

Weihnachtsgeschenke 2018 – Deutschland

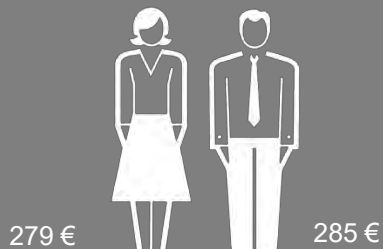
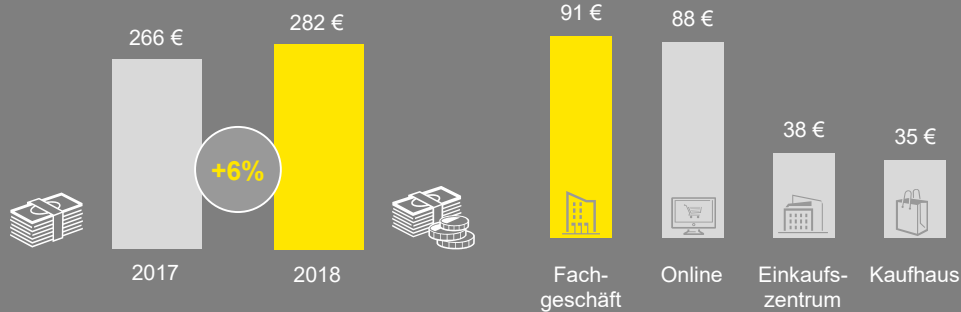
Verbraucherumfrage zu
Kaufabsichten und -gewohnheiten

Oktober 2018

Weihnachtsgeschenke 2018

Befragung von 1.000 Verbrauchern in Deutschland | EY-Studie

Geplante **Ausgaben** für Weihnachtsgeschenke

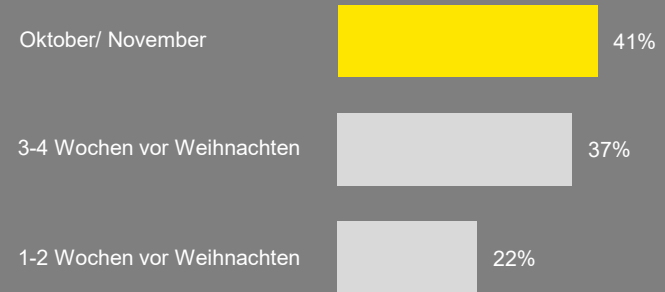


Weihnachtsbummel lieber **online oder vor Ort?**



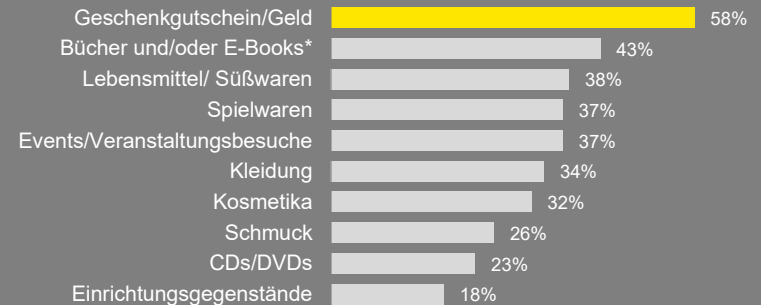
Wann

kaufen Sie Ihre Geschenke?

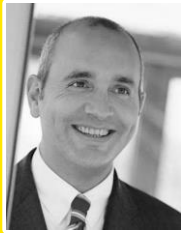


Die häufigsten

Geschenke



Design der Studie



Thomas Harms

Ihr Ansprechpartner

Retail & Consumer Products
Sector Leader

Germany Switzerland Austria

Graf-Adolf-Platz 15
40213 Düsseldorf

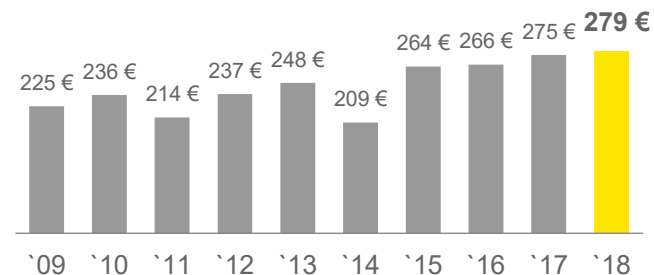
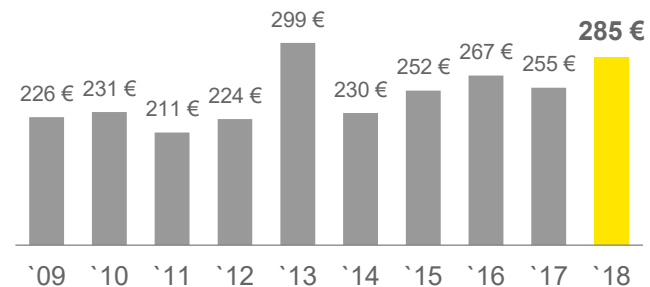
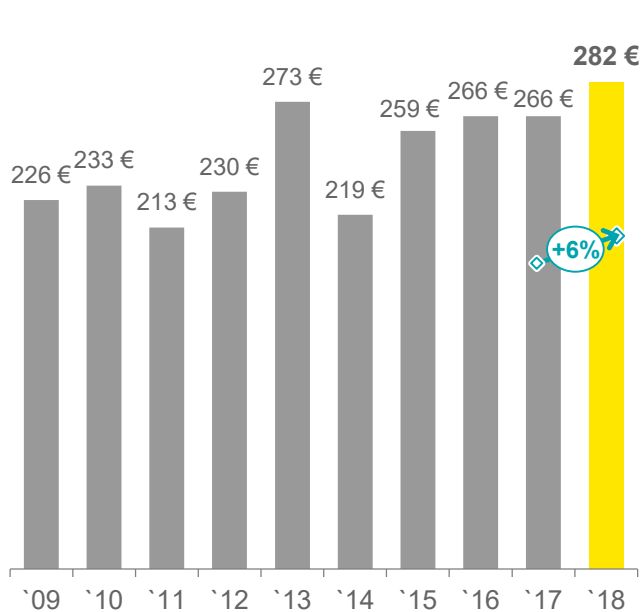
Telefon +49 211 9352 18502
thomas.harms@de.ey.com

- ▶ Telefonische Befragung durch ein unabhängiges Marktforschungsinstitut im Oktober 2018 (Befragungszeitraum: 08.10. bis 16.10.)
- ▶ Repräsentative Befragung von 1.000 (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 2008 bis 2017 werden – wo dies sinnvoll und aussagekräftig ist – ebenfalls aufgeführt.

