



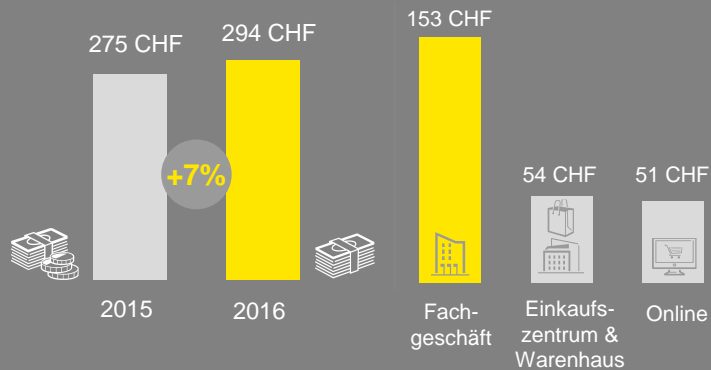
# Weihnachtsgeschenke 2016 - Schweiz

Konsumentenumfrage zu  
Kaufabsichten und -gewohnheiten

# Weihnachtsgeschenke 2016

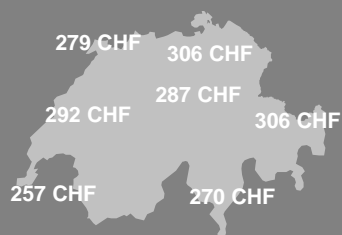
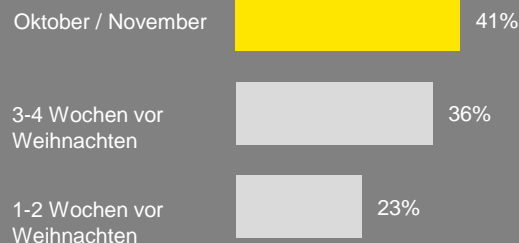
Befragung von 500 Konsumenten in der Schweiz | EY-Studie

## Geplante **Ausgaben** für Weihnachtsgeschenke

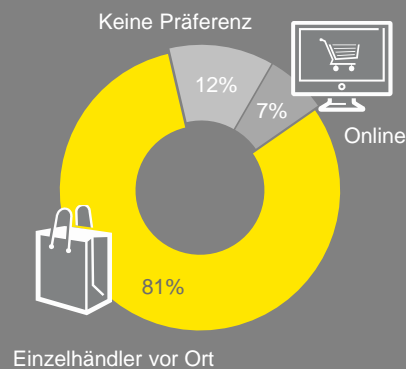


## Wann

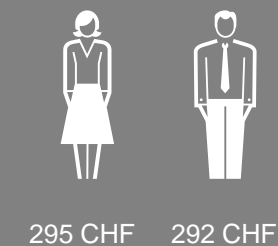
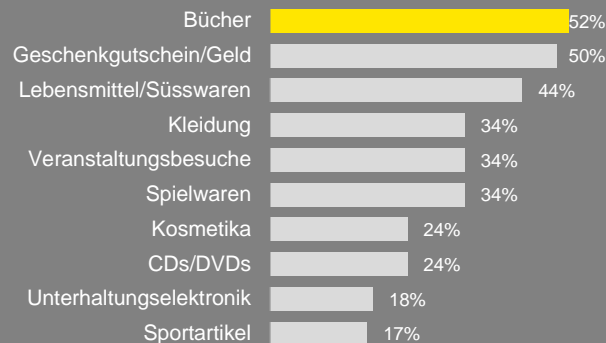
kaufen Sie Ihre Geschenke?



## Weihnachtsbummel lieber **online oder vor Ort?**



## Die häufigsten **Geschenke**



# Design der Studie



**Martin Gröli**

**Ihr Ansprechpartner**

Partner Audit Services  
Consumer Products and  
Retail Sector Leader Switzerland

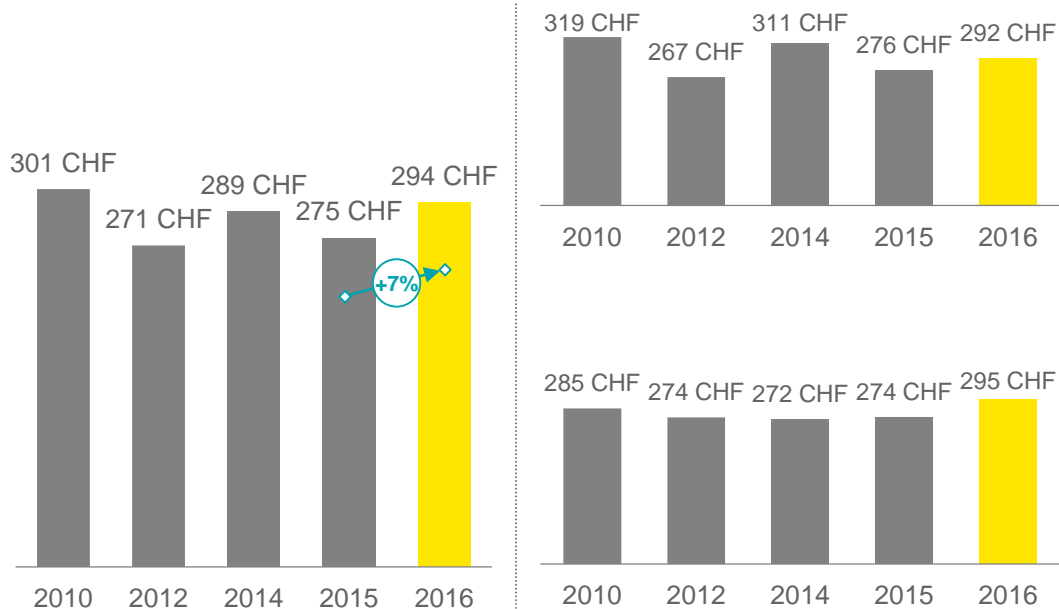
Telefon: +41 58 286 32 50  
E-Mail: martin.groeli@ch.ey.com

- ▶ Telefonische Befragung durch ein unabhängiges Marktforschungsinstitut (Valid Research, Bielefeld) im Zeitraum 17.10. bis 22.10.2016
- ▶ Repräsentative Befragung von 500 (volljährigen) Konsumenten in der Schweiz
- ▶ Gegenstand der Befragung waren ausschliesslich geplante Käufe von Weihnachtsgeschenken, nicht das generelle Konsumverhalten in der Vorweihnachtszeit
- ▶ Die Studie wurde 2009 bis 2012 jährlich durchgeführt. Eine Befragung im Jahr 2013 wurde nicht vorgenommen. Wo sinnvoll und aussagekräftig wurden die Ergebnisse der Studien aus den Jahren 2009 bis 2015 aufgeführt.

