

Deloitte.



Christmas Survey 2016
Zentrale Ergebnisse für Deutschland

Oktober 2016

Christmas Survey 2016

Weihnachtsgeschäft kurbelt Wirtschaft an – Deutsche bleiben dem stationären Handel treu

Die aktuelle Ausgabe des Deloitte Christmas Survey für das Jahr 2016 bietet erneut aktuelle Einblicke in das Konsumentenverhalten zur Weihnachtszeit in Europa und Deutschland.

Die Umfrage wurde in Belgien, Dänemark, Deutschland, Griechenland, Italien, Polen, Portugal, Russland und Spanien durchgeführt. Dabei wurde eine repräsentative Auswahl von 6.840 Personen, davon 760 aus Deutschland, über anderthalb Wochen bis Mitte Oktober befragt.

Die vorliegende Unterlage ist eine graphische Zusammenfassung der zentralen Ergebnisse für Deutschland.

Der deutsche Einzelhandel kann demnach erwartungsvoll auf die Feiertage blicken: So plant die Mehrzahl der Bundesbürger auch in diesem Jahr, ihre meisten Geschenke beim stationären Handel und nicht über das Internet zu kaufen. Ganz vorne auf dem Wunschzettel stehen Geldpräsente, Bücher, Geschenkgutscheine sowie Kosmetikartikel und Speisen oder Getränke.

Mehr als ein Drittel der Befragten beginnt bereits im November mit dem Kauf der Weihnachtsgeschenke. Die traditionell hektische Woche vor den Feiertagen ist hingegen nur für einen kleinen Teil der Verbraucher für den Kauf von Präsenten reserviert. Diese Beobachtung deckt sich mit den Erfahrungen aus dem letzten Jahr.

Beim stationären Kauf liegen Spezialfachketten weiter deutlich vor klassischen Kaufhäusern. Auf ein erfreuliches Weihnachtsfest können sich insbesondere lokale Fachhändler freuen, die für 43 Prozent der Käufer als erster Anlaufpunkt gesehen werden. Der Fachhandel punktet laut den befragten Konsumenten vor allem mit kompetenter Beratung, attraktiven Sonderangeboten, gutem Service und dem Einkaufserlebnis vor Ort. Der stationäre Handel ist zwar klar die Nummer eins für den Geschenkekauf, dennoch liegt das Online-Shopping weiter im Trend. Jeder Zweite plant, zumindest einen Teil seiner Geschenke, über das Internet zu bestellen.

Wir wünschen Ihnen eine angenehme Lektüre und stehen Ihnen für Rückfragen und zur weiteren Besprechung der Ergebnisse jederzeit zur Verfügung.

