



🕒 08 Mai 2019, 10:15 (CEST)

Umfrage zum Muttertag: So schenken Verbraucher

Berlin, 8. Mai 2019. Wer in diesen Tagen durch die Einkaufszone bummelt oder durchs „World Wide Web“ surft, kommt an Werbung nicht vorbei: Diesen Sonntag (12. Mai) ist Muttertag und der Handel stellt sich schon nun auf ein neues Umsatzhoch ein. Doch wie läuft das Geschäft zum Muttertag wirklich? Was und wo kaufen Verbraucher ein? Und wie viel geben sie für Geschenke zum Muttertag aus? Dieser Frage ist das Verbraucherforum mydealz.de nachgegangen und hat 2.043 Verbraucher befragt.

Geschenke gehören für die meisten Verbraucher zum guten Ton: 72,3 Prozent der 2.047 von mydealz Befragten antworteten auf die Frage, ob sie ihrer Mutter dieses Jahr etwas zum Muttertag schenken, mit einem klaren „Ja“. Frauen sind dabei etwas spendabler als Männer: Drei von vier befragten Frauen (75,4 Prozent), aber nur 69,3 Prozent der männlichen Verbraucher, gaben an, ihrer Mutter dieses Jahr etwas schenken zu wollen.

Die Chancen, dass sich die Mutter auch über ein Geschenk freut, stehen übrigens gut. Zwar antwortete nur jede siebte Mutter (13,9 Prozent) mit „Ja“ auf die Frage, ob sie sich ein Geschenk zum Muttertag wünsche. Ganze 65,9 Prozent der Mütter antworteten aber, sie würden sich über ein Geschenk zum Muttertag freuen. Und nur jede fünfte Mutter (21,2 Prozent) gab an, sich kein Geschenk zu wünschen.

Blumen und Pralinen sind die beliebtesten Geschenke

Bei der Wahl des Geschenks greifen Verbraucher zu Altbewährtem: Blumen sind auch dieses Jahr mit deutlichem Abstand das meistgekauftete Muttertagsgeschenk. Gut jeder zweite Verbraucher – 40,9 Prozent der Männer und 63,2 Prozent der Frauen – schenken ihrer Mutter dieses Jahr Blumen. Pralinen und Schokolade folgen bei Frauen (34,8 Prozent) und Männern (18,6 Prozent) auf Rang zwei. Selbstgestaltete Präsente (27,4 Prozent) vervollständigen bei den Frauen noch vor Parfüm (18,2 Prozent) die Top-3 der populärsten Muttertagsgeschenke. Männer basteln scheinbar weniger gerne: Parfüm (10,7 Prozent) liegt bei ihnen auf dem dritten Rang der populärsten Präsente. Etwas Selbstgestaltetes (Rang 4) möchten 7,3 Prozent der Männer ihrer Mutter schenken.

Und auch ein Blick auf die übrigen Ränge der Top-10 offenbart wenig Überraschendes. Mode, Schmuck (jeweils 16,6 Prozent), Kosmetik (16,2 Prozent) sowie Möbel oder Dekoartikel (12,7 Prozent), Tickets für Veranstaltungen (10,1 Prozent) und Lebensmittel (6,5 Prozent) finden sich bei den Frauen auf den Rängen fünf bis zehn der meistgenannten Geschenke. Bei den Männern liegen hier Kosmetik (6,2 Prozent), Mode, Schmuck (jeweils 5,9 Prozent), Möbel und Dekoartikel (4,1 Prozent) sowie Tickets für Veranstaltungen (3,9 Prozent) und Haushaltsgeräte (3,4 Prozent).

Geschenke kaufen die meisten Verbraucher im klassischen Handel

Vom Muttertagsgeschäft profitieren vor allem klassische Händler. Zumindest erklärten 55,3 Prozent der von mydealz befragten Verbraucher, ihr Muttertagsgeschenk im stationären Handel zu kaufen, während nur 44,7 Prozent der Befragten ihr Geschenk online bestellen möchten. Frauen (57,0 Prozent) kaufen dabei etwas eher im klassischen Handel als Männer (53,7 Prozent).

Weshalb der klassische dem Online-Handel im Muttertagsgeschäft den Rang ablauft, lässt sich mit der Wahl der Geschenke erklären: Blumen sind das meistgekauftete Geschenk und Blumenhändler folgerichtig die meistfrequentierten Händler. 35,8 Prozent der Männer und immerhin noch 30,3 Prozent der Frauen kaufen ihr Muttertagsgeschenk beim Blumenhändler. Von allen Händlern stehen Floristen im Muttertagsgeschäft damit am höchsten in der Gunst der Verbraucher.

