

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



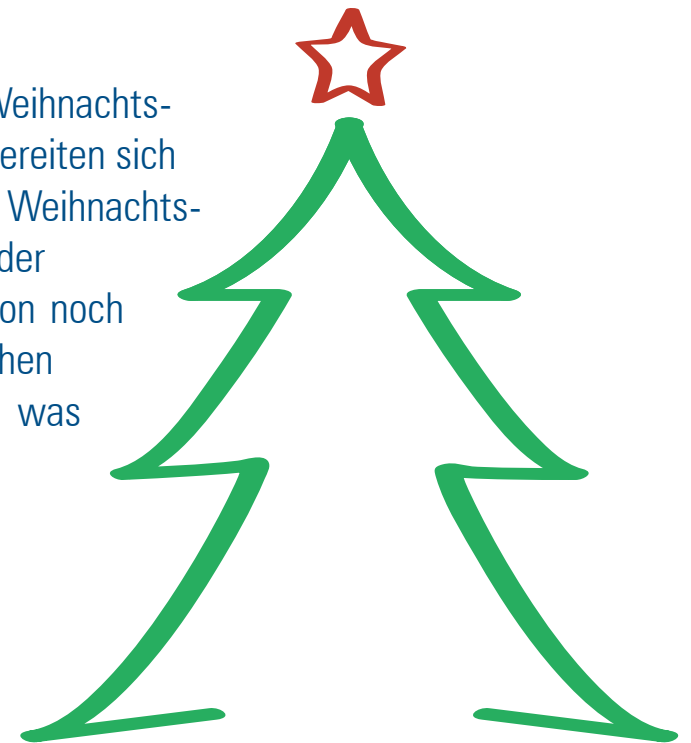
WIR BEFRAGTEN

404 HÄNDLER

VORWORT WEIHNACHTSSTUDIE 2016

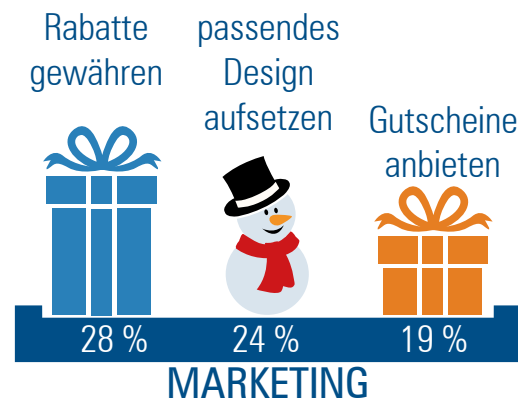
Alle Jahre wieder führt der Händlerbund seine Weihnachtsstudie im Online-Handel durch. In diesem Jahr bereiten sich deutlich mehr Online-Händler gezielt auf das Weihnachtsgeschäft vor. Die Mehrzahl erwartet mit Beginn der Adventszeit eine Umsatzsteigerung und geht von noch besseren Geschäften als im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

