

Zu Weihnachten schenken die Deutschen viel und gerne

- **Aktuelle Studie: Weihnachtstrends 2006 – was schenken die Deutschen?**
- **eCircle führt Online-Befragung in 5.015 Haushalten durch**
- **Jeder Fünfte gibt mehr als 250 Euro für Weihnachtsgeschenke aus**
- **Ein Fünftel plant hinsichtlich der Mehrwertsteuererhöhung wichtige Käufe noch 2006 zu tätigen**
- **Media-Markt führt die Top-10 der stationären Handelsunternehmen im Weihnachtsgeschäft an**

München, den 16. November 2006. Auch in diesem Jahr wird zu Weihnachten nicht gespart: Über 95 Prozent der deutschen Internetnutzer schenken gerne, dabei gibt jeder Fünfte sogar mehr als 250 EUR für Geschenke aus. Das war auch schon in 2004 der Trend und bestätigt die positive Konsumklimaentwicklung. Zudem plant ein Fünftel (rund 22 Prozent) der Teilnehmer aufgrund der kommenden Mehrwertsteuererhöhung wichtige Anschaffungen noch in dieses Jahr vorzuverlegen, zusätzliche 15 Prozent der Internetnutzer sind diesbezüglich noch unschlüssig. Käufe, die aufgrund der Mehrwertsteuererhöhung noch in 2006 getätigt werden, sind vor allem Haushaltsgeräte (41 Prozent), Möbel (37 Prozent) Unterhaltungselektronik (37 Prozent) und Bekleidung (34 Prozent). Dies geht aus der vorliegenden Studie „Weihnachtstrends 2006 – Was schenken die Deutschen?“ der Münchner eCircle AG hervor. Das Unternehmen hat im November dieses Jahres eine Befragung unter 5.015 Haushalten mit Internetanschluss durchgeführt und dabei interessante Erkenntnisse über das Konsumverhalten zum Weihnachtsgeschäft, insbesondere im Hinblick auf die Mehrwertsteuer, gewonnen.

Verschenkt werden 2006 vornehmlich Bücher, Musik und Kosmetikprodukte

Wie schon an Weihnachten 2004 sind die Spitzenreiter unter den geplanten Geschenken wieder Bücher mit 44 Prozent, gefolgt von Musik mit 36 Prozent und Kosmetikartikeln mit 32 Prozent. Obwohl über 90 Prozent angeben, meist das richtige von Ihren Lieben zum Fest zu bekommen, stimmt das Register der geplanten Weihnachtsgeschenke aber nur bedingt mit der tatsächlichen Wunschliste überein, denn neben Büchern mit 33 Prozent wünschen sich die Befragten vor allem Bekleidung mit 27 Prozent, Computer und –zubehör mit 25 Prozent und Musik mit 22 Prozent. Kosmetikartikel wünschen sich tatsächlich nur 18 Prozent.

eCircle AG
Nymphenburger Str. 86
80636 München
T +49-(0)89-120 09 - 600
F +49-(0)89-120 09 - 750

info@ecircle.com
www.ecircle.com

Vorstand
Volker Wiewer (Vorsitzender)
Thomas Wilke
Lars Wössner
Alexander Meyer

Aufsichtsratsvorsitzender
Dr. Mark Wössner

Commerzbank München
BLZ 70040041, KONTO 2112456
IBAN DE45 70040041 02112456 00
BIC COBADEFFXXX

HRB 136 334 (HR München)
Ust-ID DE 201722214
Steuernummer 143 / 100 / 40062



Media-Markt gehört zu den Gewinnern im Weihnachtsgeschäft

Im klassischen Handel werden die meisten Geschenke im Media-Markt gekauft. 37 Prozent der Teilnehmer gaben an, bei der Metro-Tochter einzukaufen. Die Plätze zwei und drei belegen der Handelsriese Karstadt und der Kosmetikkonzern Douglas mit 35 bzw. 34 Prozent Kaufanteil. Es folgen Kaufhof mit 29 Prozent und Tchibo mit 26 Prozent. Hennes & Mauritz als Vertreter der Modebranche liegt knapp dahinter mit 25 Prozent. Insgesamt ergibt sich eine Top-10 Liste der Handelsunternehmen, die quantitativ am meisten vom Weihnachtsgeschäft profitieren werden. Interessant dürfte für den Handel auch sein, dass knapp 65 Prozent der Befragten tendenziell zu den „Last-Minute-Shoppern“ gehören. Sie fällen erst in den allerletzten Wochen vor Weihnachten ihre Kaufentscheidung. Hier kann also am POS oder mit kurzfristig umgesetzten Aktionen noch einiges bewegt werden. Gefragt sind intelligente Kommunikation und Marketinginstrumente, mit denen man kurz vor dem Fest flexibel auf das Konsumverhalten reagieren kann.

