

## Press release

Corinna Trierweiler  
Marketing & Communications  
Tel: +352 451 452 324  
Email: lupress@deloitte.lu

### **Deloitte consumer survey: Luxembourg more optimistic, with higher spending budget for the year end**

**Luxembourg, 7 November 2013** – According to the 2013 survey, Deloitte's 16<sup>th</sup> annual analysis of year-end spending, Luxembourgers are approaching the current economic climate with a more positive attitude (41% having a negative outlook in 2013 compared to 53% in 2012). This is reflected by their planned expenditures: With a predicted household budget of €825, which represents an increase of 2% (€6) compared to the budget spent in 2012, the Grand Duchy rose one rank since last year and came in second, preceded by Ireland (ranked first with a budget of €94). Furthermore, in 2012, the population of Luxembourg spent €809 of the expected €815.

This year's survey analysed the behaviour of over 17,000 consumers from 18 countries across Europe and South Africa (among those consumers 602 were in Luxembourg vs. 500 in 2012). For the second time in a row, the 2013 edition of the survey was conducted with the support of the *Confédération Luxembourgeoise du Commerce* (clc).

### **Positive outlook on the future, especially within the younger generation**

In 2013 a more positive attitude is prevalent among Luxembourg consumers in respect of their outlook for the future. Some 6% anticipated an improvement of the economic situation in 2012 whereas in 2013 13% of the respondents believe that things will improve. Moreover, fewer people have a negative outlook on the future of the economy. Only 39% of the Luxembourg consumers remain pessimistic towards the economic future in 2013 in comparison to 57% in 2012. Further observations illustrate that younger generations are less sceptical and have a more positive perception of the current state of the economy.

According to the survey, 41% of Europeans, whereas only 31% of Luxembourgers, say their spending power decreased. Again, Luxembourg youngsters are less pessimistic about their economic situation than the older generations. In 2012, 31% feared that their purchasing power would further decrease, compared to 29% in 2013.

### **Books still the most popular present**

In 2013 books are both the most expected and the most offered gifts for adults. The surveyed population expects to receive money in 2<sup>nd</sup> place whereas the 2<sup>nd</sup> most popular offered gift is cosmetics/perfume. Jewellery comes in at 3<sup>rd</sup> place in both categories. In relation to the gifts which are given, generally holiday gifts meet the recipients' expectations.

Amongst teenagers aged between 12 and 18 years, videogames take the highest gift rank, followed by books and money. Videogames have become more popular among youngsters, whereas money as a gift remains stable.

For children under 12 years, books are the most commonly chosen gifts, followed by video games and experimental/science gifts. In general, consumers ensure that the toys which are given have an educational element and further focus on buying useful gifts.

### **Year-end shopping in the first half of December**

In relation to the timeframe for consumers buying gifts, the majority of Luxembourg's consumers (37%) buy their holiday gifts between 1 and 15 December, 28% in November and the minority buy their gifts during the second half of December, for a total of 26%.

In the field of green-tech, high-tech, videogames, movies, music and books, the use of online shopping and e-commerce has increased. Video games, movies, music and books represent the products most commonly bought online and all are above the European consumer averages. In 2013, 30% of Luxembourg's consumers state that they will spend online. This is 2 points higher than in 2012.

### **More online buyers in general, but the majority still buys gifts in physical stores**

76% of Luxembourgish consumers indicated that they visit showrooms to view and compare the desired products, but may occasionally go on to purchasing them online.

70% of the surveyed Luxembourg population buy their gifts from traditional stores, the European average for which is 68%.

In 2013, hypermarkets/supermarkets were selected by 30% of local consumers as their preferred location to buy gifts, whereas in 2012 the percentage was at 32%.

### **M-commerce is on the rise in Luxembourg**

In 2012, 22% of the surveyed Luxembourgers, claimed to have already bought gifts with their phones or tablets whereas in 2013, 32% claim the same. In this respect Luxembourgish consumers find themselves ahead of the European average (26%).