Konsumlust zu Weihnachten steigt auf Rekordniveau



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



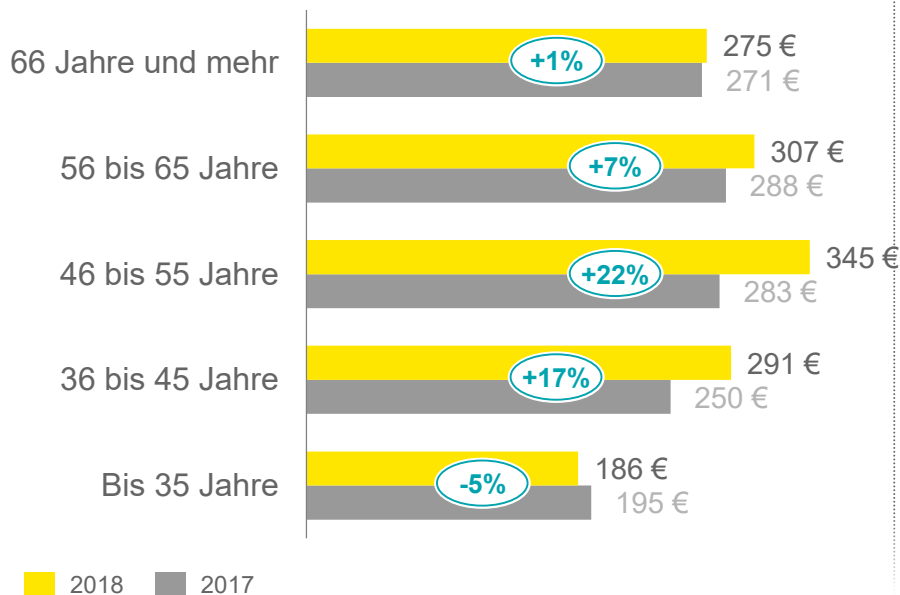
Das durchschnittliche Budget für Weihnachtsgeschenke soll 2018 bei 282 Euro liegen – das ist der höchste Wert der vergangenen zehn Jahre.

Frauen wollen mit 279 Euro mehr Geld für Geschenke ausgeben als in jeder bisherigen Befragung. Männer planen im Durchschnitt mit einem Geschenkbudget von 285 Euro – dem zweithöchsten Wert der vergangenen zehn Jahre.

Spendierfreude ist bei den Mid Agern zwischen 46 und 55 Jahren am größten



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



Ø Budget Weihnachtsgeschenke



Ost



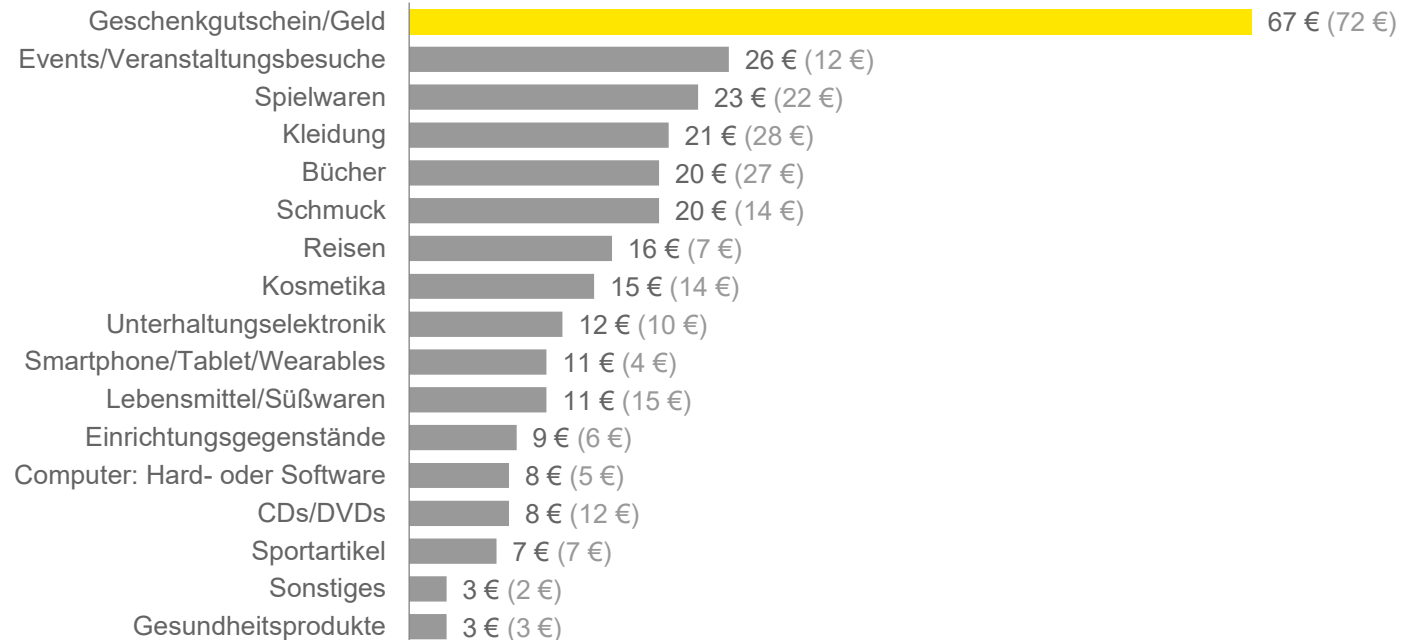
West

Mit Ausnahme der 18- bis 35-Jährigen wollen alle Altersgruppen in diesem Jahr mehr für Weihnachtsgeschenke ausgeben als im Vorjahr. Besonders spendierfreudig zeigen sich in diesem Jahr die 46- bis 55-Jährigen, die 22 Prozent mehr ausgeben wollen als im Vorjahr. Vor allem Konsumenten im Osten Deutschlands haben in diesem Jahr ein höheres Geschenkbudget.

Für welche Geschenke durchschnittlich am meisten Geld ausgegeben wird



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



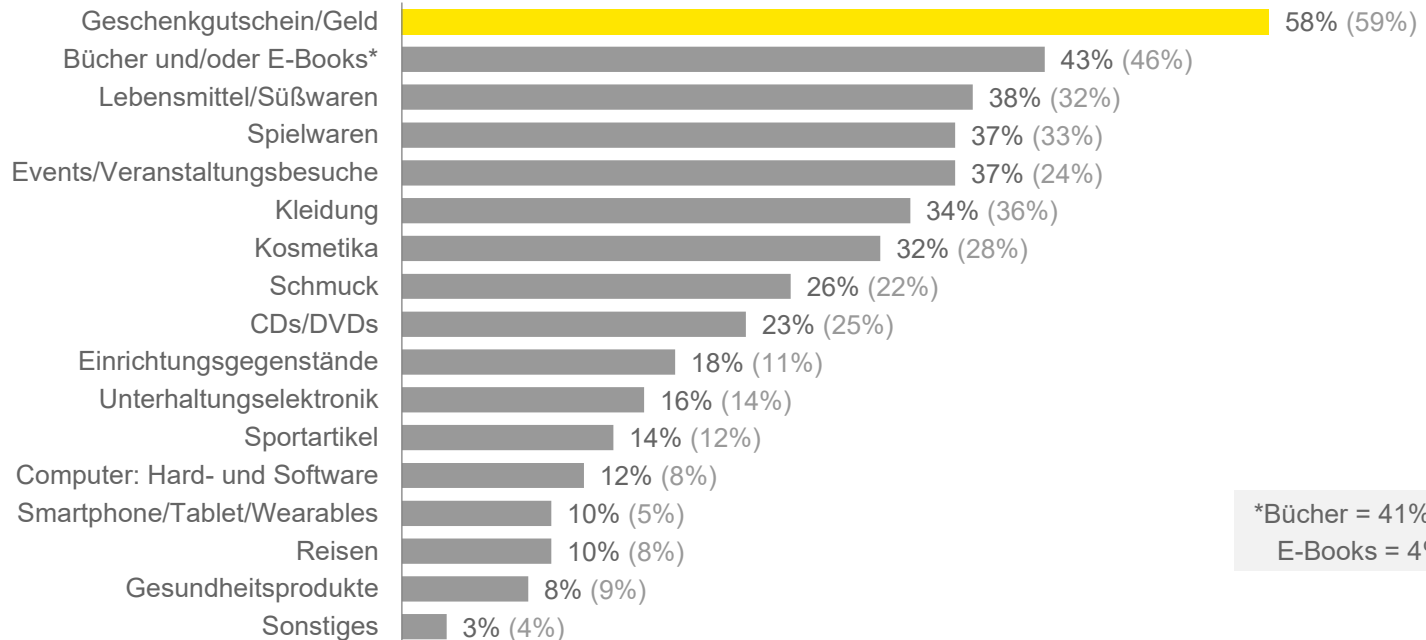
Die mit Abstand höchsten Summen investieren Verbraucher in Deutschland in diesem Jahr in Geschenkgutscheine: Mit durchschnittlich 67 Euro geben die Verbraucher hierfür jeweils mehr als doppelt so viel aus wie für Events/Veranstaltungsbesuche und Spielwaren, die im Ausgabenranking die Ränge 2 und 3 belegen. Rückläufig sind vor allem die geplanten Ausgaben für Mode und Bücher.