# Konsumlust zu Weihnachten deutlich gestiegen



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



Das durchschnittliche Budget für Weihnachtsgeschenke soll in diesem Jahr bei 294 CHF liegen – das sind 7 Prozent mehr als vor einem Jahr und nur 2 Prozent weniger als im Rekordjahr 2010.

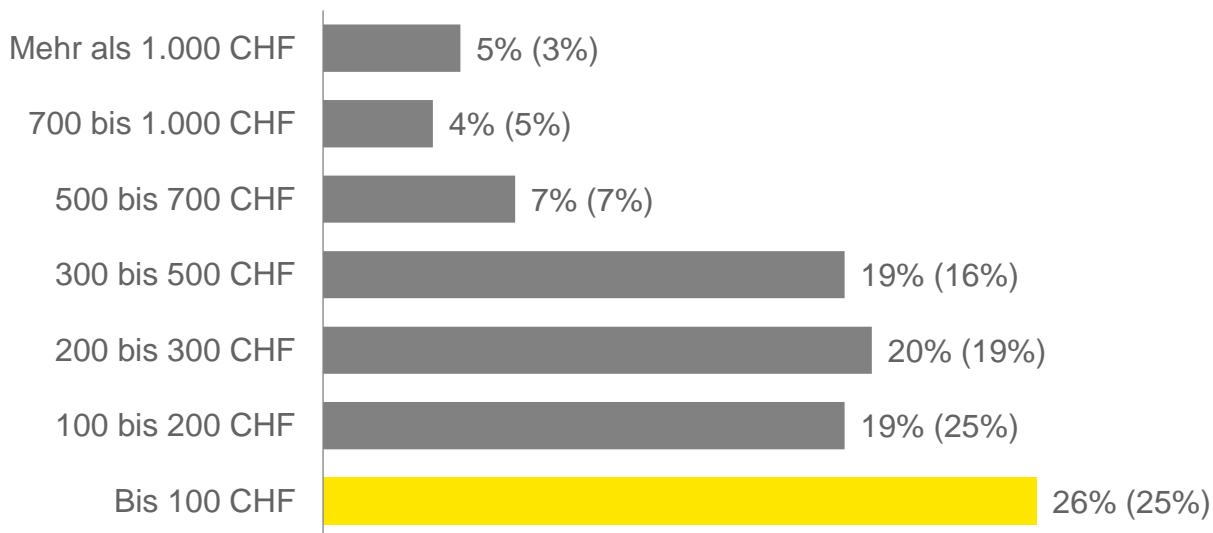
Bei beiden Geschlechtern ist die Geberlaune gegenüber dem Vorjahr deutlich gestiegen.

Frauen planen sogar mehr für Weihnachtsgeschenke auszugeben als in allen bisherigen Befragungen seit 2009.

# Mehrheit will mehr als 200 Schweizer Franken ausgeben



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



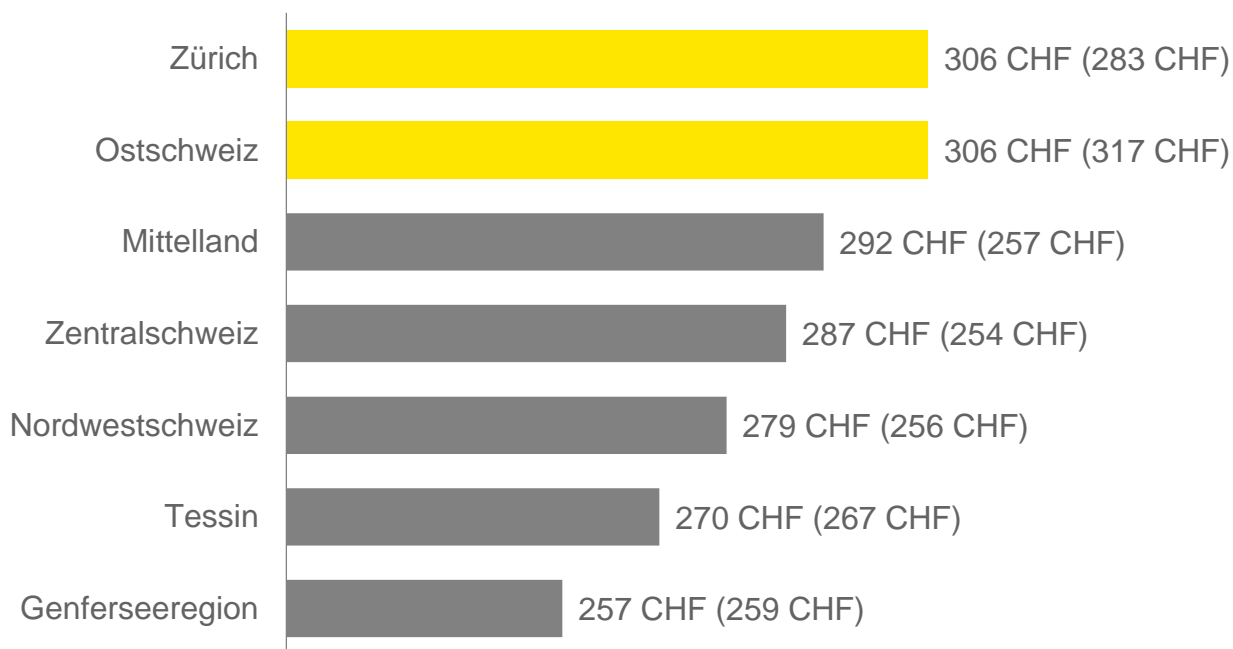
55 Prozent der Konsumenten planen in diesem Jahr mit einem Weihnachtsbudget von mehr als 200 CHF – im Vorjahr lag der Anteil bei nur 50 Prozent. Allerdings will immerhin gut jeder Vierte (26 Prozent) nicht mehr als 100 CHF in Weihnachtsgeschenke investieren (2015: 25 Prozent).

In Klammern: Ergebnisse 2015

# Zürich und Ostschweiz besonders freigebig – Genferseeregion sparsam



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



Die Konsumenten in Zürich und der Ostschweiz planen besonders grosszügig: 306 CHF sollen hier in diesem Jahr durchschnittlich für Weihnachtsgeschenke ausgegeben werden. Am sparsamsten zeigen sich in diesem Jahr die Konsumenten in der Genferseeregion: Sie planen durchschnittlich nur 257 CHF für Geschenke ein.