As **Georges Kioes**, partner at Deloitte Luxembourg with responsibility for the commercial and industrial sectors, explains: *“Even though 30% of Luxembourg's consumers choose to buy their gifts online, a majority of 70 % still choses to physically visit actual stores. Among the key factors for selecting the latter are the after sales service with 88% considering this, the protection of personal data with 82% taking this into account, followed by security in respect of payment with 81% flagging this as important and, last but not least, the possibility to exchange or return gifts with 80% noting this as an influencing factor. Meanwhile, the key drivers for e-commerce are the fact that one can shop at anytime, anywhere and complete purchases within a short timeframe.”*

The full report with all results of the survey is available on the Deloitte Luxembourg website at <http://www.deloitte.com/lu/christmas-survey-2013>.

## **Etude de Deloitte sur les consommateurs : regain d'optimisme et hausse du budget au Luxembourg**

**Luxembourg, le 7 novembre 2013** – La 16<sup>e</sup> édition de l'enquête annuelle de Deloitte portant sur les dépenses de fin d'année révèle que les Luxembourgeois sont moins pessimistes quant à la situation économique actuelle (41% en 2013 contre 53% en 2012) et prévoient dès lors de dépenser plus pour les fêtes. Avec un budget prévisionnel de 825 € par ménage, soit une hausse de 0,2% (16 €) par rapport au montant dépensé en 2012, le Grand-Duché a gagné une place au classement, arrivant en deuxième position derrière l'Irlande (avec un budget de 894 €). Par ailleurs, en 2012, la population luxembourgeoise a dépensé 809 € sur les 815 € prévus.

L'étude, menée avec le soutien de la *Confédération Luxembourgeoise du Commerce* (CLC) pour la deuxième année consécutive, a analysé le comportement en 2013 de plus de 17.000 consommateurs de dix-huit pays européens et d'Afrique du Sud (dont 602 au Luxembourg contre 500 en 2012).

### **Des attentes positives pour le futur, surtout parmi les générations les plus jeunes**

En 2013, les consommateurs luxembourgeois se montrent généralement plus optimistes pour l'avenir. Ils sont ainsi 13% à penser que la situation économique va s'améliorer en 2013, contre 6% l'année précédente. De même, la part des personnes ayant un avis négatif sur l'état de l'économie a significativement diminué : seuls 39% des consommateurs luxembourgeois restent pessimistes contre 57% en 2012. Les jeunes générations se montrent en outre moins sceptiques et plus positives à l'égard de la conjoncture actuelle.

Selon l'étude, 41% des Européens ont vu leur pouvoir d'achat baisser, contre seulement 31% des Luxembourgeois. Les jeunes Luxembourgeois sont une nouvelle fois moins pessimistes envers leur situation économique que leurs aînés : en 2012, 31% d'entre eux craignaient une poursuite de la baisse de leur pouvoir d'achat, contre 29% en 2013.

### **Les livres restent le cadeau le plus populaire**

En tête des cadeaux désirés et offerts pour les adultes se retrouvent les livres. L'argent est le deuxième cadeau le plus convoité, tandis que les parfums/cosmétiques sont le deuxième présent le plus offert. Les bijoux arrivent en troisième position dans les deux catégories. S'agissant des présents offerts, les cadeaux de fin d'année sont généralement conformes aux attentes de ceux qui les reçoivent.

L'enquête de cette année révèle que les jeux vidéo sont les cadeaux les plus offerts aux adolescents entre 12 et 18 ans, suivis par les livres et l'argent. Les jeux vidéo sont en effet devenus plus populaires auprès des jeunes, tandis que l'argent est resté stable.

Pour les enfants de moins de 12 ans par contre, les livres restent les cadeaux les plus choisis en 2013, devançant les jeux vidéo et les jeux scientifiques/d'expériences. En général, les consommateurs s'assurent que les jouets offerts sont conformes à leurs critères éducatifs élevés et ils privilégient des cadeaux utiles.

### **Des achats réalisés surtout pendant la première moitié de décembre**

En ce qui concerne le calendrier, la plupart des consommateurs luxembourgeois achètent leurs cadeaux entre le 1<sup>er</sup> et le 15 décembre (37%). Ils sont 28% à faire leurs emplettes en novembre et une minorité pendant la deuxième quinzaine de décembre (26% au total).

Les achats sur Internet ont augmenté dans les domaines des technologies vertes, de la haute technologie, des jeux vidéo, des films, de la musique et des livres. Les principaux produits achetés en ligne sont les jeux vidéo, la musique et les livres, et atteignent tous trois des scores supérieurs aux moyennes

européennes. En outre, 30% des consommateurs luxembourgeois dépenseront leur budget sur Internet en 2013, soit une hausse de 2 points par rapport à 2012.

