

# Weihnachts- geschenke

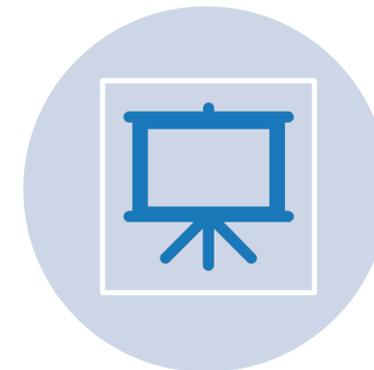
September / Oktober 2021



# moweb research - Bessere Marktforschung von Analyse bis Zielgruppe



Wir sind ein Full-Service Marktforschungsinstitut für digitale Marktforschung seit 2004 in Düsseldorf



Wir bieten Fragebogenkonzeption und -programmierung, Feldarbeit, Datenauswertung und Präsentation der Daten



Wir stellen Stichproben aus unseren 22 Panels mit weltweit mehr als 2,6 Millionen Probanden zur Verfügung



Wir sind spezialisiert auf ad hoc Projekte, Online-Eye-Tracking und B2B-Forschung

# Hintergrund & Methodik



Repräsentativ-quotierte Befragung "Weihnachtsgeschenke"  
N= 1000, Personen aus Deutschland, die in einer Partnerschaft leben



Online Umfrage der moweb GmbH mit Mitgliedern  
des deutschen Marktforschungsportals myiyo.com



Erhebungszeitraum: 30. September bis 04. Oktober 2021

# Hintergrund & Methodik



Mit der Umsetzung auf dem firmeneigenen Online-Panel führte moweb eine repräsentativ-quotierte Studie zum Thema Weihnachtsgeschenke durch.



Dieser Bericht fasst die wichtigsten Ergebnisse zusammen.



# Stichprobe der Untersuchung

- Geschlecht der Probanden: 50,7% weiblich, 49,3% männlich.
- Herkunft der Probanden:  
NRW (21,6%), Bayern (15,8%), Baden-Württemberg (13,3%),  
Niedersachsen (9,6%), Hessen (7,6%), Rheinland-Pfalz (4,9%),  
Sachsen (4,9%), Berlin (4,4%), Schleswig-Holstein (3,5%),  
Brandenburg (3%), Sachsen-Anhalt (2,7%), Thüringen (2,5%),  
Hamburg (2,3%), Mecklenburg-Vorpommern (1,9%), Saarland  
(1,2%), Bremen (0,8%).

