

MARKETAGENT.COM

WISSEN WAS BEWEGT

# Weihnachts-Studie 2008

... Weihnachtsgeschenke &  
Weihnachtsfeiern ...

Dezember 2008



## Umfrage-Basics/ Studiensteckbrief

---

- \_ **Methode:** Computer Assisted Web Interviews (CAWI)
- \_ **Instrument:** Online-Interviews über die Marketagent.com reSEARCH Plattform
- \_ **Respondenten:** webaktive Personen aus Österreich zwischen 14 und 59 Jahren
- \_ **Sample-Größe:** n = 500 Netto-Interviews, Random Selection nach Quoten
- \_ **Erhebungszeitraum:** 31.10.2008 – 6.11.2008
- \_ **Screening:** Kauf von Weihnachtsgeschenken trotz der Finanzkrise, Weihnachtsbudget >0 Euro
- \_ **Grundgesamtheit:** Personen aus Österreich zwischen 14 und 59 Jahren
- \_ **Incentives:** Gewinnspiel-Teilnahme + geldwerte Bonuspunkte
- \_ **Umfang:** 8 offene/geschlossene Fragen
- \_ **Studienleitung:** Marketagent.com, Mag. Daniela Karobath
- \_ **Kontakt:** d.karobath@marketagent.com



## Zusammensetzung des Samples

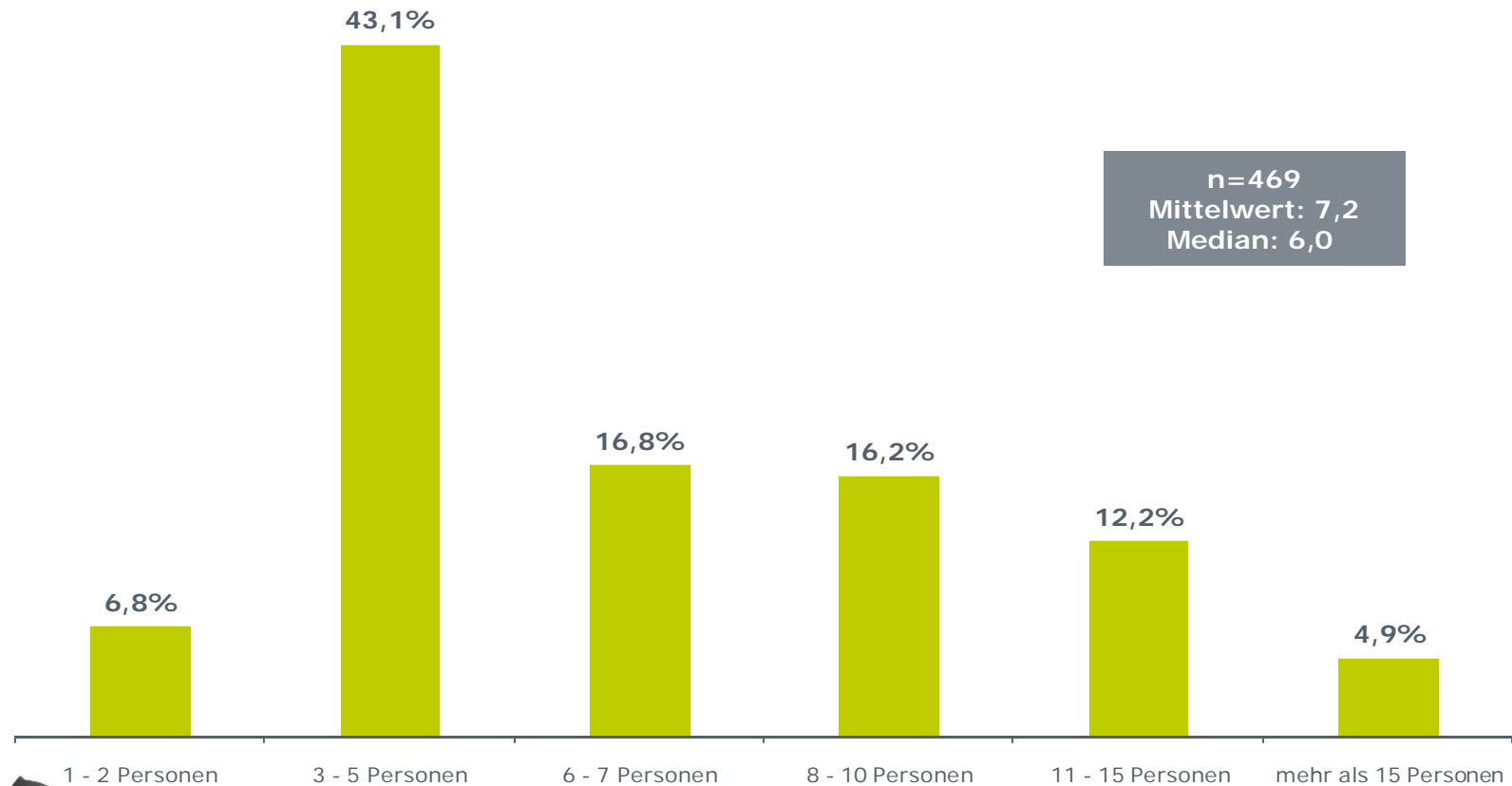
Basis	500	in %
<b>Geschlecht</b>		
Männlich	243	48,6%
Weiblich	257	51,4%
<b>Alter</b>		
14 - 19 Jahre	55	11,0%
20 - 29 Jahre	100	20,0%
30 - 39 Jahre	113	22,6%
40 - 49 Jahre	133	26,6%
50 - 59 Jahre	99	19,8%
<b>Ausbildungsniveau</b>		
Allgemeinbildende Pflichtschule	126	25,2%
Lehre / Fachschule	235	47,0%
Matura / Universität	139	27,8%



