

Weihnachtsumfrage 2015 – Einkaufsverhalten der Konsumenten in Deutschland in Bezug auf Weihnachtsgeschenke

ifes Institut für Empirie & Statistik
FOM Hochschule für Oekonomie & Management

Prof. Dr. Oliver Gansser

Ergebnisdiagramme

Weihnachtsumfrage 2015

Name des Umfrageprojekts:

Weihnachtsumfrage 2015 – Einkaufsverhalten der Konsumenten in Deutschland in Bezug auf Weihnachtsgeschenke

Feldzugang:

Face-to-face Interviews mit standardisiertem Fragebogen durch Studierende der FOM im Modul Management Basics.

Zielgruppe/Teilnehmer:

Auskunftspersonen im Alter ab 12 Jahren, quotiert nach Alter und Geschlecht, Verteilung der Quotenmerkmale gemäß der Bevölkerungsvorausberechnung des Statistischen Bundesamtes für 2015.

Dauer der Feldphase:

15. September bis 25. Oktober 2015

Wissenschaftliche Leitung:

Prof. Dr. Oliver Gansser

Anzahl der ausgewerteten Interviews:

n = 46.550

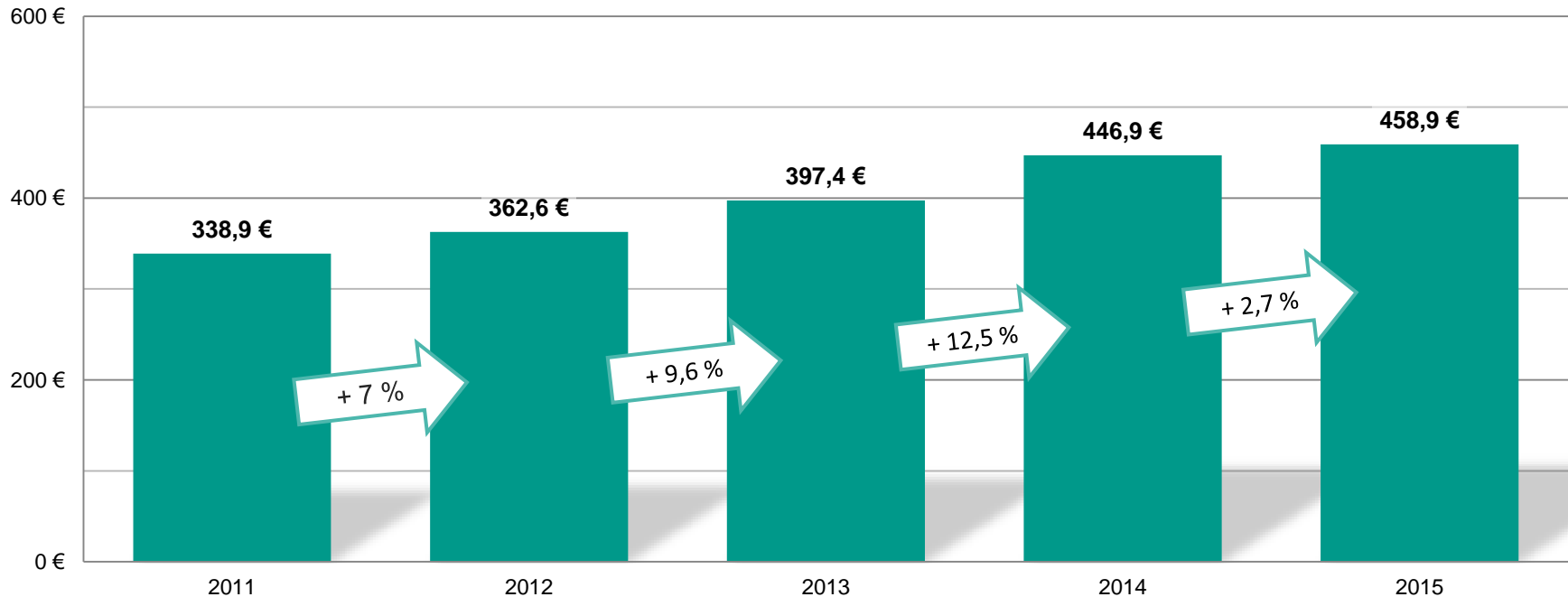
Die Darstellungen sind ausschließlich als Diskussionsgrundlage konzipiert und sind ohne die mündlichen Erläuterungen zur Präsentation unvollständig. Diese Unterlage kann daher nur im Zusammenhang mit einer Präsentation gesehen werden.

Weihnachtsumfrage 2015

- » **Die durchschnittlichen Ausgaben für Weihnachtsgeschenke steigen für 2015 um 2,7 Prozent auf knapp 460 Euro (458,9 Euro).**
- » **Mehr als die Hälfte gibt für Weihnachtsgeschenke über 300 Euro aus.**
- » **Frauen kaufen ihre Weihnachtsgeschenke meist viel früher im Jahr ein als Männer.**
- » **Männer geben mit 473,4 Euro signifikant mehr für Weihnachtsgeschenke aus als Frauen (444,7 Euro).**
- » **Bundesbürger im Postleitzahlengebiet 8 geben mit knapp 500 Euro (499,7 Euro) am meisten für Weihnachtsgeschenke aus.**

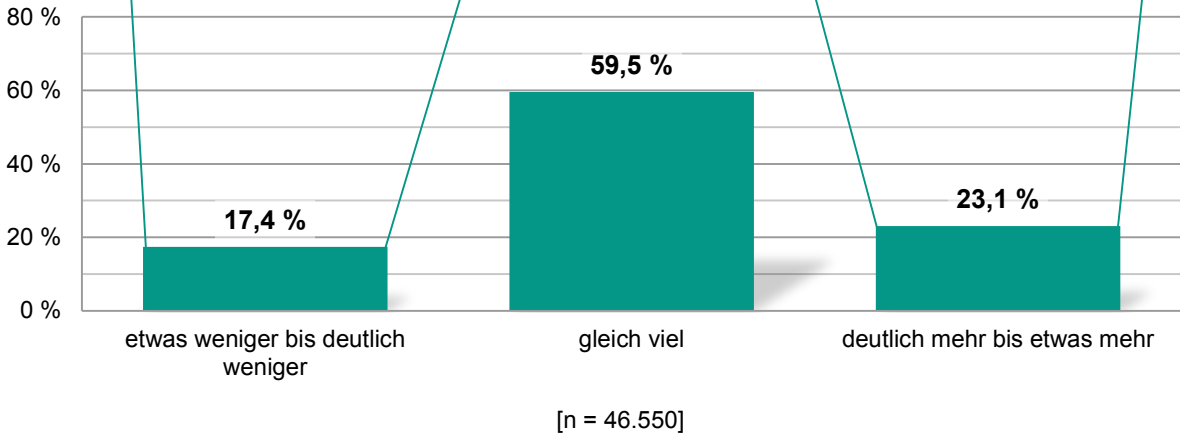
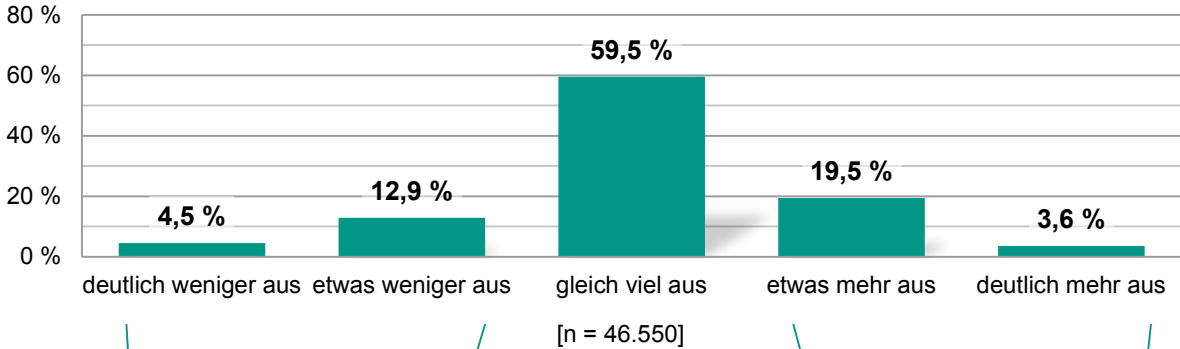
Die Darstellungen sind ausschließlich als Diskussionsgrundlage konzipiert und sind ohne die mündlichen Erläuterungen zur Präsentation unvollständig. Diese Unterlage kann daher nur im Zusammenhang mit einer Präsentation gesehen werden.