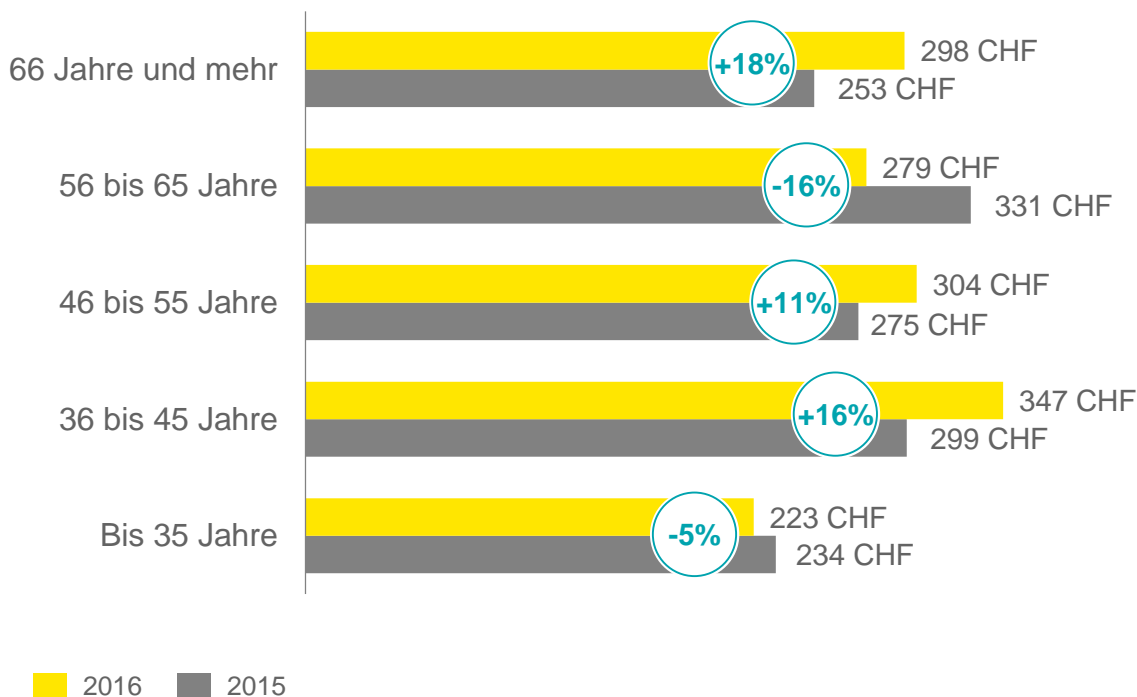
In fünf der sieben Schweizer Grossregionen ist die Spendierfreude gegenüber dem Vorjahr gestiegen.

In Klammern: Ergebnisse 2015

# Altersgruppe der 36- bis 45-Jährigen am spendierfreudigsten

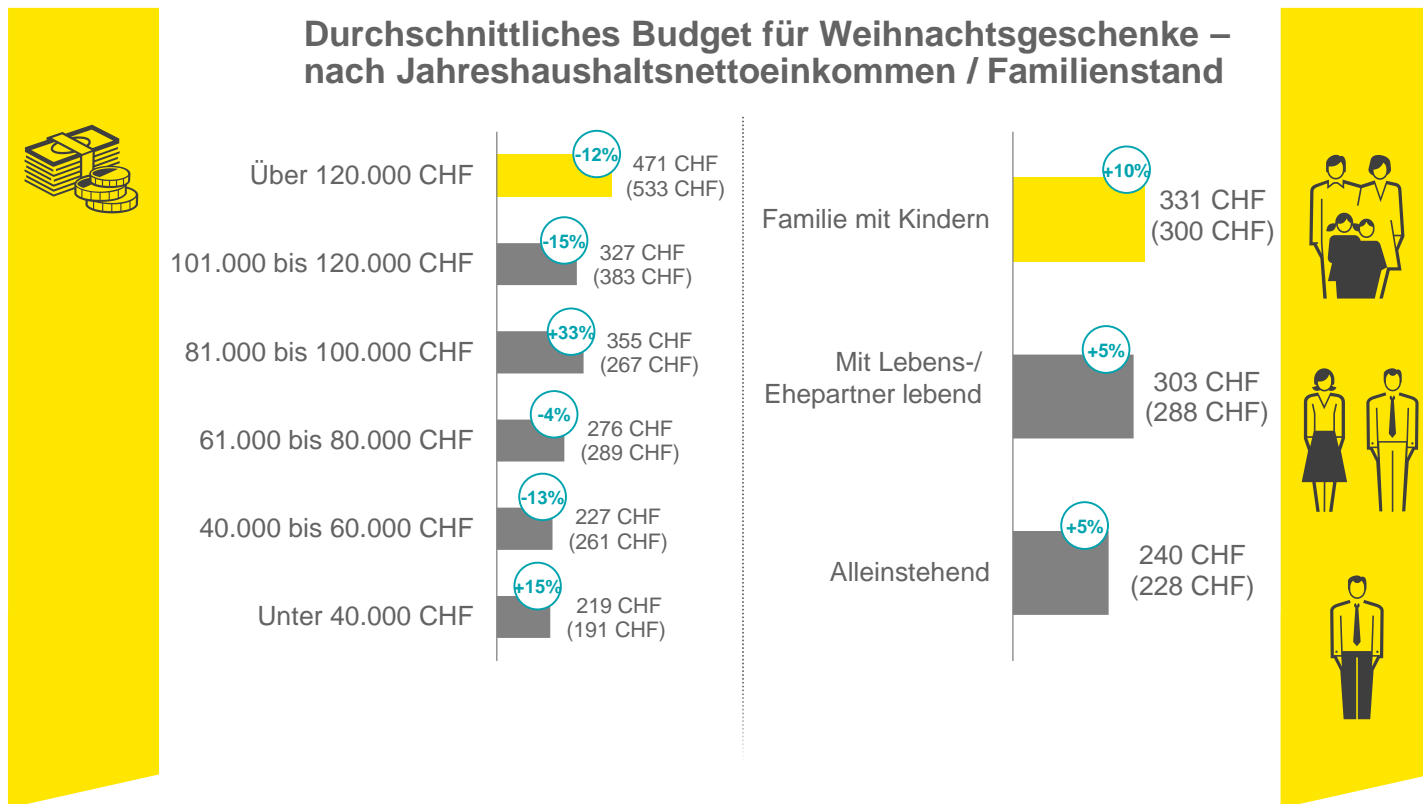


Wie viel Geld beabsichtigen Sie in diesem Jahr für Weihnachtsgeschenke auszugeben?



