

PRESSEMITTEILUNG

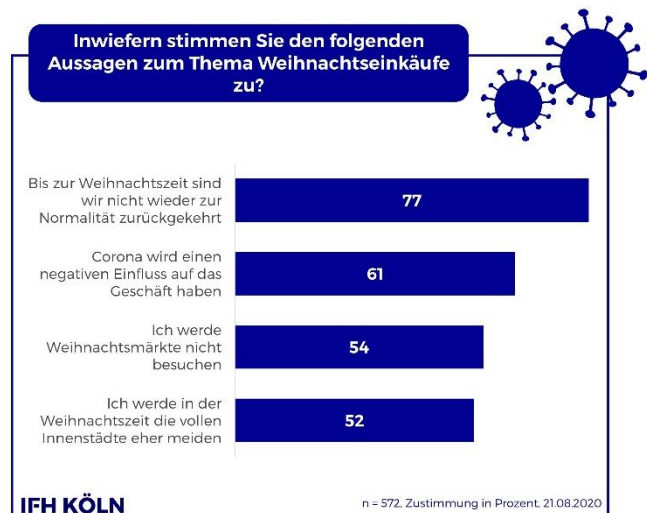
CORONA CONSUMER CHECK: WEIHNACHTSGESCHÄFT 2020 VERSCHIEBT SICH MEHR RICHTUNG ONLINE

*Weihnachten 2020 steht unter dem Einfluss der Coronapandemie und deren Auswirkungen. Die Folgen: Weniger Kund*innen in den Innenstädten und auf Weihnachtsmärkten, mehr Zuwachs für den Onlinekanal.*

Köln, 08. September 2020 — Während in deutschen Supermärkten seit einigen Tagen schon Lebkuchen, Spekulatius und Co. in den Regalen stehen, wurden mancherorts die ersten Weihnachtsmärkte im „Coronajahr“ 2020 bereits abgesagt. Weihnachten wird in diesem Jahr unter Coronavoraussetzungen stattfinden, was für einige Konsumentinnen und Konsumenten teilweise mit Einschränkungen verbunden ist. So werden viele in diesem Jahr Innenstädte und Weihnachtsmärkte meiden und Einkäufe eher online tätigen – so die neuesten Daten des Corona Consumer Check vom IFH Köln in Zusammenarbeit mit Sitecore und ecx.io, Teil der Agenturfamilie IBM iX.

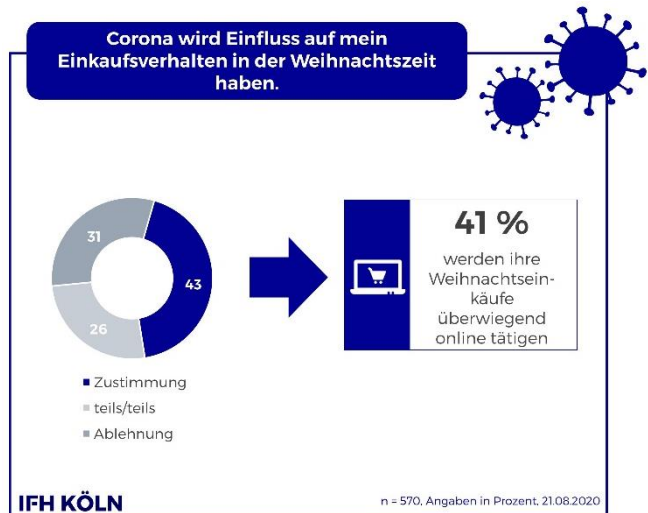
Weihnachtsgeschäft 2020 im Schatten von Corona

77 Prozent der deutschen Konsumentinnen und Konsumenten rechnen damit, dass die Weihnachtszeit in diesem Jahr wegen Corona unter besonderen Voraussetzungen stattfinden wird. Die Mehrheit der für den Corona Consumer Check befragten Konsument*innen geben an, Weihnachtsmärkte und Innenstädte in der Weihnachtszeit meiden zu wollen. Die Auswirkungen der Pandemie auf das Weihnachtsgeschäft deuten 61 Prozent negativ.



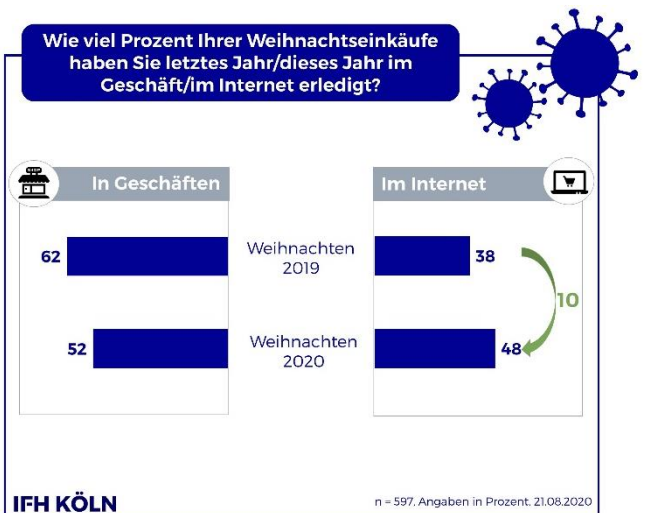
Corona hat Einfluss auf Einkaufsverhalten in der Weihnachtszeit

43 Prozent der befragten Konsumentinnen und Konsumenten erwarten dieses Jahr ein verändertes Einkaufsverhalten in der Weihnachtszeit – bei 41 Prozent der Befragten bedeutet das, den Großteil der Weihnachtseinkäufe online zu tätigen. 31 Prozent geben an, sich von der Coronapandemie nicht in ihrem Einkaufsverhalten in der Weihnachtszeit beeinflussen zu lassen.



