

PRESSEMITTEILUNG

KONSUMENT:INNEN 2024 WIEDER ETWAS AUSGABEBEREITER ZUR WEIHNACHTSZEIT

Neuer Trend Check Handel zeigt: Konsument:innen planen, Weihnatskäufe vermehrt online zu tätigen, Geschäfte bleiben aber wichtigste Inspirationsquelle. Insgesamt weniger Sparmaßnahmen rund um Weihnachten. Services beim Weihnachtsshopping vor allem bei Jüngeren beliebt. Versandkostenfreie Lieferung wichtiger als Angebote und Rabatte.

Köln, 26. November 2024 — Das Weihnachtsgeschäft 2024 verspricht positive Impulse für den Handel: Die Konsumlaune verbessert sich und die Lage zeigt sich entspannter als in den Vorjahren, wie der neue Trend Check Handel Vol. 12 des ECC KÖLN zeigt. Doch womit kann der Handel in diesem Jahr punkten und was ist Konsument:innen rund um ihre Weihnachtseinkäufe wichtig? Die Ergebnisse zeigen: Konsument:innen wollen Weihnachtsgeschenke dieses Jahr vermehrt online kaufen (58 % , 2023: 51 %). Stationäre Geschäfte sind allerdings Anlaufstelle Nummer eins, wenn es um Inspiration geht (49 %), gefolgt von Online-Marktplätzen (41 %) und Onlineshops (32 %). Bei den 18- bis 29-Jährigen werden der stationäre Handel und Social Media gleichermaßen als Inspirationsquelle genutzt (je 41 %).

Weniger Sparmaßnahmen rund um Weihnachten

Mit der aktuell nachlassenden Konsumzurückhaltung wird auch zu Weihnachten insgesamt weniger gespart als in den Vorjahren. Dieses Jahr gibt nur noch rund ein Viertel der Konsument:innen an, bei Weihnachtsgeschenken sparen zu wollen – 2022 war es noch ein Drittel. Wenn Einsparungen vorgenommen werden, betrifft dies am häufigsten Weihnachtsmärkte (33 %, 2023: 37 %, 2022: 46 %). Trotz dieser insgesamt positiven Tendenzen nehmen Preisvergleiche (56 %) und Preissteigerungen (59 %) weiterhin großen Einfluss auf das Konsumverhalten zur Weihnachtszeit.



Services beim Weihnachtsshopping vor allem bei Jüngeren beliebt

Services beim Weihnachtsshopping, die Bestell- und Zustellmöglichkeiten sowie die Auswahl des idealen Geschenks erleichtern, sind gefragt – vor allem bei der jüngeren Generation. Zu den beliebtesten Angeboten gehören die Möglichkeit, Produkte als Geschenk verpacken zu lassen (42 %, 18- bis 29-Jährige: 56 %), im Onlineshop beispielsweise nach Anlässen zu filtern (37 %, 18- bis 29-Jährige: 54 %) sowie Personalisierungen in Form von Grußkarten (30 %, 18- bis 29-Jährige: 48 %) oder am Produkt selbst (27 %, 18- bis 29-Jährige: 46 %). Auch vorgefertigte Geschenkkörbe kommen bei den 18- bis 29-Jährigen gut an (44 %).

Versandkostenfreie Lieferung ist Top-Kriterium für Konsument:innen

Die Mehrheit der Konsument:innen legt beim Geschenkekauf Wert auf eine versandkostenfreie Lieferung (74 %) und Rücksendung (59 %). Damit ist die kostenfreie Lieferung aus Konsumentensicht sogar etwas wichtiger als Angebote und Rabatte (70 %) – mit einer Abweichung bei den 18- bis 29-Jährigen: Bei ihnen liegt der Fokus klar auf günstigen Deals (76 %). Entsprechend spielen auch Marktplätze mit Waren aus Asien im Weihnachtsgeschäft eine Rolle: 12 Prozent der Befragten planen via Temu und Co. Weihnachtsgeschenke zu kaufen, unter den Jüngeren ist es knapp ein Fünftel (19 %).

