

# WEIHNACHTSSTUDIE 2016



November  
2016

Händlerbund  
Weihnachtsstudie



404

befragte  
Online-Händler



# Inhaltsverzeichnis

|   |    |
|---|----|
| Vorwort .....   | 3  |
| 1   Die Vorbereitungen laufen .....                     | 4  |
| 2   Positive Umsatzerwartungen .....                    | 5  |
| 3   Schwierigkeiten im Weihnachtsgeschäft .....         | 6  |
| 4   Stärkste Verkaufskanäle im Weihnachtsgeschäft ..... | 7  |
| 5   Rush Hour im Weihnachtsgeschäft .....               | 8  |
| 6   Hilfestellung im Marketing gewünscht .....          | 9  |
| 7   Branchen und Bestseller .....                       | 10 |
| Die Ergebnisse .....                                    | 11 |
| Händlerbund .....                                       | 12 |
| Kontakt .....   | 13 |



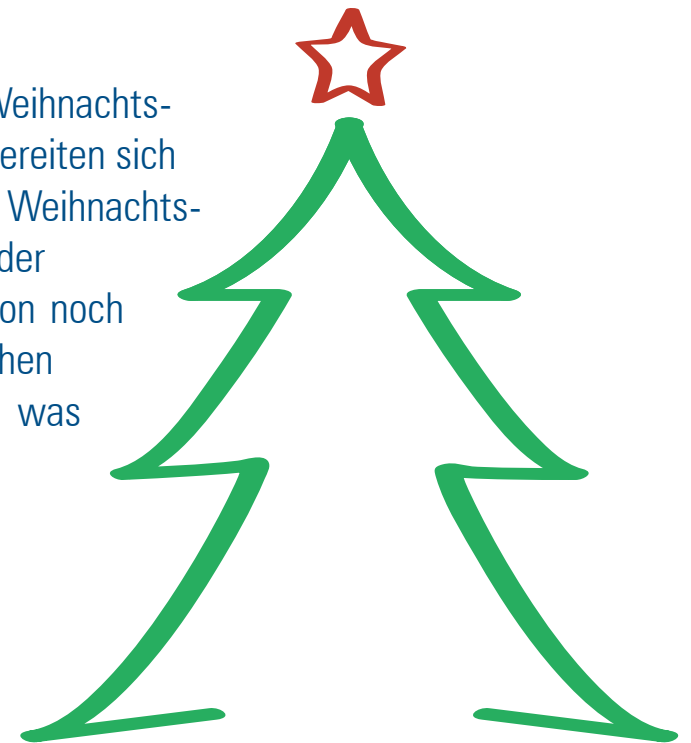
WIR BEFRAGTEN

404 HÄNDLER

## VORWORT WEIHNACHTSSTUDIE 2016

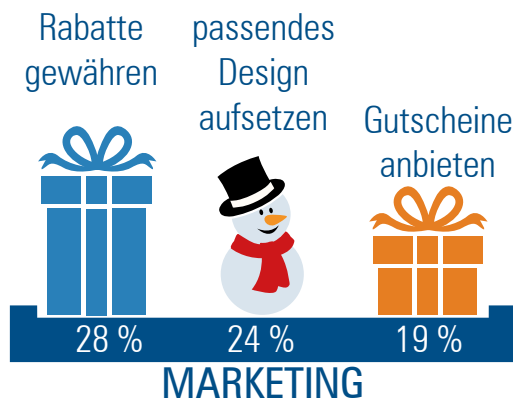
Alle Jahre wieder führt der Händlerbund seine Weihnachtsstudie im Online-Handel durch. In diesem Jahr bereiten sich deutlich mehr Online-Händler gezielt auf das Weihnachtsgeschäft vor. Die Mehrzahl erwartet mit Beginn der Adventszeit eine Umsatzsteigerung und geht von noch besseren Geschäften als im Vorjahr aus. In welchen Bereichen Händler Schwierigkeiten sehen und was ihre Bestseller im Weihnachtsgeschäft sind, verraten die Ergebnisse.

