

DIE WAHREN WEIHNACHTSMÄNNER* LESEN TAGESZEITUNG

*und natürlich Weihnachtsfrauen



DER COUNTDOWN LÄUFT ... NUR NOCH WENIGE WOCHEN BIS WEIHNACHTEN!



- ✦ Doch viele haben noch keine bzw. wenige Geschenke gekauft.
- ✦ Auch rund ums Weihnachtsfest müssen noch allerhand Einkäufe getätigt werden.
- ✦ Also ein guter Zeitpunkt, um Werbeimpulse zu setzen, denn das Interesse an Angeboten ist hoch und wird noch weiter steigen.
- ✦ Und warum TZ-Leser:innen die wahren Weihnachtsmänner und natürlich Weihnachtsfrauen sind, zeigen die nachfolgenden Ergebnisse.



STECKBRIEF WEIHNACHTSBEFragung



Grundgesamtheit:

Deutschsprachige Wohnbevölkerung im Alter ab 16 Jahren mit Internetzugang (Nutzung in den letzten 3 Monaten) innerhalb der Bundesrepublik Deutschland



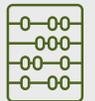
Methode:

CAWI-Interviews



Untersuchungszeitraum:

KW 43-46 2022



Stichprobe:

Onliner 16+ im PAYBACK Panel. Quotiert nach Geschlecht (2) x Alter (4) x Berufstätigkeit (2), Bundesländer (16) x Ortsgröße BIK (2), Bildung (3)



Fallzahl:

~3.000 Fälle



Feldarbeit:

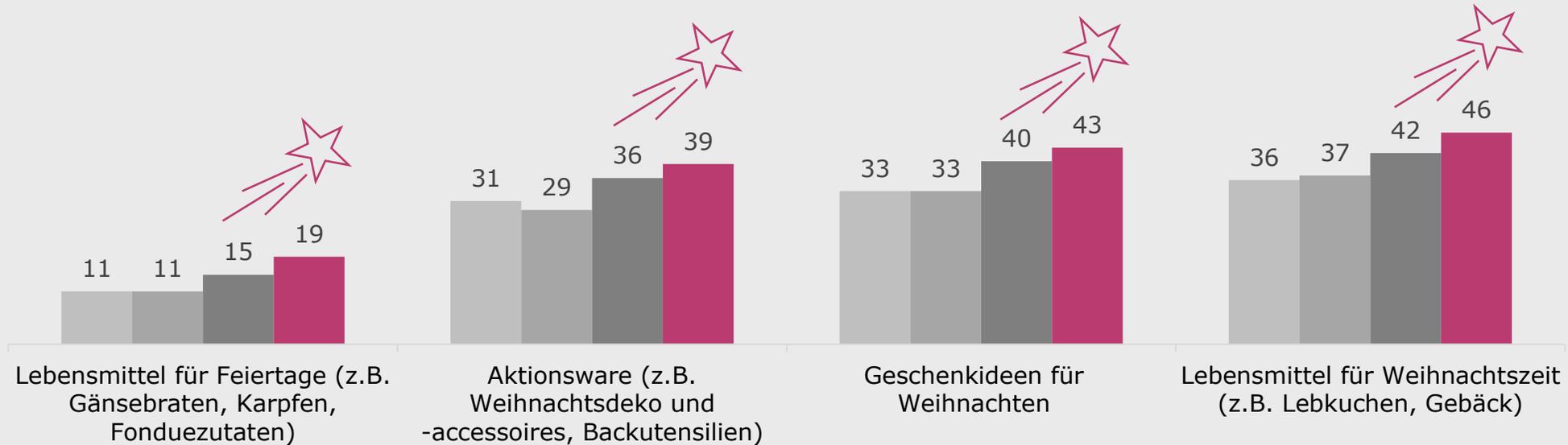
Interrogare



WEIHNACHTSANGEBOTE – DIE HEIÙE PHASE BEGINNT JETZT!

