

Weihnachtszeit ist Online-Zeit - 25 Prozent der Onlinekäufe erfolgen zu Weihnachten

❌ Keine Überfüllten Einkaufszentren, kein Schlange-stehen an den Kassen und keine Parkplatzsuche in der Innenstadt. Diese Argumente werden immer wieder genannt, warum Online-Shopping zu Weihnachten so beliebt ist. Eine Prognose des HDE bestätigt dies nun.

So kaufen die Deutschen zum Christfest.

Dass der Online-Handel Jahr für Jahr wächst, ist weithin bekannt. Weniger bekannt hingegen ist, wie hoch eigentlich der Anteil ist, den die Deutschen zum Weihnachtsgeschäft im Internet umsetzen. Gemeinhin hört man immer die Aussage: "Das Weihnachtsgeschäft ist die umsatzstärkste Zeit des Jahres".

Der Handelsverband Deutschland (HDE) hat in einer Prognose diese Aussage einmal untersucht und kommt zu folgendem Ergebnis: Jeder 4. Online-Euro wird zu Weihnachten ausgegeben. Das entspricht in etwa einem Umsatzvolumen von 7,5 Milliarden Euro.



Shopbetreiber verschenken Umsatz

Doch könnten deutschen Online-Händler gerade zu Weihnachten noch mehr Umsatz generieren, wenn ihnen nicht immer wieder handwerkliche Fehler unterlaufen würden. Eine repräsentative Umfrage unter 1.000 Internet-Nutzern von TNS Emnid im Auftrag von Trusted Shops zeigt: Über die Hälfte der deutschen Online-Käufer haben bereits schlechte Erfahrungen gemacht.

Zu den häufigsten Problemen beim Shopping im Internet zählen:

Die angegebene Lieferzeit wurde nicht eingehalten (28 Prozent). Mehr als jeder Vierte hat es schon erlebt, dass Pakete trotz der Angaben im Online-Shop nicht pünktlich ankamen. Besonders ärgerlich kann dies werden, wenn man seine Weihnachtsgeschenke auf die letzte Minute kauft.

Die falsche Ware wurde geliefert (21 Prozent). Jeder Fünfte hat schon einmal Ware erhalten, die er gar nicht bestellt hat.

Bei mehr als jedem Zehnten (13 Prozent) kam die Bestellung gar nicht an. Das dritthäufigste Problem deutscher Online-Shopper ist es, bestellte Ware gar nicht zu erhalten.

Vor allem bei der Einhaltung der Lieferzeiten können Shopbetreiber bei den Kunden punkten.

Hierbei gilt: Je kürzer desto besser. Denn laut TNS Emnid ist fast jeder Dritte Verbraucher (29 Prozent) bereit für eine garantierte 24-Stunden-Lieferung einen Aufschlag zu bezahlen. Diesen Zusatzservice würden sich die Deutschen bis zu fünf Euro kosten lassen, so ein weiteres Ergebnis der Umfrage.



Auch an einer Geld-zurück-Garantie, wie es sie unter anderem beim Trusted Shops Käuferschutz gibt, möchte jeder vierte Online-Shopper nicht sparen.