktionen lohnen sich: Konsument*innen wollen Rabatte

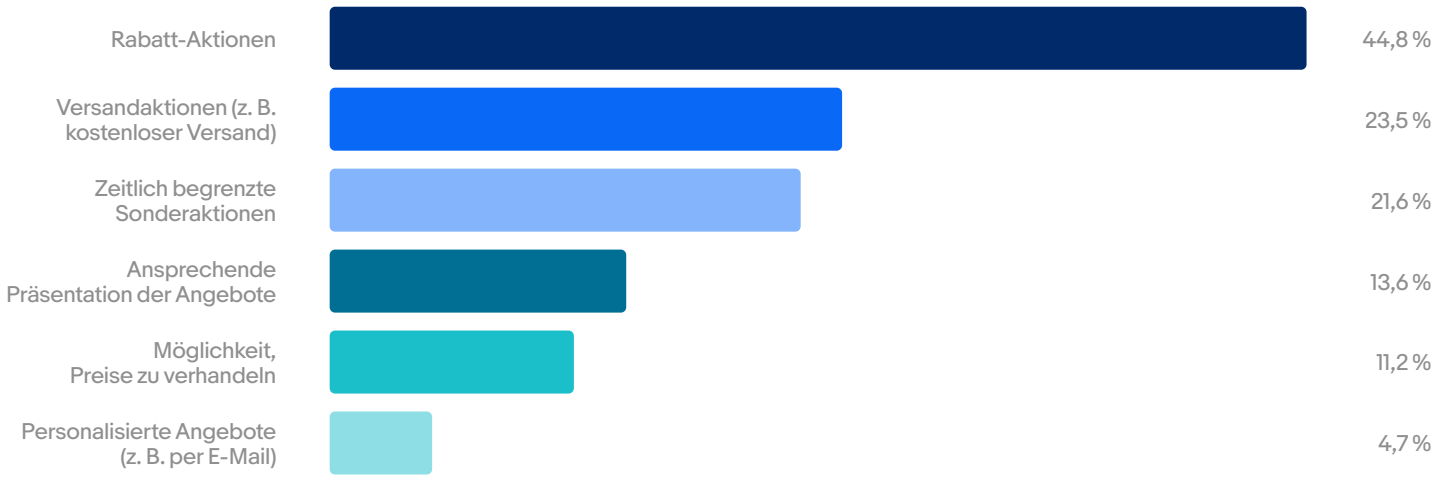
Welche dieser Verkaufsaktionen motivieren Sie am ehesten dazu, Produkte bei einem bestimmten Händler zu kaufen?



Auszug aus den Umfrage-Ergebnissen bei Civey, Mehrfachantworten waren möglich.

Von Produktpräsentation bis Preisvorschläge: Was Konsument*innen zum Kauf bewegt

Welche dieser Verkaufsaktionen motivieren Sie am ehesten dazu, Produkte bei einem bestimmten Händler zu kaufen?

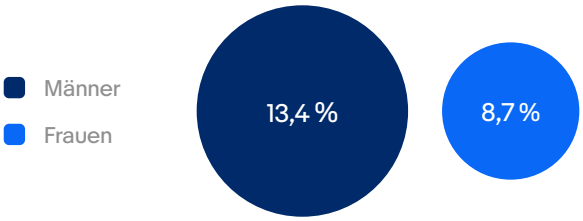


Auszug aus den Umfrage-Ergebnissen bei Civey, Mehrfachantworten waren möglich.

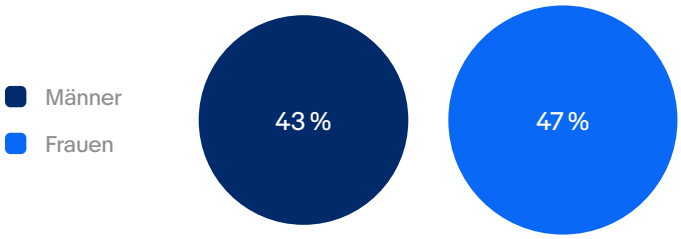
Männer wollen verhandeln, junge Zielgruppen Versandvorteile

Welche dieser Verkaufsaktionen motivieren Sie am ehesten dazu, Produkte bei einem bestimmten Händler zu kaufen?

