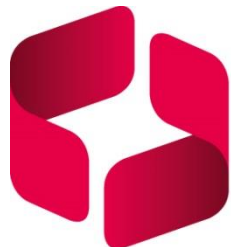


# MARKETAGENT.COM

Digitale Markt- und Meinungsforschung



## Geschenke zum Muttertag



**HANDELS  
VERBAND**

April 2017



## Umfrage-Basics | Studiensteckbrief:

**Methode:**

Computer Assisted Web Interviews (CAWI)

**Instrument:**

Online-Interviews über die Marketagent.com reSEARCH Plattform

**Respondenten:**

web-aktive Personen aus Österreich zwischen 14 und 69 Jahren

**Sample-Größe:**

n = 504 Netto-Interviews (Kernzielgruppe), Random Selection nach Quoten

**Erhebungszeitraum:**

31.03.2017 – 07.04.2017

**Grundgesamtheit:**

web-aktive Personen aus Österreich zwischen 14 und 69 Jahren

**Incentives:**

geldwerte Bonuspunkte

**Umfang:**

5 geschlossene Fragen

**Studienleitung:**

Marketagent.com, Mag. Daniela Karobath

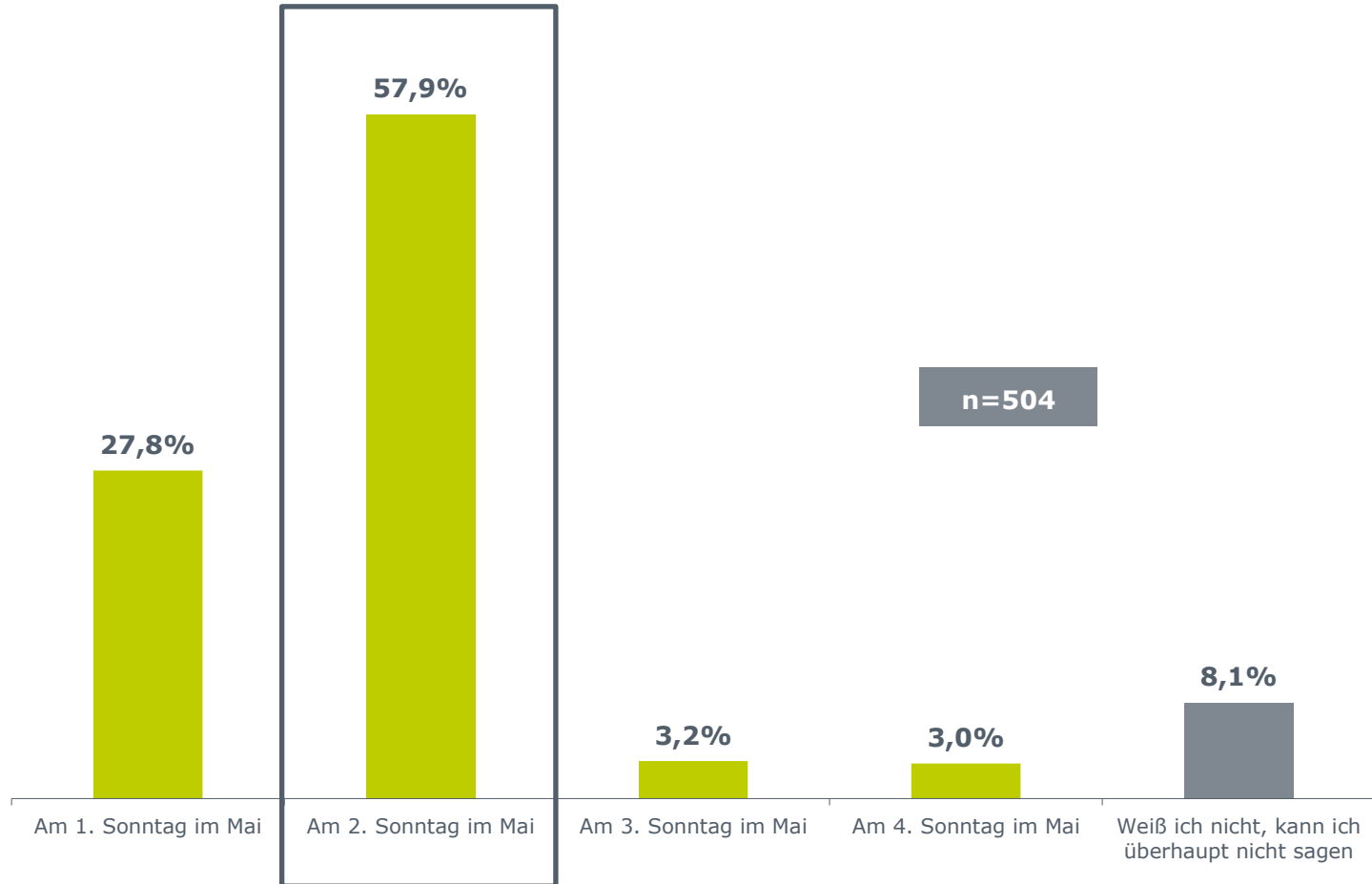
**Kontakt:**

d.karobath@marketagent.com



# 1. [...] An welchem Tag wird Ihrer Meinung nach in Österreich der Muttertag gefeiert? [...]

Tag, an dem der Muttertag in Österreich gefeiert wird



# 1. [...] An welchem Tag wird Ihrer Meinung nach in Österreich der Muttertag gefeiert? [...]

| Geschlecht/ Alter                              | Sample Total | Männlich | Weiblich | 14 - 29 Jahre | 30 - 39 Jahre | 40 - 49 Jahre | 50 - 59 Jahre | 60 - 69 Jahre |
|--|--------------|----------|----------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| absolut  | n=504        | n=250    | n=254    | n=135         | n=91          | n=113         | n=94          | n=71          |
| Am 1. Sonntag im Mai                           | 27,8%        | 26,4%    | 29,1%    | 30,4%         | 31,9%         | 17,7%         | 30,9%         | 29,6%         |
| Am 2. Sonntag im Mai                           | 57,9%        | 53,2%    | 62,6%    | 45,2%         | 51,6%         | 67,3%         | 62,8%         | 69,0%         |
| Am 3. Sonntag im Mai                           | 3,2%         | 3,6%     | 2,8%     | 5,2%          | 4,4%          | 4,4%          | 0,0%          | 0,0%          |
| Am 4. Sonntag im Mai                           | 3,0%         | 4,8%     | 1,2%     | 6,7%          | 2,2%          | 3,5%          | 0,0%          | 0,0%          |
| Weiß ich nicht, kann ich überhaupt nicht sagen | 8,1%         | 12,0%    | 4,3%     | 12,6%         | 9,9%          | 7,1%          | 6,4%          | 1,4%          |