Wie viele Personen planen Sie in diesem Jahr zu Weihnachten zu beschenken? Bitte denken Sie dabei an alle Personen, denen Sie eine Aufmerksamkeit zukommen lassen, unabhängig davon, wie kostspielig das Geschenk ist (Verwandte, Bekannte, Arbeitskollegen etc).

### Gepante Anzahl der zu Weihnachten beschenkten Personen

(Basis: Respondenten kaufen trotz Finanzkrise Weihnachtsgeschenke und haben ein Weihnachtsbudget von mindestens einem Euro)



Wie viele Personen planen Sie in diesem Jahr zu Weihnachten zu beschenken? Bitte denken Sie dabei an alle Personen, denen Sie eine Aufmerksamkeit zukommen lassen, unabhängig davon, wie kostspielig das Geschenk ist (Verwandte, Bekannte, Arbeitskollegen etc).

Basis	Sample Total	Männlich	Weiblich	14 - 19 Jahre	20 - 29 Jahre	30 - 39 Jahre	40 - 49 Jahre	50 - 59 Jahre
(Angaben in Personen-Anzahl)	n=469	n=224	n=245	n=51	n=96	n=107	n=124	n=91
Mittelwert	7,2	6,2	8,1	7,6	7,7	8,1	6,0	7,0
Median	6,0	5,0	6,0	6,0	6,0	6,0	5,0	5,0

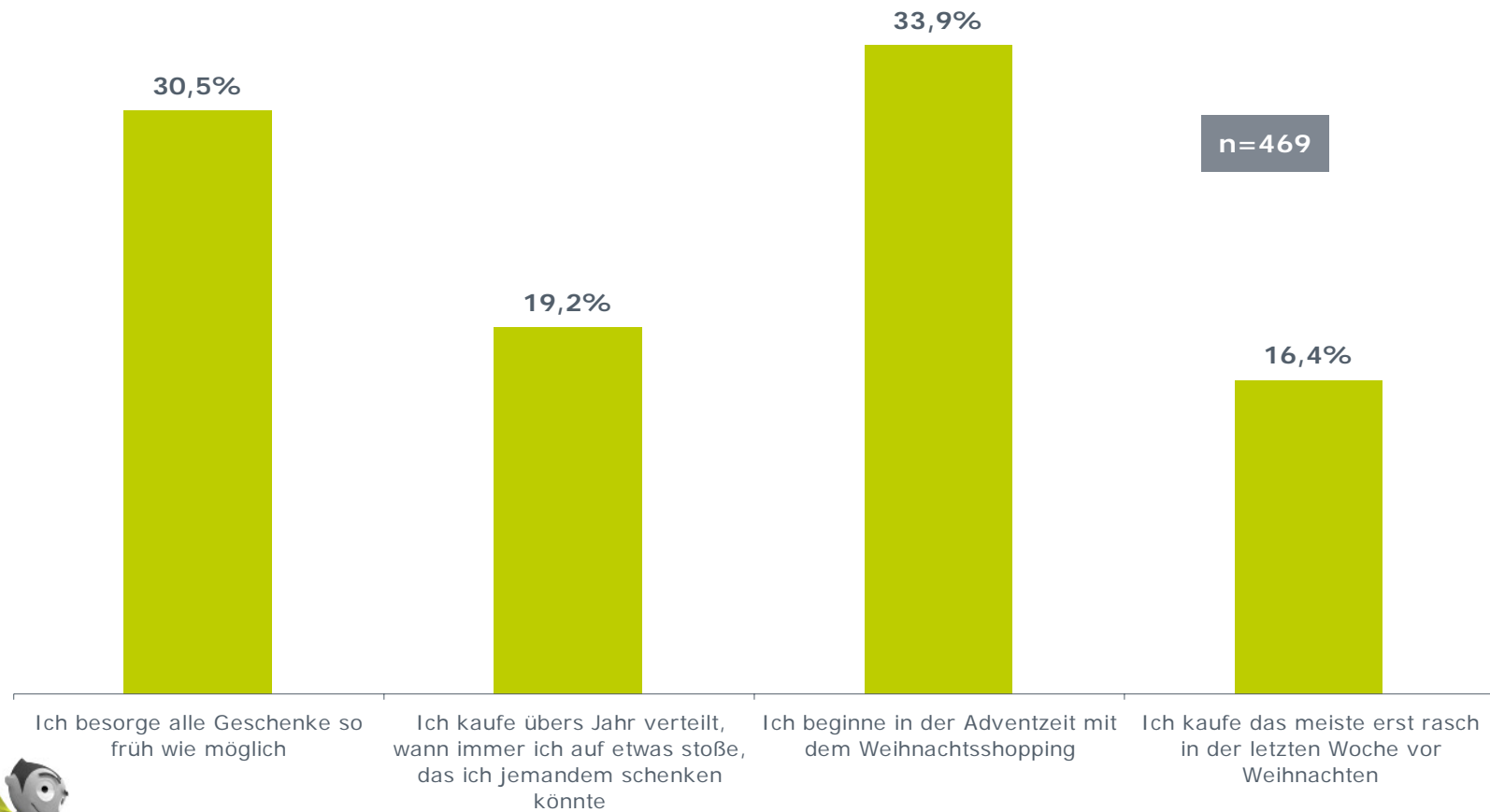
(Basis: Respondenten kaufen trotz Finanzkrise Weihnachtsgeschenke und haben ein Weihnachtbudget von mindestens einem Euro)



