

PRESS RELEASE

“AlixPartners German Retail Festive Outlook Survey 2018”

Studie zum deutschen Weihnachtsgeschäft: Die Kaufentscheidung fällt im Netz

- **Noch läuft der Löwenanteil des Weihnachtsgeschäfts über den stationären Handel**
- **Doch bereits 9 von 10 Deutschen informieren sich vor dem Weihnachtseinkauf im Internet über ihre Wunschprodukte**
- **Vor allem Jüngere planen, einen Großteil ihrer Einkäufe online zu erledigen**
- **Die Deutschen wollen dieses Jahr mehr für Weihnachtsgeschenke ausgeben**
- **Bundesbürger zeigen sich besorgt über Ladenschließungen, nutzen aber gleichzeitig immer öfter die Dienste von Online-Riesen**
- **Skepsis gegenüber dem Lebensmittel-Einkauf über das Internet hält an**

MÜNCHEN (15. November 2018) – Die Deutschen haben sich in Sachen E-Commerce den USA angenähert. Zwar wollen noch immer 68 Prozent der Deutschen angesichts der anstehenden Festtage ihre Einkäufe überwiegend im traditionellen Ladengeschäft tätigen. Doch bereits ein Drittel der Verbraucher plant laut einer aktuellen Studie der global agierenden Beratung AlixPartners, in diesem Jahr den Großteil des Weihnachtsshoppings online zu erledigen. Zudem nutzt die große Mehrheit aller Käufer das Internet zur Produkt- und Preisinformation vor dem Kauf. „Insgesamt zeigt sich deutlich, dass die `Shopping Journey` nicht mehr linear verläuft, sondern zunehmend zielorientiert, informationsgesteuert und digital ausgeprägt ist“, sagt Peter Heckmann, Managing 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 Heckmann weiter. Weitere zentrale Ergebnisse der repräsentativen Umfrage “AlixPartners Retail Festive Outlook Survey 2018” unter Konsumenten aus Deutschland, Frankreich, Großbritannien, der Schweiz und den USA: Während einerseits die Besorgnis über Ladenschließungen wächst, werden andererseits die großen Internet-Shops immer beliebter. Zudem wollen die Deutschen 2018 wieder mehr für Weihnachtsgeschenke auszugeben als im vergangenen Jahr. Befragt wurden in Deutschland 1.026 Personen.

Zunehmend digital geprägte Shopping Journey

Gründe für den Besuch eines traditionellen Geschäfts sind in Deutschland vor allem ein Angebotsüberblick (65 Prozent aller Kunden) sowie das Anfassen, Aus- oder Anprobieren (55 Prozent aller Kunden) und die Beratung durch das Verkaufspersonal (39 Prozent). Nur 8 Prozent wollen ihre Weihnachtseinkäufe ausschließlich offline tätigen – darunter vor allem Befragte aus der Gruppe der über 60-Jährigen. Der Anteil derjenigen, die ihre Geschenke zu mehr als 50 Prozent im Netz einkaufen wollen, liegt in Deutschland bei 32 Prozent, gegenüber 23 Prozent in Frankreich und 14 Prozent in der Schweiz; darunter 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 Einzelhändler. „Unsere Studie zeigt, dass die deutschen Verbraucher in ihrem Online-Offline-Einkaufsverhalten weitgehend zu den USA aufgeschlossen haben“, sagt Maximilian Coqui, Managing Director bei AlixPartners. „Aber das

Internet ist auch für die Offline-Käufe wichtig, weil es von 90 Prozent aller Kunden als Quelle für Produktinformationen, Preise und auch die Auswahl des Ladengeschäfts genutzt wird.“ Zudem zeigt die Studie, dass mobile Geräte auch beim Offline-Shopping im Laden als Einkaufshilfe für junge Zielgruppen zunehmend wichtig werden: Von den 34 Prozent der Deutschen, die im Geschäft Handy oder Tablet einsetzen wollen, liegt der Anteil der 18- bis 25-Jährigen sogar bei fast 70 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.

Höhere Ausgaben, Boom bei Online-Abo-Modellen

Insgesamt gaben 21 Prozent der Deutschen an, in diesem Jahr mehr Geld für Weihnachtsgeschenke ausgeben zu wollen, gegenüber 14 Prozent, die weniger ausgeben möchten. Der Positiv-Trend ist bei den Besserverdienenden mit einem Jahreseinkommen über 70.000 Euro stärker (32 Prozent) und bei den Geringverdienenden mit weniger als 25.000 Euro Jahreseinkommen geringer (11 Prozent) ausgeprägt. Das Weihnachtsgeschäft verschiebt sich zudem noch weiter nach vorne: Insgesamt wollen 18 Prozent der Deutschen in diesem Jahr früher mit dem Weihnachts-Shopping beginnen, aber nur 6 Prozent später. Besorgt zeigt sich dabei mehr als die Hälfte der Deutschen (55 Prozent) über alle Altersgruppen hinweg über Ladenschließungen in ihrer Nähe, vor allem bei Kaufhäusern sowie Kleider- und Schuhgeschäften in kleinen und mittleren Städten. 28 Prozent der Befragten gaben an, persönlich durch Ladenschließungen betroffen zu sein. An eine Renaissance der Läden in der Zukunft glauben nur 7 Prozent der Deutschen. Schließt ein Ladengeschäft, so tendieren jüngere Kunden dieses Geschäfts dazu, auf den Online-Handel auszuweichen, während sich ältere eher nach einem anderen Laden umsehen. Parallel dazu hat sich die Subskription in Online-Shops deutlich weiterentwickelt, insbesondere beim Quasi-Monopolisten Amazon mit dem kostenpflichtigen Angebot „Prime“. Die Prime-Mitgliedschaft korreliert eng mit dem Haushaltseinkommen und umfasst überdurchschnittlich viele Besserverdiener. Weitere Abo-Dienste finden sich insbesondere für digitale Medien und Elektronik, aber auch für alle anderen Einzelhandels-Kategorien. Die genannten Vorteile bei der Nutzung von Subskriptionsdiensten liegen primär in der Bequemlichkeit der Kaufabwicklung und bei Preisvorteilen. Interessant: Auf dem dritten Platz liegt die Vorstellung neuer Produkte, etwa durch Shop-Newsletter. Der Einkauf von Lebensmitteln über das Internet hat dagegen in Deutschland bisher nur wenige Kunden überzeugen können. Obwohl praktisch alle Lebensmittelhändler Online-Angebote besitzen, so etwa EDEKA24, REWE Lieferservice oder real.de, bleibt die Akzeptanz der Kunden verhalten.

Über die Studie

Diese Umfrage wurde vom 1. bis 4. Oktober 2018 online durchgeführt. Es wurden 1.026 erwachsene deutsche Verbraucher aus allen Bundesländern, 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. 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

Weitere Informationen

IWK GmbH

Communication Partner

Florian Bergmann

T +49 (0)89 2000 30-30

F +49 (0)89 2000 30-40

alixpartners@iwk-cp.com

www.iwk-cp.com