# 1. [...] An welchem Tag wird Ihrer Meinung nach in Österreich der Muttertag gefeiert? [...]

| Bundesland                                     | Sample Total | Wien  | NÖ/ Bgld | OÖ/ Sbg | Ktn/ Stmk | Tir/ Vbg |
|--|--------------|-------|----------|---------|-----------|----------|
| absolut  | n=504        | n=105 | n=113    | n=117   | n=107     | n=62     |
| Am 1. Sonntag im Mai                           | 27,8%        | 26,7% | 25,7%    | 27,4%   | 30,8%     | 29,0%    |
| Am 2. Sonntag im Mai                           | 57,9%        | 57,1% | 60,2%    | 57,3%   | 54,2%     | 62,9%    |
| Am 3. Sonntag im Mai                           | 3,2%         | 1,9%  | 0,9%     | 6,0%    | 4,7%      | 1,6%     |
| Am 4. Sonntag im Mai                           | 3,0%         | 5,7%  | 1,8%     | 2,6%    | 3,7%      | 0,0%     |
| Weiß ich nicht, kann ich überhaupt nicht sagen | 8,1%         | 8,6%  | 11,5%    | 6,8%    | 6,5%      | 6,5%     |



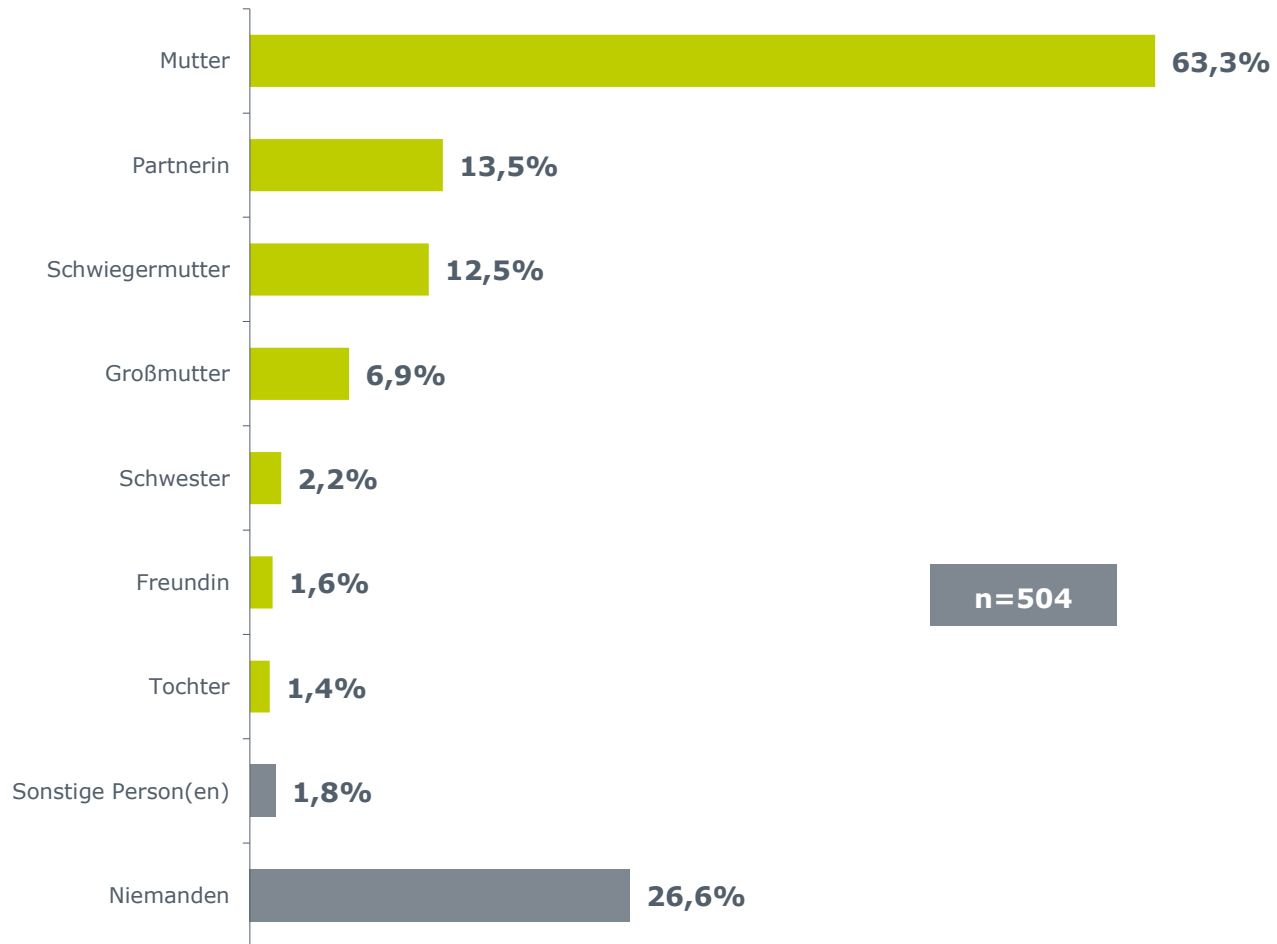
# 1. [...] An welchem Tag wird Ihrer Meinung nach in Österreich der Muttertag gefeiert? [...]

| Erhebung                                       | April 2016 | April 2017 |
|--|------------|------------|
| absolut  | n=503      | n=504      |
| Am 1. Sonntag im Mai                           | 34,0%      | 27,8%      |
| Am 2. Sonntag im Mai                           | 54,1%      | 57,9%      |
| Am 3. Sonntag im Mai                           | 2,8%       | 3,2%       |
| Am 4. Sonntag im Mai                           | 1,6%       | 3,0%       |
| Weiß ich nicht, kann ich überhaupt nicht sagen | 7,6%       | 8,1%       |



