

Weihnachtsgeschenke 2016 – Deutschland

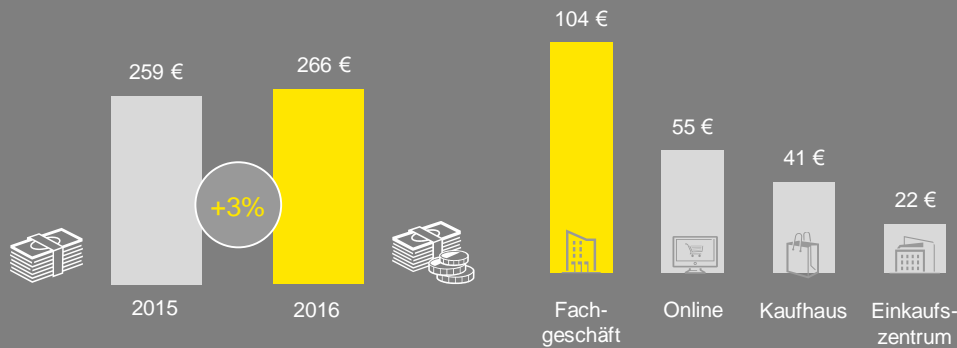
Verbraucherumfrage zu
Kaufabsichten und -gewohnheiten

Oktober 2016

Weihnachtsgeschenke 2016

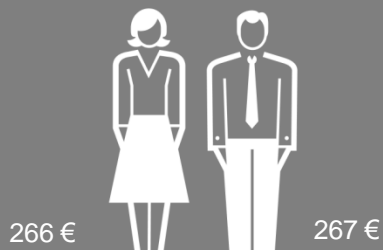
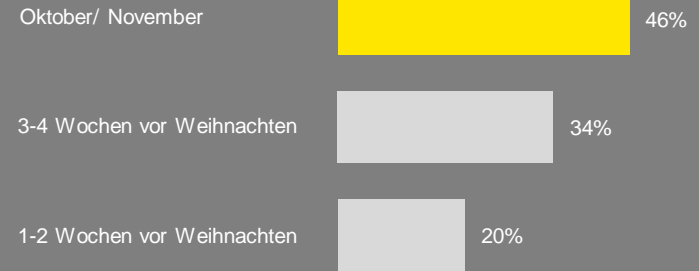
Befragung von 1.500 Verbrauchern in Deutschland | EY-Studie

Geplante **Ausgaben** für Weihnachtsgeschenke



Wann

kaufen Sie Ihre Geschenke?

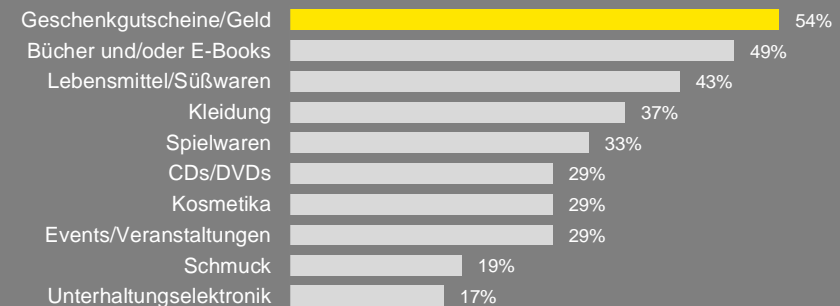


Weihnachtsbummel lieber **online oder vor Ort?**



Die häufigsten

Geschenke



Design der Studie



Thomas Harms

Ihr Ansprechpartner

Retail & Consumer Products
Sector Leader

Germany Switzerland Austria

Graf-Adolf-Platz 15
40213 Düsseldorf

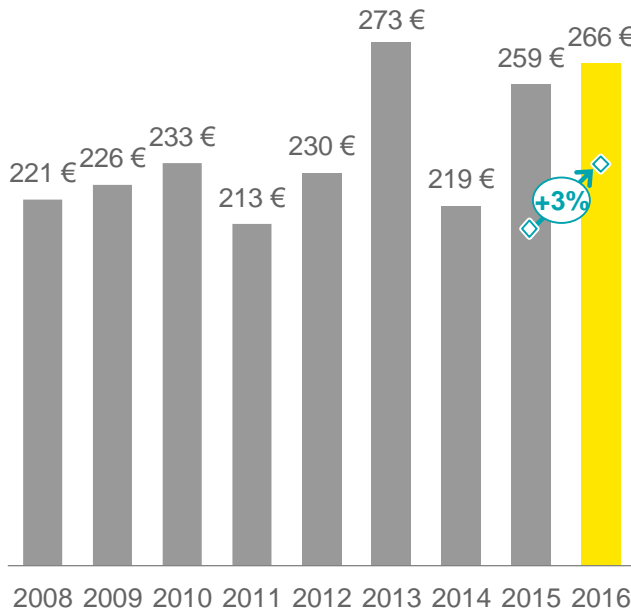
Telefon +49 211 9352 18502
thomas.harms@de.ey.com

- ▶ Telefonische Befragung durch ein unabhängiges Marktforschungsinstitut (Valid Research, Bielefeld) im Oktober 2016 (Befragungszeitraum: 07.10. bis 15.10.)
- ▶ Repräsentative Befragung von 1.500 (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 2008 bis 2015 werden – wo dies sinnvoll und aussagekräftig ist – ebenfalls aufgeführt.

