

# 62.000 Menschen befragt: Nachhaltigkeit und Umweltschutz spielen beim Kauf der Weihnachtsgeschenke kaum eine Rolle

*Mitteilung: FOM Hochschule für Oekonomie & Management*

**Das Thema Nachhaltigkeit spielt beim Geschenkekauf vor Weihnachten nur eine untergeordnete Rolle. Überraschend ist vor allem, dass die jüngeren Generationen offenbar wenig Wert auf einen umwelt- und ressourcenschonenden Einkauf in der Adventszeit legen. Das ergab eine von der FOM Hochschule für Oekonomie & Management durchgeführte bundesweite Umfrage unter rund 62.000 Frauen und Männern zwischen 12 und 99 Jahren.**

**U**nter dem Oberbegriff „Nachhaltigkeit“ hatten die Forscher die Bedeutung von umweltfreundlichen Materialien (z.B. Holz statt Plastik), die Verwendung gesundheitschonender Lacke und Farben, Ökosiegel, biologische Herstellung und die Recyclingfähigkeit von Produkten zusammengefasst. Auf die Frage, ob diese Kriterien Einfluss auf den Geschenkekauf ausüben würden, gaben 77 Prozent der 12- bis 22-Jährigen an, dass dies für sie keine Rolle spiele. Bei der Generation Y (23-38 Jahre) waren es noch 67 Prozent, bei den 39- bis 54-Jährigen immerhin noch mehr als Hälfte (55 %).

Nur 26 Prozent aller Befragten zwischen 12 und 99 Jahren gaben an, bei der Verpackung ihrer Geschenke auf umweltfreundliche Verpackungen wie zum Beispiel Recyclingpapier zu achten. Ebenfalls nur 26 Prozent aller Befragten wollen auch an Weihnachten unnötigen Müll vermeiden.

## **Was schenken die Deutschen?**

Die Hitliste der Geschenke ist 2019 im Vergleich zu den Vorjahren relativ konstant. Jeder zweite Deutsche verschenkt zu Heiligabend Geschenkgutscheine (51 %), gefolgt von Kosmetik (46 %), Konzert- und Theaterkarten (44 %), Büchern (41 %) und Schmuck (40 %). Weit abgeschlagen liegen hingegen eher traditionelle Geschenke wie Heimtextilien und Lederwaren (jeweils 15 %) oder Hausrat bzw. Porzellan (17 %). Durchschnittlich beabsichtigt jeder Bundesbürger 2019 rund 475 Euro für Weihnachtsgeschenke auszugeben.

## **Weihnachtseinkauf im Internet**

Persönliche Empfehlungen von Freunden und Bekannten sind die wichtigsten Informationsquellen für den Geschenkekauf (53 %), noch deutlich vor Social Media und anderen Online-

Medien (21 %). Das Internet ist als Kaufplattform aber weiterhin angesagt: Bei den 23- bis 38-Jährigen geben sogar rund 90 Prozent der Befragten an, die Bestellung im Internet zu tätigen. Gut die Hälfte der Bevölkerung kauft die Geschenke aber auch noch im Fachgeschäft in der Stadt und weiß die persönliche Beratung zu schätzen.

### **Ältere Generation lässt sich Zeit**

Der Generationenvergleich zeigt zudem Unterschiede bei der Frage, wann Geschenke gekauft werden. Hier lässt sich das Ergebnis klar auf die Formel bringen: Je jünger, desto kurzfristiger vor Weihnachten wird eingekauft, und je älter, desto mehr Zeit für Auswahl und Kauf lassen sich die Befragten. So geht jeder zweite junge Mensch erst in den letzten acht Tagen vor dem Fest auf Shoppingtour, bei den Älteren (über 38 Jahre) haben dagegen zu diesem Zeitpunkt schon rund zwei Drittel ihre Geschenke beisammen.

### **Zur Studie**

Die FOM Weihnachtsumfrage ist eine der größten Umfragen dieser Art in Deutschland. Unter wissenschaftlicher Leitung von Prof. Dr. Oliver Gansser vom ifes Institut für Empirie und Statistik der FOM, beteiligten sich rund 30 Professorinnen und Professoren an der Studie. Rund 5.600 Studierende befragten im Herbst 2019 in Face-to-face-Interviews mit standardisierten Fragebögen bundesweit rund 62.000 Frauen und Männer im Alter von 12 bis 99 Jahren, quotiert nach Geschlecht und Alter.

Viele weitere Ergebnisse der Studie, zum Beispiel die Auswertung unterteilt nach Einkommensgruppen und weiteren Alterseinteilungen sowie die komplette Studie finden Sie unter <http://fom.de/weihnachtsbefragung2019> zum Download.

---

07.11.2019  
Thomas Kirschmeier  
Pressestelle  
FOM Hochschule  
Quelle:  
[www.fom.de](http://www.fom.de)  
[www.idw-online.de](http://www.idw-online.de)