In Klammern: Ergebnisse 2017. Alle angegebenen Beträge sind Durchschnittswerte

Am häufigsten unterm Weihnachtsbaum: Geldgeschenke und Bücher



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

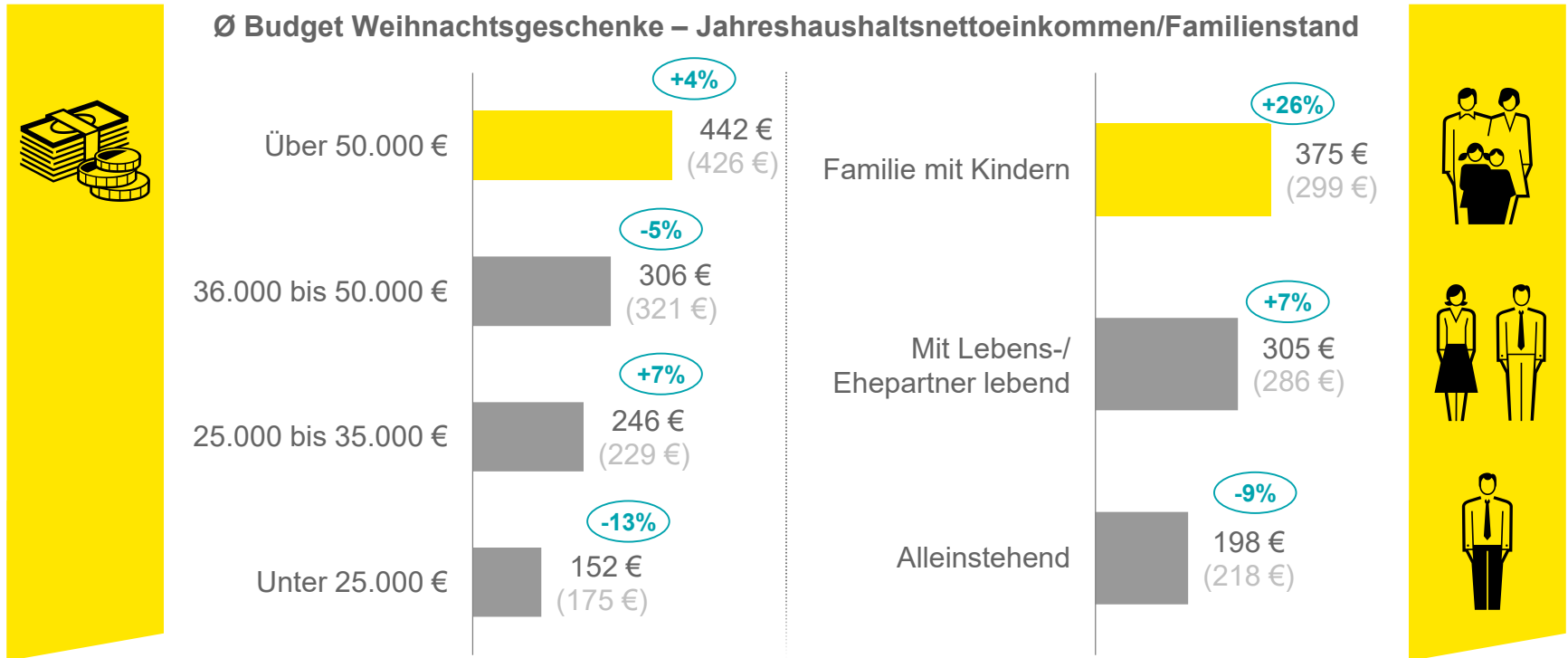


*Bücher = 41% (45%)
E-Books = 4% (3%)

Die Top Weihnachtsgeschenke sind in diesem Jahr Geschenkgutscheine und Geld sowie Bücher oder E-Books. Deutlich häufiger als im Vorjahr werden Event-/Veranstaltungsbesuche sowie Einrichtungsgegenstände verschenkt.

