



# Pressemitteilung

30. November 2023

## **Geschenke werden teurer – Konsumenten erhöhen Weihnachtsbudget**

30. November 2023

Corina Kirchner  
Public Relations  
T +49 911 395 4570  
[corina.kirchner@gfk.com](mailto:corina.kirchner@gfk.com)

### **Geschenkeshopping im stationären Handel wieder beliebter**

**Nürnberg, 30. November 2023 – „O du fröhliche“ heißt es trotz der allgemeinen Krisenstimmung auch in diesem Jahr für die Mehrheit der Deutschen. 78 Prozent wollen sich die Freude aufs Fest nicht nehmen lassen und ein Viertel plant, mehr Geld für Geschenke auszugeben als im Vorjahr. Das Budget für Weihnachtsgeschenke liegt aufgrund steigender Preise nun bei durchschnittlich 304 Euro pro Person (2022: 299 Euro) und damit deutlich niedriger als in den Pandemie Jahren 2020 und 2021. Entsprechend achten 70 Prozent der Konsumenten beim Weihnachtseinkauf stärker auf den Preis. Der stationäre Einzelhandel bleibt vor den Festtagen eine wichtige Inspirationsquelle und kann sich besonders auf jüngere Käufergruppen freuen. Das sind Ergebnisse einer aktuellen GfK-Analyse zum Konsumverhalten rund um Weihnachten.**

Für fast 70 Prozent der Deutschen ist es trotz Inflation und wirtschaftlicher Unsicherheit weiterhin wichtig, bei Weihnachtsgeschenken keine Abstriche zu machen. Sie planen mit dem gleichen Budget wie im letzten Jahr (44 Prozent) oder erwarten sogar höhere Ausgaben (25 Prozent). Einschränken wollen sich 31 Prozent der Befragten. 13 Prozent beabsichtigen, gar keine Weihnachtsgeschenke zu kaufen.

Familien mit Kindern planen, 436 Euro auszugeben (plus 8 Prozent), und auch Menschen mit einem Haushaltsnettoeinkommen von 3.000 Euro und mehr sparen nicht bei den Geschenken: Mit 396 Euro liegen sie 21 Prozent höher als vor einem Jahr. Drei Viertel der Haushalte mit niedrigem Nettoeinkommen versuchen hingegen, beim Einkauf von Lebensmitteln für das Weihnachtsfest zu sparen, und planen in der Adventszeit und während der Feiertage weniger auswärts zu essen.

GfK erwartet in diesem Jahr im Weihnachtsgeschäft ein Umsatzvolumen von 18,1 Milliarden Euro. Das ist ein Plus von 1 Prozent gegenüber 2022.

GfK GmbH  
Sophie-Germain-Straße 3 – 5  
90443 Nürnberg  
Deutschland

T +49 911 395 0

Vorstand:  
Emilie Darolles  
Joshua Hubbert

Handelsregister:  
Nürnberg HRB 42397

Berücksichtigt man die Preisentwicklung der letzten zwölf Monate, liegt das erwartete Weihnachtsgeschäft allerdings fast 3 Prozent unter dem des Vorjahres.

### **Weihnachtsshopping im Ladengeschäft wird beliebter – besonders bei GenZ**

Gute Nachrichten für den stationären Handel: Auch in diesem Jahr steigt der Anteil der Menschen, die ihre Weihnachtsgeschenke hauptsächlich im Geschäft einkaufen, weiter an auf nun 42 Prozent (2022: 39 Prozent). „Wir beobachten hier eine spannende Entwicklung in den verschiedenen Zielgruppen“, sagt **Petra Süptitz, Expertin für Konsumententrends bei GfK**. „Konsumenten zwischen 30 und 49 Jahren – also in der ‚Rush-Hour‘ des Lebens – kaufen bevorzugt im Internet ein. Die Generation Z, die als besonders online-affin gilt, gibt hingegen häufiger als andere Altersgruppen an, ihre Weihnachtseinkäufe vor allem in Ladengeschäften zu erledigen. Auf der Suche nach Geschenken lassen sich die jungen Konsumenten neben den sozialen Medien (64 Prozent) gern auch im klassischen Handel inspirieren. Das ist gerade für Händler in Innenstadtlage eine große Chance, mit zielgruppengerechten Einkaufserlebnissen zu punkten.“

