

Weihnachtsgeschenke 2020 - Deutschland

Verbraucherumfrage zu
Kaufabsichten und -
gewohnheiten

Dezember 2020



EY

Building a better
working world

Design der Studie

Ihr Ansprechpartner



Ev Bangemann

Retail & Consumer Products
Sector Leader

Germany Switzerland Austria

Ernst & Young GmbH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

+49 6196 996 26733

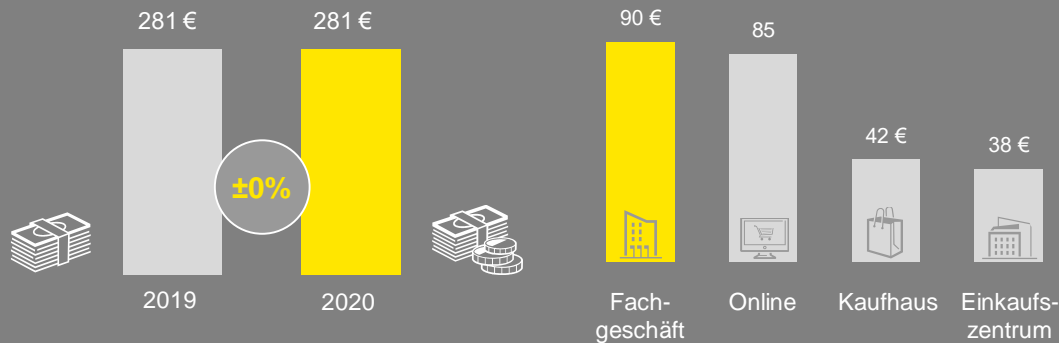
ev.bangemann@de.ey.com

- ▶ Telefonische Befragung durch ein unabhängiges Marktforschungsinstitut im November 2020
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 2019 werden - wo dies sinnvoll und aussagekräftig ist - ebenfalls aufgeführt.
-

Weihnachtsgeschenke 2020

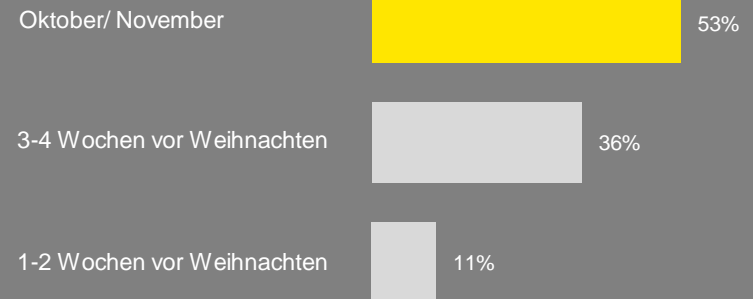
Befragung von 1.000 Verbrauchern in Deutschland | EY-Studie

Geplante **Ausgaben** für Weihnachtsgeschenke

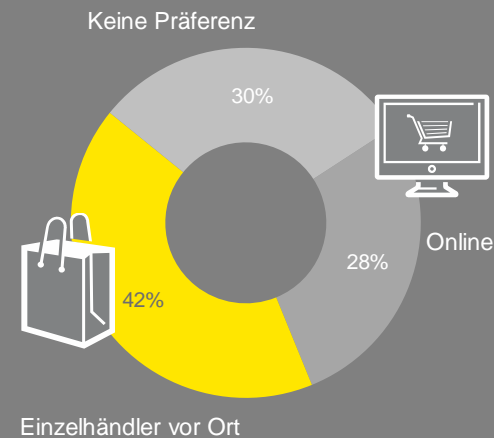


Wann

kaufen Sie Ihre Geschenke?

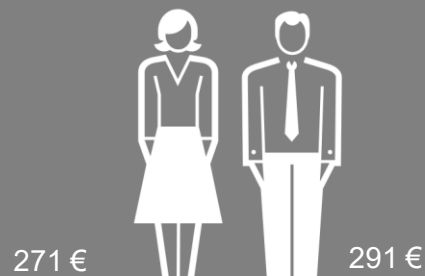
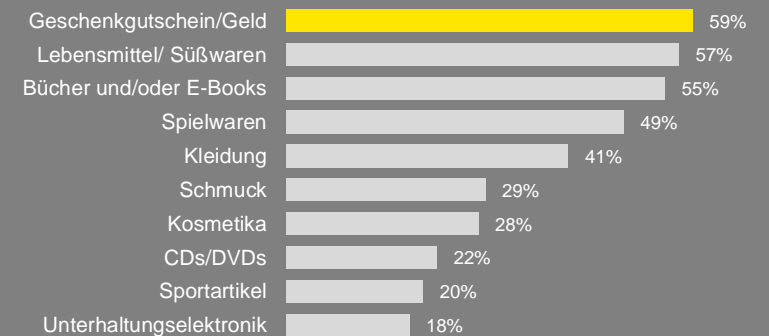


