



## Medienmitteilung

Zürich, 7. Dezember 2011

Schweizer Weihnachtsstudie 2011

### **612 Franken für Weihnachtsgeschenke – Schweizer trotz pessimistischem Ausblick in Kauflaune**

Einkauf im Internet erfreut sich immer grösserer Beliebtheit

**Trotz sich verdüsternder Wirtschaftsaussichten bleiben Herr und Frau Schweizer für die Festtage in Konsumlaune: 70% der Schweizer geben an, dass sie im Vergleich zum Vorjahr gleich viel oder mehr Geld zur Verfügung haben. Dies geht aus der jährlichen Weihnachtsumfrage des Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsunternehmens Deloitte hervor. Das Gesamtbudget für Weihnachten 2011 erhöhte sich geringfügig auf 1038 Franken pro Haushalt, davon werden 612 Franken für Geschenke ausgegeben. Am liebsten lassen sich die Schweizer mit Büchern oder Bargeld beschenken. Schokolade und Parfum stehen bei den Schenkenden ganz oben auf der Liste. Der anhaltend starke Schweizer Franken verleitet Schweizer Konsumenten zunehmend dazu, Einkäufe im nahen Ausland zu tätigen (56%). Gewünscht wird von den Konsumenten ein besseres Angebot an E-Commerce-Möglichkeiten.**

Über 17'000 Konsumenten aus Europa haben an der repräsentativen Studie teilgenommen, rund 800 davon in der Schweiz. Sie wurden unter anderem zur aktuellen wirtschaftlichen Lage sowie zu ihren geplanten Ausgaben für Geschenke, Lebensmittel und Freizeitaktivitäten während der Weihnachtszeit befragt.

Für das Jahr 2012 wird von den Schweizern mit einer anhaltenden wirtschaftlichen Unsicherheit gerechnet. Die Kaufkraft in der Schweiz bleibt allerdings hoch: Während sich in der Schweiz die durchschnittlichen Ausgaben über die Festtage pro Haushalt mit CHF 1038 gegenüber dem Vorjahr (CHF 1035) geringfügig erhöhen, verzeichnet das übrige Europa einen marginalen Rückgang.

#### **Einkaufsverhalten rund um Weihnachten:**

- Das durchschnittliche Geschenk-Budget an Weihnachten 2011 beträgt CHF 612 (CHF 618 im Vorjahr). Die zusätzlichen Ausgaben für Lebensmittel pro Haushalt betragen CHF 300 (CHF 299 im Vorjahr). Für gesellschaftliche Aktivitäten planen Herr und Frau Schweizer CHF 126 auszugeben (CHF 118 im Vorjahr)
- Auf der Liste der beliebtesten Weihnachtswünsche ganz oben stehen Bücher vor Bargeld, Reisen, Geschenkgutscheinen und Eintrittskarten für Theater/Konzerte/Kino/Sportveranstaltungen.

- Fragt man hingegen nach den Kaufabsichten, dann zeigt sich, dass Parfüm, Schokolade und Geschenkgutscheine die Liste der geplanten Geschenke anführen.

### **Günstiges Euroland und persönliche Verkaufsberatung**

- Der starke Schweizer Franken verleitet die Konsumenten zunehmend dazu, Einkäufe im Euroraum zu tätigen. Die Zunahme ist deutlich: Vor einem Jahr planten 48% der Schweizer Konsumenten teilweise im Ausland einzukaufen, 2011 sind es bereits 56%. Mehr als die Hälfte der Konsumenten haben zudem angegeben, dass sie ihre Ausgaben in Euro signifikant (mehr als 15%) steigern möchten.
- Für Schweizer Konsumenten sprechen die persönliche Verkaufsberatung und die Betreuung nach dem Kauf (After-Sales-Dienstleistungen) für den Einkauf in einem traditionellen Geschäft.

### **Online-Shopping wird immer wichtiger**

- Auf die Frage nach gewünschten Verbesserungen des Einkaufserlebnisses gaben Schweizer Konsumenten Investitionen in E-Commerce als Priorität Nummer eins an.
- Das Online-Shopping prägt das diesjährige Konsumverhalten für Weihnachtsgeschenke. Über 48% der Schweizer Konsumenten geben an, ihre Weihnachtsgeschenke über Online-Portale zu besorgen. Im Vergleich zum Vorjahr entspricht dies einem Anstieg von 36%. Es ist zu erwarten, dass sich dieser Trend in den kommenden Jahren fortsetzen wird. Die im Vergleich zu anderen Ländern begrenzten Öffnungszeiten des Schweizer Detailhandels tragen entscheidend dazu bei.
- Mit zunehmender Internetnutzung der Konsumenten besteht daher die Gefahr, dass europäische Internetanbieter weiterhin die Lücke füllen, in welcher Schweizer Detailhändler vertreten sein könnten.

