



Wünschestudie 2018

Gewünscht - Gekauft - Geschenk

Dr. Markus Becker
Marktforscher
Dentsu Aegis Resolutions GmbH

Was macht den Weihnachtszauber aus?

Plätzchen backen

Zusammensein
mit der ganzen Familie

Schneemann bauen

Weihnachtsbaum schmücken

Das Leuchten
der Kinderaugen

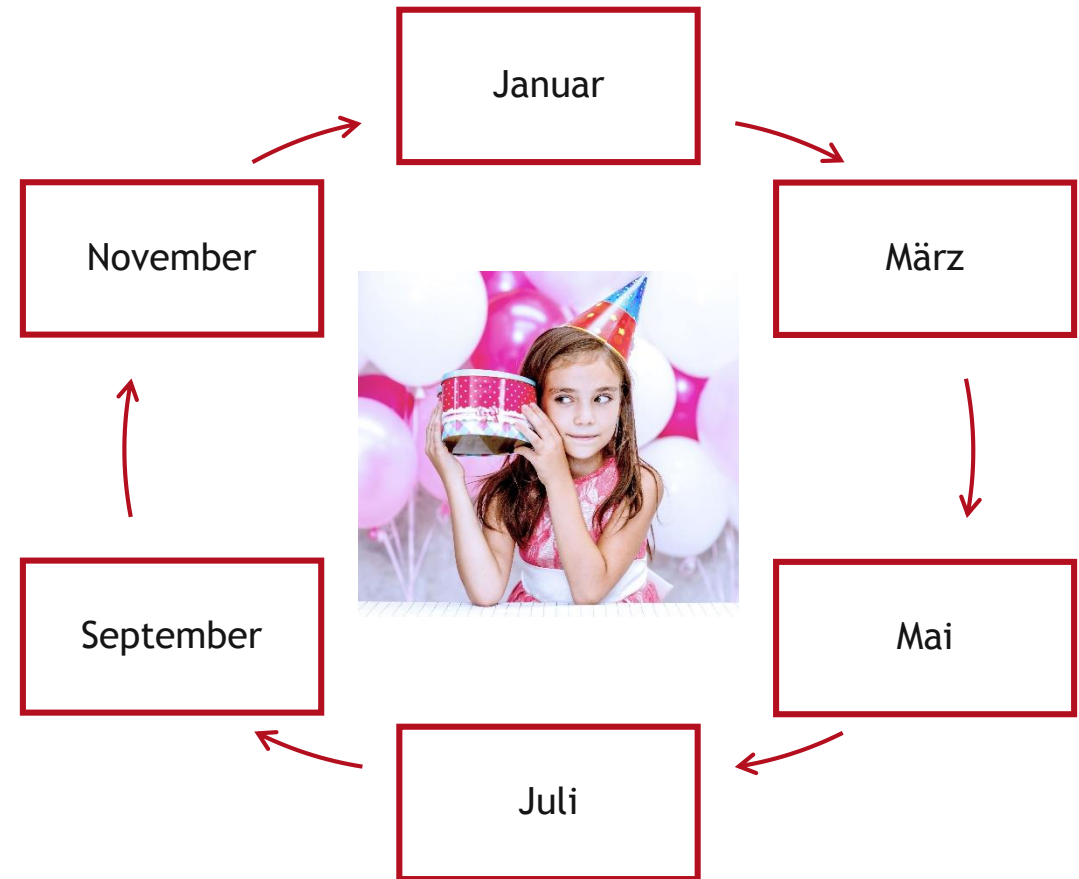
Auspacken
der Geschenke

...in den Köpfen
aber beginnt

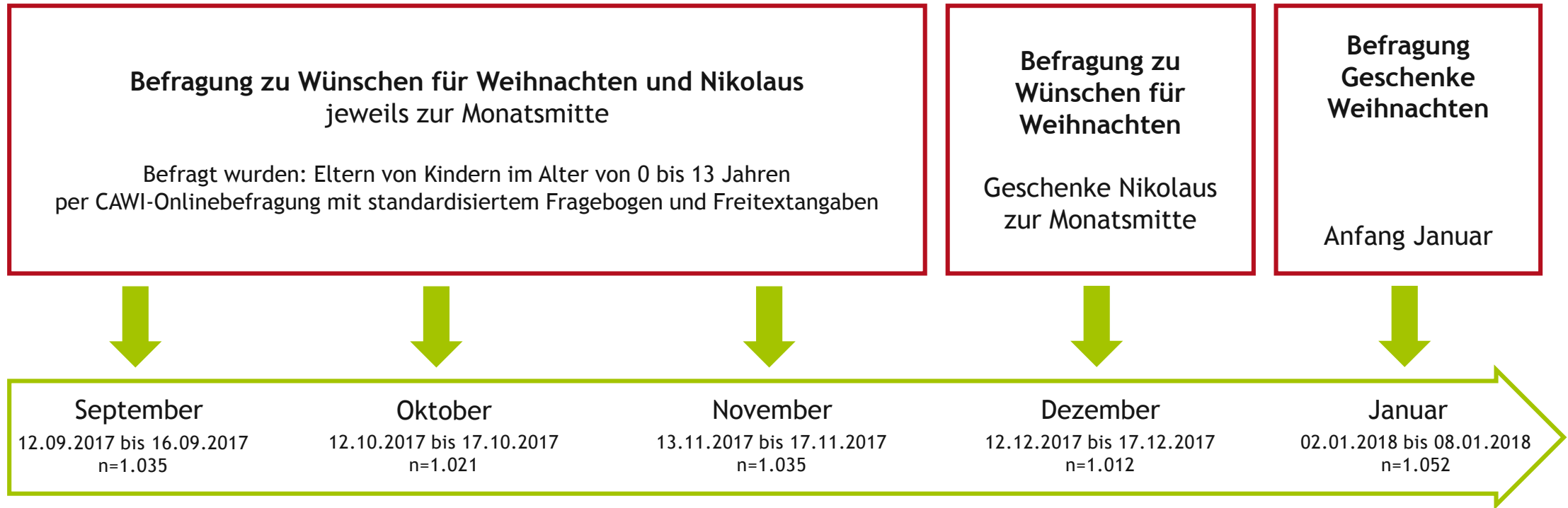
Weihnachten
viel früher

Was wir wissen wollten

- Wann und wie werden Kinderwünsche bei saisonalen Anlässen geweckt?
- Wo holen sich die Kids Anregungen - und welche Rollen spielen dabei die Medien?
- Wann und wie artikulieren Kinder ihre Wünsche?
- Was bekommen Kids von wem geschenkt - und wieviel Geld nehmen die Schenker in die Hand?
- Welche Barrieren gibt es bei den Schenkenden?



