

Pressemitteilung

Weihnachten 2020 in Deutschland: Nur im kleinsten Kreis

Die positiven Gefühle auf Weihnachten überwiegen, doch der Einfluss von COVID-19 auf das Weihnachtsfest ist hoch. 78 Prozent der Menschen in Deutschland meinen, dass man in Zeiten von COVID-19 Weihnachten nur im kleinen Kreise feiern sollte. Knapp ein Viertel plant in diesem Jahr geringere Ausgaben für die Geschenke zu Weihnachten. Als Gründe werden u.a. weniger verfügbares Einkommen aufgrund von COVID-19, z.B. durch Jobverlust oder Kurzarbeit, genannt sowie eine generell sinkende Bedeutung von Geschenken.

Hamburg, 3. November 2020 Rund zwei Monate vor den großen Feiertagen in Deutschland hat COVID-19 bereits hohen Einfluss auf Weihnachten und wie die Festtage in diesem Jahr gefeiert werden. Dies bestätigt eine aktuelle Konsumentenstudie von Marktforschungsanbieter quantilope. Die repräsentative Studie für Deutschland untersucht die aktuelle Stimmungslage in Bezug auf Weihnachten, was dieses Jahr für die Menschen an Bedeutung gewinnt und welche Auswirkungen die derzeitigen Rahmenbedingungen rund um COVID-19 haben.

Die wichtigsten Erkenntnisse der aktuellen Studie im Überblick:

- **Insgesamt herrscht große Vorfreude auf Weihnachten**

68 Prozent der Menschen in Deutschland freuen sich etwas bzw. voll und ganz auf Weihnachten. Nur 4 Prozent der Befragten freuen sich gar nicht.

In Deutschland sind es vor allem die Jüngeren (im Alter von 18-29 Jahren), die sich auf Weihnachten freuen. 80 Prozent bestätigen derzeit Gefühle der Vorfreude. In der Generation 50+ ist die Vorfreude mit nur 60 Prozent weniger stark ausgeprägt. Rund jeder fünfte Befragte in der älteren Generation freut sich dieses Jahr weniger oder gar nicht auf Weihnachten.

- **Gesundheit, Familie und Sicherheit gewinnen an Bedeutung**

In Deutschlands Haushalten wird Weihnachten besonders mit gutem Essen und Familie verbunden sowie mit dem Beschenken anderer, Ruhe, Besinnung und dem Weihnachtsbaum. Rund 80 Prozent der Menschen assoziieren dieses Jahr mit Weihnachten zudem Gesundheit, über 70 Prozent Erholung und Sicherheit.

Gesundheit ist dieses Jahr zu Weihnachten bedeutsamer als noch im letzten Jahr. Rund jeder zweite Befragte in Deutschland (51 Prozent) bestätigt, dass Gesundheit als Kriterium dieses Jahr für Weihnachten bedeutsamer ist als im vergangenen Jahr. Auch Familie (48 Prozent) und Sicherheit (43 Prozent) haben dieses Jahr für Weihnachten eine höhere Bedeutung als zuvor. Geschenke zu bekommen verliert für 22 Prozent der Befragten an Bedeutung.

- **COVID-19 hat hohen Einfluss auf das Fest der Familie und der Besinnung**
Weihnachten ist (auch) in diesem Jahr in den Köpfen der Menschen ein Fest der Familie und der Besinnung. Doch der Einfluss von COVID-19 auf Weihnachten ist für den Großteil (72 Prozent) enorm. 78 Prozent meinen, dass man in Zeiten von COVID-19 Weihnachten nur im kleinen Kreise feiern sollte.
- **Gefeiert wird dieses Jahr im kleinsten Kreise zuhause, mit geschmücktem Baum und Festessen**
Mehr als 60 Prozent der Haushalte in Deutschland planen, Weihnachten dieses Jahr im kleinsten Kreise zuhause zu feiern. Der geschmückte Baum (55 Prozent) und das Festessen (51 Prozent) gehören für mehr als jeden Zweiten dazu. Mit der ganzen Familie in einem größeren Kreise zu feiern, steht dieses Jahr lediglich für ein Viertel der Menschen (25 Prozent) in Deutschland auf dem Plan. 8 Prozent planen dieses Jahr überwiegend alleine zu feiern.