Soziale Medien spielen aber nicht nur für die junge Generation eine wichtige Rolle, wenn es um Ideen für das passende Weihnachtsgeschenk geht. Insgesamt ein Drittel der Deutschen und 44 Prozent der Online-Käufer nutzen Instagram & Co. inzwischen als Inspirationsquelle. Gleichzeitig bleibt der stationäre Handel auch für diejenigen relevant, die beim Kauf von Weihnachtsgeschenken das Online-Shopping bevorzugen. 35 Prozent von ihnen geben ebenfalls an, sich bei einem Bummel durch die Läden inspirieren zu lassen. Auch der Besuch von Weihnachtsmärkten wird vermutlich wieder häufiger stattfinden – 75 Prozent der Deutschen sagen, sich hier nach dem Ende der Pandemie wieder sicher fühlen.

### **Seltener Spielwaren, mehr Gutscheine und Personal Care**

Beim Blick auf die fünf beliebtesten Geschenkekategorien 2023 zeigen sich leichte Veränderungen gegenüber dem Vorjahr. Spitzenreiter bleiben Lebensmittel sowie Bekleidung, Accessoires und Schuhe. Spielwaren rutschen um zwei Plätze auf Rang 6 ab. Dafür wird Bargeld wieder häufiger verschenkt und landet mit 51 Prozent in den Top 3.

Auch Einkaufs-, Restaurant- und Reisegutscheine werden wieder öfter auf dem Gabentisch liegen – wenn auch mit einem geringeren Wert. „Die Konsumenten verschenken gern Gutscheine zu Weihnachten, nehmen sie aber auch gern an,“ sagt **Petra Süptitz**. „Laut unserer Studie haben 75 Prozent der Menschen ihre beim letzten Weihnachtsfest erhaltenen Gutscheine bereits eingelöst. Für Handel und Gastronomie bleiben sie deshalb eine gute Möglichkeit, schon vor den Feiertagen Umsatz zu generieren sowie in den Wochen und Monaten danach einen weiteren Touchpoint mit den Konsumenten zu schaffen, der ihnen gegebenenfalls zusätzliches Geschäft beschert.“

Das eigene Zuhause als sicherer Hafen und gemütlicher Rückzugsort – das hat angesichts der anhaltenden Krisen für viele Deutsche weiterhin Bestand. Entsprechend planen sie in diesem Jahr,



mehr kleine Haushaltsgeräte wie etwa Kaffeemaschinen sowie elektrische Gartengeräte zu verschenken, oder auch Personal Care Produkte wie elektrische Zahnbürsten und Rasierer. Passend zum immer noch wachsenden Gesundheits- und Wellnesstrend könnten in diesem Jahr auch Sport- und Fitnessgeräte häufiger unter dem Weihnachtsbaum landen. Auf Nachhaltigkeit beim Geschenkekauf wollen über die Hälfte der deutschen Konsumenten achten. 28 Prozent geben an, auch Second-Hand-Artikel verschenken zu wollen, bei den 18- bis 29-Jährigen kann sich das sogar fast die Hälfte der Befragten vorstellen.

### **Zur Studie**

Mit dem GfK eBUS® werden wöchentlich 1.000 Personen im Alter von 18-74 Jahren befragt, die die deutschsprachige Bevölkerung repräsentieren. Die Befragung zum Weihnachtsgeschäft wurde vom 8. bis 14. November 2023 durchgeführt.

**Pressekontakt:** Corina Kirchner, T +49 911 395 4570, [corina.kirchner@gfk.com](mailto:corina.kirchner@gfk.com)

### **Über GfK**

#### **GfK. Growth from Knowledge.**

Seit über 89 Jahren vertrauen uns Kunden auf der ganzen Welt, denn wir beantworten datenbasiert zentrale Fragen für ihre Entscheidungsprozesse. Wir unterstützen ihr Wachstum durch unser umfassendes Verständnis des Kaufverhaltens und der Dynamiken, die Märkte, Marken und Medientrends beeinflussen. 2023 haben die Branchenführer GfK und NIQ sich zusammengeschlossen und bieten ihren Kunden durch diesen Zusammenschluss eine einmalige globale Reichweite. Mit einer ganzheitlichen Sicht auf den Handel und den umfassendsten Erkenntnissen über Konsumenten, bereitgestellt durch zukunftsweisende Analytik auf modernsten Plattformen, treibt GfK „Growth from Knowledge“ voran.

Weitere Informationen auf [www.gfk.com/de](http://www.gfk.com/de).