Weihnachtsbummel lieber **online oder vor Ort?**

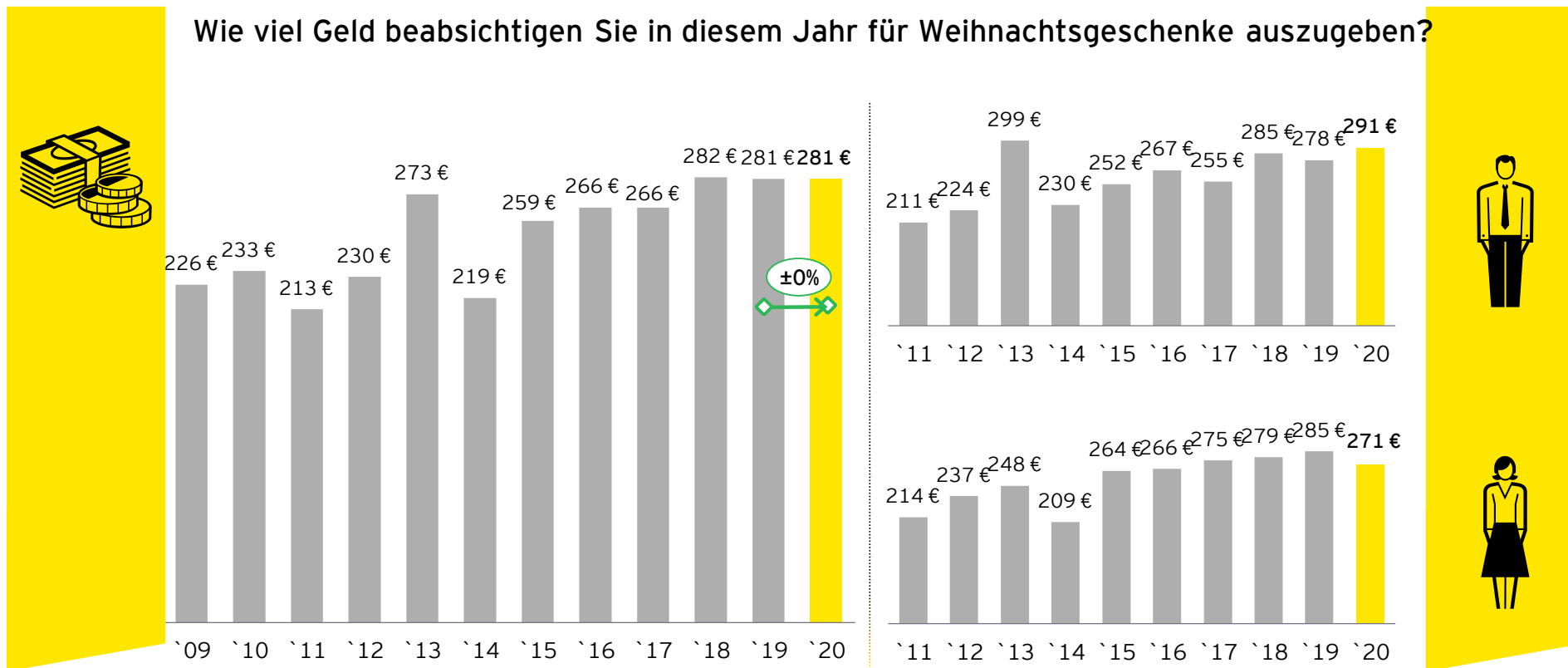


Die häufigsten

Geschenke

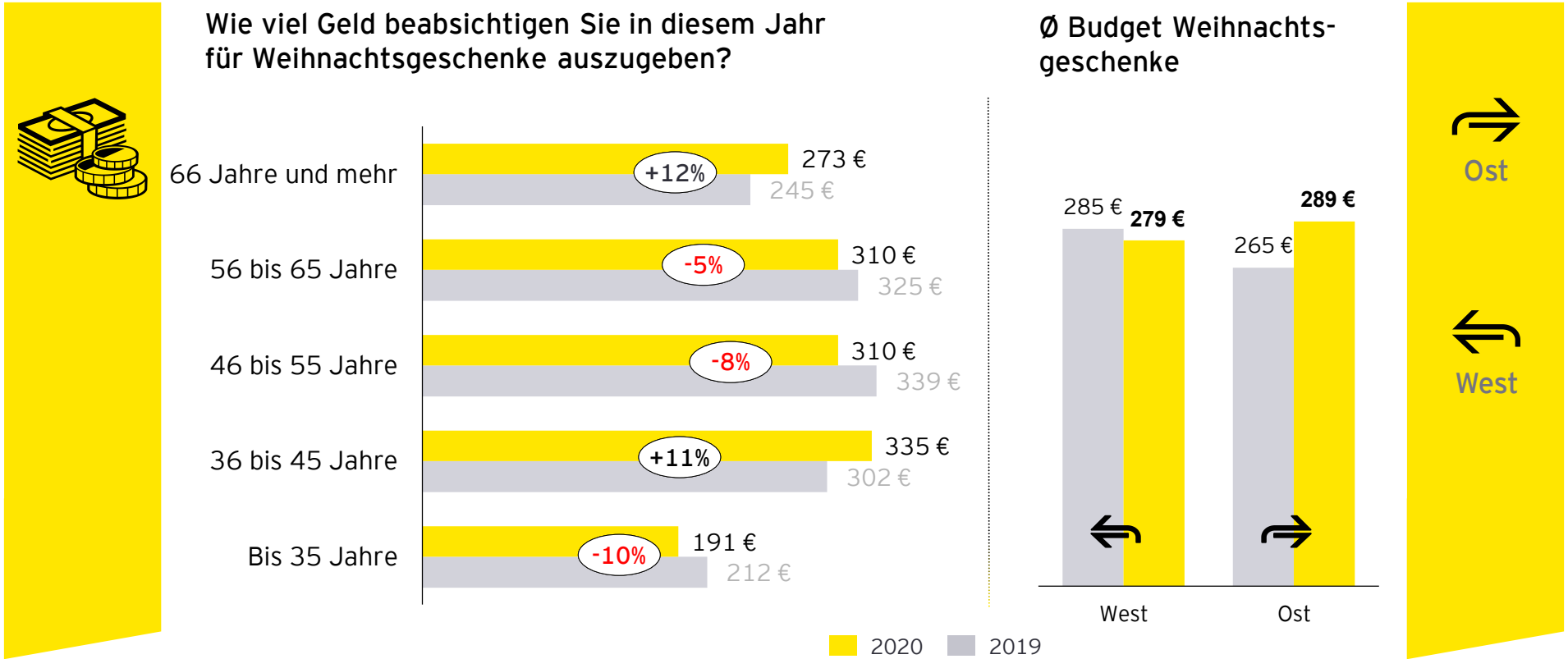


Trotz Coronakrise: Konsumlust zu Weihnachten ungebrochen hoch - und fast auf Rekordniveau von 2018



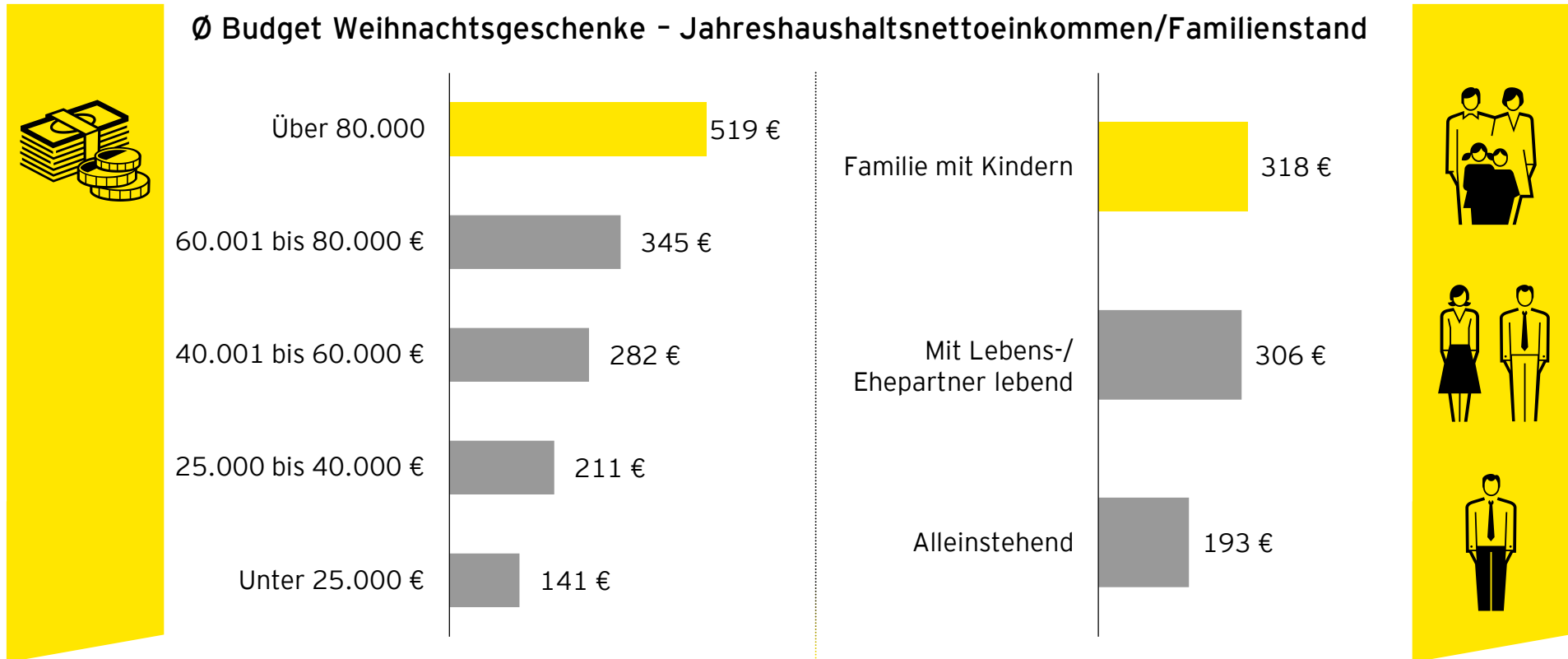
Das durchschnittliche Budget für Weihnachtsgeschenke soll 2020 bei 281 Euro liegen - das ist nur ein Euro weniger als im Rekordjahr 2019 und genauso viel wie im Vorjahr. Männer wollen mit 291 Euro deutlich mehr Geld für Geschenke ausgeben als im Vorjahr, Frauen planen hingegen mit einem niedrigeren Budget als in den Vorjahren.

Spendierfreude bei den Mid Agern zwischen 36 und 45 Jahren am größten - Ostdeutsche planen mit größerem Budget



Besonders spendierfreudig zeigen sich in diesem Jahr die 36- bis 45-Jährigen, die mit einem Weihnachtsbudget von durchschnittlich 335 Euro planen - das sind immerhin 11 Prozent mehr als im Vorjahr. Auch die Altersgruppe der Über 65-Jährigen plant mit einem höheren Weihnachtsbudget als vor einem Jahr. Alle anderen Altersgruppen wollen hingegen weniger Geld ausgeben als 2019. Konsumenten in Ostdeutschland wollen in diesem Jahr deutlich mehr ausgeben als im Vorjahr und mehr als Konsumenten in Westdeutschland.

Familien mit Kindern geben am meisten aus



Die Geberlaune bei kinderlosen Paaren. Deutlich gesunken ist sie hingegen bei Familien mit Kindern, die ihr Geschenkbudget gegenüber dem Vorjahr im Durchschnitt um 19 Prozent reduzieren wollen; auch Alleinstehende wollen weniger ausgeben als vor einem Jahr.

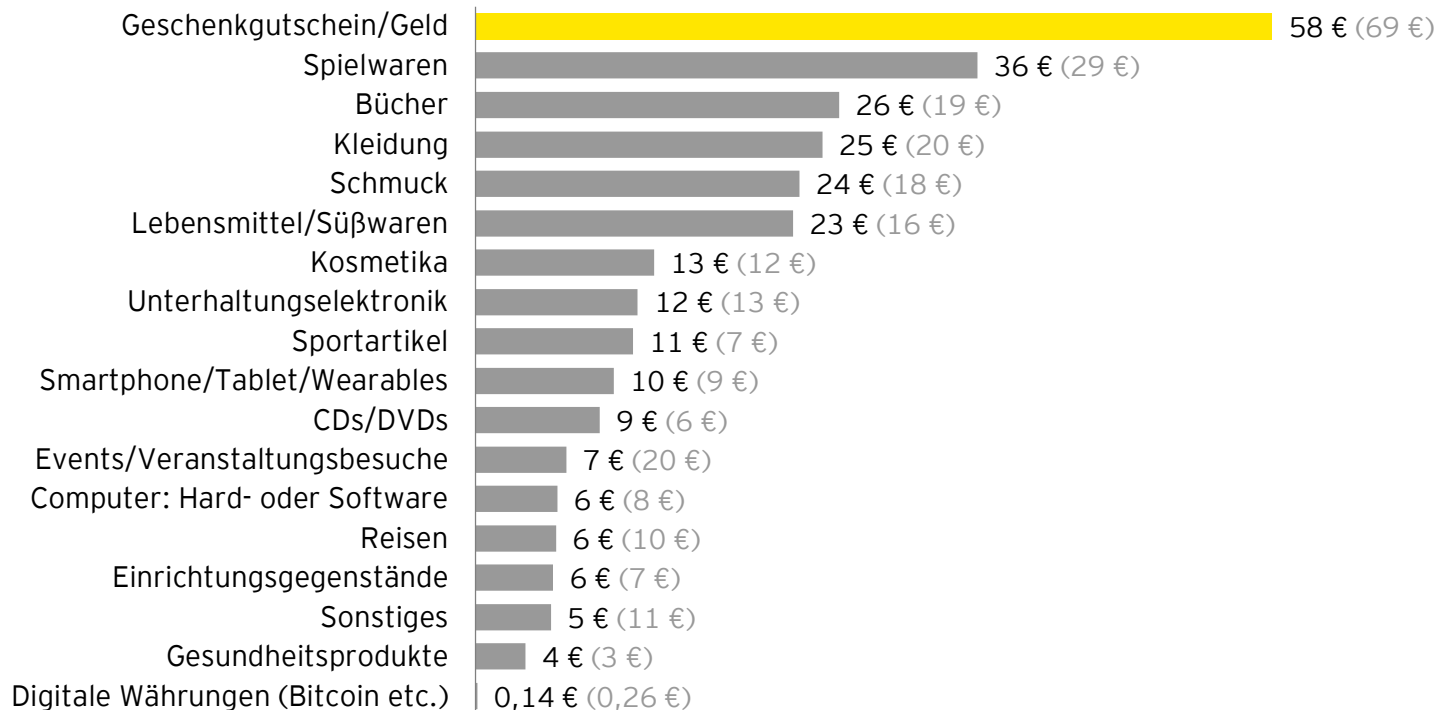
ist die Geberlaune bei Geringverdienern.