Versandhandel boomt – auch im Online-Shop wird gekauft

Auch wenn ein Großteil der Deutschen (74 Prozent) nach wie vor am liebsten im Laden einkauft, liegen Versender wie Quelle, Otto oder Tchibo voll im Trend: Denn über 60 Prozent der Befragten kaufen Geschenke bequem im Versandhandel oder in den entsprechenden Online-Shops der Versandhändler. Damit liegt der Versandhandel an zweiter Stelle hinter dem Einzel- und vor dem Fachhandel vor Ort. Zudem kauft schon jeder dritte Haushalt mit Internetanschluss mindestens ein Geschenk in einem Online-Shop. Davon profitieren vor allem Unternehmen wie Amazon und Weltbild. Der größere Teil der Internetnutzer ist mit 50 Prozent noch unentschieden, ob sich im Internet das richtige Geschenk finden lässt. Vor dem Fest ist hier noch Überzeugungsarbeit zu leisten. Und nur 20 Prozent sind sich jetzt bereits sicher, ihre Weihnachtsgeschenke nicht online einzukaufen. Vor dem Kauf von Geschenken und Produkten stellt das Internet durchweg eine der wichtigsten Informationsquellen dar: 33 Prozent aller Haushalte besuchen dazu direkt die Website des Herstellers, 32 Prozent recherchieren in Shopping- und Meinungsportalen und 20 Prozent werden über Online-Newsletter auf interessante Angebote aufmerksam. „Hier liegt noch viel Potenzial“, sagt Volker Wiewer, Vorstandsvorsitzender der eCircle AG. „Im Internet werden oft Spontankäufe getätigt – gerade zur Weihnachtszeit sollte deshalb verstärkt auch in Onlinewerbung investiert werden.“

eCircle AG
Nymphenburger Str. 86
80636 München
T +49-(0)89-120 09 - 600
F +49-(0)89-120 09 - 750

info@ecircle.com
www.ecircle.com

Vorstand
Volker Wiewer (Vorsitzender)
Thomas Wilke
Lars Wössner
Alexander Meyer

Aufsichtsratsvorsitzender
Dr. Mark Wössner

Commerzbank München
BLZ 70040041, KONTO 2112456
IBAN DE45 70040041 02112456 00
BIC COBADEFFXXX

HRB 136 334 (HR München)
Ust-ID DE 201722214
Steuernummer 143 / 100 / 40062



Fakten zur Studie

Ausgangspunkt für die Entwicklung des Untersuchungsdesigns war die Zielsetzung, das Informations- und Kaufverhalten von Internetnutzern vor Weihnachten zu analysieren. Dabei wurden folgender Aspekte beleuchtet:

- Die generelle Einstellung der deutschen Internetnutzer zum Weihnachtsfest
- Werden Anschaffungen aufgrund der Mehrwertsteuererhöhung in das Jahr 2006 vorgezogen?
- Das Informationsverhalten vor dem Kauf
- Welche Produkte bevorzugt geschenkt werden
- Welche Einzel – und Versandhausgeschäfte besucht werden
- Welche Produkte wünschen sich die Teilnehmer selbst

Insgesamt 5.015 Personen haben an der Studie teilgenommen. Die Studie ist repräsentativ für die Internetnutzer in Deutschland (Stand: April/Mai 2006). Die Einladung erfolgte per Email, die Befragung per Online-Fragebogen. Die Teilnehmer-Selektion erfolgte auf Basis einer Quotierung nach Geschlecht und Alter im Online-Marktforschungs-Panel der eCircle AG. Dieselbe Studie wurde bereits in 2004 durchgeführt.

Die komplette Studie „Weihnachtstrends 2006 – Was schenken die Deutschen?“ kann ab sofort gegen eine Schutzgebühr von 299,- EUR bestellt werden unter: info@ecircle.com

Über die eCircle AG

eCircle ist einer der größten Werbevermarkter und Technologieanbieter für digitales Direktmarketing in Europa. Seit 1999 steht eCircle für innovative und effiziente Online-Marketing-Lösungen zur Neukundengewinnung und Kundenbindung. Führende werbetreibende Unternehmen und Agenturen vertrauen auf die konsequente Serviceorientierung, langjährige Erfahrung und nicht zuletzt auf die motivierten Mitarbeiter des Unternehmens.

Pressekontakt

eCircle AG
Rolf Anweiler
Director Marketing
T +49-(0)89-120 09 - 777
r.anweiler@ecircle.com

KOSCHADE PR
Tanja Koschade
Geschäftsführerin
T +49-(0)89-55 26 47 97
tanja@koschadepr.de

eCircle AG
Nymphenburger Str. 86
80636 München
T +49-(0)89-120 09 - 600
F +49-(0)89-120 09 - 750

info@ecircle.com
www.ecircle.com

Vorstand
Volker Wiewer (Vorsitzender)
Thomas Wilke
Lars Wössner
Alexander Meyer

Aufsichtsratsvorsitzender
Dr. Mark Wössner

Commerzbank München
BLZ 70040041, KONTO 2112456
IBAN DE45 70040041 02112456 00
BIC COBADEFFXXX

HRB 136 334 (HR München)
Ust-ID DE 201722214
Steuernummer 143 / 100 / 40062