## 2. Wen werden Sie in diesem Jahr zum Muttertag voraussichtlich beschenken [...]?

Person(en), die man am Muttertag beschenken wird



## 2. Wen werden Sie in diesem Jahr zum Muttertag voraussichtlich beschenken [... ]?

| Geschlecht/ Alter   | Sample Total | Männlich     | Weiblich     | 14 - 29 Jahre | 30 - 39 Jahre | 40 - 49 Jahre | 50 - 59 Jahre | 60 - 69 Jahre |
|---------------------|--------------|--------------|--------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| <b>absolut</b>      | <b>n=504</b> | <b>n=250</b> | <b>n=254</b> | <b>n=135</b>  | <b>n=91</b>   | <b>n=113</b>  | <b>n=94</b>   | <b>n=71</b>   |
| Mutter              | 63,3%        | 64,8%        | 61,8%        | 85,9%         | 74,7%         | 59,3%         | 46,8%         | 33,8%         |
| Partnerin           | 13,5%        | 25,6%        | 1,6%         | 4,4%          | 20,9%         | 21,2%         | 6,4%          | 18,3%         |
| Schwiegermutter     | 12,5%        | 12,0%        | 13,0%        | 9,6%          | 19,8%         | 12,4%         | 13,8%         | 7,0%          |
| Großmutter          | 6,9%         | 7,6%         | 6,3%         | 17,8%         | 11,0%         | 0,9%          | 0,0%          | 0,0%          |
| Schwester           | 2,2%         | 2,8%         | 1,6%         | 3,0%          | 2,2%          | 1,8%          | 0,0%          | 4,2%          |
| Freundin            | 1,6%         | 2,4%         | 0,8%         | 2,2%          | 1,1%          | 2,7%          | 1,1%          | 0,0%          |
| Tochter             | 1,4%         | 1,2%         | 1,6%         | 0,0%          | 1,1%          | 2,7%          | 2,1%          | 1,4%          |
| Sonstige Person(en) | 1,8%         | 1,2%         | 2,4%         | 2,2%          | 3,3%          | 0,9%          | 2,1%          | 0,0%          |
| Niemanden           | 26,6%        | 21,6%        | 31,5%        | 11,9%         | 13,2%         | 25,7%         | 42,6%         | 52,1%         |





## 2. Wen werden Sie in diesem Jahr zum Muttertag voraussichtlich beschenken [... ]?

| Bundesland          | Sample Total | Wien         | NÖ/ Bgld     | OÖ/ Sbg      | Ktn/ Stmk    | Tir/ Vbg    |
|---------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|-------------|
| <b>absolut</b>      | <b>n=504</b> | <b>n=105</b> | <b>n=113</b> | <b>n=117</b> | <b>n=107</b> | <b>n=62</b> |
| Mutter              | 63,3%        | 53,3%        | 59,3%        | 70,1%        | 68,2%        | 66,1%       |
| Partnerin           | 13,5%        | 10,5%        | 18,6%        | 10,3%        | 11,2%        | 19,4%       |
| Schwiegermutter     | 12,5%        | 13,3%        | 18,6%        | 7,7%         | 12,1%        | 9,7%        |
| Großmutter          | 6,9%         | 6,7%         | 9,7%         | 5,1%         | 7,5%         | 4,8%        |
| Schwester           | 2,2%         | 3,8%         | 3,5%         | 0,9%         | 1,9%         | 0,0%        |
| Freundin            | 1,6%         | 3,8%         | 0,9%         | 0,9%         | 0,0%         | 3,2%        |
| Tochter             | 1,4%         | 1,0%         | 0,9%         | 1,7%         | 2,8%         | 0,0%        |
| Sonstige Person(en) | 1,8%         | 1,0%         | 1,8%         | 1,7%         | 1,9%         | 3,2%        |
| Niemanden           | 26,6%        | 36,2%        | 30,1%        | 19,7%        | 21,5%        | 25,8%       |



## 2. Wen werden Sie in diesem Jahr zum Muttertag voraussichtlich beschenken [... ]?

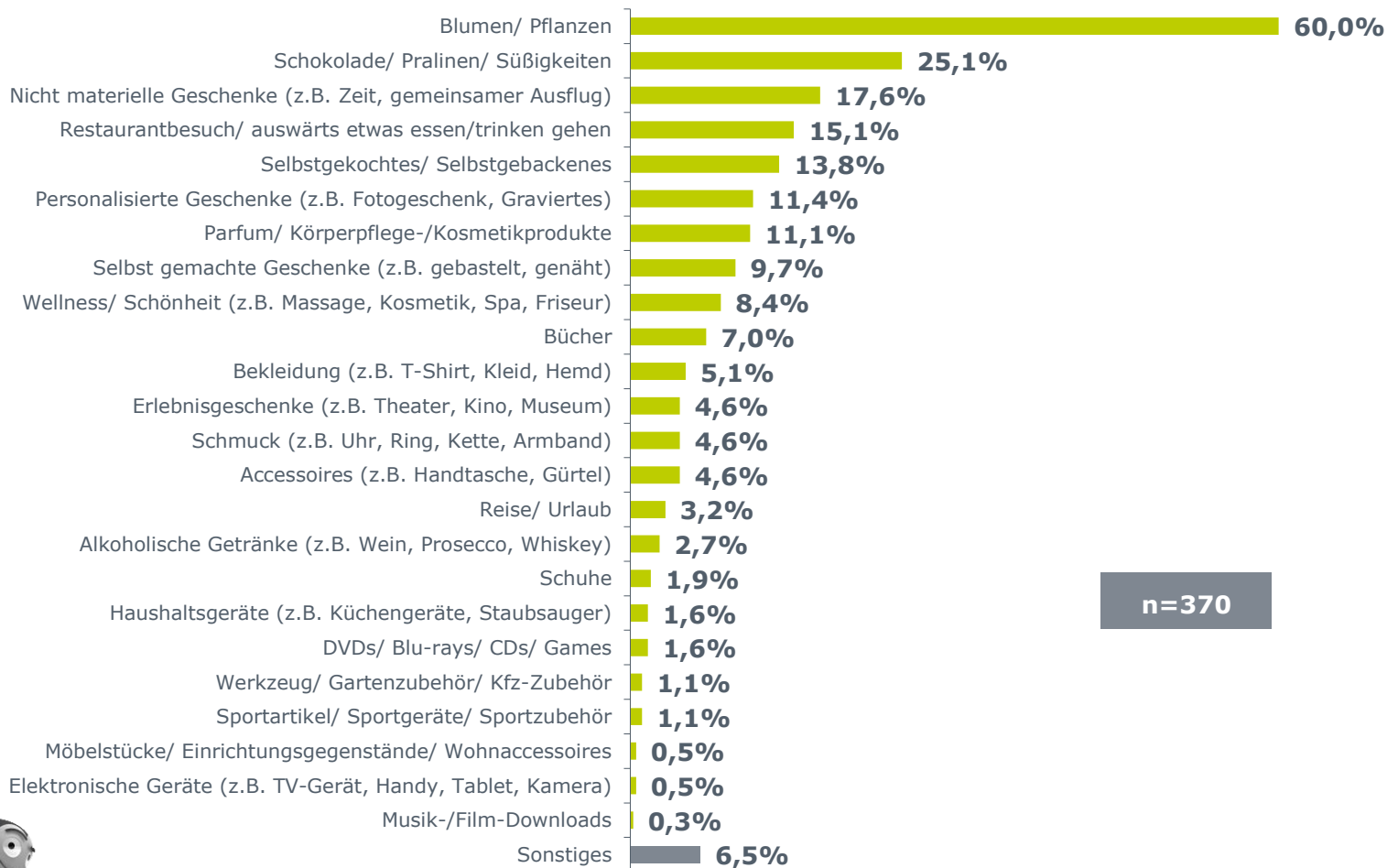
| Erhebung            | April 2016 | April 2017 |
|---------------------|------------|------------|
| absolut             | n=503      | n=504      |
| Mutter              | 62,6%      | 63,3%      |
| Partnerin           | 15,7%      | 13,5%      |
| Schwiegermutter     | 14,9%      | 12,5%      |
| Großmutter          | 8,0%       | 6,9%       |
| Schwester           | 0,8%       | 2,2%       |
| Freundin            | 1,8%       | 1,6%       |
| Tochter             | 1,4%       | 1,4%       |
| Sonstige Person(en) | 1,8%       | 1,8%       |
| Niemanden           | 23,5%      | 26,6%      |



