

Consumer-Factsheet: Vatertag 2022

Am 12. Juni des heurigen Jahres wird in Österreich der Vatertag gefeiert. Er wurde in Österreich 1955 erstmals gefeiert. In Anlehnung an den Muttertag wird der Vatertag in Österreich meist als Familienfest begangen und soll einen Anlass zum Kauf von kleinen Geschenken bieten.

Consumer-Facts zum Vatertag 2022



Für den Handel in Wien stellt der **Vatertag** einen wichtigen **Kaufanlass** dar. 36 % der Wiener*innen werden jemanden beschenken. Dabei beschenken 73 % ihren Vater, 28 % ihren Partner und 7 % ihren Großvater. 39 % der Männer sowie 34 % der Frauen schenken zum Vatertag. Im Vergleich zum Muttertag liegt der Anteil der Wiener*innen, die zum Vatertag schenken, jedoch niedriger.

Jene Wiener*innen, die schenken, geben im Durchschnitt ca. **€ 61,-** aus. Beim Muttertag werden ungefähr € 50,- ausgegeben. 3 von 5 Wiener*innen haben vor dieses Jahr zum Vatertag gleich viel wie im Vorjahr auszugeben. Gleichzeitig geben 28 % an ihr diesjähriges Budget erhöhen zu wollen, während nur 11 % weniger Budget für die Geschenke einplanen. Insgesamt planen Wiener*innen Ausgaben in Höhe von € 29 Mio zu tätigen.

Die beliebtesten Geschenke sind Selbstgemachtes (gebastelt, gekocht, gebacken, 22 %), Süßigkeiten/Schokolade/Pralinen (20 %) gefolgt von Bier/Spirituosen/sonstige Getränke (20 %). Außerdem sind noch Restaurantbesuch/e (18 %), Parfum/Kosmetika/Körperpflegeprodukte (16 %) und Wein (15 %) gängige Geschenke. 78 % der Wiener*innen besorgen ihre Vatertag-Geschenke in (stationären) Geschäften, 32 % im Internet.¹

Knapp 42 % der Wiener*innen werden heuer mit ihrer **Familie** feiern. Beinahe 13 % wollen heuer auf eine Feier verzichten, obwohl sie den Vatertag üblicherweise in ihrem Familienkreis feiern. Mehr als 45 % der Befragten feiern in ihrem Familienkreis keinen Vatertag.

1 von 4 Wiener Vätern (24 %) erwarten sich zum Vatertag ein **Geschenk**. Der Großteil der Männer wünscht sich zum Vatertag aber Zeit und gemeinsame Aktivitäten mit der Familie. Viele wünschen sich heuer Gesundheit, Frieden oder etwas Entspannung vom turbulenten Alltag. Bei einem deutlich kleineren Teil der Männer fallen die Wünsche heuer mit Bier, Wein, Grillen oder Tankgutscheinen auch deutlich profaner aus.

Methodik

Die vorliegenden Ergebnisse basieren auf einer Onlinebefragung von n=204 Wiener*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



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.