Ø Ausgaben für Weihnachtsgeschenke von 2011 bis 2015

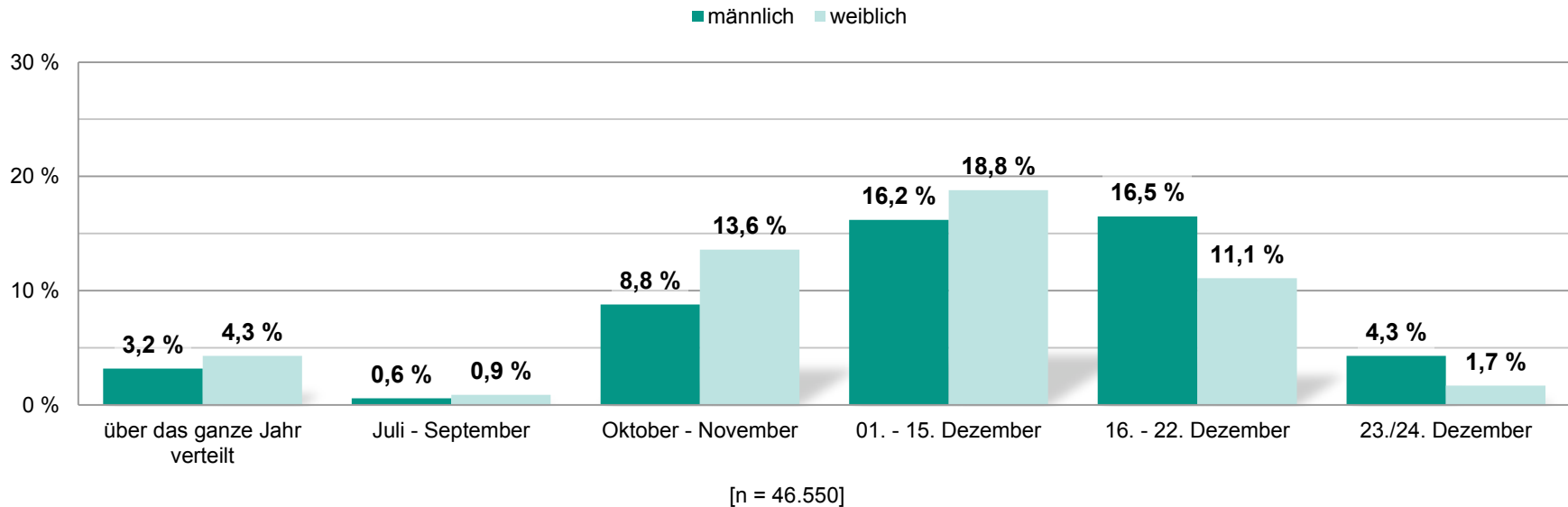


- » Kontinuierlicher Anstieg der Ausgaben für Weihnachtsgeschenke innerhalb der letzten fünf Jahre auf ein Alljahreshoch von durchschnittlich 458,9 Euro in 2015.
- » Trotz sinkendem Konsumklima im November (Quelle: [GfK](#)), werden die Ausgaben für Weihnachtsgeschenke um 2,7 Prozent im Vergleich zum Vorjahr steigen.

Was denken Sie über die Höhe der Ausgaben für Weihnachtsgeschenke in diesem Jahr?
 Im Vergleich zum Vorjahr gebe ich dieses Jahr vermutlich ...,

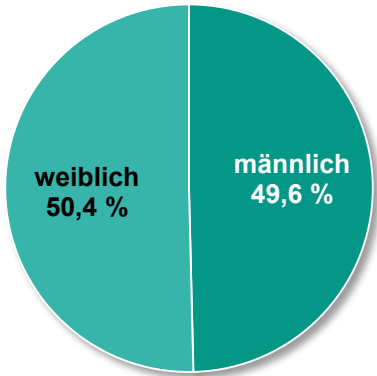


Kaufzeitraum von Weihnachtsgeschenken nach Geschlecht



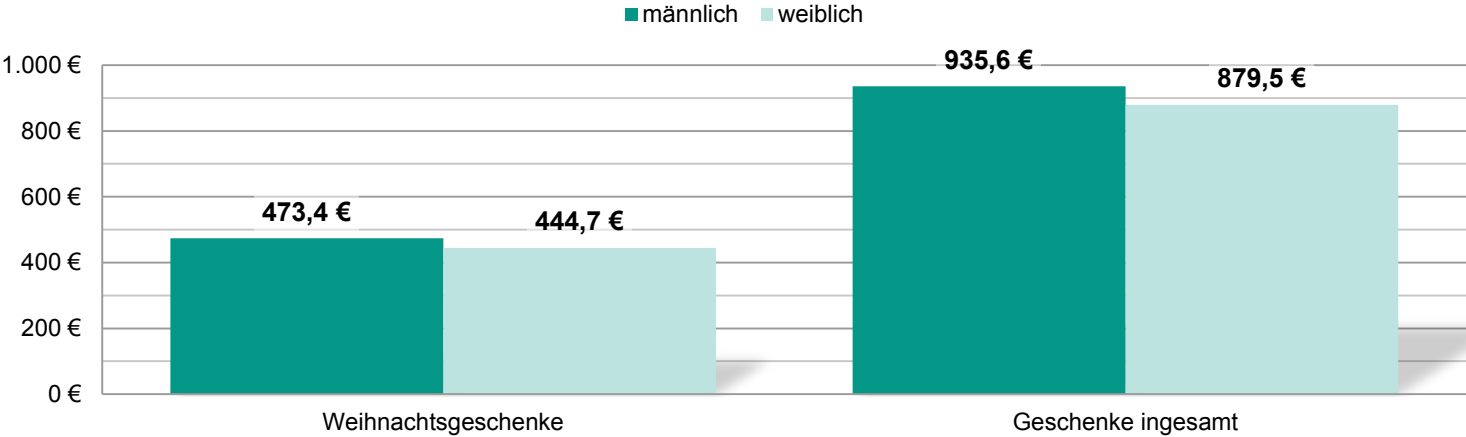
- » Frauen kaufen ihre Geschenke meist bis Mitte Dezember.
- » Männer beginnen vermehrt erst Mitte Dezember mit dem Kauf von Weihnachtsgeschenken.
- » Besonders kurzfristig (bis einen Tag vor Weihnachten) kaufen 2,5 mal so viele Männer wie Frauen ihre Weihnachtsgeschenke.

Befragte Personen nach Geschlecht

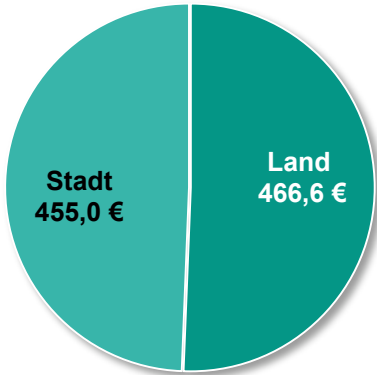


[n = 46.550]