### 3. Was werden Sie zum Muttertag verschenken? [...]

#### Geschenke am Muttertag

(Basis: Respondenten beschenken zumindest eine Person zum Muttertag)



n=370



### 3. Was werden Sie zum Muttertag verschenken? [...]

| Erhebung   | April 2016   | April 2017   |
|--|--------------|--------------|
| <b>absolut</b>   | <b>n=385</b> | <b>n=370</b> |
| <b>Blumen/ Pflanzen</b>  | <b>59,5%</b> | <b>60,0%</b> |
| <b>Schokolade/ Pralinen/ Süßigkeiten</b>                           | <b>27,0%</b> | <b>25,1%</b> |
| <b>Nicht materielle Geschenke (z.B. Zeit, gemeinsamer Ausflug)</b> | <b>14,5%</b> | <b>17,6%</b> |
| <b>Restaurantbesuch/ auswärts etwas essen/trinken gehen</b>        | <b>15,1%</b> | <b>15,1%</b> |
| <b>Selbstgekochtes/ Selbstgebackenes</b>                           | <b>14,0%</b> | <b>13,8%</b> |
| <b>Personalisierte Geschenke (z.B. Fotogeschenk, Graviertes)</b>   | <b>10,4%</b> | <b>11,4%</b> |
| <b>Parfum/ Körperpflege-/ Kosmetikprodukte</b>                     | <b>9,9%</b>  | <b>11,1%</b> |
| <b>Selbst gemachte Geschenke (z.B. gebastelt, genäht)</b>          | <b>10,6%</b> | <b>9,7%</b>  |
| <b>Wellness/ Schönheit (z.B. Massage, Kosmetik, Spa, Friseur)</b>  | <b>11,4%</b> | <b>8,4%</b>  |
| <b>Bücher</b>  | <b>6,0%</b>  | <b>7,0%</b>  |
| <b>Bekleidung (z.B. T-Shirt, Kleid, Hemd)</b>                      | <b>3,1%</b>  | <b>5,1%</b>  |
| <b>Accessoires (z.B. Handtasche, Gürtel)</b>                       | <b>3,4%</b>  | <b>4,6%</b>  |
| <b>Erlebnisgeschenke (z.B. Theater, Kino, Museum)</b>              | <b>6,5%</b>  | <b>4,6%</b>  |
| <b>Schmuck (z.B. Uhr, Ring, Kette, Armband)</b>                    | <b>4,9%</b>  | <b>4,6%</b>  |
| <b>Reise/ Urlaub</b>   | <b>1,8%</b>  | <b>3,2%</b>  |
| <b>Alkoholische Getränke (z.B. Wein, Prosecco, Whiskey)</b>        | <b>2,3%</b>  | <b>2,7%</b>  |
| <b>Schuhe</b>  | <b>0,5%</b>  | <b>1,9%</b>  |
| <b>DVDs/ Blu-rays/ CDs/ Games</b>                                  | <b>0,3%</b>  | <b>1,6%</b>  |
| <b>Haushaltsgeräte (z.B. Küchengeräte, Staubsauger)</b>            | <b>1,6%</b>  | <b>1,6%</b>  |
| <b>Sportartikel/ Sportgeräte/ Sportzubehör</b>                     | <b>0,5%</b>  | <b>1,1%</b>  |
| <b>Werkzeug/ Gartenzubehör/ Kfz-Zubehör</b>                        | <b>0,5%</b>  | <b>1,1%</b>  |
| <b>Elektronische Geräte (z.B. TV-Gerät, Handy, Tablet, Kamera)</b> | <b>1,6%</b>  | <b>0,5%</b>  |
| <b>Möbelstücke/ Einrichtungsgegenstände/ Wohnaccessoires</b>       | <b>0,3%</b>  | <b>0,5%</b>  |
| <b>Musik-/ Film-Downloads</b>                                      | <b>0,5%</b>  | <b>0,3%</b>  |
| <b>Sonstiges</b>   | <b>7,8%</b>  | <b>6,5%</b>  |