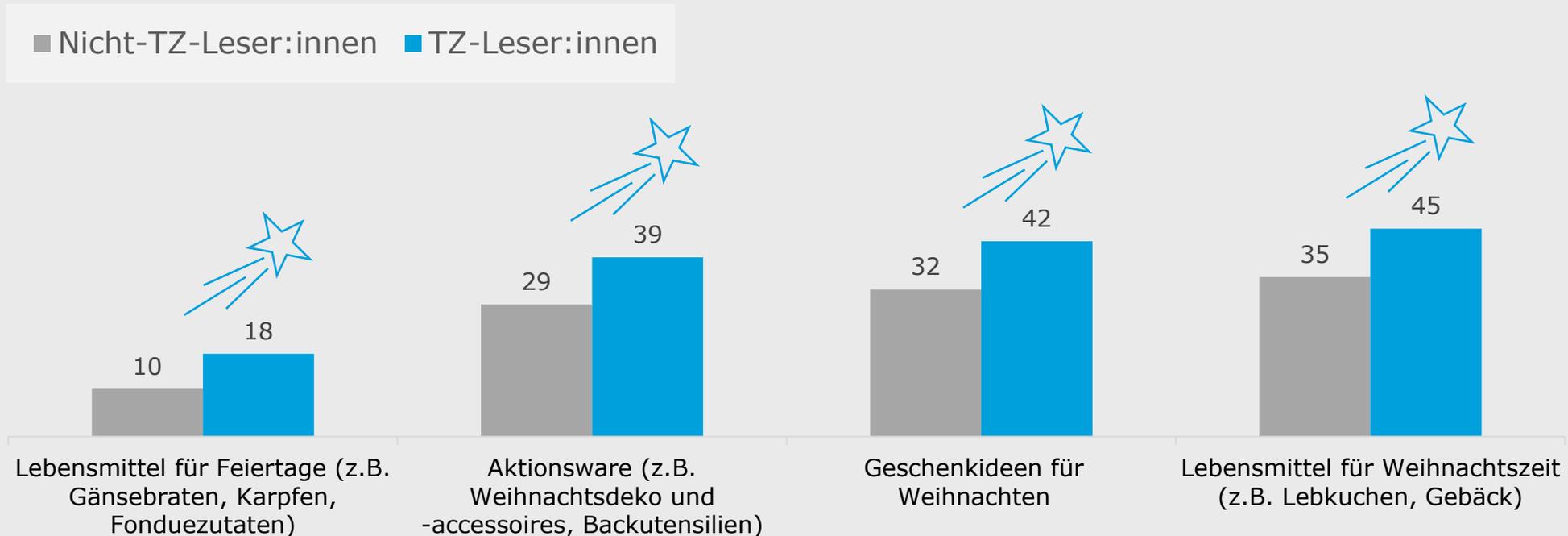


■ KW 43 ■ KW 44 ■ KW 45 ■ KW 46



Quelle: Media Monitor Handel, KW 43-46 2022 | **Basis:** Alle Befragten | **Angaben:** in Prozent
Frage: Haben Sie in der letzten Woche gezielt auf folgende Weihnachtsangebote von Lebensmittelgeschäften geachtet?

TZ-LESER:INNEN ACHTEN VERSTÄRKT AUF WEIHNACHTSANGEBOTE



Quelle: Media Monitor Handel, KW 43-46 2022 | **Basis:** Alle Befragten | **Angaben:** in Prozent
Frage: Haben Sie in der letzten Woche gezielt auf folgende Weihnachtsangebote von Lebensmittelgeschäften geachtet?
Definition: TZ-Leser:innen: Weitester-Leserkreis (WLK)

DENN BEI TZ-LESER:INNEN TRIFFT MAN SICH ZU WEIHNACHTEN



53%



Nicht-TZ-Leser:innen



Richte besonderes Festessen aus

66%

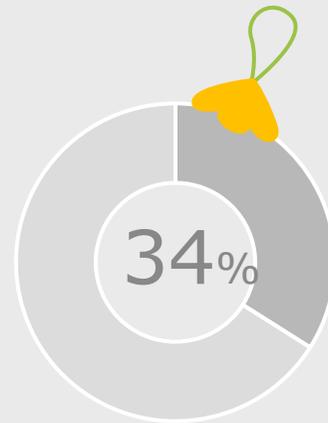


TZ-Leser:innen



Quelle: Media Monitor Handel, KW 43-46 2022 | **Basis:** Alle Befragten | **Angaben:** in Prozent, fehlende Angaben zu 100% - Kategorie „nein“ / „weiß noch nicht“ | **Frage:** Kommen wir zu Heiligabend (24.12.) und den Weihnachtsfeiertagen (25. -26.12). Haben Sie bzw. Ihr Haushalt vor, an diesen Tagen ein besonderes Festessen auszurichten? | **Definition:** TZ-Leser:innen: Weitester-Leserkreis (WLK)

