

Pressemitteilung

Alle Jahre wieder?

Appinio-Umfrage: So feiern die Deutschen trotz Pandemie und Inflation Weihnachten

Hamburg, Dezember 2022 – Zack, schon wieder ist das Jahr fast rum. Weihnachten steht vor der Tür und die Deutschen finden sich wieder für das besinnliche Fest zusammen. Doch unter dem Stern von Pandemie, Klimawandel, Ukraine-Krieg und Co.: Wie ist die Stimmung in diesem Jahr? Wie und mit wem wird das Fest gefeiert? Hat Weihnachten für die Deutschen noch die gleiche Bedeutung wie früher? Dazu hat Appinio 1.000 Deutsche in einer repräsentativen Studie (nach Alter und Geschlecht) befragt.

- *Religiöses Fest oder einfach nur frei? Während für die Generation Z Weihnachten hauptsächlich ein weiterer arbeitsfreier Tag ist, wird dem Feiertag bei den älteren Generationen noch vermehrt eine religiöse Bedeutung zugemessen.*
- *Die Corona-Pandemie macht die Deutschen auch zu Weihnachten vorsichtiger und achtsamer. Doch viele schränken sich nicht mehr so ein wie noch vor ein oder zwei Jahren. Das bedeutet auch ein Comeback der Weihnachtsfeier.*
- *Second Hand für mehr Nachhaltigkeit? Jeder Dritte hat schon mal ein gebrauchtes Geschenk verschenkt. Viele denken auch dieses Jahr darüber nach, auch wenn die meisten lieber selbst ein neuwertiges Geschenk haben möchten.*

Fest der Religion oder gewöhnlicher Feiertag? Hauptsache frei!

Fest der Religion oder doch eher ein weiterer arbeitsfreier Tag: Wie sehen die Deutschen das Weihnachtsfest? Für die meisten (41 Prozent) ist Weihnachten gleichermaßen ein religiöses Fest und ein arbeitsfreier Tag. Dennoch sehen mehr Deutsche das Weihnachtsfest als rein arbeitsfreien Tag denn als ein Tag mit religiöser Bedeutung (28 vs. 26 Prozent). Während es der Generation Z (16- bis 24-Jährige) überwiegend um freie Zeit geht (36 Prozent), steht bei den älteren Generationen, etwa den 55- bis 65-Jährigen, der religiöse Aspekt im Vordergrund (32 Prozent). Am wichtigsten ist die Familie - so sieht es auch zu Weihnachten aus. Die überragende Mehrheit (88 Prozent) feiert das Fest mit der Familie, jeder Dritte (34 Prozent) mit Partner, jeder Sechste (15 Prozent) mit Freunden.

Die Pandemie beeinflusst Weihnachten immer noch

Die Corona-Pandemie wirkt sich weiterhin auf Weihnachten aus. Auch wenn die Mehrheit (59 Prozent) sagt, es habe sich durch die Pandemie nichts geändert, ist es für jeden Dritten (36

Prozent) nicht mehr so wie vorher: Die Mehrheit (58 Prozent) verbringt das Fest im kleineren Kreis, auch schränkt sich jeder Vierte (25 Prozent) mittlerweile mehr bei Geschenken ein. Viele (44 Prozent) sind zudem vorsichtiger und achtsamer geworden, um niemanden anzustecken. Dennoch wollen sich sechs von zehn Befragten (60 Prozent) vor dem Weihnachtsessen nicht nochmal auf das Coronavirus testen lassen. Auch eine freiwillige Selbstisolation vor den Feiertagen ist für die große Mehrheit (74 Prozent) keine Option mehr.

Das zaghafte Comeback der Weihnachtsfeier

2020 noch völlig undenkbar, 2021 schon teilweise wieder am Start: Weihnachtsfeiern. Und 2022? Vier von zehn Befragten (41 Prozent) wollen trotz des Ansteckungsrisikos auf die Firmenfeier zu Weihnachten gehen. Nur jeder Fünfte (19 Prozent) würde in diesem Jahr darauf verzichten - auch weil den meisten Befragten (62 Prozent) bewusst ist, dass bei der Feier ein erhöhtes Ansteckungsrisiko besteht.

Energiekrise & Inflation: Den Weihnachtsgürtel enger schnallen?

Die Welt befindet sich im Dauerkrisenmodus und das wirkt sich spürbar auf die Geldbeutel der Deutschen aus. Wird daher 2022 zu Weihnachten gespart? Fast jeder Zweite (47 Prozent) möchte lediglich am Festtagsoutfit sparen, erst danach kommen Geschenke und Dekoration (42 bzw. 40 Prozent). Gerade Frauen wollen am Festtagsoutfit sparen (52 vs. 41 Prozent), Männer hingegen mehr bei Geschenken (43 vs. 40 Prozent).

Insights zum Second-Hand Trend - Sind Gebrauchte Geschenke in?

- Jeder Dritte hat schon mal ein Second Hand zu Weihnachten verschenkt (34 Prozent) - Frauen eher als Männer (37 vs. 31 Prozent)
- Vier von zehn Deutschen denken darüber nach, dieses Jahr auf ein gebrauchtes Geschenk zu setzen (40 Prozent)
- Die große Mehrheit würde als Empfänger*in dennoch ein neu gekauftes Geschenk gegenüber der Second Hand-Variante bevorzugen (77 vs. 23 Prozent)
- Warum ein Second Hand-Geschenk? Top 3: Nachhaltigkeit, Kostenersparnis, Budgetlimits/Regeln fürs Verschenken (46, 42 & 30 Prozent)
- Top 3 Kategorien bei Second Hand-Geschenken: Home & Dekor, Accessoires, Elektrogeräte (56, 49 und 49 Prozent)
- Warum wird Second Hand abgelehnt? Einerseits herrscht die Erwartungshaltung, dass der/die Beschenkte sich nicht freut (34 Prozent), andererseits gibt es Bedenken bei Verfügbarkeit und Qualität (je 30 Prozent)

—

Die ganze Studie mit weiteren Hintergrundinformationen und Stimmen zu dieser Thematik kann auf der Webseite eingesehen und kostenfrei heruntergeladen werden.

Studienergebnisse: research.appinio.com/#/en/survey/public/RJ5q-rb0h

—

Über Appinio

Appinio ist eine globale Marktforschungsplattform, die für innovative und unkomplizierte Marktforschung steht. Die Plattform ermöglicht es Unternehmen, schnell und effizient spezifische Zielgruppen zu befragen und repräsentative Ergebnisse in Echtzeit zu erhalten. Dabei liefert Appinio täglich Millionen Meinungen aus 90+ Märkten für über 2.000 Auftraggebende, darunter Unternehmen aus den Bereichen Konsumgüter, Mobilität, Technologie sowie alle führenden Agenturen und Unternehmensberatungen. Das Unternehmen wurde 2014 von Jonathan Kurfess (Chairman), Max Honig (CEO) und Kai Granaß (CTO) gegründet und hat seinen Hauptsitz in Hamburg. Weitere Informationen unter <https://www.appinio.com/de/>

Pressekontakt:

Anja Nitschke
PR & Communications Manager
anja.nitschke@appinio.com
+49 40 808 127 130