

### Repräsentative Studie

# mydays Geschenkebarometer: So schenken die Deutschen / Was Frauen und Männer wollen: Die Tops und Flops zu Weihnachten

- Die Tops und Flops zum diesjährigen Weihnachtsfest: Erlebnisse und Reisen stehen oben auf dem Wunschzettel; Männer mögen es auch romantisch.
- Last Minute Shopper eher männlich: Fast jeder 4. Mann kümmert sich eine Woche vor Weihnachten ums Geschenk; bei Frauen ist es nur gut jede 10., die meisten kaufen vier Wochen vorher.
- So viel Geld geben Deutsche für Geschenke aus: Am tiefsten wird für den Partner in die Tasche gegriffen; die meisten zahlen zwischen 50 und 100 Euro.
- Zwei Drittel erwarten zu Weihnachten Geschenke; Am wichtigsten ist, dass Geschenke von Herzen kommen; Frauen schenken lieber als Männer.
- Mehr als jede 3. Frau war schon einmal von dem Geschenk ihres Partners enttäuscht. Bei Männern ist es nur jeder 5.

München, 17.10.2019 – Die Tage werden kürzer, die Jacken dicker und die Lebkuchen und Spekulatiuskekse im Supermarktregal lassen es ohnehin schon längst vermuten: Weihnachten und damit die Suche nach den richtigen Geschenken rückt näher. Eine repräsentative Studie von Statista und mydays gibt Aufschluss darüber, wie die Deutschen schenken: Worauf legen sie Wert, schenken sie gerne, wann kaufen sie Geschenke, wieviel Geld geben sie für Geschenke aus und was steht auf dem Wunschzettel für Weihnachten 2019 ganz oben?

### Die Tops und Flops zum diesjährigen Fest: Männer mögen es doch romantisch

Die Studie zeigt: Frauen freuen sich vor allem über gemeinsame Erlebnisse (63 Prozent), Reisen (49 Prozent) und Schmuck (21 Prozent) unterm Weihnachtsbaum, bei Männern stehen ebenfalls gemeinsame Erlebnisse (45 Prozent) und Reisen (38 Prozent) an den ersten beiden Stellen auf dem Wunschzettel, Kleidung schafft es mit 16 Prozent auf Platz drei. Unbeliebtestes Geschenk bei Männern sind Kosmetika (lediglich 3 Prozent geben an, sich Kosmetika unter dem Baum zu wünschen). Bei Frauen sind Haushaltsgeräte der Weihnachtsflop Nummer eins (lediglich 9 Prozent würden sich darüber freuen). „Im Alltag sind Paare häufig gestresst und die Partner fühlen sich fremdbestimmt durch Job und Verpflichtungen. Das Wir-Gefühl, das es für eine langfristige Beziehung braucht, kann nur durch gemeinsame Erlebnisse und Erfahrungen entstehen, am besten abseits vom Beziehungstrott. Dann bewirkt die gemeinsame Zeit einen wahren Liebes-Boost“, so Paartherapeut und Beziehungsexperte Eric Hegmann.

Dass Männer entgegen des Klischees doch Wert auf Romantik legen, wird durch die Studie ebenfalls deutlich: So geben 45 Prozent der Befragten, bei denen gemeinsame Erlebnisse und/oder Reisen auf dem Wunschzettel stehen, an, gerne ein Romantikwochenende verbringen zu wollen. Ein Wellnesswochenende steht mit 46 Prozent ebenfalls hoch im Kurs, gefolgt von einem Sporterlebnis wie Rafting oder Fallschirmsprung (23 Prozent) und Candle Light Dinner (23 Prozent). Jeder Zehnte wünscht sich einen Segelausflug (13 Prozent) oder einen Flug im Flugsimulator (11 Prozent). Eric Hegmann: „Nur nach dem Klischee bedeutet Romantik gedimmte Musik und Kerzenlicht, dabei ist Romantik in erster Linie Dankbarkeit für einen besonders schönen Moment, den man mit dem Lieblingsmenschen verbringen kann. Solche Momente zu schaffen und vorzubereiten, lieben auch