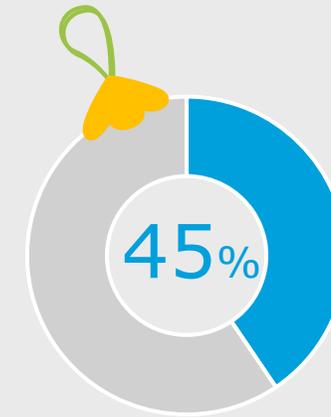
AUCH NADELN FALLEN ÖFTER BEI TZ-LESER:INNEN



Nicht-TZ-Leser:innen



Kaufe echten Weihnachtsbaum



TZ-Leser:innen

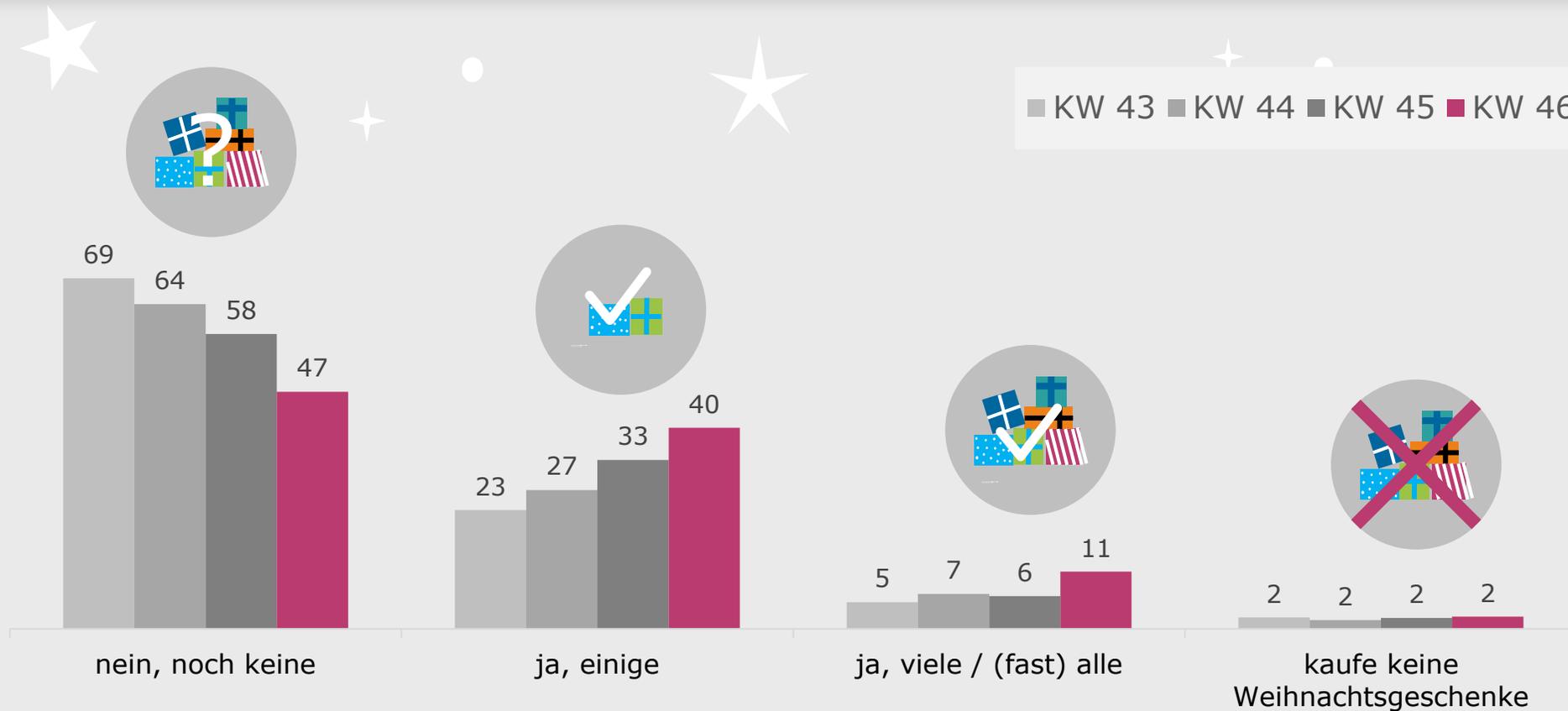


Quelle: Media Monitor Handel, KW 43-46 2022 | **Basis:** Alle Befragten | **Angaben:** in Prozent

Frage: Werden Sie bzw. eine andere Person aus Ihrem Haushalt dieses Jahr einen echten Weihnachtsbaum kaufen?

