

Achtung, Fettnäpfchen: Jede dritte Frau und jeder vierte Mann werden von ihrem Partner am Valentinstag enttäuscht

Berlin, 11. Februar 2018. Er gilt als Fest der Liebe und doch drückt der Valentinstag in vielen Beziehungen auf die Stimmung: 34,3 Prozent der Frauen und 23,6 Prozent der Männer wurden am Valentinstag (14. Februar) schon einmal von ihrem Partner enttäuscht. Dies zeigt eine aktuelle Umfrage des Verbraucherforums mydealz. 2.000 Verbraucher hat mydealz nach ihrer Meinung zum Valentinstag befragt – mit teilweise überraschenden Ergebnissen.

Zwischen Lust und Frust

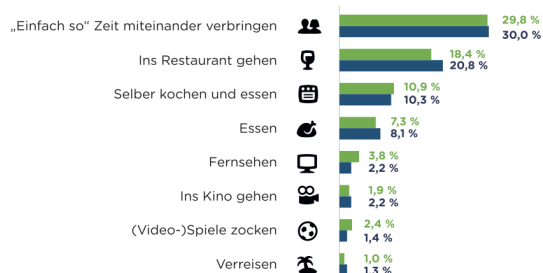
So schenken und denken Verliebte am Valentinstag

Am 14. Februar ist Valentinstag – das Fest der Liebe und des Konsums. Wie es Deutsche mit dem Valentinstag halten, wollte das Verbraucherforum mydealz.de wissen und hat 2.000 Konsumenten

Zeit zu zweit: Den Valentinstag verbringen die meisten Verliebten mit ihrem Partner

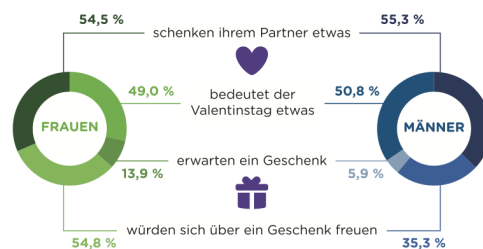
55,8 % der von mydealz befragten Frauen und 59,1 % der Männer verbringen den Valentinstag zusammen mit ihrem Partner.

Das machen Paare am Valentinstag gemeinsam



Keine großen Erwartungen: Nur jeder Zehnte erwartet ein Geschenk

Für jeden zweiten Deutschen hat der Valentinstag eine Bedeutung. Auf ein Geschenk bestehen aber die wenigsten. Dennoch freuen sich die meisten über eine kleine Aufmerksamkeit.



[Infografiken in 72 und 300 dpi zur freien redaktionellen Verwendung finden Sie hier](#)

Lust und Frust liegen am Valentinstag dicht beieinander: Auf die Frage „Hat Dich Dein Partner schon einmal am Valentinstag enttäuscht?“ antworteten 34,3 Prozent der Frauen und 23,6 Prozent der Männer bei der mydealz-Umfrage mit einem klaren „Ja“. Genauso offen sind Frauen auch in der direkten Kommunikation: Gut jede zweite der enttäuschten Frauen (52,0 Prozent) hat ihrem Partner gesagt, dass sie enttäuscht ist. Von den enttäuschten Männern suchte indes nur knapp jeder Dritte (32,5 Prozent) das klärende Gespräch.

Die größte „Fettnäpfchen-Gefahr“ lauert beim Valentinstagsgeschenk. Und oft sind die Probleme hier „hausgemacht“: Zwar wurde nur jede siebte Frau (14,9 Prozent) und nur jeder zwanzigste Mann (5,4 Prozent) enttäuscht, weil ihr Partner ihnen nichts geschenkt hat. Mit der Wahl des Geschenks tun sich aber viele schwer: Jede dritte Frau (33,8 Prozent) und sogar 36,5 Prozent der Männer zeigten sich bei der mydealz-Umfrage enttäuscht, weil ein Geschenk nicht zu ihnen gepasst hat. Weitere 16,2 Prozent der Frauen und 21,6 Prozent der Männer fanden das Geschenk schlicht „unpersönlich“. Und auch der drittmeist genannte Grund für Verdruss spricht für sich: „Ich hatte mir etwas anderes gewünscht“, erklärten 12,2 Prozent der Frauen und – immerhin – genauso viele Männer. Einander zuhören zahlt sich also auch am Valentinstag aus.