### **Plus de consommateurs en ligne, mais la plupart des achats de cadeaux toujours réalisés en magasin**

76% des consommateurs luxembourgeois ont indiqué qu'ils préfèrent voir et comparer les produits désirés mais qu'ils les achètent sur Internet, au moins occasionnellement.

Toutefois, 70 % de la population luxembourgeoise sondée achète effectivement leurs cadeaux dans les magasins traditionnels, alors que la moyenne européenne est de 68 %.

En outre, en 2013, les supermarchés/hypermarchés sont présentés par 30 % des consommateurs locaux comme leur espace d'achat préféré, contre 32 % en 2012.

### **M-Commerce en hausse au Luxembourg**

L'année dernière, 22% des Luxembourgeois sondés avaient déclaré avoir déjà acheté des présents via leur téléphone ou leur tablette. Ils sont désormais 32%, soit un résultat supérieur à la moyenne européenne (26%).

**Georges Kioes**, partner chez Deloitte Luxembourg responsable des secteurs commerciaux et industriels : *« Bien que 30% des consommateurs luxembourgeois décident d'acheter leurs cadeaux en ligne, la majorité d'entre eux (70%) continue de favoriser les magasins. Pour 88% des personnes interrogées, ce choix est motivé par le service après-vente, suivie par la protection des données personnelles pour 82% d'entre eux. La sécurité des paiements est évoquée dans 81% des cas, et enfin la possibilité d'échanger ou de retourner les articles se présente comme un facteur déterminant pour 80% des sondés. À l'inverse, le e-commerce séduit par son instantanéité : un consommateur peut ainsi faire ses achats rapidement, indépendamment de l'endroit ou du moment. »*

Le rapport complet ainsi que tous les résultats sont disponibles sur le site de Deloitte Luxembourg à l'adresse : <http://www.deloitte.com/lu/christmas-survey-2013>.

## **Deloitte Verbraucherumfrage: Luxemburg optimistischer und mit höherem Ausgabenbudget zum Jahresende**

**Luxemburg, 7. November 2013** – Laut der Deloitte Umfrage zum Jahresende 2013, der 16. Jahresanalyse des Ausgabeverhaltens zu Weihnachten und Neujahr, sehen die Luxemburger die aktuelle Wirtschaftslage positiver als im Vorjahr (41% im Jahr im Vergleich zu 53% im Jahr 2012). Dies zeigt sich in den geplanten Ausgaben zum Jahresende: Mit einem geplanten Budget von €825 pro Haushalt, was einer Zunahme um 0,2% (€6) im Vergleich zu 2012 entspricht, stieg das Großherzogtum im Ranking aller befragten Länder somit um einen Rang auf den zweiten Platz hinter Irland (mit einem Budget von €894). Im Jahr 2012 gab die luxemburger Bevölkerung €809 von den zuvor geplanten €815 aus.

Die diesjährige Umfrage, welche bereits zum zweiten Mal mit der Unterstützung der *Confédération Luxembourgeoise du Commerce* (clc) durchgeführt wurde, analysierte das Verhalten von mehr als 17.300 Verbrauchern aus 18 Ländern in Europa und Südafrika (davon 602 in Luxemburg gegenüber 500 im Jahr 2012).

### **Positive Zukunftserwartung, insbesondere bei Jüngeren**

Im Allgemeinen zeigt sich der luxemburger Verbraucher in diesem Jahr positiv hinsichtlich der Zukunft. Im Jahr 2012 glaubten 6% an eine Verbesserung der wirtschaftlichen Lage, während 2013 13% der Befragten der Ansicht waren, dass sich die Situation verbessern würde. Insgesamt schätzen weniger Menschen die wirtschaftliche Entwicklung negativ ein. Nur 39% der Luxemburger blicken 2013 pessimistisch in die wirtschaftliche Zukunft, verglichen mit 57% im Jahr 2012. Festzustellen ist auch, dass die jüngeren Generationen weniger skeptisch sind und den aktuellen Zustand der Wirtschaft positiver wahrnehmen.

Der Umfrage zufolge sagen 41% der Europäer, jedoch nur 31% der Luxemburger, dass ihre Kaufkraft nachgelassen hat. Auch hier sehen die jüngeren Luxemburger ihre wirtschaftliche Lage weniger pessimistisch als die älteren Generationen. Im Jahr 2012 befürchteten 31% einen weiteren Rückgang ihrer Kaufkraft, während 2013 nur 29% dieser Ansicht waren.