# Wann kaufen Sie für gewöhnlich Ihre Weihnachtsgeschenke? Welche Aussage trifft am ehesten auf Sie zu?

## Zeitpunkt des Weihnachtsgeschenke-Kaufs

(Basis: Respondenten kaufen trotz Finanzkrise Weihnachtsgeschenke und haben ein Weihnachtsbudget von mindestens einem Euro)



## Wann kaufen Sie für gewöhnlich Ihre Weihnachtsgeschenke? Welche Aussage trifft am ehesten auf Sie zu?

Geschlecht / Alter	Sample Total	Männlich	Weiblich	14 - 19 Jahre	20 - 29 Jahre	30 - 39 Jahre	40 - 49 Jahre	50 - 59 Jahre
absolut	n=469	n=224	n=245	n=51	n=96	n=107	n=124	n=91
Ich besorge alle Geschenke so früh wie möglich	30,5%	33,0%	28,2%	27,5%	20,8%	39,3%	35,5%	25,3%
Ich kaufe übers Jahr verteilt, wann immer ich auf etwas stoße, das ich jemandem schenken könnte	19,2%	12,9%	24,9%	11,8%	17,7%	16,8%	16,9%	30,8%
Ich beginne in der Adventzeit mit dem Weihnachtsshopping	33,9%	32,6%	35,1%	41,2%	38,5%	29,0%	29,8%	36,3%
Ich kaufe das meiste erst rasch in der letzten Woche vor Weihnachten	16,4%	21,4%	11,8%	19,6%	22,9%	15,0%	17,7%	7,7%



(Basis: Respondenten kaufen trotz Finanzkrise Weihnachtsgeschenke und haben ein Weihnachtsbudget von mindestens einem Euro)

Alles in allem, wie viel Zeit investieren Sie für gewöhnlich insgesamt in das Besorgen Ihrer Weihnachtsgeschenke? Bitte machen Sie Ihre Angaben in ganzen Stunden und denken Sie dabei an alle Personen zusammen, denen Sie eine Aufmerksamkeit zukommen lassen (Verwandte, Bekannte, Arbeitskollegen etc). Ihre beste Schätzung genügt uns hierfür:

Basis (n=469)	Zeit, die vor dem eigentlichen Kauf in das Nachdenken bzw. Planen investiert wird:	Zeit, die in das Kaufen investiert wird
Mittelwert	7,2	6,0
Median	2,0	4,0
weniger als 1 Stunde bzw. kein Zeitaufwand	3,6%	0,9%
1 Stunde	26,0%	14,9%
2 Stunden	21,3%	20,5%
3 Stunden	11,5%	12,8%
4 - 5 Stunden	13,6%	24,1%
6 - 10 Stunden	11,3%	18,6%
mehr als 10 Stunden	12,6%	8,3%