Mehr als jeder Zweite kauft ein Valentinstagsgeschenk und gibt meist bis zu 50 Euro aus

Über mangelnde Aufmerksamkeit können sich Verliebte aber eigentlich nicht beschweren. 49,0 Prozent der Frauen und sogar 50,8 Prozent der Männer erklärten bei der mydealz-Umfrage, der Valentinstag bedeute ihnen etwas. Ein Geschenk kaufen wollten 54,5 Prozent der Frauen und 55,3 Prozent der Männer. Und nicht wenige von ihnen greifen hierfür tiefer in die Tasche: Jede vierte Frau (25,9 Prozent) und jeder fünfte Mann (21,7 Prozent) gaben an, dieses Jahr mehr auszugeben als noch 2018. Genauso viel wie im Vorjahr geben gut sechs von zehn Frauen (61,4 Prozent) und fast sieben von zehn Männern (68,0 Prozent) aus.

Gemessen an den Ausgabeabsichten, sind Männer am Valentinstag etwas spendabler als Frauen: 7,1 Prozent der Männer, aber „nur“ jede zwanzigste Frau (5,0 Prozent) wollen dieses Jahr mehr als 100 Euro für ein Geschenk ausgeben. Mehr als 250 Euro haben immerhin noch jeder fünfzigste Mann (2,0 Prozent), aber „nur“ 1,5 Prozent der Frauen beiseitegelegt. Und auch über Budgets zwischen fünfzig und 100 Euro verfügen mehr Männer (14,7 Prozent) als Frauen (10,6 Prozent). In einem gleichen sich die Geschlechter aber: Für ein Geschenk geben die meisten Frauen (84,4 Prozent) und Männer (78,3 Prozent) weniger als fünfzig Euro aus. „Kleine“ Gesten sind für sie am Valentinstag scheinbar wichtiger als teure Geschenke.

Blumen und individuelle Geschenke werden am häufigsten verschenkt

Blumen sind der Bestseller zum Valentinstag und spülten Blumenhändlern, der GfK zufolge, letztes Jahr allein in der Valentinstagswoche 58 Millionen Euro in die Kasse. Und auch dieses Jahr dürfen sich Floristen auf – im wahrsten Wortsinn – florierende Geschäfte freuen: 45,0 Prozent der von mydealz befragten Männer und 3,0 Prozent der Frauen wollen ihrem Partner dieses Jahr Blumen zum Valentinstag schenken. Noch vor einem gemeinsamen Dinner (12,4 Prozent) und Schmuck (5,5 Prozent) sind Blumen damit das von den meisten Männern gekaufte Valentinstagsgeschenk. Selbstgestaltetes (4,4 Prozent), Fotogeschenke (3,8 Prozent), Parfüm (2,7 Prozent) und Pralinen (2,2 Prozent) folgen bei den Männern auf Rang vier bis sechs der meistgewählten Geschenke.

Bei den Frauen lässt sich kein ähnlich starker Trend beobachten. Selbstgestaltete Produkte sind hier das meistgenannte Geschenk – mit allerdings gerade einmal 13,6 Prozent. Auf sie folgen Schokolade und Pralinen (10,1 Prozent) sowie Fotogeschenke (9,6 Prozent) und ein gemeinsames Dinner (9,1 Prozent) vor Parfüm (8,5 Prozent) und Schmuck (4,0 Prozent). Insgesamt tendieren Frauen so eher zu individuellen, persönlichen Geschenken.

Zeit zu zweit entscheidender als Geschenke?

Wichtiger als Geschenke ist es für viele Verliebte, gemeinsam Zeit zu verbringen. 57,8 Prozent der Frauen und sechs von zehn Männern (59,1 Prozent) erklärten, den Valentinstag mit ihrem Partner verbringen zu wollen. Was sie konkret machen, entscheiden viele dabei spontan. Knapp jede dritte Frau (29,8 Prozent) und jeder dritte Mann (30,0 Prozent) erklärten: „Wir verbringen einfach so miteinander Zeit“.

Meistens geht Liebe durch den Magen: 18,4 Prozent der Frauen und 20,8 Prozent der Männer gehen mit ihrem Partner essen. Jede zehnte Frau (10,9 Prozent) und jeder zehnte Mann (10,3 Prozent) kochen und essen gemeinsam mit ihrem Partner. Und 7,3 Prozent der Frauen sowie 8,1 Prozent der Männer essen mit ihrem Partner. Hinter dem gemeinsamen Essen treten übrige Freizeitaktivitäten wie gemeinsames Fernsehen (3,8 bzw. 2,2 Prozent), ein Kinobesuch (1,9 bzw. 2,2 Prozent), ein (Video-)Spieleabend (2,4 bzw. 1,4 Prozent) oder eine gemeinsame Reise (1,0 bzw. 1,3 Prozent) sonst deutlich zurück – vermutlich auch, weil der Valentinstag dieses Jahr ein Donnerstag ist.

