

#Studie #eCommerce #Xmas

Rekordumsätze für den Handel: Deutsches Weihnachtsgeschäft wächst um rund 20 Prozent

Aktuelle „Adobe Holiday Retail Survey 2018“ zeigt:

- **Deutsche Konsumenten investieren durchschnittlich 674,- Euro für Weihnachtsgeschenke**
- **Mehr als die Hälfte des Weihnachtsbudgets wird im Internet ausgegeben**
- **Webshops punkten mit Preisvorteilen und einer großen Produktvielfalt**

München, 19. November 2018 – Das Weihnachtsgeschäft 2018 lässt die Kassen im deutschen Online-Handel klingeln wie nie: Deutsche Konsumenten investieren in diesem Jahr durchschnittlich 674,- Euro in Weihnachtsgeschenke – das sind erneut über 100,- Euro bzw. rund 20 Prozent mehr als in 2017. Noch nie haben die Deutschen mehr Budget für ihren Gabentisch eingeplant. Und dennoch sind sie die Xmas-Sparfüchse Europas: Im direkten Ländervergleich liegt Deutschland weit hinter Großbritannien (+5 Prozent auf 2.046,- £, umgerechnet nach aktuellem Wechselkurs: 2.344,- Euro) und Frankreich (+46 Prozent auf 730,- Euro). Dies ist das Ergebnis der aktuellen „Adobe Holiday Retail Survey 2018“, für die europaweit mehr als 3.000 Konsumenten befragt wurden (davon über 1.000 in Deutschland).

Knapp ein Viertel des Weihnachtsbudgets landet bei Amazon & Co.

Knapp jeder zweite Deutsche (45 Prozent) startet seinen Weihnachtseinkauf bereits Mitte November. Bis zum 15. Dezember wollen 86 Prozent alle Geschenke beisammen haben. Eingekauft wird dabei vor allem online: Mehr als die Hälfte des Weihnachtsbudgets (53 Prozent) wird im Internet ausgegeben (F: 49 Prozent, GB: 56 Prozent). Insbesondere die großen E-Commerce-Plattformen sind hier gefragt: Ein Viertel der Deutschen (26 Prozent) plant einen Großteil ihrer Geschenkebestellungen bei Big Playern wie Amazon, eBay & Co. Knapp ein Drittel (31 Prozent) wollen auch Aktionstage wie den Black Friday oder den Cyber Monday für ihren Weihnachtseinkauf nutzen. Kein Wunder: Neben dem stressfreien Einkauf (18 Prozent) und der großen Produktvielfalt der Online-Händler (17 Prozent) ist ein guter Preis (29 Prozent) der Hauptgrund der Deutschen, ihre Weihnachtsgeschenke bevorzugt im Internet zu kaufen. Last-Minute-Shopper schätzen online nicht zuletzt das Angebot einer schnellen 24-Stunden-Lieferung (59 Prozent) und die Möglichkeit, ihre online bestellten Geschenke nach dem „Click-and-Collect“-Prinzip direkt im stationären Handel abzuholen (31 Prozent).

„Verbraucher in ganz Europa planen, mehr denn je in der kommenden Weihnachtszeit auszugeben. Für den Online-Handel bedeutet das vor allem eines: Ein weiteres Rekordjahr steht vor der Tür, wenn sie das Weihnachtsgeschäft richtig angehen“, so Jamie Brighton, Head of Product & Industry Marketing bei Adobe EMEA. „Noch nie war es für den Handel so wichtig, ein digitales Kundenerlebnis zu realisieren, das den steigenden Erwartungen der Konsumenten gerecht wird. Auch wenn der Preis beim Weihnachtseinkauf für viele Kunden eine wichtige Rolle spielt: Das Shopping-Erlebnis macht den Unterschied! Insbesondere für Marken, die nachhaltig Loyalität aufbauen wollen, damit die Kunden nach dem Weihnachtsfest wiederkommen.“