Ihr Consumer Business Team

Deloitte

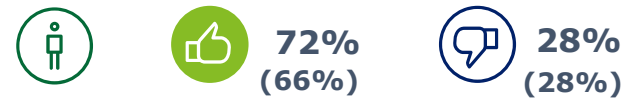
Positive Aussichten der Deutschen

Konjunktur und eigene Kaufkraft wird positiv bewertet

F: Wie schätzen Sie die zukünftige konjunkturelle Lage Deutschlands ein?*



F: Wie schätzen Sie Ihre Kaufkraft für 2016 ein?*






*) *Vorjahreswerte in Klammern*

Ausgaben an Festtagen 2016 pro Haushalt

Ca. 530€ für Geschenke, Essen und Reisen eingeplant

F: Wie viel wird Ihr Haushalt 2016 für die Festtage ausgeben?*

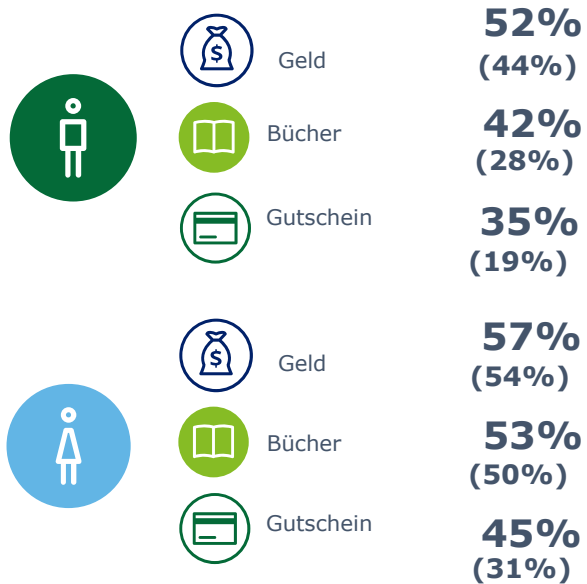
	2016	% vs. 2015
 Geschenke	€ 239 (€ 242)	- 1,2%
 Essen	€ 120 (€ 124)	- 3,2%
 Ausgehen an den Festtagen	€ 50 (€ 47)	+ 6,4%