Ø Ausgaben für Weihnachtsgeschenke nach Geschlecht

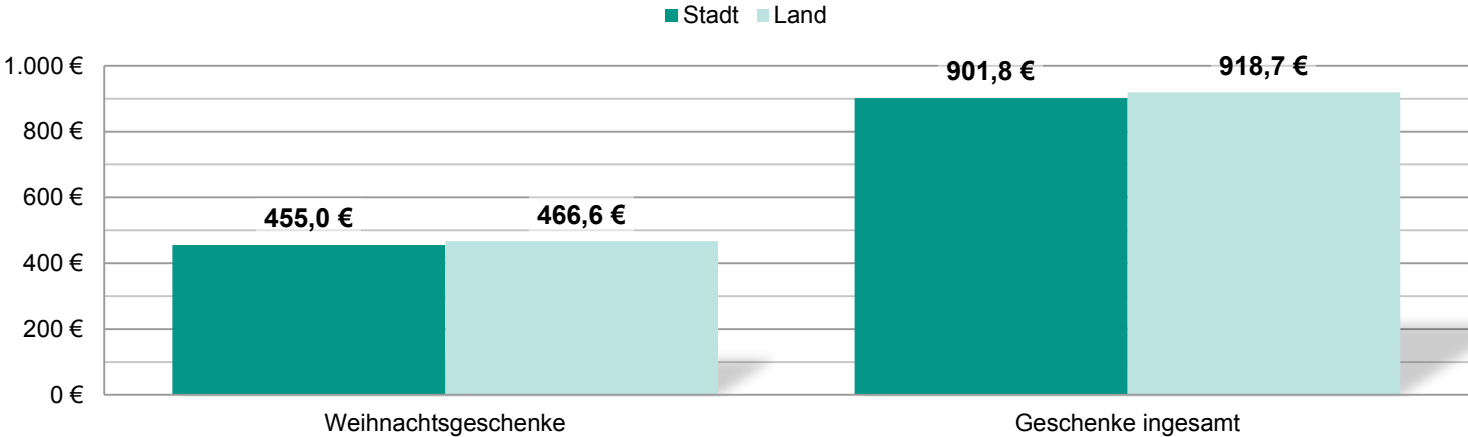


Ø Ausgaben für Weihnachtsgeschenke nach Urbanität

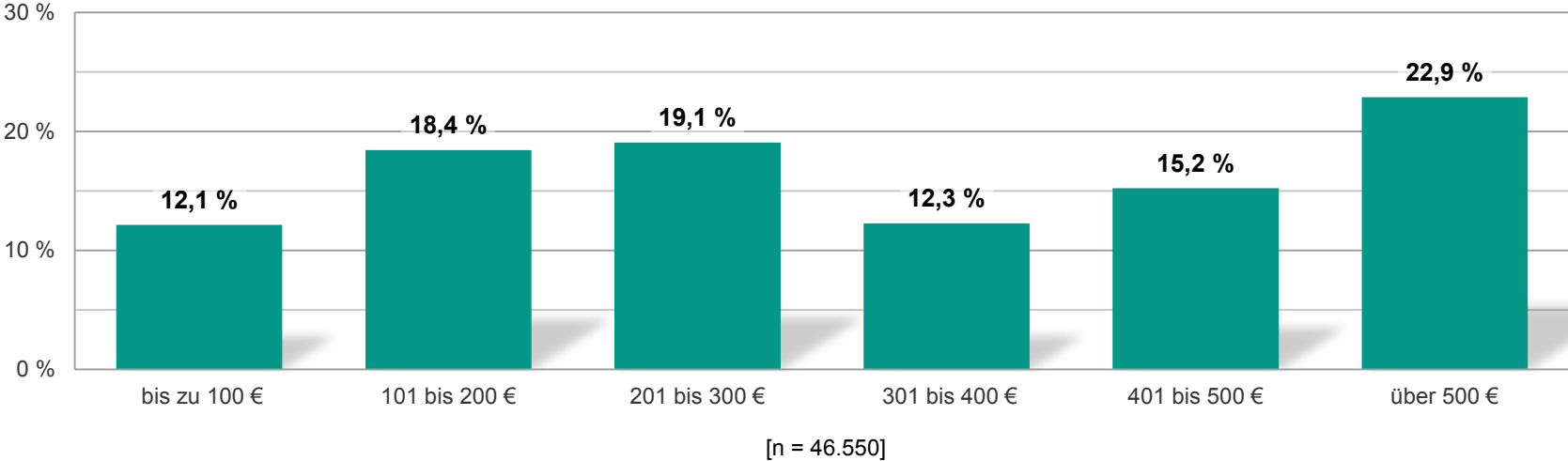


[n = 46.550]

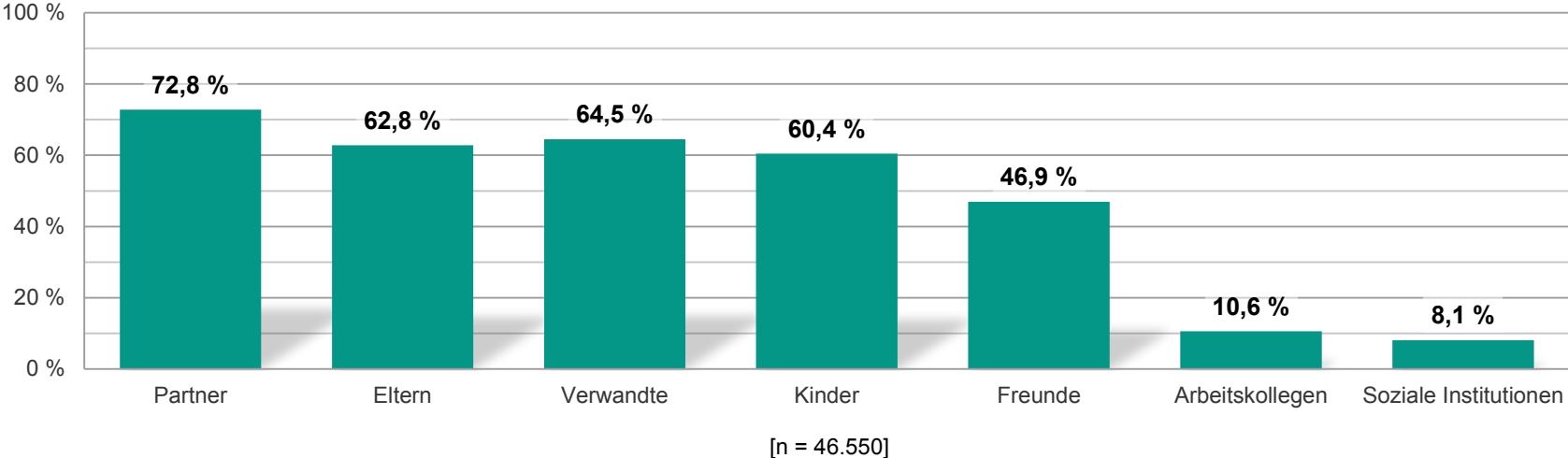
Ø Ausgaben für Weihnachtsgeschenke nach Urbanität



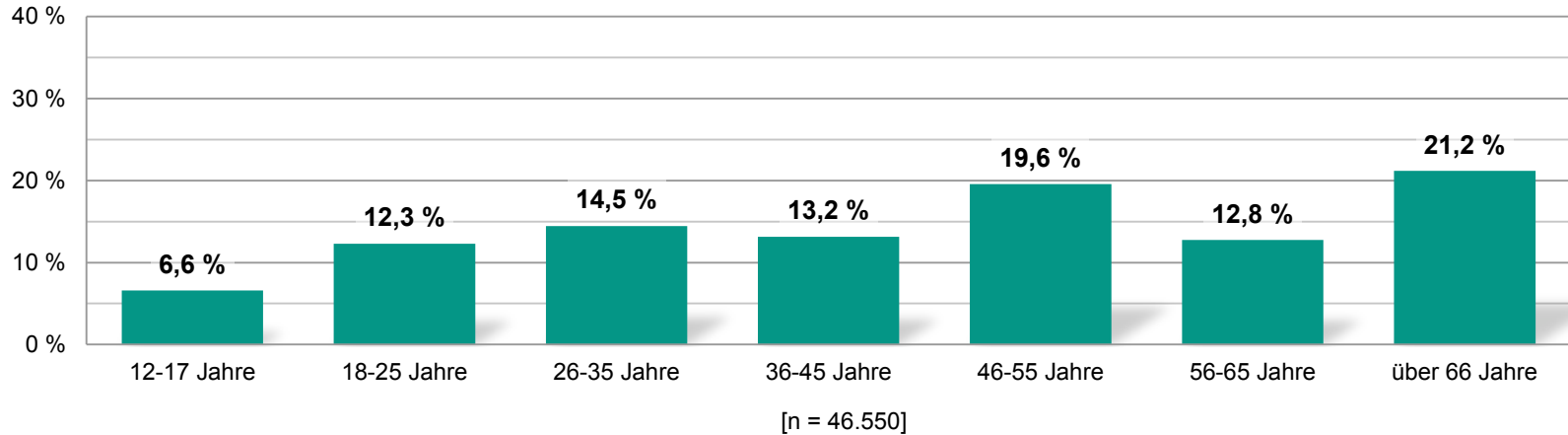
Wie viel Geld geben Sie für Weihnachtsgeschenke aus?



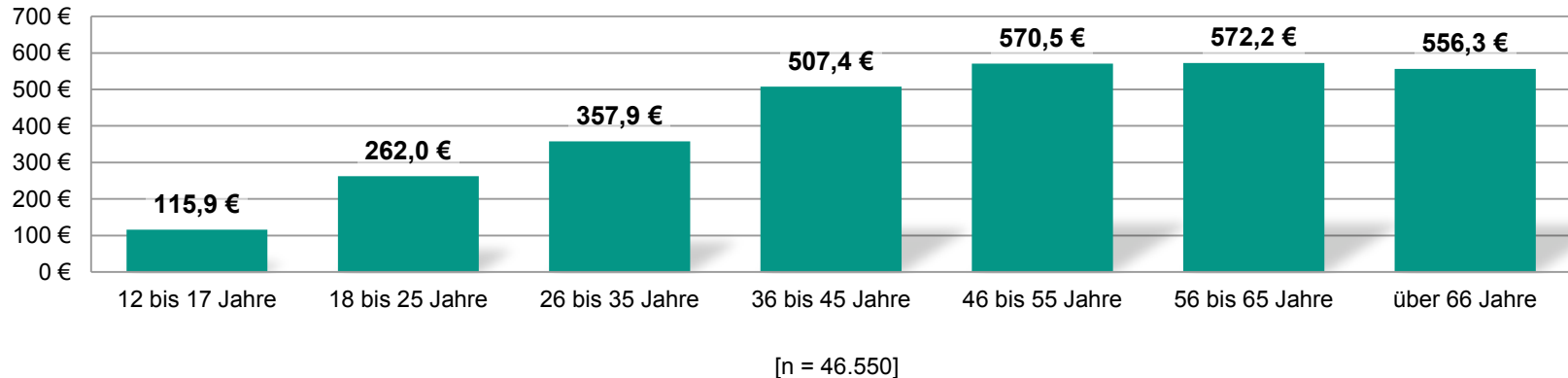
Wen beschenken Sie zu Weihnachten?



