

Pressemeldung

6. Dezember 2016

DI Paul Unterhuber
Financial Services - Politik
T +43 1 71710-219
paul.unterhuber@gfk.com

Dkfm. Ulf Schätzel
Consumer Panel Services
T +43 1 71710-344
ulf.schaetzel@gfk.com

Evelina Fuhrmann
Corporate Communications
Specialist
T +43 1 717-10-178
evelina.fuhrmann@gfk.com

Weihnachten 2016: ÖsterreicherInnen freuen sich auf Familienfeiern und geben mehr Geld aus

- **Gutscheine, Spielwaren und Bargeld als beliebteste Geschenke unter dem Christbaum**
- **Gutes Essen und Trinken sind unverzichtbar**
- **Van der Bellen-Wähler haben häufiger Christbaum als Hofer-Wähler**

Wien, 6. Dezember 2016 – Knapp drei Vierteln der Österreicherinnen und Österreicher ist das Weihnachtsfest wichtig, an den Feiertagen spielen für 75 Prozent Familienfeiern- und Besuche eine wesentliche Rolle – und der Einkauf von Weihnachtsgeschenken (61 Prozent).

Im Mittelpunkt der weihnachtlichen Festlichkeiten stehen auch 2016 in Österreich Familie und Geschenke, damit einhergehend auch der Rummel in den Einkaufsstraßen (58 Prozent assoziieren damit Weihnachten), kulinarische Freuden (60 Prozent) und der Besuch auf einem der zahlreichen Weihnachts- und Christkindlmärkte. „In diesem Jahr haben 72 Prozent der Österreicherinnen und Österreicher vor, einen Markt zu besuchen und freuen sich ganz besonders auf die breite Palette des Punsch- und Glühweinangebots“, so Paul Unterhuber von GfK.

Weihnachtsbudget steigt, Gutscheine überwiegen

Die durchschnittlichen Ausgaben der Österreicherinnen und Österreicher liegen bei 395 Euro. „Der Trend zu höheren Ausgaben hält an, die Befragten konsumieren gerne und spüren offenbar nach wie vor eine Entlastung durch die Steuerreform“, so Unterhuber.

Die favorisierten Geschenke sind wie im vergangenen Jahr Gutscheine: 41 Prozent der Befragten wollen ihren Liebsten einen Gutschein schenken, 30 Prozent schenken Spielwaren, je ein knappes Viertel Bargeld und Bücher. Selbstgebastelte Geschenke verloren im Vergleich zu 2015 (von 22% auf 15%). „Beim Verpacken hält der Trend an, Papier, Säcke und Boxen aus dem vergangenen Jahr wiederzuverwenden (30%), je 27% lassen ihre Kreativität spielen und achten auf farblich aufeinander abgestimmte und harmonische Papiere und Schleifen“, analysiert Paul Unterhuber.

Bei Nahrungsmitteln liegen Markenprodukte klar vorne, Mehrwerthandelsmarken holen aber auf

Für die Weihnachtstafel scheuen die österreichischen Privathaushalte keine Kosten und greifen in erster Linie zu Markenprodukten anstatt zu den



GfK Austria GmbH
Ungargasse 37
1030 Wien
Österreich

T +43 (0)1 71710-0
F +43 (0)1 71710-194
www.gfk.at
at@gfk.com

Geschäftsführung
Thomas Bachl
Andreas Lederer, MBA, BA
Mag. Michael Wottawa

Registriert beim Handelsgericht
Wien unter FN 119110m
Gesellschaftssitz: Wien

günstigeren Handelsmarken. Mehrwerthandelsmarken weisen das größte Wachstum in der Weihnachtszeit auf.

Ob die gewünschten Produkte gerade im Angebot sind oder nicht, rückt in der Adventszeit ebenfalls in den Hintergrund. Damit bescheren die Konsumenten dem Lebensmittelhandel den umsatzstärksten Monat des Jahres. Stark überproportional werden Hypermärkte und Fachhändler frequentiert. Der Diskont steht erwartungsgemäß weniger im Fokus der Haushalte, mit andauernden Anstrengungen und Kommunikation zeigt er jedoch eine stärker werdende Bedeutung.