### **Internet für Käufe und Vergleiche**

- Über 48% der Schweizer Konsumenten geben an, Weihnachtsgeschenke über Online-Portale zu besorgen. Im Vergleich zu 2010 entspricht dies einem Anstieg von 36%.
- Die Bedeutung des Internets bei der Kaufentscheidung nimmt zu: Suchen und Vergleichen von Produkten und Preisen findet zunehmend online statt. Dafür werden hauptsächlich Online-Shops, welche auch über traditionelle Läden verfügen (58%), Suchmaschinen (56%), Webseiten von Marken/Lieferanten (55%) und Vergleichs-Webseiten (52%) genutzt. Blogs und soziale Netzwerke sind die beiden am wenigsten verwendeten Medien. Die Nutzung von sozialen Medien hat sich jedoch von 8% im Jahre 2010 auf 25% im Jahre 2011 erhöht.
- Im Gegensatz zu den europäischen Konsumenten, tätigen Schweizer Konsumenten ihre Weihnachtseinkäufe am häufigsten in traditionellen Kaufhäusern. 68% der Schweizer Konsumenten geben an, dass sie ihre Weihnachtseinkäufe in diesen Geschäften besorgen werden.

„Online-Handel und E-Commerce werden immer wichtiger. Es zeigt sich, dass sich der Schweizer Handel auf die neuen Kundenbedürfnisse einstellen muss und nicht mehr nur auf die Qualität des Kundenerlebnisses setzen kann. Der Einkauf im Internet wird für Konsumenten immer wichtiger, sodass das Online-Angebot von Detailhändlern sich zu einem echten Wettbewerbsvorteil entwickeln kann“, sagt Howard da Silva, Leiter Konsumgüter bei Deloitte AG.

Die vollständige Studie finden Sie [hier](#).

### **Details zur Weihnachtsumfrage**

Die europäische Weihnachtsumfrage von Deloitte erscheint bereits zum dreizehnten Mal, die Schweiz nimmt seit 2007 daran teil. Unter Einzelhändlern, Konsumgüterproduzenten und für Branchenbeobachter gilt die Weihnachtsumfrage als wichtiges Barometer, um die Konsumentenstimmung am Markt einzuschätzen.

### **Über Deloitte**

Deloitte ist eines der führenden Beratungsunternehmen in der Schweiz und bietet Dienstleistungen in den Bereichen Wirtschaftsprüfung, Steuerberatung, Consulting und Unternehmensfinanzierung an. Unsere 1000 Mitarbeitenden sind an den Standorten Basel, Bern, Genf, Lausanne, Lugano und Zürich vertreten.

### **Kontakt**

Dr. Michael Grampp (Deutsch)  
Chefökonom Deloitte  
mgrampp@deloitte.ch  
Tel. 044 421 68 17

Neil Tyler (Französisch)  
Partner, Konsumgüter  
022 747 17 75  
ntyler@deloitte.ch

Karen Seifert  
Marketing & Communications  
kaseifert@deloitte.ch  
Tel 044 421 65 06

### **Anmerkung für die Redaktion**

In dieser Pressemitteilung bezieht sich die Bezeichnung Deloitte auf Deloitte AG, eine Tochtergesellschaft von Deloitte LLP, dem Mitgliedsunternehmen in Grossbritannien von DTTL, einer "private company limited by guarantee" (einer Gesellschaft mit beschränkter Haftung nach britischem Recht) und ihren Mitgliedsunternehmen, die rechtlich selbstständig und unabhängig sind. Eine detaillierte Beschreibung der rechtlichen Struktur von DTTL und ihrer Mitgliedsunternehmen finden Sie auf unserer Webseite unter [www.deloitte.com/ch/about](http://www.deloitte.com/ch/about).

Deloitte LLP und seine Tochterfirmen sind führende Beratungsunternehmen mit über 12'000 bestausgewiesenen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in Grossbritannien und der Schweiz, die Leistungen in den Bereichen Wirtschaftsprüfung, Steuerberatung, Consulting und Corporate Finance Services bieten. Das Unternehmen, das dank seinen innovativen HR-Programmen als erklärter Wunscharbeitgeber gilt, setzt sich dafür ein, dass seine Kunden und Mitarbeitenden Erfolg haben.

Deloitte AG ist gemäss der Eidgenössischen Revisionsaufsichtsbehörde (RAB) und der Eidgenössischen Finanzmarktaufsicht (FINMA) als anerkannter Wirtschaftsprüfer zugelassen. Die in dieser Pressemitteilung enthaltenen Informationen entsprechen zum Zeitpunkt des Drucks dem aktuellen Stand.

Weitere Informationen finden Sie auf unserer Webseite unter [www.deloitte.ch](http://www.deloitte.ch).