***) Vorjahreswerte in Klammern**

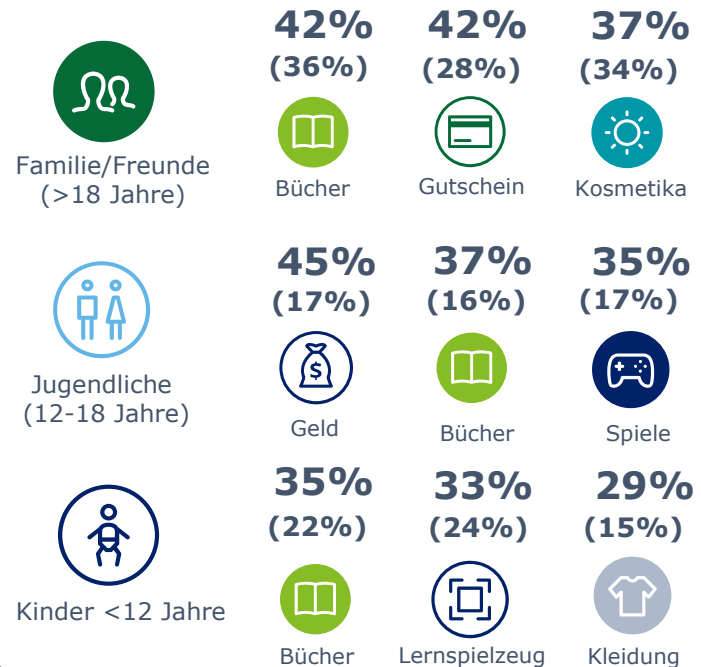
Deutsche wünschen sich Geld

Am häufigsten werden Bücher verschenkt

F: Was wünschen Sie sich 2016 zu Weihnachten?*



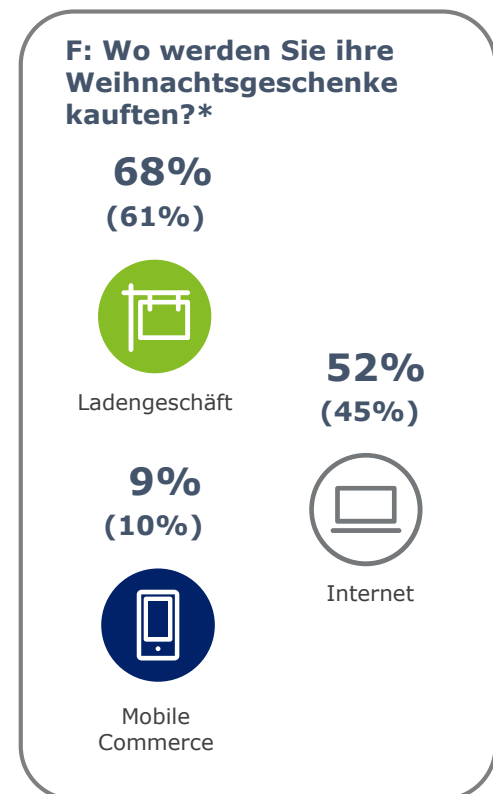
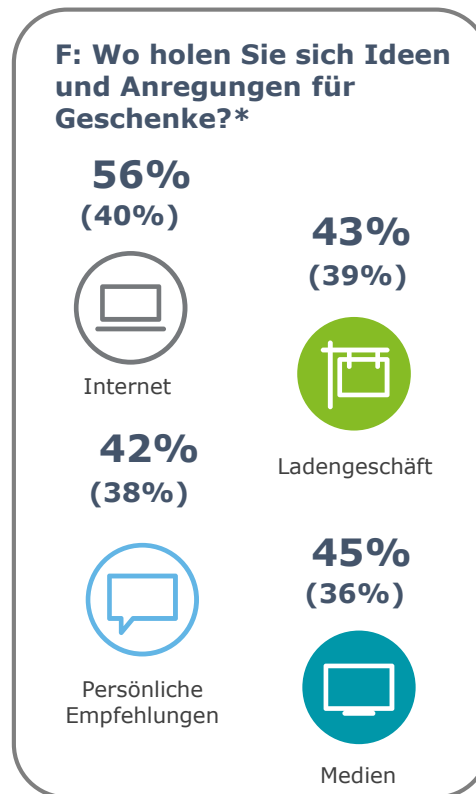
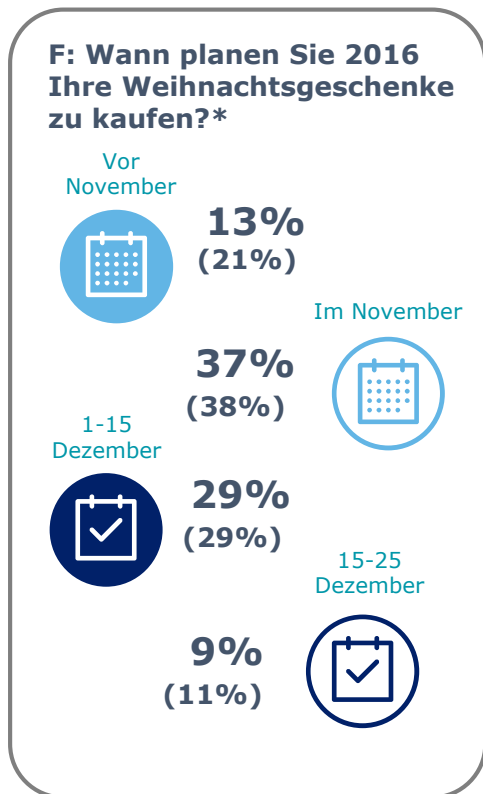
F: Was planen Sie 2016 folgenden Personen zu schenken?*



*) Vorjahreswerte in Klammern

Deutsche kaufen früh Geschenke

Am liebsten weiterhin im Ladengeschäft



*) *Vorjahreswerte in Klammern*

Geschenke werden im Fachgeschäft gekauft Lebensmittel kommen aus dem Supermarkt

F: Sie planen Ihre Weihnachtsgeschenke in einem Ladengeschäft zu kaufen. Wo werden Sie sie kaufen?*



47%
(43%)

Fachgeschäft



26%
(20%)

Kaufhaus



17%
(17%)

Supermarkt



43%
(16%)

Lokales
Ladengeschäft



8%
(3%)

Outlet Center



4%
(3%)

Luxus
Boutique

F: Wo kaufen Sie Ihre Lebensmittel für die Festtage?*



75%
(60%)

Supermarkt



57%
(55%)

Discounter



14%
(48%)

Großmarkt



40%
(36%)

Fachgeschäft



17%
(11%)

Lokales
Ladengeschäft



6%
(6%)

Internet

***) Vorjahreswerte in Klammern**

Ladengeschäft und Onlinehandel

Unterschiedliche Kundenerwartungen

F: Welche Ihrer Bedürfnisse beim Einkauf werden besonders gut in einem Ladengeschäft erfüllt?*