Männer sprechen stärker auf Verhandlungs-möglichkeiten an



Frauen setzen häufiger auf Rabatt-Aktionen



Auszug aus den Umfrage-Ergebnissen bei Civey, Mehrfachantworten waren möglich.

Die junge Zielgruppe bevorzugt Versand-aktionen der Händler*innen

31 %

Mit zeitlich begrenzten Sonderaktionen punkten Händler*innen vor allem bei der Zielgruppe der 50- bis 64-Jährigen

22 %

Auszug aus den Umfrage-Ergebnissen bei Civey, Mehrfachantworten waren möglich.

„Gerade in der umsatzstarken Sommersaison kommt es darauf, die gesamte Customer Journey im Blick zu behalten und gezielt Präsenz zu zeigen – vom ersten Suchimpuls bis zur finalen Kaufentscheidung. Wir von eBay bieten Händler*innen dafür die passenden Marketing-Tools: Mit Anzeigen lässt sich die Sichtbarkeit der eigenen Angebote bei eBay genau dann erhöhen, wenn Käufer*innen aktiv nach entsprechenden Produkten suchen und auch die Zielgruppe lässt sich durch Keyword-Targeting mit Premium-Anzeigen gezielt ansprechen.
Mit den eBay-Verkaufsaktionen wie z. B. Rabatten kann die Conversion im Moment der letztlichen Kaufentscheidung zusätzlich angekurbelt werden. So wird aus Sommer-Interesse echte Sommer-Nachfrage – und der Handel profitiert von messbar wachsenden Umsätzen.“

Arnaud Valion Gueutal
Director Enterprise Seller Development bei eBay Deutschland

Diese Käufertypen kaufen verstärkt Produkte für den Sommer bei eBay

Erfahren Sie auf den folgenden Seiten, welche Käufertypen sich bei eBay in den Kategorien Motors, Haus & Garten, Elektronik und Fashion durch einen extra großen Push in der sommerlichen Produktnachfrage auszeichnen.

Motors: 4 Käufertypen für zusätzliche Umsatzpotenziale im Sommer

Im Sommer 2025 werden in der Kategorie Motors folgende Zielgruppen besonders relevant:

Die Garagen-Gurus: Jetzt wird das Fahrzeug fit gemacht

Wenn andere den Grill anschmeißen, öffnen sie die Motorhaube: Die Garagen-Gurus – überwiegend Männer zwischen 40 und 55 Jahren – bringen ihr Auto oder Motorrad lieber selbst auf Vordermann, statt dafür einen Werkstatttermin zu vereinbaren. Meist leben sie mit Familie im Eigenheim am Stadtrand oder auf dem Land, wo Garage oder Hof genügend Platz bieten. Bei eBay finden sie alles, was sie dafür brauchen – z. B. Auspuffanlagen & -teile (+190 %)[2], Motorsensoren & -schalter (+185 %)[2] und Bremsbelagfühler (+160 %)[2].

Die Zweirad-Tuner: Auf heißen Öfen in jede Kurve

Ob sportliche Naked Bikes, Tourer oder Enduros: Kleinere Reparaturen, Umbauten oder Wartung machen die Zweirad-Tuner selbst – in Garagen, Kellerräumen oder Hinterhöfen. Zwischen Ende 20 und Mitte 40, oft urban oder suburban lebend – diese Zielgruppe verbindet Lifestyle mit Schraubenschlüssel. Bei eBay kaufen sie z. B. Bremsanlagen & -teile (+140 %)[2], Zündspulen (+95 %)[2] und Lichter, Leuchten & Blinker (+95 %)[2].