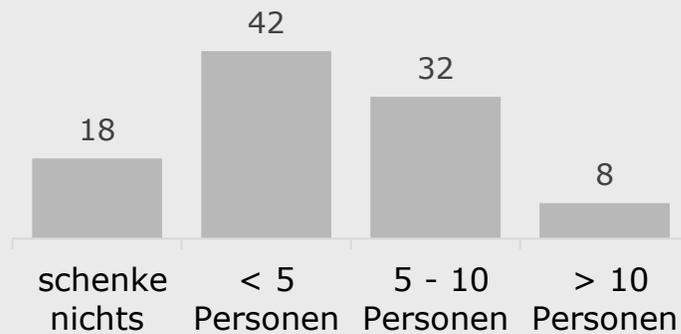
Definition: TZ-Leser:innen: Weitester-Leserkreis (WLK)

NOCH VIELE WEIHNACHTSGESCHENKE MÜSSEN GEKAUFT WERDEN

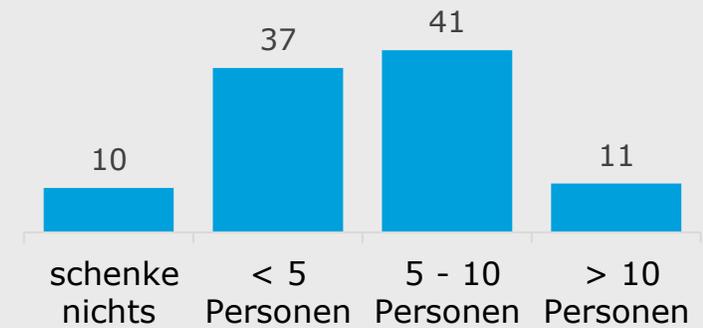


Quelle: Media Monitor Handel, KW 43-46 2022 | **Basis:** Alle Befragten, die Etwas verschenken | **Angaben:** in Prozent
Frage: Haben Sie bzw. eine andere Person aus Ihrem Haushalt bereits Geschenke für Weihnachten gekauft?

TZ-LESER:INNEN WOLLEN DEUTLICH MEHR PERSONEN BESCHENKEN



Nicht-TZ-Leser:innen



TZ-Leser:innen

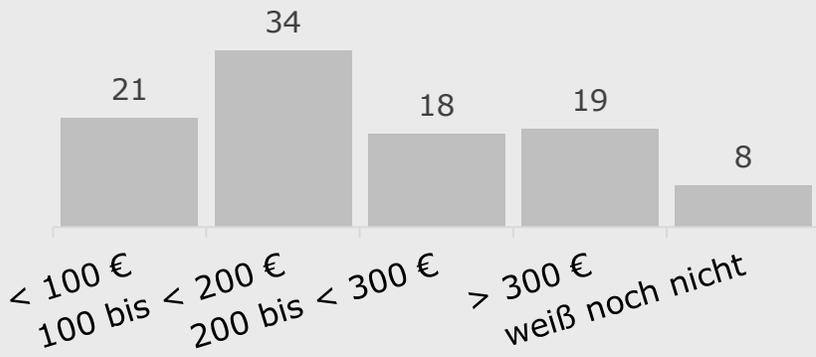


Quelle: Media Monitor Handel, KW 43-46 2022 | **Basis:** Alle Befragten | **Angaben:** in Prozent

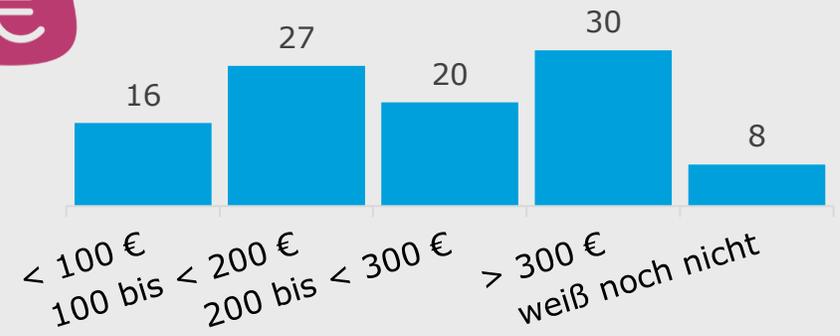
Frage: Denken Sie jetzt bitte einmal an Ihren engeren Familien- und Verwandtenkreis. Einmal alle Personen zusammengezählt, wie viele Personen gedenken Sie bzw. Ihr Haushalt in diesem Jahr zu Weihnachten zu beschenken?