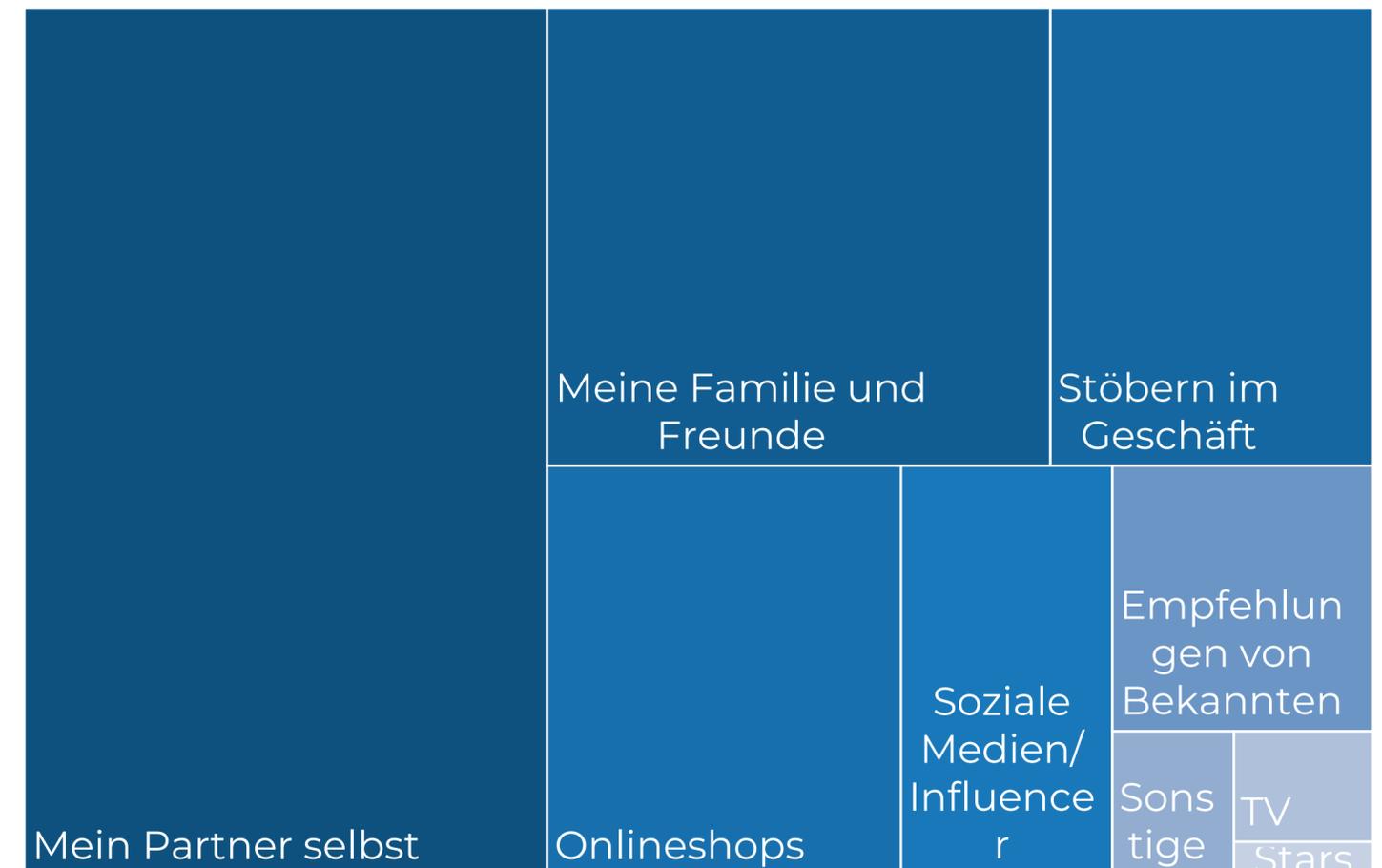
## Das jährliche Haushaltsbrutto-Einkommen der Zielgruppe

Unter 20.000€	37,18%
20.000€ bis unter 35.000€	26,62%
35.000€ bis unter 50.000€	15,59%
50.000€ bis unter 80.000€	10,08%
Mehr als 80.000€	5,07%
Weiß nicht/ keine Angabe	5,46%

# Inspiration für Geschenke

- Partner selbst bringt Großteil der Inspiration für Geschenke (besonders Alter 45+ Jahre)
- Soziale Medien/ Influencer und Partner im Alter von 18-24 Jahren ein großer Teil der Inspiration
- Freunde und Familie bieten ebenfalls Inspiration (am stärksten im Alter von 25-44 Jahren)

