



Bequemlichkeit vs. Einkaufsspaß: Darauf legen die Deutschen Weihnachten beim (Online-) Geschenkekauf wert

Webshop oder Warenhaus? In Sachen Weihnachtsshopping sind Deutschlands Konsumenten pragmatisch. Denn beides hat seine Vor- und Nachteile. Wo die Deutschen ihre Geschenke in diesem Jahr einkaufen und auf was sie dabei Wert legen, zeigt eine aktuelle Studie von QVC und Statista.

Düsseldorf, 9. November 2017 – Online- und Offlineshopping sind gleich auf – auch wenn es um die Weihnachtsgeschenke geht. Das zeigt die repräsentative Weihnachtsstudie von QVC, für die das digitale Handelsunternehmen gemeinsam mit Statista über 1.000 Menschen in ganz Deutschland befragt hat. So geben zwar mehr als zwei Drittel (69 Prozent) an, ihre Geschenke dieses Jahr im Geschäft zu kaufen, fast genauso viele erledigen das jedoch (auch) im Internet (67 Prozent). Und das trifft nicht nur auf die junge Bevölkerung zu. 55 Prozent der Generation 60+ geben an, ihre Weihnachtsgeschenke in Online-Shops zu erwerben. Was dabei auffällt: Wer online Geschenke shoppt, erledigt das am liebsten auf Plattformen, die gleich alles anbieten (61 Prozent). Wer ins Geschäft geht, sucht lieber gezielt spezialisierte Anbieter wie etwa Buchhandlungen oder Parfümerien auf (63 Prozent).

Stressfrei inspirieren lassen – auf Kosten des Spaßfaktors

Und dennoch: Für Deutschlands Konsumenten liegen die Vor- und Nachteile der verschiedenen Einkaufsmöglichkeiten klar auf der Hand. So schätzen etwa drei von vier Konsumenten am Online-Einkauf in der Weihnachtszeit vor allem die Bequemlichkeit (76 Prozent), gefolgt von „weniger Stress“ (75 Prozent) und der Auswahl an Produkten (59 Prozent). Allesamt Eigenschaften, mit denen der stationäre Handel im Vergleich nicht punkten kann¹. Ihn suchen Deutschlands Verbraucher hingegen auf, um Spaß zu haben (52 Prozent). Was für das Weihnachtsshopping im Web – im Vergleich – nur bedingt gilt. Lediglich 24 Prozent der Befragten geben Spaß als Motiv für den Online-Einkauf an. In etwa gleichauf liegen Onlineshopping und Einkaufsbummel jedoch in Sachen Inspiration (38 zu 37 Prozent). Will heißen: Wer noch nicht das richtige Geschenk gefunden hat, der kommt – geht es nach den Deutschen – sowohl im Netz als auch im Geschäft sicher auf die richtige Idee.

Die Zukunft des Onlineshoppings: Storytelling und Bewegtbild

Wie die Statistik zeigt, spielt der Spaß beim Onlineshopping – gerade in der Weihnachtszeit – nur eine untergeordnete Rolle.

¹ Bequemlichkeit 13 Prozent, weniger Stress 10 Prozent, Auswahl an Produkten 23 Prozent.



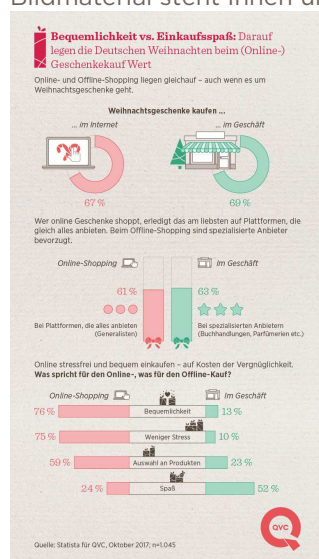
Doch kann das die Zukunft der Branche sein? Nein, schätzt Florian Hoffmeister, Director E-Commerce & Customer Marketing QVC Deutschland. „Onlinehändler, die den Erlebnisfaktor vernachlässigen, werden Probleme haben, sich am Markt zu behaupten. Denn der Spaß beim Shopping hat die Menschen schon immer in die Läden getrieben – auch zur Weihnachtszeit. Ob analog oder digital – Schaufensterbummeln, sich inspirieren lassen und eine gute Zeit zu haben – darum wird es auch in Zukunft gehen.“