Produkte rund ums Backen werden bereits ab September verstärkt nachgefragt. Spätestens im Dezember beginnt dann der Höhenflug für Süßwaren, alkoholische Getränke (v.a. Sekt), Snacks und Garnierung für die Festtafel.

Gemütliche Couch Potatoes vs. Lifestyle Ökologen: Wer gibt mehr für Güter des täglichen Bedarfs zu Weihnachten aus?

Die Einteilung der österreichischen Haushalte gemäß Ihren Einstellungen zur Ernährung liefert auch im Hinblick auf Weihnachten ein sehr interessantes und differenziertes Bild:

Die gemütlichen Couch Potatoes geben zu Weihnachten mehr aus, als die Lifestyle Ökologen. Es sind aber nur knapp 20 EUR mehr für Lebensmittel.

Die qualitätsbewussten Frischeköche geben zu Weihnachten am meisten für Güter des täglichen Bedarfs aus.

Nomen est omen:

Die geringsten Ausgaben zu Weihnachten haben die figurbewussten Gelegenheitsköche → der Fokus auf die Figur steht im Vordergrund ☺

85 Prozent haben Christbaum in der Familie

Die Österreicherinnen und Österreicher setzen auf Tradition rund um Weihnachten, 86 Prozent schmücken ihren Baum mit Christbaum- und Glaskugeln, die elektrische Beleuchtung aber überwiegt (58%) gegenüber den Wachskerzen (37%). Süßigkeiten (52%), Lametta (47%), bunt gesammelter Schmuck (44%) und Strohsterne (36%) dominieren den Schmuck in den österreichischen Wohnzimmern. Bei den Farben dominiert rot (41%) nach wie vor (minus 14 Prozentpunkte gegenüber 2015), vor golden (36%) und silbern (35%, plus 8 Prozentpunkte gegenüber 2015).

„Nach der nun geschlagenen Bundespräsidentenwahl lohnt sich auch ein Blick auf die zwei Lager der jeweiligen Wähler der Kandidaten: in Haushalten von Van der Bellen-Wählern ist eher ein Christbaum (89%) als bei Hofer-Wählern (82%) anzutreffen, letztere greifen eher zu Lametta und Süßigkeiten als erstere, denen Strohsterne und selbstgebastelte Schmuckelemente lieber sind“, so Paul Unterhuber von der Politikforschung der GfK.

SPÖ-Wähler kreativer, ÖVP-Wähler geben am meisten aus

Die Wähler der **SPÖ** legen in diesem Jahr erneut mehr Wert auf Kreativität beim Einpacken und verwenden gerne Papier aus dem vergangenen Jahr.

ÖVP-Wähler achten an Weihnachten auf traditionelle Werte, geben im Vergleich zu den anderen Parteianhängern mit 513 € am meisten aus und verwenden bei ihren Geschenken eher farblich aufeinander abgestimmte Papiere, Schleifen und Maschen.

Die Anhänger der **FPÖ** fürchten eher als andere Familienzweist an Weihnachten, freuen sich aber auf Zeit für die Partnerschaft. Bei den Geschenken lassen sie gerne im Geschäft einpacken.

Den Wählerinnen und Wähler der **Grünen** ist Weihnachten am wenigsten wichtig – sie räumen aber der Familie besonders viel Zeit ein und achten darauf, dass Papier und Schleifen recyclingfähig sind.

NEOS-Wähler verwenden zum Verpacken die schönsten Farben und Materialien und geben zugleich am wenigsten für Geschenke aus (284€).

Über GfK

GfK steht für zuverlässige und relevante Markt- und Verbraucherinformationen. Durch sie hilft das Marktforschungsunternehmen seinen Kunden, die richtigen Entscheidungen zu treffen. GfK verfügt über langjährige Erfahrung im Erheben und Auswerten von Daten. Rund 13.000 Experten vereinen globales Wissen mit Analysen lokaler Märkte in mehr als 100 Ländern. Mithilfe innovativer Technologien und wissenschaftlicher Verfahren macht GfK aus großen Datenmengen intelligente Informationen. Dadurch gelingt es den Kunden von GfK, ihre Wettbewerbsfähigkeit zu steigern und das Leben der Verbraucher zu bereichern.

Weitere Informationen erhalten Sie unter www.gfk.at
Folgen Sie uns auf Twitter: www.twitter.com/gfk_de