

# Medienmitteilung

## Weihnachtsgeschäft Spielwaren: die Ausgaben für Spielwaren an Weihnachten steigen deutlich an

17. Dezember 2019

Verona Klug  
Marketing & Communications  
GfK Switzerland AG  
T +41 41 632 91 15  
[Verona.klug@gfk.com](mailto:Verona.klug@gfk.com)

Kurt Meister  
Market Insights, Spielwaren  
GfK Switzerland AG  
+41 41 632 96 72  
[kurt.meister@gfk.com](mailto:kurt.meister@gfk.com)

Sandra Kurmann  
Market Insights, Spielwaren  
GfK Switzerland AG  
+41 41 632 95 17  
[sandra.kurmann@gfk.com](mailto:sandra.kurmann@gfk.com)

**Rotkreuz, 17. Dezember 2019 – Schweizer Haushalte planen im diesjährigen Weihnachtsgeschäft mehr auszugeben. Der Anteil jener, die über 300 Franken auszugeben planen, ist von 15% auf 21% gestiegen. GfK Studien belegen, dass sich in diesem Jahr ein Trend zu eher höherwertigen Produkten abzeichnet. Dies könnte auch auf die geplanten Spielwareneinkäufe zutreffen.**

385 Franken: so viel plant ein Schweizer Haushalt 2019 für Spielwaren an Weihnachten auszugeben, deutlich mehr als im Vorjahr (270.-). Interessantes Detail: in diesem Jahr gaben 5.6% der Befragten an, zwischen 501-1'000 CHF für Spielwaren Weihnachtsgeschenke auszugeben.

### Der «Black Friday» ist im Spielwarenbereich leicht rückläufig

In diesem Jahr ist der Anteil jener, die am Black Friday Spielwaren eingekauft haben, überraschenderweise leicht zurückgegangen. Insgesamt gaben 13% der kaufenden Befragten an, Black Friday für den Spielwareneinkauf genutzt zu haben. In der Westschweiz ist der Anteil mit 19% deutlich höher im Vergleich zur Deutschschweiz (12%).

### Online-Portale setzen vermehrt auf Spielwaren

Im 2019 wurde das Online-Angebot für Spielwaren deutlich ausgebaut, eine Vielzahl von Portalen buhlt um die Käuferschaft. Das Multichannel-Angebot wird immer wichtiger: 64% der Befragten geben an, sowohl stationär als auch online zu kaufen. Obwohl die Anzahl der Befragten, die ihre Einkäufe nur im Laden tätigen, im Vergleich zum Vorjahr rückläufig ist, sind es immer noch 30%, die auf Online verzichten.

### Beim Einkaufszeitpunkt zeigt sich weiterhin ein heterogenes Bild

56% tätigen ihre Spielwareneinkäufe mindestens einen Monat vor Heiligabend, wobei die meisten auf die alljährlichen wiederkehrenden Aktionen des Handels warten.

Doch noch immer sind es 25%, die zwei Wochen vor der Bescherung die grossen Spielwareneinkäufe noch nicht getätigt haben - und dann auch bereit sind, den vollen Preis zu bezahlen. Vorausgesetzt, der Artikel ist dann noch verfügbar.

GfK Switzerland AG  
Suurstoffi 18  
6343 Rotkreuz  
Schweiz

Tel. +41 41 632 91 11  
Fax +41 41 632 91 23

## Über GfK

GfK verknüpft Daten mit wissenschaftlichen Methoden und liefert mit innovativen Lösungen die Antwort auf zentrale Geschäftsfragen rund um Verbraucher, Märkte, Marken und Medien – jetzt und in der Zukunft. Als Forschungs- und Analysepartner verspricht GfK seinen Kunden weltweit “Growth from Knowledge”.

Weitere Informationen erhalten Sie unter [www.gfk.com/de-ch](http://www.gfk.com/de-ch)

Folgen Sie uns auf Twitter: [@Detailhandel\\_CH](https://twitter.com/Detailhandel_CH)