Befragungszeitraum  
November 2016



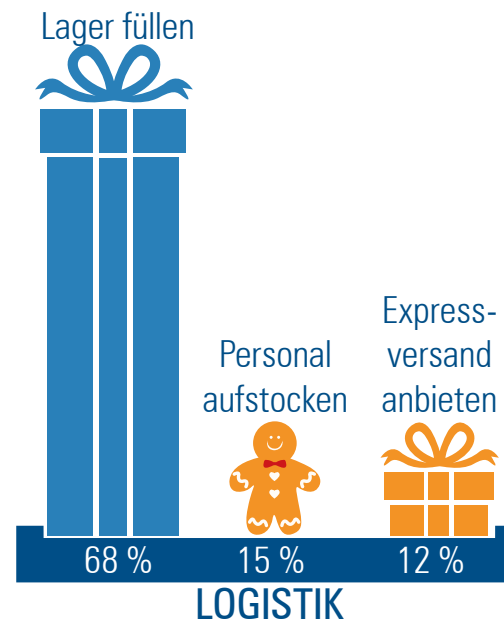
## 1 | DIE VORBEREITUNGEN LAUFEN

Genau wie im Vorjahr sind die Lager der meisten Online-Händler bereits gefüllt. Auch Rabattaktionen und Werbeanzeigen stehen bei den Vorbereitungen hoch im Kurs. Im Vorjahr gab es noch mehr als doppelt so viele „Weihnachtsmuffel“ wie heute. Nur noch jeder Sechste verzichtet mittlerweile auf Vorbereitungen für Weihnachten. Im Kundenservice treffen die wenigsten Online-Händler besondere Maßnahmen.



## WELCHE VORBEREITUNGEN TREFFEN SIE IM WEIHNACHTSGESCHÄFT?

\* Mehrfachnennung möglich

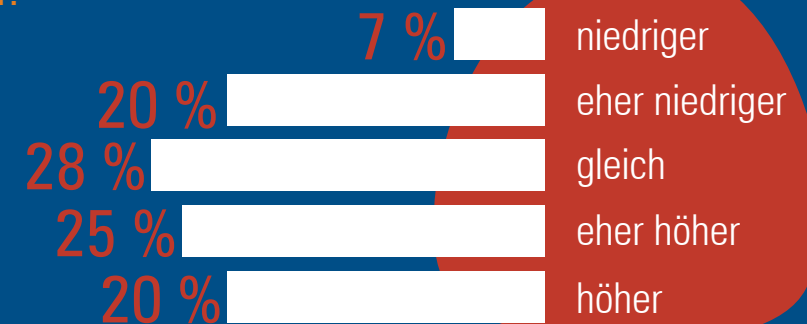


„IM LETZTEN JAHR  
GAB ES NOCH  
DOPPELT SO VIELE  
WEIHNACHTSMUFFEL  
WIE IN DIESEM JAHR“

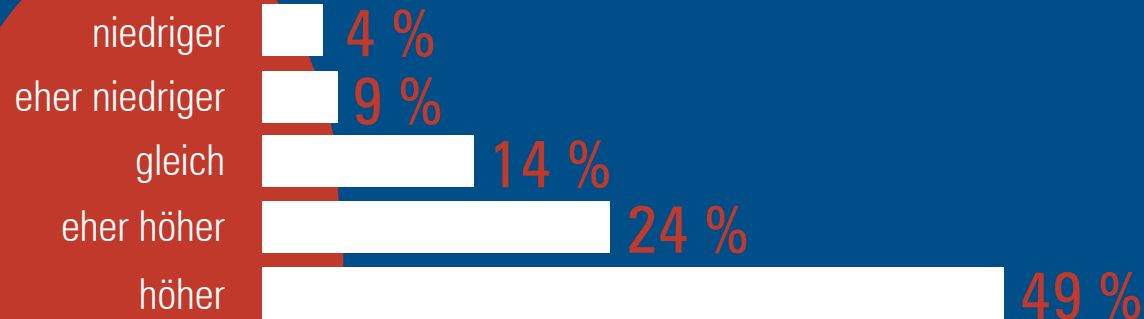
## 2 | POSITIVE UMSATZERWARTUNGEN

Knapp die Hälfte der Befragten erwartet einen höheren Umsatz im Vergleich zum Weihnachtsgeschäft des Vorjahres. Gut ein Viertel von ihnen befürchtet sinkende Umsätze im Vorjahresvergleich.