QVC, als eines der renditestärksten digitalen Handelsunternehmen Deutschlands, geht hier erfolgreich voran. Denn es verkauft seine Produkte bereits seit seiner Gründung vor 20 Jahren mit informativen und unterhaltsamen Inhalten via Storytelling und Bewegtbild, on air wie online. Konkret bedeutet das: In den TV-Shows erzählen die Moderatoren und Experten im gemeinsamen Dialog die Geschichte hinter den Produkten. Anschließend bindet QVC das Video im Webshop auf der Seite des entsprechenden Artikels ein. „So begeistern wir unsere Kunden auf allen Kanälen für unser Angebot und machen auch das Online-Einkaufen zum Erlebnis“, sagt Hoffmeister. „Damit setzen wir uns von klassischen Onlinehändlern ab.“

Weitere detaillierte Ergebnisse der QVC Weihnachtsstudie finden Sie hier online: <http://bit.ly/2zrW3gM>

Bildmaterial

Bildmaterial steht Ihnen unter folgendem Link zum Download zur Verfügung:



https://wfm.fischerappelt.de/_PVrPZ3XFlk2DXR

Bildunterschrift: QVC Weihnachtsstudie 2017. ©QVC Deutschland und Statista

Das Material darf unter Angabe der Quelle zu redaktionellen Zwecken kostenfrei verwendet werden.



Über die Studie

Für die repräsentative QVC Weihnachtsstudie hat das digitale Handelsunternehmen gemeinsam mit Statista über 1.000 Menschen ab 18 Jahren aus der deutschsprachigen Bevölkerung zu verschiedenen Themen rund um das Weihnachtsfest befragt.

Über QVC

Das 1986 in West Chester, Pennsylvania (USA), gegründete Unternehmen QVC Inc. verbindet das Beste aus Shopping, Unterhaltung und Gemeinschaft, um ein einzigartiges Einkaufserlebnis zu bieten. Dabei nimmt QVC Kunden in neun Ländern mit auf eine Entdeckungsreise durch ein immer wieder neues Sortiment aus bekannten Marken und neuen Produkten aus den Bereichen Home und Fashion sowie Beauty, Technik und Schmuck. Auf dieser Reise entstehen durch Live-Dialoge, begeisternde Geschichten, interessante Persönlichkeiten und einen ausgezeichneten Service enge Kunden-beziehungen.

Als hundertprozentiges Tochterunternehmen der Liberty Interactive Corporation (NASDAQ: QVCA, QVCB) beschäftigt QVC Inc. über 17.700 Mitarbeiter mit Standorten in den USA, Japan, Deutschland, Großbritannien, Italien, Frankreich und – im Rahmen eines Joint Ventures – in China. Weltweit begeistert QVC Kunden auf 15 Fernsehkanälen, die mehr als 360 Millionen Haushalte erreichen, sieben Internetauftritten und 195 Social-Media-Präsenzen.

Seit Oktober 2015 ist auch zulily ein hundertprozentiges Tochterunternehmen der Liberty Interactive Corporation, das jeden Tag mit besonderen Angeboten für die ganze Familie überrascht. Das 2010 gegründete Unternehmen hat seinen Hauptsitz in Seattle, USA. Laut „Internet Retailer“ ist die QVC Gruppe (inkl. QVC und zulily) die Nummer 8 unter den Versandhändlern weltweit.

In Deutschland zählt QVC zu den erfolgreichsten und renditestärksten digitalen Handelsunternehmen im Markt und beschäftigt rund 3.100 Mitarbeiter an den Standorten Düsseldorf, Hückelhoven, Bochum und Kassel.

Weitere Informationen: corporate.qvc.com, libertyinteractive.com, unternehmen.qvc.de, presse.qvc.de

Webshop: QVC.de

Blog: QVCBeauty.de

Youtube: youtube.com/user/QVCDeutschland

Facebook: facebook.com/meinQVC

Twitter: <https://twitter.com/WirsindQVC>

Instagram: instagram.com/qvcbeautydeutschland

instagram.com/avcdeutschland

Pressekontakt

QVC Handel LLC & Co. KG

Mario Ullrich

Tel.: 0211/30 07-5754

Mario_Ullrich@QVC.com

QVC Handel LLC & Co. KG

Alina Gerhards

Tel.: 0211/30 07-5088

Alina_Gerhards@QVC.com