

## PRESS RELEASE

“AlixPartners Swiss Retail Festive Outlook Survey 2018”

### **Studie zum Schweizer Weihnachtsgeschäft: Die Kaufentscheidung fällt im Netz**

- **Noch läuft der Löwenanteil des Weihnachtsgeschäfts über den stationären Handel**
- **Doch bereits 9 von 10 Schweizern informieren sich vor dem Weihnachtseinkauf im Internet über ihre Wunschprodukte, 40 Prozent nutzen ihr Mobilgerät auch im Geschäft**
- **Die Sorge über neue Ladenschliessungen ist gross, insbesondere bei den Älteren**
- **Die Schweizer wollen dieses Jahr in etwa genauso viel für Weihnachtsgeschenke ausgeben wie 2017 – dies spiegelt die verhaltene Einschätzung der wirtschaftlichen Entwicklung wider**

**ZÜRICH (15. November 2018)** – Auch in diesem Jahr bleiben die Schweizer in der Vorweihnachtszeit den traditionellen Detailgeschäften treu: 86 Prozent wollen laut einer aktuellen Studie der global agierenden Beratung AlixPartners die Festtageeinkäufe überwiegend dort tätigen. Dagegen planen nur 14 Prozent, mehr als die Hälfte ihrer Geschenke im Internet zu besorgen – anders als etwa im Nachbarland Deutschland, wo es bereits 32 Prozent sind. Die grosse Mehrheit aller Schweizer Käufer nutzt das Internet aber umso mehr dazu, sich vor dem Kauf über Produkte und Preise zu informieren. „Insgesamt zeigt sich deutlich, dass die `Shopping Journey` nicht mehr linear verläuft, sondern zunehmend zielorientiert, informationsgesteuert und digital ausgeprägt ist, sagt Cornelia Brühwiler, Director bei AlixPartners. „Händler tun deshalb gut daran, noch mehr Augenmerk auf die Kundenansprache und -bindung zu richten. Es gilt, verschiedenste Touchpoints zu bespielen, um die Wünsche der Verbraucher an möglichst vielen Orten verstehen und bedienen zu können“, so Managing Director Beatrix Morath, Country Head Switzerland bei AlixPartners. Während einerseits die Besorgnis über mögliche Ladenschliessungen wächst, werden andererseits die grossen Internet-Shops auch in der Schweiz beliebter. In diesem Jahr planen die Schweizer, zu Weihnachten in etwa genauso viel Geld auszugeben wie im letzten Jahr – das gilt vor allem für Gut- und Normalverdiener, während Geringverdiener ihr Weihnachts-Budget eher etwas einschränken. Das sind Ergebnisse der repräsentativen Umfrage “AlixPartners Swiss Retail Festive Outlook Survey 2018” unter Konsumenten aus Deutschland, Frankreich, Grossbritannien, der Schweiz und den USA. In der Schweiz wurden 811 Personen befragt.

#### **Zunehmend digital geprägte Shopping Journey**

Gründe für den Besuch eines traditionellen Geschäfts sind in der Schweiz vor allem ein Angebotsüberblick (70 Prozent aller Kunden) sowie das Anfassen, Aus- und Anprobieren (64 Prozent aller Kunden). Die Beratung durch das Verkaufspersonal steht an dritter Stelle, ein Angebot das immerhin 52 Prozent der Befragten für ihren diesjährigen Einkaufsbummel nutzen wollen. In der Gruppe derjenigen, die dieses Jahr mehrheitlich online einkaufen wollen, finden sich vor allem jüngere und besser verdienende Kunden. Jüngere Kunden zeigen auch eine wesentlich höhere Bereitschaft zu „Click and Collect“-Käufen, also der Bestellung im Internet mit Abholung beim Händler. Im Vergleich mit anderen Industrieländern hat sich der Onlinekauf bei den schweizerischen Konsumenten bisher gemäss der Studie noch nicht gleich durchsetzen können. In Deutschland,

