

# Verbraucherverhalten – Gen Z tickt anders

Vor allem junge Leute galten lange als Treiber des E-Commerce-Wachstums. Spätestens seit der Corona-Pandemie müssen Händler auf allen Kanälen für alle Altersgruppen attraktiv sein.

In einer Konsumenten-Befragung von YouGov im Auftrag von Manhattan Associates zum Weihnachtsgeschenke-Einkauf<sup>1</sup> sind zwar die ursprünglich aus dem E-Commerce stammenden Aktionstage im November wie der Black Friday für überdurchschnittlich viele jüngere Befragte der Startschuss ihres Weihnachts-Shoppings (18-24-Jährige: 43 Prozent, 25-34-Jährige: 38 Prozent, Durchschnitt: 26 Prozent). Allerdings nutzt diese Tage inzwischen auch der stationäre Einzelhandel großflächig.

Die Anzahl der jungen Menschen, die Geschenke ausschließlich online kaufen wollen, ist nicht größer als der Durchschnitt von 13 Prozent über alle Altersgruppen hinweg. Sie zeigten sich sogar überdurchschnittlich offen, sich von bestimmten Angeboten der stationären Händler noch umstimmen zu lassen. Nur 8 Prozent schlossen das aus – im Gegensatz zum Gesamtdurchschnitt von 30 Prozent.

Dabei agieren die jungen Kaufwilligen besonders vorausschauend: 17 Prozent der 18-24-Jährigen hatten zum Zeitpunkt der Umfrage Ende Oktober schon alle Geschenke beisammen – und waren damit die führende Altersgruppe, dicht gefolgt von den 25-34-Jährigen, während es bei allen Älteren nur 5 bzw. 6 Prozent waren.

Die Ergebnisse machen deutlich, dass Händler ihre Zielgruppen sehr genau kennen sollten, um sie adäquat anzusprechen. Moderne IT-Systeme ermöglichen das kundenindividuell und unabhängig vom Vertriebskanal.

<sup>1</sup>Online-Umfrage der YouGov Deutschland GmbH, an der insgesamt 2.069 Personen zwischen dem 25.10.2021 und 27.10.2021 teilnahmen. Die Ergebnisse wurden gewichtet und sind repräsentativ für die deutsche Bevölkerung ab 18 Jahren.

Was müsste der stationäre Handel bieten, um Sie doch ins Geschäft zu locken, statt Weihnachtsgeschenke ausschließlich online zu kaufen?

Bitte wählen Sie alles Zutreffende aus.\*

Ø aller Befragten

18-24-Jährige

Günstigere Preise (auf Online-Niveau)

39%

40%

Rabatt-Aktionen

25%

55%

Produkte, die es exklusiv nur im Laden und nicht online gibt

21%

13%

Großzügige Umtauschbedingungen

15%

10%

Attraktive Extras (z.B. kleine Geschenke, Gutscheine etc.)

13%

25%

Kompetente, individuelle Beratung

9%

0%

Click & Collect

8%

15%

\*Die Infografik stellt nur eine Auswahl der Antworten dar