Ähnlich beliebt sind einzig Online-Marktplätze, bei denen jede vierte Frau (24,4 Prozent) und jeder vierte Mann (24,7 Prozent) ihr Muttertagsgeschenk kaufen möchten. Marktplätze wie Amazon, eBay, Rakuten und Real.de laufen damit Online-Shops den Rang ab, bei denen 18,6 Prozent der weiblichen und 21,6 Prozent der männlichen Befragten ihr Geschenk kaufen wollten.

Im klassischen Handel rangieren Kaufhäuser (14,7 Prozent der Frauen, 7,0 Prozent der Männer) und Supermärkte (10,8 Prozent der Frauen, 9,2 Prozent der Männer) weit hinter Blumenhändlern, aber noch deutlich vor Juwelieren, bei denen jeweils 1,3 Prozent der befragten Frauen und Männer ihr Muttertagsgeschenk kaufen wollten. Und auch auf die berüchtigten „Blumen von der Tanke“ wollen am Muttertag zumindest einige Männer nicht verzichten. Keine Frau, aber 0,4 Prozent der Männer erklärten, an der Tankstelle ein Geschenk für ihre Mutter kaufen zu wollen.

Jeder Sechste gibt mehr als 40 Euro aus

Frauen und Männer unterscheiden sich auch in ihrer Ausgabebereitschaft – zumindest, wenn’s um die eigene Mutter geht. Männer scheinen hier insgesamt etwas spendabler zu sein als Frauen. Zumindest erklärten 3,6 Prozent der von mydealz befragten Männer, aber nur 2,3 Prozent der Frauen für ihr Muttertagsgeschenk mehr als 100 Euro ausgeben zu wollen. Und mehr als 40 Euro möchte sogar jeder fünfte Mann (18,5 Prozent), aber nur jede siebte Frau ausgeben (15,3 Prozent).

Männer wie Frauen greifen beide meistens aber eher zu günstigeren Geschenken. So geben 84,7 Prozent der Frauen und 81,6 Prozent der Männer, der Umfrage zufolge, dieses Jahr weniger als 40 Euro für Muttertagsgeschenke aus. 20 bis 40 Euro haben 29,6 Prozent der Frauen und 31,5 Prozent der Männer einkalkuliert. Mit Ausgaben zwischen 10 und 20 Euro rechnen jeweils gut vier von zehn Frauen (44,3 Prozent) und Männern (43,7 Prozent). Und jede zehnte Frau (10,8 Prozent) sowie 6,3 Prozent der Männer planen sogar, weniger als zehn Euro auszugeben.

Online-Käufer sind etwas spendabler

Dass sich neben dem Geschlecht auch das Medium auf die Ausgabebereitschaft auswirkt, zeigt ein Vergleich der Ausgaben im klassischen Handel und Internethandel. „Online“ kaufen zwar weniger Verbraucher ein. Sie geben bei Online-Shops und -Marktplätzen aber etwas mehr Geld aus als bei klassischen Händlern: Mit 1,9 Prozent wollen fast doppelt so viele Befragte online mehr als 100 Euro ausgeben als im klassischen Handel (1,1 Prozent). Und weniger als zwanzig Euro wollten nur 18,7 Prozent der Online-Käufer, dafür aber jeder dritte Verbraucher (33,9 Prozent) ausgeben, der sein Muttertageschenk im klassischen Handel kauft.

Besonders stark ist der Trend zum Online-Shopping bei weiblichen Verbrauchern ausgeprägt. Für mehr als 100 Euro wollten 1,6 Prozent der befragten Frauen online, aber nur 0,7 Prozent im klassischen Handel einkaufen. Weniger als 20 Euro haben hingegen 37,5 Prozent der Frauen eingeplant, die ihr Geschenk im klassischen Handel kaufen, während online nur jede sechste Frau (17,6 Prozent) so wenig ausgeben möchte. Bei Männern schwankt die Ausgabebereitschaft nicht so stark. Mehr als 100 Euro geben 1,5 Prozent der Männer im klassischen Handel und 2,2 Prozent im Online-Handel aus. Für weniger als zwanzig Euro wollten indes 30,3 Prozent der Männer ein Muttertageschenk im stationären Handel kaufen, aber nur 19,7 Prozent online.

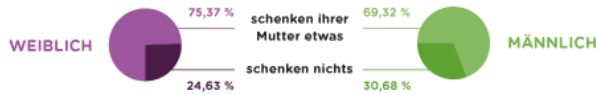


Umfrage zum Muttertag

So schenken Verbraucher

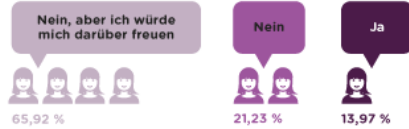
Am 12. Mai ist Muttertag – und Geschenke gehören zum guten Ton. Zwar erwartet nur jede siebte Mutter ein Geschenk. 70 % der Verbraucher wollen ihrer Mutter aber etwas schenken. Wie das Konsumverhalten zum Muttertag aussieht, zeigt diese Infografik.

