



Growth
from
Knowledge

Spielwaren Weihnachtsgeschäft 2019

**Repräsentative
Bevölkerungsumfrage via online
Mehrthemenbus**

Sandra Kurmann

Market Insights



Studiendesign

Eckdaten

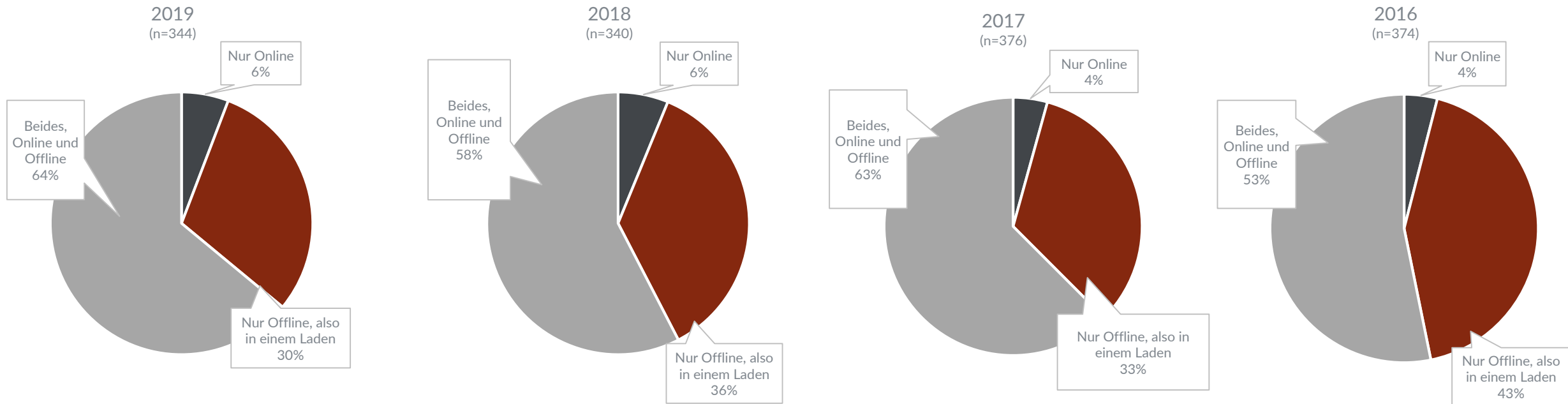


Auftraggeber	GfK Switzerland AG Kurt Meister, Senior Market Manager
Institut	GfK Switzerland AG Urs Limacher, Research Consultant
Grundgesamtheit	Frauen und Männer aus der deutsch- und französischsprachigen Schweiz im Alter von 16-74 Jahren
Erhebungszeitraum	28. November bis 04. Dezember 2019
Quantitative Methode	eBus (Online Omnibus) n= 502
Auswertung	Standard: Total Zusätzliche Splits: Region, Ortsgrösse, Geschlecht, Alter, Einkaufend, Schulbildung, Berufstätigkeit, Haushaltgrösse, Wohnsituation, Stage Segmentation, Brutto HH Einkommen, Ausgaben für Spielwaren, Einkaufsart, Zeitpunkt der Einkäufe
Reporting	Computertabellen (PDF und Excel)
Lesehilfe	Die hinter den Mittelwert gesetzten Buchstaben bedeuten einen signifikanten Unterschied (95% Niveau) im Vergleich zu den jeweiligen Segmenten, für die die Buchstaben stellvertretend stehen.
Projektnummer	078.251.03056

Einkaufsart 4-Jahresvergleich



Der voraussichtliche Spielwaren Weihnachtseinkauf Online bleibt konstant, hingegen wird der Multichannel-Ansatz immer wichtiger. Rund 64% der Befragten kaufen sowohl Online als auch im Laden ein.