Mit dem grössten Geschenkbudget plant in diesem Jahr die Altersgruppe der 36- bis 45-Jährigen: Im Durchschnitt sollen hier 347 CHF für Geschenke ausgegeben werden – das sind immerhin 16 Prozent mehr als im Vorjahr. Noch etwas stärker gestiegen ist die Spendierfreude sogar bei der Generation 66plus (plus 18 Prozent), während die Altersklasse der 56 bis 65-Jährigen ihr Geschenkbudget um immerhin 16 Prozent gegenüber 2015 kürzt.

# Familien mit Kindern besonders schenkfreudig – Gutverdiener sparen



Verbraucher mit einem Nettohaushaltseinkommen zwischen 81.000 und 100.000 CHF wollen in diesem Jahr ein Drittel mehr für Weihnachtsgeschenke ausgeben als im Vorjahr. Gutverdiener mit einem Nettoeinkommen von mehr als 100.000 CHF wollen ihr Geschenkbudget hingegen deutlich reduzieren. Besonders grosszügig sind auch in diesem Jahr wieder Familien mit Kindern, die mit 331 CHF zehn Prozent mehr als im Vorjahr für Geschenke ausgeben wollen.

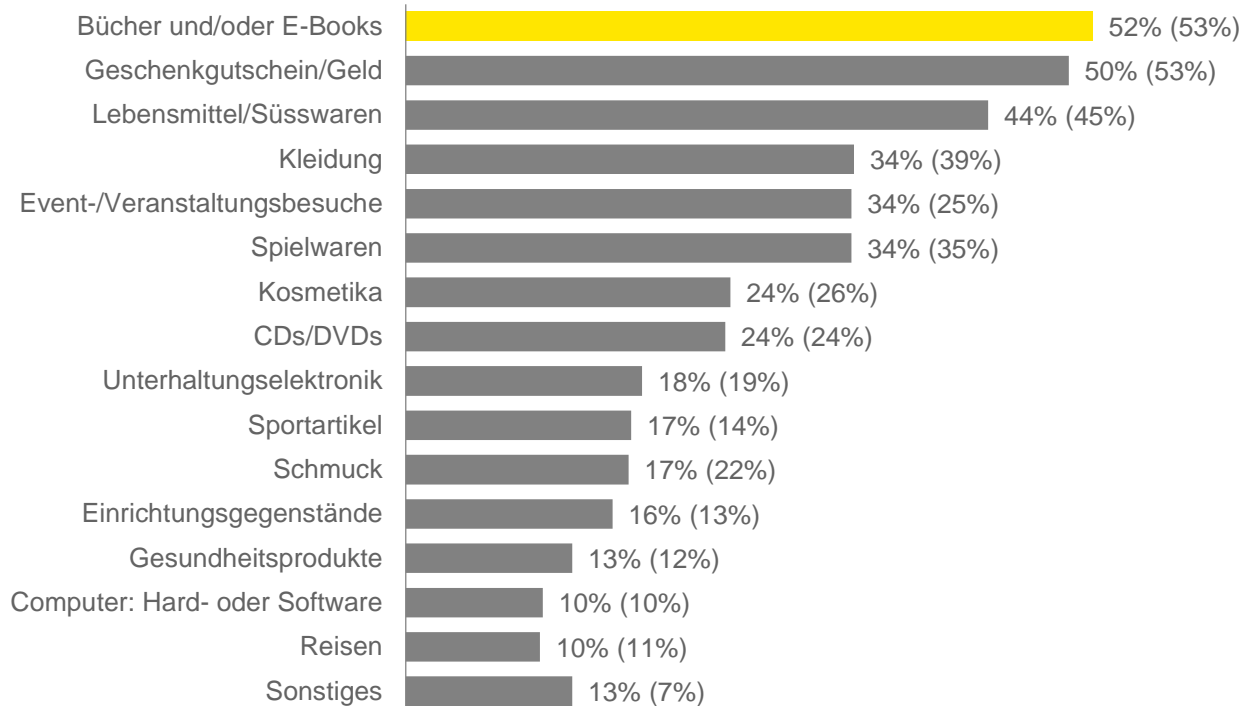
In Klammern: Ergebnisse 2015



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



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



Die Top 3 der Weihnachtsgeschenke sind in diesem Jahr Bücher bzw. E-Books, Geschenkgutscheine und Geld sowie Lebensmittel, dabei insbesondere Süsswaren.

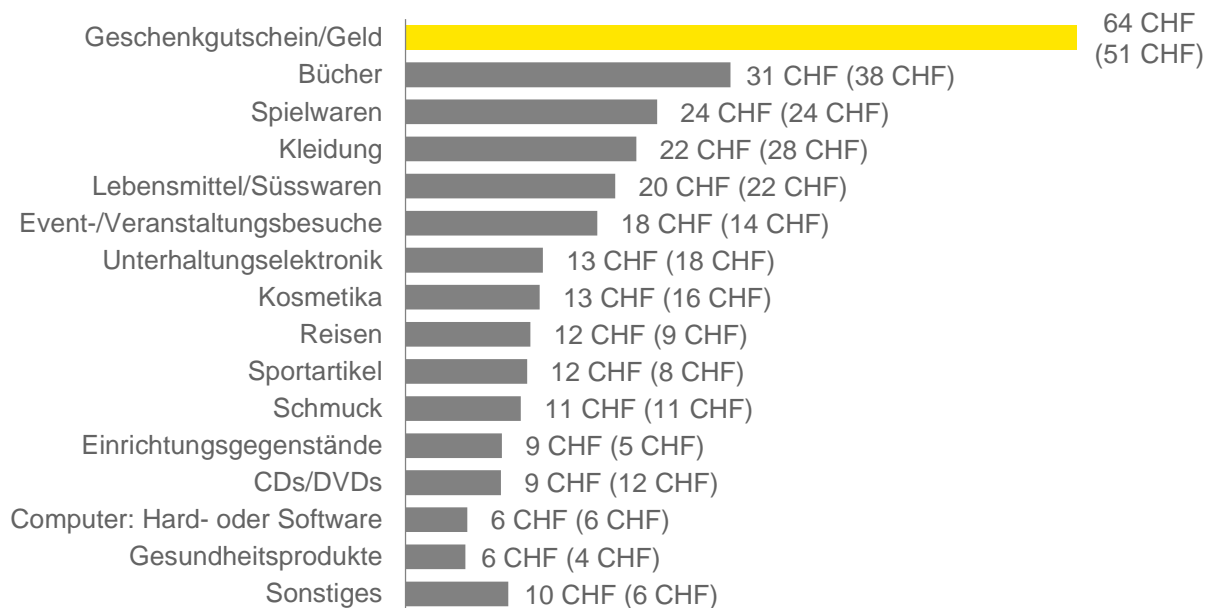
Den stärksten Zuwachs aller Geschenkkategorien verzeichnen Event-/Veranstaltungsbesuche (plus 9 Prozentpunkte), die grössten Einbussen hingegen die Kategorien Schmuck und Kleidung (jeweils minus 5 Prozentpunkte).