Befragungszeitraum
November 2016



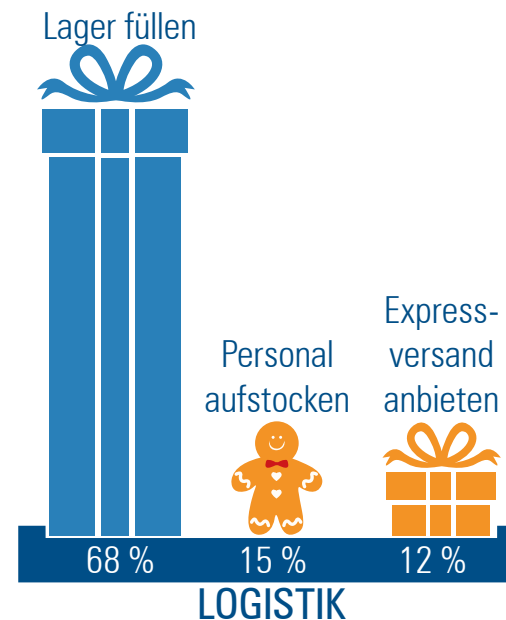
1 | DIE VORBEREITUNGEN LAUFEN

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

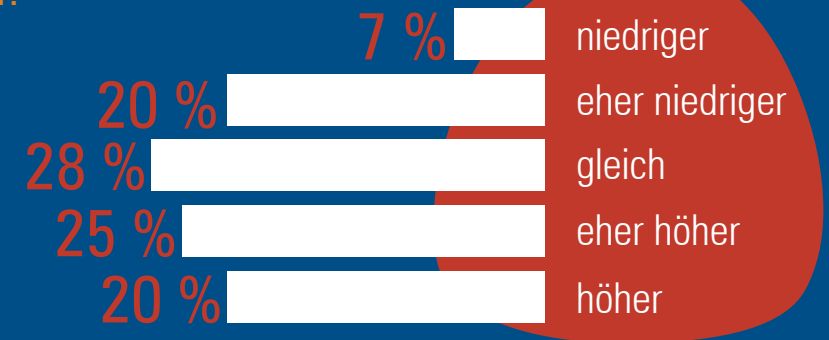


„IM LETZTEN JAHR GAB ES NOCH DOPPELT SO VIELE WEIHNACHTSMUFFEL WIE IN DIESEM JAHR“

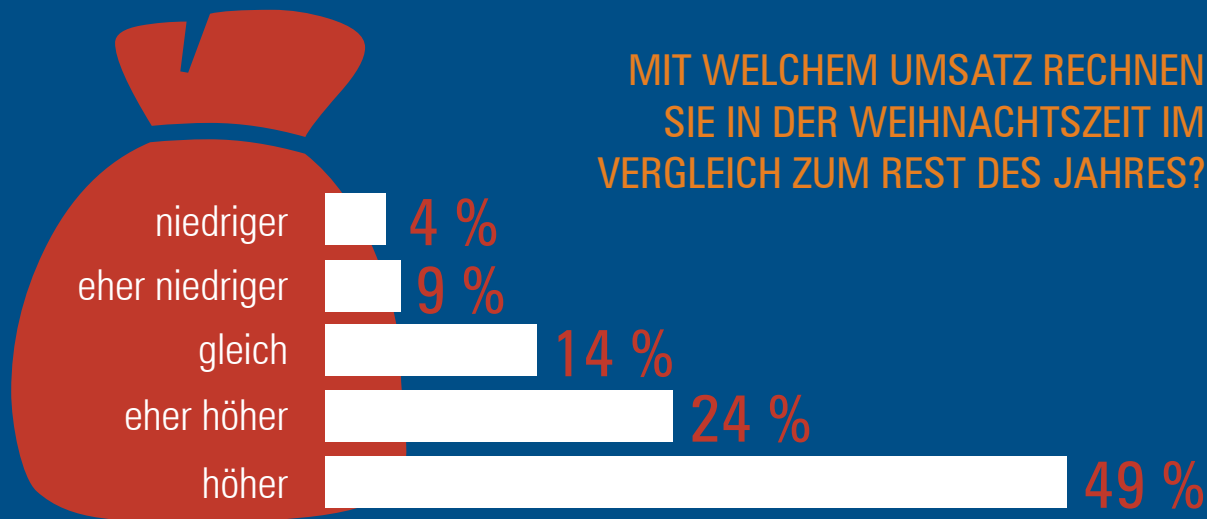
2 | POSITIVE UMSATZERWARTUNGEN

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

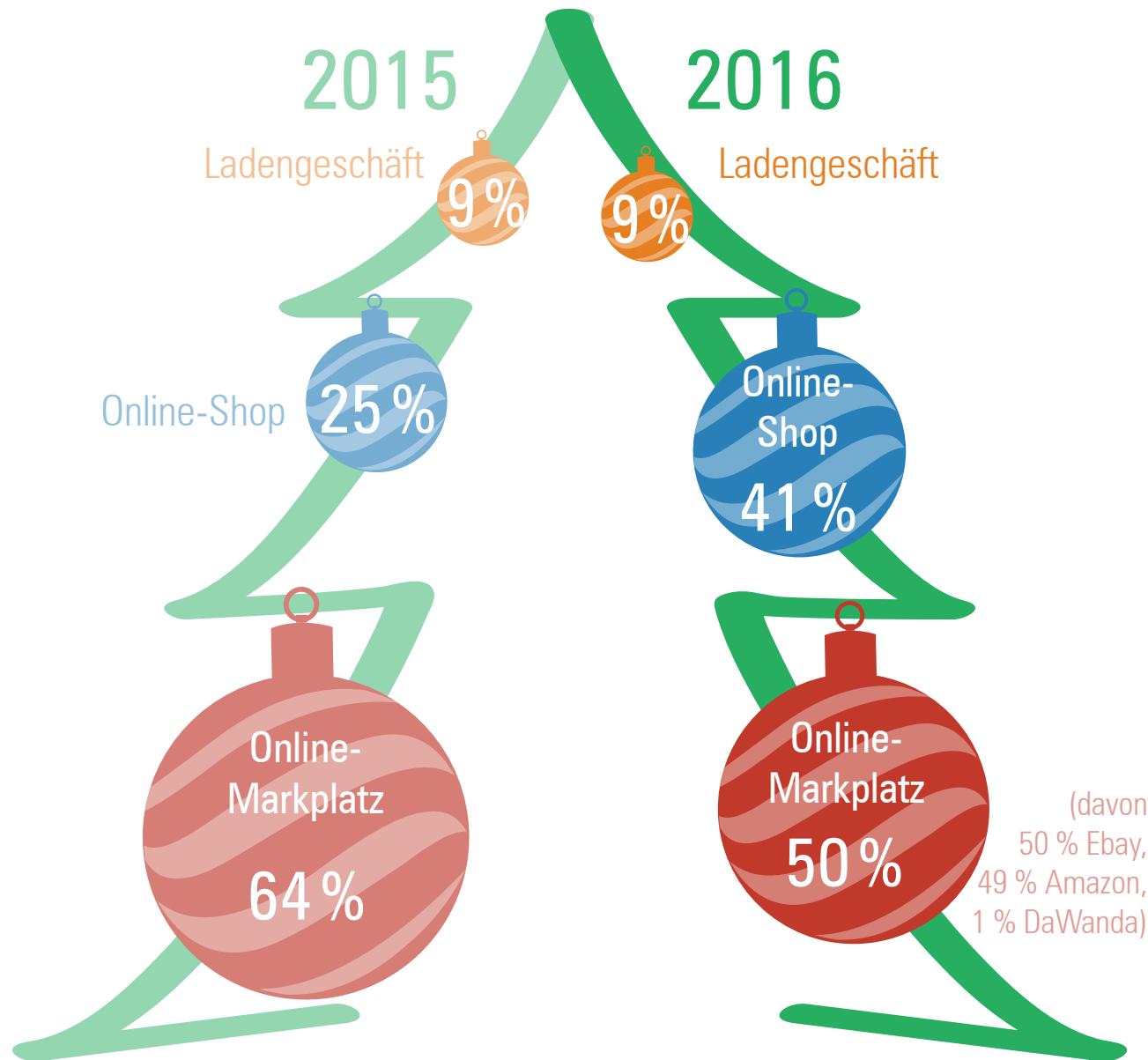