Befragte Personen nach Alter

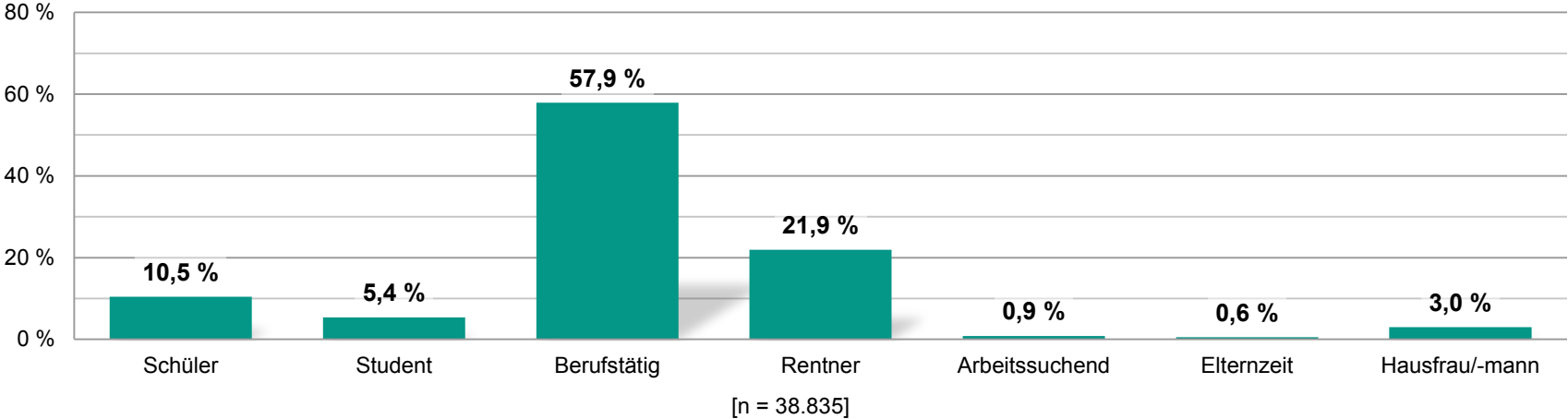


Ø Ausgaben für Weihnachtsgeschenke nach Altersgruppe

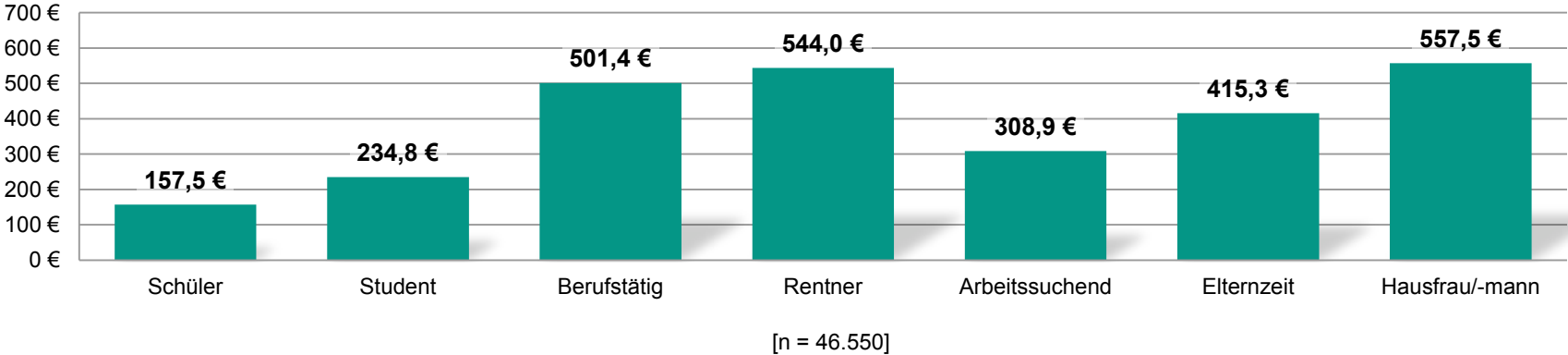


» Die 56 bis 65 jährigen geben mit 572,2 Euro im Mittel 113,3 Euro mehr aus als der Durchschnitt der Bevölkerung (458,9 Euro).

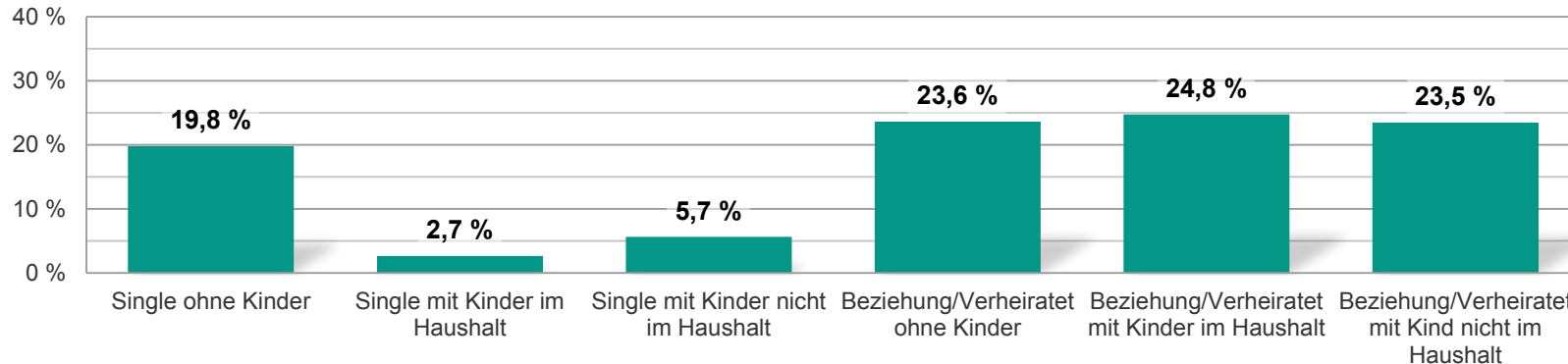
Befragte Personen nach Status



Ø Ausgaben für Weihnachtsgeschenke nach Status

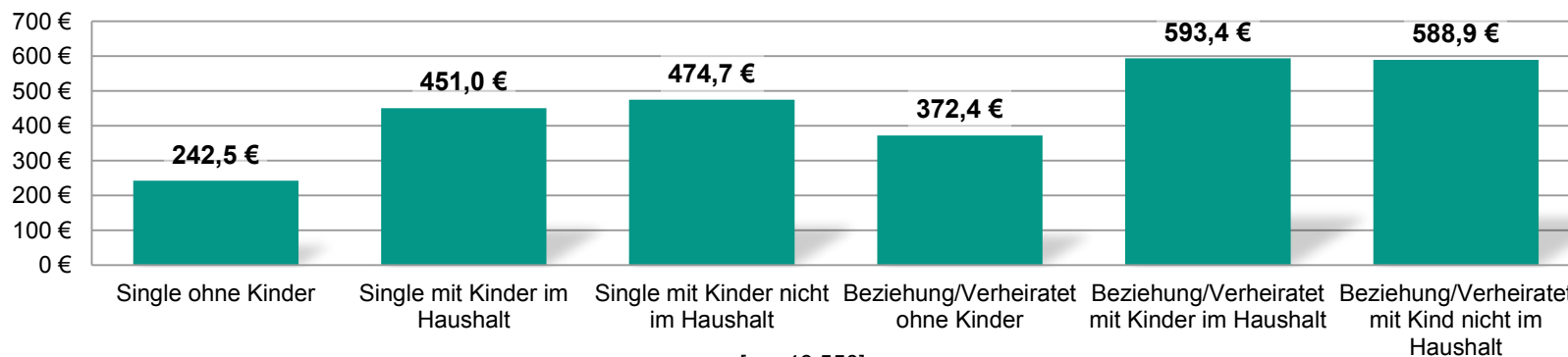


Befragte Personen nach Familienstand



[n = 38.835]

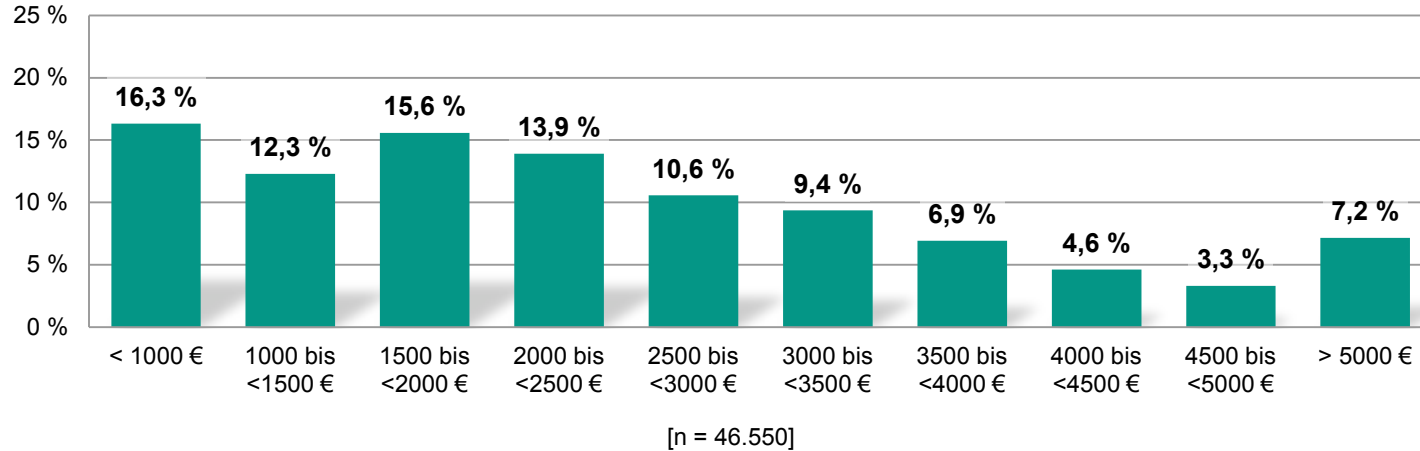
Ø Ausgaben für Weihnachtsgeschenke nach Familienstand