Konsumlust zu Weihnachten erneut gestiegen



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

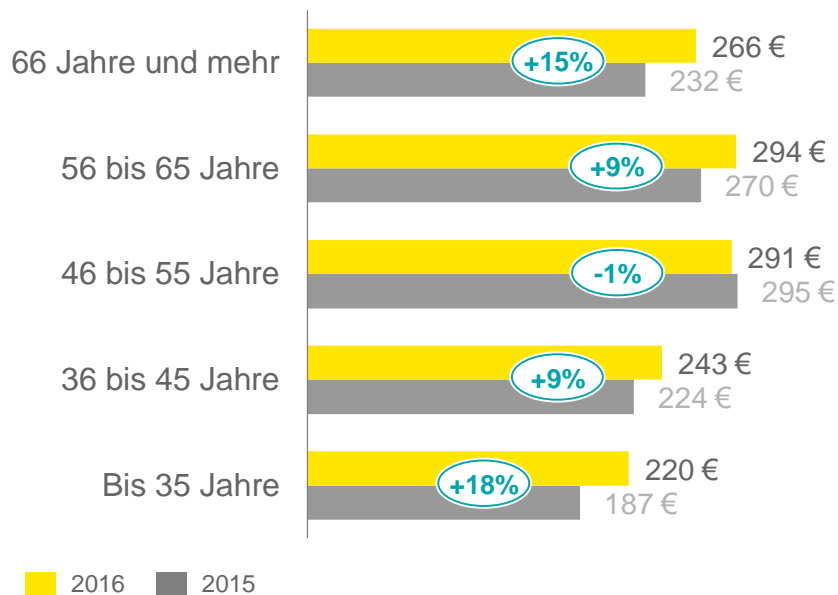


Das durchschnittliche Budget für Weihnachtsgeschenke soll in diesem Jahr bei 266 Euro liegen – das sind sieben Euro bzw. 3 Prozent mehr als im Vorjahr und der zweithöchste Wert der vergangenen zehn Jahre. Frauen wollen mit 266 Euro mehr für Geschenke ausgeben als in jeder bisherigen Befragung.

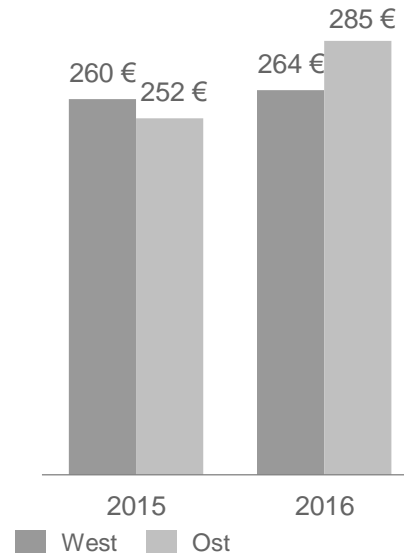
Spendierfreude gestiegen – bei Jung und Alt, in Ost und West



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



Ø Budget Weihnachtsgeschenke



Ost



West

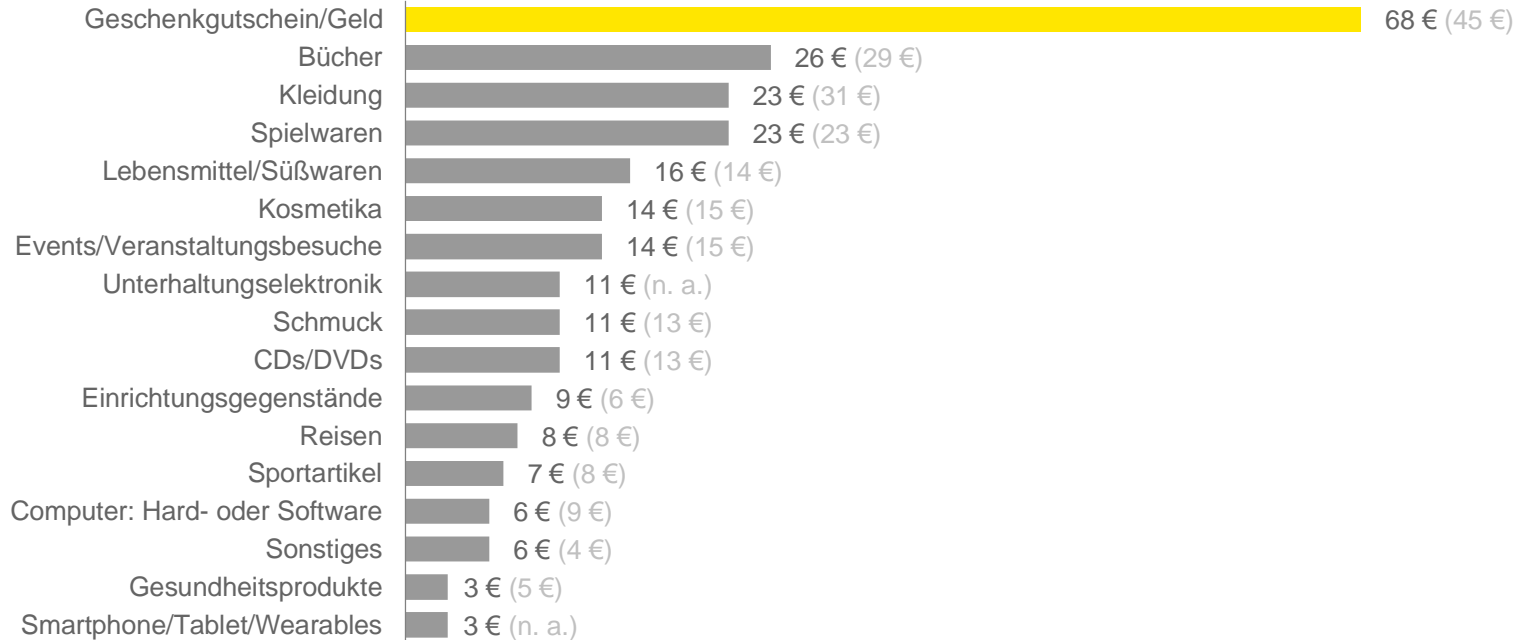
Mit Ausnahme der 46- bis 55-Jährigen wollen in diesem Jahr Verbraucher aller Altersgruppen mehr für Weihnachtsgeschenke ausgeben als 2015. Besonders stark steigt das Weihnachtsbudget der 18- bis 35-Jährigen – im Durchschnitt um 18 Prozent.

Konsumenten in Ostdeutschland wollen in diesem Jahr mit 285 Euro deutlich mehr für Weihnachtsgeschenke ausgeben als Verbraucher in Westdeutschland (264 Euro) – und erheblich mehr als im Vorjahr (plus 13 Prozent).

