

Pressemitteilung

quantilope Weihnachtsstudie: 60% der Deutschen planen, ihre Weihnachtsgeschenke dieses Jahr überwiegend online zu kaufen. Online-Shop Amazon ist dabei klar führend.

35 Prozent der Deutschen denken schon seit Sommer über Geschenke für Ihre Liebsten nach. Bei den 18- bis 39-Jährigen sind es sogar fast die Hälfte. Die Mehrheit der Konsumenten plant dieses Jahr, ihre Präsente hauptsächlich online zu kaufen. Bevorzugter Online-Shop ist mit großem Abstand die Plattform Amazon. Ganz oben auf dem Einkaufszettel stehen Bücher und Parfüm. quantilope gibt sieben Weihnachtstipps für Hersteller und Händler.

Hamburg, 05. Oktober 2017 Weihnachten liegt zwar noch einige Wochen entfernt, doch 35 Prozent der Deutschen denken schon seit Sommer über Geschenke für Ihre Liebsten nach. 60% der Deutschen plant dabei, ihre Präsente hauptsächlich online zu kaufen. (Abb. 1) Online-Gigant Amazon ist dabei klar bevorzugter Online-Shop, wenn es um den Kauf der Weihnachtsgeschenke dieses Jahr geht. Diese und zahlreiche weitere Erkenntnisse liefert die repräsentative Weihnachtsstudie, für die der Marktforschungssoftware-Anbieter quantilope kürzlich Verbraucher in Deutschland befragt hat. Dabei ging es um die Bekanntheit und Präferenz von Marken und Einkaufsorten, sowie um Werbekanäle und emotionale Assoziationen zu Weihnachten.

Aus den Antworten leiten die quantilope-Marktforscher sieben Weihnachtstipps für Hersteller und Händler ab. Das Hamburger Unternehmen quantilope hat mit seiner Agile-Insights-Software die Weihnachtsbefindlichkeiten der Verbraucher drei Monate vor dem Fest unter die Lupe genommen – und fördert Interessantes für die Planung des Weihnachtsgeschäfts zutage. So sind es vermehrt die Jüngeren (bis 39 Jahre), die sehr frühzeitig über Geschenkekäufe nachdenken. In der Altersgruppe 60 bis 69 Jahre befasst sich dagegen nur ein Drittel (33%) schon Wochen vor dem Fest mit dem Thema und in der Generation 70+ nur ein Viertel (21%).

Onlineshopping als entspannte Einkaufsvariante

Im Schnitt wollen sechs von zehn Verbrauchern ihre Geschenke in diesem Jahr überwiegend in Onlineshops kaufen. Nur die Unter-18-Jährigen und die 60- bis 69-Jährigen setzen mit leichter Mehrheit (jeweils 57%) auf den stationären Handel. Bei der Frage nach Geschenkideen stehen Bücher, Parfüm, Kleidung, Schuhe und Gutscheine an der Spitze. Die Top-5-Marken rund um Weihnachten sind für die Verbraucher Lego, Samsung, Adidas, Amazon und Sony.

Darüber hinaus ist Amazon bei den Einkaufsorten für Weihnachtsgeschenke eindeutig King. "An Amazon kommt kaum einer vorbei. Für fast Dreiviertel der Konsumenten ist dies der relevanteste Onlineshop, mit deutlichem Abstand etwa vor deutschen Anbietern wie otto.de oder tchibo.de", stellt Dr. Peter Aschmoneit, CEO von quantilope fest. (Abb.2)

Ferner outet die quantilope-Studie das Fernsehen als Sieger unter den Werbekanälen: Es erreicht knapp zwei Drittel der Verbraucher und damit weit mehr als Internet, Radio oder Zeitschriften.

Freude und Neugier contra Geldausgeben und Völlerei

Neben diesen "Hardfacts" liefert die Studie tiefere Einsichten in die Emotionen der Verbraucher rund um Weihnachten. So lassen sich die positiven Gefühle, die mit Weihnachten assoziiert werden, unter den Begriffen Freude, Vertrauen und Neugier zusammenfassen. Als besonders negativ werden hingegen die Begleiterscheinungen Geldausgeben, Völlerei und Gewichtszunahme empfunden. Aber auch Stress und Zwang zählen dazu.

Ein weiteres – unerwartetes – Ergebnis ist, dass mit steigendem Einkommen mehr Menschen das Fest der Liebe auch mit Streit verbinden. Außerdem belegt die quantilope-Studie, dass die Konsumenten mit Weihnachten mehrheitlich die klassischen Farben Rot und Grün assoziieren.