Timeline der Studie



Weihnachten als Geschenk-Höhepunkt

Ganz gleich, wie alt das Kind ist oder welchem Kulturkreis es zugehörig ist

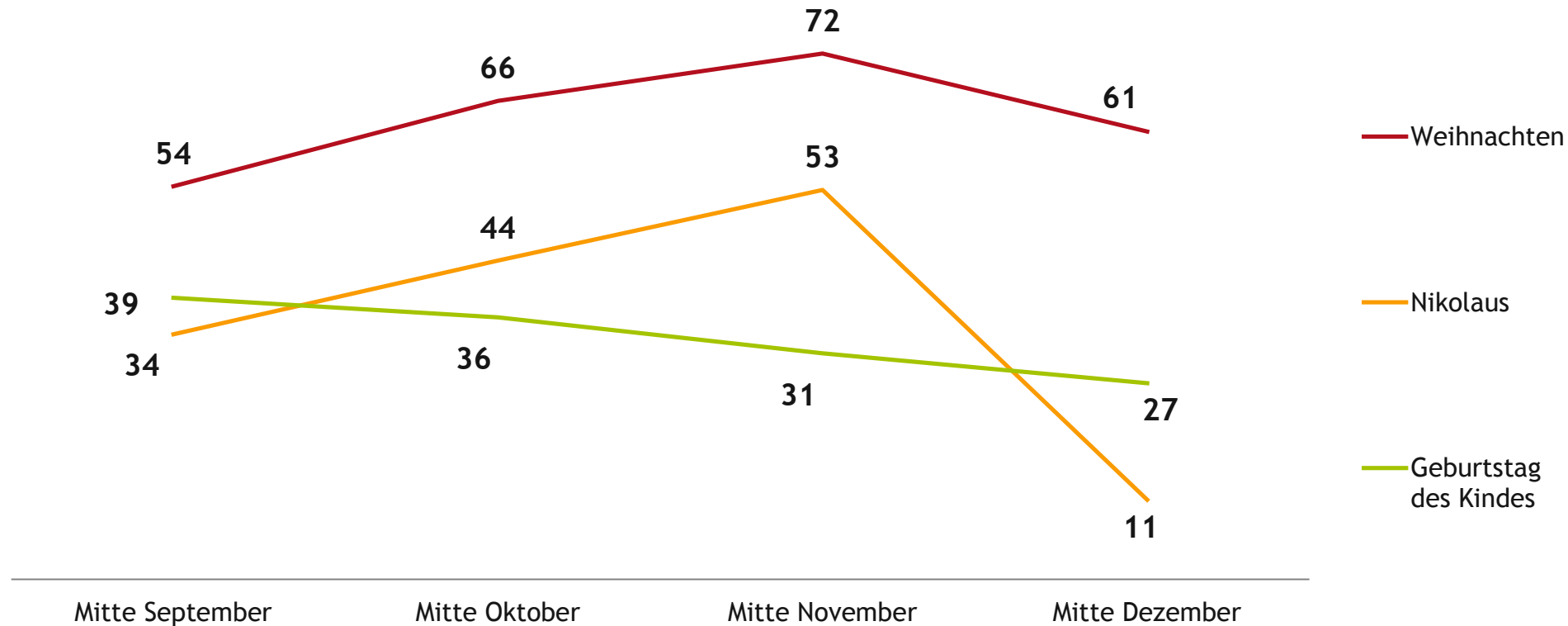


**98%
der Kinder
bekommen Geschenke
zu Weihnachten
und/oder
Nikolaus**

Schon im September ist Weihnachten ein Thema

Beschäftigung der Eltern mit Geschenkanklässen

in %

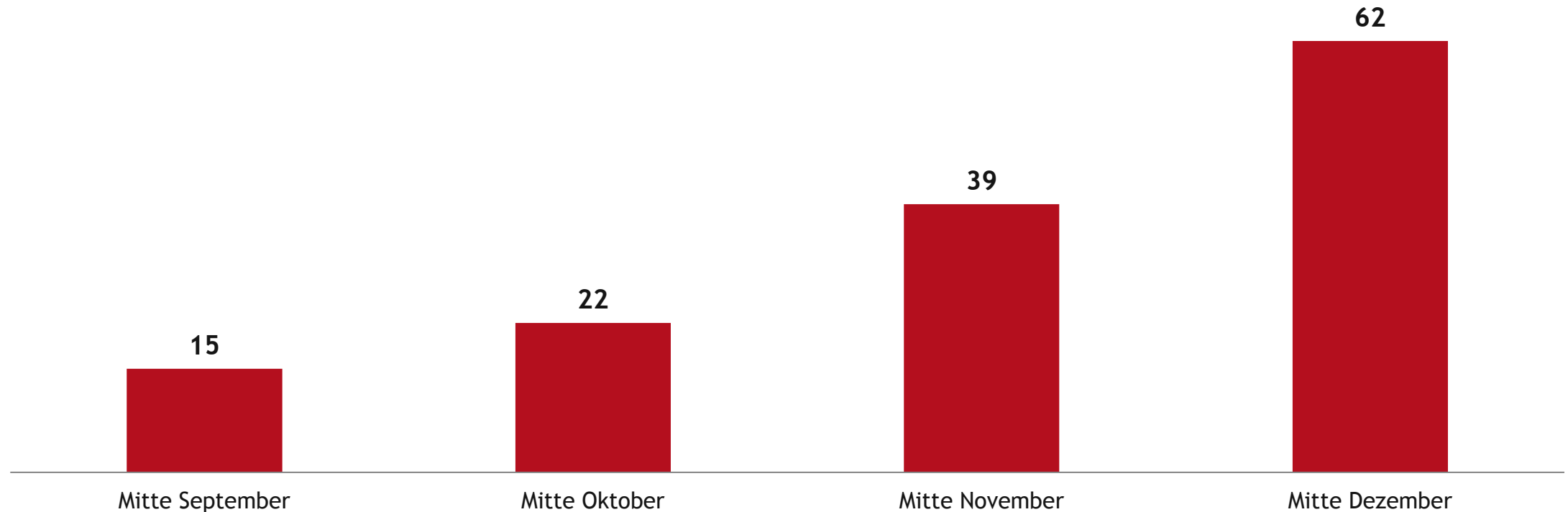


Quelle: Dentsu Aegis Resolutions, IP Deutschland: Wünschestudie 2018 / Basis: alle Befragten / Frage: „Bei unserer Befragung geht es um Geschenke. Geschenke kann man ja zu