

## Studie von NCR

### Verhalten von Endverbrauchern im Weihnachtsgeschäft 2012

#### Vorwort

Dass der Onlinehandel zunimmt, gilt als unbestreitbar. Und gerade im Weihnachtsgeschäft treiben überfüllte Kaufhäuser und begrenzte Ladenöffnungszeiten die Kunden in die virtuellen Warenhäuser. Fast überall geht im Einzelhandel also die Angst vor der Kundenabwanderung ins Internet, vor leeren Gängen und damit Umsatzeinbußen um. Stellt sich die Frage: Ist diese Angst überhaupt berechtigt?

Eine Studie von NCR in Zusammenarbeit mit dem Marktforschungsunternehmen Smart Research ist dem auf den Grund gegangen und hat das Einkaufsverhalten und die Wünsche der Deutschen an den Einzelhandel zu Weihnachten 2012 untersucht.

Eines der wichtigsten Ergebnisse: Es steht gar nicht schlecht um den Einzelhandel. Obwohl tatsächlich immer mehr Geschenke im Internet gekauft werden, bleibt der Gang in die Läden wichtiger Bestandteil des Einkaufsverhaltens. Doch damit der Handel auch in Zukunft vom Weihnachtsgeschäft profitiert, muss er erstens den Kundenservice optimieren und zweitens um Onlineangebote ergänzen.

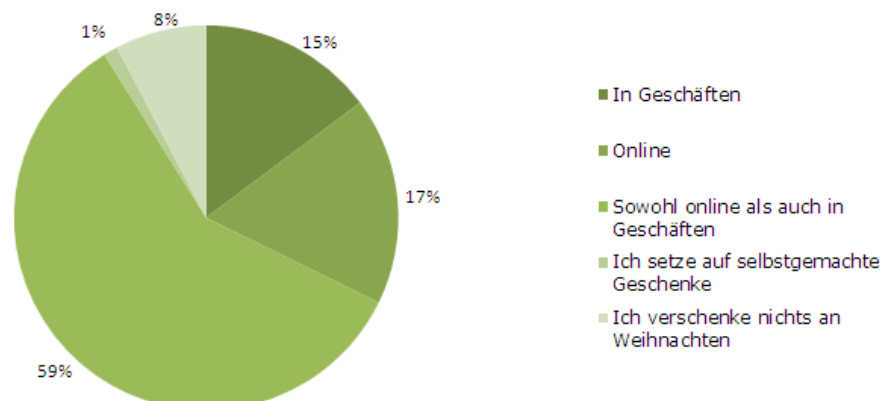
#### Die wichtigsten Ergebnisse auf einen Blick

##### Kunden setzen auf Online- und Einzelhandel

59 Prozent der Befragten kaufen in diesem Jahr ihre Geschenke sowohl online als auch im Einzelhandel. Die Ergebnisse zeigen aber auch, dass der Trend zum Onlineshopping ungebremst ist: 17 Prozent der Befragten besorgen ihre Geschenke komplett im Internet, wohingegen 15 Prozent ausschließlich in lokalen Geschäften einkaufen.

Immerhin 8 Prozent gaben an, Geschenkeverweigerer zu sein und gar nichts zu verschenken. Selbstgebasteltes liegt 2012 kaum unter dem Weihnachtsbaum: Lediglich 1 Prozent der Befragten setzt auf selbstgemachte Geschenke.