In Klammern: Ergebnisse 2017

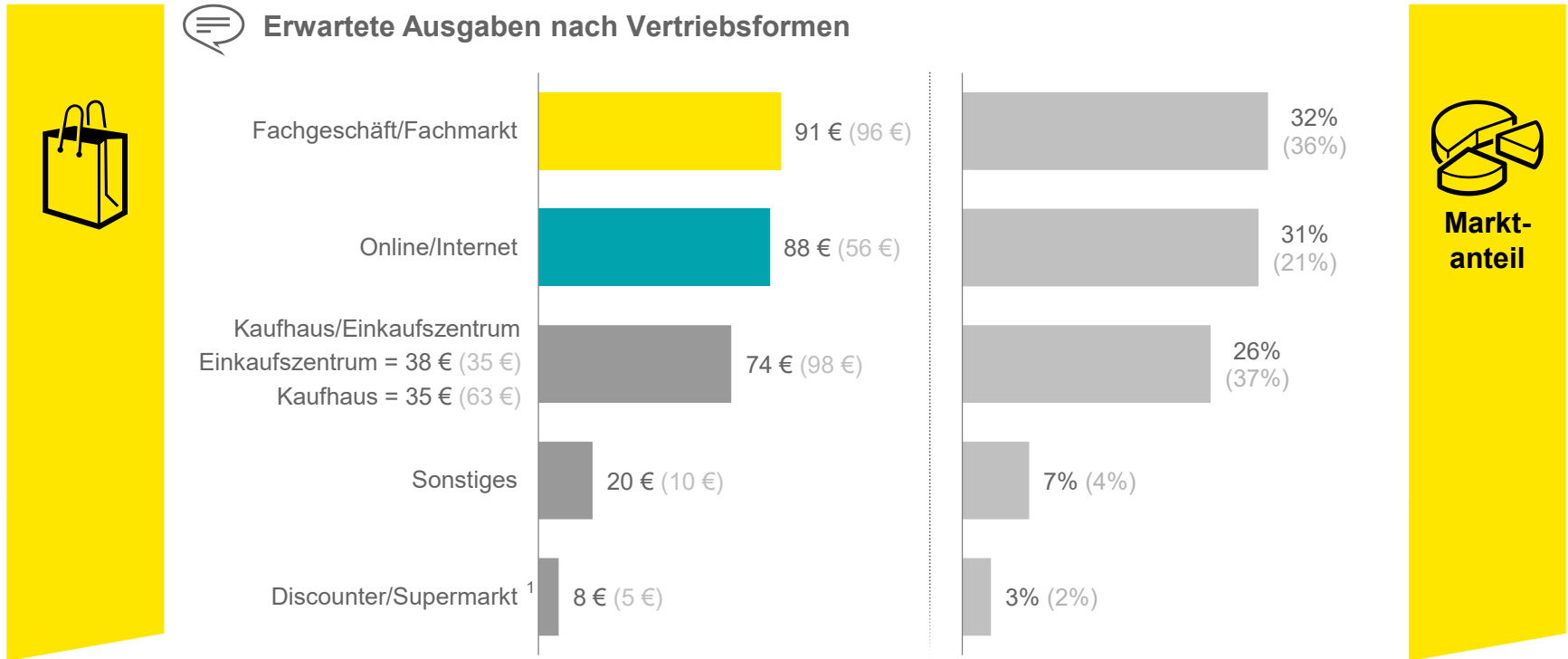
Gutverdiener wollen mehr investieren – Geringverdiener weniger



Spürbar gestiegen ist die Geberlaune bei Verbrauchern mit Jahreshaushaltsnettoeinkommen von mehr als 50.000 Euro, deutlich gesunken hingegen bei Beziehern von Jahreseinkommen von weniger als 25.000 Euro. Familien mit Kindern wollen in diesem Jahr erheblich mehr für Weihnachtsgeschenke ausgeben als im Vorjahr. Auch kinderlose Paare planen mit höheren Ausgaben, Alleinstehende hingegen mit deutlich niedrigeren.

In Klammern: Werte 2017

Marktanteile: Online nur noch knapp hinter Fachgeschäften



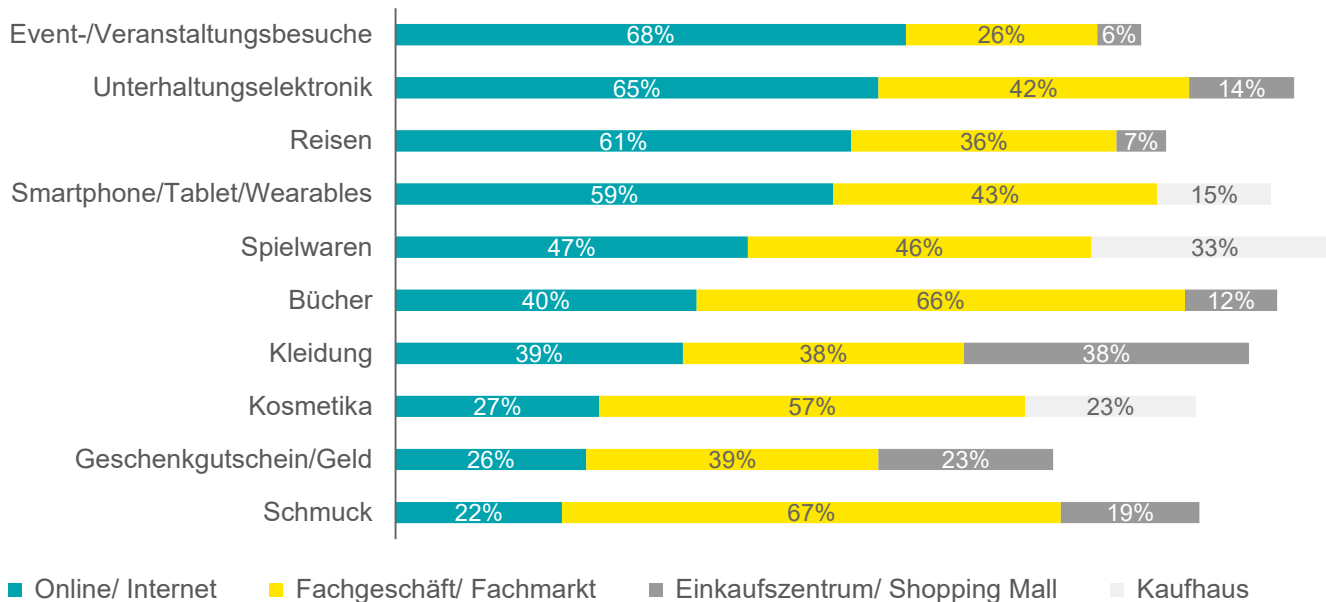
Der Trend geht zum Weihnachtseinkauf per Mausklick: Zwar vereinigt der stationäre Fachhandel in diesem Jahr mit 32 Prozent den größten Marktanteil auf sich, allerdings holt der Online-Einkauf stark auf und bringt es auf 31 Prozent – ein Plus von zehn Prozentpunkten. Dieser Trend wird voraussichtlich zu Lasten der Kaufhäuser gehen.

In Klammern: Ergebnisse 2017 ¹ Zum Beispiel Katalog-Versandhandel, Fabrikverkauf/Factory Outlet, Bahnhof/Flughafen, Ticketverkaufsstelle

Wo Weihnachtsgeschenke gekauft werden



Die beliebtesten Vertriebsformen für die Top-Weihnachtsgeschenke;
Mehrfachnennungen möglich



Der Online-Handel hat in den Kategorien Event-/Veranstaltungsbesuche, Unterhaltungselektronik, Reisen sowie Smartphones/Tablets/Wearables inzwischen eindeutig die Nase vorn. Für den Einkauf von Schmuck, Büchern und Kosmetika wird von der Mehrheit der Konsumenten hingegen der Einkauf im Fachgeschäft/Fachmarkt bevorzugt.

Jeder Fünfte erledigt Weihnachtseinkauf inzwischen lieber online als stationär

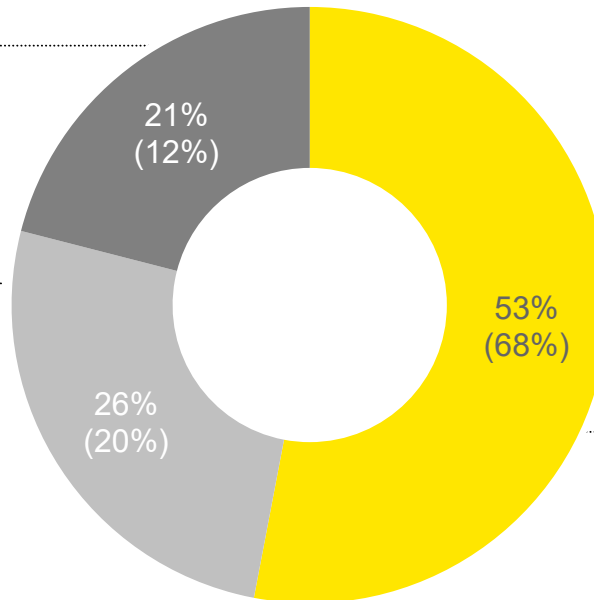


Kaufen Sie Ihre Weihnachtsgeschenke lieber online oder bei Einzelhändlern vor Ort?