Die Roller-Reloader: Smart unterwegs auf dem E-Roller

Sie wohnen mitten in der Großstadt, sind zwischen 25 und 35, leben oft allein oder in WGs und lieben smarte Mobilität. Ihr E-Roller ist täglicher Begleiter im Stadtverkehr, vom Büro bis zum Supermarkt. Wenn etwas klemmt, greifen die Roller-Reloader bevorzugt selbst zum Werkzeug. Ihre Lieblinge bei eBay: Schalter & Relais (+155 %)[2], Klebe- & Sicherungsmittel (+100 %)[2] und Befestigungsgurte (+55 %)[2].

Die Classic-Car-Enthusiasten: Wenn aus Leidenschaft ein Lebensprojekt wird

Sie sind über 45, haben handwerkliches Wissen, sind ausgestattet mit viel Geduld und bringen Begeisterung für automobile Geschichte mit. Die Classic-Car-Enthusiasten leben auf dem Land oder in Stadtrandlagen – mit genug Platz für Garage und Hebebühne. Bei eBay bestellen sie Außenspiegelkappen (+180 %)[2], Polräder & Polradteile (+155 %)[2] und Spurstangen & -köpfe (+155 %)[2].

Expert*innen-Tipp

„Mit Mengen- und Multirabatten auf Verbrauchsartikel wie Motoröl, Pflegemittel oder Ersatzteile holen Händler*innen jetzt Käufer*innen ab, die mehr als nur ein Teil brauchen.
Parallel sorgen Premium-Anzeigenkampagnen für punktgenaue Sichtbarkeit bei konversionsstarken saisonalen Produkten mit hoher Nachfrage – und zwar genau dann, wenn akuter Bedarf besteht.“

Haus & Garten: Auf diese 4 Käufertypen kommt es an

In der Kategorie Haus & Garten sollten Händler*innen folgende Zielgruppen im Blick behalten:

Die Home-Designer: Alles für das gute Gefühl daheim

Die Home-Designer – Paare Mitte 30 bis Anfang 40, oft mit Kind und Eigenheim am Stadtrand – nutzen die Sommermonate, um ihr Zuhause schöner, funktionaler und ein Stück gemütlicher zu machen. Ob Terrasse, Balkon oder Kinderzimmer – jeder Winkel wird mit durchdachten Ideen optimiert und in sommerliche Wohlfühlorte verwandelt. Die passenden Helfer shoppen sie bei eBay – z.B. Reinigungsbürsten (+185 %)[2], Handtuchhalter und Wandhaken (+170 %)[2] sowie Heißklebepistolen (+155 %)[2].

Die Beet-Architekten: Leidenschaftliche Outdoor-Fans mit grünem Daumen

Die Beet-Architekten lieben es, draußen aktiv zu werden. Überwiegend Männer im Alter von 35 bis 55 Jahren, wohnhaft im ländlichen Raum oder in Vororten, die ihr eigenes Haus mit großem Garten besitzen. Sie verbringen ihre Freizeit am liebsten mit Projekten rund ums Grün und setzen dabei auf langlebige Qualität. Ihre Must-haves bei eBay: Teichfilter & Skimmer (+110 %)[2], Pfostenträger (+100 %)[2] und Klebstoffe (+100 %)[2].

Die Balkon-Styler: Kreative Großstadtpflanzen mit Sinn für Atmosphäre

Urban, kreativ und immer auf der Suche nach kleinen Wohlfühl-Upgrades: Die Balkon-Styler sind meist Frauen zwischen 28 und 45 Jahren, wohnhaft in der Stadt in Wohnungen mit Balkon oder kleiner Terrasse. Sie verwandeln ihren begrenzten Außenbereich mit viel Liebe zum Detail in eine grüne Oase. Ihre Favoriten bei eBay: mobile Verdampfungskühler (+185 %)[2], Pflanzenübertöpfe (+45 %)[2] und smarte Home-Beleuchtungskits & -hubs (+43 %)[2].