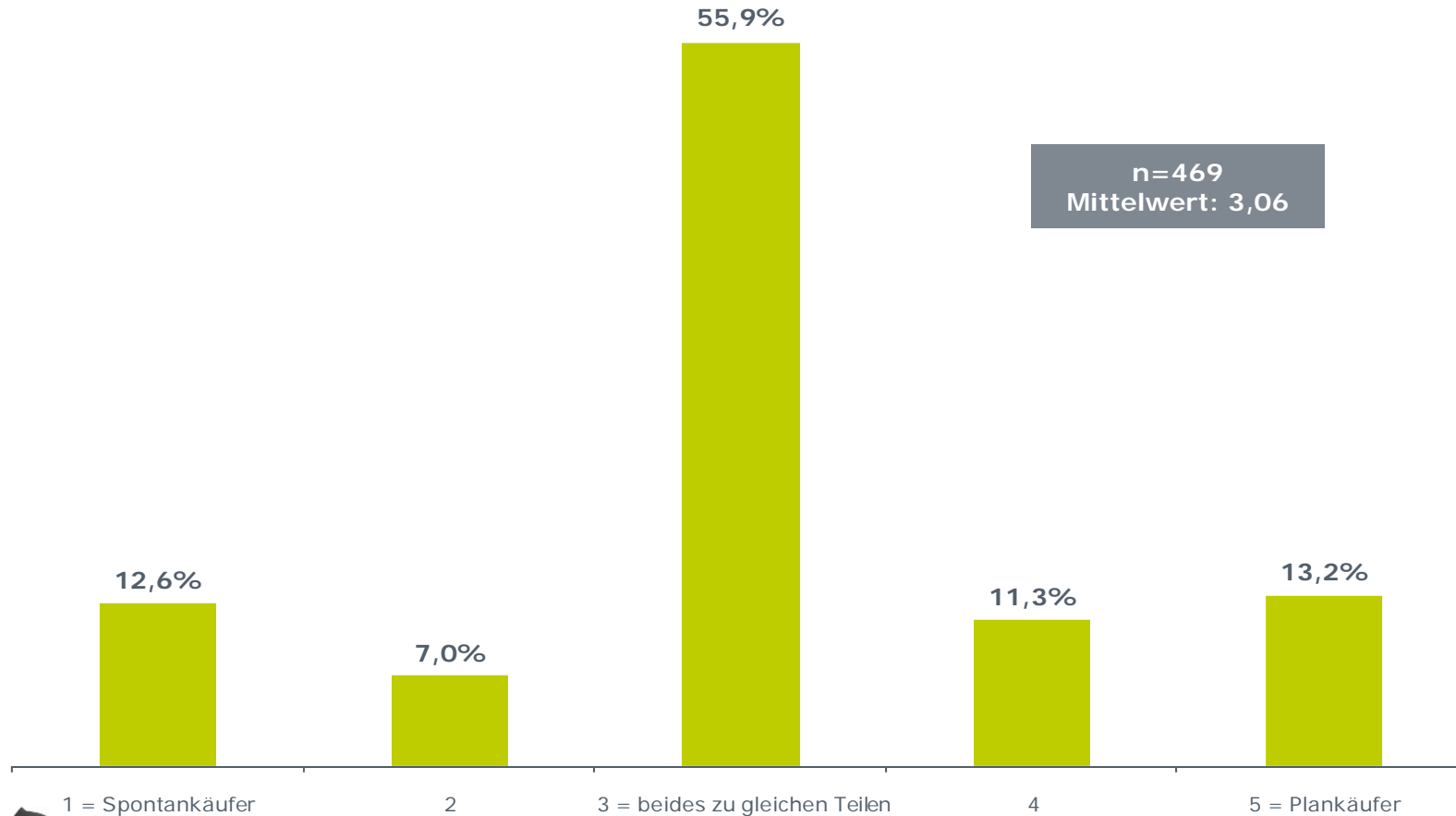
(Basis: Respondenten kaufen trotz Finanzkrise Weihnachtsgeschenke und haben ein Weihnachtsbudget von mindestens einem Euro)



Wenn Sie an das Besorgen Ihrer Weihnachtsgeschenke denken, welchem Typ würden Sie sich eher zuordnen? Würden Sie sich selbst eher als „Spontankäufer“ (d.h. Sie gehen für gewöhnlich einfach los und kaufen spontan Ihre Weihnachtsgeschenke, ohne eine bestimmte Vorstellung zu haben) oder als „Plankäufer“ (d.h. Sie planen schon im Vorfeld genau, wem Sie was schenken, bevor Sie losgehen, um Ihre Weihnachtsgeschenke zu besorgen) bezeichnen? Bitte bewerten Sie von „1 = Spontankäufer“ bis „5 = Plankäufer“, dazwischen können Sie fein abstufen:

### Einkaufstyp bei Weihnachtsgeschenken

(Basis: Respondenten kaufen trotz Finanzkrise Weihnachtsgeschenke und haben ein Weihnachtsbudget von mindestens einem Euro)



Wenn Sie an das Besorgen Ihrer Weihnachtsgeschenke denken, welchem Typ würden Sie sich eher zuordnen? Würden Sie sich selbst eher als „Spontankäufer“ (d.h. Sie gehen für gewöhnlich einfach los und kaufen spontan Ihre Weihnachtsgeschenke, ohne eine bestimmte Vorstellung zu haben) oder als „Plankäufer“ (d.h. Sie planen schon im Vorfeld genau, wem Sie was schenken, bevor Sie losgehen, um Ihre Weihnachtsgeschenke zu besorgen) bezeichnen? Bitte bewerten Sie von „1 = Spontankäufer“ bis „5 = Plankäufer“, dazwischen können Sie fein abstufen:

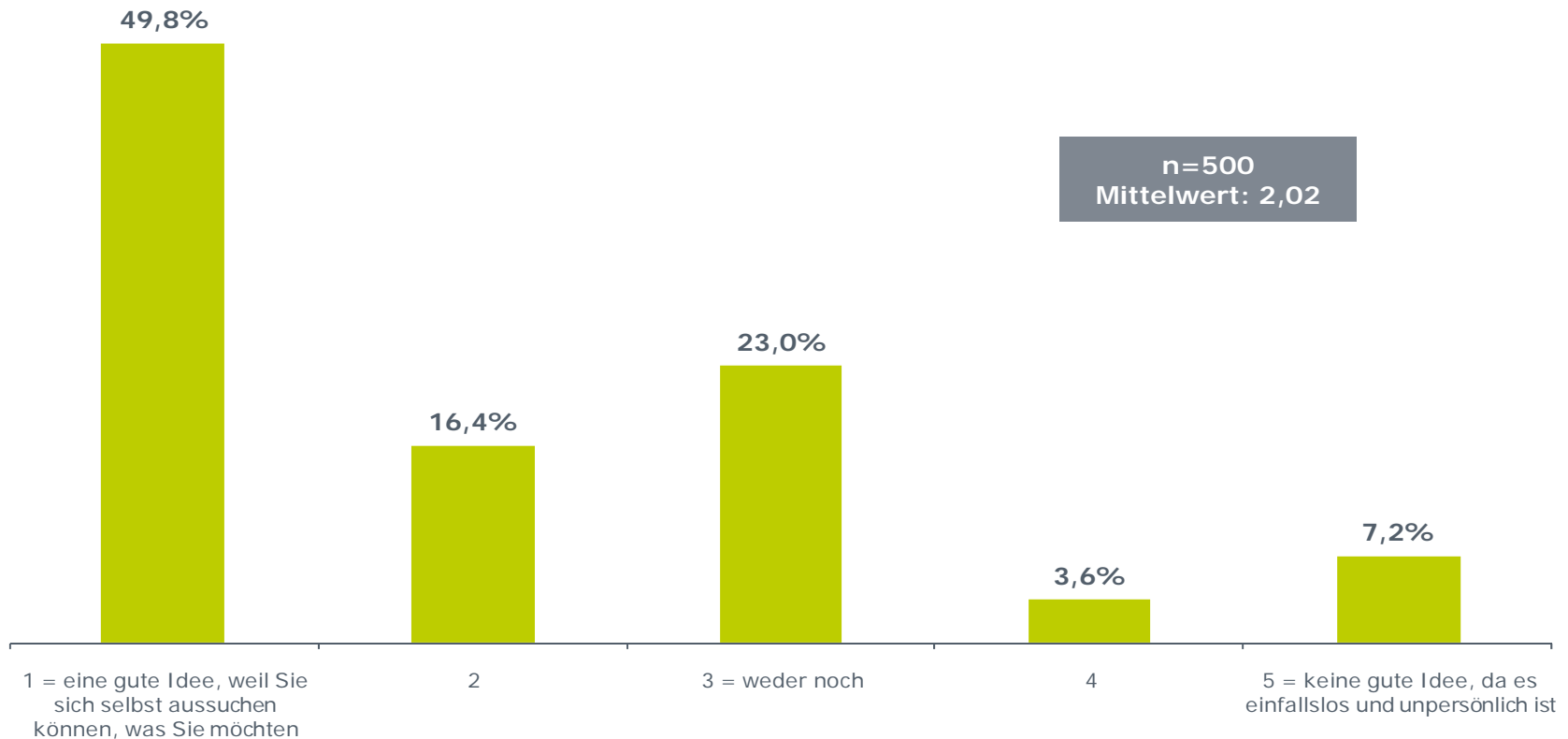
Geschlecht / Alter	Sample Total	Männlich	Weiblich	14 - 19 Jahre	20 - 29 Jahre	30 - 39 Jahre	40 - 49 Jahre	50 - 59 Jahre
absolut	n=469	n=224	n=245	n=51	n=96	n=107	n=124	n=91
Mittelwerte	3,1	3,0	3,1	2,6	2,9	3,2	3,1	3,2
1 = Spontankäufer	12,6%	14,7%	10,6%	23,5%	11,5%	11,2%	12,1%	9,9%
2	7,0%	10,7%	3,7%	9,8%	11,5%	3,7%	6,5%	5,5%
3 = beides zu gleichen Teilen	55,9%	47,8%	63,3%	52,9%	57,3%	51,4%	55,6%	61,5%
4	11,3%	11,6%	11,0%	9,8%	12,5%	16,8%	11,3%	4,4%
5 = Plankäufer	13,2%	15,2%	11,4%	3,9%	7,3%	16,8%	14,5%	18,7%



(Basis: Respondenten kaufen trotz Finanzkrise Weihnachtsgeschenke und haben ein Weihnachtsbudget von mindestens einem Euro)

Stellen Sie sich vor, Sie bekommen zu Weihnachten einen Gutschein geschenkt. Ist das für Sie ... ? Bitte bewerten Sie von „1 = eine gute Idee, weil Sie sich selbst aussuchen können, was Sie möchten“ bis „5 = keine gute Idee, da es einfallslos und unpersönlich ist“, dazwischen können Sie fein abstufen:

Einen Gutschein finde ich ...



