



Weihnachtsgeschenke 2011 Deutschland

Verbraucherumfrage
zu Kaufabsichten und -gewohnheiten

Das Design der Studie

- ▶ Telefonische Befragung durch ein unabhängiges Marktforschungsinstitut (Valid Research, Bielefeld) Ende Oktober 2011
- ▶ Repräsentative Befragung von 2.000 (volljährigen) Verbrauchern in Deutschland
- ▶ Gegenstand der Befragung waren ausschließlich geplante Käufe von Weihnachtsgeschenken, nicht das generelle Konsumverhalten in der Vorweihnachtszeit
- ▶ Ergebnisse vergleichbarer Studien aus den Jahren 2007 bis 2010 werden – wo dies sinnvoll und aussagekräftig ist – ebenfalls aufgeführt

Ihre Ansprechpartner:

Thomas Harms

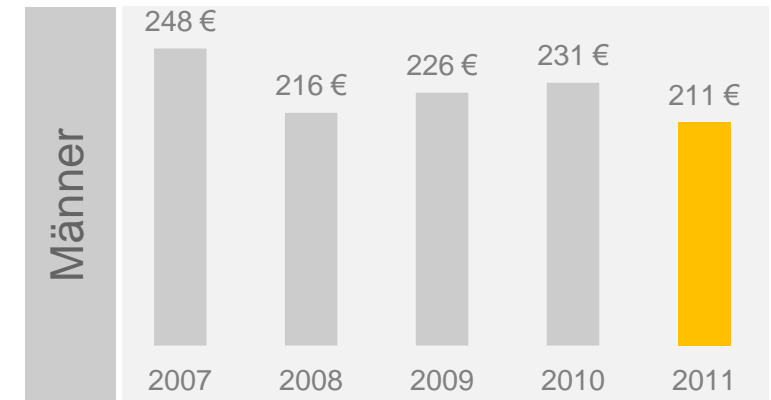
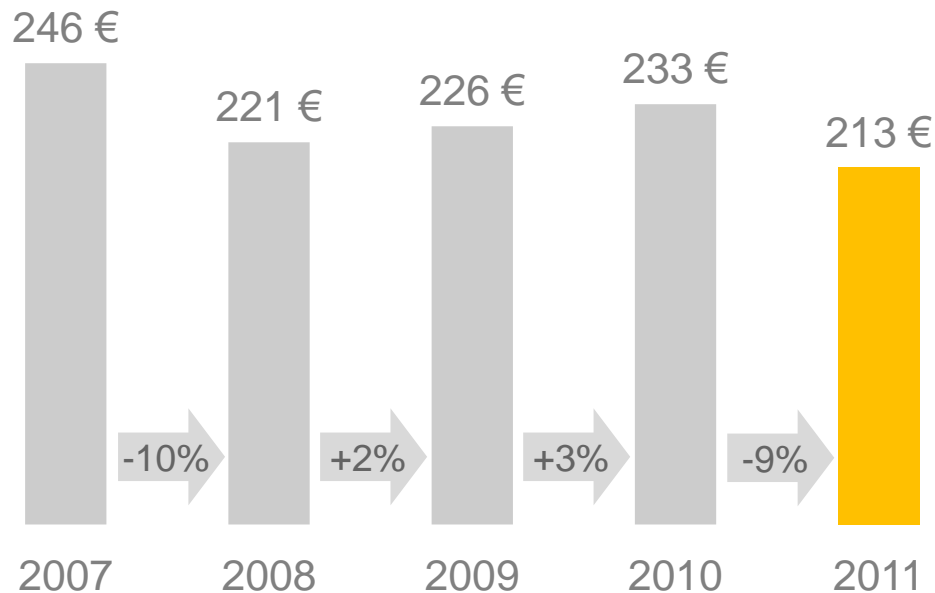
Retail & Consumer Products Sector Leader
Germany Switzerland Austria

Graf-Adolf-Platz 15
40213 Düsseldorf
Telefon +49 211 9352 18502
thomas.harms@de.ey.com



Konsumlust zu Weihnachten bricht ein

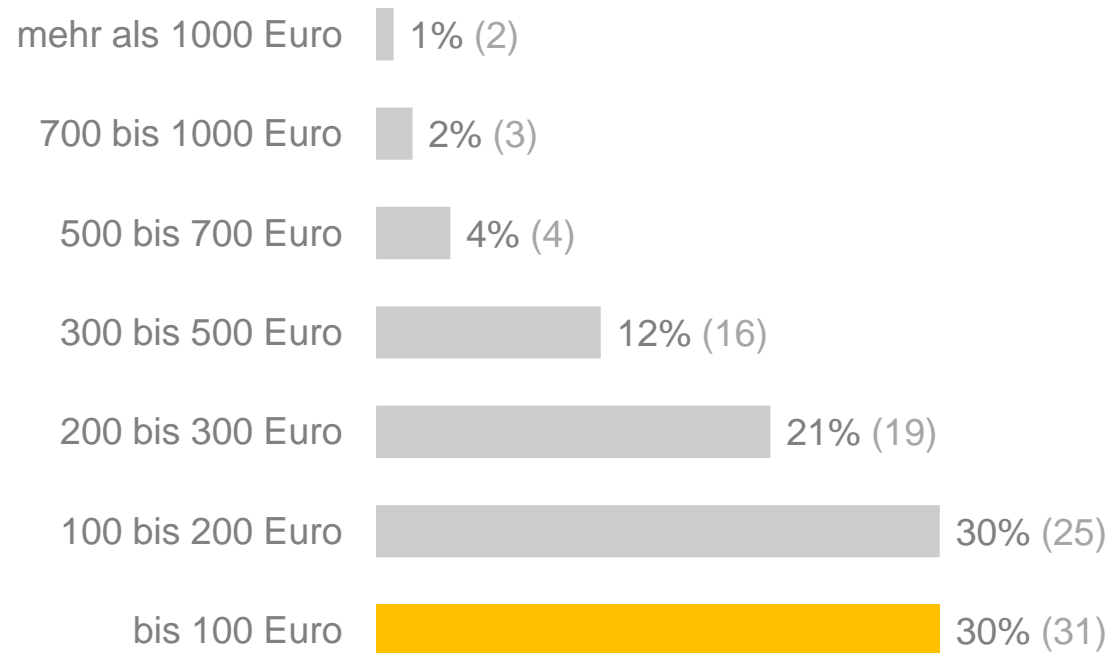
"Wie viel Geld beabsichtigen Sie in diesem Jahr für Weihnachtsgeschenke auszugeben?"