Definition: TZ-Leser:innen: Weitester-Leserkreis (WLK)

UND WOLLEN AUCH MEHR GELD FÜR GESCHENKE AUSGEBEN



Nicht-TZ-Leser:innen



TZ-Leser:innen



Quelle: Media Monitor Handel, KW 43-46 2022 | **Basis:** Alle Befragten, die Geschenke kaufen | **Angaben:** in Prozent
Frage: Alles zusammengerechnet, wie viel planen Sie bzw. Ihr Haushalt dieses Jahr in etwa für Weihnachtsgeschenke für Ihren engeren Familien- und Verwandtenkreis auszugeben?
Definition: TZ-Leser:innen: Weitester-Leserkreis (WLK)

KEIN WUNDER: TZ-LESER:INNEN HABEN MEHR ENKELKINDER (UNTER 18 JAHREN)



Nicht-TZ-Leser:innen



TZ-Leser:innen



GESCHENKE KOMMEN VORRANGIG AUS DIESEN TOP 5 KATEGORIEN



44

Gutscheine



42

Spiele und Spielzeug



40

Lebensmittel und Süßwaren



34

Parfüm und Kosmetik



31

Bücher



Quelle: Media Monitor Handel, KW 43-46 2022 | **Basis:** Alle Befragten, die Etwas verschenken | **Angaben:** in Prozent
Frage: Aus welchen dieser Kategorien planen Sie bzw. Ihr Haushalt etwas für Weihnachten zu kaufen bzw. zu verschenken?
(Mehrfachnennungen möglich) **Definition:** TZ-Leser:innen: Weitester-Leserkreis (WLK)

GESCHENK / FESTESSEN: TZ-LESER:INNEN GÖNNEN SICH ÖFTER ETWAS BESONDERES



42%



52%

Nicht-TZ-Leser:innen

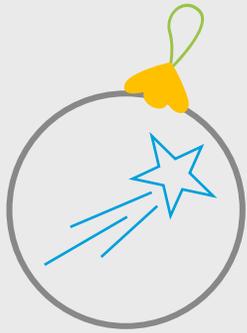
TZ-Leser:innen



Quelle: Media Monitor Handel, KW 43-46 2022 | **Basis:** Alle Befragten | **Angaben:** TOP2 in Prozent, Abfrage auf 6er Skala
Frage: Inwieweit trifft die folgende Aussage auf Sie zu? Zu Weihnachten gönne ich mir gern etwas Besonderes.
Definition: TZ-Leser:innen: Weitester-Leserkreis (WLK)

DIE WAHREN WEIHNACHTSMÄNNER* LESEN TAGESZEITUNG. SIE...

* und natürlich
Weihnachtsfrauen



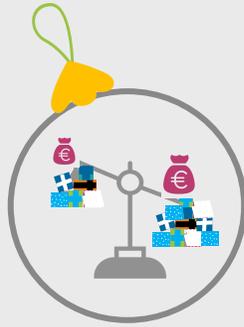
achten
verstärkt
auf
Angebote.



richten
mehr
Festessen
aus.



haben
öfter
einen
echten
Baum.



machen mehr
Geschenke
und geben
mehr dafür
aus.



haben mehr
Enkelkinder
unter
18 Jahren.



gönnen sich
öfter etwas
Besonderes.





Fragen und Anmerkungen bitte an:



Thomas Halamuda

Stv. Leitung Forschung

ZMG Zeitungsmarktforschung Gesellschaft mbH

T +49 69 973822-65

halamuda@zmg.de



Grit Rother

Projektleitung Forschung

ZMG Zeitungsmarktforschung Gesellschaft mbH

T +49 69 973822-66

rother@zmg.de





Z

Wir wünschen

M

eine schöne

G

Adventszeit!