Lieber online

Keine Präferenz: sowohl online als auch stationär



Lieber bei Einzelhändlern vor Ort (stationär)

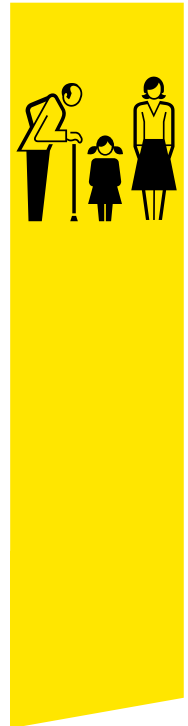
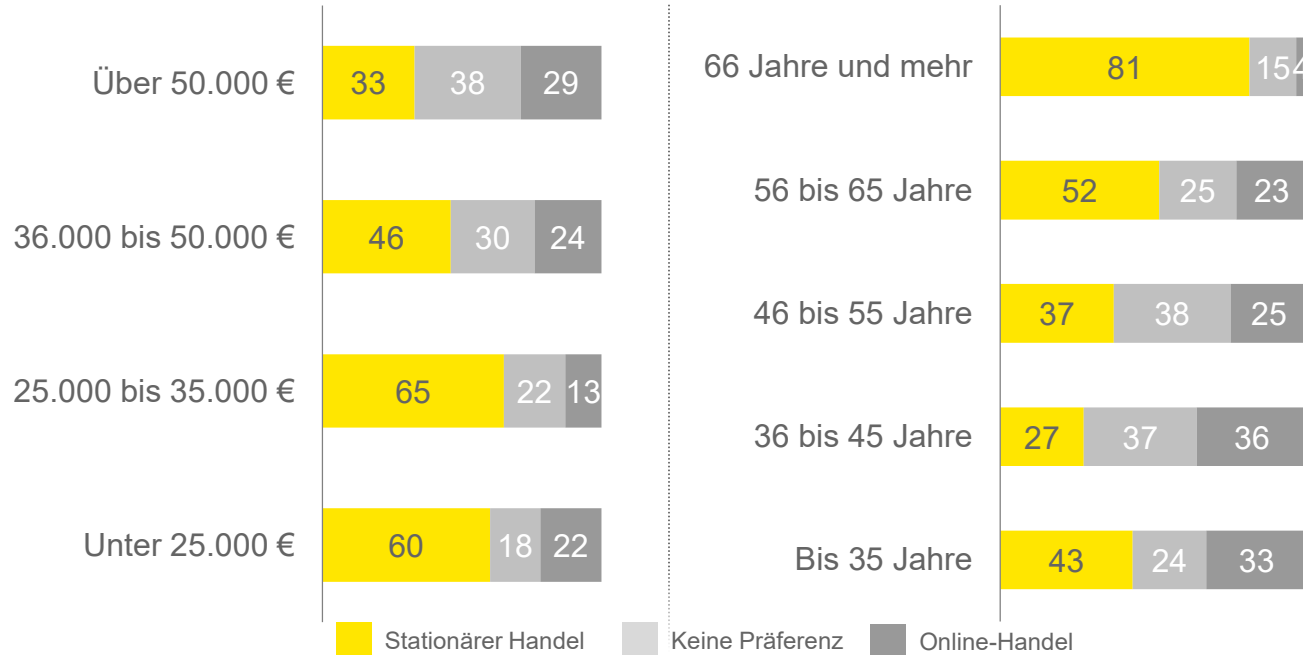
Gut zwei von drei Verbrauchern kaufen ihre Weihnachtsgeschenke lieber bei Einzelhändlern vor Ort als im Netz. Der Geschenkekauf per Mausklick ist nur für rund jeden achten Befragten die erste Wahl, weitere 20 Prozent haben keine eindeutige Präferenz.

In Klammern: Ergebnisse 2017

Affinität zum stationären Handel steigt mit dem Alter – und sinkt mit dem Einkommen



Präferenz für Einkauf bei stationärem Einzelhandel versus Online-Handel



Die Affinität zum stationären Handel ist am stärksten ausgeprägt bei den Verbrauchern mit eher niedrigen Einkommen. Gleichzeitig steigt die Affinität zum stationären Handel mit zunehmendem Alter.

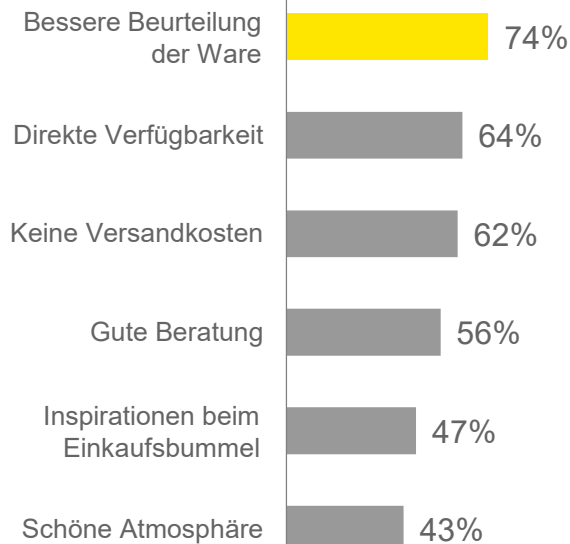
Angaben in Prozent

Für den stationären Handel sprechen: Haptik, direkte Verfügbarkeit und Beratung

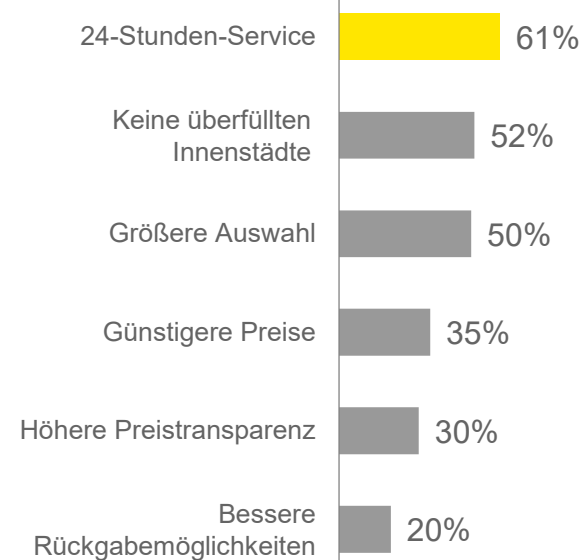


Was spricht aus Ihrer Sicht für Weihnachtseinkäufe ... (Anteil „stimme voll zu“)

... bei Einzelhändlern vor Ort?



... per Internet?