In Klammern: Werte 2019 (soweit verfügbar aufgrund veränderter Einkommensklassen)

Für welche Geschenke durchschnittlich am meisten Geld ausgegeben wird



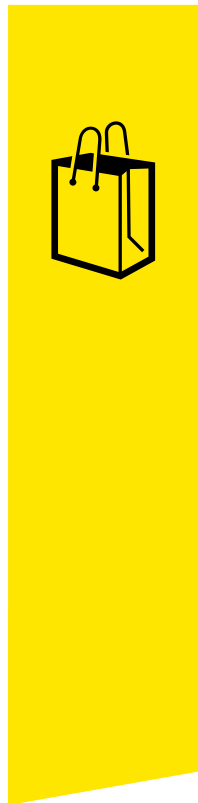
Wie viel Geld werden Sie voraussichtlich ausgeben für ...?



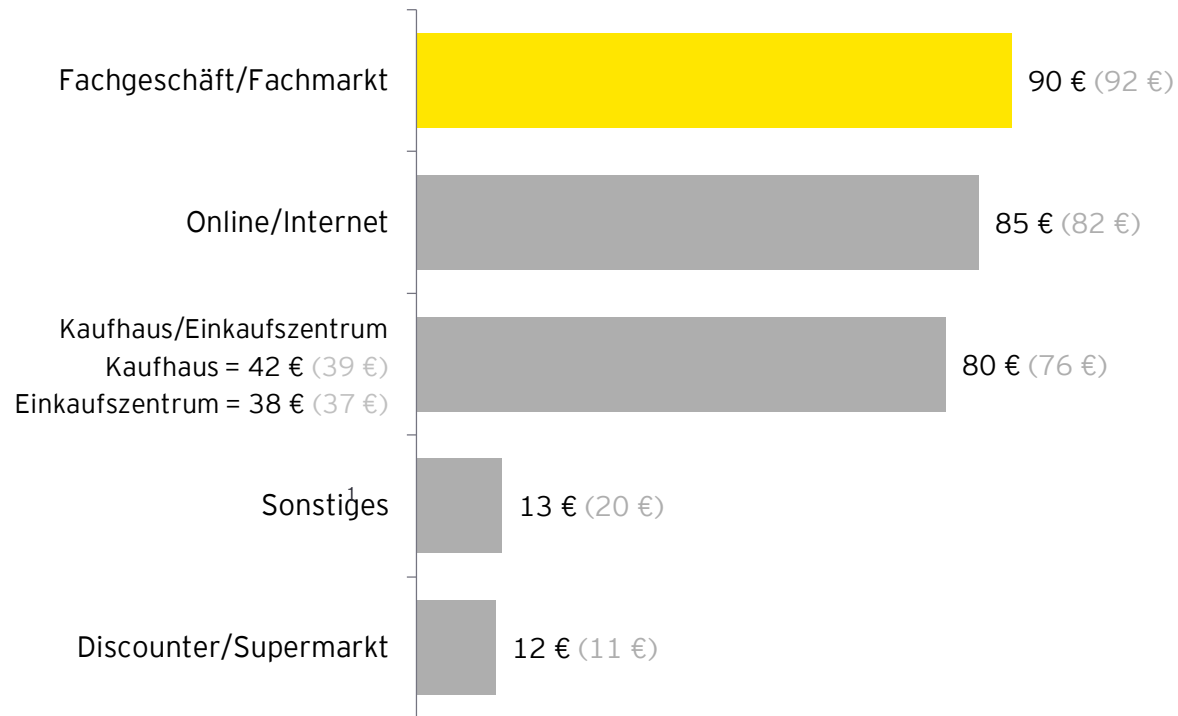
Die mit Abstand höchsten Summen investieren Verbraucher in Deutschland in diesem Jahr wieder in Geschenkgutscheine: Mit durchschnittlich 58 Euro geben die Verbraucher hierfür fast genauso viel aus wie für Spielwaren (36 Euro) und Bücher (26 Euro) zusammen. Deutlich weniger als vor einem Jahr wollen die Konsumenten in diesem Jahr für Events/Veranstaltungsbesuche ausgeben; auch das geplante Budget für Reisen fällt niedriger aus. Besonders deutlich gestiegen sind die geplanten Ausgaben hingegen für Sportartikel, Lebensmittel und Bücher.

In Klammern: Ergebnisse 2019. Alle angegebenen Beträge sind Durchschnittswerte

Marktanteile: Online legt deutlich zu - Fachgeschäfte können Spitzenplatz behaupten



Erwartete Ausgaben nach Vertriebsformen



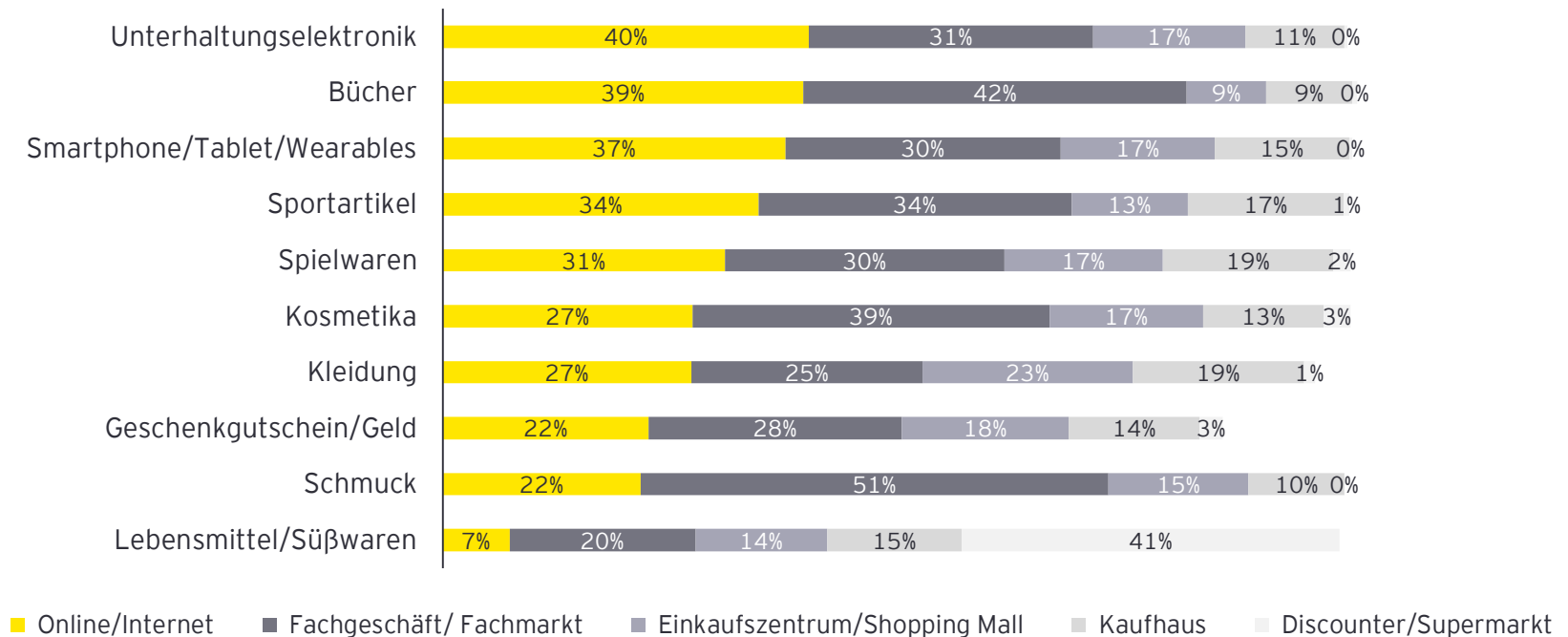
Das meiste Geld für Weihnachtseinkäufe wird in diesem Jahr voraussichtlich wieder in Fachgeschäften ausgegeben: Im Durchschnitt wird fast jeder dritte Euro (32 Prozent) im Weihnachtsgeschäft hier umgesetzt. Auf Rang zwei folgen Kaufhäuser und Einkaufszentren, die zusammen einen Marktanteil von 30 Prozent auf sich vereinen. Deutlich an Boden gutgemacht hat der Online-Handel, der es in diesem Jahr voraussichtlich auf einen Marktanteil von 29 Prozent bringt - das sind 5 Prozentpunkte mehr als im Vorjahr.