Wörter der Meldung: 434

Zeichen (inkl. Leerzeichen): 3.095

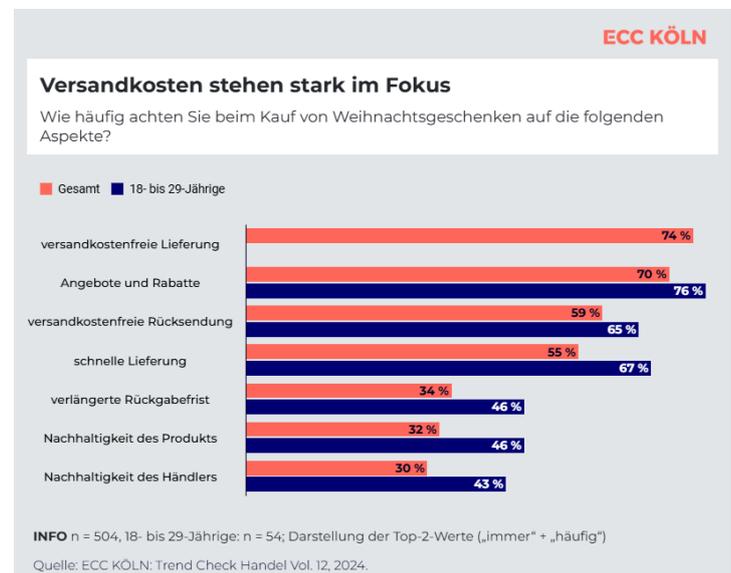
Die Grafiken können zur journalistischen Weiterverwendung hier heruntergeladen werden:

[Grafik 1](#)

[Grafik 2](#)

[Grafik 3](#)

Daten und Grafiken aus dieser Pressemitteilung dürfen nur im Rahmen journalistischer oder redaktioneller Zwecke genutzt werden. Die werbliche und kommerzielle Nutzung sowie Aufbereitung für eine vertragsbasierte Weitervermarktung sind untersagt. Dies gilt insbesondere für Statistikportale.



Über den Trend Check Handel

Mit dem „Trend Check Handel“ analysiert das ECC KÖLN in Zusammenarbeit mit Salesforce regelmäßig bevölkerungsrepräsentativ das Stimmungsbild zum Konsumverhalten in Deutschland. Für die vorliegende elfte Befragungswelle wurden im Oktober 2024 rund 500 Konsument:innen in einer repräsentativen Onlinebefragung zu ihrem Einkaufsverhalten vor dem Hintergrund aktueller Krisen, Konsumtrends und zur Konsumstimmung befragt. Im Fokus der aktuellen Befragung standen neben den Aktionstagen Black Friday und Cyber Monday, das diesjährige Weihnachtsgeschäft sowie die wirtschaftlichen Entwicklungen im Einzelhandel.

Mehr Informationen sowie die gesamte Erhebung gibt es [hier zum kostenfreien Download](#).

Auch im Rahmen der Expertenvorträge der ECC WEB TALKS wird der Trend Check Handel präsentiert. Am 28.11.2024 um 11 Uhr geben Studienautor Dr. Ralf Deckers und Nino Bergfeld von Salesforce Einblick in die Studienergebnisse. Jetzt kostenfrei zum ECC WEB TALK „Der Blick in den Rückspiegel – was war, was ist, was wird“ [anmelden](#).

Über das ECC KÖLN

Seit 1999 ist das ECC KÖLN als Tochtermarke des renommierten IFH KÖLN (Institut für Handelsforschung) eine treibende Kraft im E-Commerce. Unser Ziel ist es, Händlern, Herstellern und Lösungsanbietern eine einzigartige und exklusive Wissens-, Beratungs- und Networking-Plattform zu bieten, um sie fit für die Zukunft des Handels zu machen. Mit unserem Netzwerk ECC CLUB haben wir eine inspirierende und stark vernetzte Community aus allen Handelsbranchen geschaffen. Unsere Strategiefachleute rund um ECC NEXT begleiten Unternehmen strategisch in die digitale Zukunft.

Mehr unter: www.ecckoeln.de