verschiedenen Anlässen machen. Gibt es Geschenkanklässe, mit denen Sie sich aktuell beschäftigen?“ (Mehrfachantworten möglich)

Der Kauf findet mehrheitlich im Dezember statt

Geschenkekauf der Eltern

in %

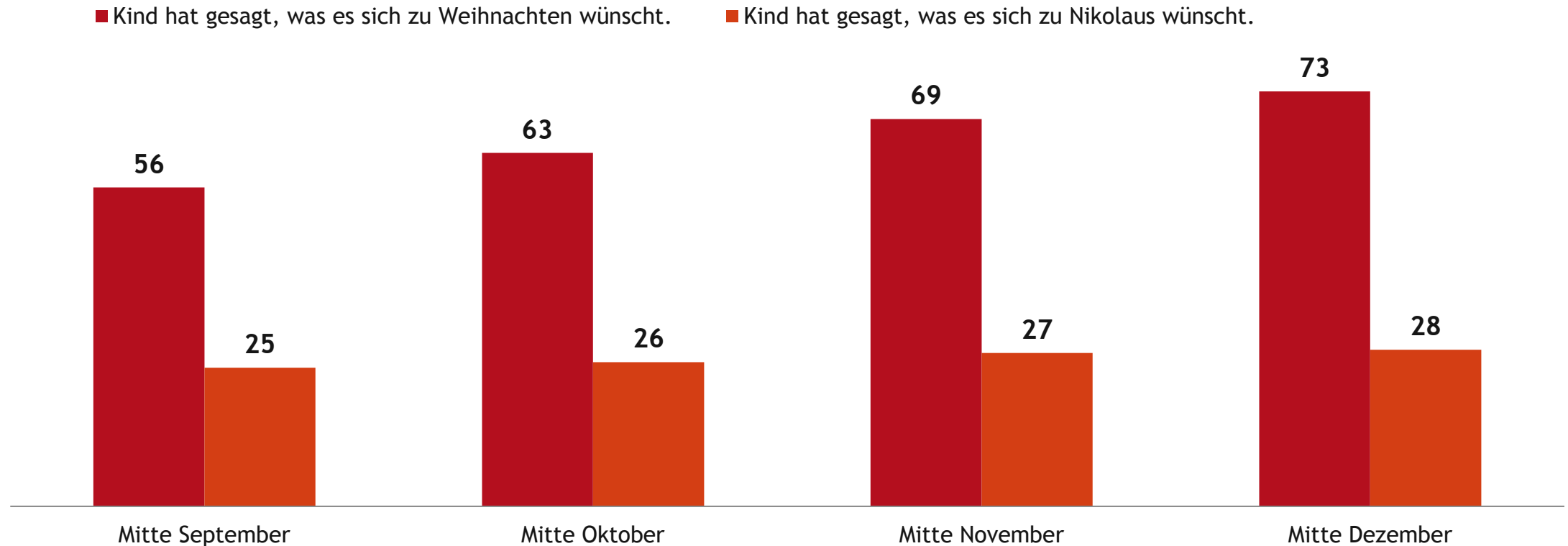


Quelle: Dentsu Aegis Resolutions, IP Deutschland: Wünschestudie 2018 / Basis: alle Befragten / Frage: „Haben Sie bis heute schon daran gedacht, was Sie Ihrem Kind zu Weihnachten schenken könnten? Oder haben Sie mit jemandem schon darüber gesprochen?“ (Mehrfachantworten möglich) / Antwort: „Habe schon etwas davon gekauft.“

