

Quelle legt Trend-Studie „Weihnachten 2008“ vor

06.11.2008, 11:03 | Freizeit, Bunt, Vermischtes

Pressemitteilung von: *Quelle GmbH*

Presseagentur: *komm.passion GmbH*



Deutsche starten früh in Weihnachtssaison

- Die Tops und Flops auf dem Weihnachtswunschzettel
- Männer schenken treffsicherer als Frauen
- Jeder dritte Deutsche spendet an Weihnachten für karitative Zwecke

Fürth, 6. November 2008: Die Deutschen lassen sich derzeit nicht von den schlechten Wirtschaftsprognosen beeinflussen und starten mit klaren Vorstellungen und Wünschen in die Weihnachtssaison. Dies belegt die aktuelle Trend-Studie „Weihnachten 2008“ der Quelle GmbH.

Zeitpunkt und Ort der Weihnachtseinkäufe

68,6 Prozent der Deutschen beginnen bereits acht bis vier Wochen vor dem Fest mit dem Kauf der Geschenke. Zwei Wochen vor Weihnachten sind noch 20,3 Prozent der Befragten auf der Geschenke-Jagd. Die Mehrheit der Deutschen (74,1 Prozent) nutzt den vorweihnachtlichen Bummel durch die Stadt, um die Geschenke zu besorgen. Knapp 60 Prozent gaben an, dieses Jahr ihre Geschenke im Internet zu ordern, während ein weiteres Viertel via Katalog einkauft. Ob Internet oder Katalog: Homeshopping ist bequem und sorgt für weniger Stress in der vorweihnachtlichen Zeit.

Männer – das bessere Geschenke-Geschlecht

Am liebsten beschenken die Deutschen ihren Partner (37,3 Prozent) und ihre Kinder (36,5 Prozent). Besonders auffällig: Der deutsche Mann scheint bei der Auswahl des Geschenks für die Partnerin etwas sensibler zu sein als umgekehrt die Frau für ihn. Ob Parfüm, Uhren/Schmuck oder Bücher – die Männer liegen ganz auf der Linie. Im Gegenzug trifft die Partnerin nicht immer das Richtige. Obwohl sich jeder dritte Mann von seiner Partnerin Technik-/Elektrogeräte wünscht, erfüllt sich nur für jeden Vierten dieser Wunsch. Auf Platz zwei der Männerwünsche: CDs/DVDs (25 Prozent) dicht gefolgt von Büchern (24,8 Prozent) sowie Parfüm (18 Prozent). Dagegen möchte ein Viertel der Frauen ihren Partner gern mit neuer Kleidung überraschen, weiß aber nicht, dass der „SOS-Dreiklang“ (Socken, Oberhemden, Schal) weit unten auf dem männlichen Wunschzettel steht (17,5 Prozent). In einem sind sich die Geschlechter einig: Haushaltswaren haben unter dem Weihnachtsbaum nichts zu suchen.

Die Geschenke-Hits 2008

Eindeutiger Sieger unter den Geschenken: das Buch. Jeder zweite Deutsche verschenkt am liebsten Lesestoff. Damit verteidigte das Buch seine Bestseller-Position aus dem Jahr 2007. Auf den Rängen zwei und drei folgen DVDs/CDs (46,3 Prozent) sowie Technik-/Elektrogeräte (41,3 Prozent). Letztere konnten sich im Vergleich zum Vorjahr von dem fünften auf den dritten Platz der Geschenke-Hits vorarbeiten. Weiterhin unter den Saison-Rennern: der viel verwendbare Gutschein (40,4 Prozent). Der Verlierer des Jahres 2008 ist das Parfüm. Versenkten letztes Jahr noch 48,2 Prozent das Duftwasser – so reicht es in diesem Jahr mit 35,6 Prozent nur noch für das Mittelfeld. Weit abgeschlagen auf der Liste sind Geldgeschenke (18,5 Prozent), Haushaltswaren (13 Prozent) und Wäsche (10,6 Prozent). Wie im letzten Jahr schenkt ein Viertel der Deutschen etwas Selbstgebasteltes mit ganz persönlicher Note.

Weihnachtszeit - Spendenzeit

Knapp zwei Drittel der Deutschen wollen – trotz Finanzkrise und schlechter wirtschaftlicher Prognosen – bis zu 250 Euro für Geschenke ausgeben, das meiste davon für die Kinder und den Partner. Aber nicht nur das eigene Wohl ist wichtig: Jeder dritte Deutsche spendet zu Weihnachten bis zu 100 Euro für karitative Zwecke. Am häufigsten werden dabei Summen bis zu 20 Euro gespendet. Zusätzlich gaben 23,7 Prozent der Befragten an, dass sie über das ganze Jahr hinweg spenden und Weihnachten nicht als besondere Spendenzeit ansehen.

Die Quelle Trend-Studie „Weihnachten 2008“ wurde von der INNOFACT AG durchgeführt. Dabei wurden 1.037 Personen zwischen 14 und 65 Jahren in deutschen Privathaushalten online befragt.

Portrait

Über Quelle:

Die Quelle GmbH mit Sitz in Fürth ist das größte Versandunternehmen in Deutschland und in Europa. Im Oktober 1927 von Gustav Schickedanz gegründet, ist die Quelle mittlerweile in 15 Ländern mit eigenen Gesellschaften vertreten. Als 100-prozentige Tochtergesellschaft ist Quelle die Kernmarke der Primondo Gruppe, die alle Homeshopping-Aktivitäten der Arcandor AG bündelt. Quelle wandelt sich erfolgreich von einem traditionellen Universalversender zu einem modernen Multi-Channel-Anbieter mit klarer Zielgruppenausrichtung auf Familien und ausgeprägter Kunden- und Serviceorientierung. Die Vielfalt der Vertriebswege mit Haupt-, Monats- und Spezialkatalogen, der Internet-Plattform unter quelle.de, Teleshopping-Angeboten, dem flächendeckenden Stationärgeschäft mit rund 6.000 eigenen und Partner-Filialen sowie dem Quelle Technischen Kundendienst Profectis sind wesentliche Erfolgsfaktoren für den hohen Bekanntheitsgrad und die führende Marktposition. Die Einkaufsplattform quelle.de ist nach Reichweite die Nummer 3 der deutschen Online-Shops und hat sich mit 700.000 Produkten und monatlich über 50 Millionen Besuchen zum wichtigsten Bestellweg entwickelt. Quelle ist Sieger des Wettbewerbs „Deutschlands kundenorientierteste Dienstleister 2008“.