In Klammern: Ergebnisse 2015

# In welche Geschenke werden die höchsten Summen investiert



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



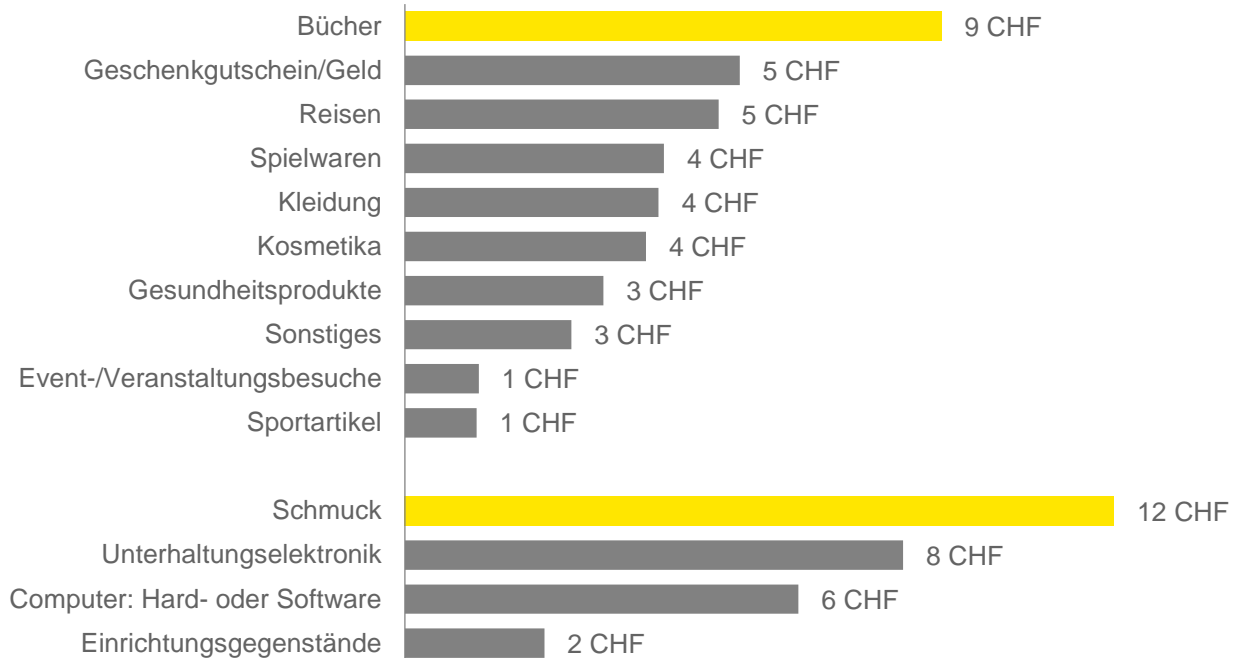
Die höchsten Summen investieren Verbraucher in der Schweiz wie im Vorjahr in Geschenkgutscheine, gefolgt von Büchern und Spielwaren. Am stärksten gestiegen sind die durchschnittlich geplanten Ausgaben für Geschenkgutscheine (plus 13 CHF) sowie für Event-/Veranstaltungsbesuche und Einrichtungsgegenstände (jeweils plus 4 CHF).

Am stärksten gesunken sind die durchschnittlich geplanten Ausgaben für Bücher/E-Books und Kleidung (minus 7 bzw. minus 6 CHF).

In Klammern: Ergebnisse 2015

# Frauen bevorzugen Bücher, Männer geben mehr für Schmuck aus

## Mehrausgaben im Vergleich zum jeweils anderen Geschlecht

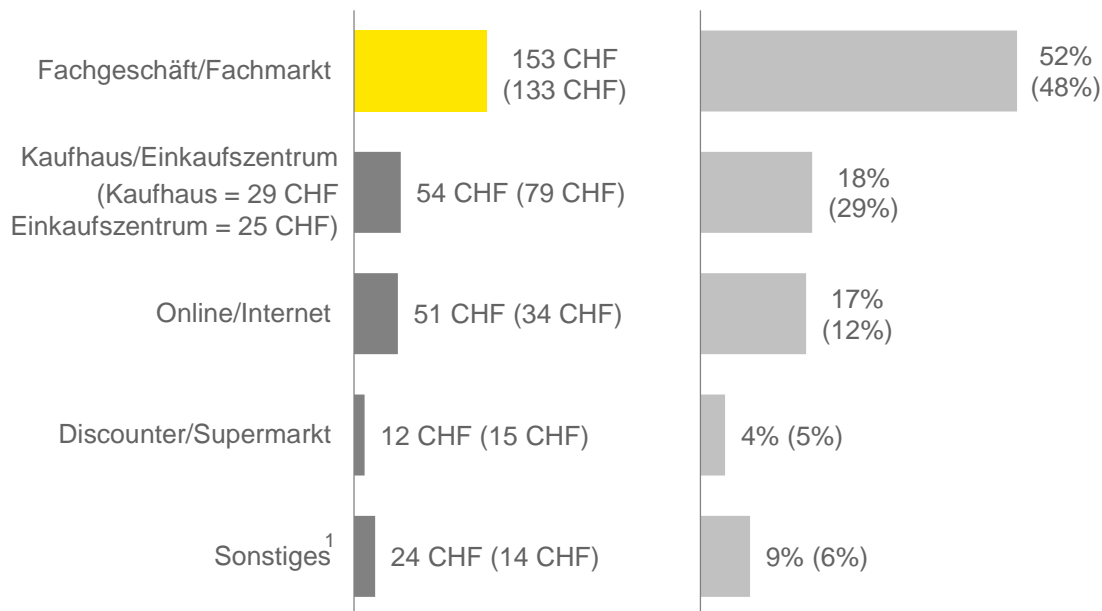


Frauen planen im Durchschnitt deutlich höhere Ausgaben für Bücher.

Umgekehrt investieren Männer deutlich mehr Geld in Schmuck und Unterhaltungselektronik.

# Weihnachtsgeschenke am liebsten aus dem Fachhandel – Internetkäufe holen aber auf

## Erwartete Ausgaben nach Vertriebsformen



Mehr als die Hälfte des Budgets für Weihnachtsgeschenke werden in Fachgeschäften ausgegeben, die damit den mit Abstand höchsten Marktanteil auf sich vereinen und gegenüber dem Vorjahr ihre Marktposition im Weihnachtsgeschäft noch ausgebaut haben. Rang zwei belegen Kaufhäuser und Einkaufszentren, die gegenüber dem Vorjahr allerdings deutlich an Boden verlieren. Onlinegeschäfte holen stark auf und bringen es in diesem Jahr auf einen Marktanteil von 17 Prozent.