Kinder kommunizieren Ihre Wünsche schon sehr früh

Wunschäußerung der Kinder

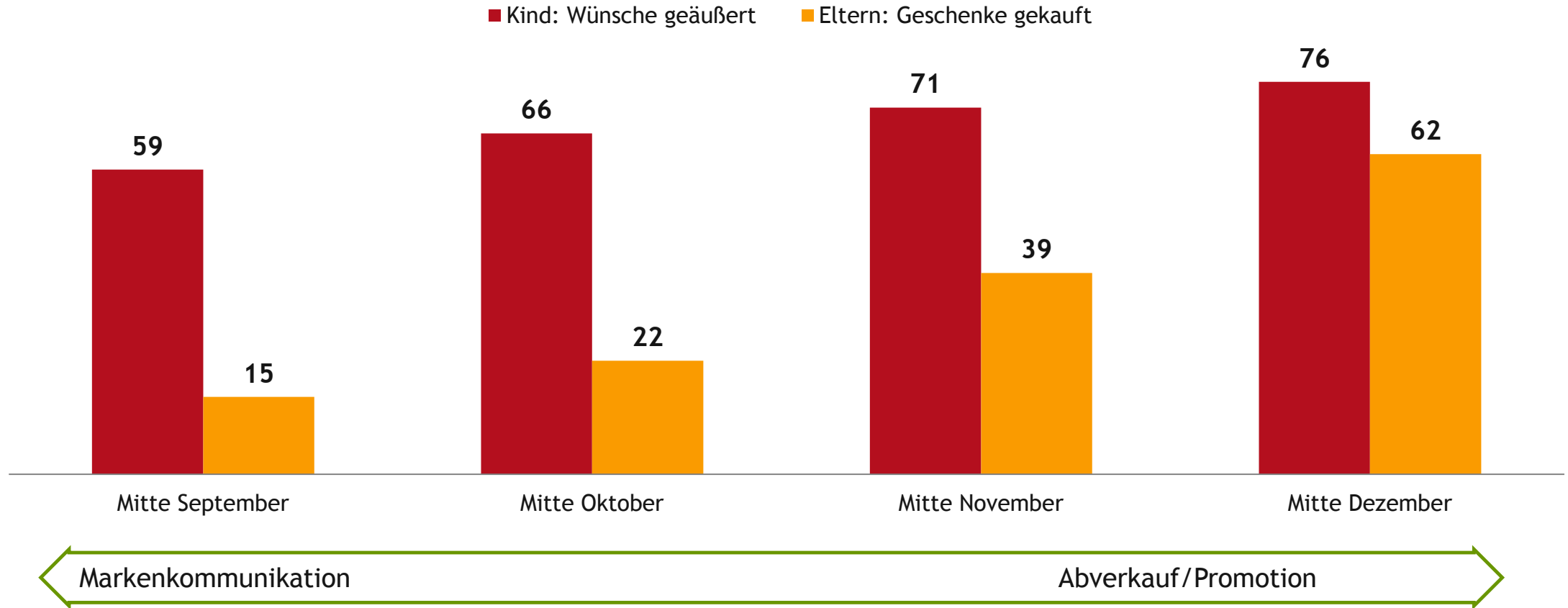
in %



Kinder äußern ihre Wünsche schon im September

Wunschäußerung der Kinder/ Geschenkekauf der Eltern

in %

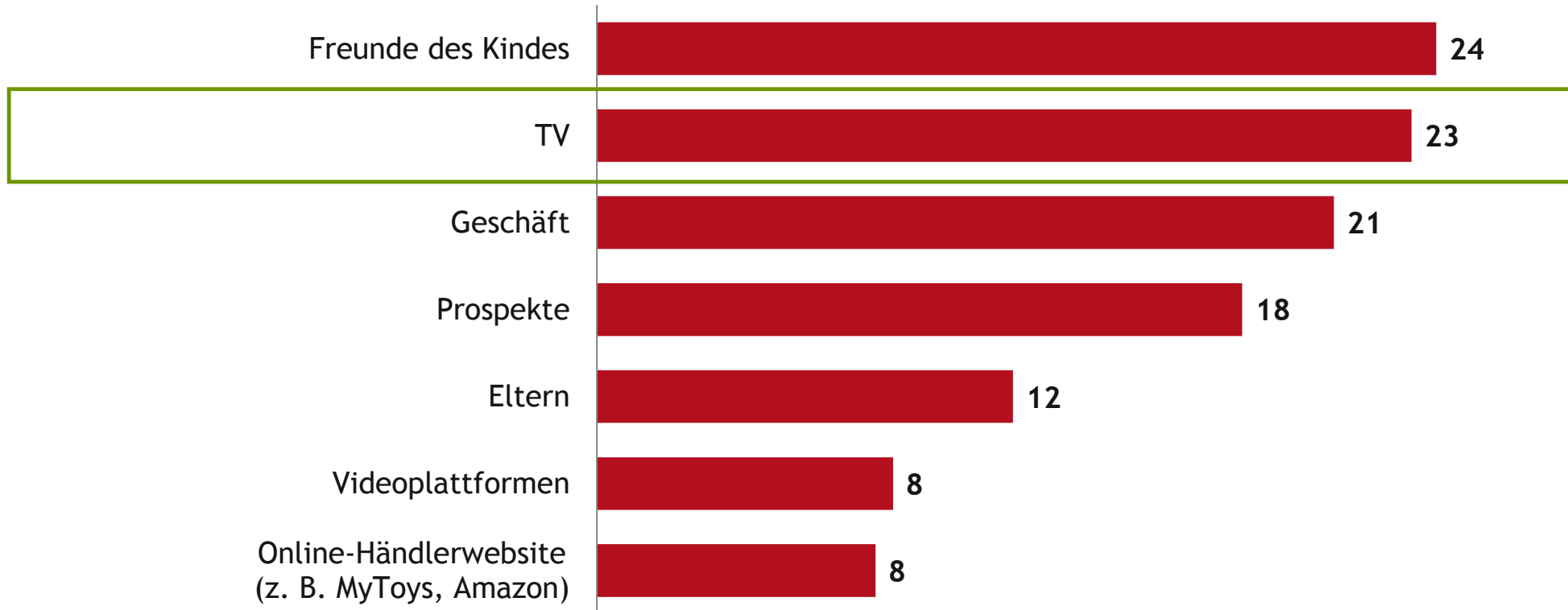


Quelle: Dentsu Aegis Resolutions, IP Deutschland: Wünschestudie 2018 / Basis: alle Befragten mit einem Hauptwunsch / Frage: „Denken Sie nun bitte einmal an das wichtigste Geschenk, das sich Ihr Kind zu Weihnachten gewünscht hat. Woher kam die Anregung zu dieser Geschenkidee?“ (Mehrfachantworten möglich)