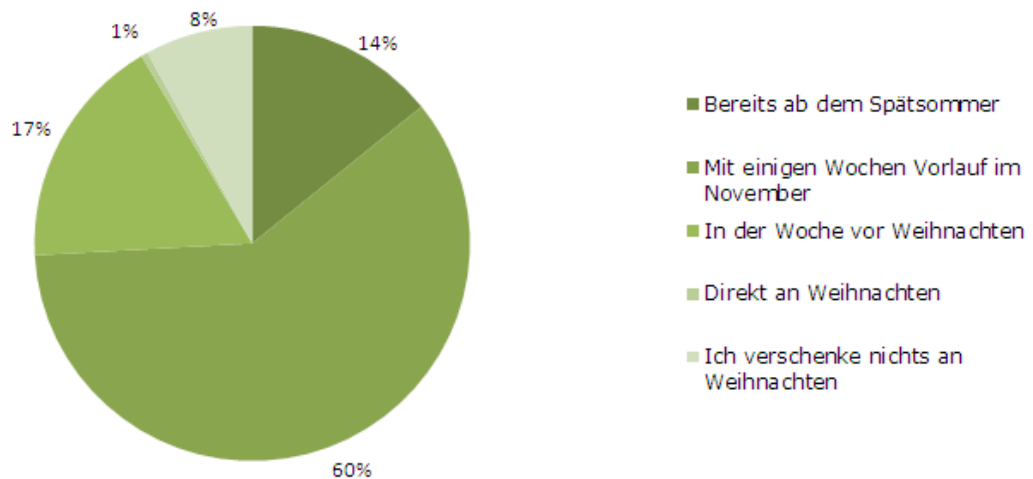
#### WO KAUFEN SIE DIESES JAHR IHRE WEIHNACHTSGESCHENKE?



## Planung ist alles

Eine große Mehrheit der Weihnachtseinkäufe werden 2012 mit einiger Vorlaufzeit erledigt: Über die Hälfte der Befragten (60 Prozent) gab an, bereits im November mit den Einkäufen begonnen zu haben. 14 Prozent haben sogar bereits im Spätsommer erste Geschenke gekauft. In der Woche vor Weihnachten kaufen noch 174 der Befragten (17 Prozent) Geschenke für ihre Lieben. Ganz Kurzentschlossene finden sich allerdings kaum: Direkt an Heiligabend kämpft sich lediglich 1 Prozent durch die Kaufhäuser.

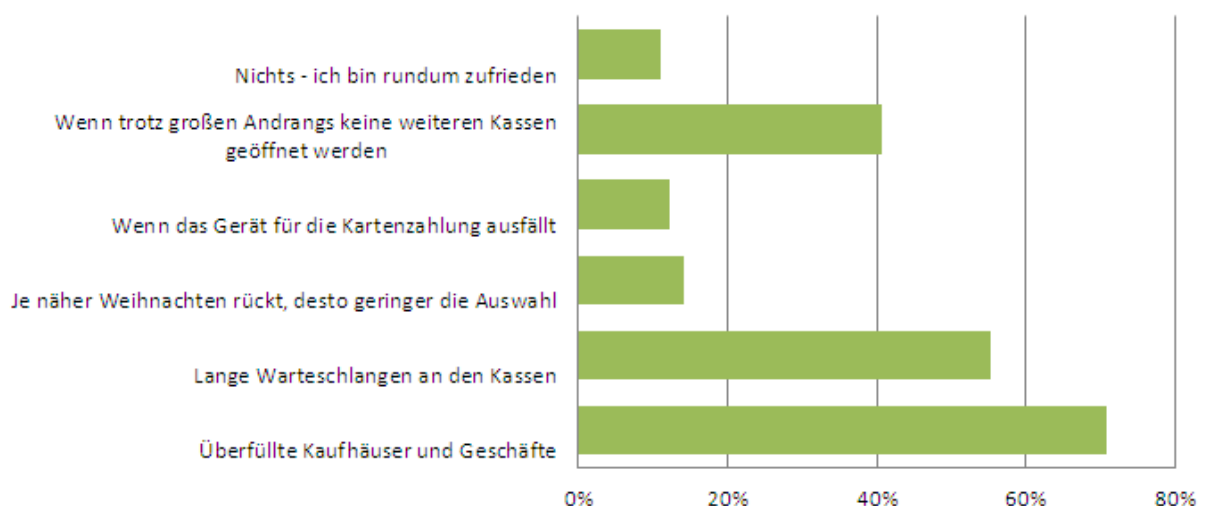
## Wann beginnen Sie mit Ihren Weihnachtseinkäufen?