84%
(81%)

Kompetente
Beratung



80%
(66%)

Spaß beim
Einkauf



80%
(61%)

Sofortiger Erhalt
der Ware



76%
(70%)

Schutz
persönlicher
Daten



72%
(75%)

Kundendienst



66%
(69%)

Sichere
Bezahlung

F: Welche Ihrer Bedürfnisse beim Einkauf werden besonders gut in einem Onlinehandel erfüllt?*



75%
(70%)

Einkauf jederzeit
möglich



74%
(66%)

Einsicht in
Produkt-
bewertungen



71%
(66%)

Schneller
Preisvergleich



69%
(58%)

Einfaches Finden
von Produkten



69%
(61%)

Geringer
Zeitaufwand



67%
(62%)

Große
Auswahl

***) Vorjahreswerte in Klammern**

Deutsche erwarten Fachkenntnisse im Ladengeschäft

Günstigere Preise als Favorit für verbessertes Einkaufserlebnis

F: Welche Erwartungen haben Sie an das Verkaufspersonal in einem Ladengeschäft?*



79%
(69%)

Fachkenntnisse



63%
(53%)

Freundlichkeit



58%
(37%)

Information über Angebote



45%
(33%)

Unterstützung bei Geschenksuche



31%
(30%)

Schnelle Bezahlung



30%
(22%)

Möglichkeit von Preisvergleichen

F: In welche der folgenden Bereiche sollten Händler investieren um Ihr persönliches Einkaufserlebnis zu verbessern?*



*) *Vorjahreswerte in Klammern*



Deloitte bezieht sich auf Deloitte Touche Tohmatsu Limited („DTTL“), eine „private company limited by guarantee“ (Gesellschaft mit beschränkter Haftung nach britischem Recht), ihr Netzwerk von Mitgliedsunternehmen und ihre verbundenen Unternehmen. DTTL und jedes ihrer Mitgliedsunternehmen sind rechtlich selbstständig und unabhängig. DTTL (auch „Deloitte Global“ genannt) erbringt selbst keine Leistungen gegenüber Mandanten. Eine detailliertere Beschreibung von DTTL und ihren Mitgliedsunternehmen finden Sie auf www.deloitte.com/de/UeberUns.

Deloitte erbringt Dienstleistungen in den Bereichen Wirtschaftsprüfung, Risk Advisory, Steuerberatung, Financial Advisory und Consulting für Unternehmen und Institutionen aus allen Wirtschaftszweigen; Rechtsberatung wird in Deutschland von Deloitte Legal erbracht. Mit einem weltweiten Netzwerk von Mitgliedsgesellschaften in mehr als 150 Ländern verbindet Deloitte herausragende Kompetenz mit erstklassigen Leistungen und unterstützt Kunden bei der Lösung ihrer komplexen unternehmerischen Herausforderungen. Making an impact that matters – für mehr als 244.000 Mitarbeiter von Deloitte ist dies gemeinsames Leitbild und individueller Anspruch zugleich.

Diese Veröffentlichung enthält ausschließlich allgemeine Informationen, die nicht geeignet sind, den besonderen Umständen des Einzelfalls gerecht zu werden, und ist nicht dazu bestimmt, Grundlage für wirtschaftliche oder sonstige Entscheidungen zu sein. Weder die Deloitte GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft noch Deloitte Touche Tohmatsu Limited, noch ihre Mitgliedsunternehmen oder deren verbundene Unternehmen (insgesamt das „Deloitte Netzwerk“) erbringen mittels dieser Veröffentlichung professionelle Beratungs- oder Dienstleistungen. Keines der Mitgliedsunternehmen des Deloitte Netzwerks ist verantwortlich für Verluste jedweder Art, die irgendjemand im Vertrauen auf diese Veröffentlichung erlitten hat.