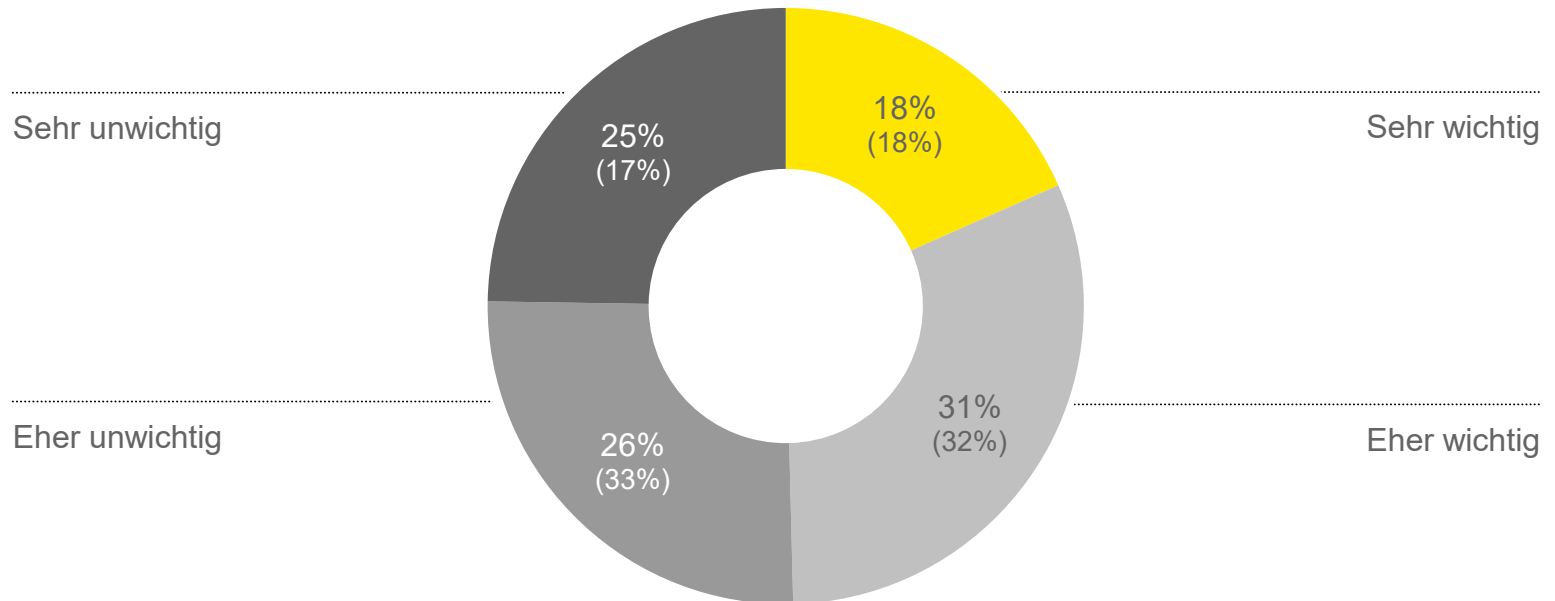
Verbraucher schätzen beim Einzelhandel vor Ort vor allem, dass sie die Ware leichter beurteilen können. Außerdem loben sie die direkte Verfügbarkeit der Produkte und die gute Beratung in (Fach-)geschäften.

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

Vorweihnachtliches Shoppen für jeden Zweiten wichtig



Wie wichtig ist Ihnen generell das vorweihnachtliche Shopperlebnis in der Stadt bzw. im Shopping-Center?



Für fast jeden zweiten Befragten ist das vorweihnachtliche Shopperlebnis in der Stadt bzw. im Shopping-Center nach eigenen Angaben wichtig – für gut jeden sechsten Konsumenten sogar sehr wichtig. Die andere Hälfte der Konsumenten bewertet das vorweihnachtliche Shopping für sich als eher oder sehr unwichtig.

Vorjahreswerte in Klammern

Weihnachtsevents von den meisten als Bereicherung empfunden

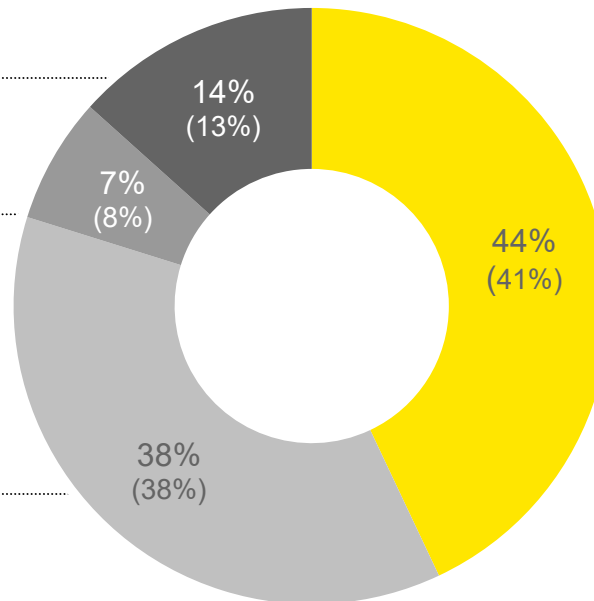


Wie stehen Sie zu vorweihnachtlichen Veranstaltungen und Weihnachtsmärkten in Innenstädten bzw. Shopping-Centern?

Interessiert mich nicht/
keine Meinung

Empfinde ich als störend

Ganz nett, aber kein Grund,
dafür die Stadt/das Shopping-
Center zu besuchen



Das ist ein zusätzlicher
Anreiz für den Besuch

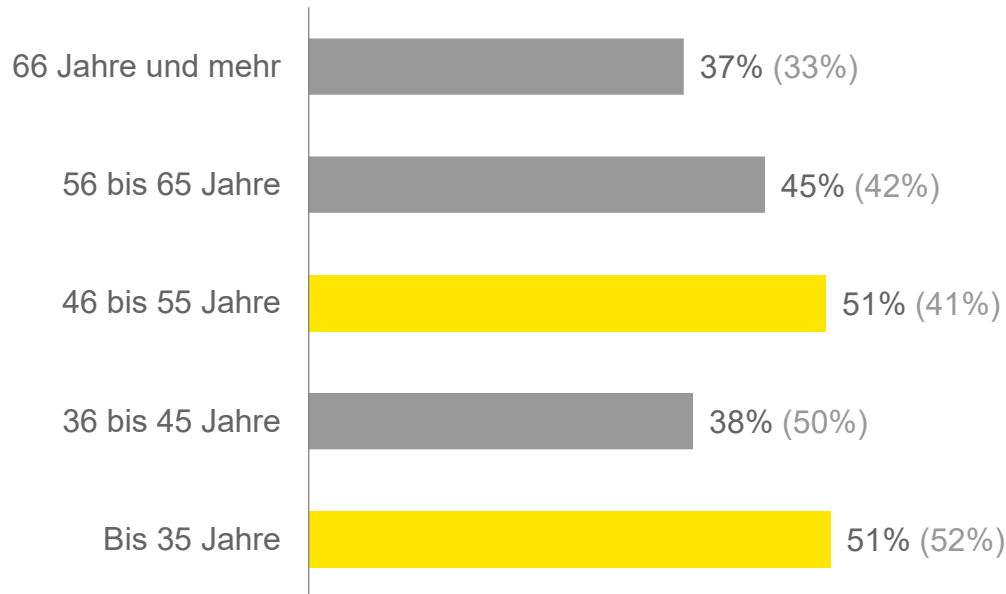
Fast vier von fünf Verbrauchern bewerten vorweihnachtliche Veranstaltungen und Weihnachtsmärkte in Innenstädten oder Shopping-Centern als positiv. Immerhin 44 Prozent der Befragten fühlen sich hierdurch zu einem vor-Ort-Besuch animiert. Nur eine kleine Minderheit sieht sich durch derartige Veranstaltungen allerdings gestört.