## Größte Stressfaktoren beim Weihnachtsummel

Als die größten Stressfaktoren im Weihnachtsgeschäft gelten beim Endverbraucher überfüllte Kaufhäuser (71 Prozent), lange Warteschlangen an den Kassen (55 Prozent) sowie geschlossene Kassen, die trotz großem Andrang nicht geöffnet werden (41 Prozent). Auch die Auswahl sehen Kunden kritisch: Je näher Weihnachten rückt, desto geringer die Auswahl in den Geschäften (14 Prozent). 12 Prozent der Befragten ärgern sich darüber, wenn das Gerät für die Kartenzahlung ausfällt. Immerhin 11 Prozent sind rundum zufrieden.

## Was stört Sie im Weihnachtsgeschäft am Meisten?

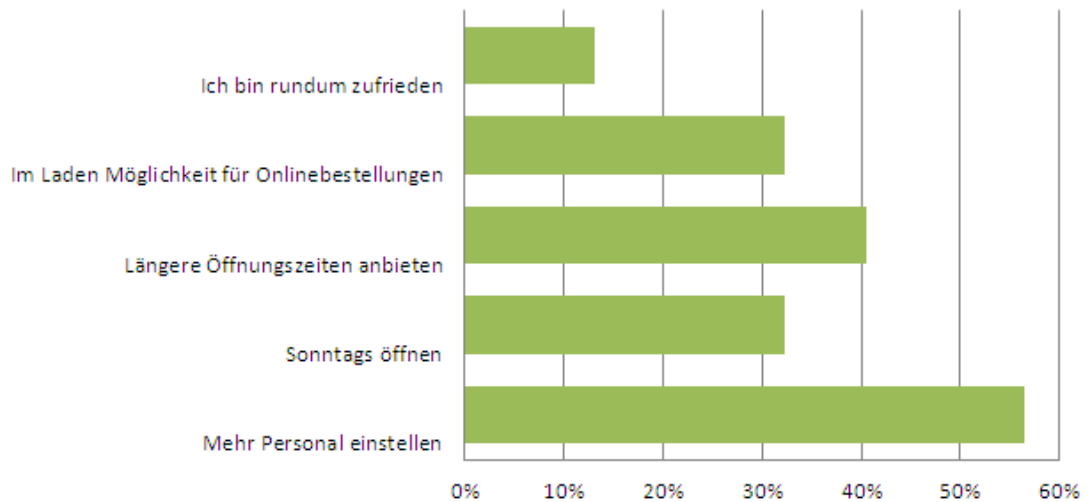


### Auf der Wunschliste weit oben: mehr Kundenservice

Ganz oben auf der Wunschliste der Kunden stehen daher mehr Personal (56 Prozent) und längere Ladenöffnungszeiten (41 Prozent). 32 Prozent hätten gerne die Möglichkeit, Onlinebestellungen direkt im Geschäft erledigen zu können, beispielsweise für vergriffene Produkte.

An Sonntagen möchten ebenfalls 32 Prozent gerne Weihnachtsgeschenke kaufen können. Rundum zufrieden mit dem Serviceangebot der Einzelhändler zeigen sich 13 Prozent aller Befragten.

