



Weihnachtstrends 2020

Präsentiert von Amazon



amazon

Inhaltsübersicht

01

Wertvolle Beziehungen

Seite 4

06

Ausruhen und Entspannen

Seite 9

02

Unterhaltung mit Bildungsinhalten

Seite 5

07

Das Zuhause als Zentrum

Seite 10

03

Do it yourself in der Weihnachtszeit

Seite 6

08

Lokale Liebe

Seite 11

04

Kochen mit gutem Gewissen

Seite 7

09

Spiele, Spiele, Spiele

Seite 12

05

Fitness überall

Seite 8

Amazons Trendreport Weihnachten 2020

Im Auftrag von Amazon hat WGSN (World Global Style Network), die Experten für Verbrauchertrends, die diesjährigen Weihnachtstrends untersucht. Auf Basis von branchenübergreifendem Fachwissen sowie kuratierten Daten hat WGSN Vorhersagen zu den Themen getroffen, die für die Verbraucher in Deutschland in der anstehenden Festsaison von Bedeutung sein werden.

Weitere Informationen zu WGSN gibt es unter [wgsn.com](https://www.wgsn.com).

Wertvolle Beziehungen

Videotelefonate sind dieses Jahr fester Bestandteil unseres täglichen Lebens geworden und virtuelle Treffen werden zu Weihnachten ebenfalls dazugehören. Im Februar und März 2020 wurde der Videokonferenzdienst Zoom in Deutschland 17 Mal häufiger heruntergeladen als zuvor.^{1,2} Neue Ansätze stehen im Fokus vieler Feierlichkeiten – diese reichen von kleinen Zusammenkünften wie themenbezogenen Abendessen bis hin zu größeren digitalen Veranstaltungen wie Künstleraufführungen im Livestream. Dieses Weihnachten werden Familien, Freunde und Kollegen auf kreative Weise zusammenkommen.

WEIHNACHTEN WIRD DIGITAL

In diesem Jahr haben sich viele Menschen online auf einen Drink oder Tee getroffen und somit ihr gesellschaftliches Leben aufrechterhalten. Dieser Trend wird sich voraussichtlich fortsetzen und **die Deutschen werden weiterhin neue Ansätze schaffen, um gesellschaftliche Zusammenkünfte mittels Livestreaming zu pflegen.** Kleine Unternehmen wie Restaurants und Bars

werden genau dafür spezielle Pakete für zu Hause in unterschiedlichen Geschmacksrichtungen und Preisklassen anbieten. Hier gibt es zum Beispiel maßgeschneiderte Cocktailsets oder Angebote für Abendgesellschaften – so entsteht auch in den eigenen vier Wänden eine besondere Atmosphäre. Aus Studien geht hervor, dass Verbraucher 25 Prozent ihres Weihnachtsbudgets für Dekoration ausgeben. Dieses Jahr werden Dekorationen, die im Online-Chat beeindruckend, gefragter sein als je zuvor.³ Wir gehen davon aus,



dass Geschirr in leuchtenden Farben und überraschenden Designs dominieren wird, damit die Weihnachtstafel auch über den Bildschirm auffällt. Greer Hughes, beratender Leiter bei WGSN, erklärt, dass die Leute versuchen, sich zu Hause eine ähnliche Atmosphäre wie im Restaurant zu schaffen, einerseits über die eigene Tischdekoration, andererseits aber auch über Videotelefonate, sodass sie den Abend mit Freunden und Familie teilen können.



Aus Studien geht hervor, dass Verbraucher 25 Prozent ihres Weihnachtsbudgets für Dekoration ausgeben.



¹App Annie, in TechCrunch, 2020.

²TechCrunch, 2020.

³Deloitte in Homeworld Business, "Experience trumps gifts for the holidays" (Übersetzt: Erlebnisse übertrumpfen Geschenke zu Weihnachten), 2019.

