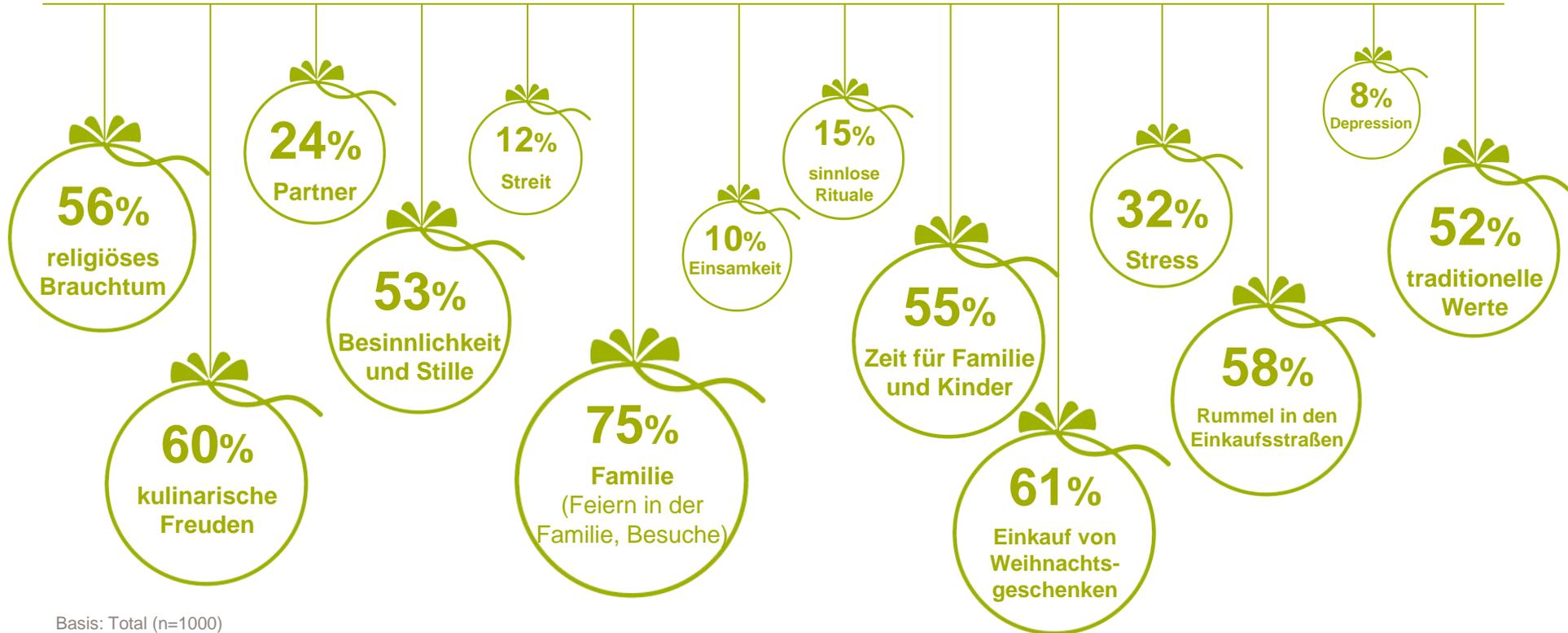


# Weihnachten 2016

Eine Eigenstudie von GfK Austria

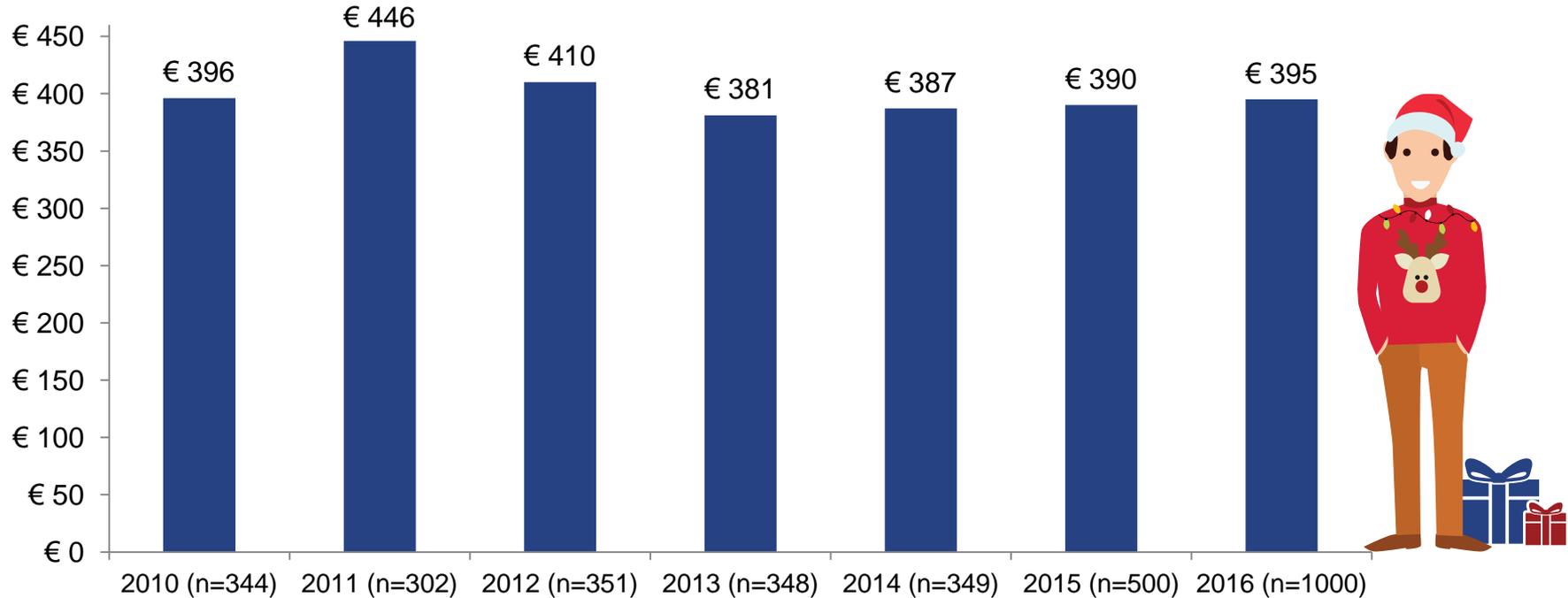


# Woran denken die Österreicherinnen und