

Pressemitteilung

Weihnachtsstudie 2021: Turbulente Zeiten mit niedrigen Erwartungen

Coronaregeln und Impfdebatten drücken die Weihnachtsstimmung

Neubiberg, 06. Dezember 2021

Die jährliche Weihnachtsstudie der Universität der Bundeswehr München zeigt repräsentativ, wie Deutschland weihnachtet. Kernergebnis der repräsentativen Studie unter 1.166 Befragten: Coronaregeln und Impfdebatten drücken die Weihnachtsstimmung – ungeimpfte Personen neigen mehr zu Regelverstößen. Ein Lichtblick: Die Studie gibt Einblicke, wie Weihnachten doch noch ein voller Erfolg werden kann.

Dem diesjährigen Weihnachtsfest stehen die Deutschen eher pessimistisch gegenüber. „Die Luft ist raus“, fasst es der Studienleiter Prof. Philipp Rauschnabel, Professor für Digitales Marketing und Medieninnovation von der Universität der Bundeswehr München, zusammen. Trotz Optimismus im letzten Jahr kam an Heiligabend weniger Weihnachtsstimmung auf. Das scheint sich nun zu manifestieren: Mehr als drei Viertel der befragten Personen (78%) erwarten ein durchschnittliches Weihnachten 2021, rund jeder siebte (15%) geht sogar davon aus, dass es weniger schön als in den Vorjahren wird. Nur rund 7% glauben, dass es ein überdurchschnittlich schönes Fest wird. Geringere Erwartungen sollte man, so die Forscher, aber positiv sehen. „Niedrige Erwartungen sind einfacher zu erfüllen“, so Katrin Schein, die an der Studie mitwirkt.

Impfstreit: Bereitschaft zu Regelverstößen nimmt weiter zu

Wie auch im letzten Jahr werden wir auf einige typische Aktivitäten wie Weihnachtsmärkte oder -feiern verzichten müssen – wenngleich die Regeln wohl etwas weniger strikt sein werden. Während viele Menschen diese Aktivitäten im letzten Jahr vermissten, werden sie dieses Jahr deutlich weniger vermisst. Trotzdem: „Die Offenheit zum Regelbruch ist weiterhin erschreckend hoch“, so der Studienleiter. Wie auch im Vorjahr (2020: 42%) deutet die Studie auf eine recht hohe Bereitschaft für Regelbruch über die Feiertage hin (2021: 47%). Besorgniserregend sehen die Studienautoren, dass die Offenheit für Regelbrüche bei ungeimpften Personen (66%) deutlich höher ist als bei geimpften (43%).

Mehr als zwei Drittel der Ungeimpften geben sogar an, die Pandemie über die Feiertage zu verdrängen. „Diese Zahlen sollten uns zu denken geben“, so Prof. Rauschnabel.

Dieses Jahr haben die Forscher die Menschen zu den Themen befragt, die aus ihrer Sicht zu einem schönen Weihnachtsfest beitragen. Zeit mit wichtigen Personen zu verbringen (75%), gutes Essen (69%), Ruhe (61%) und Weihnachtsdekoration (57%) gehören zu den must-haves. Gottesdienste (16%) sowie die Erwartung, viele Geschenke zu bekommen (8%), stellen die Schlusslichter dar.

Zeit mit den Liebsten: Auch hier spielt der G-Status eine Rolle

Wer nicht unter 2G fällt, wird es dieses Jahr an Weihnachten möglicherweise schwerer haben. 44% der Befragten geben an, Feste und Treffen zu meiden, auf denen die 2G-Regeln nicht umgesetzt werden. Unter den Geimpften sind es sogar mehr als die Hälfte (52%). 43% der Befragten – und ebenfalls 52% der geimpften Personen – würden diese Personen sogar bewusst nicht zu sich einladen. „Wir erkennen hier ganz deutlich die Tendenz, dass Impfverweigern von vielen Menschen sozial sanktioniert wird“, so Rauschnabel, der aber dringend davon abrät, alle Ungeimpften über einen Kamm zu scheren. Er geht auch davon aus, dass der soziale Druck aus dem eigenen Umfeld als deutlich schmerzhafter wahrgenommen wird, als staatliche Verbote. 29% der Geimpften – und 70% der ungeimpften – Personen möchten Corona über die Feiertage verdrängen.