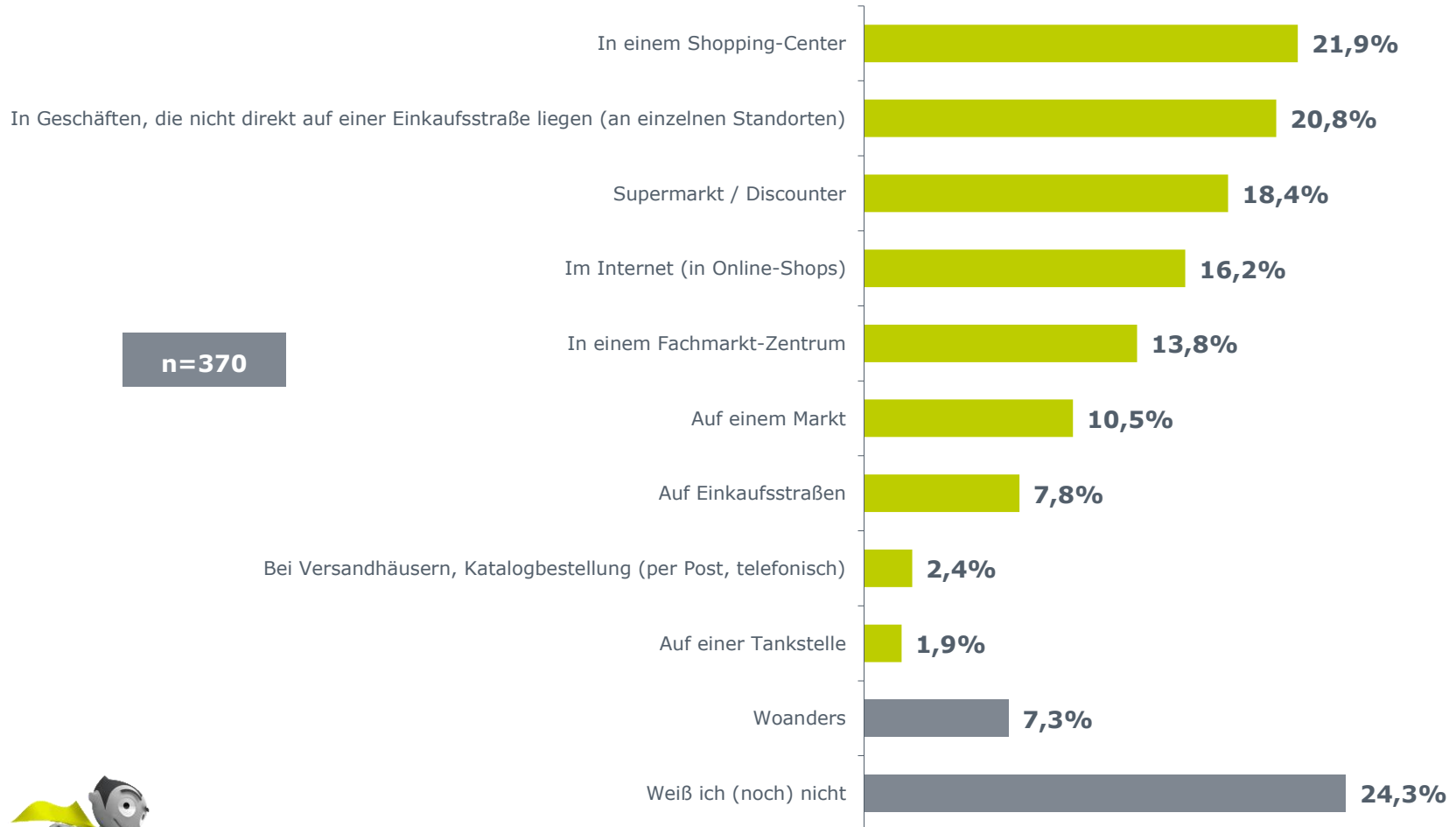
(Basis: Respondenten beschenken zumindest eine Person zum Muttertag)



## 4. Wo werden Sie Ihr(e) Geschenk(e) bzw. Teile davon/dafür für den Muttertag einkaufen bzw. besorgen?

### Bezugsquelle des Muttertags-Geschenks

(Basis: Respondenten beschenken zumindest eine Person zum Muttertag)



## 4. Wo werden Sie Ihr(e) Geschenk(e) bzw. Teile davon/dafür für den Muttertag einkaufen bzw. besorgen?

| Geschlecht/ Alter   | Sample Total | Männlich | Weiblich | 14 - 29 Jahre | 30 - 39 Jahre | 40 - 49 Jahre | 50 - 69 Jahre |
|---|--------------|----------|----------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| absolut   | n=370        | n=196    | n=174    | n=119         | n=79          | n=84          | n=88          |
| In einem Shopping-Center  | 21,9%        | 24,5%    | 19,0%    | 35,3%         | 25,3%         | 8,3%          | 13,6%         |
| In Geschäften, die nicht direkt auf einer Einkaufsstraße liegen (an einzelnen Standorten) | 20,8%        | 24,0%    | 17,2%    | 21,0%         | 21,5%         | 22,6%         | 18,2%         |
| Supermarkt / Discounter   | 18,4%        | 18,9%    | 17,8%    | 27,7%         | 15,2%         | 13,1%         | 13,6%         |
| Im Internet (in Online-Shops)   | 16,2%        | 16,3%    | 16,1%    | 24,4%         | 21,5%         | 10,7%         | 5,7%          |
| In einem Fachmarkt-Zentrum  | 13,8%        | 15,3%    | 12,1%    | 11,8%         | 21,5%         | 10,7%         | 12,5%         |
| Auf einem Markt   | 10,5%        | 11,7%    | 9,2%     | 9,2%          | 12,7%         | 11,9%         | 9,1%          |
| Auf Einkaufsstraßen   | 7,8%         | 10,2%    | 5,2%     | 12,6%         | 7,6%          | 3,6%          | 5,7%          |
| Bei Versandhäusern, Katalogbestellung (per Post, telefonisch)                             | 2,4%         | 4,1%     | 0,6%     | 4,2%          | 1,3%          | 2,4%          | 1,1%          |
| Auf einer Tankstelle  | 1,9%         | 2,6%     | 1,1%     | 5,9%          | 0,0%          | 0,0%          | 0,0%          |
| Woanders  | 7,3%         | 6,1%     | 8,6%     | 4,2%          | 6,3%          | 7,1%          | 12,5%         |
| Weiß ich (noch) nicht   | 24,3%        | 20,9%    | 28,2%    | 18,5%         | 15,2%         | 31,0%         | 34,1%         |

(Basis: Respondenten beschenken zumindest eine Person zum Muttertag)