Unterhaltung mit **Bildungsinhalten**

Kinder sind neugierig und lernbegierig.
Greer Hughes erklärt:

“

Eltern überlegen weiterhin, wie sie mit ihren Kindern mittels kreativer Spiele und Lerntools in der vermehrten Zeit zu Hause interagieren können. Wir haben beobachtet, **dass sich interaktive und immersive Mittel zur Unterhaltung mit Bildungswert, das sogenannte Edutainment** – wie die LEGO-Education-Serie –, **zu Hause wie auch in wiedereröffneten Schulen zu einem festen Bestandteil entwickeln.** ”

KREATIV WERDEN

Genau wie Eltern streben Kinder nach einem Bereich, in dem sie sich konzentrieren und produktiv lernen können. Wir gehen davon aus, dass viele Familien Ecken in ihrem Zuhause einrichten, wie zum Beispiel **Kreativstationen** oder Lernbereiche, in denen der Vorstellungskraft der Kinder keine Grenzen gesetzt sind. Inspiration und Spaß beleben Bildung. Neues Interieur bzw. Zubehör wie Whiteboards und Wandhalterungen bekommen durch Kollagen und Sammelalben eine persönliche Note.

MIT SPASS AN FITNESS

Neben produktivem Lernen oder dem konzentrierten Arbeiten für die Erwachsenen spielen auch sportliche Betätigungen eine wichtige Rolle. Dies schafft einen Ausgleich und steht bei vielen auf dem täglichen Programm. In Hamburg nutzte der mexikanische Fitnesstrainer Pato Cervantes während des Lockdowns seinen Balkon, um Workouts für die Nachbarschaft zu veranstalten. So zeigte er den Bewohnern, dass **körperliche Übungen auch bei wenig Platz Spaß machen und leicht durchgeführt werden können** – und sich auch positiv auf das Gemüt auswirken.

Während der kalten Jahreszeit bedarf es einer Extraportion Motivation um fit zu bleiben. Produkte, die auf unterhaltsame Weise die Familie zusammenbringen und zu Hause zur gemeinsamen Bewegung animieren, werden an Beliebtheit gewinnen. Spiele wie Stack 52, bei denen die Spieler den verschiedenen Gewichtsübungen auf den Karten folgen, werden vermutlich unter dem Weihnachtsbaum liegen. Für Videospieldfans stehen Spiele wie Ring Fit von Nintendo auf dem Wunschzettel ganz oben. So kommen Gaming-Spaß und Fitness zusammen.

Do it yourself in der Weihnachtszeit

Die Beliebtheit von künstlerischen Betätigungen und Bastelarbeiten ist in diesem Jahr sprunghaft angestiegen. Die Verbraucher haben neue Wege gefunden, sich die Zeit in geschlossenen Räumen zu vertreiben. Für das kommende Weihnachten erwarten wir, dass dieser Trend weiter zunimmt

und man sich mit verschiedenen handwerklichen Tätigkeiten wie Nähen, Stricken und Scrapbooking beschäftigen wird.