- ▶ Angesichts der unsicheren Konjunkturaussichten in Deutschland und Europa wollen die Verbraucher in diesem Jahr deutlich weniger für Weihnachtsgeschenke ausgeben. Der Rückgang beträgt 20 Euro bzw. neun Prozent und fällt damit ähnlich stark aus wie zu Beginn der Finanzkrise im Jahr 2008.

60 Prozent geben weniger als 200 Euro aus

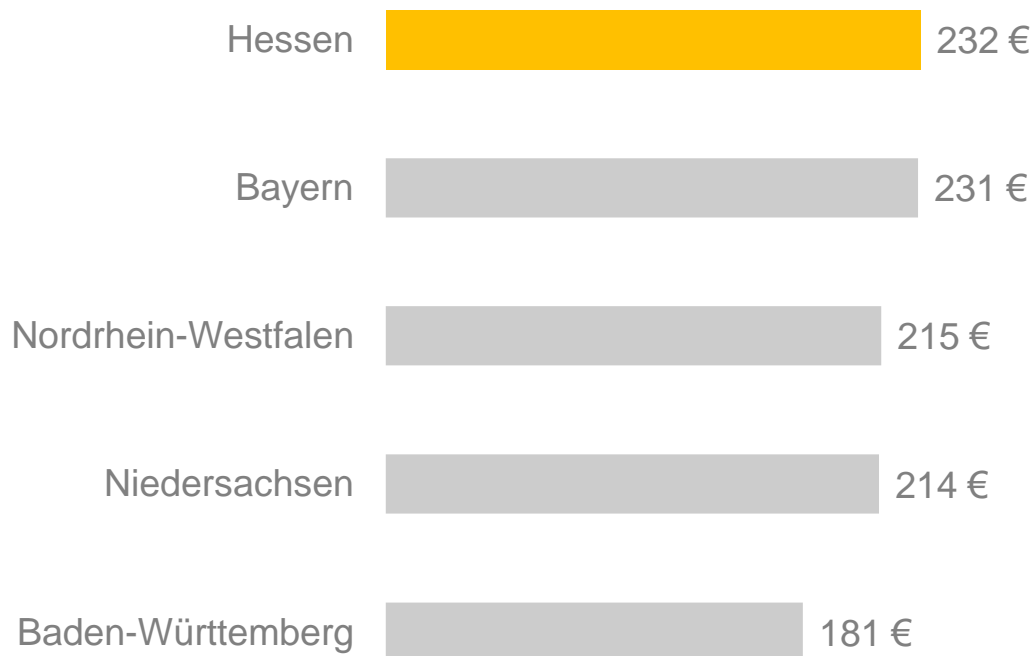
"Wie viel Geld beabsichtigen Sie in diesem Jahr für Weihnachtsgeschenke auszugeben?"



- ▶ Der Anteil der Verbraucher, die mehr als 300 Euro für Weihnachtsgeschenke ausgeben wollen, sinkt von 25 auf 19 Prozent.

Hessen und Bayern freigebig, Baden-Württemberg sparsam

"Wie viel Geld beabsichtigen Sie in diesem Jahr für Weihnachtsgeschenke auszugeben?"