Onlinekanal profitiert von Weihnachtsgeschäft

Der Onlinekanal ist nach wie vor Gewinner der Coronakrise – auch im Weihnachtsgeschäft. Die befragten Konsument*innen planen in diesem Jahr ihre Einkäufe um zehn Prozentpunkte mehr online zu tätigen als in der vergangenen Weihnachtssaison. Damit sind die Weihnachtseinkäufe stationär und online nahezu gleich verteilt (52 % stationär, 48 % online). Es ist somit mit einer Kanalverschiebung für das Weihnachtsgeschäft 2020 zu rechnen.



Wörter der Meldung: 303

Zeichen (inkl. Leerzeichen): 2.281

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 ist untersagt. Dies gilt insbesondere für Statistikportale.

Über die Daten

Anlässlich der aktuellen Coronakrise analysiert das IFH Köln im Rahmen des neuen „Corona Consumer Check“ bevölkerungsrepräsentativ das Stimmungsbild zum Konsumverhalten in der deutschen Gesellschaft. Hierfür werden 500 Deutsche in einer repräsentativen Onlinebefragung zu ihrem Einkaufsverhalten befragt. Die erste Erhebung fand in KW 12 statt, eine zweite in KW 16 und eine dritte in KW 19. Es folgte eine vierte Erhebung in KW 24 in Zusammenarbeit mit Sitecore und ecx.io, Teil der Agenturfamilie IBM iX. Die vorliegenden, aktuellen Daten wurden in KW 34 ebenfalls in Zusammenarbeit mit Sitecore und ecx.io erhoben.

Mehr Informationen zum „Corona Consumer Check“ sowie die kompletten fünf Studien gibt es zum Download unter: <https://corona.ifhkoeln.de/>

Auch im Rahmen der Expertenvorträge der [ECC WEB TALKS](#) wird der Corona Consumer Check aufgegriffen.

Am 08.10. um 14 Uhr geht es im Vortrag „GAMECHANGER Corona – Erosion im Einzelhandel?“ von IFH-Geschäftsführer Dr. Kai Hudetz und Jochen Schnell, Schnell Consult, darum, welche gravierenden Veränderungen zu erwarten sind und welche konkreten Chancen sich daraus für den Handel in unterschiedlichen Kategorien und an verschiedenen Standorten ableiten lassen.

Jetzt kostenfrei [anmelden](#).

Die letzten drei Webinare können Sie eine Woche lang auf der [Website](#) der ECC WEB TALKS bequem noch einmal anschauen. Als ECC Club-Mitglied haben Sie im Mitgliederbereich exklusiv Zugriff auf alle bereits durchgeführten Webinare.

Über das IFH Köln

Als Brancheninsider liefert das IFH Köln Informationen, Marktforschung und Beratung zu handelsrelevanten Fragestellungen rund um eine erfolgreiche Gestaltung der Zukunft und der Entwicklung passender Geschäftsmodelle. Das IFH Köln ist erster Ansprechpartner für unabhängige, fundierte Daten, Analysen und Strategien, die Unternehmen und Handelsstandorte erfolgreich und zukunftsfähig machen. Durch die Betrachtung von Märkten, Kunden und dem Wettbewerb, bietet das IFH Köln einen 360°-Blick für die Strategieableitung bei handelsrelevanten Themen. In maßgeschneiderten Projekten werden Kunden bei strategischen Fragen rund um Digitalstrategien, bei der Entwicklung neuer Märkte und Zielgruppen oder bei Fragen der Kanalexzellenz unterstützt. Mit der Tochtermarke ECC Köln ist das IFH Köln seit 1999 im E-Commerce aktiv und widmet sich dem Community- und Knowhow-Transfer für die Digitalisierung im Handel.

Mehr unter: www.ifhkoeln.de

Über Sitecore

Sitecore stellt eine Plattform für digitale Kundenerlebnisse bereit, mit deren Hilfe die intelligentesten Marken der Welt lebenslange Beziehungen zu ihren Kunden aufbauen können. Als ein vielfach ausgezeichneter Marktführer ist Sitecore das einzige Unternehmen, das Content, E-Commerce und Daten auf einer vernetzten Plattform zusammenführt, um mehr als 500.000 digitale Kundenerlebnisse pro Tag bereitzustellen. Führende Unternehmen wie American Express, ASOS, Carnival Cruise Lines, Kimberly-Clark, L'Oréal und Volvo Cars vertrauen auf Sitecore bei der Bereitstellung von ansprechenderen personalisierten Erlebnissen für ihre Kunden. Weitere Informationen finden Sie auf Sitecore.com.

Über ecx.io

[ecx.io](#) ist eine der erfolgreichsten Digital-Agenturen Europas — und als Teil der IBM iX Agenturfamilie auch eine der größten weltweit. An den ecx.io Standorten in Düsseldorf, Bracknell, Varaždin, Wels, Graz, Wien, Zagreb und Bangalore lösen über 440 Unternehmer, Kreative, Strategen, Denker und Geeks Herausforderungen rund um Digital Marketing und Commerce. Wir denken größer als Agenturen und kreativer als Beratungsunternehmen – mit der Power integrativer Lösungen.