



Studie: 86 Prozent der Deutschen kaufen ihre Weihnachtsgeschenke bequem von Zuhause aus

Neuer Report von Episerver zeigt: Retailer müssen mit einem für alle Kanäle optimierten, kundenzentrierten Shopping-Erlebnis punkten

Berlin, 11. November 2020_ 86 Prozent der Deutschen meiden in diesem Jahr Corona-bedingt überfüllte Innenstädte und planen, ihre Weihnachtseinkäufe stattdessen bequem vom Sofa aus zu erledigen – und das am liebsten mit ihrem Smartphone. Händler müssen also in der Vorweihnachtszeit nicht nur mit einem deutlichen Traffic-Anstieg rechnen, sondern sich zudem an das Shopping-Verhalten der Verbraucher anpassen. Dazu gehören ein optimierter Webshop sowie eine konsistente Customer Experience über alle Kanäle hinweg.

Episerver, der Anbieter für smarte CMS-, E-Commerce- und Omnichannel-Marketing-Lösungen, befragte auch in diesem Jahr wieder 4.050 Verbraucher zu ihren Shopping-Gewohnheiten in der Vorweihnachtszeit und leitet daraus wichtige Handlungsempfehlungen für die Weihnachtssaison ab.

Amazon beliebter denn je

Anlaufstelle Nummer eins für den Geschenkekauf ist Amazon. So gaben 43 Prozent der Befragten an, die meisten Weihnachtsgeschenke dort zu kaufen. 14 Prozent erstehen sogar alle Präsente dort. Dieser Trend zeichnete sich bereits zwischen März und Mai 2020 ab, als viele Geschäfte aufgrund der Corona-Pandemie vorübergehend schließen mussten.

Haben Verbraucher allerdings noch keine Geschenkidee für die Liebsten, gaben 38 Prozent an, ihre Suche bei Google zu starten. Hier belegt Amazon mit einem Prozentpunkt weniger Platz zwei. Im Online-Shop und der App einer Marke oder eines Einzelhändlers stöbern allerdings nur 7 bzw. 1 Prozent.

„Amazon beansprucht einen immer größer werdenden Marktanteil. Wenn Einzelhändler und Marken deshalb auch weiterhin auf breit angelegte Werbeaktionen setzen, wird es für sie künftig schwer, sich von der Konkurrenz abzuheben und die Aufmerksamkeit der Kunden auf sich zu lenken“, sagt Marc Bohnes, Product Management Director. „Sie müssen die Verbraucher stattdessen mit intuitiven Online-Shopping-Erlebnissen, überzeugenden Inhalten und personalisierten Empfehlungen oder Angeboten ansprechen.“

Weitere Ergebnisse des Holiday Shopping Report:

- Für Verbraucher weltweit ist der kostenlose Standardversand beim Online-Shopping am wichtigsten, dicht gefolgt von einer kostenlosen Retoure. „Click and Collect“ – also die Abholung der Online-Bestellung im Geschäft – erwarten 22 Prozent der Feiertagskunden.
- 56 Prozent der Befragten weltweit kehren wieder in einen Online-Shop zurück, wenn sie das Produkt, das sie zuvor angesehen oder bereits in den Warenkorb gelegt haben, erneut in einer Retargeting-Anzeige wiedersehen.
- Dabei kommt es allerdings auf den Kontext an: Sind die Ads nicht relevant genug hinsichtlich des Produkts, das sich die User zuvor angesehen haben, oder werden die Anzeigen an sich als störend empfunden, kehren sie nicht in den Online-Shop zurück.



Über den Report

Der [Holiday Ecommerce Report 2020](#) basiert auf einer Befragung von 4.050 Kunden in Deutschland, den USA, dem Vereinigten Königreich, Schweden und Australien, die im vergangenen Jahr online eingekauft haben, und zeigt, welche Verhaltensweisen und Trends die Zukunft des E-Commerce prägen.

Über Episerver

Episerver unterstützt führende Digitalunternehmen dabei, mühelos einzigartige Kundenerlebnisse zu schaffen – an jedem Kontaktpunkt und mit messbarem Erfolg. Die Episerver Digital Experience Cloud™ vereint Content Management, E-Commerce und digitales Marketing in einer Plattform – inklusive Omnichannel-Möglichkeiten für smarte Personalisierung und intelligente Kampagnen. Das 1994 in Schweden gegründete Unternehmen verfügt über Niederlassungen in Australien, Dänemark, Deutschland, Finnland, Großbritannien, den Niederlanden, Norwegen, Polen, Schweden, Singapur, Spanien, Südafrika, den USA, den Vereinigten Arabischen Emiraten und Vietnam.

Weitere Informationen unter: www.episerver.de