Männer, die Rosenblättern nicht so viel abgewinnen können. Männer, die auf den ersten Blick nicht so romantisch wirken, werden sich über diese Definition von Romantik freuen – und Momente mit der Liebsten, die sie nicht vergessen werden.“

Auch Frauen mögen es entspannt und romantisch: 61 Prozent derjenigen, auf deren Wunschzettel gemeinsame Erlebnisse und/oder Reisen stehen, wünschen sich ein Wellnesswochenende, jede Zweite ein Romantikwochenende, gefolgt von einem Candle Light Dinner (31 Prozent) und einer Alpakawanderung (24 Prozent). Fast jede 5. Frau (19 Prozent) wünscht sich ein Familienfotoshooting, Männer sind weitaus kamerascheuer, hier ist es nicht einmal jeder 10. (7 Prozent).

### So viel geben Deutsche für Geschenke aus

Am meisten Geld geben die Befragten für Geschenke an den Partner aus, gefolgt von Geschenken an enge Familienmitglieder. Mehr als die Hälfte der Befragten (55 Prozent) geben mehr als 50 Euro für den Partner aus, lediglich 21 Prozent weniger. Die meisten (28 Prozent) geben zwischen 50 und 100 Euro für den Partner aus, jeder 5. (20 Prozent) zwischen 100 und 200 Euro. Immerhin 7 Prozent geben mehr als 200 Euro für Geschenke an den Partner aus. „Mit einem Geschenk drücken Partner Fürsorge, Achtsamkeit und Dankbarkeit aus. Dabei ist der Wert eines Geschenkes nicht mit Geld zu bemessen, sondern mit der Liebe und Sorgfalt, mit der es ausgesucht wurde“, weiß Hegmann.

Für enge Familienmitglieder geben 43 Prozent mehr als 50 Euro aus, knapp über die Hälfte (51 Prozent) weniger als 50 Euro. 29 Prozent lassen sich Geschenke für die Verwandtschaft zwischen 50 und 100 Euro kosten, lediglich 14 Prozent mehr als 100 Euro. Die meisten geben zwischen 20 und 50 Euro für die Familienmitglieder aus (41 Prozent).

Am wenigsten Geld lassen sich Deutsche Geschenke an enge Freunde kosten, über 80 Prozent geben weniger als 50 Euro aus, 10 Prozent mehr als 50 Euro. Die meisten geben zwischen 20 und 50 Euro für Geschenke an Freunde aus.

### Last Minute Shopping: nicht zu Weihnachten

Im Allgemeinen kaufen die Deutschen eine Woche vor dem Ereignis Geschenke (40 Prozent). Anders zu Weihnachten: hier sind sie weitaus früher dran. Die meisten kaufen ihre Weihnachtsgeschenke vier Wochen vorher (47 Prozent), lediglich 17 Prozent kaufen eine Woche vorher, wobei sich der Zeitpunkt des Kaufes je Geschlecht unterscheidet. Frauen kaufen früher als Männer, lediglich gut jede 10. (12 Prozent) kauft eine Woche vor Weihnachten, die meisten (49 Prozent) kaufen vier Wochen vorher. Bei den Männern kauft immerhin fast jeder 4. (22 Prozent) eine Woche vor Weihnachten, 45 Prozent kaufen vier Wochen vorher. 11 Prozent geben an, gar keine Geschenke zu kaufen.

### Schöne Bescherung: Jede 3. Frau schon einmal vom Geschenk des Mannes enttäuscht

Ob Frauen anspruchsvoller sind oder Männer einfach ein unglücklicheres Händchen bei der Auswahl von Geschenken haben, sei mal dahingestellt, Fakt ist, dass mehr als jede 3. Frau (40 Prozent) schon einmal von dem Geschenk des Partners enttäuscht war, bei Männern ist es nur knapp jeder 4. (23 Prozent). Wenn Männer und Frauen von einem Geschenk des Partners enttäuscht waren, dann vor allem, weil der Partner den Geschmack nicht getroffen hatte (49 Prozent) oder das Geschenk zu unpersönlich war (37 Prozent). Überwiegend herrscht aber Zufriedenheit mit den Geschenken des Partners, 93 Prozent der Befragten sind grundlegend mit den Geschenken des Partners glücklich.

