



Medienmitteilung

Weihnachten 2021: Bewusster und hochwertiger Konsum bei der Geschenkwahl

22. Dezember 2021

Verona Klug
Marketing & Communications
T +41 632 9115
Verona.klug@gfk.com

Rotkreuz, 22. Dezember 2021 – GfK hat in einer aktuellen Studie das diesjährige Weihnachts-Einkaufsverhalten untersucht. Es gibt bei den Schweizerinnen und Schweizern neben dem hochwertigen und bewussten Konsum auch einen Trend zur stärkeren Erlebnisorientierung. Dies zeigt sich auch bei der diesjährigen Geschenkeplanung.

Fast 40 Prozent der befragten Schweizerinnen und Schweizer finden, dass Erlebnisse und Erfahrungen wichtiger sind als materieller Besitz. Die Menschen planen, nicht nur Materielles, sondern auch Erlebnisse zu verschenken. Bei den unter 30jährigen sind es sogar über 50 Prozent. Das können Erlebnisse (z.B. Kino-, Theater-, Konzertbesuche, Kurse, Ausflüge, Wellnessanwendungen, Restaurantbesuche) aber auch Geschenkspenden an wohltätige Einrichtungen oder Stiftungen sowie Fundraising und ähnliches sein.

Lieber weniger, dafür Konsum im hochwertigen und nachhaltigen Bereich

Ein Drittel der befragten Schweizerinnen und Schweizer geben an, dass sie lieber weniger, dafür hochwertigere Dinge besitzen möchten. Nahezu gleich viele kaufen nur Produkte oder Marken, die ihren Wertvorstellungen entsprechen. 55 Prozent der Schweizerinnen und Schweizer planen ihren Einkauf vermehrt in kleinen Geschäften und bei lokalen Produzenten zu tätigen. **Anja Reimer, Expertin für Consumer Intelligence bei GfK**, fasst zusammen: „Wir beobachten in den letzten Jahren einen Trend zum bewussten Konsum. Die Konsumentinnen und Konsumenten sind anspruchsvoller und wollen bewusster konsumieren.“

Entsprechendes Bild bei Geschenken für Spielwaren

Die Spielwarenbranche hat von der Coronapandemie insgesamt profitiert, was sich nun zu Weihnachten fortsetzt. Mit einem Budget für Spielwaren-Weihnachtsgeschenke von durchschnittlich 408 Franken bewegen sich die geplanten Ausgaben in diesem Jahr auf einem höheren Niveau als vor



zwei Jahren. „Gerade an Weihnachten werden Spielwaren im hochpreisigen Bereich gekauft. Wir sehen in den Daten, dass gerade „Kidults“, also „erwachsene Kinder“ zu Weihnachten teurere Geschenke kaufen.“, betont **Kurt Meister, Markt-Experte bei GfK**.

Mehr Weihnachtsgeschenke werden online gekauft

Vom Weihnachtsgeschäft profitiert auch der stark gewachsene Online-Handel. Es gibt immer mehr Fans des Nur-Online-Einkaufs. Kurt Meister fasst zusammen: „Der Anteil derjenigen, die nur noch online einkaufen, hat sich im Vergleich zu 2019 verdoppelt (2019: 6%; 2021: 12%), sich aber zu 2020 nicht mehr erhöht. Demgegenüber geben die Befragten an, wieder vermehrt im stationären Handel einzukaufen. Der Anteil der Schweizer Konsumenten, die ausschliesslich im Laden einkaufen, ist nach (30% in 2019 und) einem Rückgang auf 22% in 2020 wieder auf 26 Prozent angestiegen.“

Zur Studie

Die repräsentative Online Befragung in der Deutsch- und Westschweiz zum Weihnachtsgeschäft wurde vom 2. bis 7. Dezember 2021 durchgeführt.

Hören Sie weitere, spannende Insights zur Entwicklung im Detailhandel Konsumentenverhalten und Einstellungen ab 22.12.21 im [GfK Podcast „Am Markt- und Konsumentenpuls“](#)

GfK Consumer Life Trends

Repräsentative Online-Befragungen zu Konsumentenverhalten, Einstellungen und Werten vor, während und nach dem ersten und zweiten (Teil)-Lockdown in der Deutsch- und Westschweiz.

Diese Medienmitteilung finden Sie ab **22. Dezember 2021** auch unter: <https://www.gfk.com/de/presse>

Medienkontakt: Verona Klug, T +41 41 632 9115, verona.klug@gfk.com

GfK. Growth from Knowledge.

Seit über 85 Jahren vertrauen uns Kunden weltweit, indem wir sie bei geschäftskritischen Entscheidungsprozessen rund um Verbraucher, Märkte, Marken und Medien unterstützen. Mit unseren verlässlichen Daten und Erkenntnissen, kombiniert mit fortschrittlicher künstlicher Intelligenz, haben wir den Zugang zu umsetzbaren Handlungsempfehlungen in Echtzeit revolutioniert, die die Marketing-, Vertriebs-, und Organisations-Effektivität unserer Kunden und Partner steigern. Auf diese Weise versprechen und liefern wir Wachstum durch Wissen – **Growth from Knowledge**.