Das Feiern an verschiedenen Wohnorten der Familie inklusive Fahrten und Reisen planen in diesem Jahr nur wenige Befragte (11 Prozent). Auch eine Urlaubsreise fällt dieses Jahr an Weihnachten für den Großteil komplett flach - egal ob im Inland oder Ausland.
- **Hohe Bereitschaft für Social-Distancing und Tests für mehr Sicherheit zum Fest**
Mehr als jeder Zweite (54 Prozent) ist bereit, sich vor dem Fest sozial zu distanzieren, um einen höheren Schutz für die Mitfeiernden zu gewährleisten. 38 Prozent sind bereit, für mehr Sicherheit an Weihnachten in einen COVID-19-Test zu investieren. Überraschend hoch und signifikant höher im Vergleich zu anderen Generationen fällt die Testbereitschaft in der jungen Generation (18-29 Jahre) aus. Mehr als die Hälfte erklären aktuell, dass sie bereit wären, für mehr Sicherheit vor dem Fest in einen COVID-19-Test zu investieren.
- **Knapp ein Viertel plant, für Geschenke weniger auszugeben**
Insgesamt plant der Großteil der Menschen in Deutschland für Geschenke dieses Jahr vergleichbare Ausgaben wie 2019. Knapp ein Viertel der Befragten (22 Prozent) plant in diesem Jahr geringere Ausgaben für die Geschenke zu Weihnachten. Als Gründe werden u.a. weniger verfügbares Einkommen aufgrund von COVID-19 (z.B. Jobverlust oder Kurzarbeit) genannt sowie eine generell sinkende Bedeutung von Geschenken.
- **Gutscheine und Süßigkeiten bei Geschenken dieses Jahr ganz vorn**
Mehr als jeder dritte Befragte plant dieses Jahr zu Weihnachten besonders Gutscheine (36 Prozent) und Süßigkeiten (31 Prozent) zu verschenken. Diese Art von Geschenken sind derzeit signifikant häufiger geplant als die bekannten Klassiker wie beispielsweise Parfüm (24 Prozent), Spielzeug (20 Prozent), Geld (19 Prozent), Technik (18 Prozent) oder Schmuck (14 Prozent).

- **Die großen Gewinner beim Weihnachtsgeschäft: Amazon & Co.**
Fast die Hälfte aller Menschen in Deutschland plant, ihre Weihnachtsgeschenke hauptsächlich bei Online-Händlern z.B. Amazon und Ebay zu kaufen. Ein Viertel (25 Prozent) hat sich vorgenommen, die Geschenke hauptsächlich vor Ort im Geschäft bei lokalen Anbietern zu kaufen. Dies sind tendenziell eher die kleineren Haushalte wie beispielsweise Single-Haushalte und Haushalte mit bis zu 2 Personen.
- **Eine weihnachtliche Geschenkverpackung wird vom Handel erwartet**
Während die Öffnung der Geschäfte an Sonntagen in der Vorweihnachtszeit nur von 21 Prozent der Menschen in Deutschland erwartet wird, zählen die weihnachtliche Geschenkverpackung (43 Prozent) und die kostenfreie Lieferung beim Online-Shopping (41 Prozent) zur klaren Erwartungshaltung an den Handel. Rund jeder Dritte (36 Prozent) erwartet zudem Nachhaltigkeit (z.B. bei der Geschenkverpackung und den Inhaltsstoffen) sowie generell lange Öffnungszeiten, um mehr Abstand zu ermöglichen (33 Prozent).
- **Gespaltene Meinungen bei der Weihnachtsmarkt-Debatte**
In Sachen Weihnachtsmarkt und Genuss von Glühwein herrschen gespaltene Meinungen: Wenn es keinen Glühwein gibt, würde dieses Jahr gut jeder Dritte (35 Prozent) darauf verzichten, den Weihnachtsmarkt zu besuchen. Nahezu gleich viele Menschen (37 Prozent) teilen diese Meinung nicht.

„Marketers müssen sich noch schneller als bisher an die neue Situation unter dem Einfluss von COVID-19 anpassen. Sicherheit und Gesundheit im Rahmen der engen Familie sind Motive, die in diesem Jahr stark an Bedeutung gewinnen“, erläutert Dr. Peter Aschmoneit, CEO und Co-Founder von quantilope sowie langjähriger Marketingdirektor der Konsumgüterindustrie.

Zur Weihnachtsstudie 2020

Die Erhebung fand im Rahmen von Online-Befragungen in der Zeit vom 23. - 26. Oktober 2020 statt. Befragt wurden 500 Personen in Deutschland im Alter zwischen 18 - 70 Jahren. Die Konsumentenstudie wurde von quantilope durchgeführt und ist repräsentativ in Bezug auf Geschlecht, Region und Alter.



Zu quantilope

quantilope ist ein Software-Unternehmen und ermöglicht mit seiner Agile Insights-Technologie eine agile und kundenzentrierte Unternehmensführung. Die mehrfach für hohe Innovationskraft ausgezeichnete All-in-One-Software befähigt Unternehmen, die relevanten Bedürfnisse der Kunden und Konsumenten einfach und immer in den Mittelpunkt des Handelns zu stellen. Die Agile Insights Software kombiniert die agilen Arbeitsprinzipien, Automatisierung und wissenschaftliche Methoden für agiles Insights Management. Das Unternehmen ist führend in Agile Insights-Technologie und begleitet Insights-Abteilungen auf ihrem Weg zur agilen Organisation.

Insights Dashboard mit allen Insights: [Weihnachtsstudie 2020](#)

Download / Links

Pressemeldung und Bildmaterial:

<https://www.quantilope.com/de/pressekontakt>

Pressekontakt und Interviewanfragen:

quantilope GmbH
Aimée-Désirée Bauer
Charlottenstraße 26, 20257 Hamburg, GERMANY
Office +49 40 210 918 979
E-Mail aimee.bauer@quantilope.com