In Klammern: Ergebnisse 2019 | ¹ Zum Beispiel Katalog-Versandhandel, Fabrikverkauf/Factory Outlet, Bahnhof/Flughafen, Ticketverkaufsstelle

Wo Weihnachtsgeschenke gekauft werden

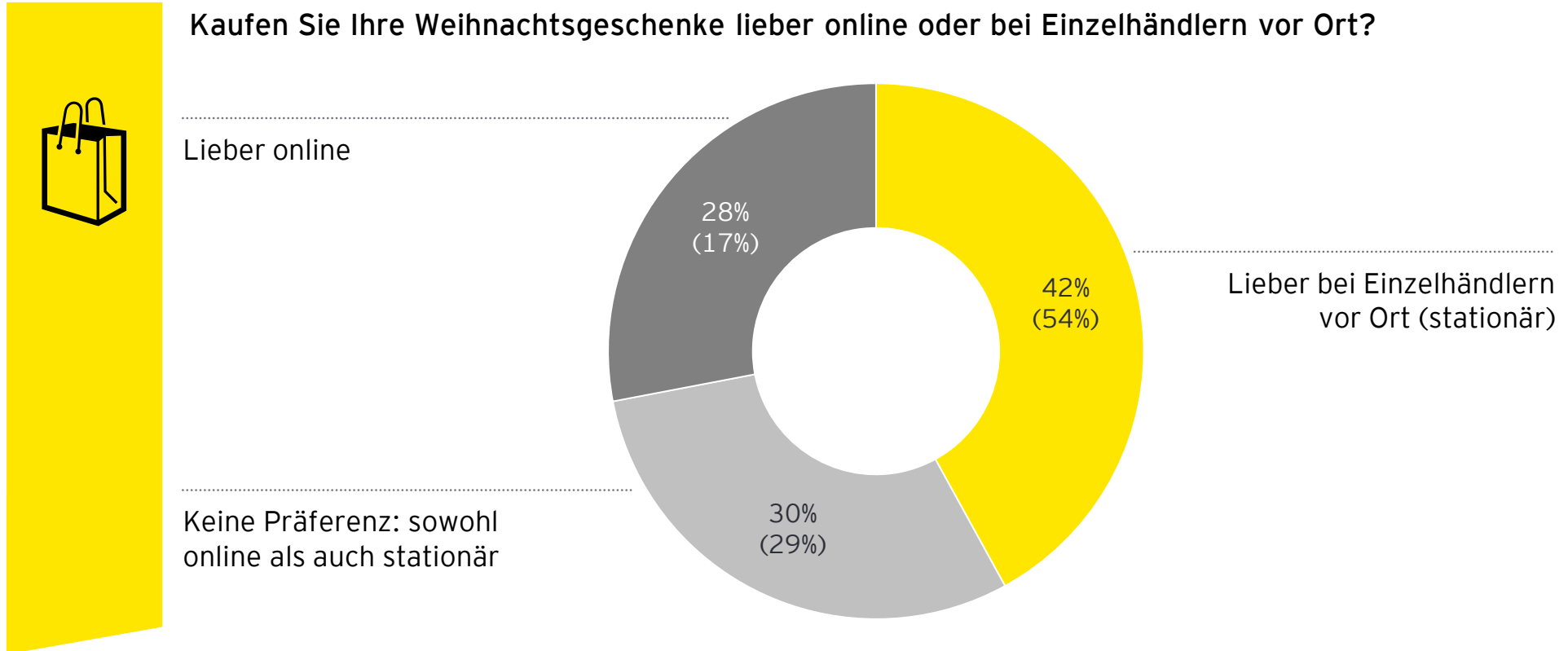


Marktanteile der fünf beliebtesten Vertriebsformen für die Top 10 der Weihnachtsgeschenke



Der Online-Einkauf ist am beliebtesten in den Geschenkkategorien Unterhaltungselektronik, Smartphones/Tablets/Wearables und Spielwaren: Hier bevorzugt jeweils die größte Gruppe der Befragten den Einkauf per Mausklick. Für den Einkauf von Büchern, Geschenkgutscheinen/Geld, Kosmetika und Schmuck zieht hingegen jeweils die größte Gruppe der Konsumenten den Einkauf im Fachgeschäft/Fachmarkt vor. In der Geschenkkategorie Sportartikel teilen sich der Onlinehandel und Fachgeschäfte/Fachmärkte den Spitzenrang.

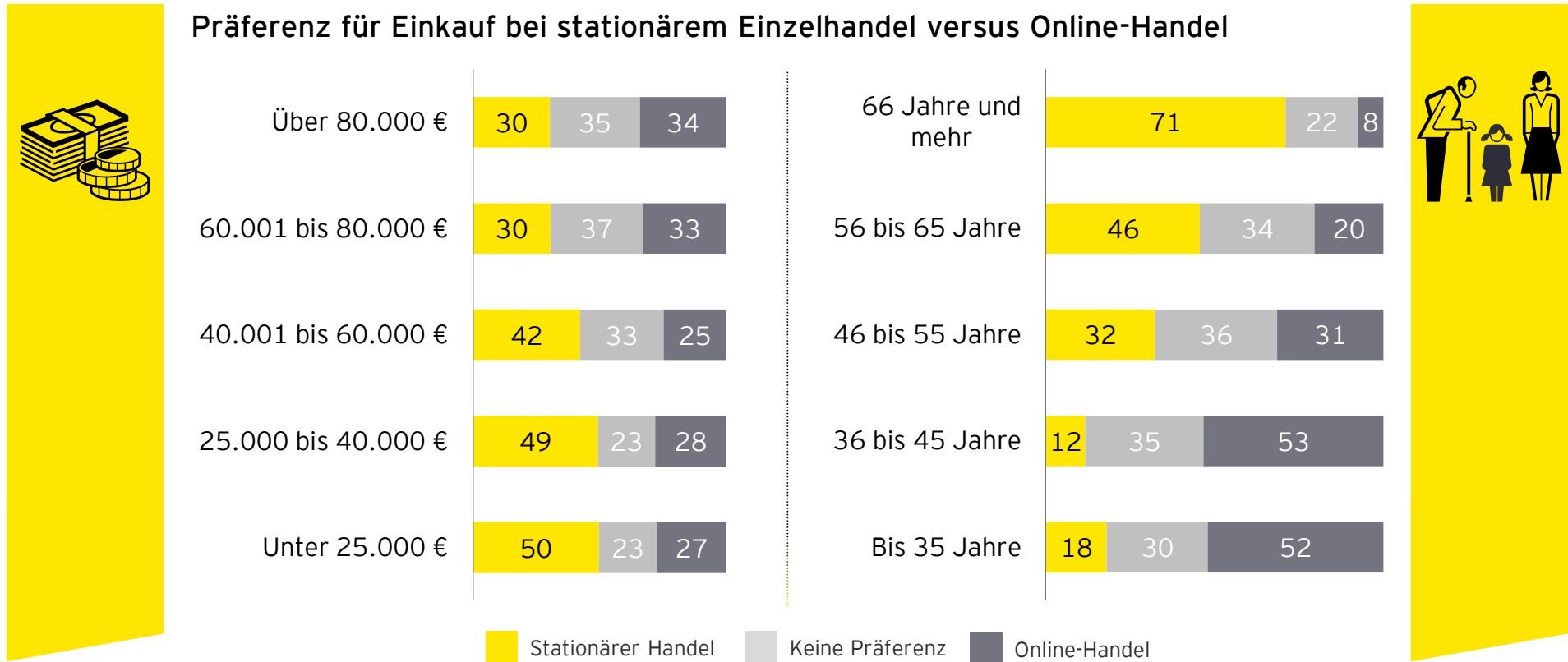
Konsumenten bevorzugen weiter den Einkauf vor Ort - aber Online-Shopping gewinnt an Zustimmung



Der Geschenkekauf per Mausklick ist aktuell für mehr als jeden vierten Befragten die erste Wahl - damit hat sich dieser Anteil gegenüber dem Vorjahr stark erhöht. Gleichzeitig sinkt die Zahl der Verbraucher, die eindeutig den stationären Einzelhandel bevorzugen.