Sieben Weihnachtstipps für Hersteller und Händler

Die Befragungsergebnisse liefern Marken, stationärem Handel und Onlineshops fundierte Hinweise für die Planung des kommenden Weihnachtsgeschäfts. Die Marktforscher von quantilope fassen sie zu sieben Tipps zusammen:

1. Fang früh an! Die Kunden denken lange vor dem Fest an Geschenke.
2. Behalte die Jüngeren im Auge! Sie sind als erste im Weihnachtsfieber.
3. Sorg für eine entspannte Customer Journey! Das erfreut gestresste Shopper.
4. Nutze den Platzhirsch Amazon! Daran führt 2017 kein Weg vorbei.
5. Überrasche mit guten Ideen! Und docke so an Vorfreude und Neugier an.
6. Wirb im TV! Kein anderer Werbkanal kann rund um das Fest so punkten.
7. Setz auf Rot und Grün! Das sind die Erfolgsfarben von Weihnachten.

Marktforschungstools ermöglichen kurzfristige Consumer Insights

Bei aller Planung bergen die Wochen bis Weihnachten dennoch Unwägbarkeiten. "Mit den Marktforschungstools von quantilope lassen sich kurzfristig weitere Consumer Insights gewinnen. So können Marketer und Handel gegebenenfalls bei ihren Weihnachtsaktionen gezielt nachsteuern", betont Dr. Peter Aschmoneit.

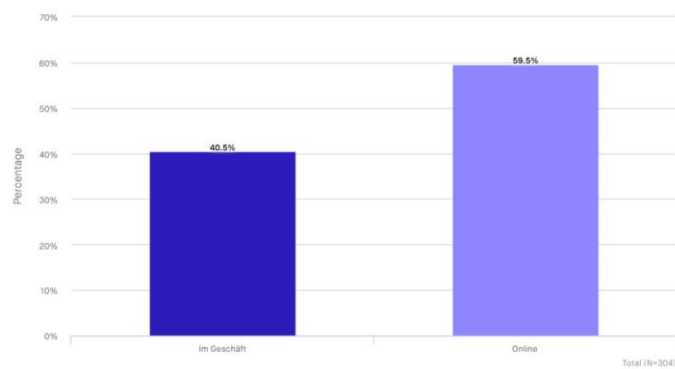
Über die Studie

Die Befragung erfolgte repräsentativ in Deutschland. Dazu wurden 300 Personen im Alter von 14 bis 80 Jahren im Zeitraum von 30.06 bis 03.07.2017 online befragt. Die Studie erhebt Einstellungen und Assoziationen der Deutschen zum Thema "Weihnachten". Dabei wurden explizite und implizite Methoden angewendet.

Bildmaterial

WEIHNACHTSSTUDIE 2017

Wo planen Sie in diesem Jahr hauptsächlich Ihre Geschenke zu kaufen?

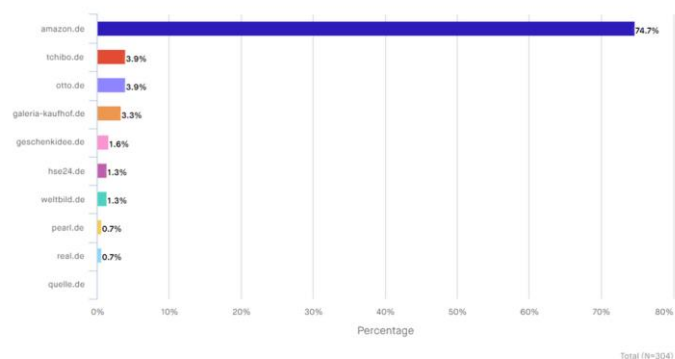


Quelle: quantilope

Abb. 1 | Weihnachtsstudie 2017 | Kaufort

WEIHNACHTSSTUDIE 2017

Welcher ist Ihr bevorzugter Online-Shop?



Quelle: quantilope

Abb. 2 | Weihnachtsstudie 2017 | Bevorzugter Online-Shop

Pressekontakt

quantilope GmbH
Aimée-Désirée Bauer
Susannenstraße 29
20357 Hamburg

Telefon +49 (0)176 457 04 732

Office +49 (0)40 210 918 979

E-Mail aimee.bauer@quantilope.com

Bildmaterial und weitere Informationen finden Sie auf unserer Website:

<http://www.quantilope.com/de/presse>

Über quantilope

quantilope ist ein Software-Unternehmen und steht für die digitale Transformation in der Marktforschung. Mit der Agile Insights Software bietet quantilope eine moderne Self-Service Plattform mit automatisierten Marktforschungstools für die quantitative Marktforschung: von Idea Screener, Konzepttest, Advertising Pretest, Usage & Attitude bis Brand Association und Choice-Based-Conjoint zur Steuerung von Werbemaßnahmen, Produktmanagement, Markenwahrnehmung, Kundenzufriedenheit und Preissetzung. Die All-in-One-Software befähigt Marketer, Marktforscher und Agenturen zu Insights auf Knopfdruck und somit besser, schneller, effizienter als herkömmlich an Consumer Insights für die Unternehmensentscheidungen zu gelangen.

quantilope wurde 2014 gegründet von einem Team aus international anerkannten Wissenschaftlern und erfahrenen Marketingwissenschaftlern in Kooperation mit der Universität Hamburg. Seitdem begeistert quantilope zahlreiche namhafte Marken aller Industrien, sowie Institute und Beratungsagenturen.