Jeder Zweite kauft Geschenke über die Mobile App

Deutsche Konsumenten setzen im Weihnachtsgeschäft verstärkt auf ihr Smartphone: Rund jeder Zweite (48 Prozent, bei den Millennials: 60 Prozent) verfügt bereits über mindestens eine Mobile Shopping App (F: 50 Prozent, GB: 54 Prozent). Auf der Suche nach dem richtigen Geschenk nutzt mehr als jeder vierte Deutsche (27 Prozent) soziale Medien, um sich inspirieren zu lassen (50 Prozent), die Produktbewertungen der anderen Nutzer zu checken (38 Prozent) oder um mögliche Weihnachtswünsche der Freunde und Familie in den Profilen zu recherchieren (36 Prozent). Neue Technologien wie Chatbots werden bei der Geschenkesuche von nur 11 Prozent als wirklich nützlich angesehen. Schon jetzt haben 48 Prozent der deutschen Konsumenten eine vage Idee, welche Geschenke passen könnten. Wirklich festgelegt haben sie sich aber noch nicht. Auf dem Weg zur perfekten Weihnachtsüberraschung macht sich ein Viertel der Deutschen (25 Prozent) zunächst eine konkrete Geschenkeliste und setzt sich Termine, bis wann die Einkäufe erledigt sein sollen. 27 Prozent von ihnen haben keinerlei Shopping-Strategie und kaufen die Geschenke ganz spontan, wenn sie etwas Passendes sehen. Insgesamt liegen Geschenke hoch im Kurs, die einen praktischen Nutzen versprechen (70 Prozent).

Deutsches Weihnachtsgeschäft wächst um rund 20 Prozent

Die aktuelle „Holiday Retail Survey 2018“ ist bereits die vierte Studie von Adobe rund um die Weihnachtsausgaben und Kaufgewohnheiten weltweiter Konsumenten. Darin wurden mit Hilfe von Adobe Sensei, dem Framework für künstliche Intelligenz und maschinelles Lernen von Adobe, relevante Retail Insights identifiziert, die auf Billionen von Datenpunkten in der Adobe Analytics und Magento Commerce Cloud, einem Teil der Adobe Experience Cloud, basieren. Nur die Analyse von Adobe umfasst Einzelhändler in über 50 Warengruppen, die von der Magento Commerce Cloud unterstützt werden, um einen genauen Überblick über das Online-Shopping in Europa zu erhalten. Die Adobe Experience Cloud verwaltet jährlich mehr als 200 Billionen Datentransaktionen.

Die begleitende, europäische Umfrage wurde vom 24. bis 29. Oktober 2018 in Frankreich, Deutschland und Großbritannien durchgeführt. In einer Online-Survey wurden in diesem Zeitraum mehr als 3.000 Konsumenten ab 18 Jahren befragt, die ein Smartphone bzw. Tablet besitzen.



#Adobe Studie: Deutsches Weihnachtsgeschäft wächst um rund 20 Prozent [\[\[LINK\]\]](#)



Das Weihnachtsgeschäft 2018 lässt die Kassen im deutschen Online-Handel klingeln wie nie: Deutsche Konsumenten investieren in diesem Jahr durchschnittlich 674,- Euro in Weihnachtsgeschenke – das sind erneut über 100,- Euro bzw. rund 20 Prozent mehr als in 2017. Dies ist das Ergebnis der aktuellen „Adobe Holiday Retail Survey 2018“, für die europaweit mehr als 3.000 Konsumenten befragt wurden (davon über 1.000 in Deutschland). Knapp jeder zweite Deutsche (45 Prozent) startet seinen Weihnachtseinkauf demnach bereits Mitte November. Bis zum 15. Dezember wollen 86 Prozent alle Geschenke beisammen haben. Eingekauft wird dabei vor allem online: Mehr als die Hälfte des Weihnachtsbudgets (53 Prozent) wird im Internet ausgegeben. [\[\[LINK\]\]](#)

Adobe-Blog & Social Media-Accounts

- [Adobe Digital Experience Blog](#)
- [Twitter](#)
- [Facebook](#)
- [YouTube](#)

Pressekontakt

ADOBE SYSTEMS GmbH

Martin Moschek

Communications Manager, Central Europe

FAKTOR 3 AG

Caroline Lambert

PR-Consultant

Tel: (0)40-67 94 46-6106

Fax: (0)40-67 94 46-11

E-Mail: adobe_mc@faktor3.de

<http://www.adobe-newsroom.de>