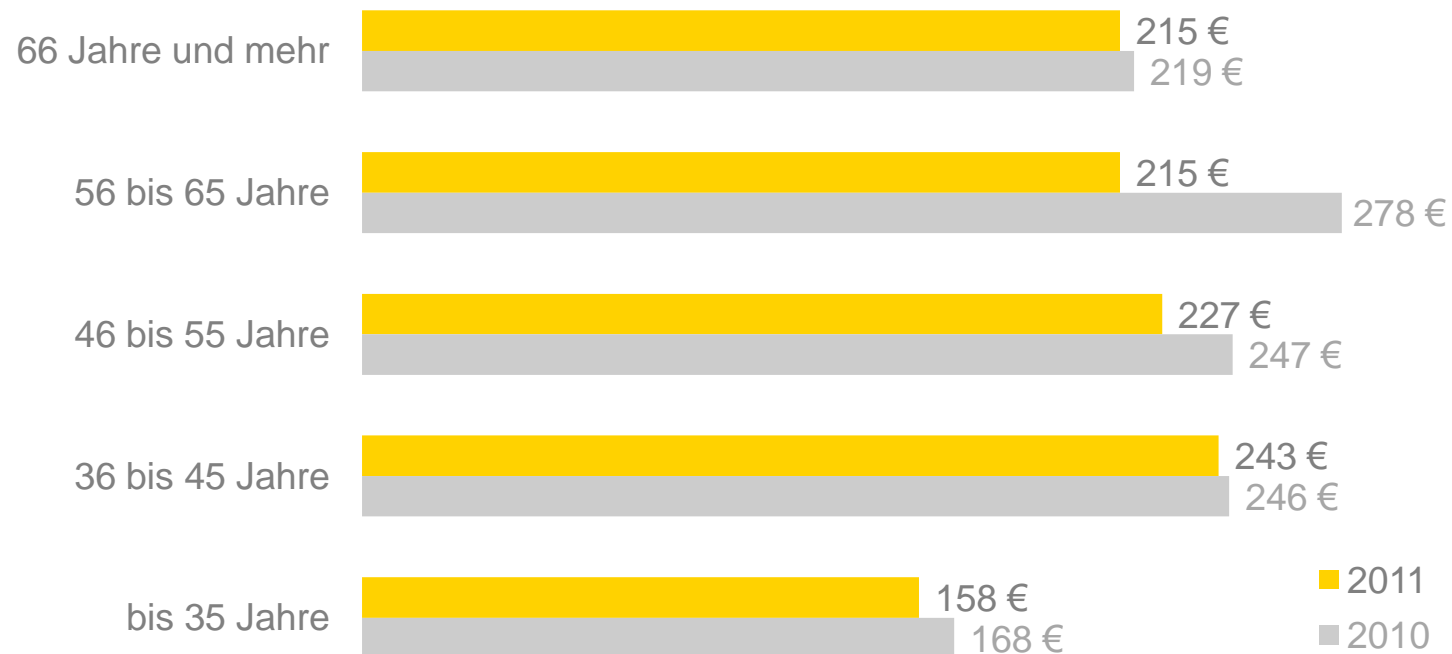


Ø-Budget Weihnachtsgeschenke		
	2011	2010
West	212 €	235 €
Ost	216 €	225 €

- ▶ Hessen und Bayern sind besonders großzügig: Über 230 Euro werden in diesen Ländern durchschnittlich für Weihnachtsgeschenke ausgegeben. Baden-Württemberger wollen sich bei Geschenken zurückhalten.
- ▶ Besonders deutlich sind die Geschenkbudgets in Westdeutschland gesunken – um zehn Prozent.

Drastischer Rückgang bei den „Best Agern“

"Wie viel Geld beabsichtigen Sie in diesem Jahr für Weihnachtsgeschenke auszugeben?"

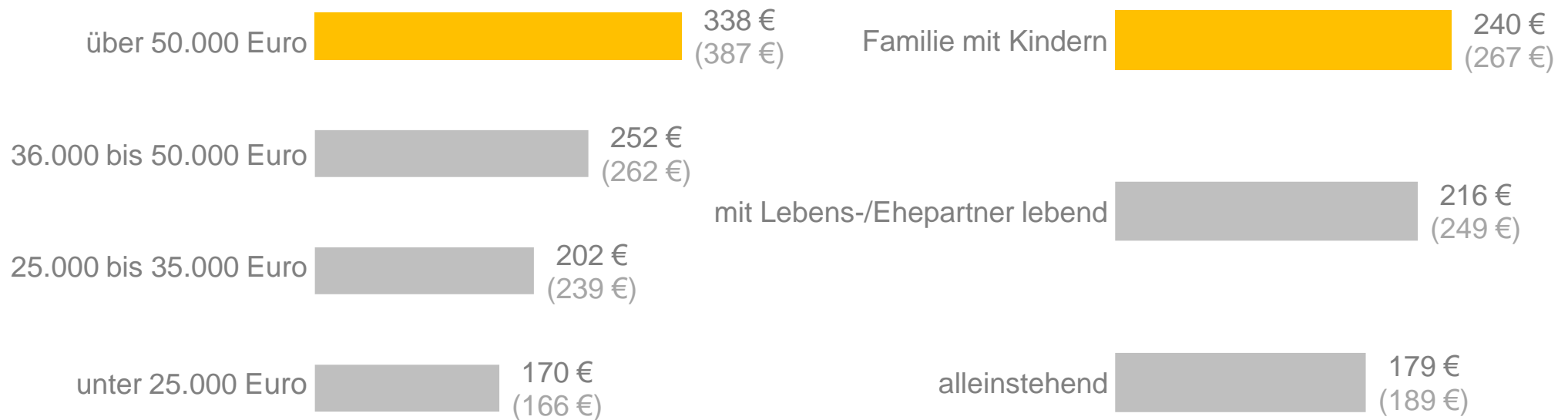


- ▶ Der Einbruch im Weihnachtsgeschäft zieht sich quer durch alle Altersgruppen.
- ▶ Einen deutlichen Einbruch gibt es bei den so genannten „Best Agern“ im Alter zwischen 56 und 65 Jahren: Sie wollen durchschnittlich nur noch 215 Euro ausgeben – im Vorjahr waren es noch 278 Euro.