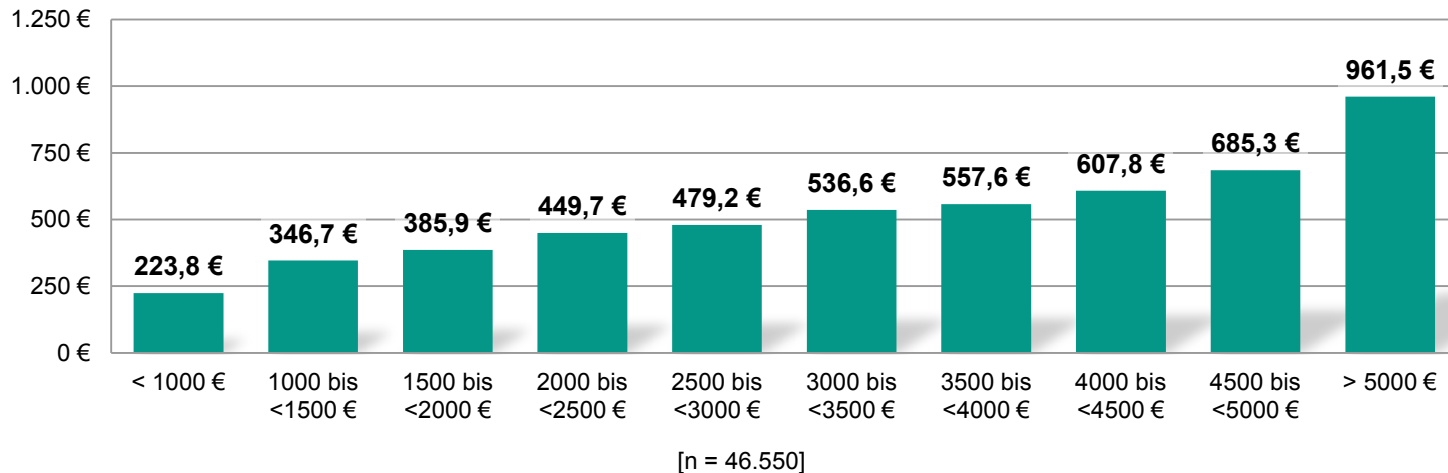
[n = 46.550]

» Haushalte mit Kinder geben durchschnittlich mehr aus für Weihnachtsgeschenke aus als Haushalte ohne Kinder.

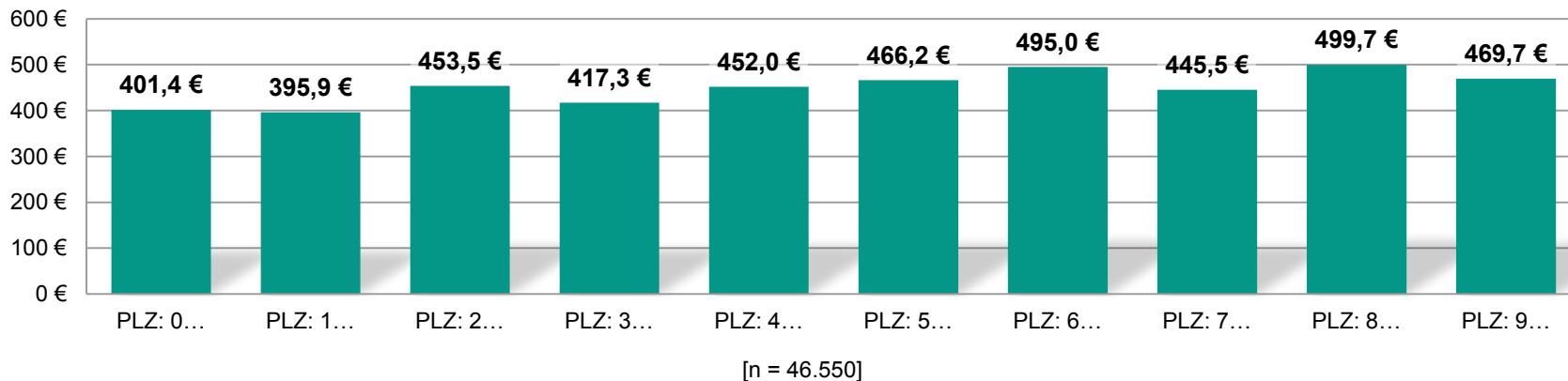
Nettohaushaltseinkommen pro Monat



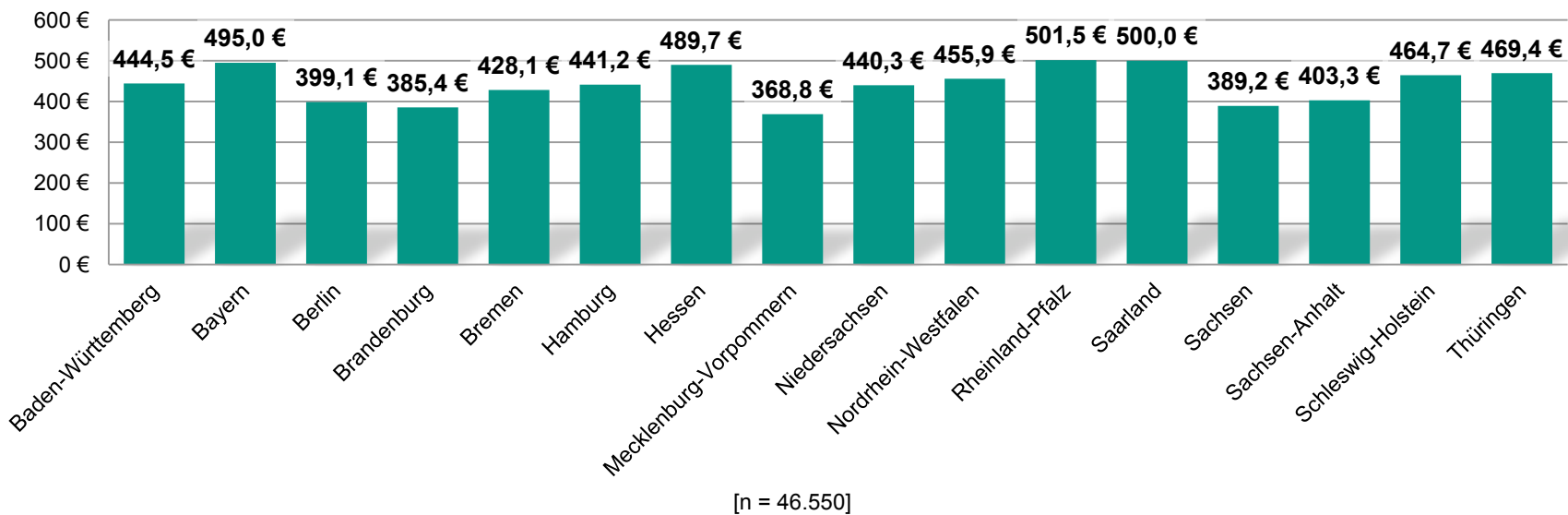
Ø Ausgaben für Weihnachtsgeschenke nach Einkommensgruppe