Genau wie im Vorjahr befürchten Online-Händler im Weihnachtsgeschäft vor allem viele Retouren, Kundenbeschwerden und Lieferprobleme. Die Zahl derer, die gar keine Probleme erwarten, hat sich im Vergleich zum Vorjahr (2015: 77 %) drastisch reduziert.

WELCHE SCHWIERIGKEITEN ERWARTEN SIE IM WEIHNACHTSGESCHÄFT?

* Mehrfachnennung möglich



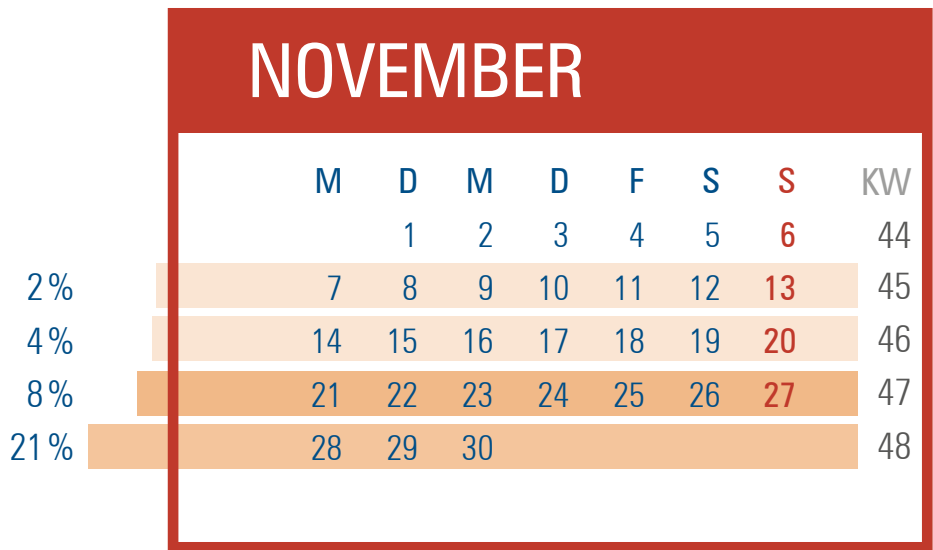
ÜBER WELCHEN KANAL ERWARTEN SIE DEN MEISTEN GEWINN?