### WIE SCHÄTZEN SIE DEN UMSATZ IN DER WEIHNACHTSZEIT 2016 GEGENÜBER DEM VORJAHR EIN?



### MIT WELCHEM UMSATZ RECHNEN SIE IN DER WEIHNACHTSZEIT IM VERGLEICH ZUM REST DES JAHRES?



Fast drei Viertel der Online-Händler glauben, dass ihr Umsatz zum Weihnachtsgeschäft höher ausfallen wird als im Rest des Jahres.

### 3 | SCHWIERIGKEITEN IM WEIHNACHTSGESCHÄFT

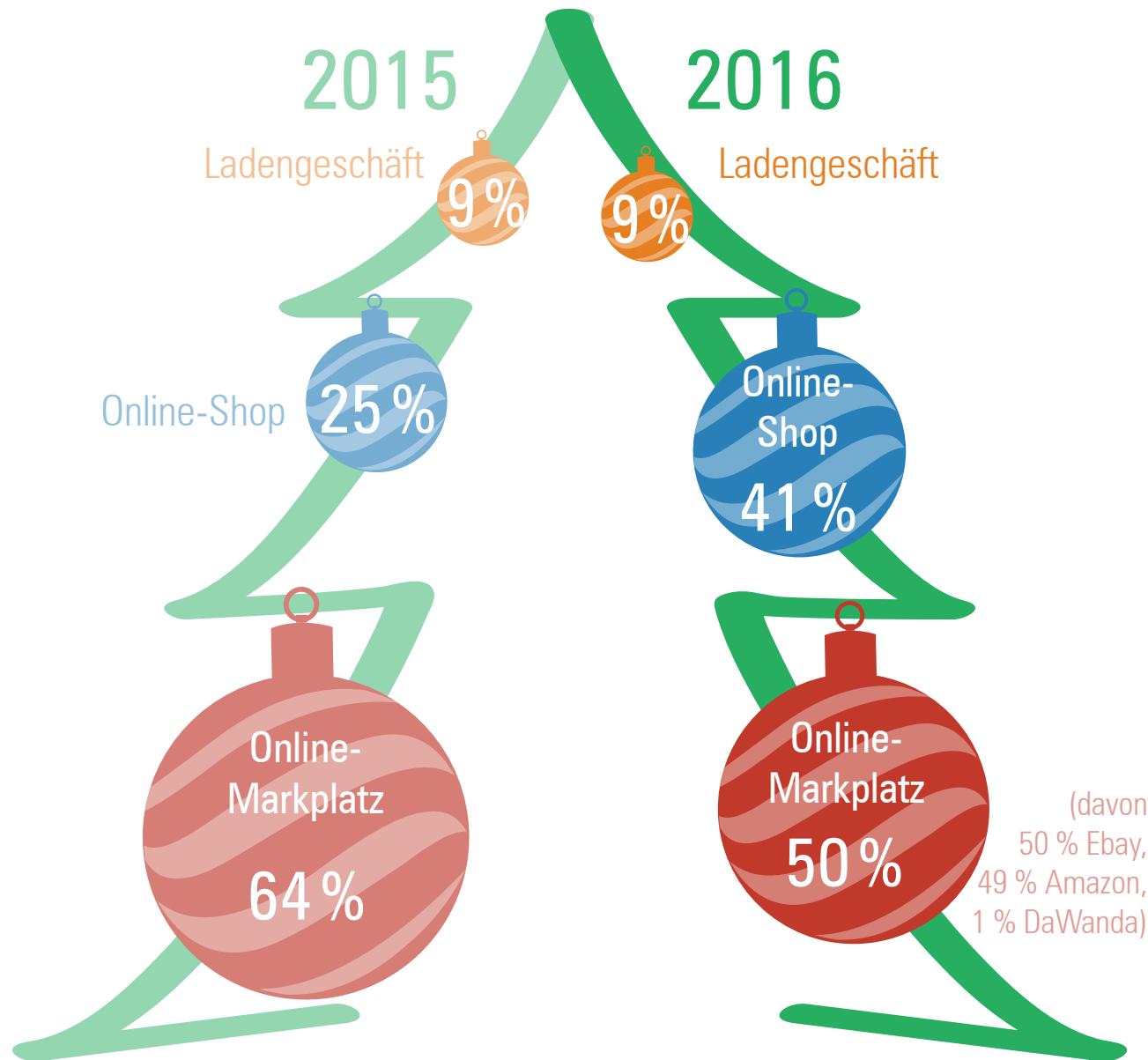
Genau wie im Vorjahr befürchten Online-Händler im Weihnachtsgeschäft vor allem viele Retouren, Kundenbeschwerden und Lieferprobleme. Die Zahl derer, die gar keine Probleme erwarten, hat sich im Vergleich zum Vorjahr (2015: 77 %) drastisch reduziert.

