

Consumer-Factsheet: Vatertag 2020

Am 14. Juni des heurigen Jahres wird in Österreich der Vatertag gefeiert. Er wurde 1955 als Brauchtum zu Ehren der Väter eingeführt. In Anlehnung an den Muttertag wird der Vatertag in Österreich meist als Familienfest begangen und soll einen Anlass zum Kauf von Blumen und kleinen Geschenken bieten.

Facts zum Vatertag 2020



Für den Handel in Österreich stellt der Vatertag einen wichtigen **Kaufanlass** dar. 40 % der Österreicher_innen beschenken ihren Vater, 15 % ihren Partner. Von den befragten Männern geben 7 % an, sich selbst ein Geschenk zu machen. Die Österreicher_innen, die schenken, geben im Durchschnitt ca. € 40,- aus. Die Top 3 - Geschenke umfassen Süßigkeiten/Schokolade/Pralinen (23 %), gefolgt von Bier (13 %) und Parfum/Kosmetika (11 %).

In Summe liegen die Ausgaben der Österreicher_innen am Vatertag 2020 bei fast **€ 120 Mio.** 81 % der Österreicher_innen besorgen ihre Vatertag-Geschenke in (stationären) Geschäften, 28 % im Internet.¹ Bei den Geschäften entfallen 48 % auf Geschäfte in Einkaufszentren/Fachmarktzentren, 47 % auf Geschäfte in Einkaufsstrassen oder in zentraler Lage und 28 % auf Geschäfte, in sonstigen Lagen.

Die Hälfte der Österreicher_innen feiern den Vatertag im Kreise der Familie. 33 % essen gemeinsam zuhause, 11 % feiern mit einem Restaurantbesuch und 7 % machen einen Ausflug. Die **Corona-Krise** zeigt sich auch in Bezug auf den Vatertag: Auf Grund von Covid-19 wird es bei 30 % der Österreicher_innen keine Feier geben, 16 % werden weniger Geschenke kaufen.

Bei der Bedeutung des Vatertags zeigen sich keine Unterschiede zwischen Frauen und Männern. Die Wichtigkeit des Vatertags hängt jedoch signifikant mit dem Alter der Befragten zusammen. Also je älter die Österreicher_innen sind, desto höhere Bedeutung messen sie dem Vatertag bei.

Assoziationen zum Vatertag



Bestimmte Begriffe sind im Kopf von Menschen mit unterschiedlichen Vorstellungsinhalten verknüpft. Was den „Vatertag“ angeht sind die häufigsten Assoziationen Vater, Familie und Liebe. Weitere Gedankenverknüpfungen umfassen u.a. Freude, Geschenke, Dankbarkeit, Essen, Feiern, Zusammenhalt und Zeit. Viele verbinden mit dem Vatertag Wertschätzung und Kinder.

¹ In der Studie wurden Mehrfachnennungen abgefragt. Wer im stationären Geschäft einkauft kann, muss aber nicht online kaufen, und vice versa. Das trifft auch auf die anderen, im Bericht angeführten Prozentwerte zu.

Methodik

Die vorliegenden Ergebnisse basieren auf einer Onlinebefragung von n=1007 Österreicher_innen zwischen 15 und 75 Jahren. Die Befragung erfolgte repräsentativ nach Alter und Geschlecht.

KMU Forschung Austria
1040 Wien | Gußhausstraße 8
Tel: +43 1 505 97 61 | Fax: +43 1 503 46 60
www.kmuforschung.ac.at | handel@kmuforschung.ac.at