In Klammern: Ergebnisse 2015 | <sup>1</sup> Zum Beispiel Katalog-Versandhandel, Fabrikverkauf/Factory Outlet, Bahnhof/Flughafen, Ticket-Verkaufsstelle

# Der Einkaufsbummel nach Altersgruppen



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

	Fachgeschäft/ Fachmarkt		Kaufhaus/ Einkaufs- zentrum		Online/ Internet		Supermarkt/ Discounter	
	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015
Ab 66 Jahre	<b>51%</b>	58%	<b>22%</b>	21%	<b>11%</b>	7%	<b>8%</b>	9%
56–65 Jahre	<b>56%</b>	48%	<b>17%</b>	32%	<b>15%</b>	7%	<b>5%</b>	6%
46–55 Jahre	<b>52%</b>	52%	<b>20%</b>	27%	<b>22%</b>	12%	<b>4%</b>	5%
36–45 Jahre	<b>39%</b>	38%	<b>28%</b>	33%	<b>22%</b>	15%	<b>5%</b>	5%
Bis 35 Jahre	<b>44%</b>	35%	<b>24%</b>	41%	<b>26%</b>	17%	<b>5%</b>	8%

Alle Altersgruppen kaufen am liebsten in Fachgeschäften. Besonders an Boden hinzu gewonnen haben Fachgeschäfte gegenüber 2015 bei der jüngsten Altersgruppe der bis 35-Jährigen (plus 9 Prozentpunkte).

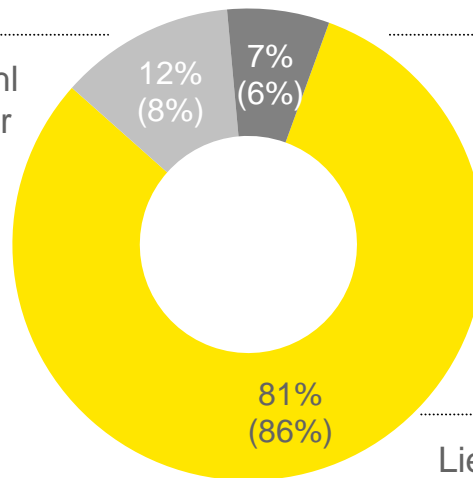
Der Weihnachtsummel per Mausclick hat in allen Altersklassen stark an Marktanteilen hinzu gewonnen – und landet bei den bis 35-Jährigen und der Altersgruppe der 46- bis 55-Jährigen inzwischen auf Rang 2.

# Weihnachtsshopping viel lieber bei Einzelhändlern vor Ort als im Netz



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

Keine Präferenz: Sowohl online als auch stationär



Lieber online

Lieber bei Einzelhändlern vor Ort (stationär)

Gut vier von fünf Verbrauchern kaufen ihre Weihnachtsgeschenke lieber bei Einzelhändlern vor Ort als im Netz. Der Geschenkekauf per Mausclick ist nur für jeden 14. Befragten die erste Wahl.

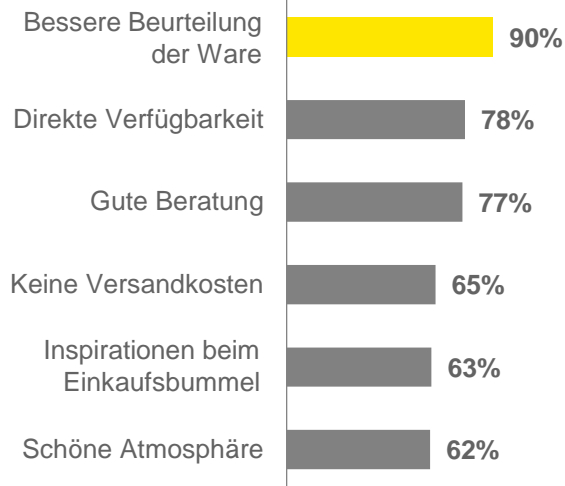
In Klammern: Ergebnisse 2015

# Verbraucher können Ware vor Ort besser beurteilen

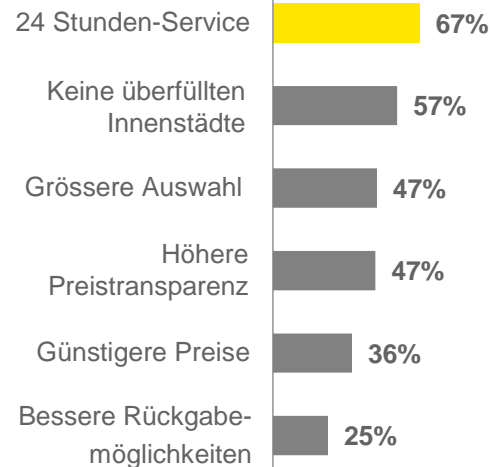
Was spricht aus Ihrer Sicht für Weihnachtseinkäufe ...



