



Criteo-Umfrage zum Weihnachtsgeschäft: Frühzeitige Rabatte und guter Service sind im Corona-Jahr entscheidend

München, 02. November 2020 – In diesem von Unsicherheiten geprägten Jahr am Weihnachtsfest auf Geschenke verzichten? Kommt für viele Deutsche nicht in Frage. Sie zeigen sich jedoch beim Weihnachtsshopping preisbewusster, wollen mehr online einkaufen und legen größeren Wert auf zusätzliche Services. Das hat eine Umfrage von [Criteo](#), dem Technologieunternehmen für vertrauensvolles und effektives Advertising, unter 1.100 Deutschen ergeben.

Der Black Friday Ende November galt für einen Großteil der Händler bislang als Auftakt des Weihnachtsgeschäfts. In diesem Jahr halten die Verbraucher allerdings schon viel früher Ausschau nach Angeboten. So geben vier von zehn Befragten an, nicht bis zum Black Friday mit dem Geschenkekauf zu warten, wenn sie frühzeitig Rabatte von ihren bevorzugten Einzelhändlern erhalten. Und diese am liebsten online.

Knapp die Hälfte (45 Prozent) der befragten Deutschen sagen, dass sie sich beim Online-Einkauf wohler fühlen als im Laden. Sie werden zudem in den kommenden Monaten in den meisten Produktkategorien mehr online einkaufen. Das Offline-Shopping beschränken sie hauptsächlich auf Lebensmittel, Haushaltsprodukte sowie alkoholhaltige Getränke, wie die Criteo-Umfrage aufzeigt.

Die meisten deutschen Käufer (79 Prozent) suchen auf E-Commerce-Websites und Apps nach Geschenken. Ältere Konsumenten (Baby Boomer und vorherige Generationen) beginnen ihre Suche nach Geschenken jedoch eher im stationären Handel. Laut Umfrage wollen sich hier 47 Prozent in Stores zu Geschenkideen inspirieren lassen.

Konsumenten legen Wert auf Services

Das Einkaufserlebnis spielt bei den Konsumenten in diesem Jahr eine wichtige Rolle. Entscheidende Faktoren sind ein kostenloser (46 Prozent) sowie schneller Versand (36 Prozent), aber auch niedrige Preise (26 Prozent). Ausschlaggebend für die Kaufentscheidung können zudem Empfehlungen von Freunden und der Familie sein. 34 Prozent sagen, dass diese ihre Geschenkkäufe in diesem Jahr beeinflussen werden.

„Die Weihnachtssaison in diesem Jahr ist eine besondere. Das gilt nicht nur für Händler, sondern auch für die Verbraucher. Noch ist unklar, in welcher Form Familienfeste stattfinden können. Geschenke spielen allerdings nach wie vor eine wichtige Rolle“, **sagt Corinna Hohenleitner, Country Director DACH von Criteo.** „Rabatte bereits vor dem Black Friday bieten Händlern die Chance, schon frühzeitig Umsätze im letzten Quartal zu erzielen. Abgesehen vom Angebot ist auch der entsprechende Service absolut entscheidend. Kostenloser Versand und eine schnelle Lieferzeit gehören hier längst zur Pflicht und sind der Schlüssel zu einem erstklassigen Kundenerlebnis in der Weihnachtszeit.“

Über Criteo

Criteo (NASDAQ: CRTO) bietet Marketern weltweit Technologien und Lösungen für vertrauensvolles und effektives Advertising. 2.600 Criteo Mitarbeiter arbeiten mit über 20.000 Kunden und tausenden Publishern weltweit an einem effektiven Advertising über alle Kanäle hinweg. Dafür verbindet Criteo fortschrittliches Machine Learning mit einzigartigen Datensets. Criteo bietet Unternehmen aller Größen die nötige Technologie, um ihre Kunden besser zu kennen und zu bedienen. Mehr Informationen unter www.criteo.com/de.

Pressekontakt Criteo:

Florian Herzing

Director PR EMEA

f.herzing@criteo.com

+49 89 143770366

PR-Agentur:

Agentur Frau Wenk +++ GmbH

Kristin Steppeling / Susanne Hohenschuh

criteo@frauwenk.de

+49 40 329047380