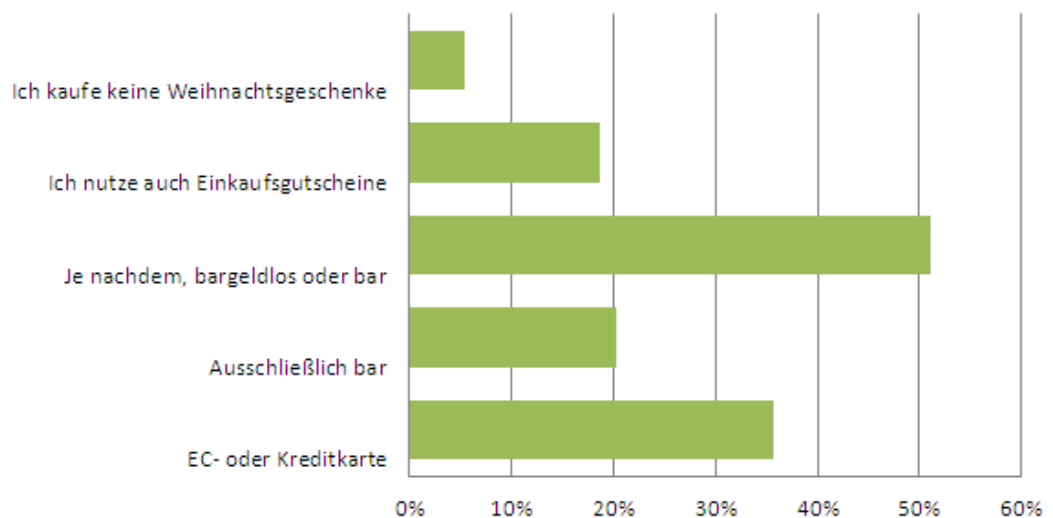
### Wie könnten sich Geschäfte besser fürs Weihnachtsgeschäft rüsten?



### Bezahlen wie eh und je

Über die Hälfte der Befragten (51 Prozent) geht sowohl mit Bargeld als auch mit EC- und Kreditkarte in den Weihnachtsbummel. 36 Prozent setzen rein auf Kartenzahlung und immerhin 20 Prozent bezahlen ausschließlich bar. Einkaufsgutscheine kommen bei 19 Prozent der Befragten zum Einsatz.