Österreicher an Weihnachten?



Basis: Total (n=1000)

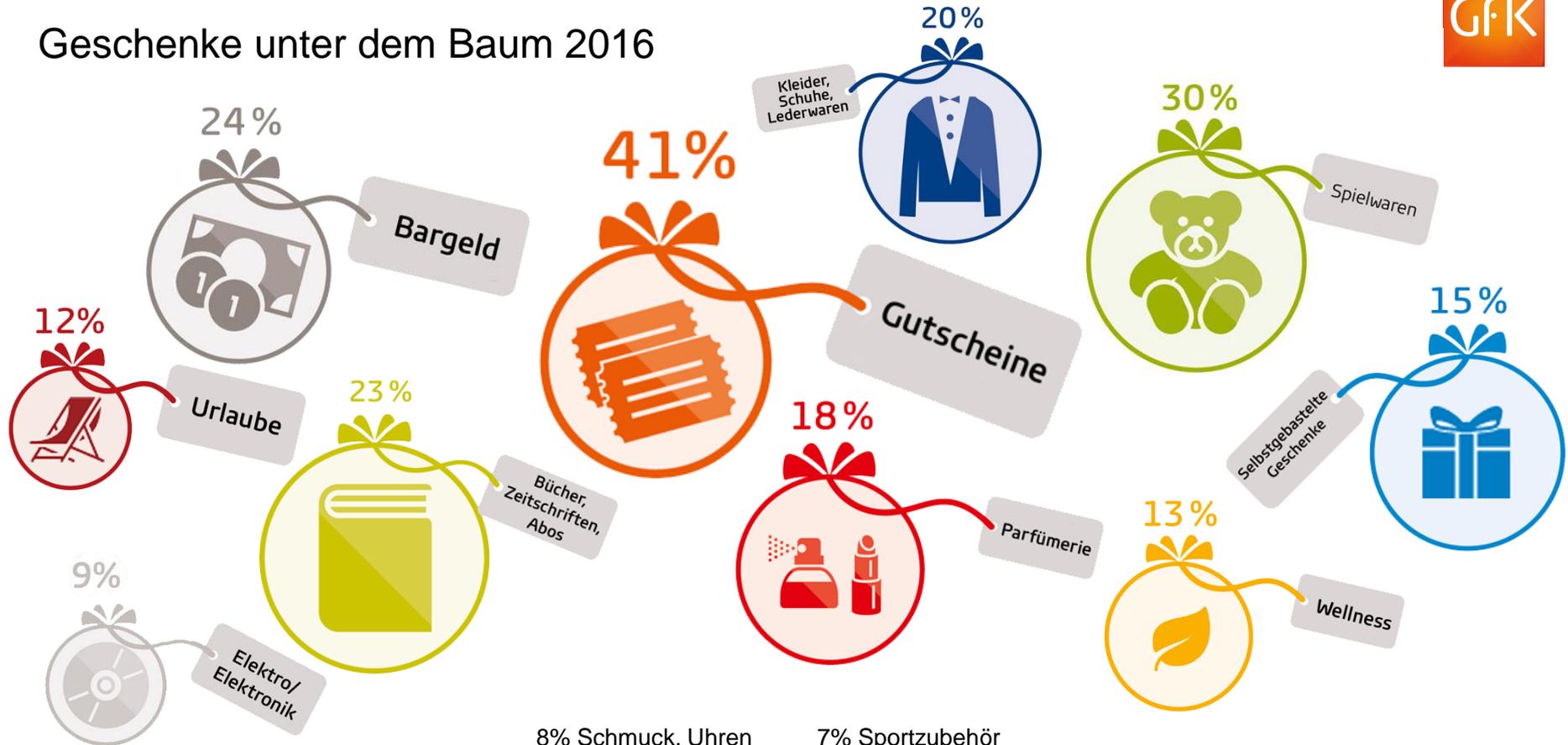
# Ausgaben der Österreicher pro Kopf: Österreicher geben mehr Geld für Geschenke aus