Für welche Geschenke durchschnittlich am meisten Geld ausgegeben wird



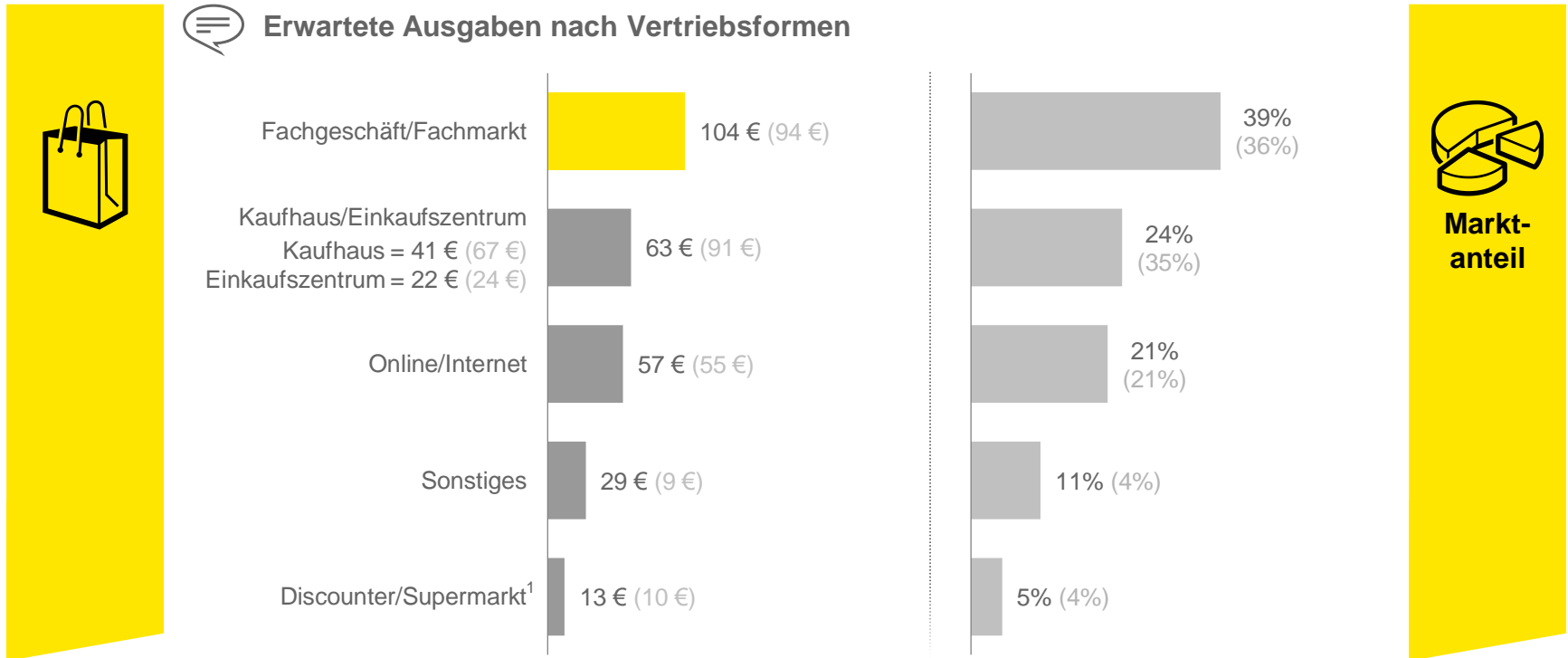
Wie viel Geld werden Sie voraussichtlich ausgeben für ...?



Die mit Abstand höchsten Summen investieren Verbraucher in Deutschland in diesem Jahr in Geschenkgutscheine: Mit durchschnittlich 68 Euro geben die Verbraucher hierfür mehr als doppelt so viel aus wie für Bücher, die auf Rang 2 folgen, und fast dreimal so viel wie für Kleidung und Spielwaren auf den Plätzen 3 und 4.

In Klammern: Ergebnisse 2015. Alle angegebenen Beträge sind Durchschnittswerte

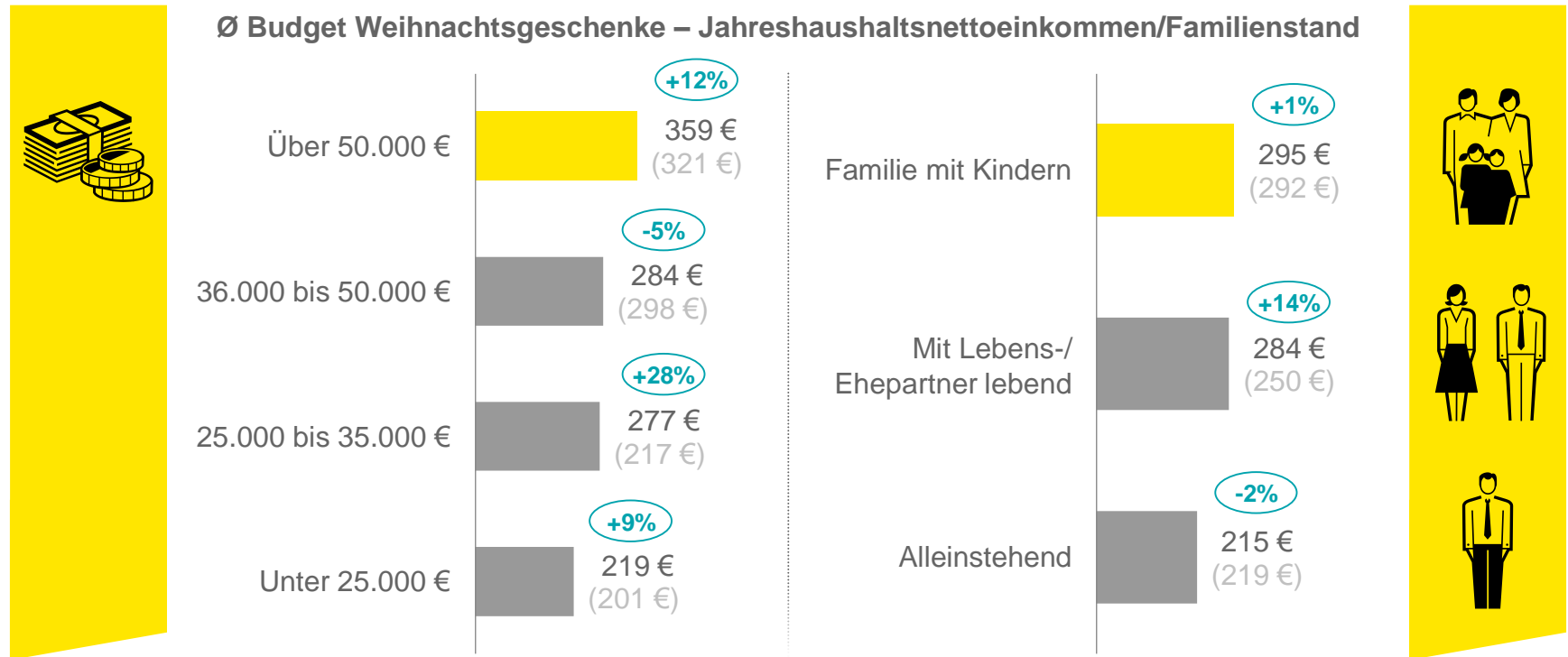
Vier von zehn Euro werden im Fachhandel umgesetzt – jeder fünfte Euro online