Freunde und TV inspirieren Kinderwünsche

Geschenke-Inspiration der Kinder

in %

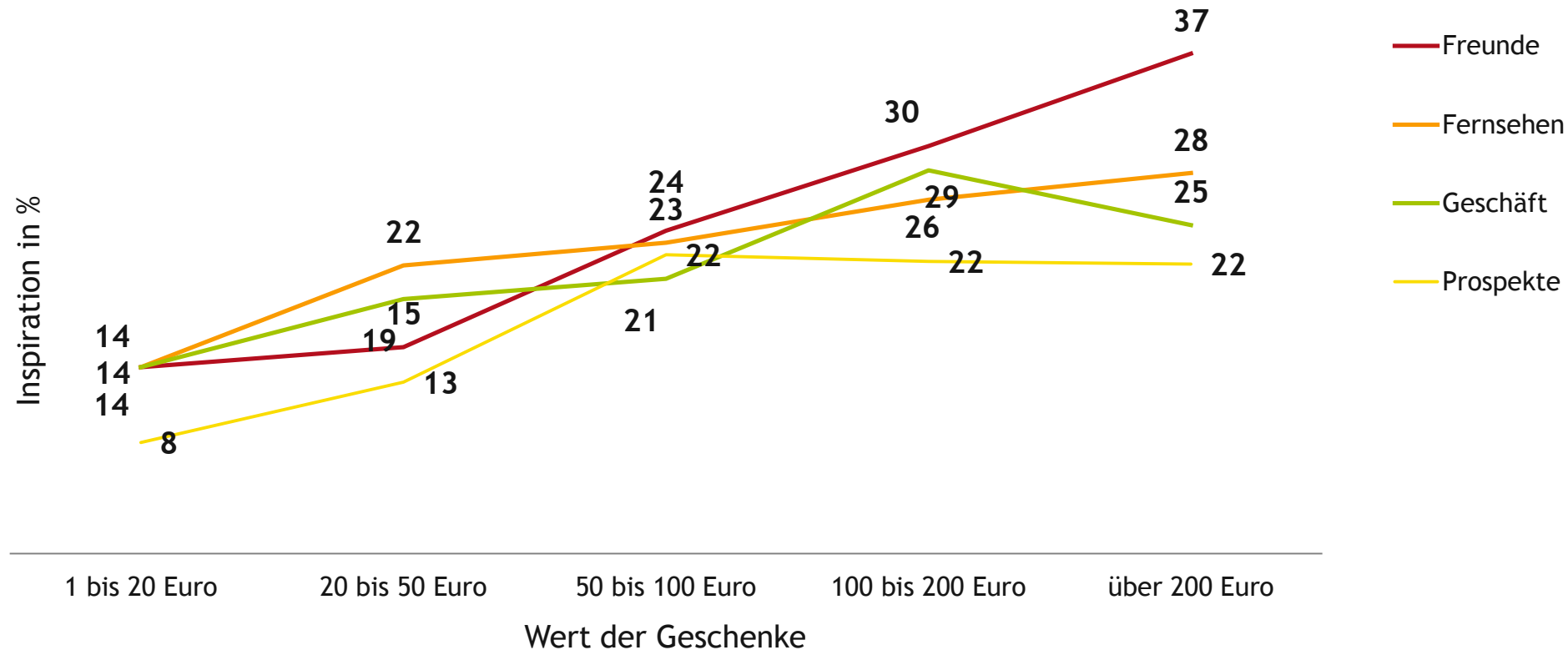


Quelle: Dentsu Aegis Resolutions, IP Deutschland: Wünschestudie 2018 / Basis: alle Befragten mit einem Hauptwunsch / Frage: „Denken Sie nun bitte einmal an das wichtigste Geschenk, das sich Ihr Kind zu Weihnachten gewünscht hat. Woher kam die Anregung zu dieser Geschenkidee?“ (Mehrfachantworten möglich)

Freunde und TV inspirieren teure Wünsche

Inspirationsquellen nach Wert der Geschenke

Nur Geschenke der Eltern



Quelle: Dentsu Aegis Resolutions, IP Deutschland: Wünschestudie 2018 / Basis: alle Befragten mit einem Hauptwunsch / Fragen: „Denken Sie nun bitte einmal an das wichtigste Geschenk, das sich Ihr Kind zu Weihnachten gewünscht hat. Woher kam die Anregung zu dieser Geschenkidee?“ „Bitte schätzen Sie dazu, wie hoch die Ausgaben der Schenkenden für Ihr Kind waren.“ (Filter: Geschenke der Eltern)

Wertvolle Kinder - wertvolle Geschenke

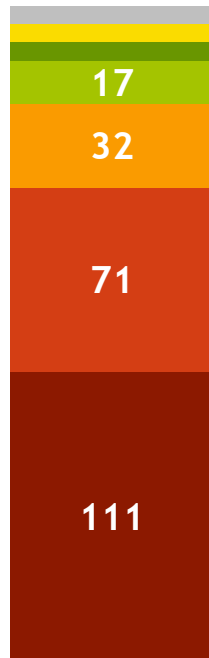


Die Big Spender an Weihnachten

Ausgaben der Schenkenden

in Euro

251 Euro



- Sonstige
- Freunde des Kindes
- Geschwister
- Freunde der Eltern
- Onkel und Tanten
- Großeltern
- Eltern



