

# MARKETAGENT.COM

## PRESSEINFORMATION

### **Advent, Advent, ein Lichtlein brennt**

*So verbringt Österreich die Vorweihnachtszeit*

**Lebkuchen und Spekulatius sind schon seit Monaten nicht mehr aus den Supermärkten wegzudenken und auch die Schokonikoläuse haben wieder Hochkonjunktur. Der Advent steht direkt bevor. Wie die Österreicher die Vorweihnachtszeit verbringen, wie der typische heimische Christbaum aussieht und wie viele Packerl an Heiligabend darunter warten, hat das digitale Markt- und Meinungsforschungsinstitut Marketagent.com jetzt im Rahmen einer repräsentativen Befragung herausgefunden.**

Weihnachten steht vor der Tür und die Vorfreude auf die vermeintlich stille Jahreszeit ist bei den Österreicherinnen und Österreichern auch schon recht ausgeprägt. 6 von 10 Befragten freuen sich dieses Jahr auf Weihnachten. Besonders groß ist die Vorfreude unter den 14-19-Jährigen (77%), während bei den 40+Jährigen die Aussicht auf Christkind und Co. auf deutlich weniger Begeisterung stößt (50%).

### **Advent, Advent, ein Lichtlein brennt ...**

In der Alpenrepublik mag man es gerne gemütlich und traditionell. Das mag in vielen Bereichen ein Klischee sein, in der Vorweihnachtszeit besinnt man sich hierzulande aber tatsächlich größtenteils auf diese Werte. 85% der Befragten haben vor, es sich dieses Jahr im Advent ganz bewusst zu Hause (mit der Familie) gemütlich zu machen. Gut jeder Zweite wird das Zuhause weihnachtlich dekorieren (55%) bzw. Kekse backen (52%).

Auch der Adventkranz ist noch weithin gelebte Tradition. Fast drei Viertel (73%) werden zuhause einen Adventkranz haben, bei einem Drittel (34%) wird dieser sogar selbst gebunden sein. Adventskalender, die seit dem 19. Jahrhundert zum christlichen Brauchtum im Advent gehören, erfreuen sich auch im 21. Jahrhundert noch größter Beliebtheit. Bei 80% der Umfrageteilnehmer darf ein Adventskalender in der Vorweihnachtszeit nicht fehlen. Während sich die 20-29-Jährigen damit vor allem selbst beschenken, sind es bei den 30-59-Jährigen vor allem die Kinder, die im Dezember 24 Mal ein Türchen aufmachen dürfen.

### **Wa(h)re Weihnacht**

Die modernen Christkinder unserer Zeit – die Post- und Paketdienste – haben in der Vorweihnachtszeit Hochkonjunktur. Auch wenn 42% der befragten Österreicherinnen und Österreicher noch (fast) alle Weihnachtsgeschenke traditionell im stationären Handel kaufen, sind es immerhin schon 2 von 5, die in etwa zu gleichen Teilen im Geschäft und online shoppen (41%). 17% bestellen sogar (fast) alle Gaben online. Die Jugend ist hier naturgemäß etwas voraus. Bei den 14-19-Jährigen kauft jeder Vierte (24%) die Weihnachtsgeschenke (fast) nur noch per Mausclick.

Auch wenn sich ein Drittel der Österreicher (33%) jedes Jahr aufs Neue wieder durch die Weihnachtseinkäufe gestresst fühlt, bereitet es vor allem den weiblichen Befragten doch

auch Freude, die Gaben für Heiligabend zu besorgen (69%). Und weil Weihnachten nur einmal im Jahr ist, sitzt das Geldbörserl von Herr und Frau Österreicher auch ein bisschen lockerer. Jeder Zweite (48%) gibt letztendlich doch mehr Geld für die Weihnachtseinkäufe aus, als ursprünglich geplant. So warten dann im Mittel (Median) am Heiligen Abend 4 Geschenke auf die Österreicher unter dem Christbaum. Mit im Mittel 7 Geschenken werden die 14-19-Jährigen besonders reich beschenkt.