## Inspirationsquellen



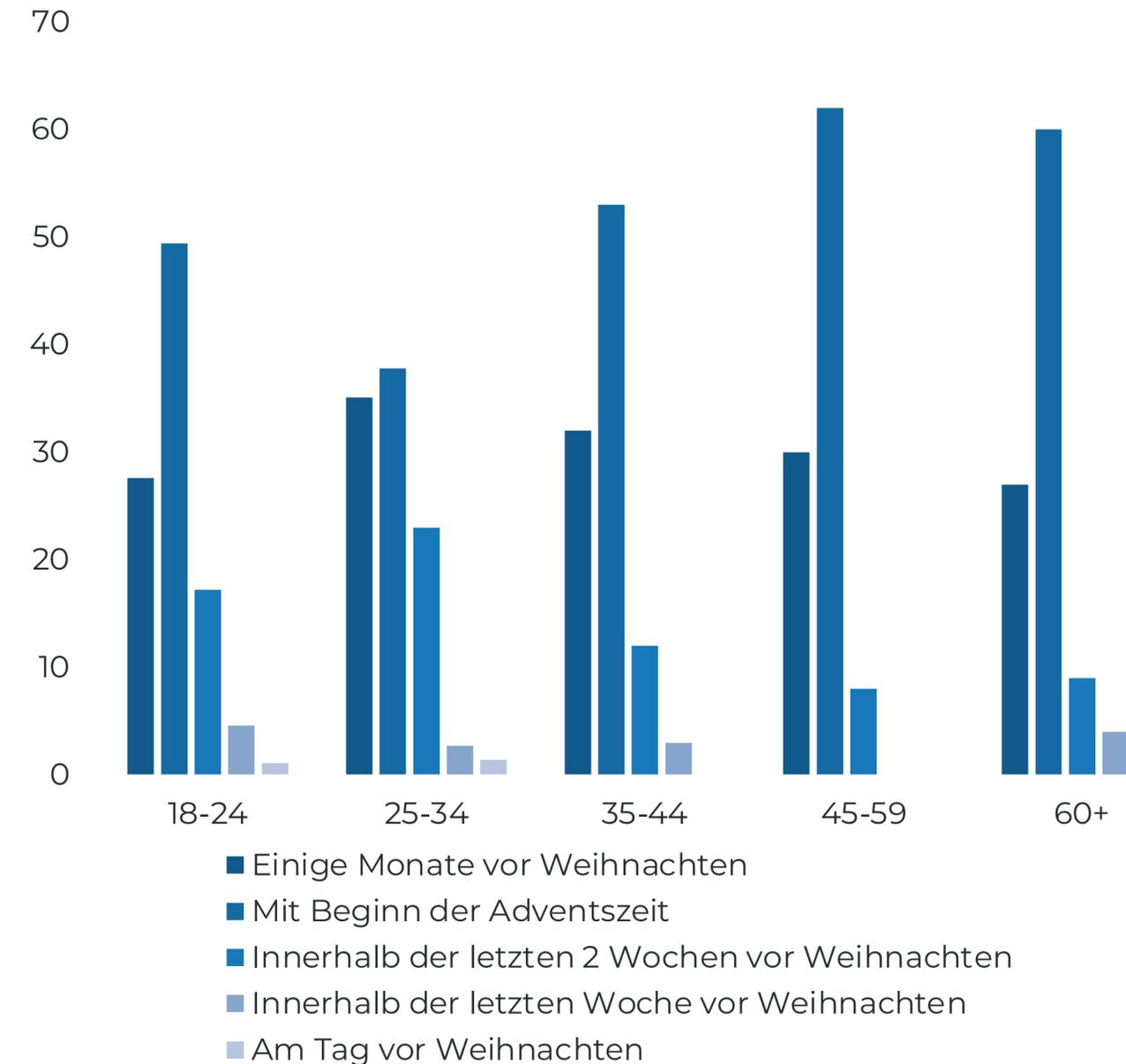
# Point of Sales

- Onlinekäufe sind in allen Altersgruppen am beliebtesten, Personen im Alter 60+ bevorzugen Einkäufe im Geschäft, nutzen das Internet dennoch am zweithäufigsten (64%)
- Einkäufe Im Geschäft am zweithäufigsten, im Alter 60+ am häufigsten mit 70%
- Einkäufe per Katalog oder Teleshopping werden selten aber dennoch gelegentlich genutzt, gemeinsam 15,40%