Eltern möchten die Kosten für Geschenke begrenzen

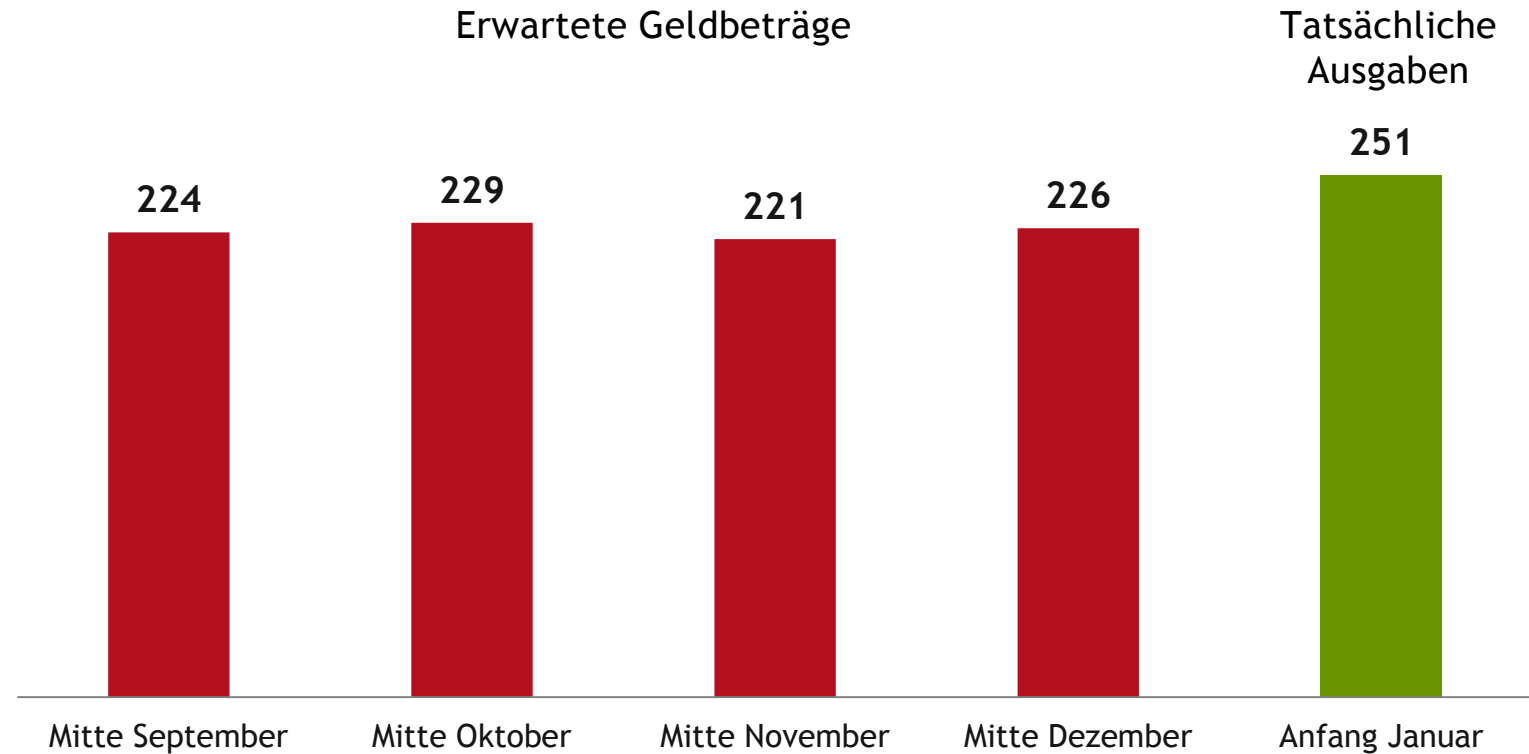


„Der Preis eines
Geschenks darf eine
bestimmte Summe
nicht überschreiten.“
(49% Zustimmung)

Weihnachten wird teurer als erwartet

Ausgaben der Schenkenden

in Euro

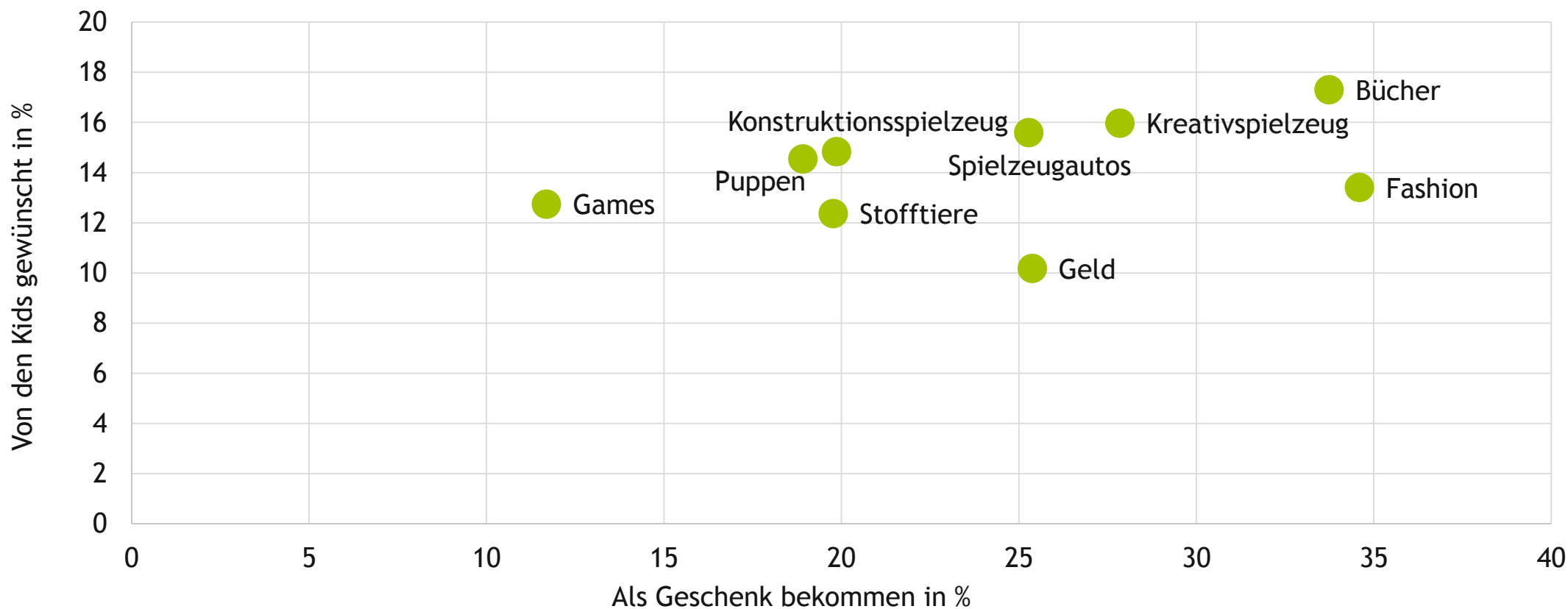


Quelle: Dentsu Aegis Resolutions, IP Deutschland: Wünschestudie 2018 / Basis: alle Befragten, Welle 1-5 / Frage: „Von wem bekam Ihr Kind dieses Jahr Geschenke zu Weihnachten? Bitte schätzen Sie dazu, wie hoch die Ausgaben der Schenkenden für Ihr Kind waren.“