62% der Bewohner der Alpenrepublik verschicken zu Weihnachten Grüße an die Lieben in der Ferne. Während 2 von 10 Österreichern Weihnachtskarten noch per Post verschicken, werden von doppelt so vielen Weihnachtsgrüße auf elektronischem Weg (per WhatsApp, E-Mail) versendet (42%).

### **Der Christbaum ist der schönste Baum**

Für gut drei Viertel der Österreicher ist ein Christbaum zu Weihnachten Pflicht (77%). Fast jeder Zweite wird einen klassischen, geschnittenen Baum besorgen (48%), 17% einen lebenden und 16% entscheiden sich für die wiederverwendbare Plastik-Tanne. 23% der Befragten werden zuhause keinen Christbaum haben, unter den 50+Jährigen betrifft das sogar jeden Dritten. Der „echte“ Christbaum wird bevorzugt beim Verkäufer „ums Eck“ gekauft (38%) oder direkt ab Hof beim Händler (28%). Nur 7% der Österreicher begeben sich selbst in den Wald und fällen ihren zukünftigen Christbaum selbst.

Zu viel Blingbling an Tanne, Fichte und Co. ist hierzulande weiterhin eher ein No-Go. 52% bevorzugen die Weihnachtstanne einfach und schlicht geschmückt. Ein Viertel (26%) ist mutiger und kleidet den Baum bunt, dicht und glitzernd ein. 14% bevorzugen die traditionelle bäuerliche Dekoration. Und wenn der Christbaum dann nicht so dicht mit Schmuck behängt ist, bleibt gleich mehr Platz für Süßigkeiten. Die sind nämlich für mehr als ein Drittel (37%) der Befragten ein Muss am Weihnachtsbaum.

Was die Christbaumbeleuchtung betrifft, heißt die Devise heutzutage „Safety first“. Bei fast der Hälfte der befragten Österreicherinnen und Österreicher kommen nur noch elektrische Kerzen bzw. Lichterketten auf den Baum (48%). Immerhin noch jeder Vierte (27%) setzt ganz auf Wachskerzen, 21% entscheiden sich für eine Mischung aus beiden.

Baden, 27. November 2018

Rückfragehinweis:

#### **Marketagent.com online reSEARCH GmbH**

Lisa Eberhardsteiner, MSc

Mühlgasse 59

A-2500 Baden, Austria

[l.eberhardsteiner@marketagent.com](mailto:l.eberhardsteiner@marketagent.com)

tel.: +43 2252 – 909009

### **Studiensteckbrief:**

- Methode: Computer Assisted Web Interviews (CAWI)
- Instrument: Online-Interviews über die Marketagent.com reSEARCH Plattform
- Erhebungszeitraum: 25.10.2018 – 02.11.2018
- Kernzielgruppe: web-aktive Personen aus Österreich zwischen 14 und 69 Jahren
- Sample-Größe: n = 502 Netto-Interviews, Random Selection nach Quoten
- Umfang: 14 Fragen
- Studienleitung: Marketagent.com, Mag. Evelyn Kaiblinger

### **Über Marketagent.com**

Marketagent.com sieht sich gleichermaßen als Pionier und Innovationsführer der digitalen Markt- und Meinungsforschung in Österreich. Mit einem Fokus auf quantitative und qualitative Consumer Research Projekte realisiert Marketagent.com jährlich mehr als 1.000 Studien an den Standorten Baden bei Wien, Maribor und Zürich. Das Herzstück unseres Instrumentariums ist ein mehr als 1.250.000 Personen umfassendes Online-Panel, welches im Januar 2010 als erster Access Pool der D-A-CH-Region nach der ISO Norm 26362 zertifiziert wurde. Zu unseren Kunden zählen nationale und internationale Top-Unternehmen wie die Telekom Austria AG, Ikea, Spar, Google, die OMV, Nestlé, die Österreichische Post AG oder Novartis. Die Themenfelder und Forschungsschwerpunkte sind vielfältig und decken sämtliche Bereiche der Markt- und Meinungsforschung ab.