#### WELCHE SCHWIERIGKEITEN ERWARTEN SIE IM WEIHNACHTSGESCHÄFT?

\* Mehrfachnennung möglich



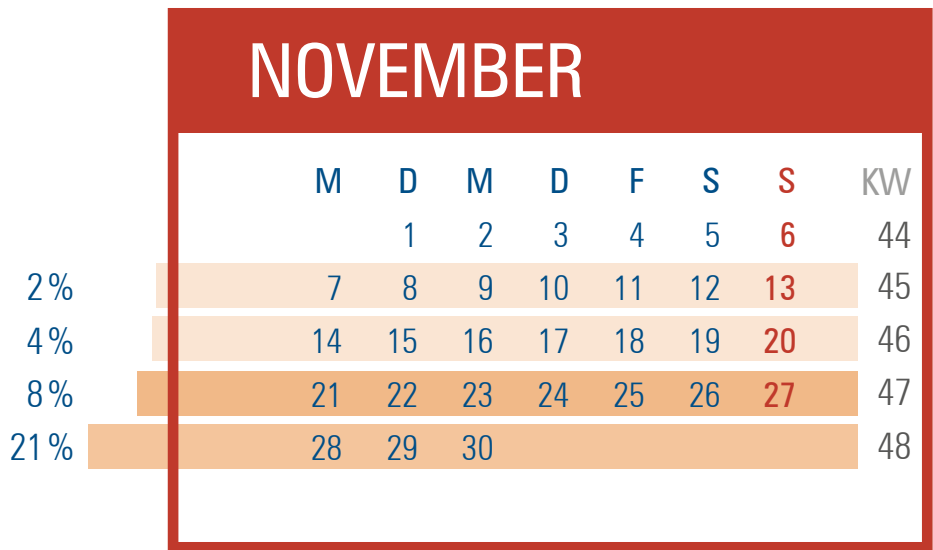
## ÜBER WELCHEN KANAL ERWARTEN SIE DEN MEISTEN GEWINN?



## 4 | STÄRKSTE VERKAUFSKANÄLE IM WEIHNACHTSGESCHÄFT

Online-Marktplätze gelten als wichtigste Verkaufskanäle für Online-Händler. Die Marktriesen Amazon und Ebay werden von Online-Händlern gleichstark eingeschätzt.