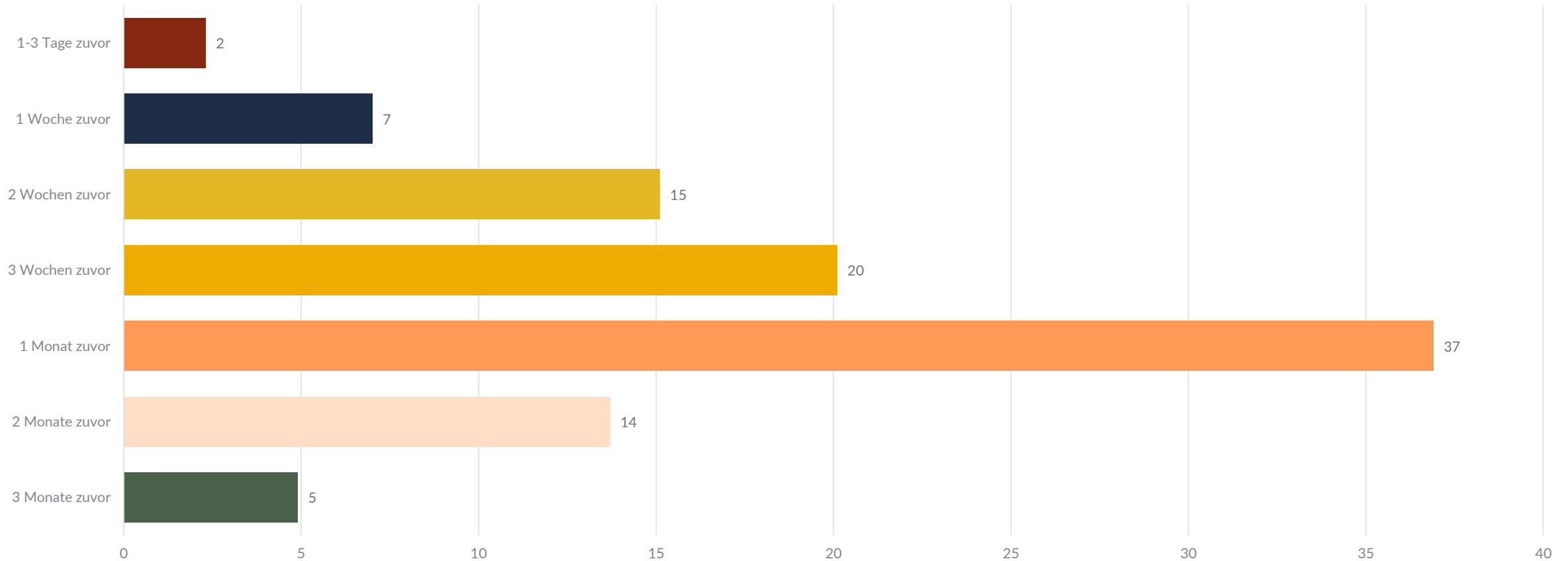


F2: Wo werden Sie voraussichtlich ihre Spielwareneinkäufe für Weihnachten tätigen?
n = 344 Personen | Angaben in %

Einkaufszeitpunkt



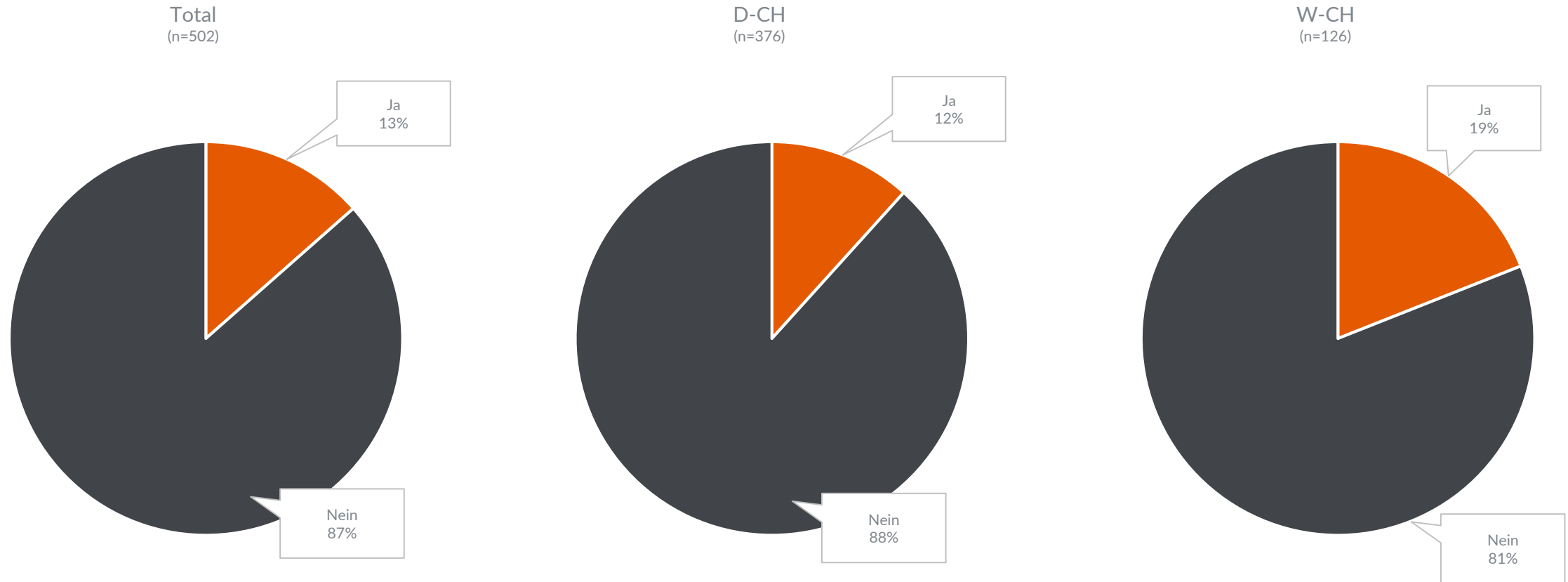
Der grösste Teil der Konsumenten (37%) kauft die Spielwaren-Weihnachtsgeschenke im November ein. Rund 25% haben zwei Wochen vor Weihnachten noch wenig bis nichts eingekauft.



F4: Wie kurzfristig vor Weihnachten tätigen Sie, den grössten Teil, Ihre Spielwaren-Einkäufe?
Filter: Kauft an Weihnachten Spielwaren
n = 344 Personen | Angaben in %

Spielwarengeschäft am Black Friday

13% (Vj 19%) haben am «Black Friday» Spielwaren eingekauft. In der Westschweiz sind es aber mit 19% (Vj 23%) deutlich mehr als in der Deutschschweiz mit 12% (Vj 18%).



F7: Haben Sie am sogenannten Black Friday Spielwaren eingekauft, sei es online oder in einem Geschäft? Dabei spielt es keine Rolle, ob das für Weihnachten war oder nicht.
n = 502 Personen | Angaben in %

Ihre Ansprechpartner

GfK Switzerland AG, Rotkreuz



Switzerland

Meister Kurt

Director Market Insights, Client Solutions CH
Senior Market Manager Sport/Toys

+41 41 632 96 72

kurt.meister@gfk.com



Switzerland

Kurmann Sandra

Junior Productmanager Toys

+41 41 632 95 17

sandra.kurmann@gfk.com