## 4. Wo werden Sie Ihr(e) Geschenk(e) bzw. Teile davon/dafür für den Muttertag einkaufen bzw. besorgen?

| Bundesland  | Sample Total | Wien  | NÖ/ Bgld | OÖ/ Sbg | Ktn/ Stmk | Tir/ Vbg |
|---|--------------|-------|----------|---------|-----------|----------|
| absolut   | n=370        | n=67  | n=79     | n=94    | n=84      | n=46     |
| In einem Shopping-Center  | 21,9%        | 22,4% | 16,5%    | 25,5%   | 22,6%     | 21,7%    |
| In Geschäften, die nicht direkt auf einer Einkaufsstraße liegen (an einzelnen Standorten) | 20,8%        | 25,4% | 21,5%    | 20,2%   | 16,7%     | 21,7%    |
| Supermarkt / Discounter   | 18,4%        | 16,4% | 21,5%    | 13,8%   | 20,2%     | 21,7%    |
| Im Internet (in Online-Shops)   | 16,2%        | 23,9% | 13,9%    | 16,0%   | 11,9%     | 17,4%    |
| In einem Fachmarkt-Zentrum  | 13,8%        | 7,5%  | 13,9%    | 17,0%   | 16,7%     | 10,9%    |
| Auf einem Markt   | 10,5%        | 13,4% | 11,4%    | 10,6%   | 8,3%      | 8,7%     |
| Auf Einkaufsstraßen   | 7,8%         | 17,9% | 5,1%     | 3,2%    | 3,6%      | 15,2%    |
| Bei Versandhäusern, Katalogbestellung (per Post, telefonisch)                             | 2,4%         | 6,0%  | 0,0%     | 2,1%    | 1,2%      | 4,3%     |
| Auf einer Tankstelle  | 1,9%         | 3,0%  | 0,0%     | 3,2%    | 2,4%      | 0,0%     |
| Woanders  | 7,3%         | 4,5%  | 3,8%     | 6,4%    | 13,1%     | 8,7%     |
| Weiß ich (noch) nicht   | 24,3%        | 25,4% | 25,3%    | 24,5%   | 22,6%     | 23,9%    |

(Basis: Respondenten beschenken zumindest eine Person zum Muttertag)



## 4. Wo werden Sie Ihr(e) Geschenk(e) bzw. Teile davon/dafür für den Muttertag einkaufen bzw. besorgen?

| Erhebung  | April 2016 | April 2017 |
|---|------------|------------|
| absolut   | n=385      | n=370      |
| In einem Shopping-Center  | 25,5%      | 21,9%      |
| In Geschäften, die nicht direkt auf einer Einkaufsstraße liegen (an einzelnen Standorten) | 26,0%      | 20,8%      |
| Supermarkt / Discounter   | n.a.       | 18,4%      |
| Im Internet (in Online-Shops)   | 19,0%      | 16,2%      |
| In einem Fachmarkt-Zentrum  | 11,4%      | 13,8%      |
| Auf einem Markt   | 10,1%      | 10,5%      |
| Auf Einkaufsstraßen   | 13,5%      | 7,8%       |
| Bei Versandhäusern, Katalogbestellung (per Post, telefonisch)                             | 2,1%       | 2,4%       |
| Auf einer Tankstelle  | 0,8%       | 1,9%       |
| Woanders  | 6,8%       | 7,3%       |
| Weiß ich (noch) nicht   | 23,1%      | 24,3%      |

(Basis: Respondenten beschenken zumindest eine Person zum Muttertag)