Auch Gutverdiener sparen bei Geschenken

Ø-Budget Weihnachtsgeschenke

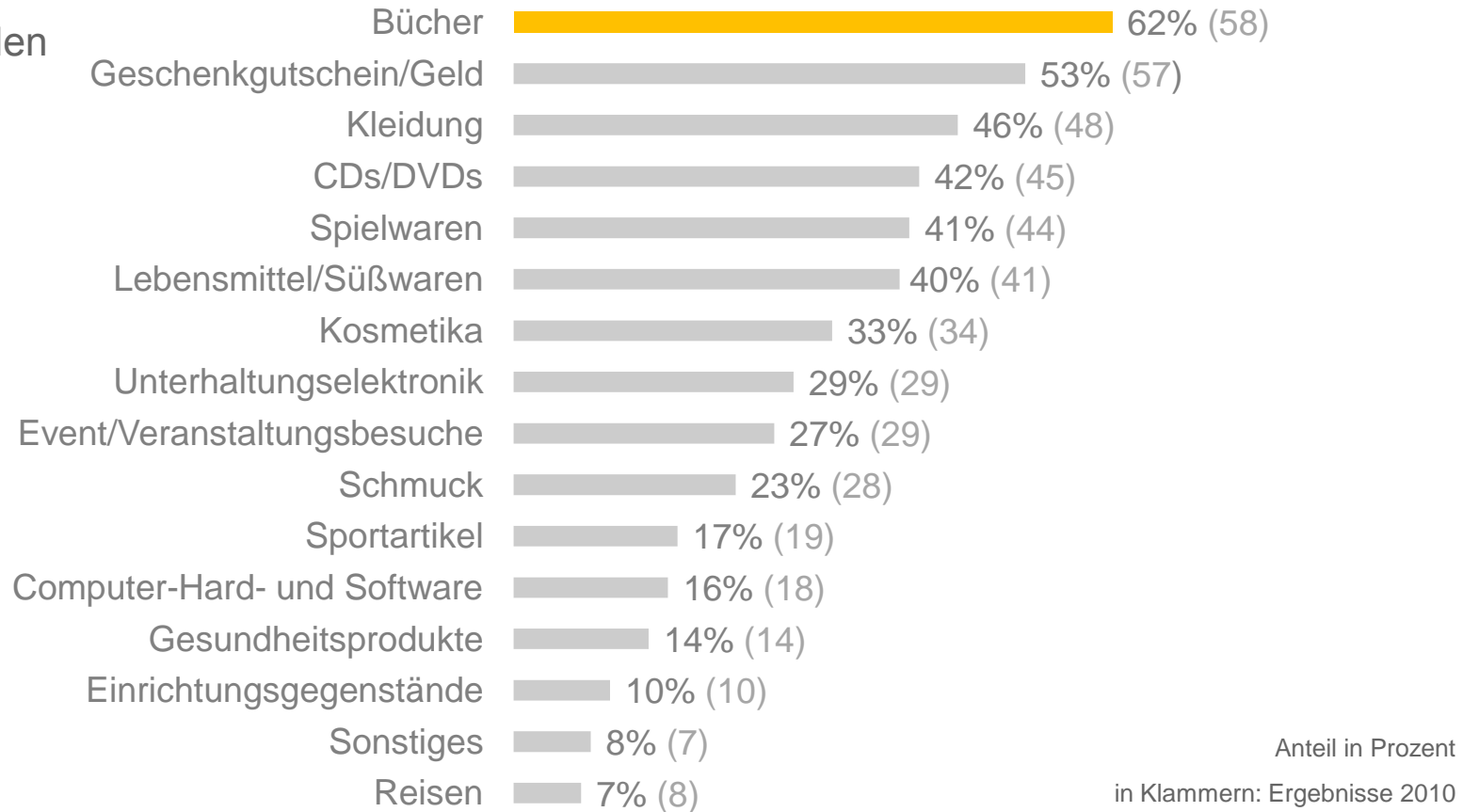
Jahres-Haushaltsnettoeinkommen (Werte 2010 in Klammern)



- ▶ Menschen aller Einkommensklassen und jedes Familienstands zeigen sich zurückhaltend. Lediglich die Ausgaben von Personen mit einem Jahreseinkommen unter 25.000 Euro sind etwas gestiegen.
- ▶ Auch Gutverdiener schnallen den Gürtel enger: Statt 387 Euro wollen sie nur noch 338 Euro ausgeben.

Bücher, Kleidung und Geldgeschenke landen am häufigsten unterm Weihnachtsbaum

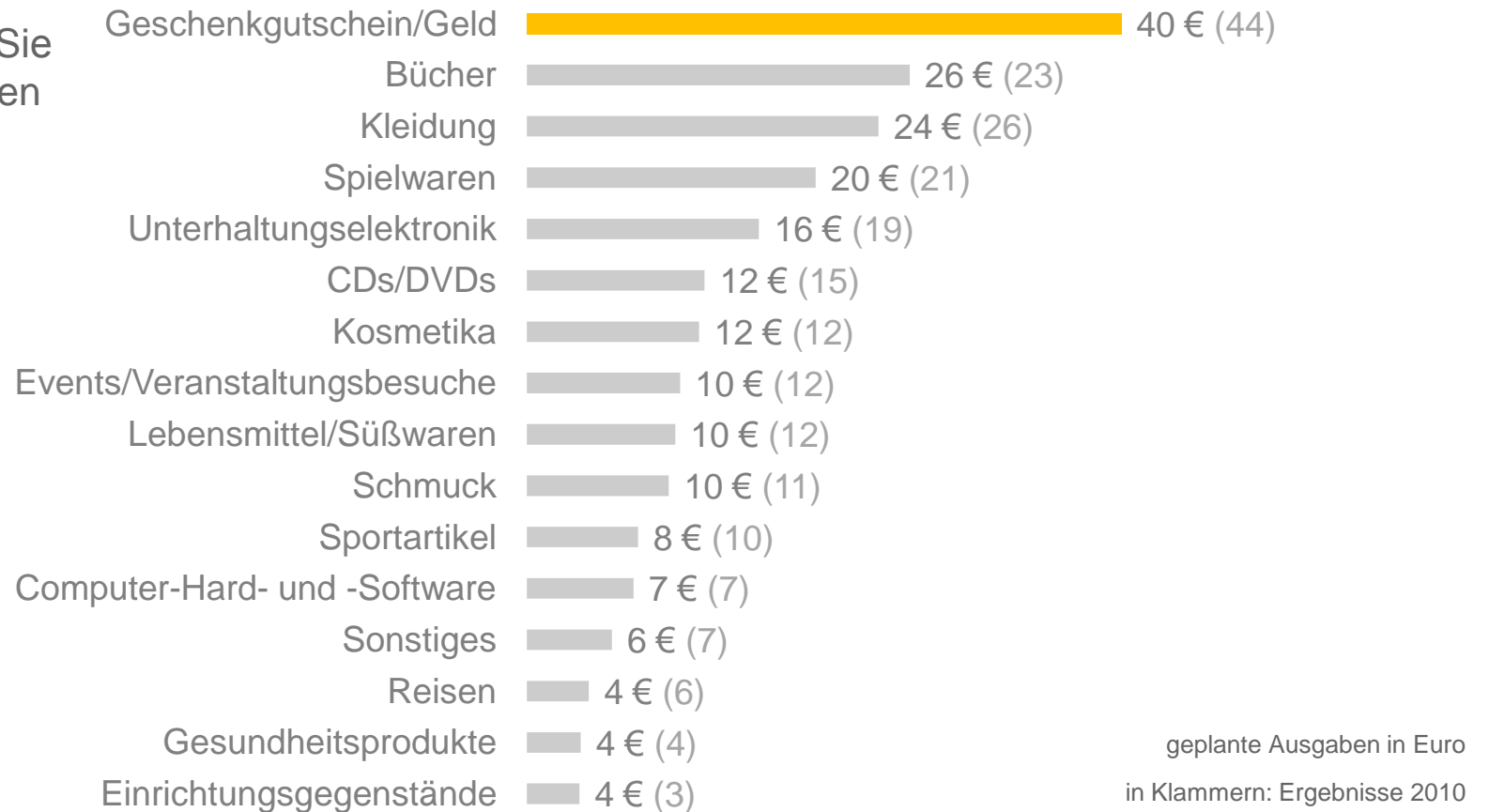
„In welche Kategorie fallen die Geschenke, die Sie kaufen wollen?“