Frage: Was planen Sie, für Weihnachtsgeschenke in diesem Jahr insgesamt auszugeben (in Euro)?

Basis: Total, Angaben in Euro, MW

# Geschenke unter dem Baum 2016



Basis: Total (n=1000)

© GfK Austria | Dezember 2016 | Weihnachten

# Wo und wie wird zur Weihnachtszeit eingekauft?

Promotion  
Anteile Jahr  
stabilisiert

Dezember  
umsatzstärkster  
Monat

15% bis 19%  
Umsatzzuwachs  
versus Ø  
Jan – Nov  
erwartet

Zeit der  
Großfläche und  
der Fachhändler

Herstellermarken nach wie  
vor stärker als  
Handelsmarken, jedoch steter  
Zuwachs der Marktanteile von  
Private Labels:  
Mehrwerthandelsmarken mit  
dem größten Wachstum in  
der Weihnachtszeit

Diskonter erwartungsgemäß  
nicht im Vorteil, langfristig  
jedoch stärker werdend.  
Starke Kommunikation mit  
Qualitätsfokus → Lidl  
Deluxe, Hofer Gourmet.



★★★★★  
ECHT  
GENUSSREICH



Die größten Umsatzzuwächse haben in der Weihnachtszeit Süßwaren, Sekt, Snacks und Garnierung!