„DIE BEDEUTUNG DES ONLINE-SHOPS ALS VERKAUFSKANAL HAT SICH IM VERGLEICH ZUM LETZTEN JAHR FAST VERDOPPELT.“



### 5 | RUSH HOUR IM WEIHNACHTSGESCHÄFT

In diesem Jahr erwarten Online-Händler das Weihnachtsgeschäft schon etwas früher und rechnen ab dem 1. Advent mit einem Ansturm im Geschäft. Die verkaufsstärkste Woche wird wieder in KW 49 sein. Rein statistisch ist die E-Commerce „Rush Hour“ des Jahres am 11. Dezember 2016 um 20 Uhr.

„STATISTISCH GESEHEN IST  
AM 11. DEZEMBER 2016 DER  
VERKAUFSSTÄRKSTE TAG.“

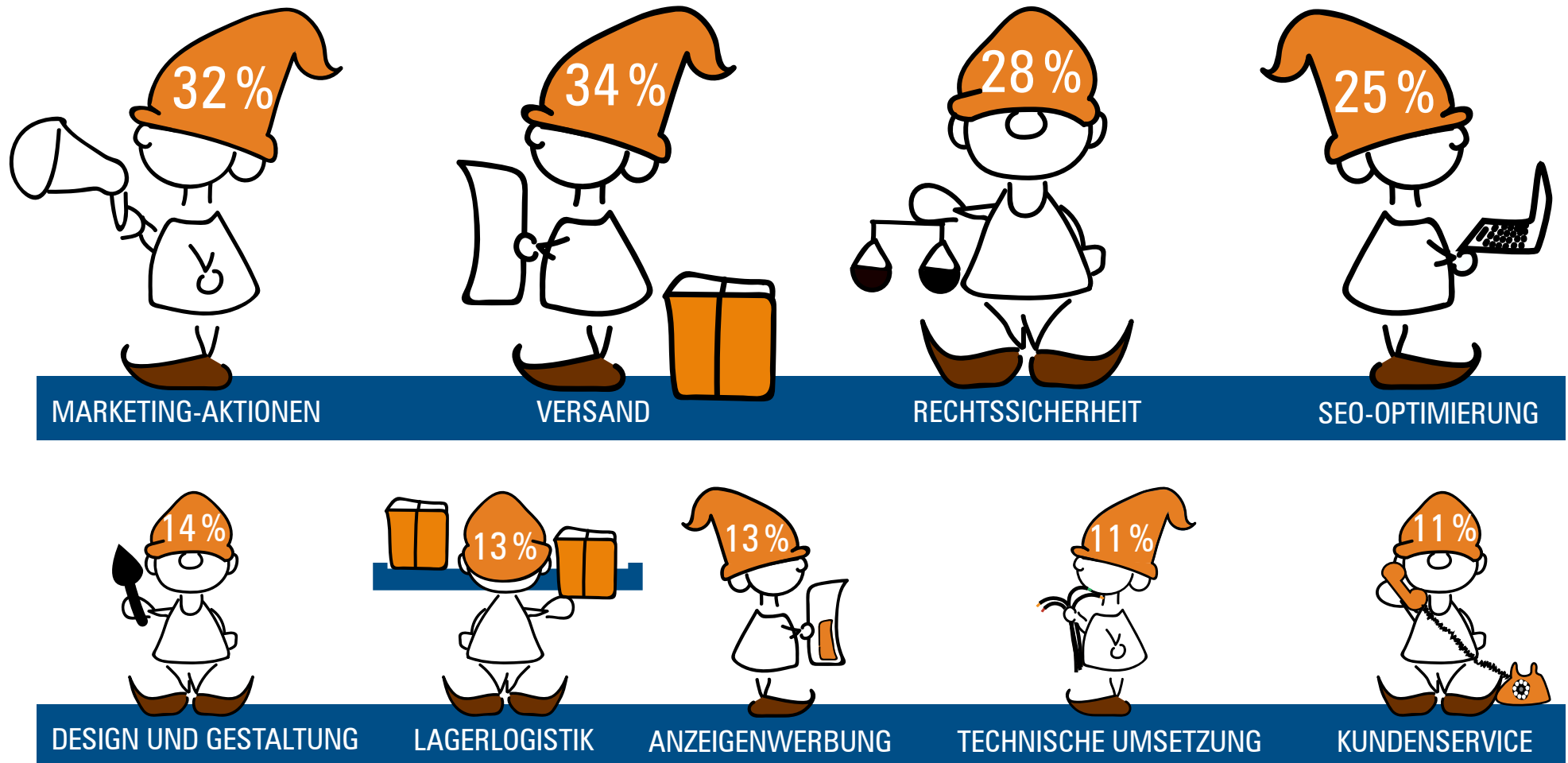




## 6 | HILFSTELLUNG IM MARKETING GEWÜNSCHT

Noch immer ist das Thema Marketing im Weihnachtsgeschäft nicht das Steckenpferd vieler Online-Händler. Auch den Versand, SEO und die Rechtssicherheit im Online-Shop wollen viele Online-Händler verbessern.

IN WELCHEM BEREICH WÜNSCHEN SIE SICH NOCH UNTERSTÜTZUNG FÜR DIE VORBEREITUNG DES WEIHNACHTSGESCHÄFTS? \* Mehrfachnennung möglich



## 7 | BRANCHEN UND BESTSELLER

### DIE BEFRAGTEN HÄNDLER VERKAUFEN PRODUKTE DER KATEGORIEN:

\* Mehrfachnennung möglich



### KURIOSE BESTSELLER:

Steaks, Weihnachts-Dessous, Panzerglas, Einhorn-Hausschuhe, individualisierte Gartenzwerge

# DIE ERGEBNISSE

## IM ÜBERBLICK

**17%** der Händler treffen keine besonderen Vorkehrungen.

**44%** der Befragten befürchten eine erhöhte Retourenquote.

**45%** rechnen mit einem Umsatzanstieg im Vergleich zum Weihnachtsgeschäft 2015.

**AM 11.12.**  
**UM 20 Uhr** wird in diesem Jahr die Rush Hour der Online-Weihnachtseinkäufe erwartet.