Die Studie zeigt weiter: Frauen bevorzugen es eher, überrascht zu werden als Männer. So geben 47 Prozent der Befragten Frauen an, lieber überrascht zu werden, als etwas geschenkt zu bekommen, was sie sich gewünscht haben. Männer stehen Überraschungen weitaus unaufgeschlossener gegenüber, so bevorzugen lediglich 39 Prozent der Befragten es, überrascht zu werden.

## Geschenke müssen von Herzen kommen

Für drei Viertel der Befragten (75 Prozent) ist es generell wichtig, Geschenke zu machen. Dabei ist es für 71 Prozent der Befragten am wichtigsten, dass Geschenke von Herzen kommen. Laut Studie schenken die Deutschen gerne (76 Prozent), Frauen lieber als Männer (82 versus 70 Prozent). Diejenigen, die gerne schenken, tun das vor allem, weil sie anderen damit eine Freude machen möchten (82 Prozent), andere gerne überraschen (62 Prozent) und sie mit dem Geschenk zeigen können, wie wichtig die andere Person für sie ist (63 Prozent).

Hegmann: „Richtiges Schenken ist nicht einfach. Aber was ist schöner als in die dankbaren Augen des Partners zu schauen, wenn dieser sich über das passende Geschenk freut? Wer jemanden beschenkt, der beschäftigt sich mit dem anderen. Ein Geschenk ist das Symbol dieser Gedanken.“

Fast jeder dritte Mann (30 Prozent) gibt an, Schenken als lästige Pflicht zu empfinden. Bei Frauen ist es nur knapp jede fünfte (18 Prozent). All jene, die Schenken als lästige Pflicht empfinden, geben hierfür unnötigen Konsum (32 Prozent) oder Ideenmangel (27 Prozent) als Gründe an.

Im Rahmen der online-repräsentativen Studie wurden 1.000 Personen ab 18 Jahren in Deutschland befragt. Erhebungszeitraum war Juli 2019.

Mehr zur mydays Gemeinsamzeitstudie 2019: <https://www.mydays.de/erlebnisgeschenk/mydays-gemeinsamzeitstudie?refreshCache=true>

## Über mydays

mydays steht für das Wertvollste, was Du schenken kannst: Deine Zeit! Besondere Erlebnisse mit Deinen Liebsten und gemeinsame Erinnerungen, die für immer bleiben. Mit ca. 14.000 Erlebnissen an über 20.000 Standorten ist mydays Inspirationsgeber für unvergessliche Erinnerungen. Das Unternehmen wurde 2003 als Online-Anbieter für Erlebnisse gegründet. Im Oktober 2017 wurden mydays und Jochen Schweizer, die beiden führenden Brands auf dem Erlebnismarkt, unter dem Dach der JSMD Group vereint. Die gemeinsame Gruppe ist seitdem ihrerseits Mitglied der ProSiebenSat.1 Media SE.

## Über Statista Research & Analysis

Statista Research & Analysis ist ein Full-Service-Marktforschungsdienstleister, der die Statistikplattformen von Statista.com und Statista.de um das Angebot individueller Marktforschung für anspruchsvolle Kunden aus diversen Branchen ergänzt. Unser Dienstleistungsangebot umfasst sowohl Sekundärdatenrecherchen als auch Primärmarktforschung sowie Datenanalysen, Modellierungen und grafische Aufbereitungen. Zu der wachsenden Abteilung Statista Research & Analysis gehören mittlerweile rund 100 Business Analysten und Marktforschungsexperten sowie mehr als 25 Infografiker.

## Pressekontakt

mydays GmbH

Daniela Sauer

Head of PR

Rosenheimerstr 145 E-F

81671 München

Tel. +49 (0) 89 452 134 325

[presse@mydays.de](mailto:presse@mydays.de)