Planübererfüllung an Weihnachten

Von Kind gewünscht vs. von Eltern gekauft

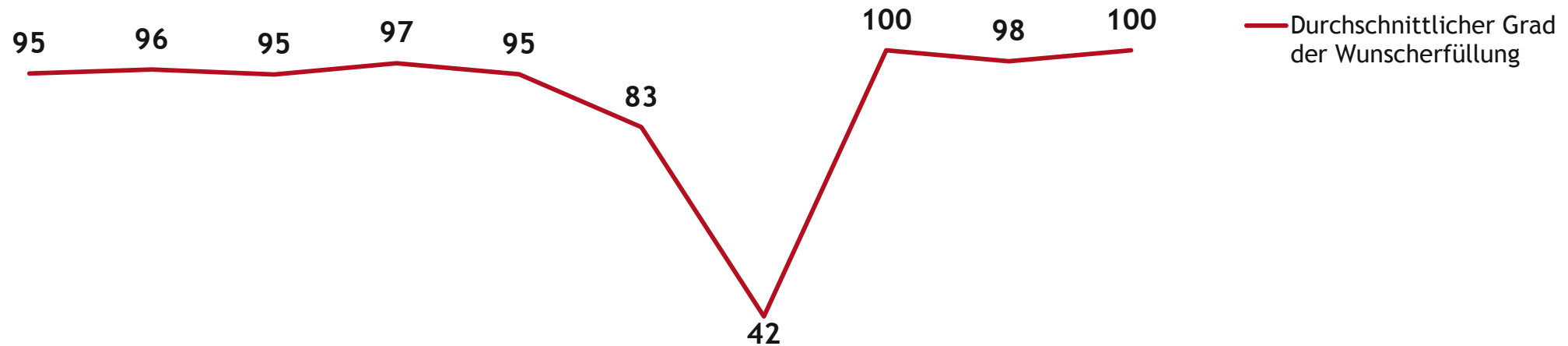
in %



Die meisten Wunschmarken werden auch gekauft

Kinderwünsche vs. Wunscherfüllung

in %



Lego	Playmobil	Mattel	Sony	Nintendo	Samsung	Apple	Hasbro	Vtech	Microsoft
(n = 136)	(n = 76)	(n = 64)	(n = 48)	(n = 43)	(n = 41)	(n = 31)	(n = 32)	(n = 20)	(n = 15)

Quelle: Dentsu Aegis Resolutions, IP Deutschland: Wünschestudie 2018 / Basis: Befragte Welle 5.

Frage: „Denken Sie nun bitte einmal an das wichtigste (zweit-/drittwichtigste) Geschenk, das sich Ihr Kind zu Weihnachten gewünscht hat. Nennen Sie uns bitte auch die Marke oder den Hersteller.“ „Wurde Ihrem Kind dieser Wunsch erfüllt?“

Kinderwünsche werden erfüllt

„Geschenke sollen dem Kind in erster Linie Spaß machen.“
(81%)

„Ich habe große Angst, meinem Kind etwas zu schenken, was es nicht mag.“
(27%)

„Ein Geschenk soll auch immer wertvoll für die Entwicklung eines Kindes sein.“
(59%)

„Geschlechtsspezifische Unterscheidungen bei Spielsachen stören mich nicht.
Mir macht es nichts aus, wenn sich Mädchen etwas in rosa und Jungs etwas in blau wünschen.“
(62%)

... aber in unseren Köpfen
war zu **Weihnachten**
schon längst wieder
Ostern

... denn **49%** der Kids glauben,
dass es den Osterhasen wirklich
gibt.

... und **20%** akzeptieren ihn zumindest
als Teil der Feiertagsrituale, auch wenn sie
an der Existenz des Osterhasen ihre Zweifel
haben.