## ... bei Einzelhändlern vor Ort?



## ... per Internet?



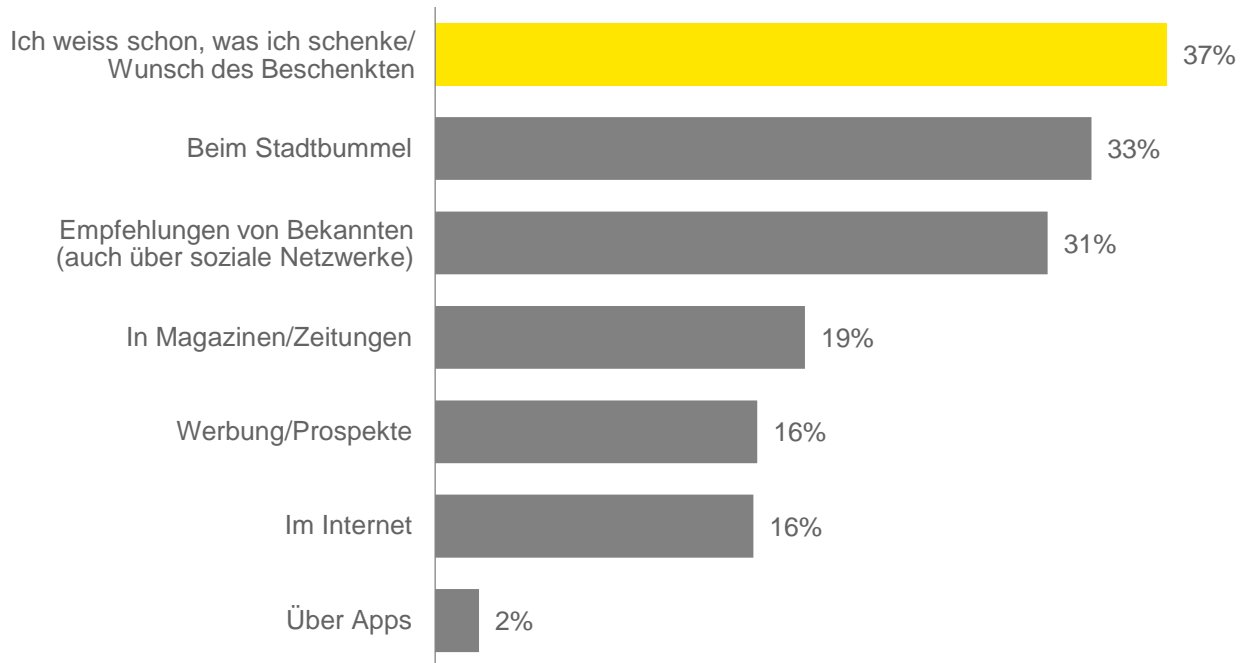
Verbraucher schätzen beim Einzelhandel vor Ort vor allem, dass sie die Ware leichter beurteilen können. Ausserdem loben sie die direkte Verfügbarkeit der Produkte und die gute Beratung.

Der Online-Handel hingegen überzeugt vor allem mit seiner einfachen Erreichbarkeit: Rund um die Uhr und von zu Hause aus, ohne dass sich die Kunden durch überfüllte Innenstädte kämpfen müssen.

# Geschenkliste meist schon im Kopf – auch Stadtbummel oft Quelle für Ideen



## Wo holen Sie sich Ideen für Weihnachtsgeschenke?



37 Prozent der Konsumenten wissen schon vorab, was sie schenken möchten. Jeder Dritte lässt sich beim Stadtbummel inspirieren, 31 Prozent folgen den Empfehlungen von Bekannten.

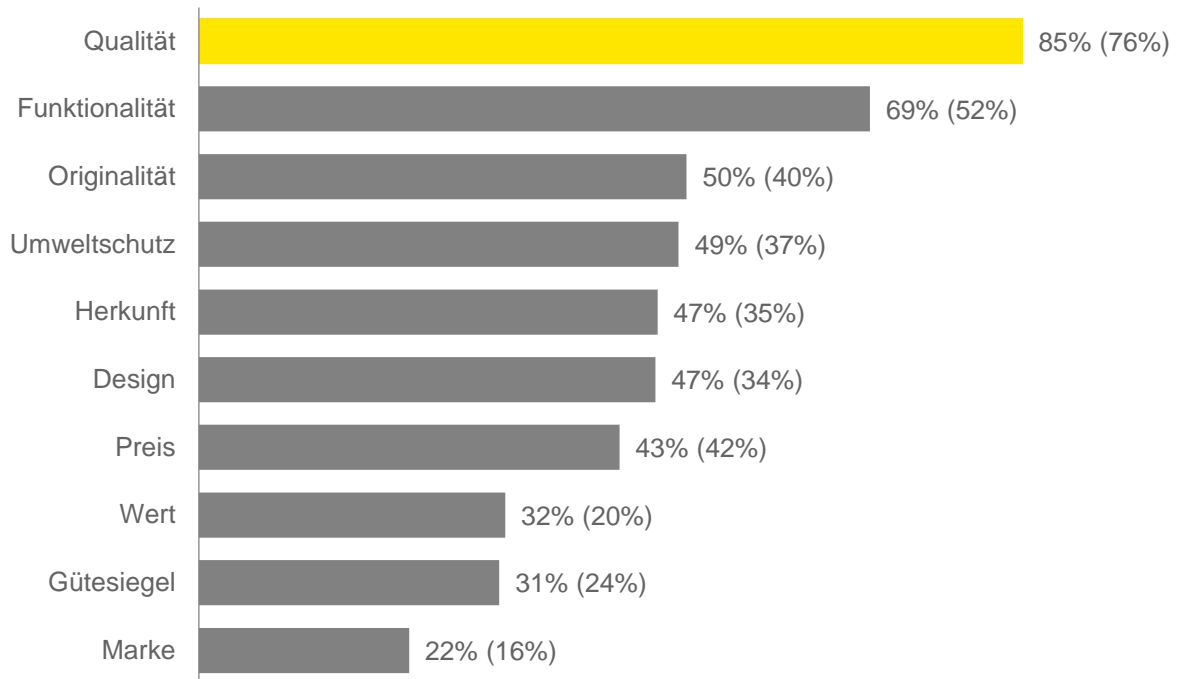
Im Internet holt sich nur jeder sechste Verbraucher Ideen für Weihnachtsgeschenke – das Netz liegt als Ideengeber damit nur gleichauf mit der traditionellen Prospektwerbung.



# Qualität an erster Stelle



Welche Bedeutung haben für Sie folgende Kriterien bei der Auswahl von Geschenken? (Anteil „grosse Bedeutung“)



Wie im Vorjahr achten die Verbraucher bei der Auswahl von Geschenken vor allem auf Qualität und Funktionalität. Ebenfalls eine wichtige Rolle spielen die Kriterien Originalität und Umweltschutz.

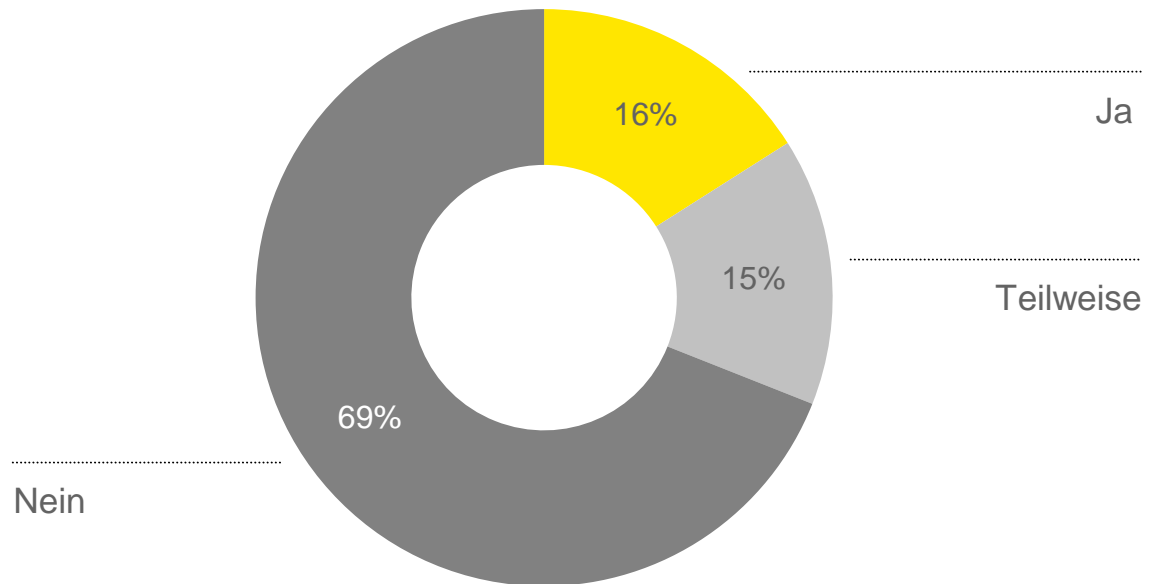
„Image“-Kriterien wie Marke, Wert und Design sind hingegen eher von nachrangiger Bedeutung für die Verbraucher.

