**Medieninformation**

**Laut Studie: Österreicher möchten ihre Weihnachtsgeschenke am liebsten im stationären Handel kaufen**

**Auch wenn die meisten Läden mit 17. November 2020 vorerst schließen, steht doch Weihnachten bald vor der Türe. Wann, wo, was und wieviel shoppen die österreichischen Christkinder dieses Jahr so. Und wie kommen sie auf die Idee für ihre Geschenke? Offerista Group Austria hat dies in einer aktuellen Studie erhoben und geht den entscheidenden W-Fragen rund um den Weihnachtseinkauf nach.**

Wien, 16. November 2020. Diese Fragen hat Offerista Group Austria in der Studie zum Thema „Kaufverhalten zu Weihnachten im Jahr 2020“ im Zeitraum von 24. Oktober bis 2. November 2020 gestellt. Befragt wurden in Österreich insgesamt 849 Personen ab 18 Jahren. 87 Prozent der Befragten wollen heuer in die Rolle des Christkinds schlüpfen und so ihren Liebsten dieses Jahr mit Geschenken ein Lächeln ins Gesicht zaubern.

**Wann beginnt Weihnachten eigentlich?**

Für den Großteil doch erst im Dezember: Fast ein Viertel der Befragten gibt an, dass sie sich vor Dezember nicht mit dem Weihnachtseinkauf beschäftigen. Ein Fünftel hingegen befasst sich schon das ganze Jahr mit dem Weihnachtseinkauf, weil immer nebenbei geshoppt wird, wenn etwas Interessantes gesehen wird. Lediglich 13 Prozent werden dieses Jahr gar nichts verschenken.   
  
Einen Unterschied gibt es hier hinsichtlich des Geschlechts. Plant ein Viertel der Frauen bereits Anfang November mit dem Start der Weihnachtseinkäufe, möchten dies nur 12 Prozent der Männer tun. Diese sind eher Last-Minute-Shopper. So sind 13 Prozent der männlichen Befragten der Meinung, dass es reicht eine Woche vor Weihnachten mit dem Geschenkeeinkauf zu beginnen. Im Vergleich dazu: Nur 7 Prozent der Frauen möchten sich erst so spät um ihre Geschenke kümmern. Ein weiterer Unterschied: In der Stadt beginnt Weihnachten früher. Mehr als ein Viertel der Befragten, die am Land leben, beschäftigt sich vor Dezember nicht mit den Weihnachtseinkäufen. In der Stadt tut dies nur jeder Fünfte.

**Wo würden die Weihnachtsgeschenke am liebsten geshoppt werden?**

Auch wenn die meisten Läden mit 17. November vorerst schließen, bevorzugen die meisten Befragten ganz eindeutig den stationären Handel. Zwei Drittel geben an, dass sie den Großteil ihrer Geschenke am liebsten bei stationären Händlern einkaufen möchten. Die Hälfte davon setzt dabei auf kleine stationäre Shops. Der Rest will zwar ebenfalls stationär kaufen, jedoch bei den Handelsketten. Lediglich 13 Prozent wollen bei einem Online Shop ohne Filiale shoppen und 10 Prozent planen den Einkauf bei Online Shops stationärer Händler.

**Was wird 2020 unter dem Christbaum liegen?**

Fast jeder Zweite (48 Prozent) wird Geschenke aus der Kategorie Kleidung, Schuhe und Accessoires einkaufen. Gefolgt von Büchern und Spielen (40 Prozent), Drogerie- (38 Prozent), Elektro- (37 Prozent) und Sportartikel (18 Prozent). Am unbeliebtesten für diese Weihnachten sind Erlebnisse und Dienstleistungen als Geschenke. Hier könnte die Unsicherheit aufgrund von Corona ausschlaggebend sein.

Hinsichtlich der Geschlechterverteilung zeigt sich ein ganz klassisches Bild: Frauen bevorzugen für den Geschenkekauf die Kategorie Kleidung, Schuhe und Accessoires (54 Prozent) und Männer Elektroartikel (48 Prozent). Bei den Frauen findet sich an zweiter Stelle Bücher, Spiele und Drogerieartikel, gefolgt von Elektroartikel. Aber auch die Herren shoppen doch ganz gerne Kleidung, Schuhe und Accessoires. 40 Prozent werden dies tun und 31 Prozent wollen Bücher und Spiele schenken. Auch bei der Altersverteilung kann man einen Unterschied zwischen den jüngeren & älteren Generationen erkennen. In der jüngeren Zielgruppe (25 bis 34 Jahre) stehen Kleidung, Schuhe und Accessoires für 52 Prozent an erster Stelle auf der Einkaufsliste. In der Gruppe 55+ ist der Renner die Kategorie Bücher und Spiele.   
  