Ostertypische Geschenke

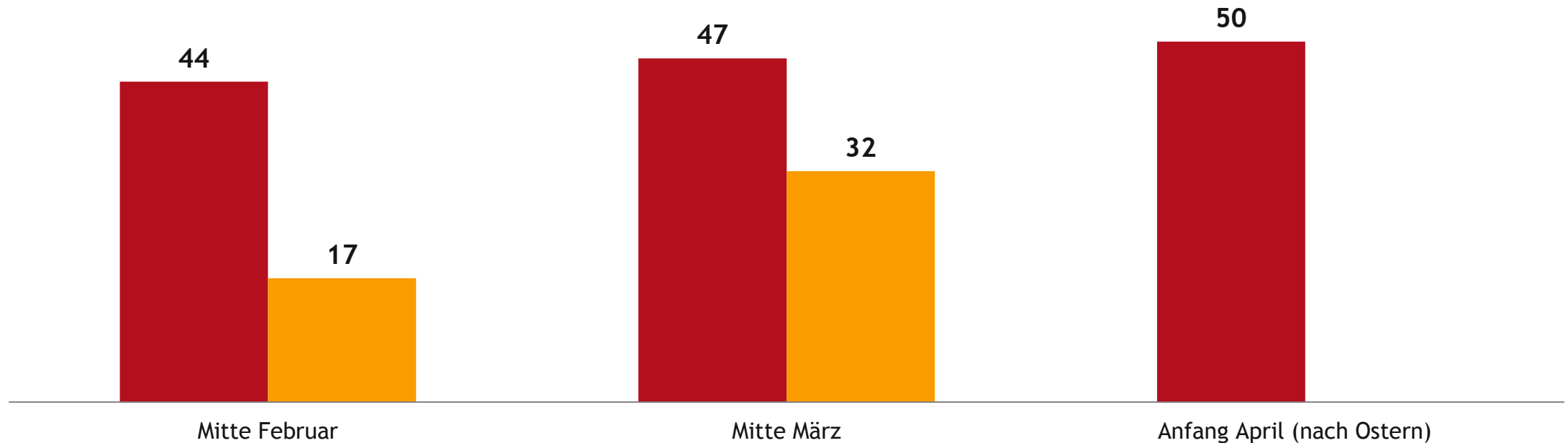


Auch zu Ostern werden Wünsche geäußert

Wunschäußerung der Kinder vs. Kauf der Eltern

in %

■ Kind hat gesagt, was es sich zu Ostern wünscht ■ Eltern haben schon etwas gekauft

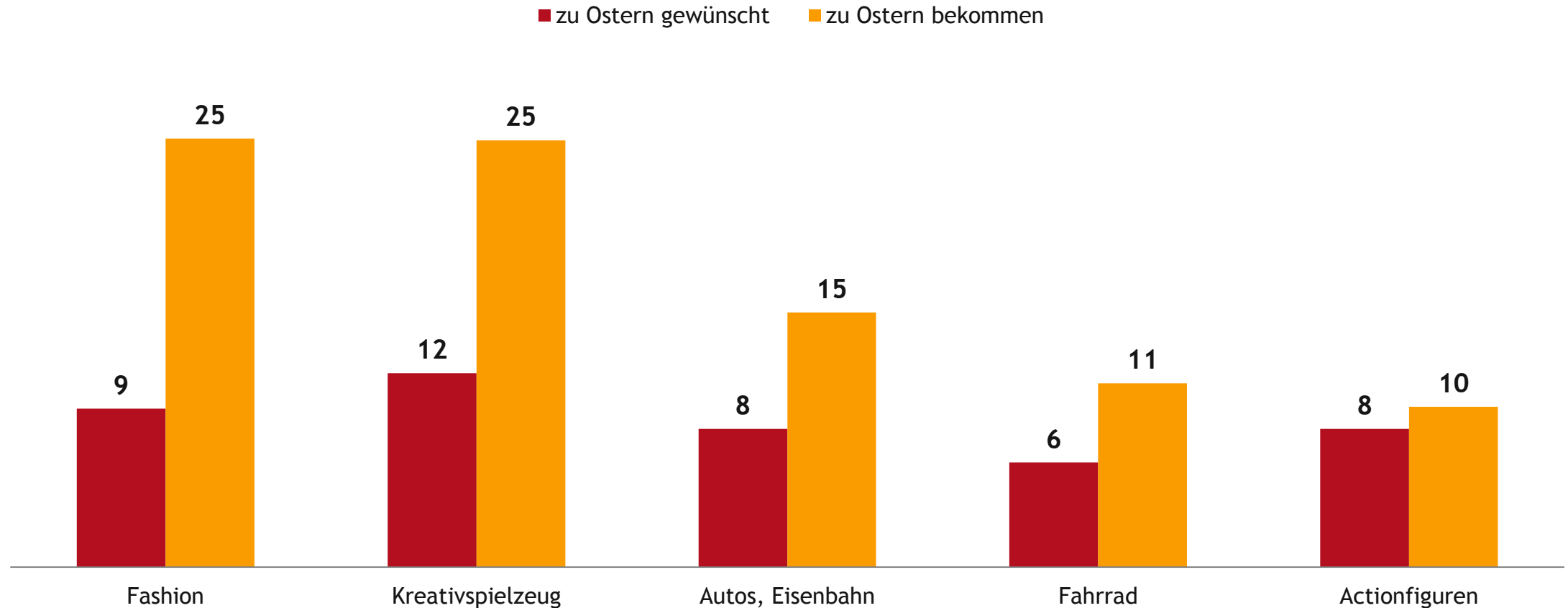


Quelle: Dentsu Aegis Resolutions, IP Deutschland: Wünschestudie 2018 / Basis: alle Befragten / Fragen: "Wie ist das mit den Wünschen für Ostern? Hat Ihr Kind schon Wünsche geäußert?" „Und wie ist das mit Ihnen? Haben Sie bis heute schon daran gedacht, was Sie Ihrem Kind schenken könnten? Oder haben Sie mit jemandem schon darüber gesprochen?“ (Filter: „Habe schon etwas davon gekauft“)

Eltern schenken viel mehr als gewünscht wurde

Vom Kind gewünscht/ tatsächlich zu Ostern bekommen

ausgewählte Beispiele, in %



Gewünscht - Gekauft - Geschenkt. Und nun?

Einige Gedanken zu den Ergebnissen

Sehen, wie es geht

Fernsehen ist neben der Peergroup die wichtigste Inspirationsquelle.

Gewünscht wird früh - gekauft wird spät

Ab November kann der Fokus stärker auf Promotion-/Abverkaufswerbung gehen!

Eltern neigen zu Übererfüllung von Wünschen

Kommunikation kann helfen, leichter das richtige Geschenk zu finden!

Weihnachten, Nikolaus und Ostern

Klassische Feiertage - klassische Motive - klassische Produkte.

Bei den „kleinen“ Feiertagen Nikolaus und Ostern schlummert eine beachtliche Kaufkraft. Kommunikative Maßnahmen helfen hier Kids wie auch Eltern - und sind gerade zu Ostern noch weitgehend unbeachtet!



Dr. Markus Becker

Tel: +49 611 9788 416
Mobil: +49 151 264 51330
Fax: +49 49 611 9788 498
E-Mail: markus.becker@dentsuaegis-resolutions.com

Dentsu Aegis Resolutions GmbH

Kreuzberger Ring 19
D-65205 Wiesbaden