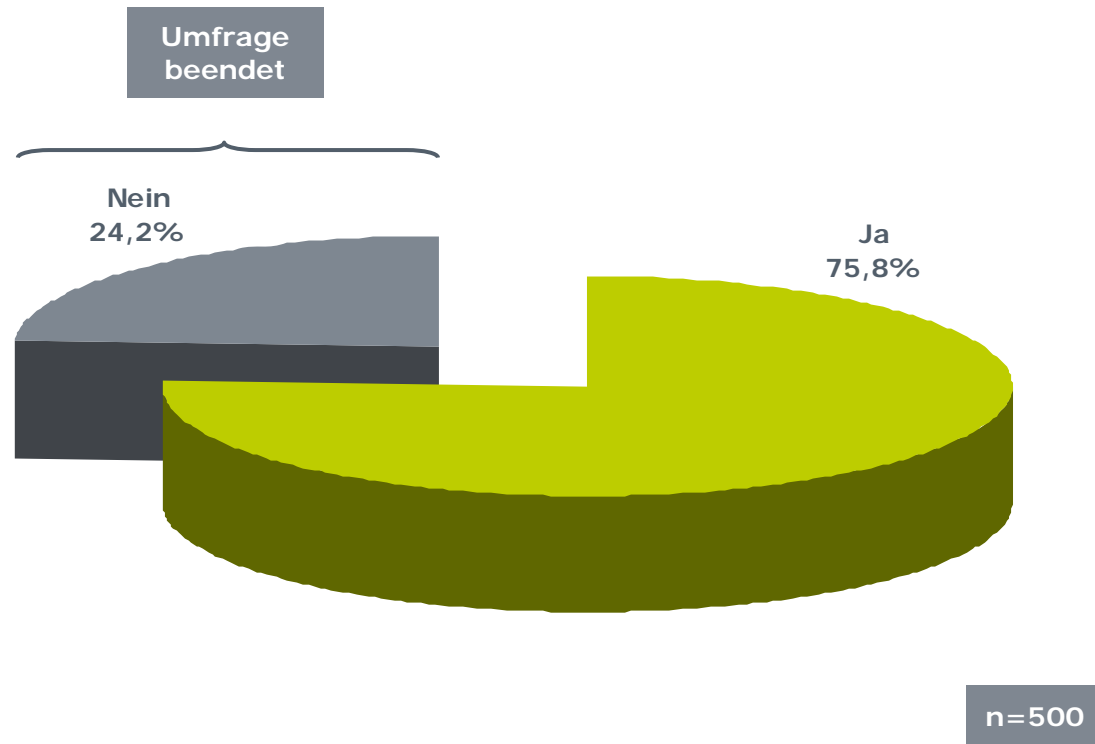
Stellen Sie sich vor, Sie bekommen zu Weihnachten einen Gutschein geschenkt. Ist das für Sie ... ? Bitte bewerten Sie von „1 = eine gute Idee, weil Sie sich selbst aussuchen können, was Sie möchten“ bis „5 = keine gute Idee, da es einfalllos und unpersönlich ist“, dazwischen können Sie fein abstufen:

Geschlecht / Alter	Sample Total	Männlich	Weiblich	14 - 19 Jahre	20 - 29 Jahre	30 - 39 Jahre	40 - 49 Jahre	50 - 59 Jahre
absolut	n=500	n=243	n=257	n=55	n=100	n=113	n=133	n=99
Mittelwert	2,0	2,1	2,0	2,5	2,1	2,0	1,9	1,9
1 = eine gute Idee, weil Sie sich selbst aussuchen können, was Sie möchten	49,8%	46,5%	52,9%	25,5%	45,0%	50,4%	60,2%	53,5%
2	16,4%	17,3%	15,6%	27,3%	19,0%	20,4%	9,8%	12,1%
3 = weder noch	23,0%	24,7%	21,4%	23,6%	26,0%	18,6%	20,3%	28,3%
4	3,6%	4,1%	3,1%	18,2%	3,0%	1,8%	1,5%	1,0%
5 = keine gute Idee, da es einfalllos und unpersönlich ist	7,2%	7,4%	7,0%	5,5%	7,0%	8,8%	8,3%	5,1%