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.

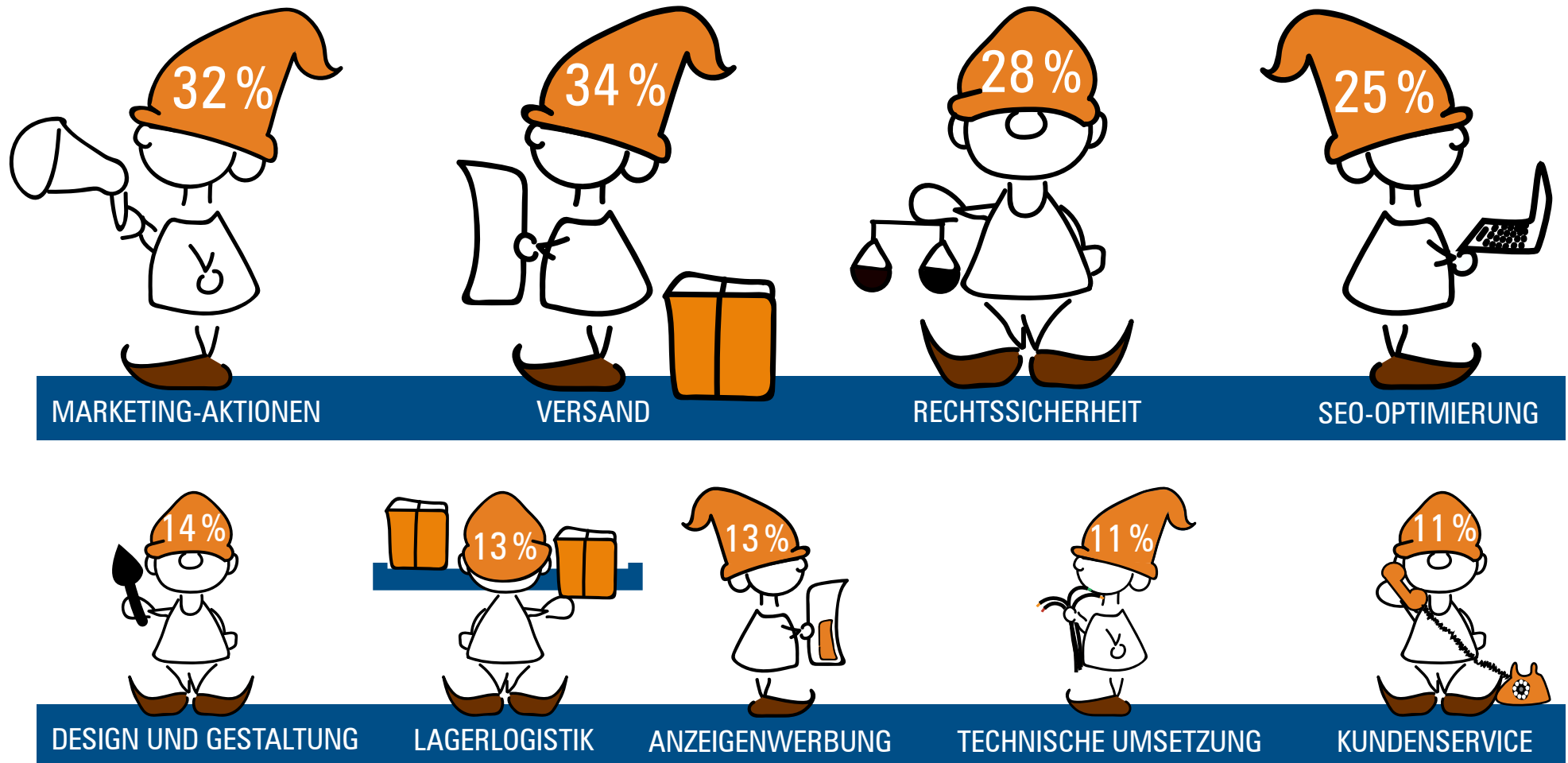
„STATISTISCH GESEHEN IST
AM 11. DEZEMBER 2016 DER
VERKAUFSSTÄRKSTE TAG.“



6 | HILFESTELLUNG 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
Internet: 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.**