Mit durchschnittlich 104 Euro wollen die Verbraucher auch in diesem Jahr im Fachgeschäft mit Abstand am meisten ausgeben. In Kaufhäusern und Einkaufszentren sollen 63 Euro ausgegeben werden – und damit etwas mehr als im Internet (57 Euro). Fachgeschäfte können ihren Marktanteil damit gegenüber 2015 weiter ausbauen, während vor allem Kaufhäuser deutlich an Boden einbüßen. Der Marktanteil des Internets bleibt konstant bei 21 Prozent.

In Klammern: Ergebnisse 2015 ¹ Zum Beispiel Katalog-Versandhandel, Fabrikverkauf/Factory Outlet, Bahnhof/Flughafen, Ticketverkaufsstelle

Nur Alleinstehende und Bezieher mittlerer Einkommen wollen weniger investieren



Am stärksten gestiegen ist die Geberlaune bei Verbrauchern mit einem Jahreshaushaltsnettoeinkommen von 25.000 bis 35.000 Euro. Aber auch Gering- und Gutverdiener wollen in diesem Jahr deutlich mehr für Weihnachtsgeschenke ausgeben als 2015. Ebenfalls deutlich höher fällt das Geschenkbudget bei kinderlosen Paaren aus. Alleinstehende planen hingegen mit einem etwas geringeren Geschenkbudget als im Vorjahr.

In Klammern: Werte 2015

Weihnachtsshopping deutlich lieber bei Einzelhändlern vor Ort als im Netz

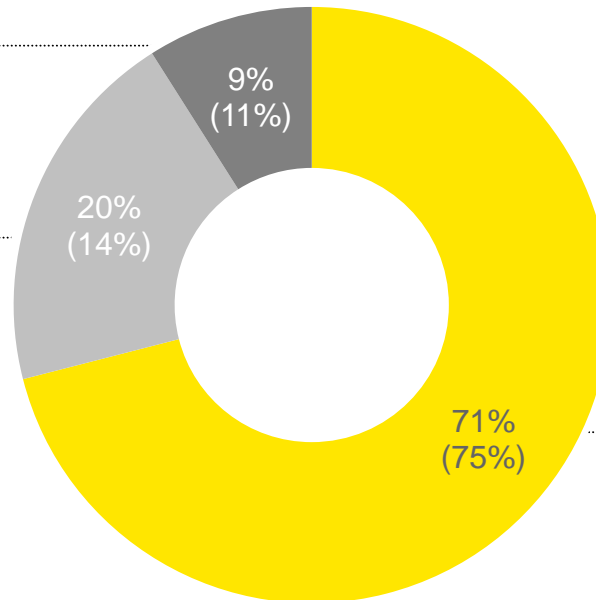


Kaufen Sie Ihre Weihnachtsgeschenke lieber online oder bei Einzelhändlern vor Ort?



Lieber online

Keine Präferenz: sowohl online als auch stationär



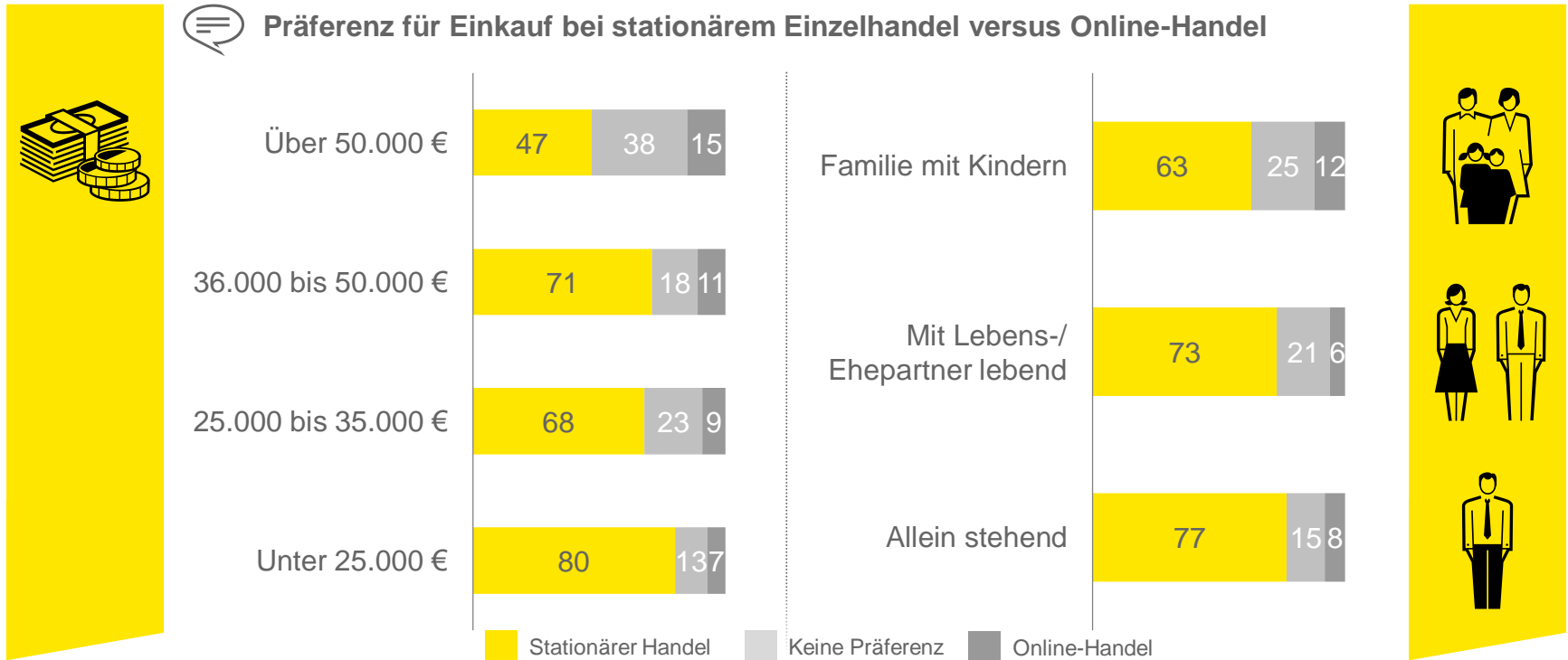
Lieber bei Einzelhändlern vor Ort (stationär)

Sieben von zehn Verbrauchern kaufen ihre Weihnachtsgeschenke lieber bei Einzelhändlern vor Ort als im Netz.