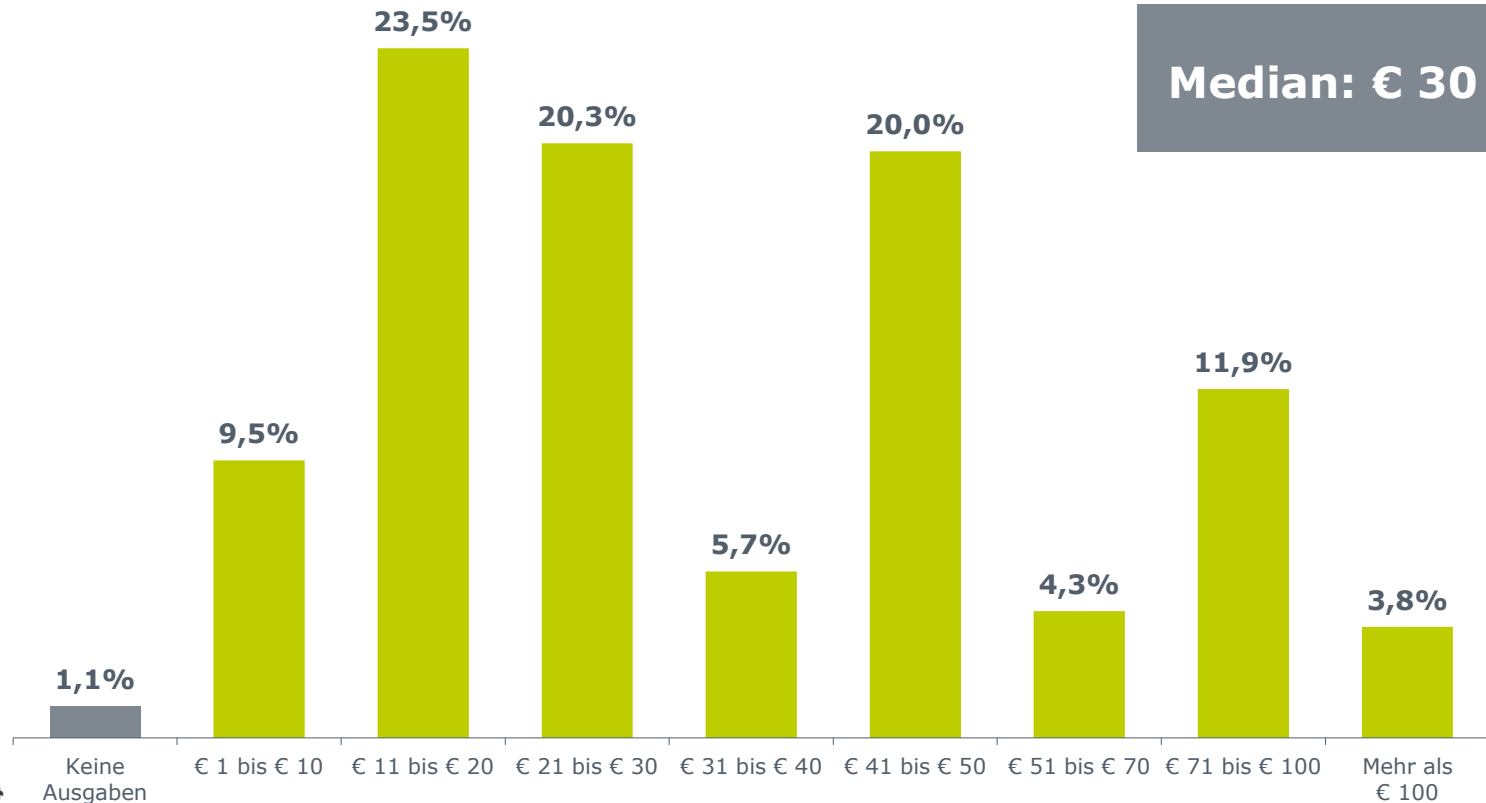




## 5. Wie viel werden Sie für Geschenke zum Muttertag voraussichtlich insgesamt ausgeben? [...]

### Ausgaben für Muttertags-Geschenke

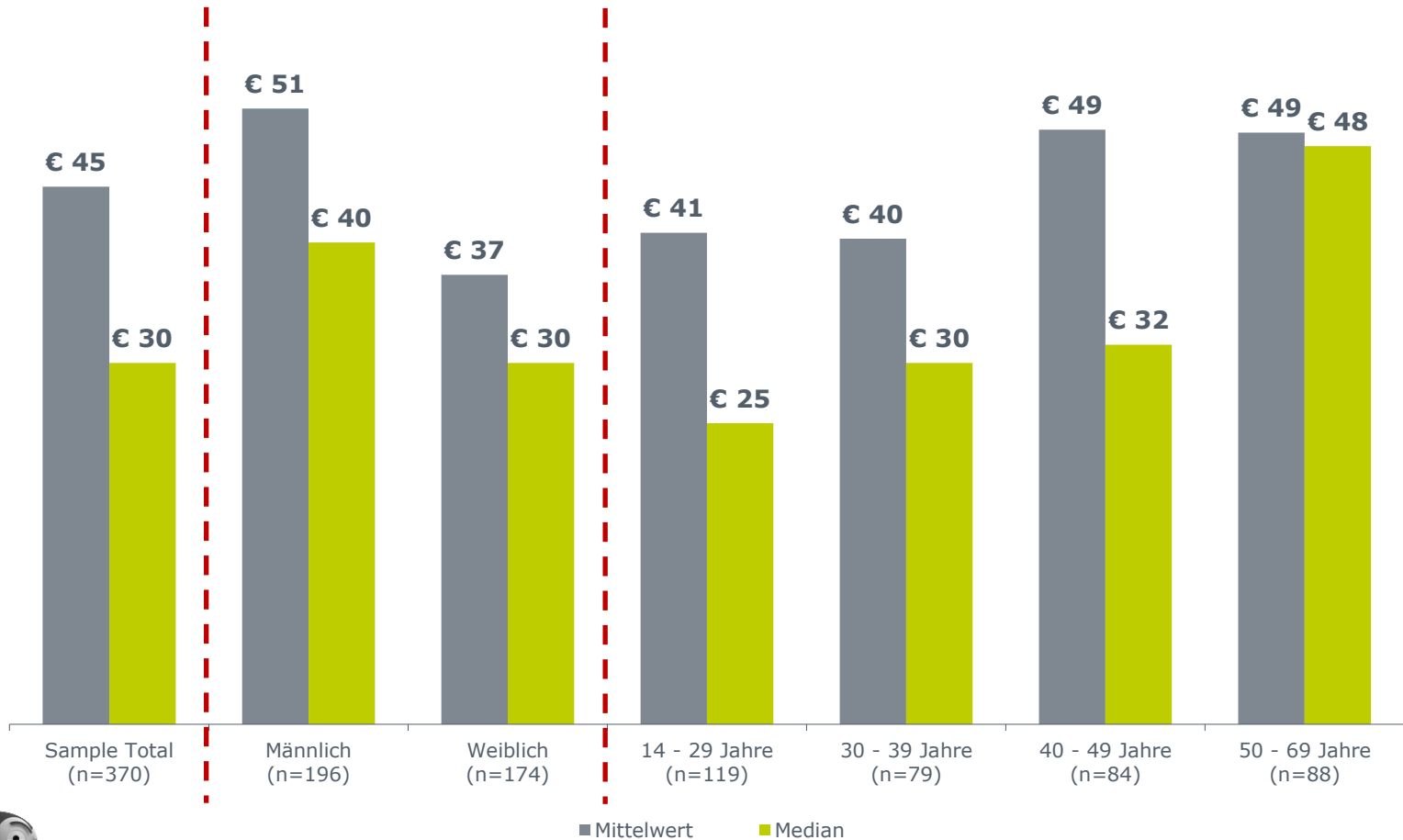
(Basis: Respondenten beschenken zumindest eine Person zum Muttertag)



# 5. Wie viel werden Sie für Geschenke zum Muttertag voraussichtlich insgesamt ausgeben? [...]

## Ausgaben für Muttertags-Geschenke (Geschlecht/ Alter)

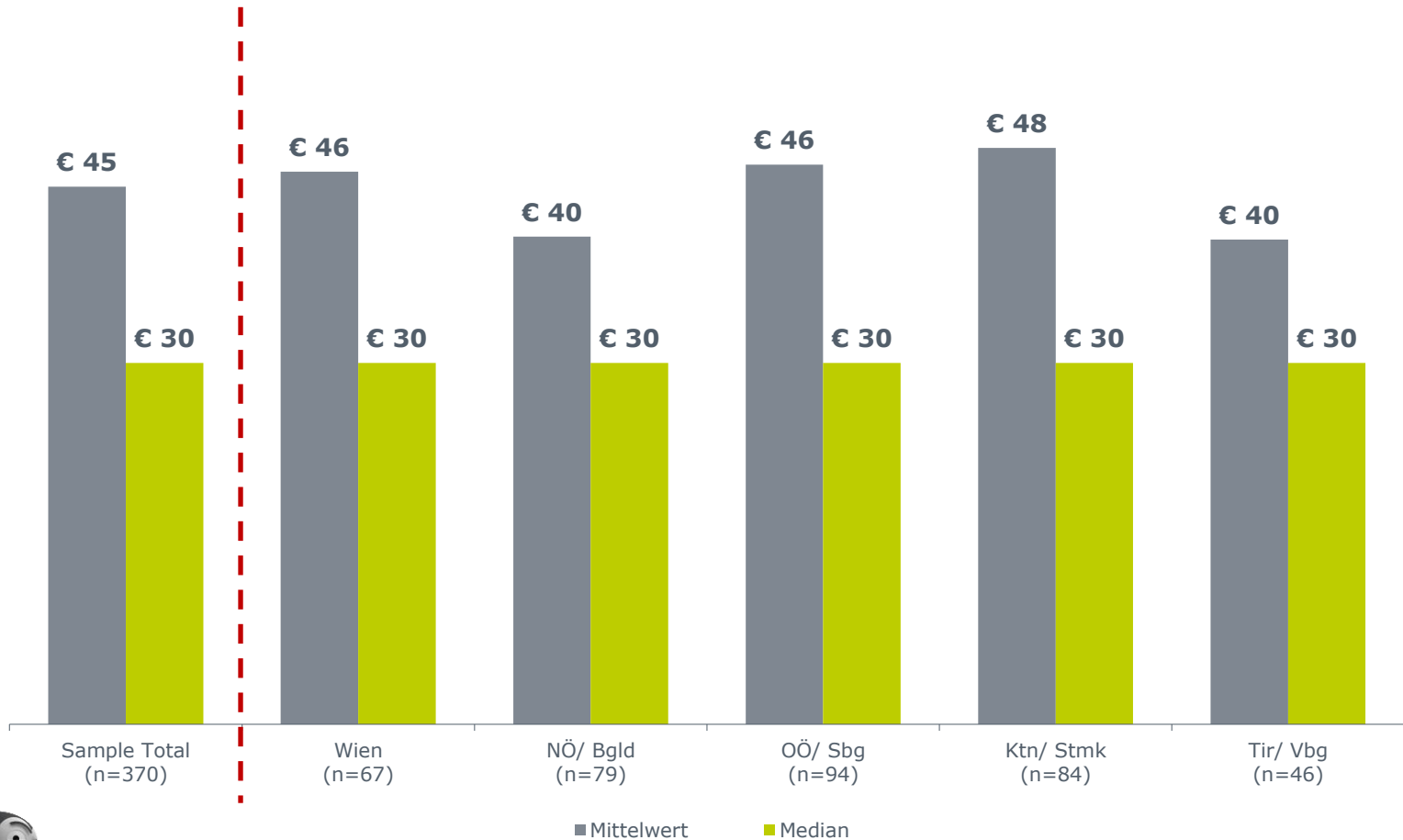
(Basis: Respondenten beschenken zumindest eine Person zum Muttertag)