# Zeitpunkt des Geschenkkaufs

- Mit dem Beginn der Adventszeit beliebteste Zeit (insgesamt 53,40%)
- Einige Monate vor Weihnachten zweitbeliebteste Zeit, im Alter 25-34 fast genauso beliebt wie mit dem Beginn der Adventszeit
- Innerhalb der letzten Woche vor Weihnachten und am Tag vor Weihnachten kaum vertreten

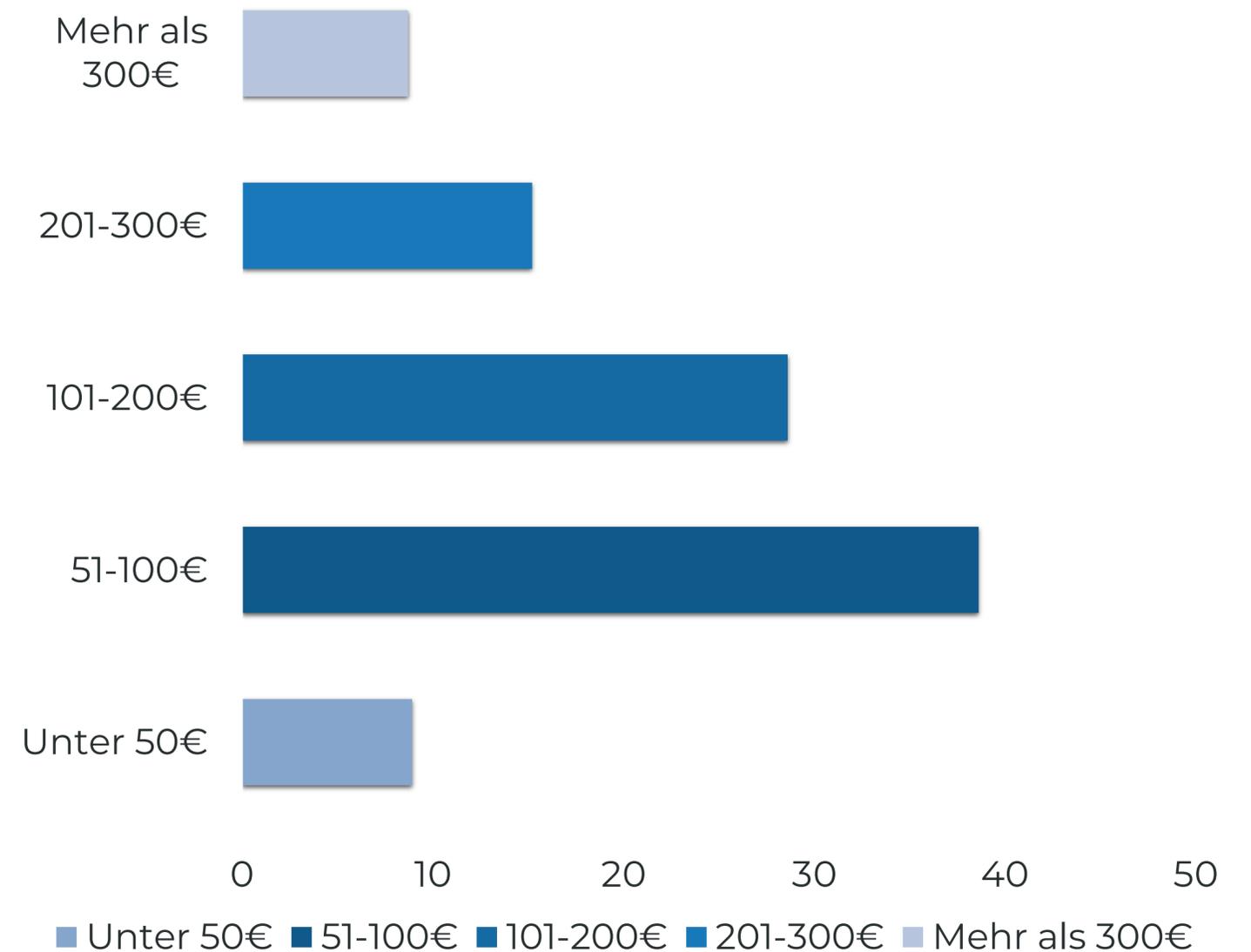
## Zeitraum der Geschenkkäufe



# Durchschnittliches Budget

- Die durchschnittlichen Ausgaben beim Kauf eines Weihnachtsgeschenks für den Partner:
  - 38,60% geben 51-100€ aus
  - 28,60% geben 101-200€ aus