Der Geschenkekauf per Mausklick ist nur für jeden elften Befragten die erste Wahl, weitere 20 Prozent haben keine eindeutige Präferenz.

In Klammern: Ergebnisse 2015

Singles und Geringverdiener setzen am stärksten auf stationären Handel



Je höher das Einkommen, desto geringer ist die Affinität zum stationären Handel und desto höher ist die Bereitschaft, Weihnachtsgeschenke online zu kaufen.

Auch Familien mit Kindern äußern relativ häufig eine Präferenz für den Online-Handel.

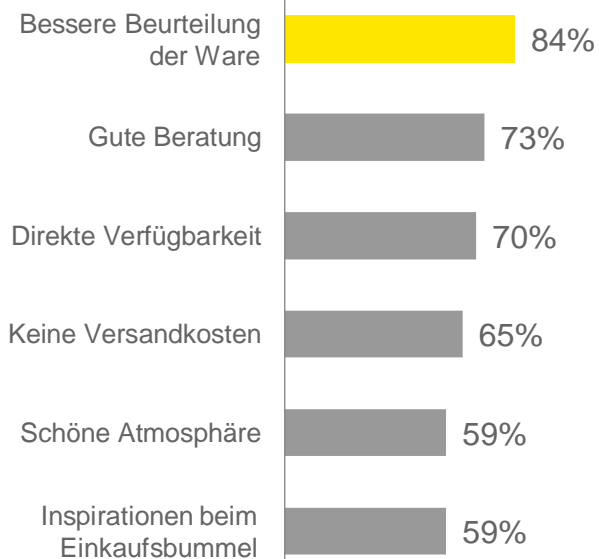
In Klammern: Werte 2015

Für den stationären Handel sprechen: Haptik, Erlebnis, Atmosphäre und Beratung

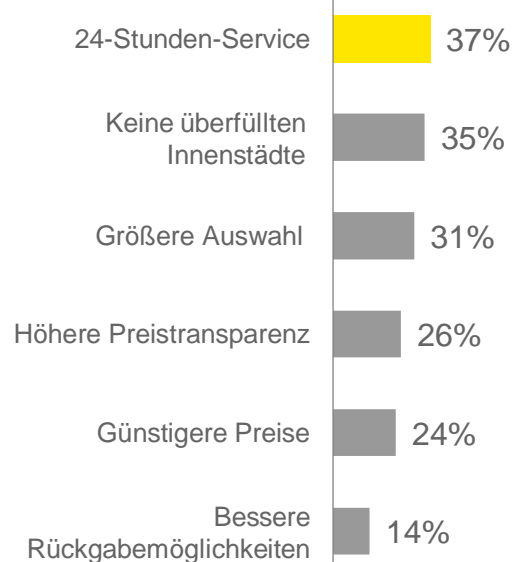


Was spricht aus Ihrer Sicht für Weihnachtseinkäufe ... (Anteil „stimme voll zu“)

... bei **Einzelhändlern vor Ort?**



... per **Internet?**



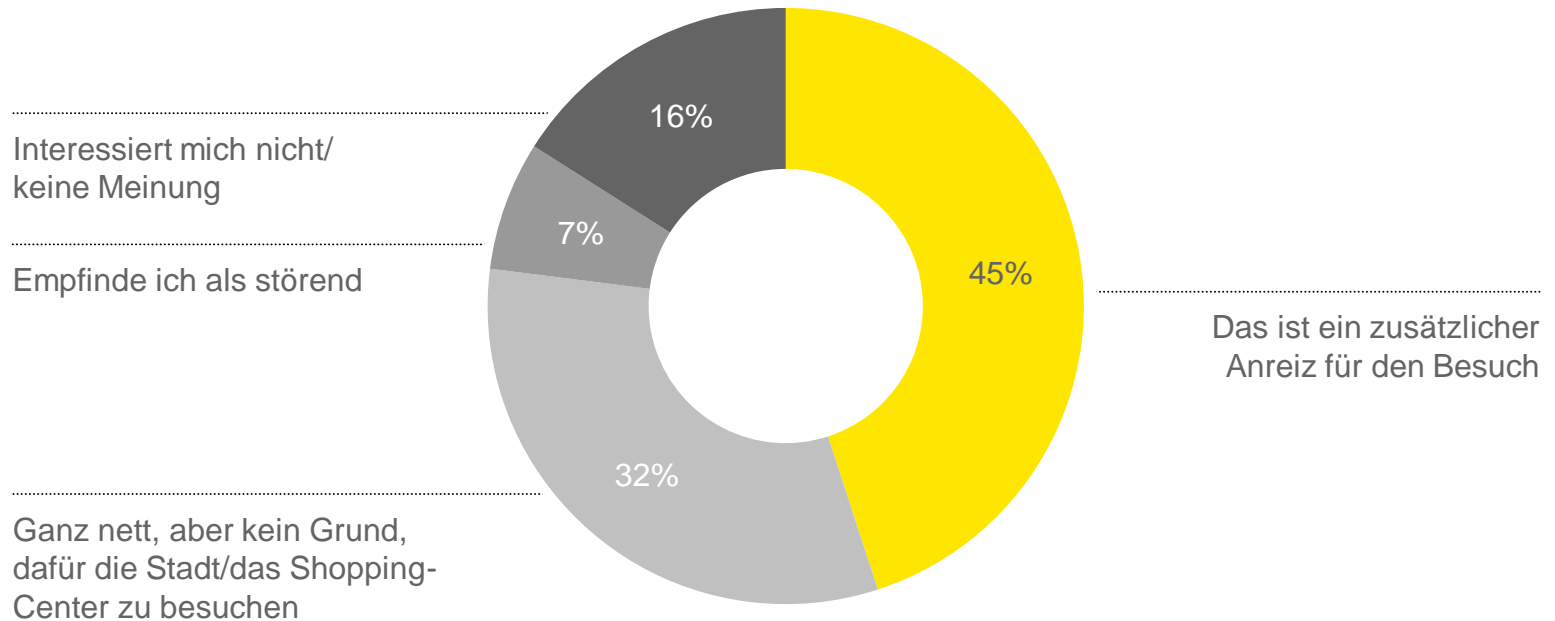
Verbraucher schätzen beim Einzelhandel vor Ort vor allem, dass sie die Ware leichter beurteilen können. Außerdem loben sie die gute Beratung in (Fach-)geschäften und die direkte Verfügbarkeit der Produkte.