**Und wieviel darf es heuer kosten?**

43 Prozent der Befragten wollen dieses Jahr genauso viel Geld wie letztes Jahr für Weihnachtsgeschenke ausgeben. Jeder Dritte will dieses Jahr weniger für seine Präsente bezahlen. Vor allem Frauen (39 Prozent) möchten dieses Jahr weniger dafür aufwenden. Die meisten planen dafür ein Budget von 151 bis 300 Euro ein (32 Prozent der befragten Frauen und 27 Prozent der Männer). Ein Fünftel der Befragten will nur bis maximal 50 Euro ausgeben. Auch hinsichtlich der Generationen zeigt sich ein unterschiedliches Bild. Knapp jeder Zweite der Generation 55+ gibt an, dass er dieses Jahr so viel wie letztes Jahr für seine Geschenke auslegen will. Hingegen geben 40 Prozent der Befragten in der Gruppe von 18 bis 24 Jahren an, dass sie dieses Jahr weniger ausgeben wollen als letztes Jahr. In der Gruppe 55+ sind das nur 32 Prozent.   
  
**Wie kommt man auf die Geschenks-Idee? Über welchen Kanal informiert man sich?**

Das Flugblatt dient für knapp zwei Drittel als Inspirationsquelle bei Weihnachtsgeschenken. Anhand der Befragung zeigt sich, dass die meisten Befragten sich von digitalen Flugblättern zu Geschenken inspirieren lassen (38 Prozent). Weitere 22 Prozent der Probanden lassen sich von Print Flugblättern zum Weihnachtseinkauf anregen.

**Wodurch lässt man sich inspirieren?**  
70 Prozent aller Befragten in Österreich achten beim Weihnachtseinkauf auf Aktionen. 40 Prozent davon geben an, dass sie sich auch gerne direkt von Aktionen für ein Weihnachtsgeschenk inspirieren lassen. Die restlichen 30 Prozent haben bereits ein konkretes Geschenk im Hinterkopf und warten mit dem Kauf, bis es in Aktion kommt. Lediglich 16 Prozent wissen ganz genau, was sie kaufen wollen und lassen sich von Aktionen nicht beeinflussen.

„Offerista Group Austria unterstützt die Händler mit passenden Aktionen. Dabei werden maßgeschneiderte digitale Maßnahmenpakete geschnürt, um die Sichtbarkeit der Angebote effektiv zu steigern und auf den richtigen Kanälen die passende Zielgruppe zu erreichen. Denn wie wir in unserer Umfrage zeigen konnten, lassen sich die Menschen sehr gerne von den Weihnachtseinkaufstagen inspirieren“, so Oliver Olschewski, Geschäftsführer der Offerista Group Austria.

Die Studie finden Sie hier: <https://www.offerista.com/kaufverhalten-zu-weihnachten-im-jahr-2020/>

Zeitgleich wurde diese Erhebung auch in Deutschland durchgeführt. Den Pressetext dazu gibt es hier: <https://www.offerista.com/pm-deutschen-wollen-trotz-corona-ihre-weihnachtsgeschenke-bevorzugt-offline-kaufen/>

**Bildmaterial**So kaufen die Österreicher ihre Weihnachtsgeschenke.   
Oliver Olschewski, Geschäftsführer der Offerista Group Austria    
Bildnachweis: © Offerista Group Austria  
  
**Über Offerista Group Austria  
Offerista Group Austria** ist der Experte für Handelsmarketing, der dem stationären Handel zu mehr Geschäftsbesuchen durch digitale Angebotskommunikation verhilft. wogibtswas.at ist Österreichs größtes Aktionsportal. Jedoch geht mittlerweile das Leistungsspektrum weit darüber hinaus. Mit innovativen technischen Lösungen wird das Produktportfolio immer weiter ausgebaut, um den Kunden allumfassende Lösungen für ihren Online Auftritt zu bieten. Im Jahr 2018 wurde wogibtswas.at zu 100 % von der Offerista Group übernommen. Im August 2020 erfolgte die Namensumbenennung in Offerista Group Austria. wogibtswas.at blieb als eigene Marke für das B2C-Portal bestehen.   
Mehr unter [www.offerista.com/at](http://www.offerista.com/at)  
  
**Über die Offerista Group**  
Als Shopper Marketing Network bietet die [Offerista Group GmbH](http://www.offerista.com/) individuell ausgerichtete, digitale Lösungen für standortbasiertes Angebots- und Filialmarketing. Mit Cross-Channel Kampagnen werden Werbebotschaften reichweitenstark über verschiedene nutzerrelevante Kanäle transportiert. Marken können Konsumenten so neugierig auf Produkte machen und sie in ihre Filialen locken. Mit einem Team von mehr als 120 Mitarbeitern in Europa begleitet und berät Offerista Handels- und Herstellermarken aus allen Branchen kanalübergreifend entlang ihrer Customer Journey. Zusätzlich zum Hauptsitz in Dresden zählen Berlin, Essen, Wien, Sofia, Budapest und Bukarest als weitere Standorte. Geschäftsführer sind Tobias Bräuer und Benjamin Thym.  
  
**Pressekontakt**Dr. Alexandra Vasak, Reiter PR  
Praterstraße 1 | weXelerate Space 21 | 1020 Wien  
+43 699 120 895 5  
alexandra.vasak@reiterpr.com