

PRESSEINFORMATION

11. Mai 2023

Muttertag und Vatertag 2023: Viele schenken falsch

Deutschlands Eltern wünschen sich Zeit mit der Familie, Kinder planen Sachgeschenke

Banner und Plakate in den Schaufenstern der Einkaufspassagen, Pop-up Fenster im Web, glücklich beschenkte Eltern in Radio und TV – es ist nicht zu übersehen: Muttertag und Vatertag stehen vor der Tür und der Einzelhandel rührt die Werbetrommel. Damit stellt sich für viele Kinder die alljährliche Frage: Was wünschen sich Mama und Papa eigentlich zu ihrem Ehrentag? Viele werden den Weg in die Blumenläden oder zu den Pralinenregalen gehen – doch macht man den Eltern damit wirklich eine Freude? Eine aktuelle repräsentative Befragung des Nürnberg Institut für Marktentscheidungen (NIM) zeigt: Während Eltern sich Zeit mit der Familie wünschen, planen viele Kinder Sachgeschenke – und geben dafür ganz schön viel Geld aus.

Muttertag und Vatertag erfreuen sich bei den Deutschen großer Beliebtheit. Zwar geben drei Viertel der Befragten an, die Tage seien zu kommerziell und ganze 45 Prozent fühlen sich von Werbung rund um sie unter Druck gesetzt. Doch gleichzeitig findet ein Großteil auch: Muttertag (75 Prozent) und Vatertag (59 Prozent) sind eine gute Sache. Besonders beliebt ist der Muttertag übrigens unter den Männern. Ganze 79 Prozent der männlichen Befragten sind Fans des Ehrentags ihrer Mütter.

Doch bei aller Vorfreude kann es auch Enttäuschungen geben. Denn: Die geplanten Geschenke entsprechen oft nicht den Wünschen der Beschenkten. Obwohl nur wenige Personen (12 Prozent) sich ein Sachgeschenk wünschen, werden viele ein solches bekommen. So planen den Kauf eines Sachgeschenks 29 Prozent (Muttertag) bzw. 19 Prozent (Vatertag) der erwachsenen Kinder. Der mit Abstand am häufigsten genannte Wunsch der Befragten (50 Prozent) ist Zeit mit der Familie. Viele derjenigen, die sich das wünschen, werden das aber nicht bekommen: Lediglich 34 Prozent (Muttertag) bzw. 24 Prozent (Vatertag) der Befragten plant nämlich, am jeweiligen Ehrentag Zeit mit dem jeweiligen Elternteil zu verbringen.

„Was wünschst du dir eigentlich?“ – nur die wenigsten fragen einfach nach

Die Diskrepanz zwischen den Wünschen der Eltern und den Plänen der erwachsenen Kinder scheint einen ganz einfachen Ursprung zu haben: Fehlende Kommunikation. Nur knapp 30 Prozent fragen ihre Eltern oder ihnen nahestehende Personen, was sie sich wünschen. Dem gegenüber stehen 67 Prozent (Muttertag) bzw. 59 Prozent (Vatertag), die auf ihr Bauchgefühl vertrauen oder einfach jedes Jahr das Gleiche schenken.

Nürnberg Institut für Marktentscheidungen e.V.
Gründer und Ankeraktionär der GfK SE

Steinstraße 21
90419 Nürnberg

T + 49 911 951 51 - 983
F + 49 911 376 77 - 872
hello@nim.org

PRÄSIDIUM
Manfred Scheske (Präsident)
Ralf Klein-Bölting
Dr. Andreas Neus
Prof. Dr. Raimund Wildner
(Vizepräsidenten)

GESCHÄFTSFÜHRUNG
Dr. Andreas Neus

VORSITZENDER DES
GESELLSCHAFTERRATS
Dr. Manuel Cubero

Vereinsregister VR200665
Amtsgericht Nürnberg
USt-ID DE133548208

„Alles so wie immer ist keine gute Strategie“, zieht Andreas Neus, Geschäftsführer des NIM, Resümee. „Es werden gut doppelt so viele Sachgeschenke gekauft wie gewünscht. Genau umgekehrt ist es mit wertvoller gemeinsamer Zeit: hier gibt es einen Wunsch nach viel mehr, der aber oft nicht erfüllt wird. Ein wichtiger Grund dafür ist die fehlende Kommunikation – viele wissen offenbar nicht, was sich ihre Eltern wünschen und fragen auch nicht nach. Das könnten wir alle gemeinsam dieses Jahr ändern.“

Mehrheit schenkt etwas um zu zeigen, dass man die Eltern lieb hat

Dass Eltern und Kinder den Mutter- bzw. Vatertag bestmöglich zelebrieren möchten, zeigt noch eine andere vom NIM ermittelte Zahl: Gefragt nach den Gründen, weshalb überhaupt etwas geschenkt wird, gibt die Mehrheit (etwa 60 Prozent) an, dass der Tag einen guten Anlass bietet zu zeigen, dass man die Eltern lieb hat. Und diese Geste lassen sich erwachsene Kinder einiges kosten. 47 Euro wollen die Befragten im Schnitt für Geschenke zum Muttertag ausgeben. Das wären hochgerechnet auf die Gesamtbevölkerung etwa 950 Millionen Euro. Da verwundert es nicht, dass der Muttertag zu den wichtigsten Ereignissen des Jahres für Floristen, Pâtisseries und Co. zählt. Etwas überraschend: Für den Vatertag sind mit 59 Euro pro Person sogar noch höhere Ausgaben für Geschenke geplant.

Studie und Fragebogen wurden konzipiert vom Nürnberg Institut für Marktentscheidungen (NIM). Erhoben wurden die Daten mit dem GfK eBUS®. Dafür wurden 1.012 Personen im Alter von 18-74 Jahren befragt, die die deutschsprachige Bevölkerung repräsentieren. Die Befragung wurde im Zeitraum 27.04.2023 bis 02.05.2023 durchgeführt.

Über das Nürnberg Institut für Marktentscheidungen e. V.

Das Nürnberg Institut für Marktentscheidungen (NIM) ist ein Non-Profit-Institut zur Erforschung von Konsum- und Marktentscheidungen. An der Schnittstelle zwischen Wissenschaft und Praxis untersucht das NIM, wie sich Entscheidungen von Verbrauchern und Unternehmensentscheidern angesichts neuer technologischer und gesellschaftlicher Trends verändern und zu welchen Folgen das führt. Das NIM generiert aus seiner Forschung neue und relevante Erkenntnisse, wie Menschen bessere Entscheidungen in Märkten treffen können.

Das Nürnberg Institut für Marktentscheidungen ist Gründer und Ankeraktionär der GfK SE. Weitere Informationen unter www.nim.org und auf [Twitter](#) und [LinkedIn](#).

Bei Fragen und für weitere Informationen zur Presseinformation wenden Sie sich bitte an:

Tobias Biró
Research Communication
Nürnberg Institut für Marktentscheidungen e. V.
Gründer und Ankeraktionär der GfK SE
T: +49 911 951519-98 / E: tobias.biro@nim.org

V.i.S.d.P.

Sandra Lades
Head of Communication & Events
Nürnberg Institut für Marktentscheidungen e. V.
Gründer und Ankeraktionär der GfK SE
Steinstr. 21 / 90419 Nürnberg
T: +49 911 951519-89 / E: sandra.lades@nim.org