- ▶ Wie im Vorjahr legen die Befragten am häufigsten Bücher, Geldgeschenke bzw. Gutscheine und Kleidung auf den Gabentisch.
- ▶ CDs/DVDs, Spielwaren und Lebensmittel sind ebenfalls beliebt.

In welche Geschenke die höchsten Summen investiert werden

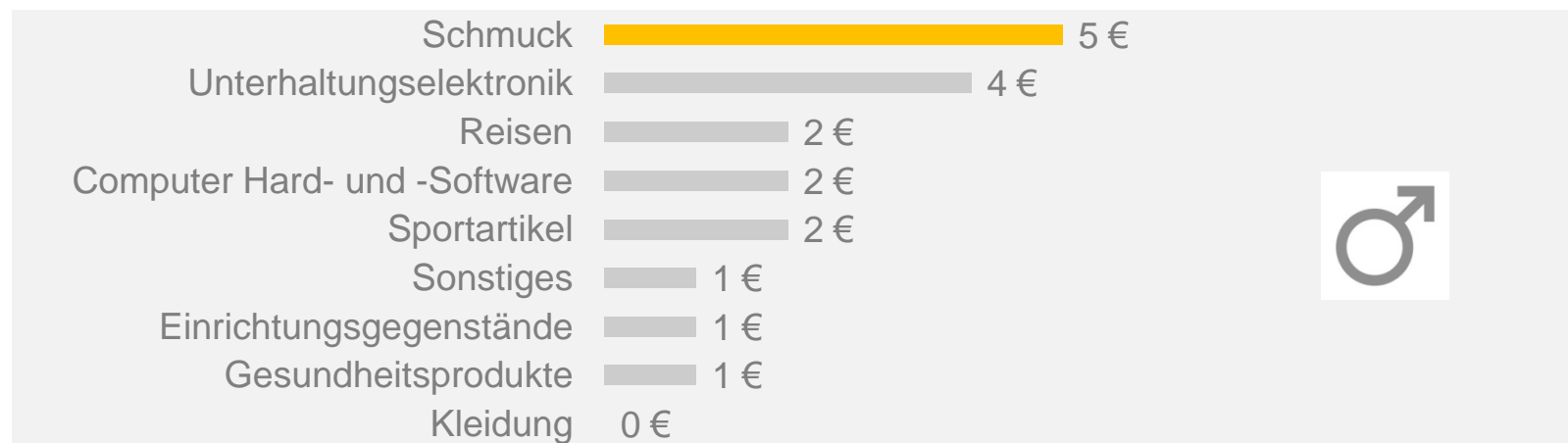
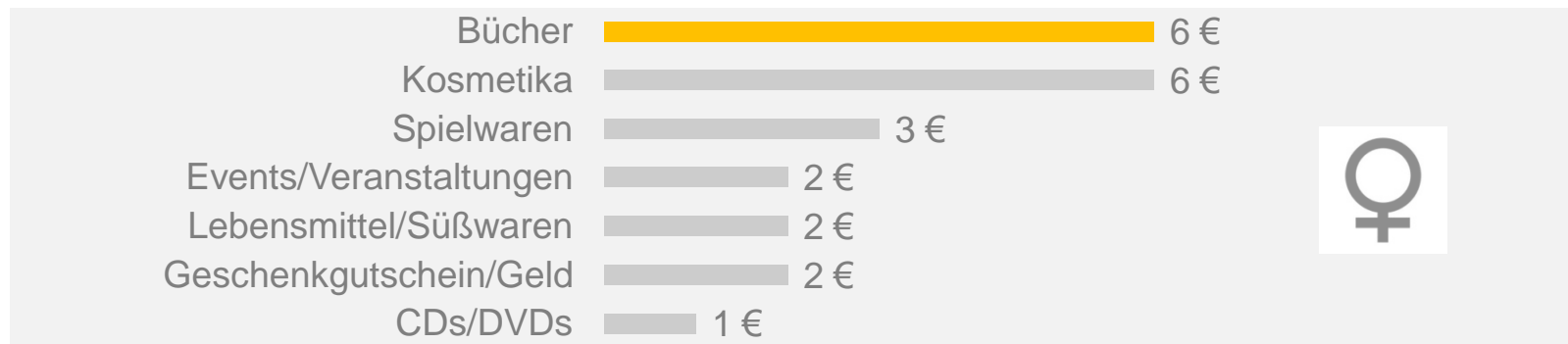
„Wie viel Geld werden Sie voraussichtlich ausgeben für...?“



- ▶ Traditionell investieren die Befragten das meiste Geld in Geldgeschenke, Bücher und Kleidung.
- ▶ Abwärtstrend bei Unterhaltungselektronik: Die geplanten Ausgaben für Unterhaltungselektronik sinken von 19 auf 16 Euro.