Vier von zehn Beschenkten entsorgen unliebsame Geschenke

Viele Verliebte trennen sich von Geschenken, die ihnen nicht gefallen. Auf die Frage „Hast Du schon einmal ein Geschenk verkauft, das Dir nicht mehr gefallen“ hat, antworteten zwar 57,6 Prozent der Frauen und 54,1 Prozent der Männer mit einem entschiedenen „Nein, so etwas macht man nicht“. Was schmeichelhaft klingt, bedeutet in anderen Zahlen aber: 42,4 Prozent der Frauen und sogar 45,9 Prozent der Männer trennen sich von Geschenken, die ihnen nicht gefallen.

Am häufigsten werden unliebsame Valentinstagsgeschenke verkauft: Jede sechste Frau (17,9 Prozent) und jeder vierte Mann (23,8 Prozent) haben sie zu Geld gemacht. Weitere 9,4 Prozent der Frauen und 7,2 Prozent der Männer haben ihren Partner gebeten, ein Geschenk umzutauschen. Gelegentlich werden unliebsame Geschenke einfach weiterverschenkt (9,4 bzw. 7,2 Prozent) und selten landen sie im Müll. Gerade einmal jede vierzigste Frau (2,4 Prozent) und jeder fünfzigste Mann (1,9 Prozent) haben schon einmal ein Valentinstagsgeschenk weggeworfen.

Anders sieht das nur bei Geschenken vom „Ex“ aus. Nach dem Beziehungsaus entsorgen 30,1 Prozent der Frauen und 27,5 Prozent der Männer Geschenke ihres ehemaligen Partners. Jede vierte Frau (25,8 Prozent) und 28,1 Prozent der Männer haben die Geschenke vom Ex verlegt. Und 3,3 Prozent der Frauen sowie 1,9 Prozent der Männer gaben an, dass ihr Verflössener sie wiederhaben wollte.

--

Hinweis zur Methodik: Die oben zusammengefassten Aussagen sind das Ergebnis einer Umfrage, die das Verbraucherforum mydealz.de im Zeitraum vom 4. bis zum 6. Februar 2019 online unter 2.000 in Deutschland ansässigen und in einer Beziehung lebenden Konsumenten durchgeführt hat.

--

Über mydealz (www.mydealz.de):

mydealz (www.mydealz.de) wurde im Jahr 2007 von Fabian Spielberger als Blog gegründet und ist heute mit 35,5 Millionen Sessions pro Monat das größte deutsche Social-Commerce-Netzwerk. 6,7 Millionen Konsumenten (Unique User) nutzen mydealz, um Angebote einzustellen, zu diskutieren und zu bewerten und so Produkte zu den besten Konditionen am Markt zu finden. Seit 2014 ist mydealz Teil der Pepper.com-Gruppe, die als weltweit größte Shopping-Community 25 Millionen Verbraucher pro Monat erreicht und 12.000 Kaufentscheidungen pro Minuten beeinflusst. Zu Pepper.com zählen neben mydealz die Plattformen Buenosdeals (USA), Chollometro (Spanien), Dealabs (Frankreich), DesiDime (Indien), hotukdeals (Großbritannien), NL.Pepper.com (Niederlande), Pelando.com.br (Brasilien), Pelando.sg (Singapur), Pepper.co.kr (Süd-Korea), Pepper.pl (Polen), Preisjäger (Österreich) und Promodescuentos (Mexiko).

—

Pressekontakt:

Pepper Media Holding GmbH

Michael Hensch

Public Relations & Communications Manager

E-Mail: michael@pepper.com

Telefon: +49 176 633 47 407

ÜBER PEPPER MEDIA HOLDING

Pepper.com, the world's largest shopping community, was founded in 2014 by Fabian Spielberger and Paul Nikkel. Through international partnerships and conversations, Pepper.com gives smart shoppers around the world a voice to share deals, tips and ideas, connecting members in 14 countries on four continents. The Pepper.com group is headquartered in Berlin/Germany with offices in Belo Horizonte, Guadalajara, London, Lyon, Mumbai and Winnipeg and consists of market-leading platforms such as **BuenosDeals** (North America), **Dealabs** (France), **DesiDime** (India), **HotUKDeals** (United Kingdom), **mydealz** (Germany), **Pelando.com.br** (Brazil), **Pelando.sg** (Singapore), **Pepper.co.kr** (South-Korea), **Pepper NL** (The Netherlands), **Pepper PL** (Poland), **Pepper.ru** (Russia), **Preisjaeger** (Austria) and **PromoDescuentos** (Mexico). These platforms are currently used by more than 25 million smart shoppers and influence 12,000 buying decisions every minute.

 pr.co



Pepper Media Holding Pressemitteilungen