In Klammern: Ergebnisse 2015

# Fast jeder Dritte kauft Geschenke auch im Ausland



Haben Sie die Absicht, die Weihnachtsgeschenke in Nachbarländern wie z.B. Deutschland einzukaufen?

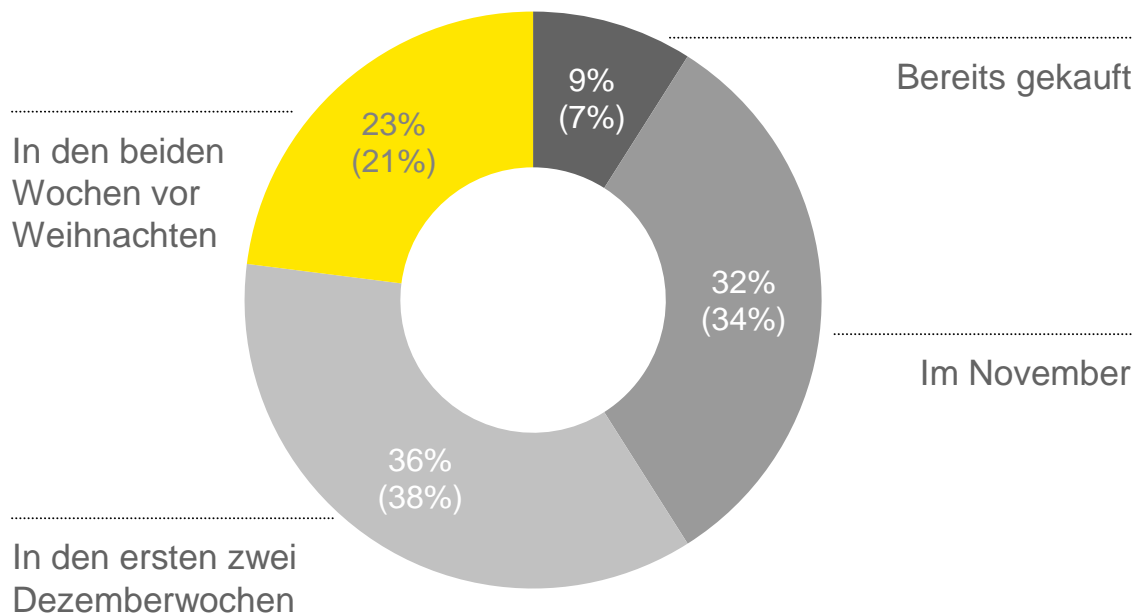


Gut zwei von drei Konsumenten in der Schweiz kaufen ihre Weihnachtsgeschenke ausschliesslich im eigenen Land. Immerhin 31 Prozent der Befragten gehen allerdings ausschliesslich oder teilweise im Ausland auf Einkaufstour.

# Mehrheit kauft Weihnachtsgeschenke erst im Dezember



Wann werden Sie voraussichtlich den grössten Teil der Weihnachtseinkäufe tätigen?



Die Mehrheit der Verbraucher in der Schweiz (59 Prozent) kauft die Weihnachtsgeschenke relativ kurzfristig im Dezember – fast jeder Vierte (23 Prozent) sogar in den beiden Wochen vor Weihnachten.

Immerhin 2 von 5 Konsumenten (41 Prozent) kaufen ihre Geschenke bereits im November oder noch früher.

In Klammern: Ergebnisse 2015

## Über die globale EY-Organisation

Die globale EY-Organisation ist eine Marktführerin in der Wirtschaftsprüfung, Steuerberatung, Transaktionsberatung und Rechtsberatung sowie in den Advisory Services. Wir fördern mit unserer Erfahrung, unserem Wissen und unseren Dienstleistungen weltweit die Zuversicht und die Vertrauensbildung in die Finanzmärkte und die Volkswirtschaften. Für diese Herausforderung sind wir dank gut ausgebildeter Mitarbeitender, starker Teams sowie ausgezeichneter Dienstleistungen und Kundenbeziehungen bestens gerüstet. *Building a better working world*: Unser globales Versprechen ist es, gewinnbringend den Fortschritt voranzutreiben – für unsere Mitarbeitenden, unsere Kunden und die Gesellschaft.

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 Kunden. Weitere Informationen finden Sie auf unserer Website: [www.ey.com](http://www.ey.com).

Die EY-Organisation ist in der Schweiz durch die Ernst & Young AG, Basel, an zehn Standorten sowie in Liechtenstein durch die Ernst & Young AG, Vaduz, vertreten. «EY» und «wir» beziehen sich in dieser Publikation auf die Ernst & Young AG, Basel, ein Mitgliedsunternehmen von Ernst & Young Global Limited.

Haftungsausschluss

Diese Publikation ist lediglich als allgemeine, unverbindliche Information gedacht. Obwohl sie mit grösstmöglicher Sorgfalt erstellt wurde, kann sie nicht als Ersatz für eine detaillierte Recherche oder eine fachkundige Beratung oder Auskunft dienen. Es besteht kein Anspruch auf sachliche Richtigkeit, Vollständigkeit und/oder Aktualität. Es liegt am Leser zu bestimmen, ob und inwiefern die zur Verfügung gestellte Information im konkreten Fall relevant ist. Jegliche Haftung seitens der Ernst & Young AG und/oder anderer Mitgliedsunternehmen der globalen EY-Organisation wird ausgeschlossen. Bei jedem spezifischen Anliegen empfehlen wir den Beizug eines geeigneten Beraters.

Alle Rechte vorbehalten.