

Pressemitteilung

Mintel-Umfrage:

Inflation an Weihnachten: Knapp die Hälfte der Deutschen spart am Fest und an Geschenken

Düsseldorf, 15.12.2022 | Eine neue [Mintel-Umfrage](#) zur Adventszeit zeigt: Durch die steigenden Lebenshaltungskosten sehen sich 49 Prozent der Deutschen dazu gezwungen, dieses Weihnachtsfest günstiger zu gestalten, beispielsweise durch Verzicht beim Weihnachtsbaum. Weitere 51 Prozent der Befragten stecken sogar bei Geschenken zurück, indem sie keine kaufen oder auf kostengünstigere Optionen umsteigen.¹ Auch wenn die Geschenke unterm Tannenbaum dieses Jahr deutlich spärlicher ausfallen - am leckeren Weihnachtsessen im Kreis der Familie wollen die Verbraucher:innen noch lange nicht sparen.

76 Prozent der Verbraucher:innen spüren die andauernden Preissteigerungen bei Lebensmitteln.² Trotzdem gilt: Das Weihnachtsessen ist in Deutschland heilig. Mehr als die Hälfte (56 Prozent) aller Befragten gibt an, für den Festschmaus und die dazu passenden Getränke ihre üblichen Weihnachtsausgaben nicht ändern zu wollen. Hoch im Kurs stehen die Discounter: Fast die Hälfte (47 Prozent) aller Studienteilnehmer:innen kauft aufgrund steigender Preise bei Aldi, Lidl, Netto & Co ein. Ähnlich viele (49 Prozent) greifen in diesem Jahr im Supermarkt verstärkt zu Eigenmarken.³

“Weihnachten ist für viele Menschen das Fest des Zusammenhalts und der Liebe. Nachdem viele Familien die letzten beiden Weihnachtsfeste aufgrund der Pandemie getrennt verbracht haben, hat das gemeinsame Essen dieses Jahr bei vielen einen besonders hohen Stellenwert. Doch wird vielerorts auf den Preis geschaut: Wir beobachten, dass die Discounter vermehrt auf Premiumprodukte der Eigenmarken setzen, um verschiedene Käuferschichten anzusprechen. Doch auch Supermärkte wie REWE oder Edeka bauen ihr Sortiment an Eigenmarken aus”, kommentiert Carolin Jarezke, Associate Director Retail, Technology und Automotive bei Mintel.

Vergleichbar sieht es beim Essen und Trinken auswärts aus: 38 Prozent aller Befragten sagen, sie möchten weniger Geld für Restaurantbesuche um die Weihnachtszeit ausgeben.⁴ Ganze 29 Prozent wollen weniger alkoholische Getränke außer Haus konsumieren. Im privaten Bereich sieht das anders aus: Hier geben 41 Prozent an, bei alkoholischen Drinks zu Hause nicht sparen zu wollen.⁵

¹ 2000 Internetnutzer ab 16 Jahren, Dezember 2022

² 1000 Internetnutzer ab 16 Jahren, November 2022

³ 1000 Internetnutzer ab 16 Jahren, Oktober 2022

⁴ 1000 Internetnutzer ab 16 Jahren, Oktober 2022

⁵ 985 Internetnutzer ab 18 Jahren, Oktober 2022

“Die Verbraucher machen es sich dieses Jahr mit Glühwein und Punsch zu Hause schön. Für die Betreiber der Weihnachtsmärkte, die in den vergangenen zwei Jahren sowieso schon mit Umsatzeinbrüchen zu kämpfen hatten, ist das eine düstere Prognose. Die nächsten Wochen werden zeigen, wie sich das Konsumtief und die Sparlaune der Verbraucher auswirken”, so Carolin Jaretzke.

Anmerkungen zur Methodik

Mintels Verbraucherumfragen basieren auf Stichprobenerhebungen von mindestens 1.000 Verbrauchern (16 Jahre und älter) in Deutschland. Die Umfragen wurden online mithilfe von Kantar Profiles durchgeführt und die Befragten nach einem Stichprobenverfahren per Zufall ausgewählt. Die Umfragen sind repräsentativ für die Bevölkerung in Bezug auf Alter, Geschlecht und Region. Mehrfachnennungen waren bei den Umfragen möglich. Für mehr Informationen, klicken Sie bitte [hier](#).

Über Mintel

Mintel weiß, was Verbraucher wollen – und warum. Unsere Analyse von Verbrauchern, Märkten, Wettbewerbern und Produktinnovationen ermöglicht einen einzigartigen Blick auf globale und lokale Branchen. Seit 1972 unterstützen wir als eines der weltweit führenden Marktforschungsunternehmen unsere Kunden durch vorausschauende Analysen und Expertenempfehlungen dabei, bessere und schnellere Entscheidungen zu treffen. Unser Ziel ist es, Unternehmen und Menschen bei ihrem Wachstum zu begleiten. Wenn Sie wissen wollen, wie wir das tun – dann besuchen Sie uns auf de.mintel.com.

Pressekontakt

Sie erreichen das globale Pressteam von Mintel per E-Mail unter: press@mintel.com

Telefon: +49 211 81995486