Vorjahreswerte in Klammern

Weihnachtsmärkte und –veranstaltungen vor allem für Jüngere und Mid-Ager attraktiv



Antwort: Vorweihnachtliche Veranstaltungen und Weihnachtsmärkte in Innenstädten bzw. Shopping-Centern sind ein zusätzlicher Anreiz für den Besuch



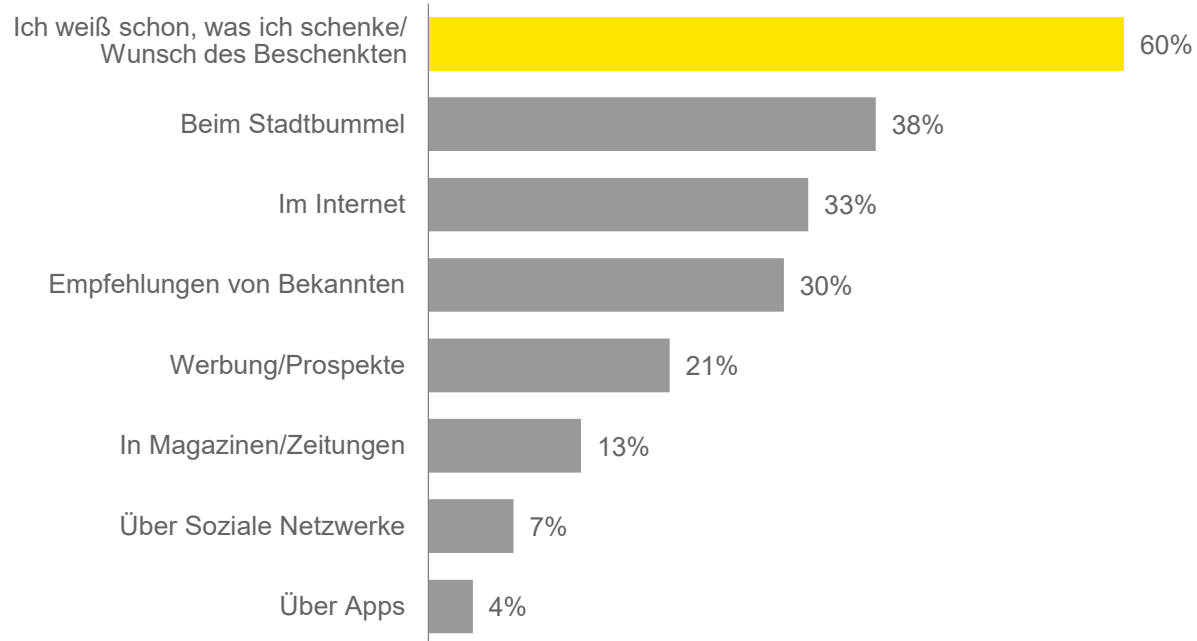
Gerade jüngere Konsumenten empfinden Weihnachtsmärkte und vorweihnachtliche Veranstaltungen in Innenstädten bzw. Shopping-Centern als einen zusätzlichen Anreiz für den Besuch – Senioren hingegen eher nicht.

Vorjahreswerte in Klammern

Die meisten Geschenkideen kommen beim Stadtbummel



Wo holen Sie sich Ideen für Weihnachtsgeschenke?



Die meisten Ideen für Geschenke kommen den Verbrauchern beim Stadtbummel (39 Prozent). Immerhin jeder Dritte lässt sich durch Empfehlungen von Bekannten – auch über soziale Netzwerke – inspirieren.

Im Internet holt sich nur jeder fünfte Verbraucher Ideen für Weihnachtsgeschenke – das Netz liegt als Ideengeber damit nur knapp vor der traditionellen Prospektwerbung.

Vorjahreswerte in Klammern

Mehrheit kauft Weihnachtsgeschenke erst im Dezember

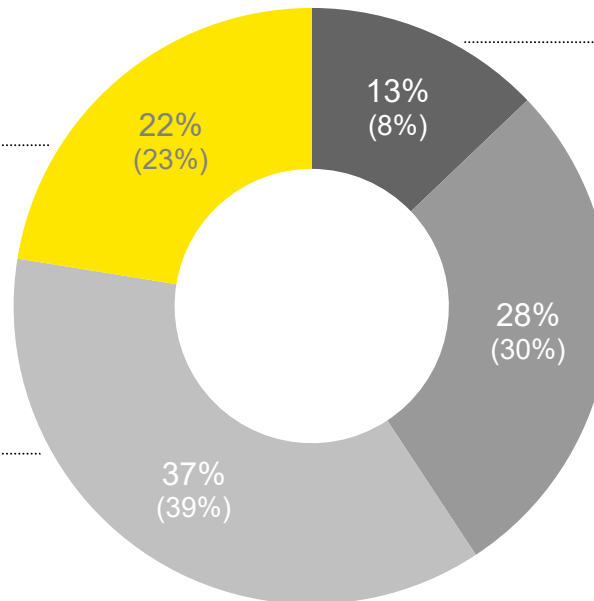


Wann werden Sie voraussichtlich den größten Teil der Weihnachtseinkäufe tätigen?



In den beiden Wochen vor Weihnachten

In den ersten zwei Dezemberwochen



Bereits gekauft

Im November

Die Mehrheit der Verbraucher in Deutschland (59 Prozent) kauft die Weihnachtsgeschenke relativ kurzfristig im Dezember – gut jeder Fünfte (22 Prozent) sogar erst in den beiden Wochen vor Weihnachten.