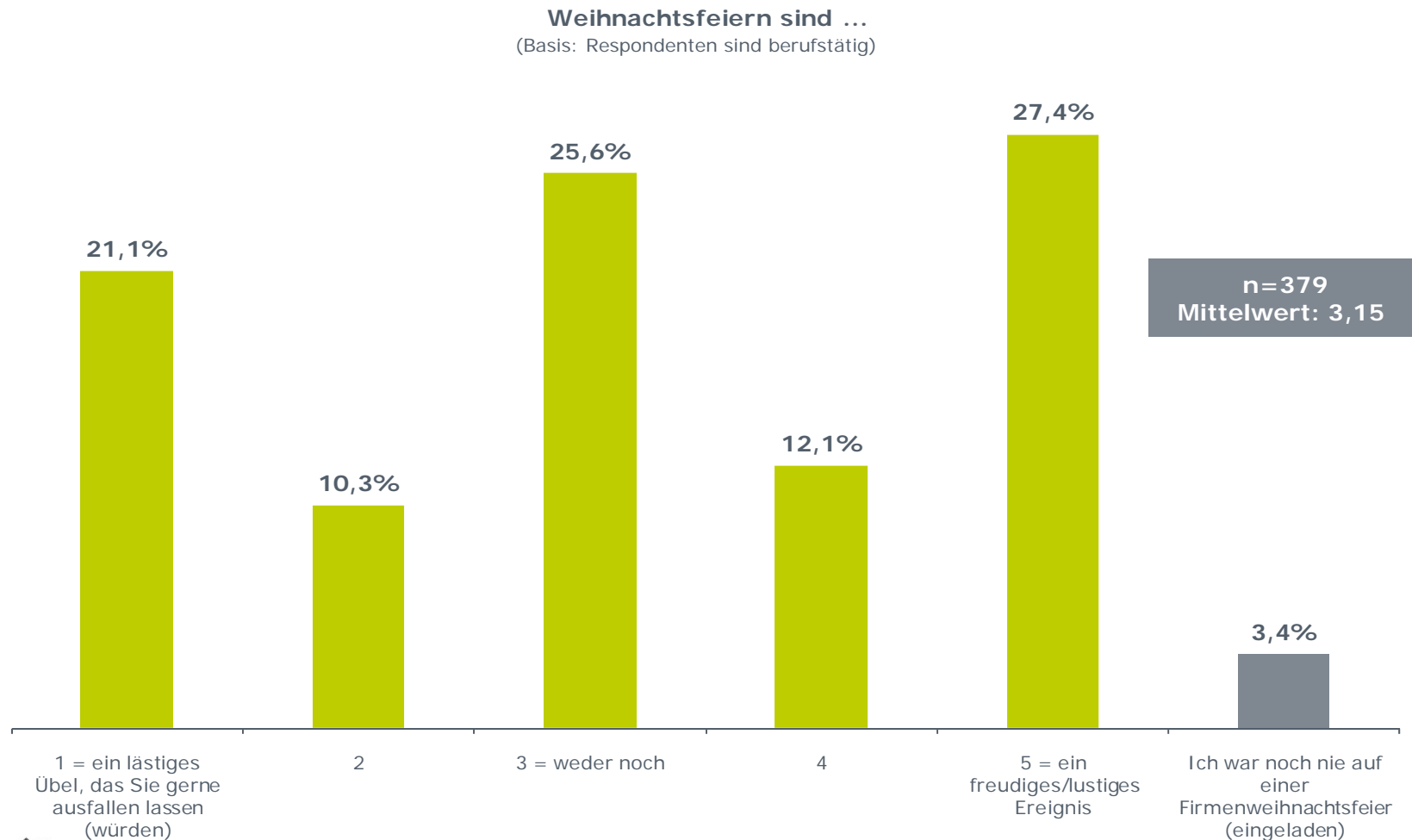


# Bitte verraten Sie uns: Sind Sie berufstätig?

## Berufstätigkeit



Wenn Sie ganz allgemein an Firmenweihnachtsfeiern denken, ist das für Sie ein lästiges Übel, das Sie gerne ausfallen lassen (würden), oder ein freudiges/lustiges Ereignis? Was trifft am ehesten auf Sie zu? Bitte bewerten Sie von „1 = ein lästiges Übel, das Sie gerne ausfallen lassen (würden)“ bis „5 = ein freudiges/lustiges Ereignis“, dazwischen können Sie fein abstufen:



Wenn Sie ganz allgemein an Firmenweihnachtsfeiern denken, ist das für Sie ein lästiges Übel, das Sie gerne ausfallen lassen (würden), oder ein freudiges/lustiges Ereignis? Was trifft am ehesten auf Sie zu? Bitte bewerten Sie von „1 = ein lästiges Übel, das Sie gerne ausfallen lassen (würden)“ bis „5 = ein freudiges/lustiges Ereignis“, dazwischen können Sie fein abstufen:

Geschlecht / Alter	Sample Total	Männlich	Weiblich	14 - 19 Jahre	20 - 29 Jahre	30 - 39 Jahre	40 - 49 Jahre	50 - 59 Jahre
absolut	n=379	n=195	n=184	n=16	n=79	n=95	n=119	n=70
Mittelwert	3,2	3,3	3,0	2,6	3,4	3,4	3,1	2,9
1 = ein lästiges Übel, das Sie gerne ausfallen lassen (würden)	21,1%	18,5%	23,9%	12,5%	17,7%	18,9%	25,2%	22,9%
2	10,3%	10,3%	10,3%	25,0%	6,3%	8,4%	7,6%	18,6%
3 = weder noch	25,6%	23,6%	27,7%	18,8%	22,8%	25,3%	28,6%	25,7%
4	12,1%	14,9%	9,2%	6,3%	17,7%	12,6%	8,4%	12,9%
5 = ein freudiges/lustiges Ereignis	27,4%	29,2%	25,5%	6,3%	29,1%	34,7%	27,7%	20,0%
Ich war noch nie auf einer Firmenweihnachtsfeier (eingeladen)	3,4%	3,6%	3,3%	31,3%	6,3%	0,0%	2,5%	0,0%