In Klammern: Ergebnisse 2019

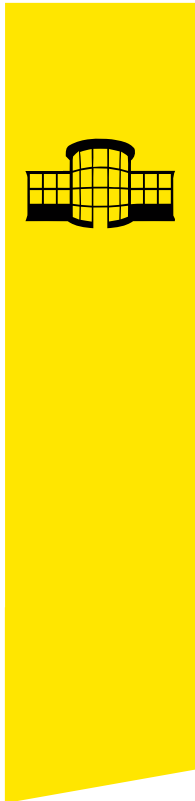
Affinität zum stationären Handel steigt mit dem Alter - Mehrheit der bis-45-Jährigen bevorzugt den Online-Einkauf



Die Affinität zum stationären Handel ist am stärksten ausgeprägt bei den Verbrauchern in der Altersgruppe 66plus: Hier geben gut sieben von zehn Befragten an, lieber vor Ort einzukaufen als im Internet. Überdurchschnittlich hoch ist der Anteil derer, die den stationären Handel bevorzugen, zudem in den niedrigeren Einkommensklassen.

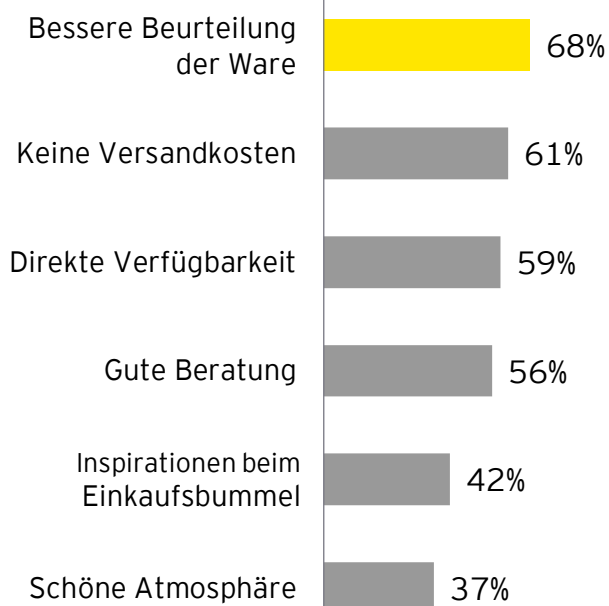
Angaben in Prozent; Rundungsdifferenzen möglich

Für den stationären Handel sprechen: Haptik & keine Versandkosten- für das Internet: Erreichbarkeit und Gesundheitsschutz

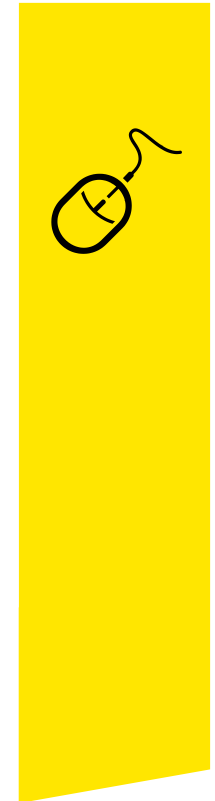
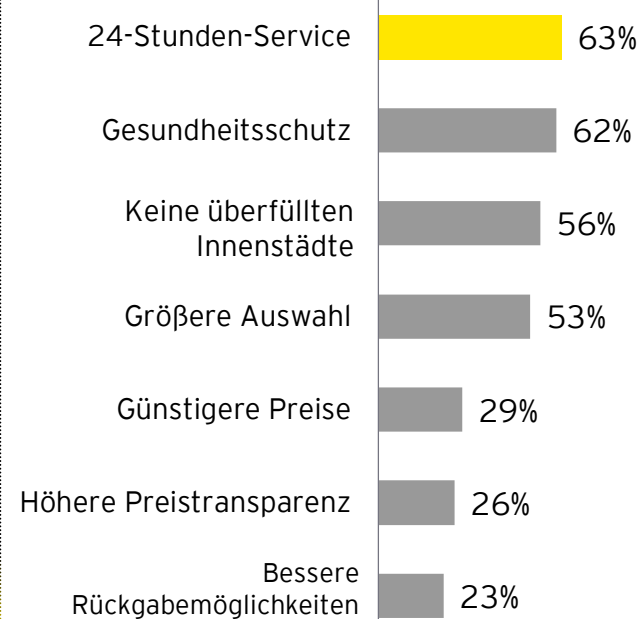


Was spricht aus Ihrer Sicht für Weihnachtseinkäufe ... (Anteil „stimme voll zu“)

... bei Einzelhändlern vor Ort?



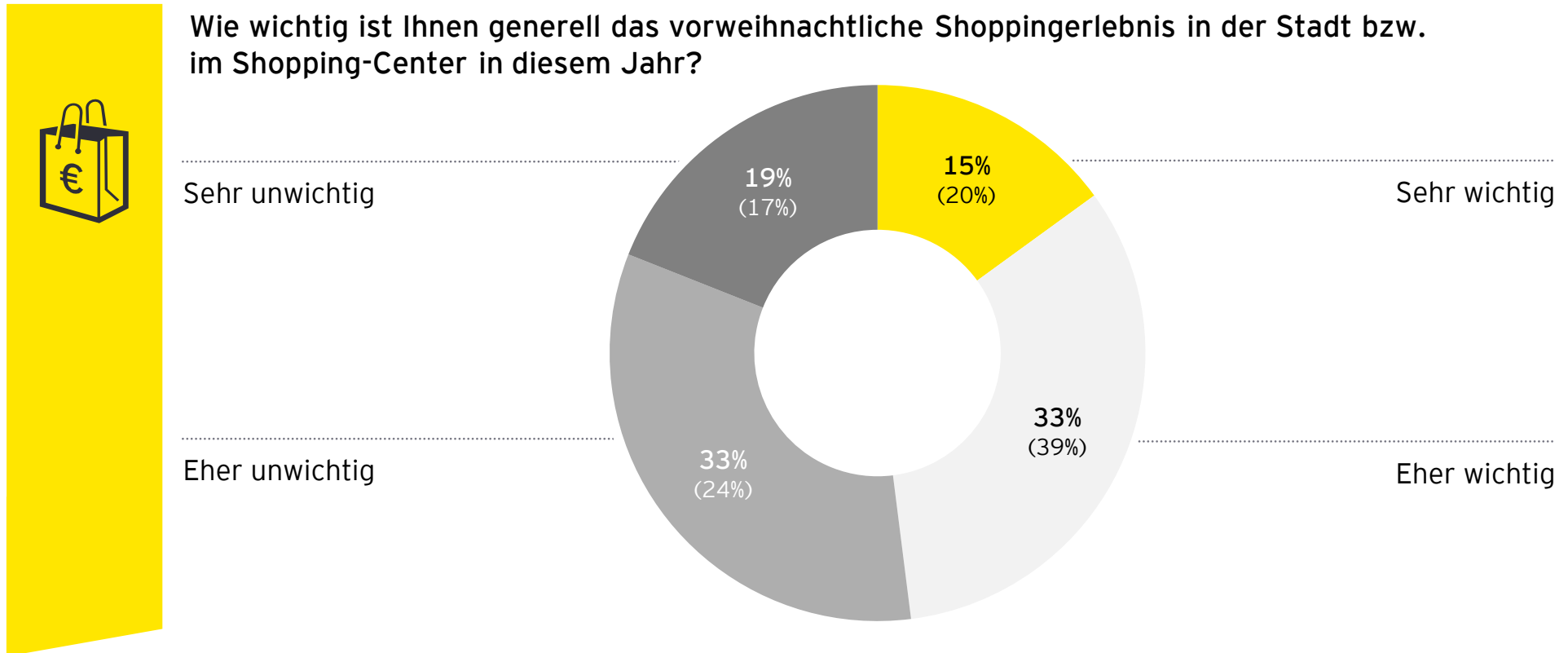
... per Internet?



Verbraucher schätzen beim Einzelhandel vor Ort vor allem, dass sie die Ware leichter beurteilen können, dass keine Versandkosten anfallen und dass die Ware direkt verfügbar ist.

Der Online-Handel hingegen überzeugt vor allem mit seiner einfachen Erreichbarkeit - rund um die Uhr und von zu Hause aus - und dem Gesundheitsschutz in Zeiten von Covid-19.

