



© 30 März 2021, 10:05 (CEST)

Ostergeschenke im Ländervergleich: Der Schokohase erfreut sich auch in Corona-Zeiten größter Beliebtheit

Berlin, 30. März 2021 – Längere Tage, wärmeres Wetter und erwachende Natur: Vielen gilt Ostern als Fest, das den Start in den Frühling markiert. Doch auch wenn große Familientreffen bei uns ebenso wie bei unseren Nachbarn in Frankreich und Großbritannien wegen der Corona-Pandemie und des (Teil-)Lockdowns ausbleiben müssen, tut das den Geschenken keinen Abbruch. Eine Umfrage des Verbraucherforums mydealz zeigt: Süßigkeiten bleiben länderübergreifend das beliebteste Osterpräsent.

Wer andere gern beschenkt, lässt sich das auch unter Pandemie-Bedingungen nicht nehmen: In Deutschland wissen 41 Prozent der Befragten bereits vorab sicher, dass sie ihren Liebsten eine Freude bereiten werden. Während in Großbritannien die Hälfte der Menschen (51 Prozent) Osterpräsentate macht, beabsichtigen bei unseren französischen Nachbarn sogar 54 Prozent, ihren Ehepartner zu beschenken. Dabei führt der Schokoladenosterhase die Hitparade der Geschenke länderübergreifend an: Mit 85 Prozent im Vereinigten Königreich, 82 Prozent in Frankreich und hierzulande mit 70 Prozent landet das süße Langohr unangefochten auf dem Spitzenplatz.

Kinder und Erwachsene werden zu Ostern verwöhnt

Spielzeug für Kinder wird in Deutschland in beinahe jedem zweiten Fall verschenkt (42 Prozent) und liegt damit deutlich vor Frankreich, wo sich ein Viertel der Kinder (26 Prozent) darüber freuen darf. In Großbritannien verschenken hingegen nur 15 Prozent der Briten Spielzeug. Auch gefärbte Eier sind wieder schwer in Mode: 29 Prozent der Franzosen verschenken an Ostern gefärbte Eier. In Deutschland verschenkt jeder Dritte (33 Prozent) Ostereier. Auf der Insel sieht es wiederum ganz anders aus: Lediglich elf Prozent der Briten stehen auf bunte Schalen mit gelbem Kern.

An Ostern verschenken deutlich mehr Deutsche als Briten und Franzosen Blumen: 29 Prozent der Deutschen, aber nur 18 Prozent der Briten und 18 Prozent der Franzosen planen dieses Jahr, Blumen zu verschenken. Auffällig bei der Geschlechterverteilung: In Deutschland sind es vor allem Männer, die ihr florales Herz sprechen lassen: 33 Prozent der Männer, aber nur 23 Prozent der Frauen verschenken vorzugsweise Blumen. Heißer Tipp: Die Schwiegermutter besser nicht vergessen – und sei es nur ein kleiner Strauß, der die Familienbande in Zeiten des Social Distancing festigt.

Freude bereiten in unwägbar Zeiten

Die Umfrage gewährt auch einen Einblick in die Unsicherheit, die die Corona-Pandemie den Verbrauchern beschert. Lediglich ein Drittel der Franzosen plant, dieses Jahr Ostern zu feiern. In Deutschland entscheiden 27 Prozent der Befragten spontan, ob sie etwas zu Ostern verschenken, 31 Prozent schließen das bereits im Vorfeld aus. In Großbritannien sind Ostergeschenke per se nichts Ungewöhnliches: Fast ein Drittel (31 Prozent) der Befragten bereitet auch weniger nahestehenden Personen eine Freude – eine herzliche Geste besonders in diesen Zeiten. Doch egal in welchem Land und wer so freundlich bedacht wird: Die Verbraucher sind gut beraten, sich vorher über die Preise der Produkte zu informieren und Bewertungen zu vergleichen. Unter anderem dafür ist das Verbraucherforum mydealz genau die richtige Adresse.

—

Hinweis zur Methodik

Die oben genannten Aussagen sind das Ergebnis einer Umfrage, die das Verbraucherforum mydealz in der Zeit vom 12. März bis zum 15. März 2021 mithilfe des Marktforschungsdienstes unter 2.001 Verbrauchern durchgeführt hat.

Über mydealz

mydealz (<https://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. Jeden Monat nutzen 6,7 Millionen Konsumenten (Unique User) die kostenfreie mydealz-App und die mydealz-Plattform im Internet, 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 neben Deutschland auch in Brasilien, Frankreich, Großbritannien, Indien, Italien, Mexiko, den Niederlanden, Österreich, Polen, Russland und Spanien betreibt. Monatlich nutzen 25 Millionen Verbraucher die zwölf Pepper-Plattformen, um sich über aktuelle Angebote auszutauschen und 12.000 Kaufentscheidungen pro Minute zu treffen.

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 twelve 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 **Chollometro** (Spain), **Dealabs** (France), **DesiDime** (India), **hotukdeals** (United Kingdom), **mydealz** (Germany), **Pelando.com.br** (Brazil), **Pepper.com** (The Netherlands), **Pepper.it** (Italy), **Pepper.pl** (Poland), **Pepper.ru** (Russia), **Preisjaeger** (Austria) and **PromoDescuentos** (Mexico). 25 million consumers use these platforms every month to learn from other experts and make 12,000 purchasing decisions per minute.

 pr.co



Pepper Media Holding