Der Online-Handel hingegen überzeugt vor allem mit seiner einfachen Erreichbarkeit – rund um die Uhr und von zu Hause aus – und der großen Auswahl. Niedrigere Preise spielen nur eine untergeordnete Rolle.

Weihnachtsevents von den meisten als Bereicherung empfunden



Wie stehen Sie zu vorweihnachtlichen Veranstaltungen und Weihnachtsmärkten in Innenstädten bzw. Shopping-Centern?



Mehr als drei von vier Verbrauchern (77 Prozent) bewerten vorweihnachtliche Veranstaltungen und Weihnachtsmärkte in Innenstädten oder Shopping-Centern als positiv, auch wenn sich weniger als jeder zweite Befragte (45 Prozent) hierdurch zu einem vor-Ort-Besuch animiert fühlt. Nur eine kleine Minderheit sieht sich durch derartige Veranstaltungen allerdings gestört.

Mehr als jeder Zweite kauft Weihnachtsgeschenke erst im Dezember

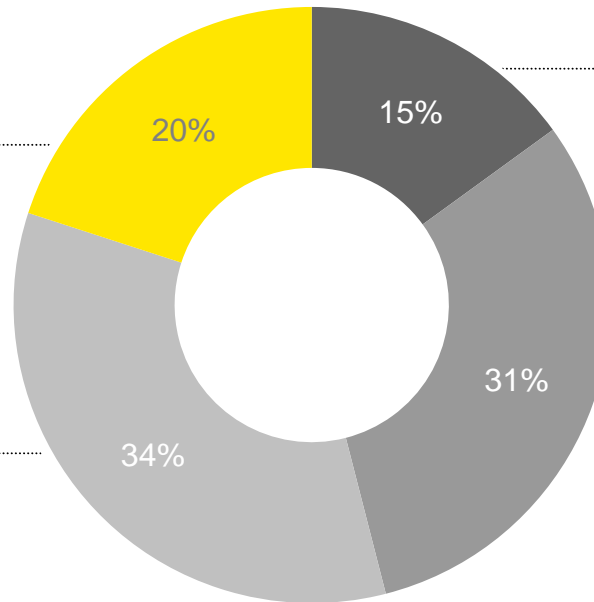


Wann werden Sie voraussichtlich den größten Teil der Weihnachtseinkäufe tätigen?



In den beiden Wochen vor Weihnachten

In den ersten zwei Dezemberwochen



Bereits gekauft

Im November

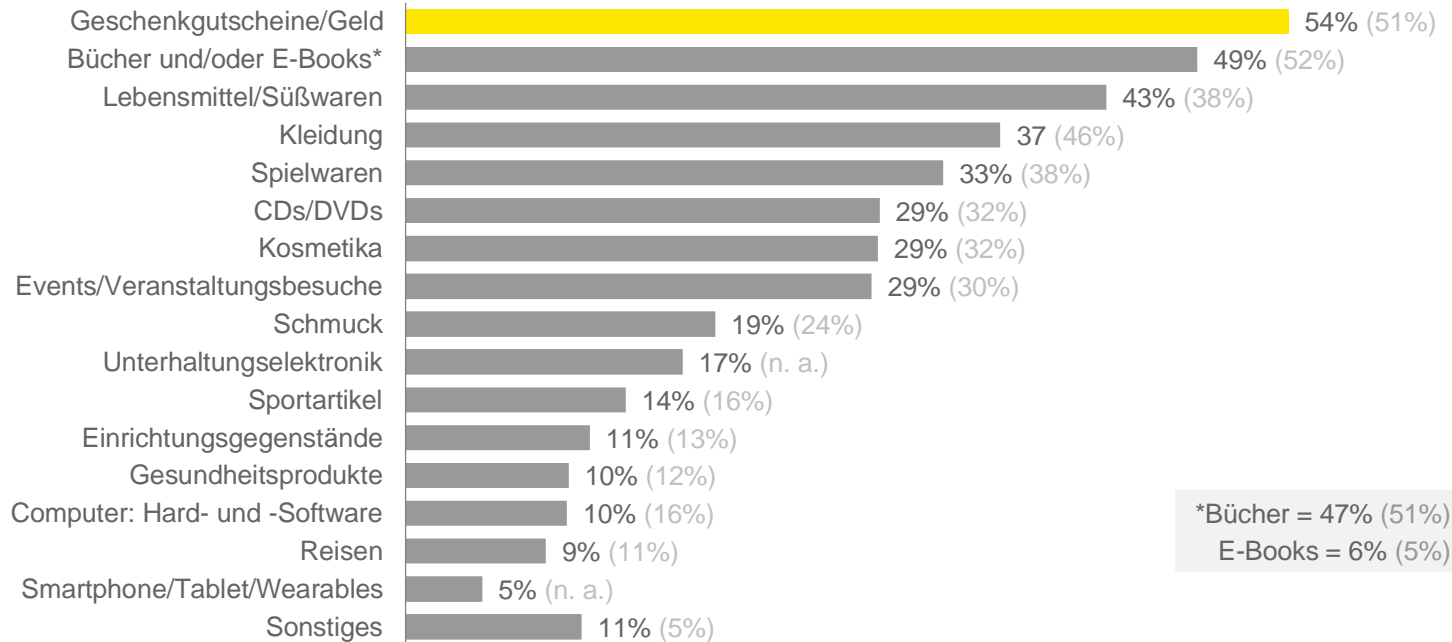
Die Mehrheit der Verbraucher in Deutschland (54 Prozent) kauft die Weihnachtsgeschenke relativ kurzfristig im Dezember – jeder Fünfte sogar erst in den beiden Wochen vor Weihnachten.