Vorweihnachtliches Shoppen in der Stadt in diesem Jahr immer noch für fast jeden Zweiten wichtig



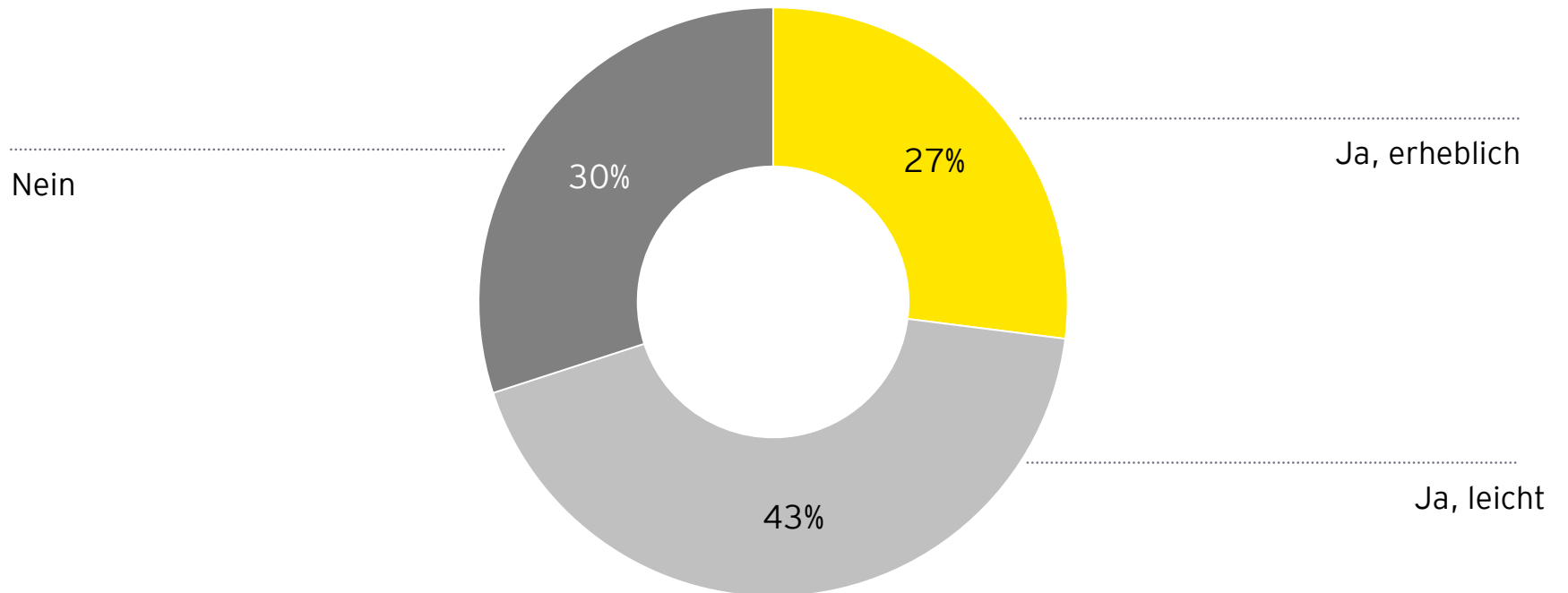
Für immerhin 48 Prozent der Befragten ist in diesem Jahr das vorweihnachtliche Shopperlebnis in der Stadt bzw. im Shopping-Center nach eigenen Angaben wichtig - angesichts von Covid-19 ist dies ein recht großer Anteil, auch wenn dieser im Vergleich zum Vorjahr (59 Prozent) deutlich gesunken ist.

Vorjahreswerte in Klammern

Getrübte Vorfreude auf Weihnachten angesichts der Einschränkungen im Zusammenhang mit Covid-19 bei Mehrheit der Befragten



Wenn in diesem Jahr Weihnachtsmärkte und ähnliche vorweihnachtliche Veranstaltungen in den Städten nur in sehr eingeschränktem Umfang oder gar nicht stattfinden: Reduziert das für Sie die Vorfreude auf Weihnachten und das vorweihnachtliche Shopping-Erlebnis?

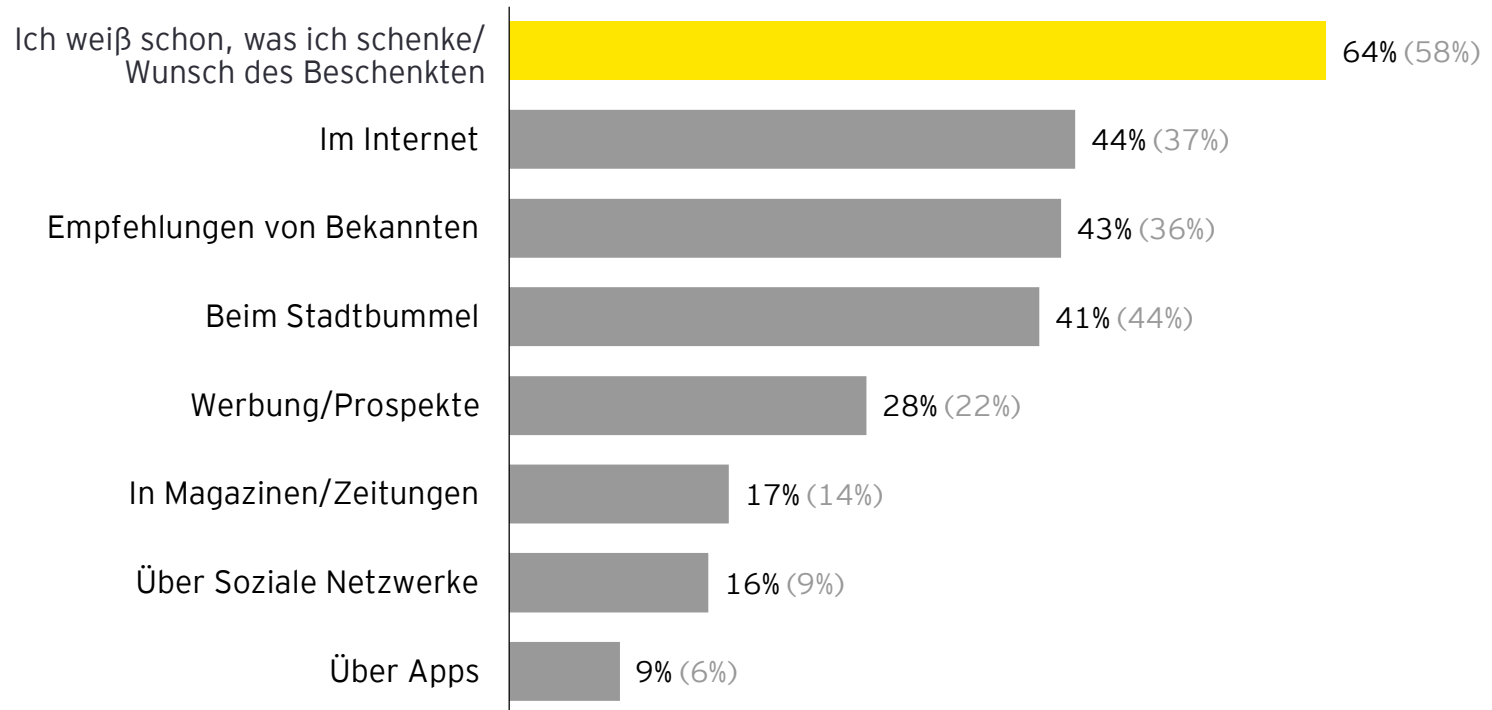


Sieben von zehn Befragten geben an, dass ihre Vorfreude auf Weihnachten und das vorweihnachtliche Shopping-Erlebnis getrübt ist angesichts der Einschränkungen, die im Zusammenhang mit Covid-19 für Weihnachtsmärkte und vorweihnachtliche Veranstaltungen in den Städten verfügt wurden. Nur drei von zehn Befragten lassen sich ihre Vorfreude angesichts der Einschränkungen nicht nehmen.

Die meisten Geschenkideen kommen beim Stadtbummel



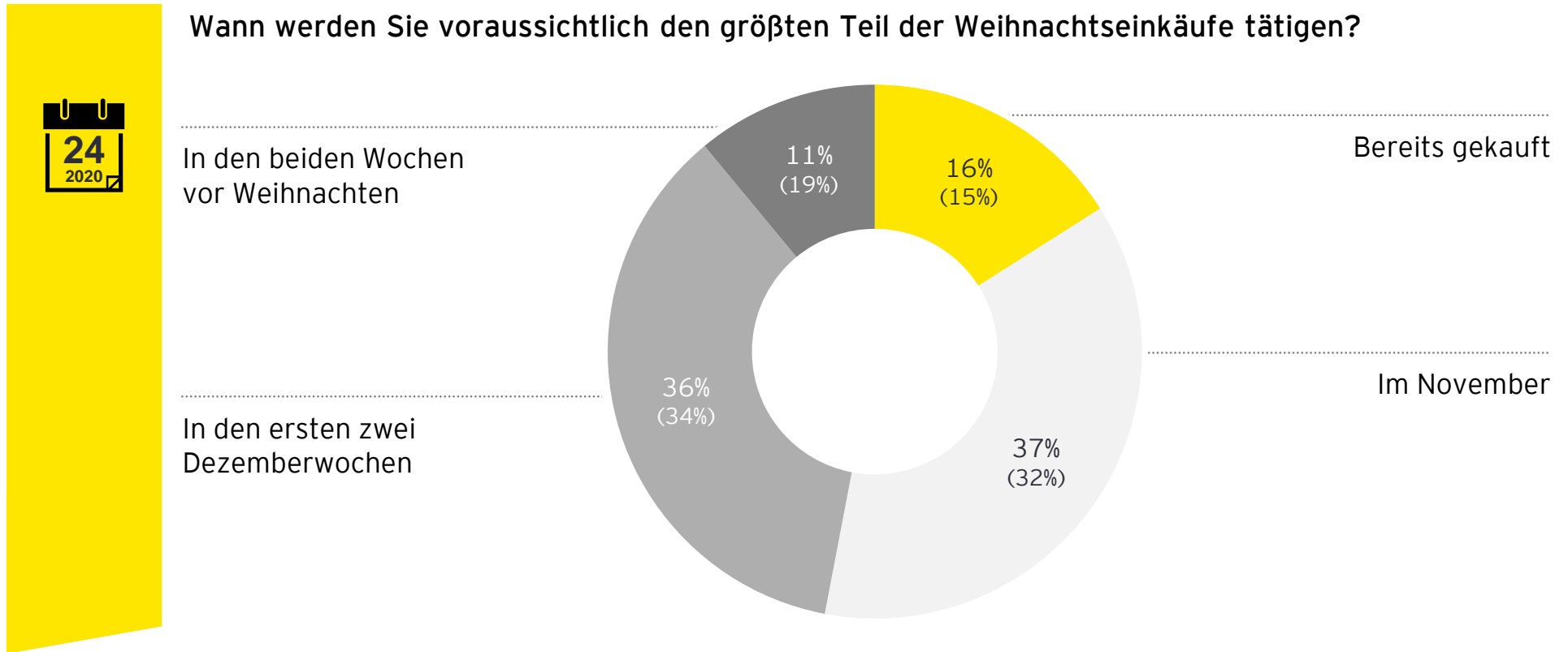
Wo holen Sie sich Ideen für Weihnachtsgeschenke?



