

Management Summary

| | |
|--|----------------------|
| Titel | Rapportnummer |
| Cadeaumonitor Duitsland, Oostenrijk, Zwitserland | 2008-41 |
| Auteur | Projectnummer |
| Annette Meeder | 10889 |
| Onderzoeksmethode | Telefoonnummer |
| kwantitatief, online | 079-3470650 |
| Trefwoorden | E-mail |
| Oostenrijk, Duitsland, Zwitserland, geschenk, bloemen, planten | a.meeder@tuinbouw.nl |

Doel:

Het bepalen van de positie van bloemen en kamerplanten binnen de totale Duitse, Oostenrijkse en Zwitserse cadeaumarkt is het doel van dit onderzoek. In dit rapport worden de resultaten weergegeven. Voor het eerst dit jaar heeft het onderzoek online plaatsgevonden.

Conclusie:

Dat bloemen in de top of mind van de ondervraagden zit is wel duidelijk. Op de vraag aan de respondenten om spontaan 5 cadeaus te noemen, noemt circa de helft van alle respondenten dit spontaan. Daarnaast zijn het ook electronica en boeken die spontaan regelmatig genoemd worden.

De Oostenrijkers en Zwitsers spannen de kroon als het gaat om bestedingen aan een groot cadeau. In geld uitgedrukt ligt dit op €147 bij de Oostenrijkers en op €138 bij de Zwitsers. Echter in ogenschouw moet er genomen worden dat de levensstandaard in deze landen anders ligt dan die in Duitsland (€81).

Niet alleen tussen de landen is een verschil te herkennen in bestedingen, echter ook in de verschillende leeftijdscategorieën is een onderscheid zichtbaar. De jongeren geven gemiddeld minder geld uit aan een cadeau. De jonge Duitsers geven bijvoorbeeld voor een klein cadeau gemiddeld €9,50 uit. De ouderen binnen dit land zeggen ongeveer €14,50 uit te geven.

De partner is in veel gevallen de belangrijkste ontvanger van een cadeau en de cadeaus worden over het algemeen veelal gekocht voor de bekende gelegenheden als een verjaardag of zonder een duidelijk reden 'zomaar'.

De cadeaus die gekocht worden en de hoogte van de bestedingen, is volgens planning. Grotendeels wordt ook aan deze planning gehouden, want circa tweederde van de ondervraagde houdt vast aan hun voorafgestelde budget en geeft evenveel uit als van te voren bedacht. Het zijn wel vaker de vrouwen die toegeven iets meer te hebben gependeed dan van te voren de planning was.

In veel gevallen is het niet één cadeau dat gekocht wordt, maar wordt er vaak een 'bij-cadeau' gekocht. Echter een nonchalant 'bij-cadeau' kan men het in de regel niet meer noemen. De gemiddelde bestedingen liggen op €25, in Duitsland ligt dit met €17 lager.

Het zijn met name boeken, DVD's, electronica en kleding die populair zijn om via internet te kopen. Dat internet een belangrijk medium is om inkopen te doen, staat als een paal boven water. Circa 70% van de ondervraagden in Oostenrijk en Zwitserland zegt meer via internet te zijn gaan kopen, in vergelijking met 3 jaar geleden. In Duitsland is dit percentage lager met 55%.

Het volledige rapport is te downloaden via www.tuinbouw.nl onder inloggen, of aan te vragen via info@tuinbouw.nl, of 079 347 0633.