46 Prozent der Konsumenten kaufen ihre Geschenke bereits im November oder noch früher.

Am häufigsten unterm Weihnachtsbaum: Geldgeschenke und Bücher/E-Books



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



*Bücher = 47% (51%)
E-Books = 6% (5%)

Die Top 3 der Weihnachtsgeschenke sind in diesem Jahr Geschenkgutscheine und Geld, Bücher bzw. E-Books sowie Lebensmittel bzw. Süßwaren, die den stärksten Zuwachs gegenüber dem Vorjahr verzeichnen.

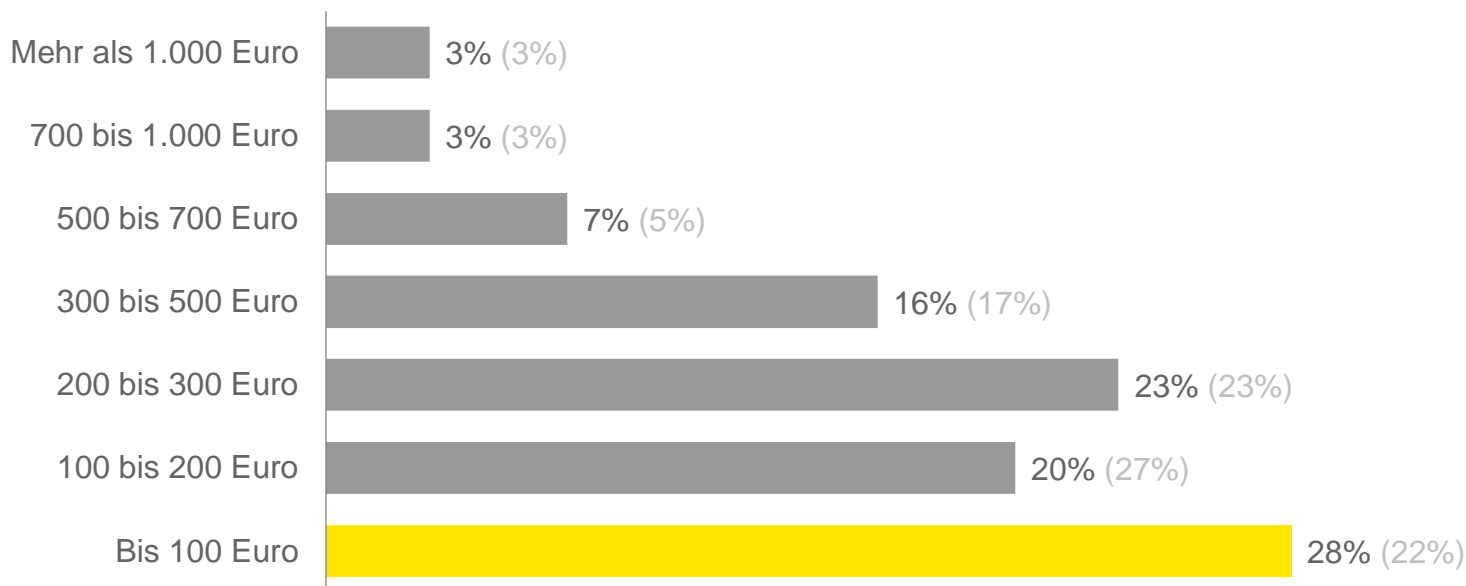
Ebenfalls häufig verschenkt werden Kleidung und Spielwaren, die beide allerdings gegenüber dem Vorjahr deutlich an Boden verloren haben.

In Klammern: Ergebnisse 2015

Gut jeder Zweite will mehr als 200 Euro ausgeben



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



Gut jeder zweite Verbraucher (52 Prozent) plant für seine Weihnachtseinkäufe in diesem Jahr ein Budget von mehr als 200 Euro ein, jeder achte (13 Prozent) will sogar mehr als 500 Euro für Geschenke ausgeben.

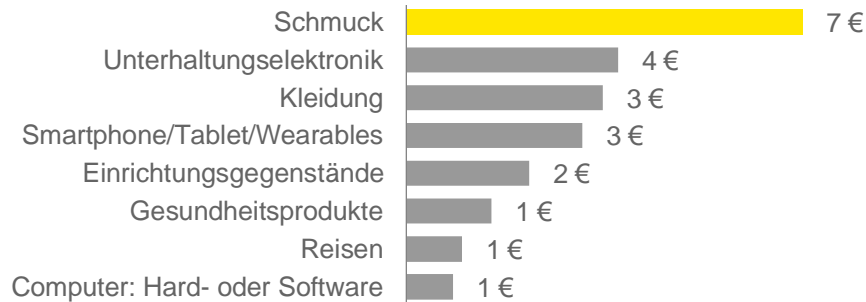
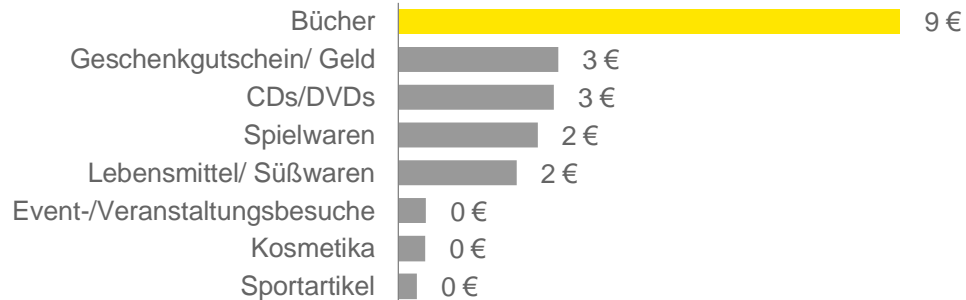
Allerdings plant mehr als jeder vierte Verbraucher (28 Prozent) mit einem kleinen Budget von bis zu 100 Euro. Im Vorjahr kalkulierte nur gut jeder Fünfte (22 Prozent) mit einem kleinen Budget.

