

HANDEL

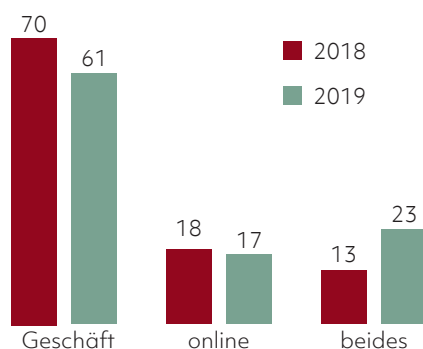
Gutscheinkarten werden meist stationär gekauft

Geschenkgutscheine – als Karte oder in digitaler Form - werden immer beliebter. Das geht aus einer im Juli veröffentlichten Studie von Epay und Plentyco hervor, die auf einer Online-Befragung von 1 000 Verbrauchern im Auftrag durch Pospulse basiert. 96 Prozent derjenigen, die im letzten Jahr selbst einen Gutschein gekauft hatten, gaben dabei an, bereits schon einmal ein Geschenkgutschein erhalten zu haben. Kaufkanal Nummer 1 bleibt weiterhin das stationäre Geschäft (76 Prozent), wobei

Männer Gutscheine weitaus häufiger online kaufen (28 Prozent) als Frauen (19 Prozent). Fast jeder Vierte (23 Prozent) kauft Gutscheine mittlerweile sowohl online als auch offline. 2018 gaben das erst 13 Prozent) an.

Als Gründe für den Gutscheinkartenkauf im stationären Geschäft werden in erster Linie die direkte Verfügbarkeit (35 Prozent) und die Möglichkeit, den Kauf mit dem regulären Einkauf zu verbinden (26 Prozent), angeführt. Dagegen wird der Online-Kauf hauptsächlich mit der Bequemlichkeit, den Gutschein direkt von zu Hause aus kaufen zu können (52 Prozent), verbunden.

Anteil der „Mischkäufer“ deutlich gestiegen



in Prozent; n = 885 Verbraucher, die in den letzten 12 Monaten Gutscheine gekauft haben

Quelle: Epay/Plentyco, Gutscheine im digitalen Zeitalter 2019

Kartenkäufe im stationären Handel sind häufiger geplant (81 Prozent) als Online-Käufe (66 Prozent). Die Planung, eine bestimmte Karte zu einem Zeitpunkt zu kaufen, bestimmt unmittelbar das Kaufverhalten und den Kanal. Findet der Verbraucher die gewünschte Gutscheinkarte nicht im Laden vor, weichen davon 64 Prozent auf ein anderes stationäres Geschäft aus. Offline-Käufer legen darüber hinaus großen Wert auf eine große Auswahl unterschiedlicher Werte der Gutscheine (81 Prozent) und auf eine übersichtliche Anordnung der Karten (80 Prozent). Red.