Die DIY-Crew: Selbermacher*innen für ein individuelles Wohngefühl

Selber machen ist angesagt bei der DIY-Crew. Diese Zielgruppe ist breit gefächert, 30 bis 50 Jahre alt, lebt sowohl in städtischen als auch ländlichen Gebieten und setzt auf kreative Verschönerungsprojekte für Haus und Garten. Sie schätzen Produkte, die vielseitig einsetzbar sind und ihnen helfen, Neues zu gestalten oder Altes aufzuwerten. Ihre Bestseller bei eBay: Waschsauger (+140 %)[2], Wandtattoos & Fensterbilder (+115 %)[2] und Wäschefaltbretter (+76 %)[2].

Expert*innen-Tipp

„Sommerprojekte brauchen in der Regel mehr als ein Teil. Mit Mengenrabatten auf Werkzeuge, Gartenbedarf & Co. steigern Händler*innen daher gezielt den Warenkorbwert.
Für maximale Reichweite zahlt sich die Kombi aus Basis- und Premium-Anzeigen aus: Sie sichern Sichtbarkeit bei alltäglichem Bedarf und setzen Highlights für Bestseller und Aktionen. Effizient und absatzstark."

Elektronik: Steigende Absatzchancen mit diesen 4 Käufertypen

Für Händler*innen aus dem Bereich Elektronik können sich folgende Sommer-Käufer-Typen zu echten Erfolgsgaranten entwickeln:

Die Summer-Techies: Elektronik, die den Sommer besser macht

Die Summer-Techies – zwischen 30 und 45, urban, digitalaffin und technikverliebt – sorgen mit smarter Elektronik für das perfekte Sommergefühl. Ob Balkon, Studio oder Garten: Musik, WLAN und Equipment müssen funktionieren – am besten kabellos, klangstark und mobil. Bei eBay shoppen sie z. B. Effektmaschinen (+215 %)[2], Akkus (+145 %)[2] und Repeater & Extender (+125 %)[2].

Die Klang-Tüftler: Sound-Perfektionist*innen mit Leidenschaft für Technik

Die Zielgruppe der Klang-Tüftler besteht überwiegend aus Männern zwischen 25 und 45 Jahren. Sie leben meist in urbanen Gegenden, oft in Altbauwohnungen oder Lofts, die sie kurzerhand in kleine Heimstudios verwandeln. Ihre Freizeit verbringen sie mit dem Aufsetzen, Modifizieren und Perfektionieren ihrer Klangwelten. Bei eBay kaufen sie z. B. Festplattenkabel & -Adapter (+90 %)[2], analoge Filter (+155 %)[2] und Tapedeck-Teile (+120 %)[2].

Die Retro-Fans: Nostalgiker*innen mit Faible für Vintage-Technik

Die Retro-Fans sind meist zwischen 45 und 65 Jahren alt und leben in großzügigen Wohnungen oder Häusern, oft mit einem „Technikzimmer“ oder Hobbykeller. Viele sind passionierte Sammler*innen, die mit Herzblut alte Geräte restaurieren und pflegen. Ihr Zuhause gleicht häufig einem lebendigen Museum. Bei eBay shoppen sie vermehrt u. a. VoIP-Telefonadapter (+55 %)[2], Retro-Lautsprecher & Soundsysteme (+90 %)[2] sowie spezielle Kondensatoren (+60 %)[2].

Die Next-Gen-Digitals: Mit Liebe für smarte Lösungen

Die Next-Gen-Digitals sind jung, urban und technikverliebt – vorwiegend zwischen 25 und 40 Jahren alt, wohnen in Städten und fühlen sich in einer Welt aus Gaming, Smart-Home-Features und innovativen Tools zu Hause. Ob im stylischen Apartment oder in der WG: Technik ist hier nicht nur Mittel zum Zweck, sondern Lifestyle. Bei eBay kaufen sie z. B. VR-Teile (+100 %)[2], Headsets (+80 %)[2] sowie Repeater, Extender & Antennen (+125 %)[2].