## Welche Warengruppen profitieren am meisten vom Weihnachtsgeschäft?



**Frischeprodukte** (Fleisch, Fisch, Huhn, Antipasti, Würstel, Schmalz-Spezialitäten, Brot & Gebäck, Aufstriche)



**Snacks** (Trockenfrüchte, Nüsse, Kartoffelsnacks, Salzgebäck, Flips)



**Alkoholische Getränke** (Likör, Sekt, Spirituosen, Wein und Mischweine)



**Garnierung** (kalte Saucen, Mayonnaise, Kren, ungekühlte Antipasti)



**Produkte rund ums Backen**  
(bereits ab September)



**Gemüsekonserven, Beilagenknödel  
sowie Gewürze**



**Heißgetränke** (Kakao, Tee)



**Süßwaren** (speziell Pralinen und Lebkuchen)



**Parfüm**

# Die 6 GfK Ernährungstypen im Überblick



22,7%  
Gemütliche Couch  
Potatoes



20,9%  
Qualitätsbewusste  
Frischeköche



15,8%  
Lebenserfahrene  
Gourmets



15,0%  
Figurbewusste  
Gelegenheitsköche



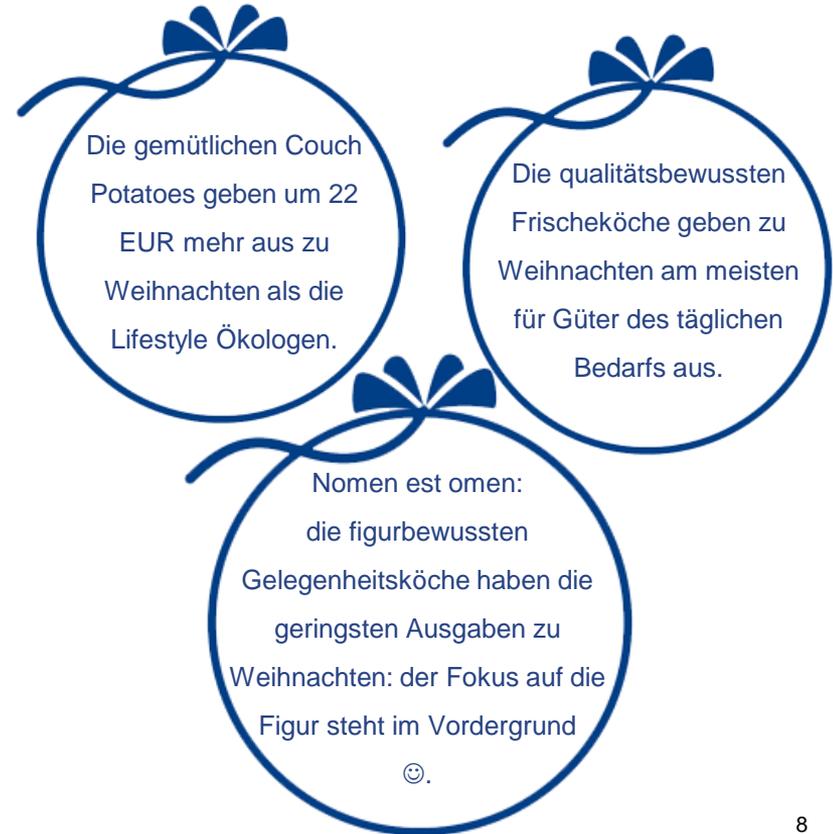
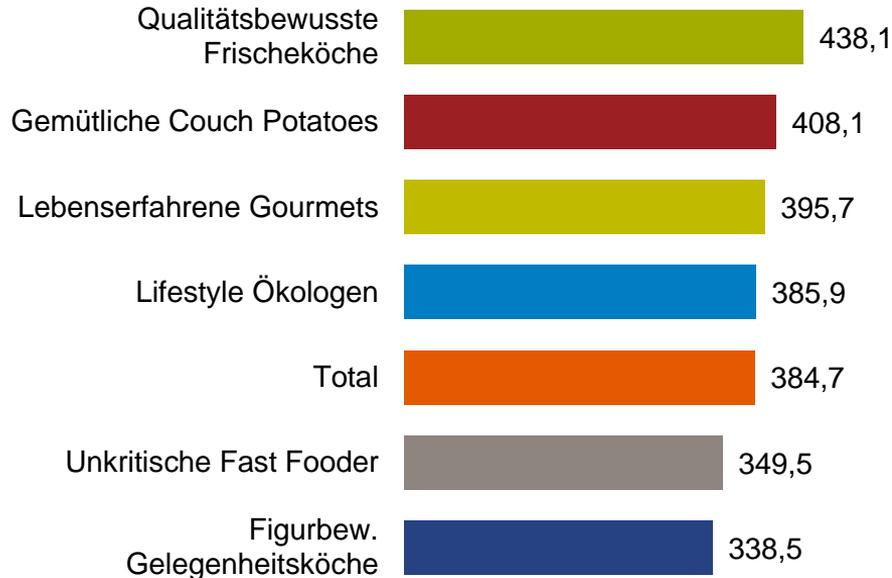
13,4%  
Unkritische Fast  
Fooder



12,2%  
Lifestyle Ökologen

# Welcher Ernährungstyp gibt zu Weihnachten am meisten Geld aus?

Gemütliche Couch Potatoes vs. Lifestyle Ökologen: Wer gibt mehr für Güter des täglichen Bedarfs zu Weihnachten aus?