Vor allem Frauen kaufen Muttertagsgeschenke



Nur jede siebte Mutter erwartet ein Geschenk zum Muttertag

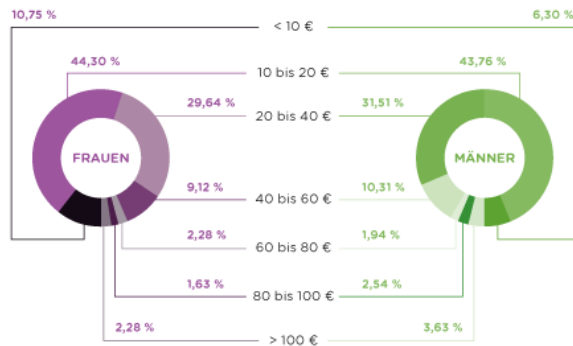
Wünschst Du Dir ein Geschenk zum Muttertag?



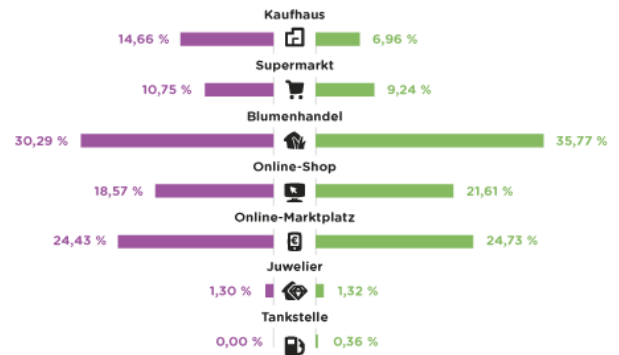
Blumen und Pralinen sind die beliebtesten Geschenke



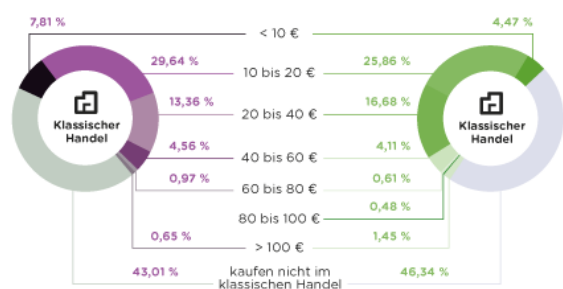
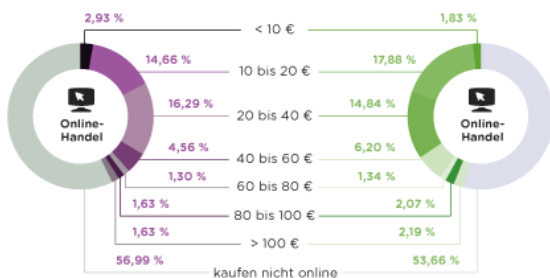
Vor allem Männer greifen für Geschenke tief in die Tasche



Geschenke kaufen die meisten Verbraucher im klassischen Handel



Online kaufen Verbraucher seltener Geschenke, geben aber mehr Geld aus



Die Infografik in druckfähiger Auflösung können Sie [hier herunterladen](#).

Hinweis zur Methodik

Die obenstehenden Aussagen und Ergebnisse sind das Resultat einer Umfrage, die das Verbraucherforum mydealz im Zeitraum vom 9. bis zum 15. April 2019 mithilfe des Marktforschungsunternehmens SurveyMonkey durchgeführt hat. Insgesamt befragte mydealz.de 2.047 Verbraucher zu ihrem Konsum- und Geschenkverhalten rund um den Muttertag.

Über mydealz

mydealz (www.mydealz.de) wurde im Jahr 2007 von Fabian Spielberger als Blog gegründet und ist heute mit 50,9 Millionen Kontakten pro Monat die größte Social-Shopping-Plattform. 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 Chollometro (Spanien), Dealabs (Frankreich), DesiDime (Indien), hotukdeals (Großbritannien), nl.pepper.com (Niederlande), Pelando (Brasilien), Pepper.pl (Polen), Pepper.ru (Russland), 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 eleven 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 [Dealabs](#) (France), [DesiDime](#) (India), [HotUKDeals](#) (United Kingdom), [mydealz](#) (Germany), [Pelando.com.br](#) (Brazil), [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