### Welche Zahlungsmöglichkeit nutzen Sie beim Weihnachtsgeschäft?

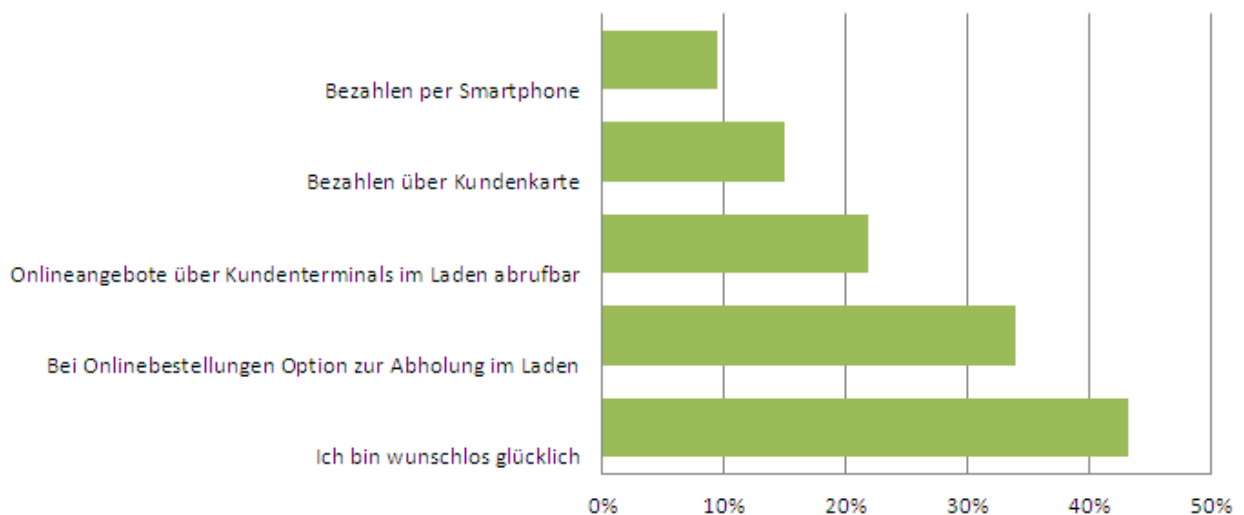


### Zufriedenheit ist hoch, aber dennoch ausbaufähig

Eine gute Nachricht: 433 der Befragten (43 Prozent) sind mit dem Serviceangebot des Einzelhandels wunschlos glücklich. Dennoch gibt es Ausbaupotenzial, insbesondere wenn es um die Verknüpfung mit Onlineangeboten geht. So wünschen sich 34 Prozent aller Befragten die Möglichkeit, Onlinebestellungen im Ladengeschäft in ihrer Nähe abzuholen, um diese vor dem Kauf beispielsweise ausprobieren zu können, ohne die Ware erst zusammensuchen zu müssen. 218 Befragte (22 Prozent) möchten zusätzlich die Option haben, das Onlineangebot des Unternehmens auch im Laden über eigens eingerichtete, computerbasierte Kiosksysteme abrufen zu können.

Darüber hinaus wünschen sich 15 Prozent die Möglichkeit, über Kundenkarten bezahlen zu können. 9 Prozent setzen auf neue Technik und würden auch gerne per Smartphone bezahlen.

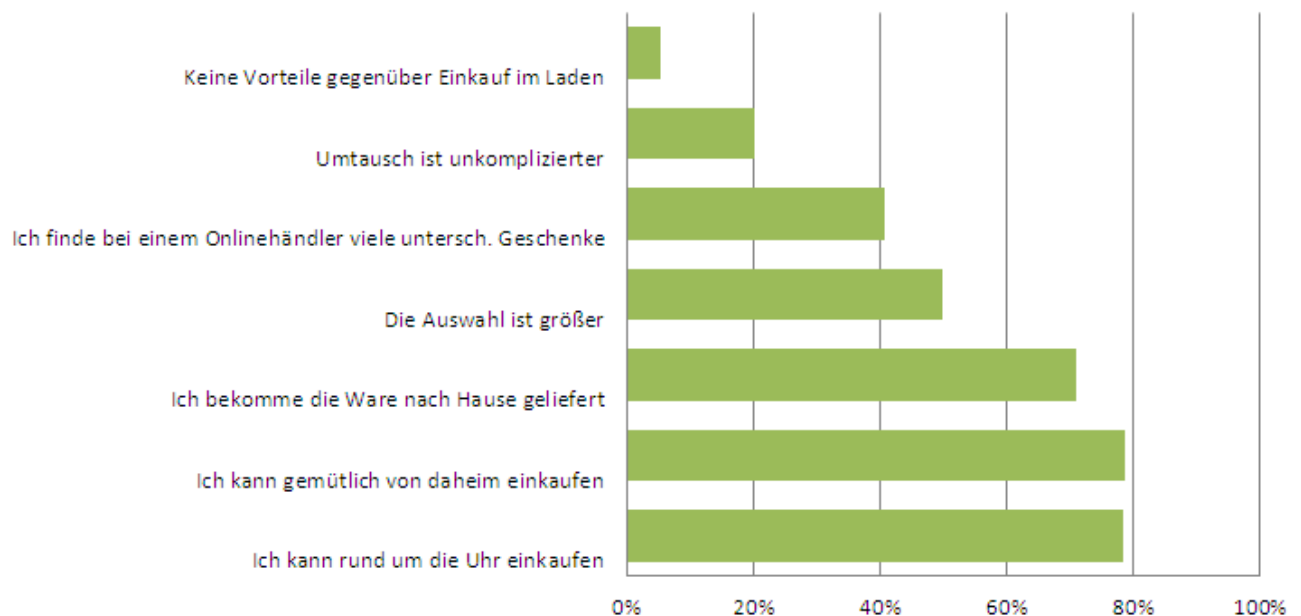
### Welche weiteren Services hätten Sie gerne zukünftig?