## Weihnachtszeit ist Genusszeit

60%



Während den Weihnachtsfeiertagen  
essen die meisten Leute zu viele  
Süßigkeiten.

59%



Während den Weihnachtsfeiertagen  
essen die meisten Leute  
grundsätzlich zu viel.

# ... aber das soll man sich auch ruhig gönnen!



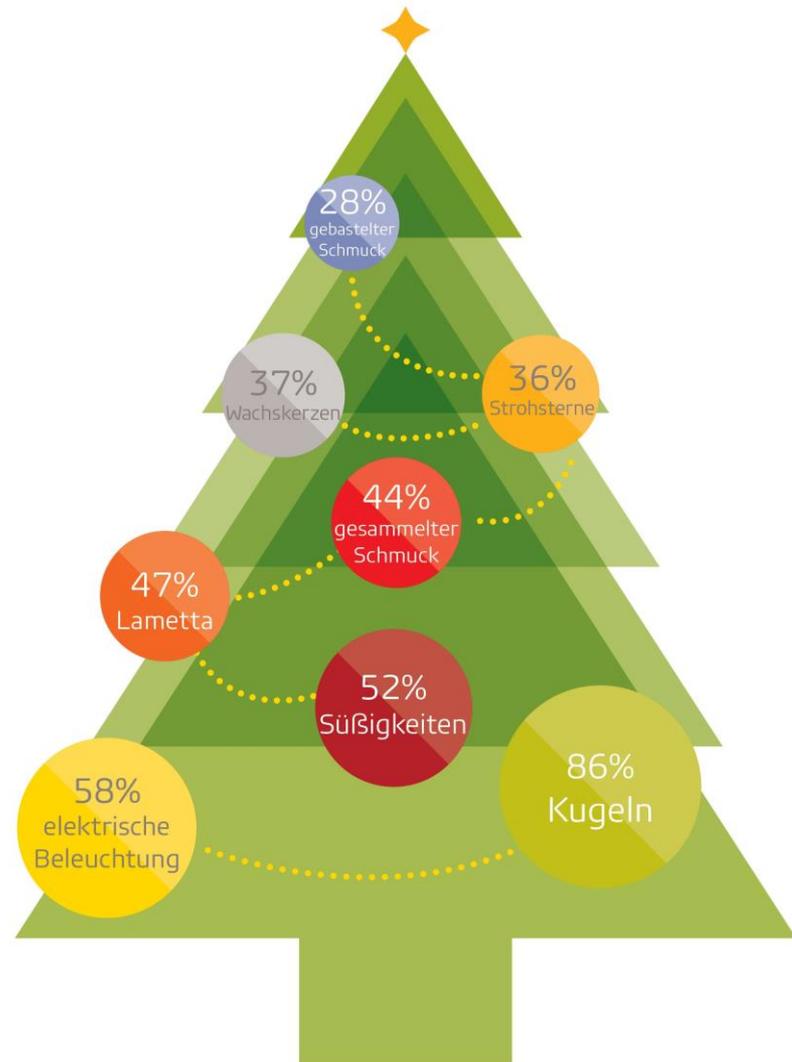
Frage B08: Insbesondere Weihnachten ist eine Zeit, die von Genuss, Essen, Kochen und Backen geprägt ist. Welche der folgenden Aussagen finden Sie zutreffend?  
 Basis: Total (n=800)

Angaben in %

Heuer ist mehr Lametta!