### **Bücher immer noch beliebtestes Geschenk**

Bücher sind 2013 die am häufigsten gewünschten und am meisten verschenkten Geschenke für Erwachsene. An zweiter Stelle steht bei den Befragten Geld auf dem Wunschzettel, während Kosmetik/Parfüm am zweithäufigsten auf dem Gabentisch landen. In beiden Kategorien folgt Schmuck auf dem dritten Platz. Im Allgemeinen entsprechen die Weihnachts- und Neujahrgeschenke den Erwartungen der Beschenkten.

Bei Teenagern zwischen 12 und 18 Jahren hingegen stehen Videospiele an erster Stelle, gefolgt von Büchern und Geld. Dabei haben Videospiele bei Jugendlichen an Beliebtheit zugenommen haben, während der Wunsch nach Geldgeschenken unverändert bleibt.

Für Kinder unter 12 Jahren sind Bücher die meistgewählten Geschenke, gefolgt von Videospiele und Experimentierkästen. In der Regel stellen die Verbraucher sicher, dass die verschenkten Spielzeuge ihren hohen pädagogischen Ansprüchen genügen, und legen den Schwerpunkt auch auf den Kauf von Geschenken mit praktischem Nutzwert.

### **Weihnachtseinkäufe in der ersten Dezemberhälfte**

Was den Zeitpunkt betrifft, kaufen die meisten Luxemburger (37%) ihre Weihnachts- und Neujahrgeschenke zwischen dem 1. und 15. Dezember und 28% im November. Die wenigsten, nämlich 26%, kaufen ihre Geschenke in der zweiten Dezemberhälfte.

## **Immer mehr Onlinekäufer, aber Mehrheit kauft im Geschäft**

Bei Green-Tech, High-Tech, Videospielen, Filmen, Musik und Büchern nimmt die Nutzung von Websites zum Geschenkekauf zu. Videospiele, Filme, Musik und Bücher sind die am meisten online gekauften Produkte und liegen allesamt über den europäischen Durchschnittswerten. Im Jahr 2013 planen 30% der luxemburger Verbraucher ihre Ausgaben im Netz zu tätigen, 2% mehr als im Jahr 2012.

76% der Luxemburger Verbraucher gaben an, dass sie die gewünschten Produkte am liebsten in den Geschäften anschauen und vergleichen, sie aber – zumindest gelegentlich – im Internet kaufen. 70% der Befragten in Luxemburg kaufen ihre Geschenke in herkömmlichen Geschäften, während es im europäischen Durchschnitt nur 68% sind.

Im Jahr 2013 planen 30% der lokalen Verbraucher ihre Geschenke in Supermärkten zu kaufen, während es 2012 noch 32% waren.

## **M-Commerce im Aufwind**

2012 gaben 22% der befragten Luxemburger an, bereits Geschenke per Smartphone oder Tablet gekauft zu haben, während dieser Prozentsatz im Jahr 2013 auf 32% gestiegen ist. Die luxemburger Verbraucher liegen damit über dem europäischen Durchschnitt (26%).

**Georges Kioes**, Partner bei Deloitte Luxemburg und verantwortlich für die Bereiche Handel und Industrie, merkt dazu an: *„Auch wenn 30% der Verbraucher in Luxemburg ihre Geschenke online kaufen, entscheidet sich die Mehrheit von 70% für den Kauf in realen Geschäften. Wesentliche Kriterien für den Kauf in letzteren sind der Kundendienst mit 88% und der Schutz persönlicher Daten mit 82%, gefolgt von der Sicherheit bei der Bezahlung mit 81% sowie, last but not least, die Möglichkeit des Umtauschs oder der Rückgabe von Geschenken mit 80%. Falls die Konsumenten sich jedoch dazu entscheiden per Smartphone oder Tablet zu kaufen, dann sind die Möglichkeit jederzeit von überall in kurzer Zeit einzukaufen entscheidende Faktoren.“*

Der vollständige Bericht mit allen Umfrageergebnissen ist auf der Webseite von Deloitte Luxemburg verfügbar unter <http://www.deloitte.com/lu/christmas-survey-2013>.