## Vorteile von Onlineanbietern

Die Stärke des Onlinehandels liegt ganz klar in der Verfügbarkeit: 78 Prozent aller Befragten schätzen es, rund um die Uhr einkaufen zu können und sich damit nicht an begrenzte Ladenöffnungszeiten halten zu müssen. Weiteres Plus für 789 Befragte: Sie müssen das Haus nicht verlassen. Auch die Lieferung nach Hause ist für einen Großteil der Befragten (71 Prozent) ein Grund für den Einkauf im virtuellen Warenlager. Die Hälfte (50 Prozent) findet, dass dort zudem die Auswahl größer ist und 41 Prozent schätzen es, dass sie viele unterschiedliche Geschenke beim gleichen Onlinehändler kaufen können. 20 Prozent der Befragten empfinden den Umtausch online als unkomplizierter. Nur 52 Befragte (5 Prozent) sehen beim Onlinehandel keine Vorteile gegenüber dem Gang in den Laden.

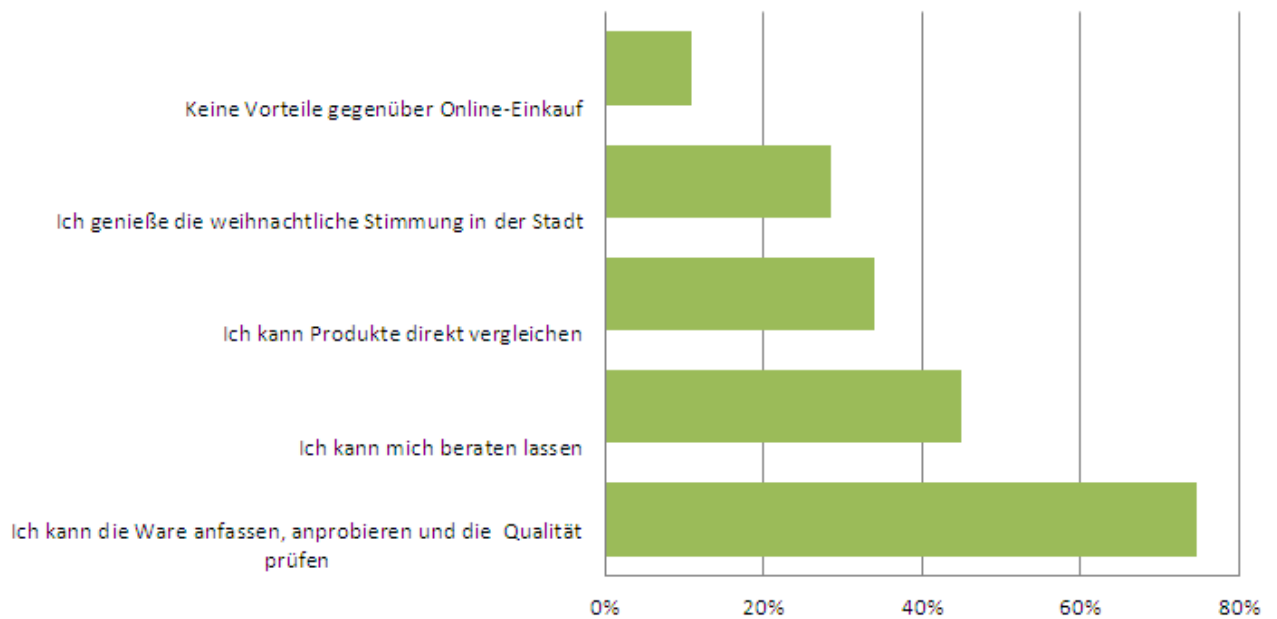
## Welche Vorteile bietet Online-Shopping vor Weihnachten?



### Vorteile lokaler Händler

Fast drei Viertel der Befragten (75 Prozent) sehen die große Stärke des Einzelhandels darin, dass sie die Ware anfassen, anprobieren und die Qualität live prüfen können. 45 Prozent schätzen die Beratung durch das Personal und 34 Prozent nutzen die Gelegenheit, um Produkte im Laden direkt zu vergleichen. Die vorweihnachtliche Stimmung beim Einkaufen ist für 286 Befragte (29 Prozent) ein Grund für den Einzelhandel. Lediglich 11 Prozent sehen gar keinen Vorteil darin, ihre Geschenke im Geschäft vor Ort zu kaufen.