Weihnachtseinkäufe von Frauen und Männern

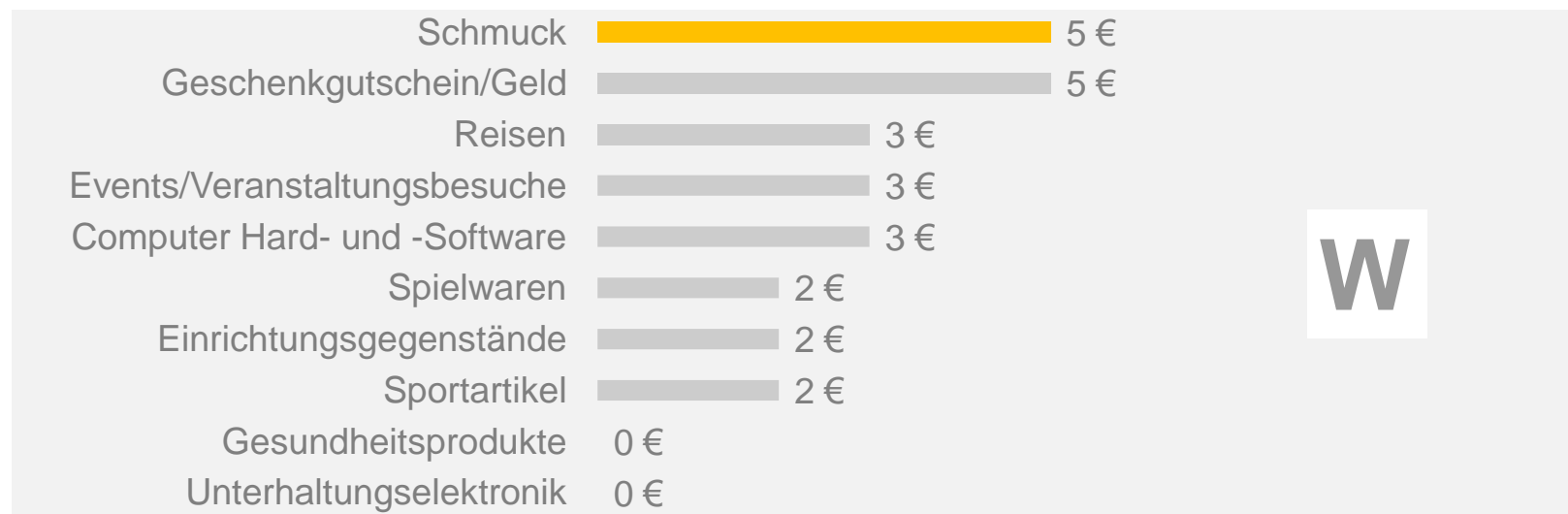
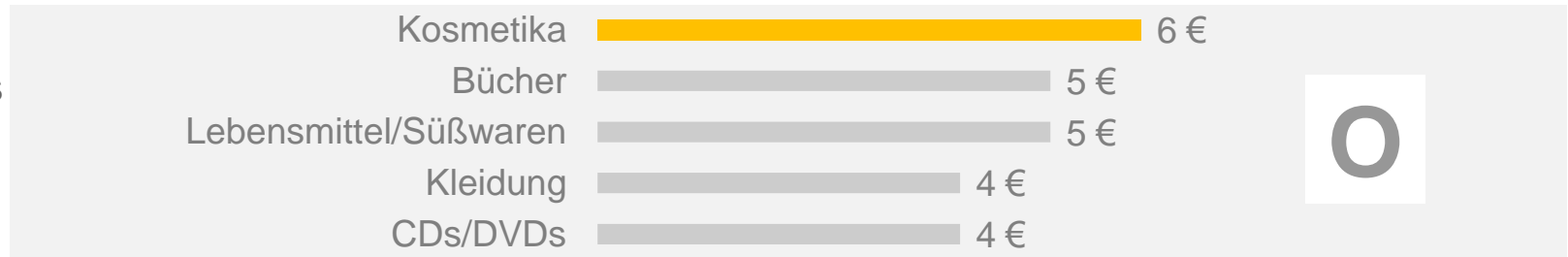
Mehrausgaben im Vergleich zum jeweils anderen Geschlecht



- ▶ Frauen greifen eher zu Büchern, Kosmetikartikeln und Spielwaren, Männer geben mehr Geld für Schmuck und Unterhaltungselektronik aus.

Weihnachtseinkäufe in Ost- und Westdeutschland

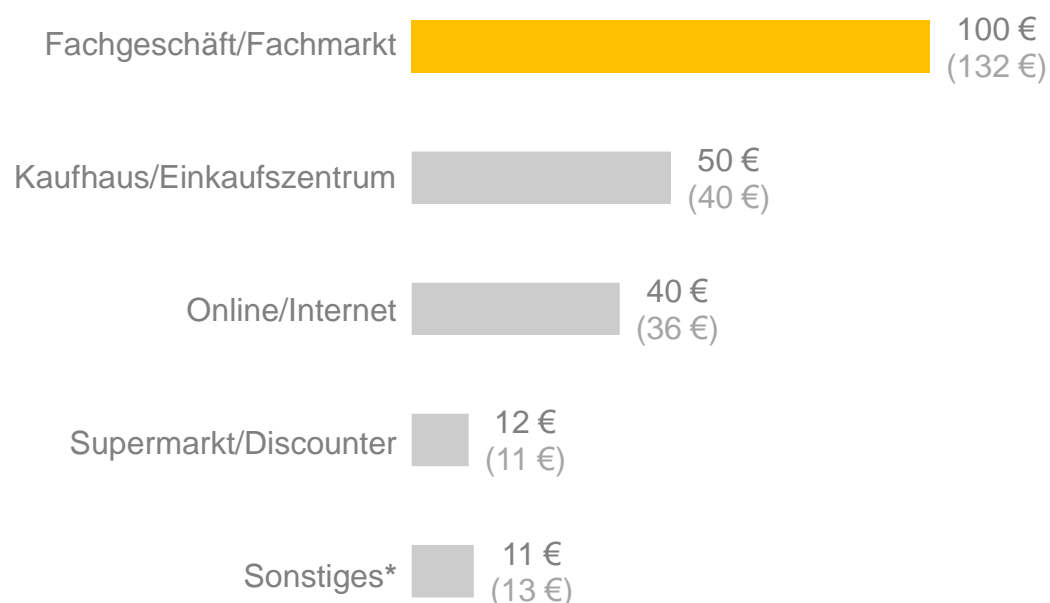
Mehrausgaben im Vergleich zur jeweils anderen Region



- ▶ Ostdeutsche Verbraucher investieren überdurchschnittlich viel in Kosmetika, Bücher und Lebensmittel. Westdeutsche geben verhältnismäßig viel für Schmuck und Gutscheine aus.