In Klammern: Ergebnisse 2015

Weihnachtseinkäufe von Frauen und Männern



Mehrausgaben im Vergleich zum jeweils anderen Geschlecht



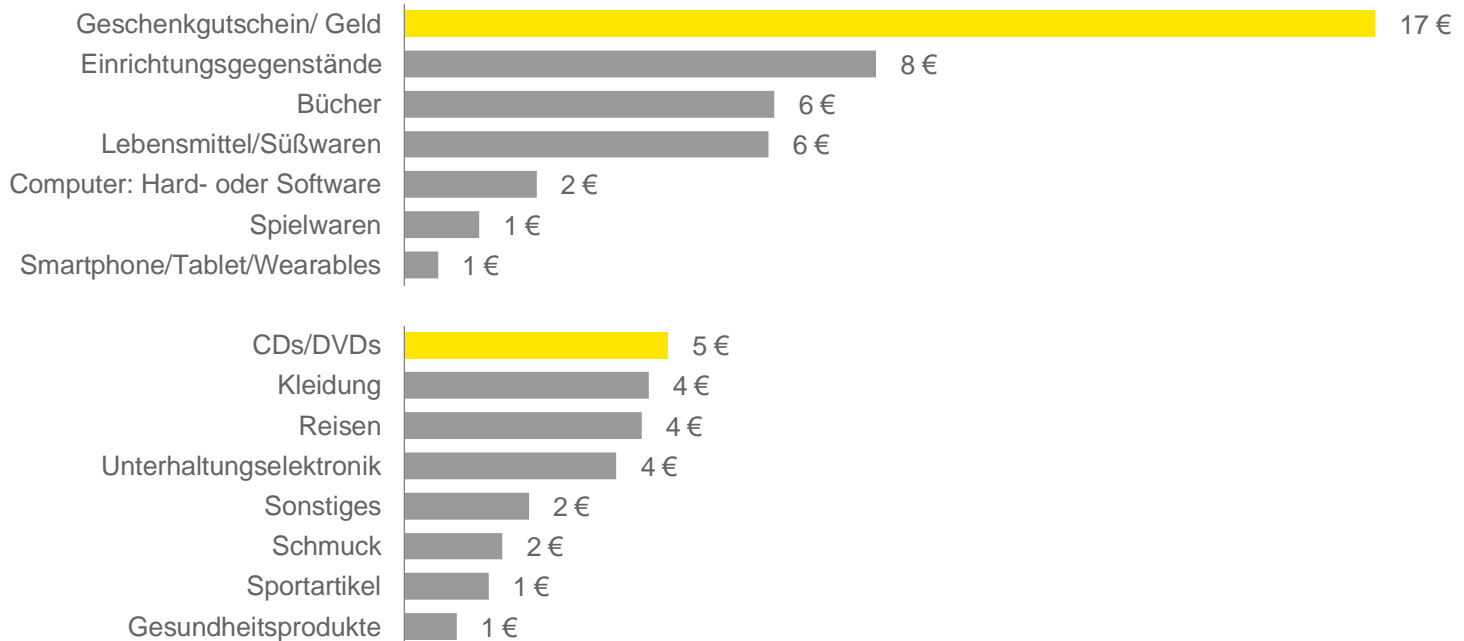
Frauen planen im Durchschnitt deutlich höhere Ausgaben für Bücher ein.
Umgekehrt investieren Männer überdurchschnittlich viel Geld in Schmuck.

Weihnachtseinkäufe in Ost- und Westdeutschland

Mehrausgaben im Vergleich zur jeweils anderen Region

Ost

West



Ostdeutsche Verbraucher investieren im Durchschnitt deutlich mehr in Geschenkgutscheine, Einrichtungsgegenstände, Bücher und Lebensmittel/Süßwaren als westdeutsche Konsumenten.

Umgekehrt zeigen sich westdeutsche Verbraucher vor allem bei CDs/DVDs, Kleidung und Reisen (etwas) ausgabefreudiger.

Der Einkaufsbummel nach Altersgruppen

Geplante Ausgaben nach Vertriebsformen (ohne „Sonstiges“): Anteil an den Gesamtausgaben



	Fachgeschäft/ Fachmarkt		Kaufhaus/ Einkaufszentrum		Online/ Internet		Supermarkt/ Discounter	
	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015
Ab 66 Jahre	38%	46%	27%	33%	8%	9%	9%	6%
56–65 Jahre	48%	39%	21%	36%	16%	17%	7%	4%
46–55 Jahre	39%	34%	27%	37%	23%	22%	6%	4%
36–45 Jahre	41%	33%	24%	36%	30%	28%	4%	2%
Bis 35 Jahre	35%	34%	21%	38%	36%	22%	4%	5%

Mit Ausnahme der Unter-35-Jährigen kaufen alle Einkaufsgruppen am liebsten in Fachgeschäften. Nur die jüngste Altersgruppe der Unter-36-Jährigen bevorzugt geringfügig den Online-Einkauf gegenüber dem Fachgeschäft.

Der Weihnachtsbummel per Mausklick hat in den Altersklassen der Unter-55-Jährigen gegenüber dem Vorjahr an Marktanteil hinzu gewonnen – am stärksten bei den Unter-35-Jährigen (plus 14 Prozentpunkte).

Die globale EY-Organisation im Überblick

Die globale EY-Organisation ist einer der Marktführer in der Wirtschaftsprüfung, Steuerberatung, Transaktionsberatung und Managementberatung. Mit unserer Erfahrung, unserem Wissen und unseren Leistungen stärken wir weltweit das Vertrauen in die Wirtschaft und die Finanzmärkte. Dafür sind wir bestens gerüstet: mit hervorragend ausgebildeten Mitarbeitern, starken Teams, exzellenten Leistungen und einem sprichwörtlichen Kundenservice. Unser Ziel ist es, Dinge voranzubringen und entscheidend besser zu machen – für unsere Mitarbeiter, unsere Mandanten und die Gesellschaft, in der wir leben. Dafür steht unser weltweiter Anspruch „Building a better working world“.

Die globale EY-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 englischem Recht und erbringt keine Leistungen für Mandanten. Weitere Informationen finden Sie unter www.ey.com.

In Deutschland ist EY an 21 Standorten präsent. „EY“ und „wir“ beziehen sich in dieser Publikation auf alle deutschen Mitgliedsunternehmen von Ernst & Young Global Limited.

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 EY-Organisation wird ausgeschlossen. Bei jedem spezifischen Anliegen sollte ein geeigneter Berater zurate gezogen werden.

©2016 Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

All Rights Reserved.

www.de.ey.com