Die meisten Ideen für Geschenke kommen den Verbrauchern beim Stadtbummel (64 Prozent). Ideengeber Nummer zwei ist für die Befragten aktuell das Internet: Immerhin 44 Prozent der Verbraucher lassen sich durch das Netz inspirieren, das als Ideengeber damit deutlich vor der traditionellen Prospektwerbung liegt. Auch Empfehlungen von Bekannten sind eine häufige Quelle für Geschenkideen (43 Prozent).

Vorjahreswerte in Klammern

Mehr als jeder Zweite kauft Weihnachtsgeschenke schon vor dem Dezember



Gut jeder zweite Verbraucher in Deutschland (53 Prozent) kauft die Weihnachtsgeschenke schon vor dem Dezember - rund jeder sechste Befragte hat sie sogar bereits schon gekauft.

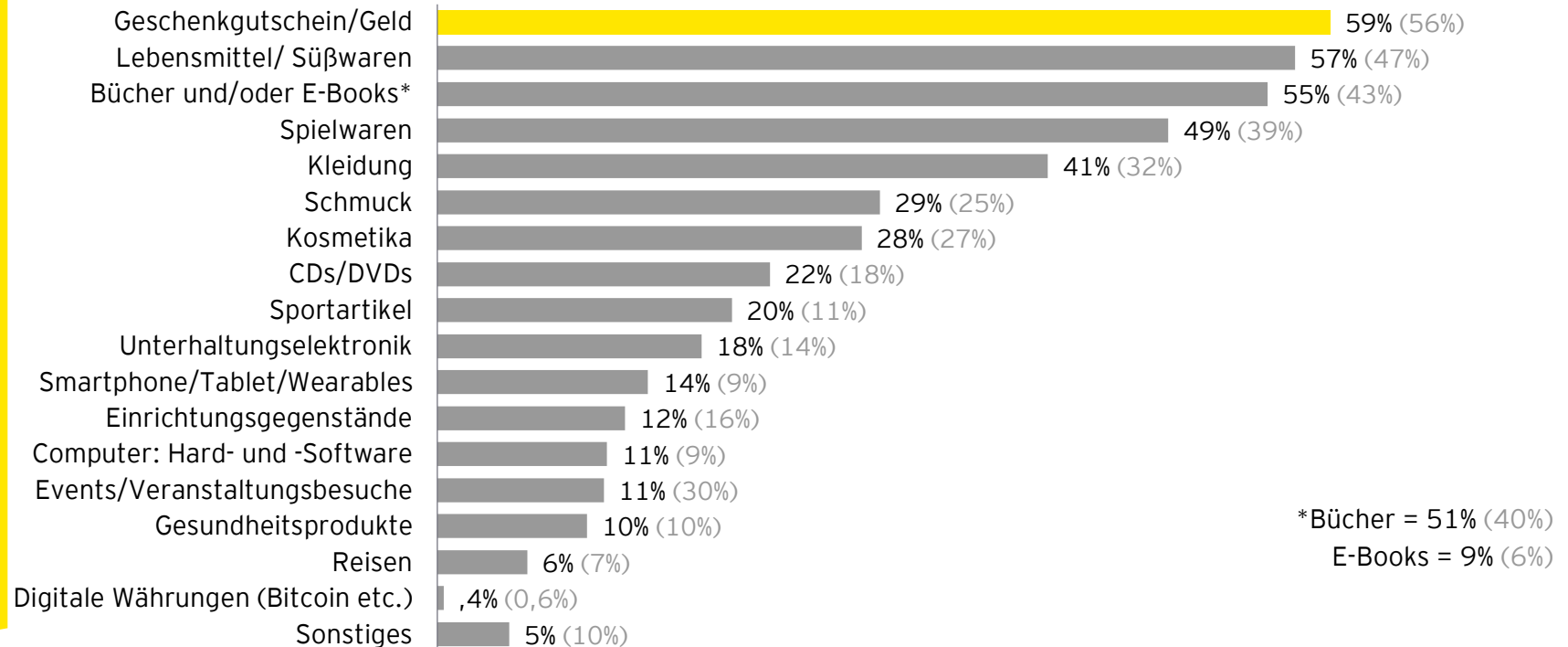
Gut jeder dritte Befragte (36 Prozent) plant, den Weihnachtseinkauf in den ersten beiden Dezemberwochen zu tätigen und nur jeder neunte Befragte will in den beiden Wochen vor Weihnachten den größten Teil seiner Weihnachtseinkäufe erledigen.

Vorjahreswerte in Klammern

Am häufigsten unterm Weihnachtsbaum: Geldgeschenke, Lebensmittel/Süßwaren und Bücher



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



Die Top 3 der Weihnachtsgeschenke sind wie schon vor einem Jahr Geschenkgutscheine und Geld, Lebensmittel bzw. Süßwaren sowie Bücher oder E-Books. Ebenfalls häufig verschenkt werden Spielwaren, Kleidung und Schmuck.

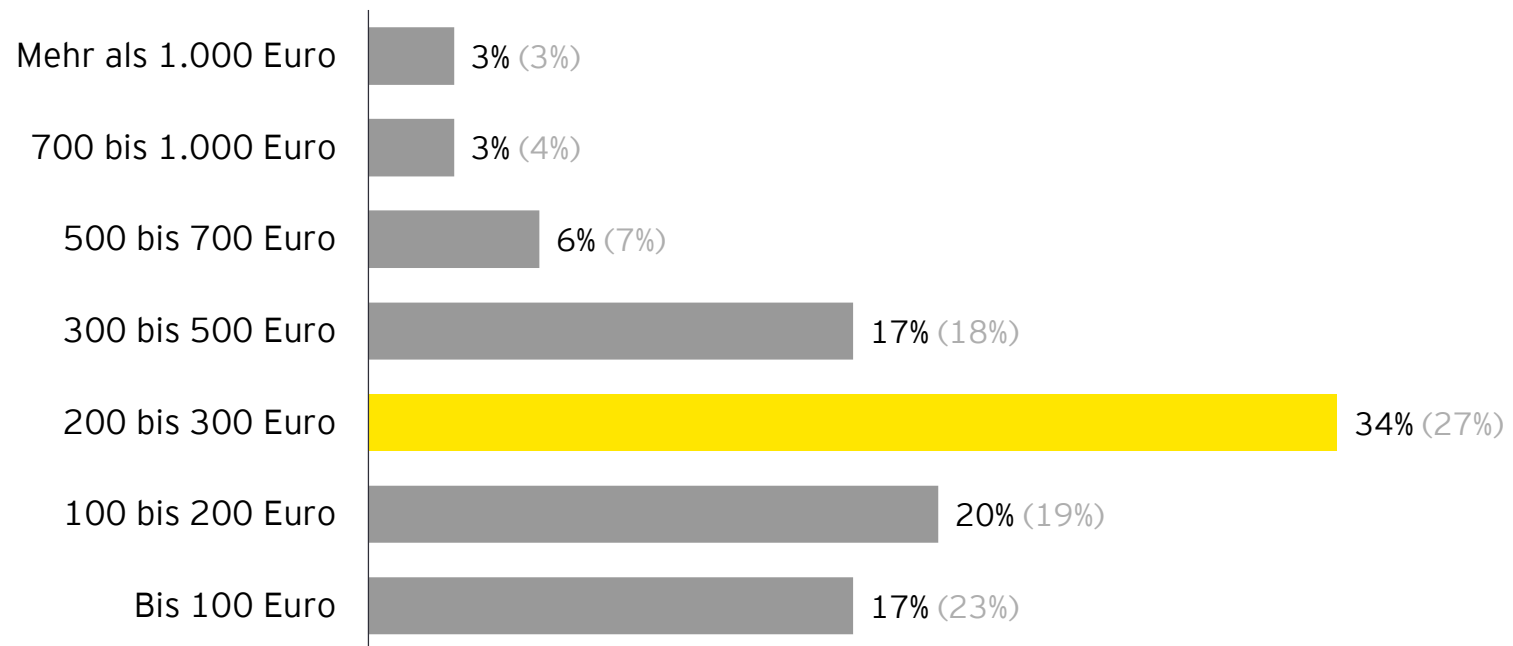
Deutlich seltener als im Vorjahr finden sich Gutscheine für Event- bzw. Veranstaltungsbesuche unter dem Weihnachtsbaum.