Fachgeschäfte mit Einbußen, Einkaufszentren im Aufwind

Erwartete Ausgaben nach Vertriebsformen
(Vorjahreswerte in Klammern)



* z.B. Katalog-Versandhandel; Fabrikverkauf/Factory Outlet; Bahnhof/Flughafen; Ticket-Verkaufsstelle

Marktanteil		
	2011	2010
Fachgeschäft/Fachmarkt	47%	57%
Kaufhaus/Einkaufszentrum	23%	17%
Online/Internet	19%	15%
Supermarkt/Discounter	6%	5%
Sonstiges	5%	6%

- ▶ In die Vertriebswege kommt Bewegung: Fachgeschäfte sind zwar weiterhin die erste Anlaufstelle für Geschenke, doch sinkt deren Anteil an den Gesamtausgaben von 57 auf 47 Prozent.
- ▶ Kaufhäuser und Einkaufszentren hingegen können sich im Vergleich zum Vorjahr über Zuwachsraten freuen. Auf diese Vertriebsform entfallen 23 Prozent der Einkäufe, im Vorjahr waren es noch 17 Prozent.

Der Einkaufsbummel nach Altersgruppen

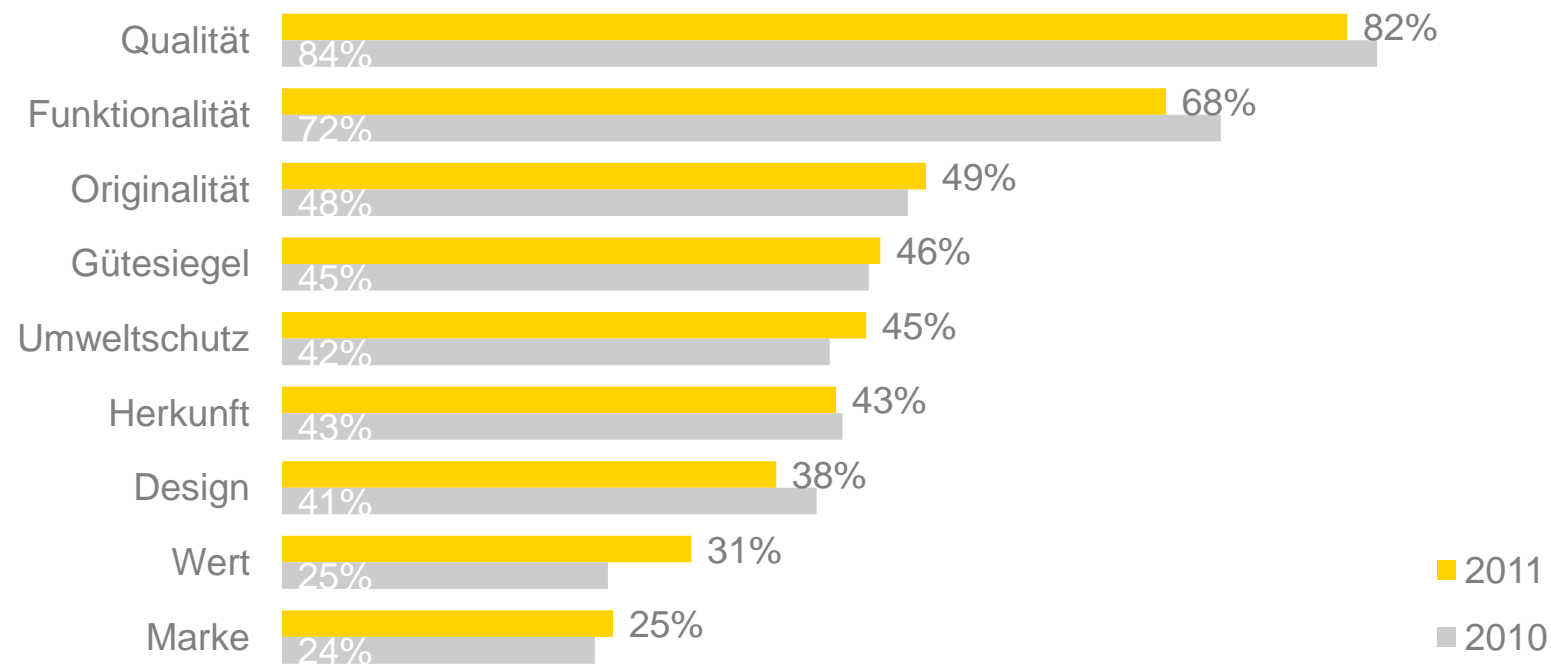
Geplante Ausgaben nach Vertriebsformen (ohne „Sonstiges“)

	Online/Internet		Kaufhaus/ Einkaufszentrum		Fachgeschäft/ Fachmarkt		Discounter/ Supermarkt	
	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010
ab 66 Jahre	16 €	12 €	49 €	34 €	105 €	125 €	11 €	13 €
56-65 Jahre	41 €	44 €	49 €	44 €	100 €	160 €	10 €	12 €
46-55 Jahre	47 €	41 €	52 €	40 €	105 €	140 €	6 €	10 €
36-45 Jahre	57 €	47 €	52 €	48 €	118 €	136 €	7 €	9 €
bis 35 Jahre	50 €	33 €	41 €	32 €	57 €	88 €	7 €	10 €

- ▶ Der Onlinehandel hat sich als wichtige Vertriebsform nicht nur bei jungen Verbrauchern etabliert. Auch die über 66-Jährigen kaufen zunehmend Geschenke über das Internet.
- ▶ Vor allem Fachgeschäfte üben offenbar eine geringere Anziehungskraft auf jüngere Verbraucher aus.