Expert*innen-Tipp

„Elektronik verkauft sich im Sommer vor allem über den Preis. Tages- und Wochen-Deals schaffen schnelle Kaufanreize und kurbeln den Abverkauf an.
Sichtbarkeit sichert die Mischung aus Basis- und Premiumanzeigen: breit gestreut für Reichweite, fokussiert für Topseller.
So trifft man Schnäppchenjäger*innen und Impulskäufer*innen gleichermaßen.“

Fashion: Mehr verkaufen mit diesen 4 Sommertypen

Diese Zielgruppen sind für Händler*innen in der Kategorie Mode besonders relevant:

Die Sunset-Stylists: Die Sonne ist ihr Spotlight

Zwischen Yogastudio, Homeoffice und Wochenendbrunch suchen sie nach Looks, die mehr können als nur gut aussehen. Die Sunset-Stylists – vorwiegend weiblich, Anfang bis Ende 20, urban, selbstbestimmt und detailverliebt – leben Mode als Ausdruck von Haltung und Stimmung. Bei eBay kaufen sie z. B. Vintage-Schuhe (+170 %)[2], Fitnessmode (+155 %)[2] und Brillenetuis (+180 %)[2].

Die Vintage-Verliebten: Mode mit Seele & Geschichte

Diese Zielgruppe lebt für den besonderen Fund – meist Frauen zwischen 30 und 50 Jahren, vorwiegend in urbanen Regionen. Sie lieben das Stöbern nach einzigartigen Vintage-Schätzen, die Geschichten erzählen. Sie kaufen gezielt besondere Stücke, die Persönlichkeit ausstrahlen und jedes Outfit zu etwas Einzigartigem machen. Bei eBay shoppen sie z. B. edle Handtaschen (+15 %)[2], Brautjungfernkleider (+65 %)[2] und Accessoires wie Armbänder & Charm-Anhänger (+20 %)[2].

Die Selfcare-Champions: Kleiner Fashion-Luxus für den Alltag

Diese Frauen (30–55 Jahre) aus urbanen und suburbanen Gegenden gönnen sich bewusst schöne Dinge. Für sie ist Mode Teil der eigenen Fürsorge und ein Ausdruck von Selbstbewusstsein. Gekauft wird überlegt: langlebig, hochwertig und mit einem Hauch von Luxus, der den Alltag veredelt. Bei eBay kaufen sie z. B. elegante Damen-unterwäsche (+170 %)[2], Hüte und Mützen (+40 %)[2] und Gesundheitsschuhe (+20 %)[2].

Die Style-Optimierer*innen: Praktisch & stilvoll unterwegs

Vielseitig, smart und zwischen 20 und 40 Jahre alt – diese urbane Zielgruppe verbindet Stilbewusstsein mit Funktionalität. Ihr Motto: clever shoppen und mit wenig Aufwand mehr herausholen. Sie suchen modische Essentials, die alltagstauglich sind und dabei gut aussehen. Besonders gefragt sind bei eBay z. B. Sonnenbrillen & Zubehör (+55 %)[2], Hosenträger (+30 %)[2] und Shorts & Bermudas (+25 %)[2].

Expert*innen-Tipp

„Sommer ist Sneaker- und Festival-Season. Flashsales und Coupons zu Fashion-Momenten wie der Fashion Week setzen hier gezielte Kaufimpulse – perfekt für Trend- und Occasion-Shopping.
Sichtbarkeit pushen Händler*innen mit Premium Kampagnen und Externen Anzeigen: On- und Off-Platform sorgen sie für Reichweite und holen Käufer*innen direkt am Inspirationspunkt ab.“

Überblick: Zielgruppen mit Verkaufsaktionen und Werbelösungen erreichen

Um die Zielgruppen-Typen im Sommer 2025 erfolgreich anzusprechen und den eigenen Umsatz zusätzlich anzukurbeln, bietet eBay zahlreiche **Verkaufsaktionen** und **Werbelösungen.**

Verkaufsaktionen für zusätzliche Kaufanreize bei eBay:

- **Multi-Rabatt:** Sie möchten Ihre Kundinnen und Kunden animieren, eine höhere Stückzahl eines Artikels zu kaufen? Dann kann es sich lohnen, ihnen Staffelrabatte anzubieten.