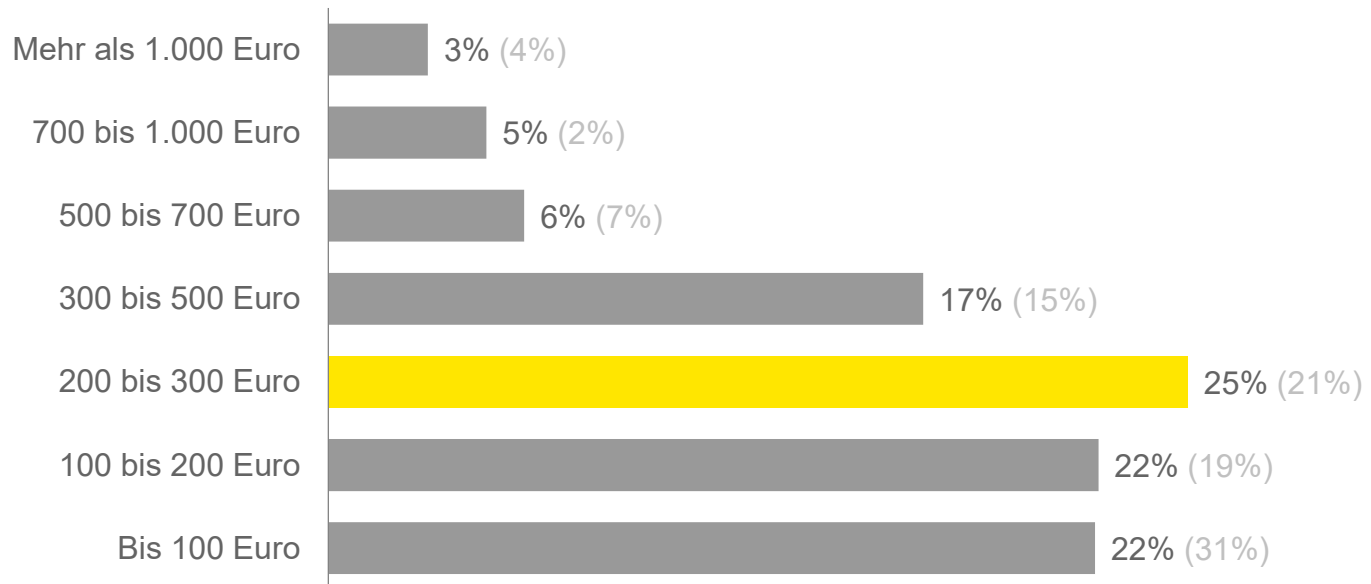
41 Prozent der Konsumenten kaufen ihre Geschenke bereits im November oder noch früher.

Vorjahreswerte in Klammern

Die meisten wollen mehr als 200 Euro für Weihnachtsgeschenke ausgeben



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



Mehr als jeder zweite Verbraucher plant für seine Weihnachtseinkäufe in diesem Jahr ein Budget von mehr als 200 Euro ein, jeder siebte will sogar mehr als 500 Euro für Geschenke ausgeben.

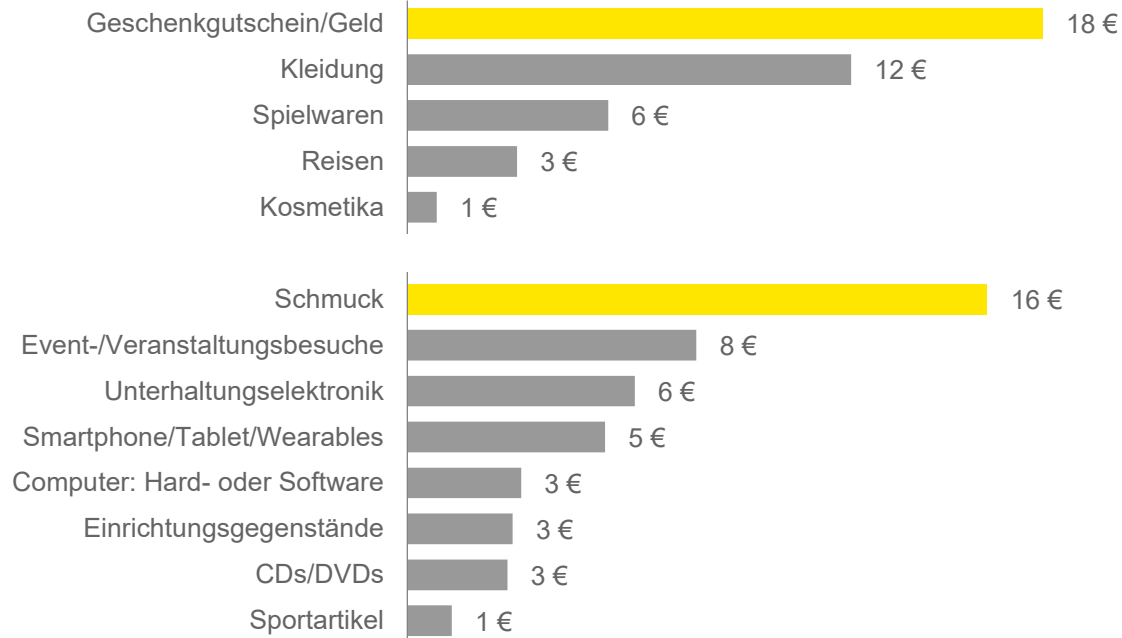
Weniger als jeder vierte Konsument plant mit einem kleinen Budget von bis zu 100 Euro.

Vorjahreswerte in Klammern

Weihnachtseinkäufe von Frauen und Männern



Mehrausgaben im Vergleich zum jeweils anderen Geschlecht



Frauen planen im Durchschnitt deutlich höhere Ausgaben für Geschenkgutscheine, Kleidung und Spielwaren ein. Umgekehrt investieren Männer überdurchschnittlich viel Geld in Schmuck, Event- bzw. Veranstaltungsbesuche und Unterhaltungselektronik.

Weihnachtseinkäufe in Ost- und Westdeutschland



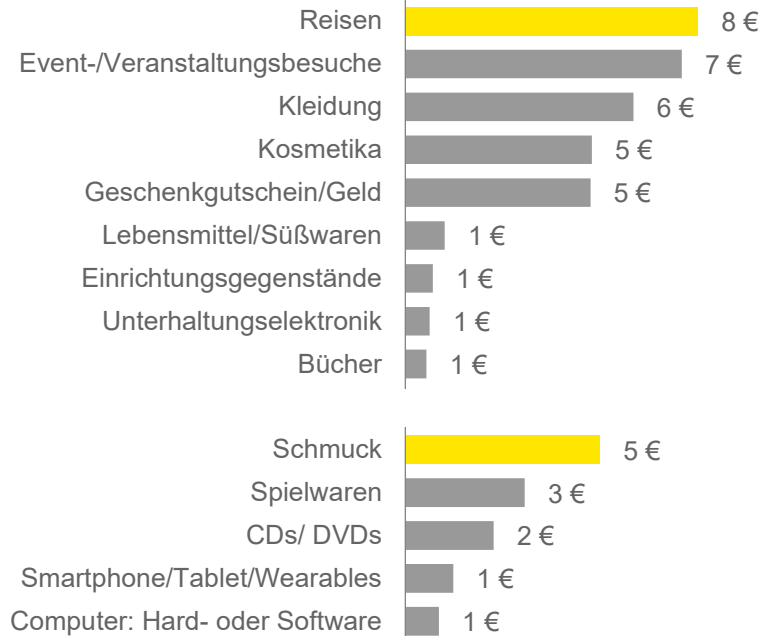
Mehrausgaben im Vergleich zur jeweils anderen Region



Ost



West



Ostdeutsche Verbraucher investieren im Durchschnitt deutlich mehr in Reisen und Events als westdeutsche Konsumenten sowie spürbar mehr in Unterhaltungselektronik, Kosmetika und Kleidung.

Umgekehrt zeigen sich westdeutsche Verbraucher vor allem bei Smartphones und Schmuck ausgabefreudiger.

EY | Assurance | Tax | Transactions | Advisory

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 20 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.

©2018 Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft
All Rights Reserved.

www.de.ey.com.