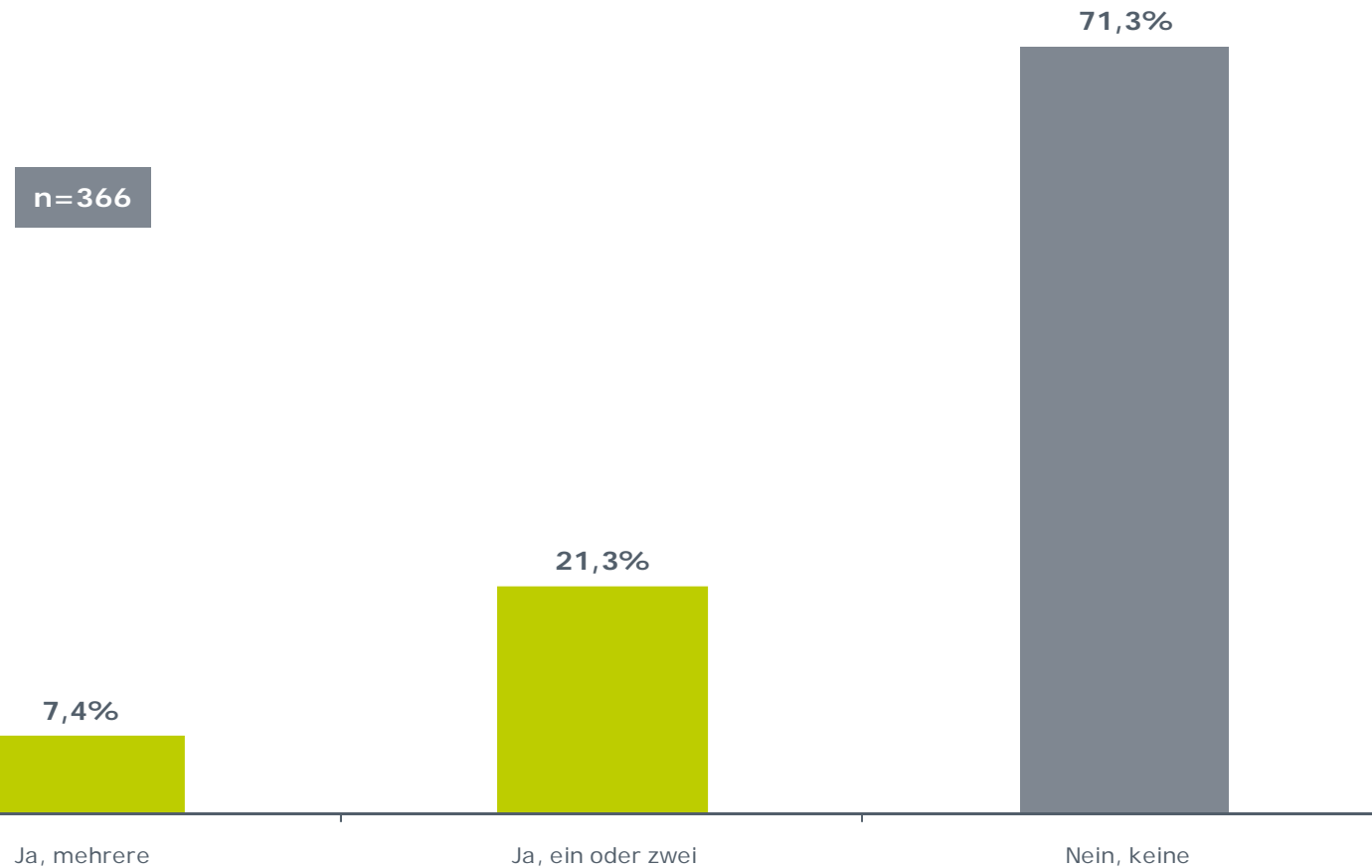
(Basis: Respondenten sind berufstätig; hellgrau unterlegt = geringe Fallzahl)



# Wenn Sie nun an Firmenweihnachtsfeiern der letzten Jahre denken, sind Ihnen peinliche Zwischenfälle in Erinnerung?

## Peinliche Zwischenfälle bei Firmenweihnachtsfeiern

(Basis: Respondenten sind berufstätig und waren schon einmal auf einer Firmenweihnachtsfeier eingeladen)



## Wenn Sie nun an Firmenweihnachtsfeiern der letzten Jahre denken, sind Ihnen peinliche Zwischenfälle in Erinnerung?

Geschlecht / Alter	Sample Total	Männlich	Weiblich	14 - 19 Jahre	20 - 29 Jahre	30 - 39 Jahre	40 - 49 Jahre	50 - 59 Jahre
absolut	n=366	n=188	n=178	n=11	n=74	n=95	n=116	n=70
Ja, mehrere	7,4%	11,2%	3,4%	9,1%	6,8%	7,4%	6,9%	8,6%
Ja, ein oder zwei	21,3%	18,6%	24,2%	27,3%	35,1%	17,9%	19,0%	14,3%
Nein, keine	71,3%	70,2%	72,5%	63,6%	58,1%	74,7%	74,1%	77,1%

(Basis: Respondenten sind berufstätig und waren schon einmal auf einer Firmenweihnachtsfeier eingeladen; hellgrau unterlegt = geringe Fallzahl)



Kontakt / Feedback / Rückfragen ...

---

**Daniela Karobath, Mag.**  
**d.karobath@marketagent.com**  
**02236 – 205 886 – 33**

**Brown Boveri Strasse 8/1**  
**A-2351 Wiener Neudorf**

**[www.marketagent.com](http://www.marketagent.com)**