  Mehr Infos zu Multi-Rabatt-Aktionen

- **Mengenrabatt:** Sorgen Sie für ein größeres Bestellvolumen bei der Kaufabwicklung: durch Cross-Selling von ergänzenden Artikeln aus Ihrem Warenbestand.

  Mehr Infos zu Mengenrabatt-Aktionen

- **Sonderaktion:** Ihre Artikel werden stark nachgefragt? Erstellen Sie Sonderaktionen und bewerben Sie Ihre rabattierten Artikel durch die Anzeige des Bisher-Preises und des rabattierten Preises.

  Mehr Infos zur Sonderaktion

- **Preisvorschläge für Käufer*innen:** Mit verschiedenen Preisvorschlag-Optionen können Sie mit potenziellen Käuferinnen und Käufern in Kontakt treten und ihnen einen reduzierten Preis für Ihren Artikel anbieten. Damit lässt sich die Kaufentscheidung beschleunigen.

  Mehr Infos zu Preisvorschlägen

- **Gutscheincodes:** Mit Gutscheincodes können Sie Ihren Käuferinnen und Käufern einen Rabatt anbieten. Erstellen Sie Gutscheincodes, die entweder öffentlich an verschiedenen Stellen bei eBay angezeigt werden oder die Sie privat über Ihre eigenen Marketingkanäle weitergeben.

  Mehr Infos zu Gutscheincodes

Übersicht Werbemöglichkeiten mit eBay Advertising

Wählen Sie den Kampagnentyp, der für Ihr eBay-Business, der richtige ist.	Anzeigen		Shop-Anzeigen	Externe Anzeigen
	Premium-Kampagnenstrategie	Basis-Kampagnenstrategie		
Was ist es	Zugang zu hoch-motivierten Käufern durch effektive Anzeigen-platzierungen u.a. exklusiver Zugang zu Top-Slot in Suchergebnissen u. erweiterte Steuerungs-optionen, die Ihnen helfen, Ihren Umsatz zu steigern.	Erhöhte Sichtbarkeit für Ihre Angebote durch Zugang zu Anzeigen-platzierungen mit Standard-Steuerungs-optionen - so können Sie mehr Käufer*innen erreichen.	Gestalten Sie auffällige Anzeigen, die Ihren Top-Waren-bestand bewerben oder Gutscheine anbieten und interessierte Käufer*innen auf Ihren Shop auf-merksam machen.	Präsentieren Sie in Frage kommende Angebote an prominenten Stellen in beliebten externen Kanälen wie z.B. Google.
Geeignet für	Verkäufer*innen, die genau wissen, auf welche Suchen sie ihr Targeting ausrichten, und ihren Verkaufsabsatz beschleunigen möchten.	Verkäufer*innen, die mit Werbeanzeigen beginnen, und Verkäufer*innen, die auf eBay wachsen wollen.	Verkäufer*innen, die den Traffic zu ihrem Shop steigern oder die Sichtbarkeit ihrer Marke bei eBay erhöhen möchten.	Verkäufer*innen, die ihre Geschäfte außerhalb von eBay ausbauen und eine größere Zielgruppe erreichen möchten.
Kosten-Modell	Kosten-pro-Klick (CPC)	Kosten-pro-Verkauf	Kosten-pro-Klick (CPC)	Kosten-pro-Klick (CPC)
Angebotsformat	Festpreis	Festpreis, Auktion	Festpreis, Auktion	Festpreis

Quelle 1: In einer Online-Umfrage durch das Meinungsforschungsunternehmen Civey wurden im Auftrag von eBay vom 05. bis 06. Mai 2025 2.500 Konsument*innen ab 18 Jahren in Deutschland befragt.

Quelle 2: eBay-Datenabfrage zwischen dem 01. Mai und 31. Juli 2024 im Vergleich zum Durchschnitt der restlichen neun Monate in 2024.