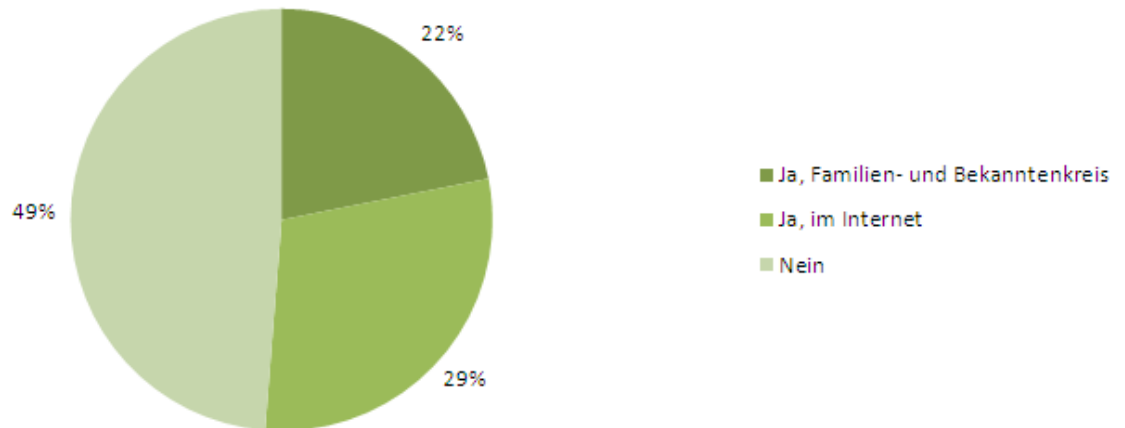
### Welche Vorteile bietet das Einkaufen im Geschäft zur Weihnachtszeit?



### Andere Kundenmeinungen interessieren kaum

Beim Kauf von Weihnachtsgeschenken holen sich 22 Prozent aller Befragten eine zweite Meinung aus dem Familien- und Bekanntenkreis ein, 29 Prozent lesen Rezensionen und Kundenmeinungen im Internet. Der Großteil allerdings (49 Prozent) verzichtet komplett auf die Meinung anderer, wenn es um die Geschenke für das wichtigste Familienfest des Jahres geht.

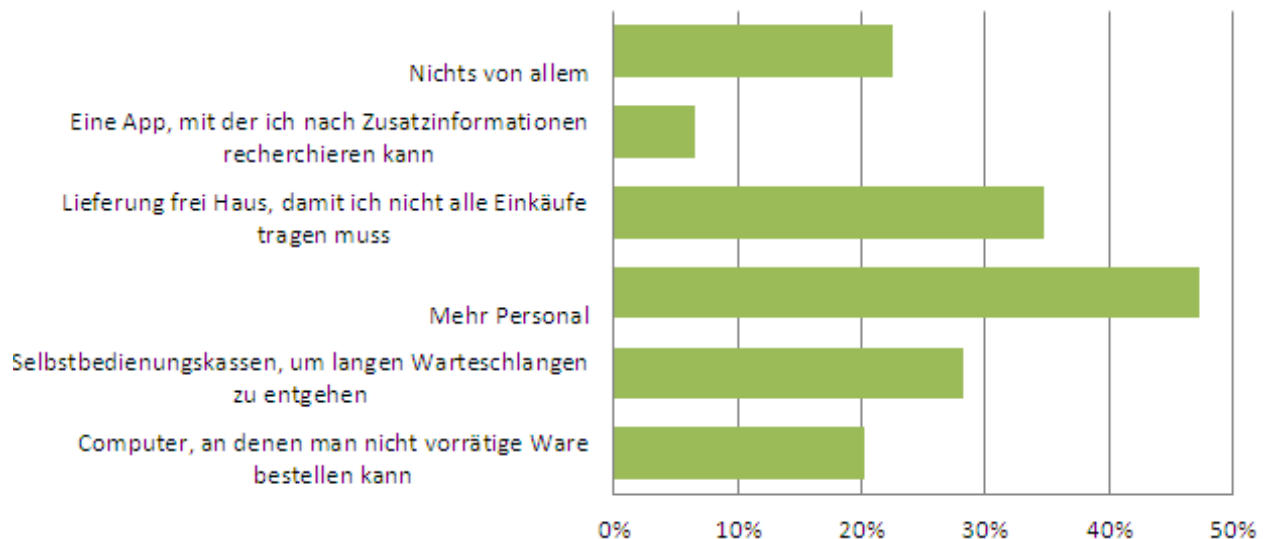
### Holen Sie sich beim Kauf von Weihnachtsgeschenken Meinungen anderer Kunden ein?