Budget für Weihnachtsgeschenke



# Wünsche in Rubriken

## Frauen

1. Urlaub/ Kurztrip & Erlebnis/ Aktivität
2. Keine materiellen Geschenke
3. Schmuck/ Accessoires

## Männer

1. Urlaub/ Kurztrip & Erlebnis/ Aktivität
2. Keine materiellen Geschenke
3. Elektronik/ Technik

# Die wichtigsten Geschenk- Rubriken

## Platz 1 der Männer und Frauen: Urlaub/ Erlebnis

Häufig genannte Wünsche sind:

- Konzertkarten
- Wellnessurlaub (zu zweit)
- Städtereisen / Sightseeing
- Wochenendtrip (zu zweit)
- Urlaub ohne Einschränkungen (mit meinem Partner, zu zweit)

-> Coronazeit ist Auslöser zum Wunsch nach Quality Time in Form von Urlauben etc. (Ort und Art egal)

## Platz 2 der Männer und Frauen: Keine materiellen Geschenke (Zeit, Frieden, Gesundheit)

Häufig genannte Wünsche sind:

- Gesundheit für sich und sein Umfeld/Familie (Entspannung bezüglich der Pandemie)
- Ein gemeinsames Weihnachtsfest/ mehr Zeit mit der ganzen Familie. Harmonie und gutes Essen an den Weihnachtstagen.
- Eine ausgeglichene politische und gesellschaftliche Lage, auch in Bezug auf Corona.



# Die wichtigsten Geschenk- Rubriken

## Platz 3 der Frauen: Schmuck und Accessoires

Ketten und Armbänder, die man nicht nur zu besonderen Anlässen, sondern auch im Alltag gut tragen kann, sind sehr beliebt. Also: schlichter Schmuck

-> Perlen und kleine Steine sind gefragt.

Beliebte Marken:

- Tiffanys (hochpreisig)
- Michael Kors
- Swarovski

## Platz 3 der Männer: Technik und Elektronik

-> Apple Produkte sind im Trend

- Apple Watch
- iPhone
- Playstation
- Computer / Laptop ohne Präferenz bzgl. Marke / Modell
- Drucker ohne Präferenz bzgl. Marke / Modell



# Summary

- Immaterielle Geschenke werden bevorzugt
- Beliebte materielle Geschenke
  - Frauen: schlichter Schmuck/ Accessoires
  - Männer: Technik/ Elektronik (Apple-Produkte und Computer + Zubehör sind beliebt)
- Online-Einkäufe treten vermehrt auf
- Privates Umfeld wie Partner/ Familie/ Freunde sind die stärkste Inspirationsquelle für Geschenke

# Ihr Ansprechpartner bei moweb research



Herbert Höckel  
Managing Director

+49 173 5442229

+49 211 8282800

[h.hoeckel@mo-web.net](mailto:h.hoeckel@mo-web.net)

[www.mowebresearch.com](http://www.mowebresearch.com)

[LinkedIn](#)

moweb ist eine GmbH  
und beschäftigt 15  
Festangestellte und 25 freie  
Mitarbeiter sowie zwei  
Geschäftsführende  
Gesellschafter.

moweb GmbH  
Mertensgasse 12  
40213 Düsseldorf

HRB 49478  
Geschäftsführende  
Gesellschafter:  
Ryan Gibson &  
Herbert Höckel

