

# Consumer-Factsheet

Muttertag 2024

Während der Muttertag seinen Ursprung bereits 1914 in den Vereinigten Staaten hat, wurde er erst 10 Jahre später durch Marianne Hainisch, einer Pionierin der österreichischen Frauenbewegung, auch in Österreich initiiert. Der Muttertag, der für den Tiroler Handel traditionell einen wichtigen Kaufanlass darstellt, findet heuer am 12. Mai statt. Die Ausgaben belaufen sich dabei auf € 50,- pro Käufer\*in bzw. € 25 Mio. für ganz Tirol.



## Consumer Facts: Muttertag 2024

Nach wie vor erfreut sich der Muttertag großer Beliebtheit: 68 % aller Tirol\*innen wollen an diesem Tag jemanden beschenken. Erwartungsgemäß wird mit 80 % am häufigsten die eigene Mutter beschenkt. Immerhin 17 % der Tirol\*innen beschenken ihre Partner\*innen, 16 % ihre Schwiegermütter.

Die **drei häufigsten Präsente** umfassen Blumen/Pflanzen (57 %), Süßigkeiten/Schokolade/Pralinen (33 %) und Selbstgemachtes (sei es gebastelt, gekocht oder gebacken) mit 17 %. Darauf folgen Restaurantbesuche (14 %) und mit der gleichen Häufigkeit von 6 % jeweils Kleidung und Schuhe, Dekoartikel und personalisierte Geschenke wie Fotogeschenke oder Gravuren und Wein und sonstige Getränke.

Ein genauerer Blick darauf, welche **Blumen** verschenkt werden, offenbart Rosen (51 %) als langjährigen Platzhirsch. Sehr beliebt sind auch Tulpen (46 % der Blumen-Schenker\*innen entscheiden sich dafür), und etwa jede\*r Dritte verschenkt Orchideen (33 %). Sonnenblumen (10 %) und Gerbera (8 %) machen auch einen nicht unwesentlichen Teil der gekauften Blumen aus. Das Blumenfachgeschäft ist mit 79 % dabei nach wie vor der präferierte Ort, um Blumen zu kaufen.

Die Höhe der Ausgaben beläuft sich bei denjenigen Tirol\*innen, die schenken, durchschnittlich auf € 50,-. Die Summe aller **Ausgaben** beträgt € 25 Mio., ein leichtes Plus von (nominell) € 2 Mio. gegenüber dem Vorjahr. In etwa 8 von 10 Tirol\*innen (77 %) haben vor, dieses Jahr zum Muttertag gleich viel wie im Vorjahr auszugeben; nur 9 % wollen heuer mehr ausgeben, 14 % planen mit einem kleineren Budget.

Nach wie vor wird der **stationäre Handel** (75 %) dem Kauf im Internet deutlich vorgezogen, jedoch wird auch Letzteres von 29 % der Schenker\*innen genutzt.

Danach befragt, wie die Tirol\*innen den Muttertag begehen wollen, geben 63 % an, ihn mit der Familie **feiern** zu wollen. Umgekehrt wollen 22 % heuer wahrscheinlich nicht feiern, 16 % feiern den Tag nie.

Als Mutter danach befragt, worüber sie sich am meisten freuen würde, antworten die meisten mit dem Beisammensein der Familie, Liebe, Ruhe und dem Füreinanderdasein. Auch Angehörige äußern sich ähnlich und betonen Immaterielles, wenn man sie fragt, was sich ihre Mütter am ehesten wünschen.

Insgesamt kann der Muttertag besonders in einem schwierigen Handelsjahr wie heuer ein wichtiger **Impulsgeber** für den heimischen Einzelhandel werden, ganz besonders natürlich für den Blumenfachhandel, aber auch für Drogerien, Parfümerien und den Einzelhandel mit Lebensmitteln und den Facheinzelhandel für Delikatessen und Getränken.

#### Methodik:

Die vorliegenden Ergebnisse basieren auf einer Onlinebefragung von n=1.016 Österreicher\*innen zwischen 15 und 75 Jahren. Die Befragung erfolgte repräsentativ nach Alter und Geschlecht.