Weihnachtsdekoration hebt die Stimmung

Fast in jedem Haushalt wird weihnachtlich dekoriert (87%). Hauptgründe: Es kommt Weihnachtsstimmung auf (43%), die Familie freut sich (43%) und es macht Spaß (38%). Für Frauen ist Weihnachtsdekoration wichtiger als für Männer. Sie würden gerne mehr dekorieren.

Nicht viele Geschenke, sondern besondere

Schenken und beschenkt werden gehört zu Weihnachten. Aber: Es geht nicht um die Menge an Geschenken, sondern die Art. Bei der Frage nach den schönsten Weihnachtsgeschenken nennen Menschen meistens emotionale Dinge aus der Kindheit – bspw. Eisenbahnen, Fahrrad, Lego – aber auch immaterielle Geschenke und Erlebnisse wie Reisen, die Geburt von Kindern oder Familienzusammenkünfte. Auf den Wunschlisten für 2021 steht allerdings an erster Stelle Geld (43%), gefolgt von Büchern (40%) und Selbstgemachtem (38%). Gemeinsame Events (2020: 41%, 2021: 37%), Reisen (2020: 40%, 2021: 33%) und Schmuck (2020: 29%, 2021: 21%) verlieren an Relevanz im Vergleich zu den Vorjahren.

Geschenkt wird dieses Jahr generell weniger. Bei nahezu allen Produktkategorien konnten die Studienautoren Rückgänge im Vergleich zum Vorjahr zeigen. Die Forscher interpretieren dies als Indiz für die geringere Weihnachtsstimmung und finanzielle Einbußen.

Weihnachtessen: Ausgefallenheit wird überbewertet

„Für viele Menschen ist das Essen an Weihnachten besonders wichtig“, so Rauschnabel. Dieses Jahr haben die Forscher die Menschen gefragt, was es die letzten Jahre bei ihnen an Heiligabend zu essen gab. Die Erkenntnis: Jeder Dritte weiß nicht mehr, was es letztes Jahr gab, rund 40 % bzw. 50 % können es für 2019 und 2018 auch nicht mehr rekapitulieren. Die meisten derer, die sich daran erinnern können, wissen dies nur, weil es bei ihnen

traditionell an Weihnachten das Gleiche gibt. Daher raten die Studienautoren dazu, lieber einfach zu kochen: „An Stress und Streit erinnert man sich länger, als an die Details eines Sieben-Gänge-Menüs!“. Vegetarische Weihnachtsessen sind eher die Ausnahme (8%).

Die Herausforderung, so die Autoren, liegt darin, sich verantwortungsbewusst in Bezug auf die Pandemie zu verhalten, ohne gute Familienverhältnisse aufs Spiel zu setzen. „Trotz aller Herausforderungen und Sichtweisen sollten wir uns gemeinsam auf ein sicheres und harmonisches Fest freuen!“ – so das Schlussplädoyer der Studie.

Seit 2018 führt Prof. Philipp Rauschnabel von der Universität der Bundeswehr München die Weihnachtsstudie mit seinem Team durch. Die aktuellen Daten wurden in diesem Jahr im Zeitraum vom 01. bis 05. Dezember erhoben. Mehr als 1.000 Probanden werden pro Jahr über ein professionelles Online Access Panel befragt, repräsentativ quotiert nach Alter, Geschlecht und Herkunft. Mittlerweile kann das Forscherteam auf einen Pool von zahlreichen Erkenntnissen zurückgreifen, wie z.B.:

- Weihnachtsbäume (Wann sollte man sie kaufen? Echt oder künstlich?)
- Stress und Streitthemen
- Weihnachtsmusik – Last Christmas polarisiert, Chris Rea dominiert
- Christkind vs. Weihnachtsmann: Eine Frage der Region
- Ideale Geschenke
- Arbeiten an Heiligabend
- Family-Hopping
- Mediennutzung
- Silvestertraditionen, Feuerwerk und Feuerwerksalternativen (2021)

Weitere Analysen, Einschätzungen und Vorjahresergebnisse stellen wir gerne bereit.

Pressekontakt:

Michael Brauns
Pressesprecher
Universität der Bundeswehr München
Tel.: 089/6004-2004
E-Mail: michael.brauns@unibw.de

Studienleitung & Anfrage von Ergebnissen:

Prof. Dr. Philipp A. Rauschnabel
Professur für Digitales Marketing und Medieninnovation
Universität der Bundeswehr München
Tel.: 089/6004-3374
E-Mail: philipp.rauschnabel@unibw.de