# 5. Wie viel werden Sie für Geschenke zum Muttertag voraussichtlich insgesamt ausgeben? [...]

## Ausgaben für Muttertags-Geschenke (Bundesland)

(Basis: Respondenten beschenken zumindest eine Person zum Muttertag)



## 5. Wie viel werden Sie für Geschenke zum Muttertag voraussichtlich insgesamt ausgeben? [...]

| Erhebung       | April 2016 | April 2017 |
|----------------|------------|------------|
| absolut        | n=385      | n=370      |
| Mittelwert     | € 50       | € 45       |
| Median         | € 30       | € 30       |
| Keine Ausgaben | 0,3%       | 1,1%       |
| € 1 bis € 10   | 9,1%       | 9,5%       |
| € 11 bis € 20  | 24,9%      | 23,5%      |
| € 21 bis € 30  | 18,7%      | 20,3%      |
| € 31 bis € 40  | 5,5%       | 5,7%       |
| € 41 bis € 50  | 18,2%      | 20,0%      |
| € 51 bis € 70  | 6,2%       | 4,3%       |
| € 71 bis € 100 | 10,6%      | 11,9%      |
| Mehr als € 100 | 6,5%       | 3,8%       |



---

# about Marketagent.com



## About Marketagent.com ...

---

Marketagent.com ist Österreichs führendes Online Markt- und Meinungsforschungsinstitut und Vorreiter in der Internet-basierenden Datenerhebung und -analyse. Das eigens rekrutierte 815.000 Personen umfassende Online-Access-Panel (Stand April 2017, plus 400 pro Tag) ist ein wichtiger strategischer Erfolgsfaktor und Ausgangsbasis für zahlreiche erfolgreiche Consulting-Projekte. Marketagent.com konnte innerhalb weniger Jahre zu einem fixen Bestandteil der Marktforschungsszene aufstreben. Zu den Referenzen zählen unter anderem Unternehmen wie A1, die Erste Bank, Drei, Austrian Airlines, bwin.com, die Wirtschaftskammer Wien/Österreich, die Post AG, der ÖAMTC, Claro, OMV, Coca Cola, L'ORÉAL, Nestlé und die NÖM AG.

Die technische Realisierung der Online-Research-Plattform wurde mit einer Jury-Auszeichnung im Rahmen des Multimedia-Staatspreises 2002 ausgezeichnet. Im Februar 2003 folgte ein bronzener Werbe-Hahn für die Bemühungen rund um die Rekrutierung eines Teilnehmer-Pools an Meinungsbildnern und im März der erste Preis bei NÖ Internet-Award der Wirtschaftskammer und Donau Universität Krems. Im Dezember 2004 gewann Marketagent.com den ersten Preis im Gewinn-Jungunternehmer-Wettbewerb, Kategorie e-biz.



## Das Online Access Panel von Marketagent.com ...

---

Bei einem Online Access Panel handelt es sich um einen Kreis von web-aktiven Personen, die sich bereit erklärt haben, wiederholt an Online-Untersuchungen teilzunehmen. Im Gegensatz zu Telefonbüchern oder Post-Adresslisten existieren im Internet bislang keine zentralen Register von eMail-Adressen, die zur Ziehung von Online-Samples genutzt werden können. Als "work around" bietet sich der Aufbau zentral gepflegter Pools befragungswilliger Internet-Anwender (sogenannte "Online-Access-Panels") an. Ähnlich wie bei traditionellen Offline-Panels stehen die registrierten Mitglieder hierbei sowohl für ad hoc-Befragungen, als auch für Längsschnittbefragungen dem Institut zur Verfügung.

Das Marketagent.com Online-Access-Panel besteht gleichermaßen aus passiv wie aktiv rekrutierten Internet-Nutzern. Die Probanden werden sowohl über entsprechende Aktivitäten im Internet (beispielsweise mittels Werbebanner und Links auf anderen Websites) angeworben, als auch über klassische Methoden (beispielsweise mittels Call-Center) offline rekrutiert. Durch eine Vielzahl an verschiedenen Maßnahmen wird dadurch ein weiter Kreis an web-aktiven Personen in mehr als 20 Ländern angesprochen. Die Maßnahmen zur Akquisition von neuen Mitgliedern umfassen die Schaltung von Werbebannern auf sehr unterschiedlichen Websites, den Eintrag in Suchmaschinen und entsprechenden Internet-Angeboten zu diesem Thema, Pressemeldungen, Gewinnspiel-Sponsoring sowie den regelmäßig durchgeführten Website-Tests auf verschiedensten Portalen im WorldWideWeb.



**Andreas Weigl, Mag.  
andreas.weigl@handelsverband.at  
+43 (0) 1 – 406 22 36 - 77**

**[www.handelsverband.at](http://www.handelsverband.at)**

**[www.marketagent.com](http://www.marketagent.com)**