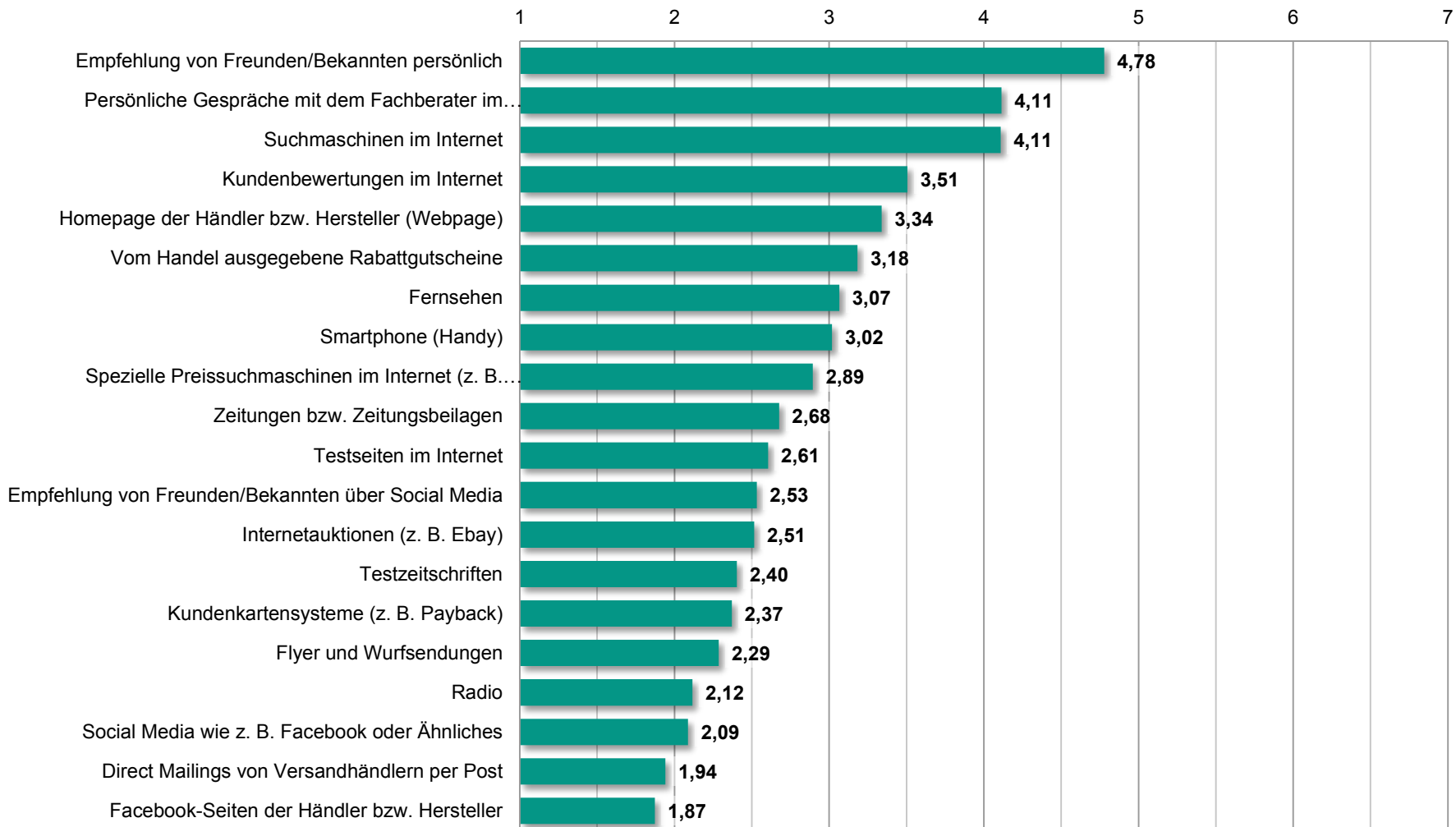
Ø Ausgaben für Weihnachtsgeschenke nach Postleitzahl des Wohnorts der Befragten



Ø Ausgaben für Weihnachtsgeschenke nach Bundesländer

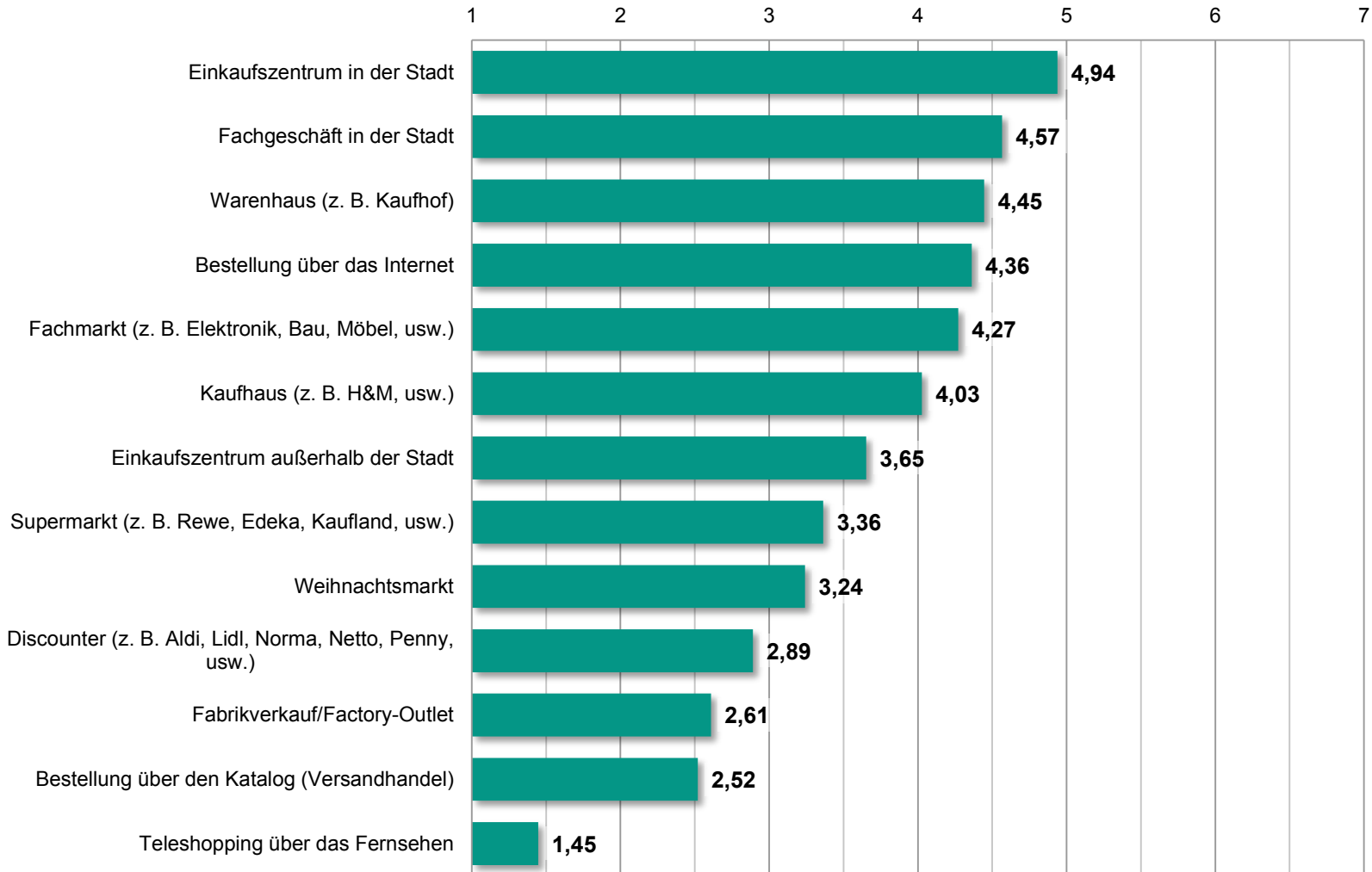


Wie wichtig sind Ihnen die folgenden Informationen bei der Suche nach Weihnachtsgeschenken?
 [Skala von 1= ist mir überhaupt nicht wichtig bis 7 = ist mir sehr wichtig]



[n = 46.550]

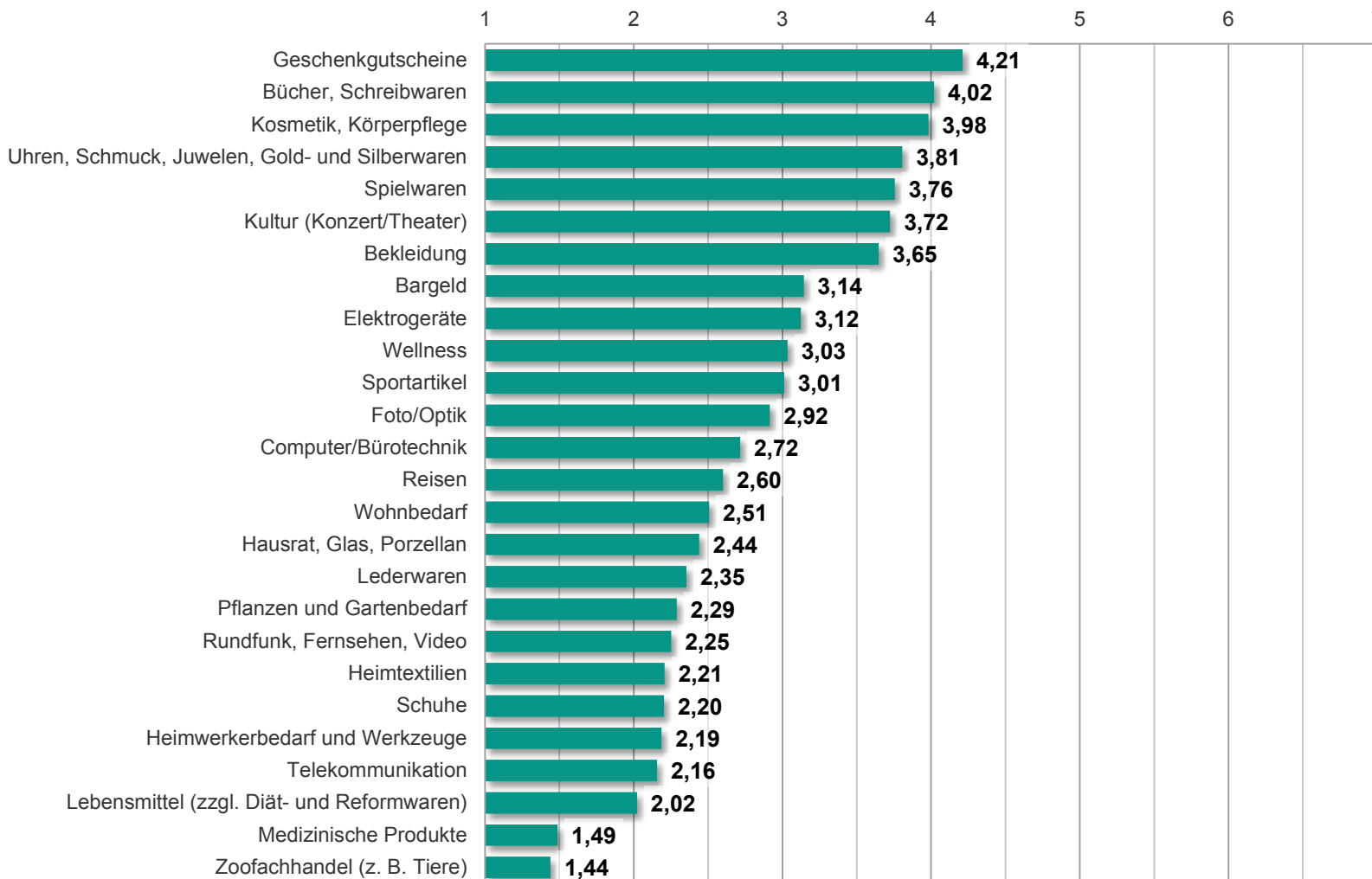
Wie wichtig sind Ihnen die folgenden Einkaufsmöglichkeiten beim Kauf von Geschenken?
 [Skala von 1= ist mir überhaupt nicht wichtig bis 7 = ist mir sehr wichtig]