In Klammern: Ergebnisse 2019

Die meisten wollen mehr als 200 Euro für Weihnachtsgeschenke ausgeben



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

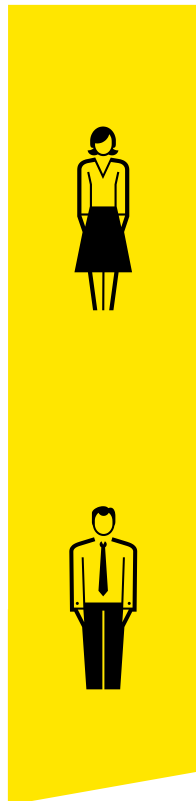


Mehr als ein Drittel der Befragten (37 Prozent) plant für Weihnachtseinkäufe in diesem Jahr ein Budget von bis zu 200 Euro ein; rund jeder dritte Befragte plant mit einem Budget von 200 bis 300 Euro und 29 Prozent der Befragten wollen mehr als 300 Euro für Weihnachtsgeschenke ausgeben.

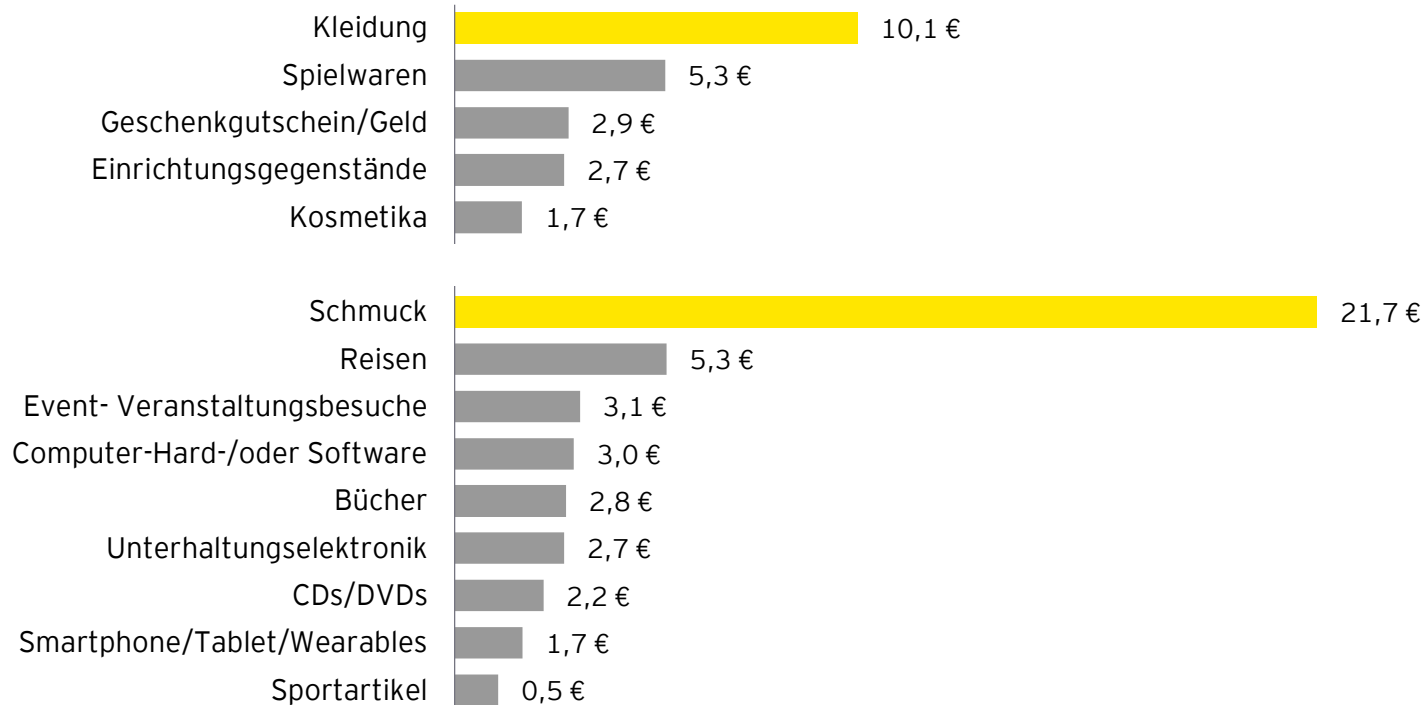
12 Prozent der Befragten wollen mehr als 500 Euro ausgeben, nur 16 Prozent der Befragten weniger als 100 Euro.

In Klammern: Ergebnisse 2019

Weihnachtseinkäufe von Frauen und Männern

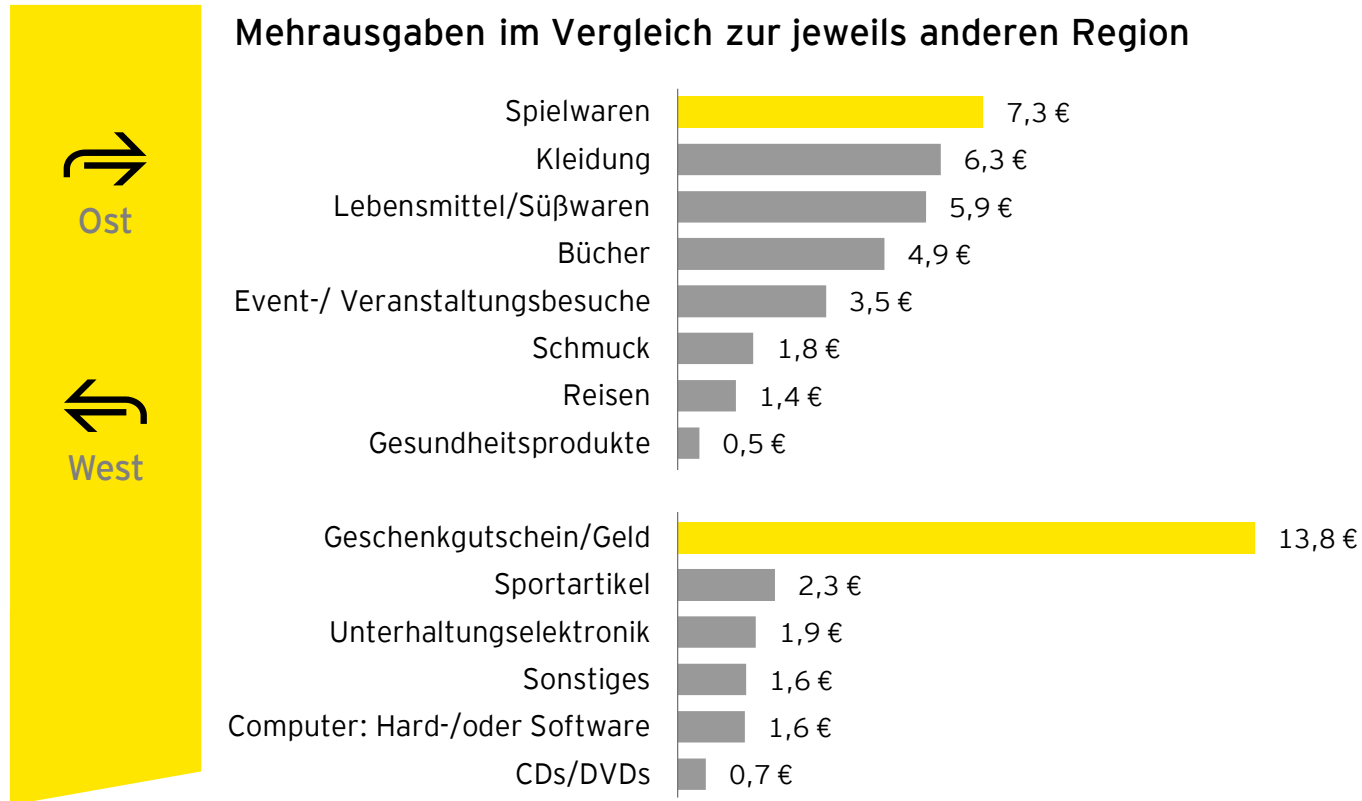


Mehrausgaben im Vergleich zum jeweils anderen Geschlecht



Frauen planen im Durchschnitt deutlich höhere Ausgaben für Kleidung und für Spielwaren ein. Umgekehrt investieren Männer überdurchschnittlich viel Geld in Schmuck und Reisen.

Weihnachtseinkäufe in Ost- und Westdeutschland



Ostdeutsche Verbraucher investieren im Durchschnitt deutlich mehr in Spielwaren, Kleidung, Lebensmittel bzw. Süßwaren und Bücher als westdeutsche Konsumenten.

Umgekehrt zeigen sich westdeutsche Verbraucher vor allem bei Geschenkgutscheinen bzw. Geld deutlich 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.

©2020 Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft
All Rights Reserved.

www.de.ey.com.