Grossbritannien und den USA will rund ein Drittel aller Konsumenten ihre Weihnachtseinkäufe vorrangig über das Internet abwickeln, in Frankreich immerhin noch ein Viertel. Im Gegensatz dazu wollen 22 Prozent der Schweizer ihre Weihnachtseinkäufe ausschliesslich offline tätigen. Diese Gruppe umfasst in Deutschland nur 8 Prozent. Reine Offline-Kunden finden sich mehrheitlich in den unteren Einkommensschichten. „Unsere Studie zeigt aber, dass das Internet auch in der Schweiz höchste Relevanz für den Handel hat. Denn auch hier nutzen fast 90 Prozent aller Kunden das Internet als Quelle für Produktinformationen, Preise und auch die Auswahl des Ladengeschäfts. Zudem konnten wir in dieser Studie feststellen, dass mobile Geräte auch beim Offline-Shopping im Laden als Einkaufshilfe für junge Zielgruppen zunehmend wichtig werden“, so Cornelia Brühwiler. Von den 40 Prozent der Schweizer, die im Geschäft Handy oder Tablet einsetzen wollen, ist der Anteil der 18- bis 25-Jährigen sogar bei über 60 Prozent. „Die Shopping-Revolution wird auch in Zukunft weitergehen. Omnichannel bleibt der zentrale Trend im Detailhandel und wird den Einkauf mehr und mehr prägen.“ Die Empfehlung der Experten: Händler sollten noch technologieorientierter werden und Innovationen vorantreiben – mit Fokus auf Kundenrelevanz, Entertainment und Preisgestaltung ebenso wie auf Nutzerfreundlichkeit und Sicherheit.

### **Geschenk-Budgets bleiben auf dem bisherigen Niveau**

In sämtlichen Ländern der Befragung wollen neun von 10 Konsumenten dieses Jahr ihre Weihnachtseinkäufe bereits vor Mitte Dezember erledigen. Während vor allem in Frankreich dabei eher weniger ausgegeben werden wird, wollen die Schweizer 2018 in etwa gleich viel für Weihnachtseinkäufe aufwenden wie im Vorjahr. Dies korreliert mit der verhaltenen Einschätzung der künftigen wirtschaftlichen Entwicklung durch die befragten Konsumenten: 51 Prozent erwarten keine Veränderung, 24 Prozent sehen eine Verbesserung am Horizont – noch verhaltener sind die Franzosen mit 20 Prozent, deutlich optimistischer die US-Amerikaner mit 45 Prozent Verbesserungsaussicht.

### **Besorgnis über Ladenschliessungen**

60 Prozent der Schweizer sind über Ladenschliessungen in ihrer Nähe besorgt. Dabei spielt das Alter eine grosse Rolle – unter den 26- bis 35-Jährigen teilen nur 45 Prozent diese Sorge, gegenüber 71 Prozent bei den über 65-Jährigen. 36 Prozent der befragten Schweizer gab an, persönlich durch Ladenschliessungen betroffen zu sein. An eine Renaissance der Läden in der Zukunft glauben nur 7 Prozent der Schweizer. Schliesst ein Ladengeschäft, so tendieren jüngere Kunden dieses Geschäfts dazu, auf den Online-Handel auszuweichen, während sich ältere eher nach einem anderen Laden umsehen. „Besonders betroffen zeigten sich die Befragten über Schliessungen von Kleider- und Schuhgeschäften in kleinen und mittleren Städten, sowie in zweiter Linie von Kaufhäusern“, berichtet Beatrix Morath. „Auch in den anderen untersuchten Ländern vermischen die Käufer vor allem diese Betriebsformen, wenn sie geschlossen werden.“

### **Über die Studie**

Diese Umfrage wurde vom 1. bis 9. Oktober 2018 online durchgeführt. Es wurden 811 erwachsene Schweizer Verbraucher aus allen Regionen, demografischen Segmenten und Einkommensniveaus befragt, um Einblicke in die Konsumentenstimmung, die Einkaufsgewohnheiten und Trends für die bevorstehende Weihnachtszeit zu erhalten.

### **Über AlixPartners**

Die global agierende Beratung AlixPartners steht für die ergebnisorientierte Unterstützung namhafter Mandanten bei zeitkritischen und komplexen Transformations- und



Ertragssteigerungsprogrammen. Tiefgreifende Branchenexpertise und funktionale Kompetenz sowie die Kenntnis der Hebel erfolgreicher Restrukturierung ermöglichen es AlixPartners, den Wandel von Gross- und mittelständischen Unternehmen zielgerichtet zu begleiten. Mit etwa 1.900 Mitarbeitern ist AlixPartners weltweit in mehr als 25 Büros vertreten, darunter seit dem Jahr 2014 auch mit einem eigenen Büro in der Schweiz. AlixPartners-Berater arbeiten an herausfordernden Projekten, die die Zukunft von Unternehmen massgeblich beeinflussen, oft in kritischen Situationen, bei denen viel auf dem Spiel steht – When it really matters.

[www.alixpartners.com](http://www.alixpartners.com)

### **Weitere Informationen**

IWK Communication Partner

Florian Bergmann

T +49 (0)89 2000 30-30

F +49 (0)89 2000 30-40

[AlixPartnersCh@iwk-cp.com](mailto:AlixPartnersCh@iwk-cp.com)

[www.iwk-cp.com](http://www.iwk-cp.com)