[n = 46.550]

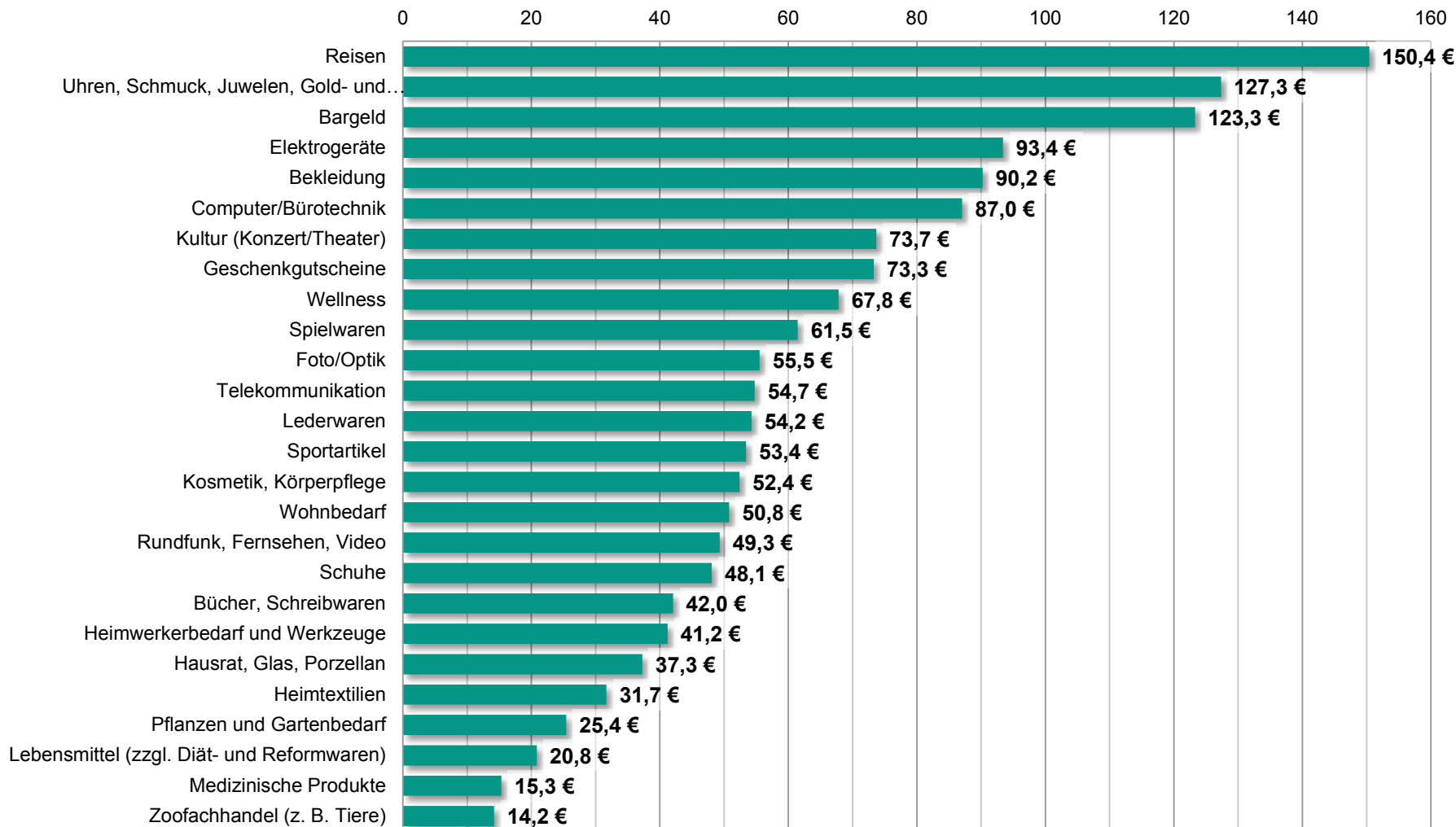
Aus welchen nachfolgenden Warenbereichen verschenken Sie gerne an Weihnachten?

[Skala von 1= verschenke ich überhaupt nicht gerne bis 7 = verschenke ich sehr gerne]



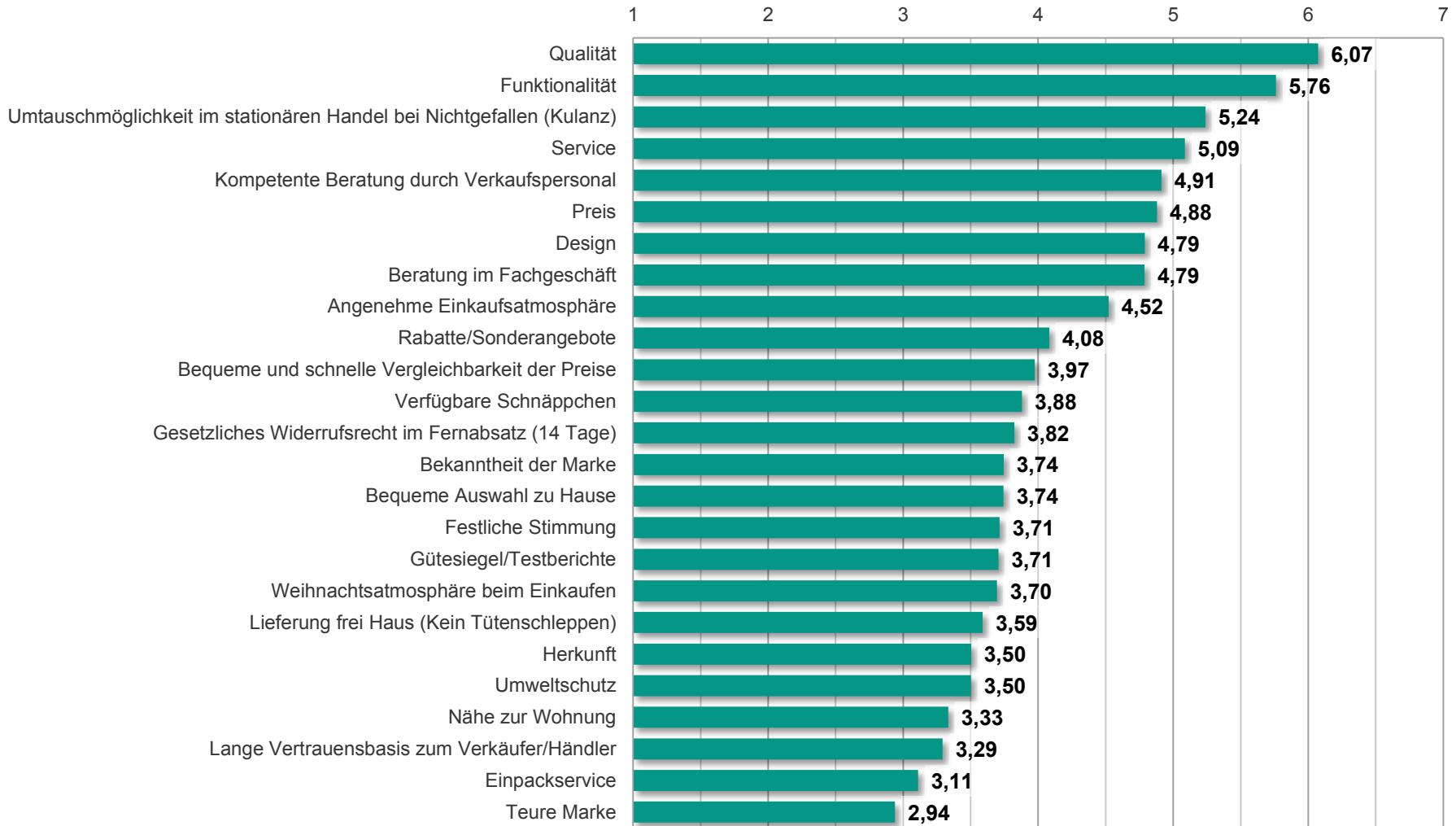
[n = 46.550]

Welchen Betrag sind Sie maximal bereit für Weihnachtsgeschenke in den jeweiligen Warenbereichen auszugeben?