**85%**

der Österreicher haben einen  
Christbaum in der Familie



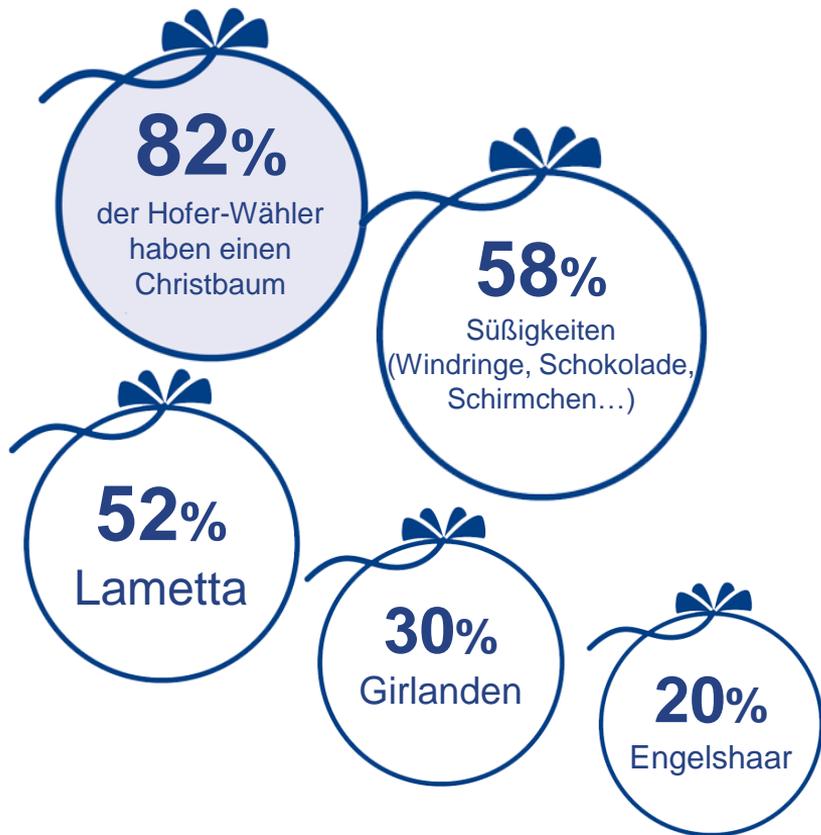
# Die beliebtesten Farben beim Christbaumschmuck in Österreich

41% Rot  
36% Gold  
35% Silber  
33% bunt

18% Weiß  
16% Blau  
11% Braun  
10% Lila



# Hofer-Wähler lieben Lametta, Van der Bellen-Wähler Strohsterne & Selbstgebasteltes



# Parteilpolitische Weihnachten – SPÖ-Wähler



verpacken Geschenke mit Kreativität und dem Papier aus dem Vorjahr

...verbinden mit Weihnachten Geschenkekauf, Besinnlichkeit, Einsamkeit und Zeit mit Familie

**79%**

haben vor, einen Christkindlmarkt zu besuchen

**40%**

erachten Weihnachten als "sehr wichtig"

# Parteilpolitische Weihnachten – ÖVP-Wähler



verpacken Geschenke mit den schönsten Schleifen und Materialien oder lassen gerne einpacken (im Geschäft)

...verbinden mit Weihnachten Rummel in den Einkaufsstraßen, traditionelle Werte, Familienbesuche, religiöses Brauchtum

**72%**

haben vor, einen Christkindlmarkt zu besuchen

**48%**

erachten Weihnachten als “sehr wichtig“

# Parteilpolitische Weihnachten – FPÖ-Wähler



Lassen im Geschäft  
verpacken, greifen für  
Geschenke zum  
billigsten Papier oder  
verpacken gar nichts

...verbinden mit Weihnachten Familienzweist,  
traditionelle Werte, depressive Stimmung und  
Zeit für Partner

**72%**

haben vor, einen Christkindlmarkt zu besuchen

**45%**

erachten Weihnachten als “sehr wichtig“

# Parteilpolitische Weihnachten – Grün-Wähler



verpacken Geschenke mit Papier aus dem Vorjahr, alten Zeitungen und achten auf die Recyclingfähigkeit

...verbinden mit Weihnachten Geschenkekauf, Familienzweit, Besuche der Verwandten, kulinarische Freuden

**72%**

haben vor, einen Christkindlmarkt zu besuchen

**32%**

erachten Weihnachten als "sehr wichtig"

# Parteilpolitische Weihnachten – NEOS-Wähler



verpacken Geschenke mit den schönsten Farben und Materialien und stimmen diese farblich aufeinander ab

...verbinden mit Weihnachten traditionelle Werte, Geschenkekauf, Zeit für Partnerschaft und Kinder

**72%**

haben vor, einen Christkindlmarkt zu besuchen

**48%**

erachten Weihnachten als "sehr wichtig"

# Kontakt



**DI Paul Unterhuber**

Politikforschung

T +43(1)71710-219

Paul.unterhuber@gfk.com



**Dkfm. Ulf Schätzel**

Consumer Panel Services

T +43 (1) 71710-344

Ulf.Schaetzel@gfk.com