### Weihnachtseinkäufe angenehmer gestalten

Auf die Frage, was den Weihnachtseinkauf angenehmer gestalten würde, antworten fast die Hälfte aller Befragten (47 Prozent) mit „Mehr Personal“. 347 Befragte (35 Prozent) wünschen sich eine Lieferung frei Haus, um die Einkäufe nicht selbst heim tragen zu müssen. Selbstbedienungskassen wünschen sich 28 Prozent und 203 Befragte (20 Prozent) hätten gerne Computerterminals, an denen nicht vorrätige Ware bestellt werden kann. 6 Prozent aller Befragten würden darüber hinaus Apps nutzen, um mit dem Handy nach Zusatzinformationen zu suchen. Doch auch hier äußern sich 23 Prozent als wunschlos glücklich und benötigen keine der oben genannten Zusatzservices.

### Was würde Ihre Weihnachtseinkäufe angenehmer gestalten?



## Methodik und Teilnehmer

Der Studie liegt eine Onlinebefragung zugrunde, die vom Marktforschungsinstitut Smart Research vom 7. bis 11. November 2012 durchgeführt wurde. Insgesamt wurden 1001 Fragebögen vollständig ausgefüllt, es beteiligten sich 511 Frauen und 490 Männer im Alter zwischen 20 und 65 Jahren.

### Kurzportrait NCR

Die [NCR Corporation](#) (NYSE: NCR) ist ein weltweit agierendes Technologie-Unternehmen und Marktführer bei Geldautomaten, Selbstbedienungskassen und weiteren Selbstbedienungslösungen sowie mitarbeiterbedienten Systemen. Mit Software, Hardware, Beratungs- und Support-Leistungen adressiert NCR Unternehmen und Organisationen aus Einzelhandel, Finanzen, Touristik und weiteren Branchen in über 100 Ländern und unterstützt sie bei der Interaktion mit deren Kunden über mehrere Kanäle. Der Firmensitz des Unternehmens ist in Duluth, Georgia (USA).

Weitere Informationen zu NCR finden Sie unter

[www.ncr-news.de](http://www.ncr-news.de)

[www.ncr.com](http://www.ncr.com)

<http://www.facebook.com/ncrcorp>

<http://linkd.in/ncrgroup>

[www.youtube.com/user/ncrcorporation](http://www.youtube.com/user/ncrcorporation)

<http://twitter.com/ncrcorporation>

# # #

Alle erwähnten Programme und Namen sind Warenzeichen oder eingetragene Warenzeichen der entsprechenden Firmen.

### Ansprechpartner für die Presse:

Constanze Ehrt  
NCR GmbH  
Ulmer Straße 160  
86156 Augsburg  
Telefon: +49 (0) 821 / 405-8090  
E-Mail: [constanze.ehrt@ncr.com](mailto:constanze.ehrt@ncr.com)

Almut Burkhardt / Carolin Westphal  
Fleishman-Hillard Germany GmbH  
Herzog-Wilhelm-Straße 26  
80331 München  
Telefon: +49 (0) 89 / 230 31 60  
E-Mail: [ncr.de@fleishmaneuropa.com](mailto:ncr.de@fleishmaneuropa.com)