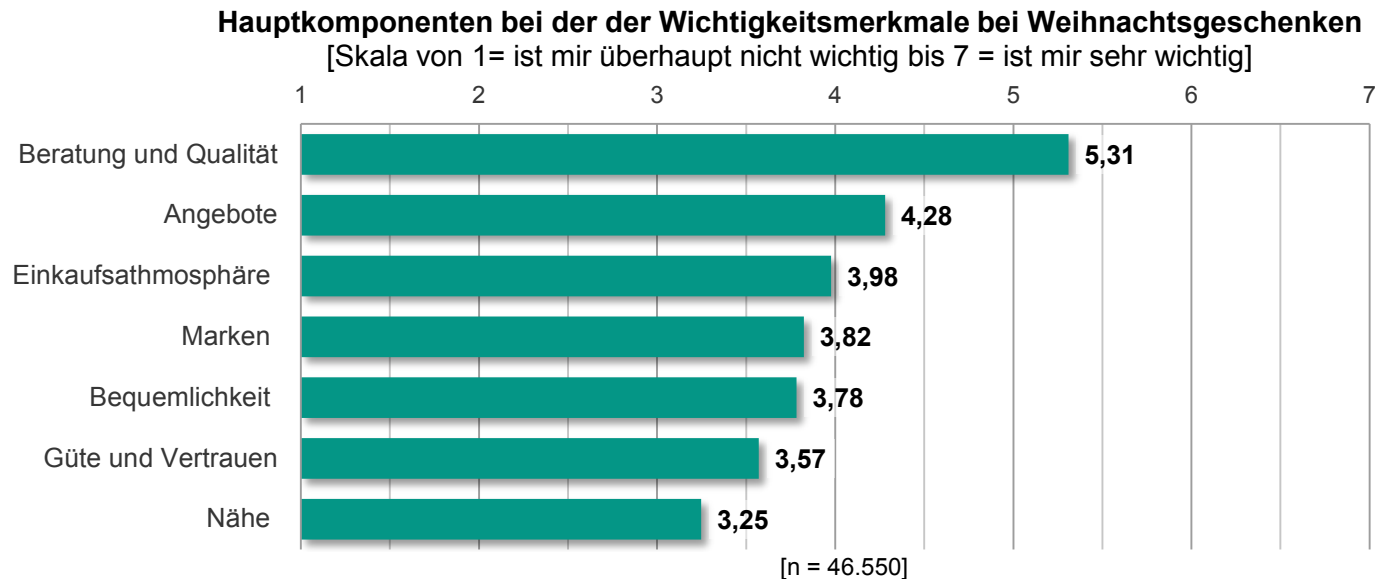


[n = 46.550]

Was ist Ihnen grundsätzlich wichtig, wenn Sie Weihnachtsgeschenke einkaufen?
 [Skala von 1= ist mir überhaupt nicht wichtig bis 7 = ist mir sehr wichtig]



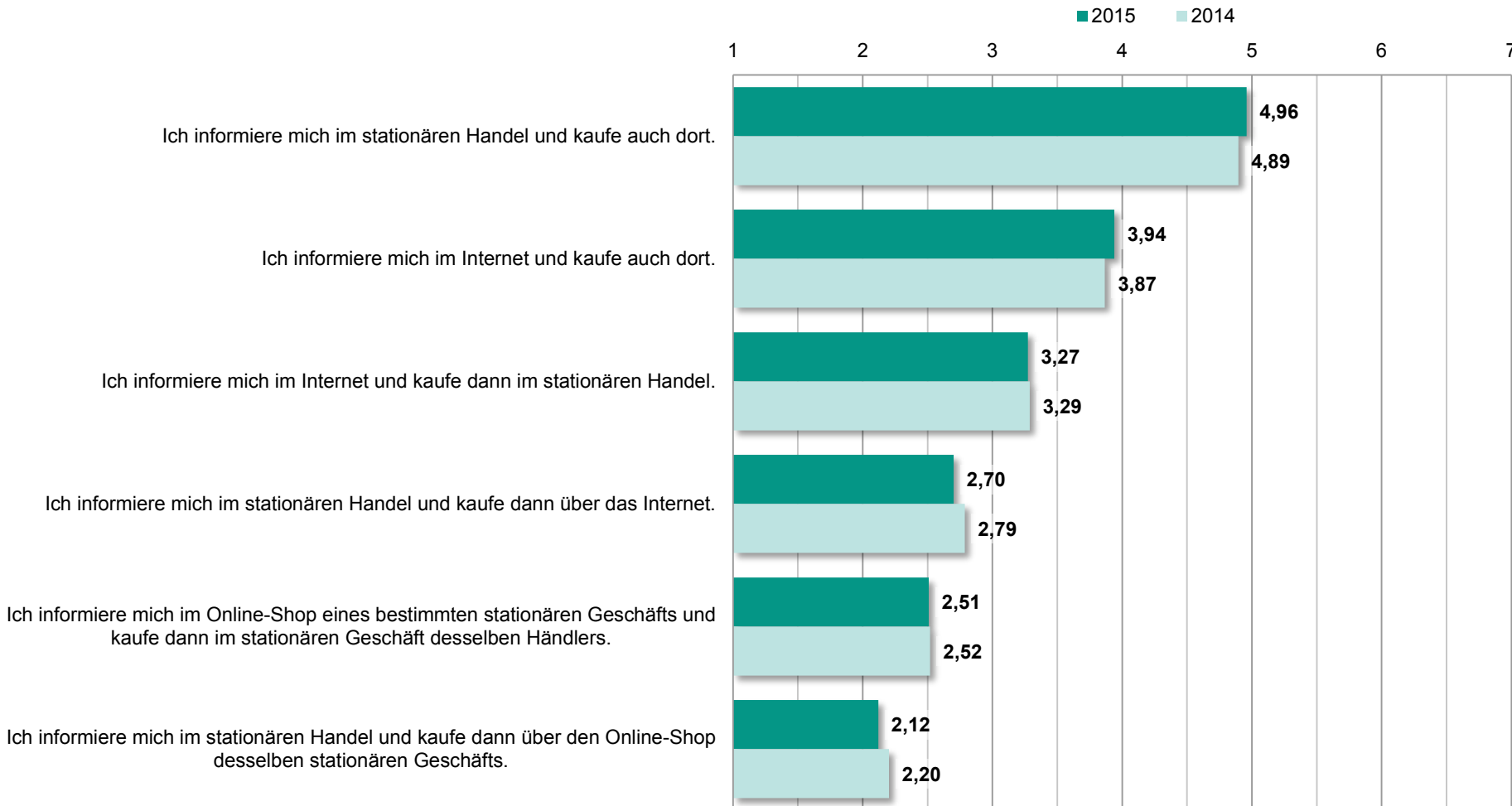
[n = 46.550]



» Um eine bessere Übersicht der wichtigen Merkmale zu bekommen, wurde zur Dimensionsreduktion eine Hauptkomponentenanalyse durchgeführt. Die Komponenten werden anhand der Variablen interpretiert, mit denen sie hoch korrelierten, und können wie folgt interpretiert werden:

- Bedeutung von Beratung und Qualität (Service, Funktionalität, Beratung im Fachgeschäft und Umtauschmöglichkeiten).
- Bedeutung von Angeboten (Schnäppchen, Preis, Rabatte/Sonderangebote).
- Bedeutung von Bequemlichkeit (Auswahl zu Hause, Lieferung frei Haus, Rückgaberecht, bequeme und schnelle Vergleichbarkeit der Preise).
- Bedeutung von Einkaufsatmosphäre (festliche Stimmung und Weihnachtsatmosphäre).
- Bedeutung von Marken (Bekanntheit, Design und hohe Preislage).
- Bedeutung von Güte und Vertrauen (Gütesiege/Testberichte, Herkunft und Umweltschutz).
- Bedeutung von Nähe (Wohnungsnähe und Vertrauen zum Händler/Verkäufer).

Inwiefern stimmen Sie den nachfolgenden Aussagen in Bezug auf Ihr Einkaufsverhalten an Weihnachten zu?
[Skala von 1= stimme überhaupt nicht zu bis 7 = stimme voll und ganz zu]



[n = 46.550]

Weihnachtsumfrage 2010

- [zur Publikation](#) | [zur Projektübersicht](#)

Weihnachtsumfrage 2011

- [zur Publikation](#) | [zur Projektübersicht](#)

Weihnachtsumfrage 2012

- [zur Publikation](#) | [zur Projektübersicht](#)

Weihnachtsumfrage 2013

- [zur Publikation](#) | [zur Projektübersicht](#)

Weihnachtsumfrage 2014

- [zur Publikation](#) | [zur Projektübersicht](#)



Stellvertretender Direktor
Prof. Dr. Oliver Gansser



oliver.gansser@fom-ifes.de

Kontakt
ifes Institut für Empirie & Statistik
Standort München
FOM Hochschule für Oekonomie & Management
Hopfenstraße 4 | 80335 München

Telefon **089 202452-23** | Fax **089 202452-03** | Web **www.fom-ifes.de**