**50%** der Händler erwarten den größten Gewinnanteil über Online-Marktplätze.

# ÜBER DEN HÄNDLERBUND

Als größter Onlinehandelsverband Europas ist der Händlerbund Sprachrohr und Partner der E-Commerce-Branche. Der Verband fördert den Austausch zwischen Händlern und Dienstleistern, um den digitalen als auch stationären Handel nachhaltig zu unterstützen und zukunftsfähig auszurichten. Durch die europaweite Interessenvertretung und Bündelung verschiedener Dienstleistungen gestaltet der Händlerbund mit seinen Mitgliedern und Partnern aktiv die Branche.

## ECKDATEN

über 50.000  
geschützte  
Onlinepräsenzen

Größter  
Onlinehandelsverband  
Europas

Einer der führenden  
Rechtstextanbieter  
im Internet

2008 gegründet

# KONTAKT

Händlerbund e. V.  
ARCUS Park  
Torgauer Straße 233  
04347 Leipzig

Vertreten durch den Bundesvorsitzenden  
Herrn Andreas Art

Telefon: 0341 / 926 59 0  
Telefax: 0341 / 926 59 100  
E-Mail: [info@haendlerbund.de](mailto:info@haendlerbund.de)  
Internet: [www.haendlerbund.de](http://www.haendlerbund.de)

eingetragen im Vereinsregister des  
Amtsgerichtes Leipzig  
Registernummer VR 4663

Dieser Bericht dient ausschließlich Informationszwecken.  
Die enthaltenen Empfehlungen und Ratschläge wurden in  
gutem Glauben erstellt. Der Händlerbund übernimmt keine  
Haftung.

© Händlerbund 2016



Händlerbund-Studie  
November 2016

**WEIHNACHTS  
STUDIE 2016**

**WIR FRAGTEN  
404 HÄNDLER  
NACH IHREN  
ERWARTUNGEN  
ZUM WEIHNACHTS-  
GESCHÄFT.**