Verbraucher achten auf qualitativ hochwertige Ware

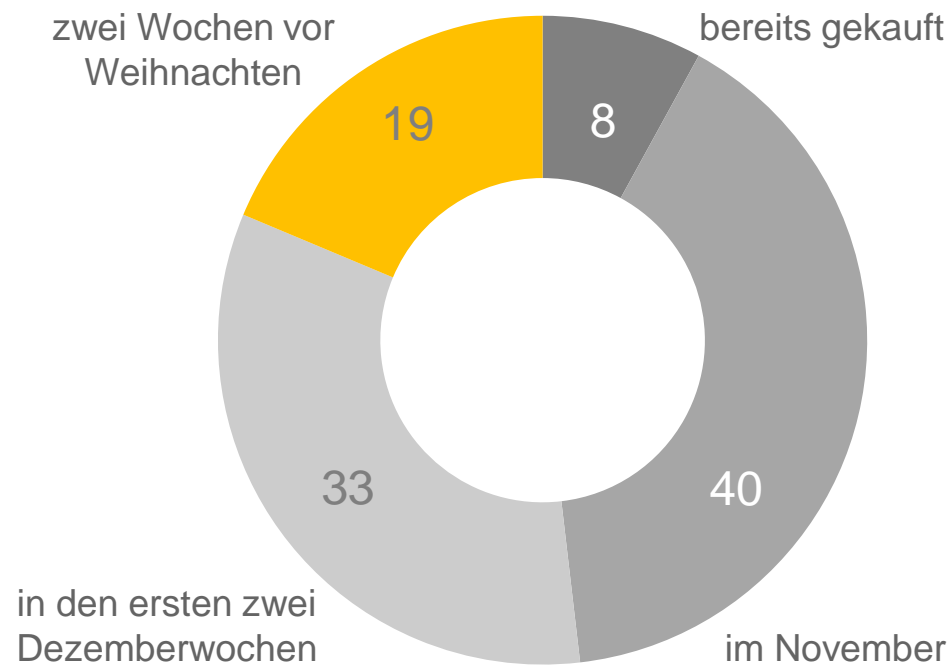
„Welche Bedeutung haben für Sie folgende Kriterien bei der Auswahl von Geschenken?“
(Anteil „große Bedeutung“)



- ▶ Wie im Vorjahr müssen für die Befragten bei den Geschenken vor allem Qualität und Funktionalität stimmen. Originelle Ideen sind ebenfalls gern gesehen.
- ▶ Gütesiegel besitzen unter den Verbrauchern hohe Glaubwürdigkeit.

Vorausschauende Käufer

„Wann werden Sie voraussichtlich den größten Teil der Weihnachtseinkäufe tätigen?“



- ▶ Die Mehrzahl der Befragten beschäftigen sich langfristig mit ihrem Weihnachtseinkauf: 81 Prozent haben zwei Wochen vor dem Fest bereits die meisten Geschenke besorgt.
- ▶ Nur 19 Prozent begeben sich erst zwei Wochen vor Weihnachten auf die Suche.

Ernst & Young

Assurance | Tax | Transactions | Advisory

Die globale Ernst & Young-Organisation im Überblick

Die globale Ernst & Young-Organisation ist einer der Marktführer in der Wirtschaftsprüfung, Steuerberatung und Transaktionsberatung sowie in den Advisory Services. Ihr Ziel ist es, das Potenzial ihrer Mitarbeiter und Mandanten zu erkennen und zu entfalten. Die 141.000 Mitarbeiter sind durch gemeinsame Werte und einen hohen Qualitätsanspruch verbunden.

Die globale Ernst & Young-Organisation besteht aus den Mitgliedsunternehmen von Ernst & Young Global Limited (EYG). Jedes EYG-Mitgliedsunternehmen ist rechtlich selbstständig und unabhängig und haftet nicht für das Handeln und Unterlassen der jeweils anderen Mitgliedsunternehmen. Ernst & Young Global Limited ist eine Gesellschaft mit beschränkter Haftung nach britischem Recht und erbringt keine Leistungen für Mandanten. Weitere Informationen finden Sie unter www.de.ey.com

In Deutschland ist Ernst & Young mit über 6.900 Mitarbeitern an 22 Standorten präsent. „Ernst & Young“ und „wir“ beziehen sich in dieser Publikation auf alle deutschen Mitgliedsunternehmen von Ernst & Young Global Limited.

© 2011
Ernst & Young GmbH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft
All Rights Reserved

Diese Publikation ist lediglich als allgemeine, unverbindliche Information gedacht und kann daher nicht als Ersatz für eine detaillierte Recherche oder eine fachkundige Beratung oder Auskunft dienen. Obwohl sie mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt wurde, besteht kein Anspruch auf sachliche Richtigkeit, Vollständigkeit und/oder Aktualität; insbesondere kann diese Publikation nicht den besonderen Umständen des Einzelfalls Rechnung tragen. Eine Verwendung liegt damit in der eigenen Verantwortung des Lesers. Jegliche Haftung seitens der Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft und/oder anderer Mitgliedsunternehmen der globalen Ernst & Young-Organisation wird ausgeschlossen. Bei jedem spezifischen Anliegen sollte ein geeigneter Berater zurate gezogen werden.