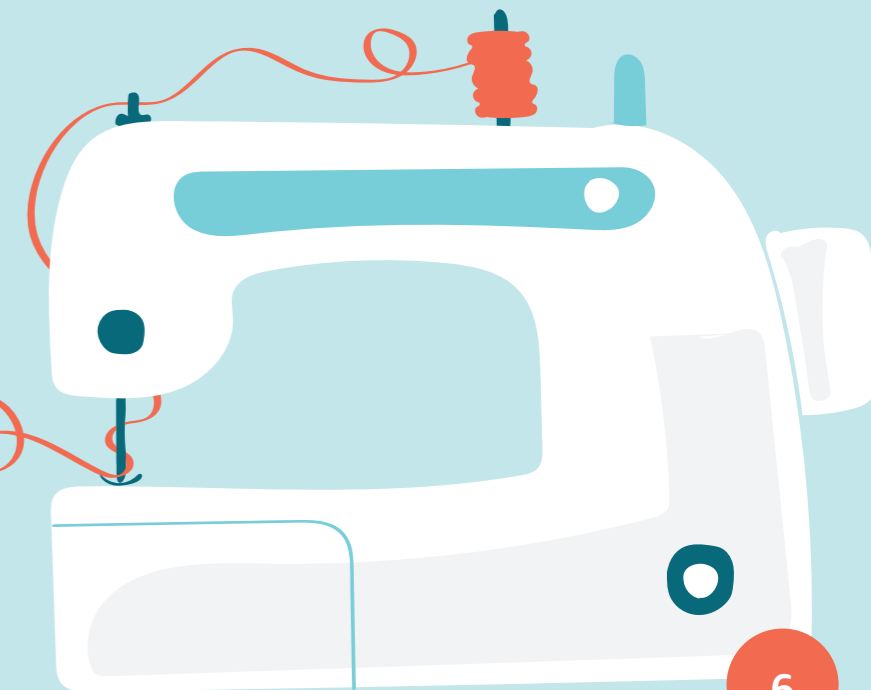
RECYCLING UND UPCYCLING

Allyson Rees, leitende Redakteurin bei WGSN Lifestyle & Interiors, erklärt: „Bei Gestaltung und Dekoration werden Produkte im Mittelpunkt stehen, die Jahr für Jahr wiederverwendet werden können oder den ganzen Winter über den Wohnraum verschönern.“ Das gemeinsame Arbeiten und Basteln an weihnachtlichen Projekten wird zu neuen Traditionen führen und sicherlich auch zu neuen Familienerbstücken. So werden Produkte mit zeitlosem Design gefragt sein, die auch für kommende Feste Verwendung finden, darunter gestrickte Decken, Weihnachtskugeln und Fotoalben.

NACHHALTIGES HANDWERK

Mit kostengünstigem und nachhaltigem Zubehör werden liebevolle Weihnachtsdekorationen gebastelt. Rees ergänzt: „Die Natur dient als Inspirationsquelle. Da die Verbraucher dieses Jahr viel Zeit in ihren Wohnungen verbracht haben, rechnen wir mit einer Vielzahl von handgearbeiteten, von der Natur inspirierten Designs. **Dieses Jahr wird Weihnachten wahrscheinlich in natürlichen Farbtönen gefeiert, die eine gemütliche Atmosphäre schaffen.** Pflanzliche Farbstoffe wie Kurkuma und Rote Bete bilden die Grundlage.“

Neu ist auch ein gesteigertes Interesse an ehrgeizigeren Kunsthandwerksprojekten wie der japanischen Häkelvariante Amigurumi und Kalligraphie.



Kochen mit gutem *Gewissen*

Über 50 Prozent der europäischen Verbraucher kochen jetzt mehr zu Hause.⁵ So wird sich das Festtagsessen durch eine innovative und gesundheitsbewusste Lebensweise und neue Rezepte grundlegend ändern. Die Nachfrage nach gesundheitsfördernden Produkten wie Holunderbeeren, Probiotika und Rosmarin ist dieses Jahr in ganz Europa gestiegen. Die Verbraucher haben sich nach neuen Zutaten umgeschaut, um ihren selbstgemachten Speisen ein gesundes Extra zu verleihen.⁶

FLEXITARISCH ESSEN

Die Deutschen essen im Allgemeinen sehr fleischlastig. Doch **29 Prozent der deutschen Verbraucher rechnen nun damit, dass sie ihren Fleischkonsum reduzieren.** Das bedeutet, dass fleischlose und vegane Alternativen dieses Weihnachten gefragt sind, da sich 55 Prozent der Deutschen jetzt schon als Flexitarier bezeichnen.⁷ Jennifer Creevy, Leiterin von WGSN Food & Drinks, weist darauf hin, dass

die Europäer auf einen gesünderen Lebensstil umsteigen. Das bedeutet, dass es mehr pflanzliche Alternativen für das Weihnachtsmenü geben wird: „Während der Pandemie haben vegetarische Ernährungsweisen weltweit zugenommen und viele Verbraucher werden sich für eine fleischfreie Weihnacht entscheiden. Pflanzliche Hauptspeisen, zu denen traditionelle vegetarische Beilagen ebenfalls sehr gut passen, sowie klassische vegane Nachspeisen werden ebenso an Beliebtheit gewinnen.“

Wohnt die Familie zusammen unter einem Dach, werden zu Weihnachten auch die gemeinsamen Mahlzeiten wieder wichtiger.

WEIHNACHTLICHER GESUNDHEITSKICK

Da Gesundheit und Wohlbefinden eine zentrale Stellung einnehmen, ist davon auszugehen, dass viele Haushalte ihre Festtagsmenüs auf alternative Weise zubereiten werden. Neben traditionell beliebten Festtagsgetränken wie Glühwein oder Punsch werden Cocktails mit niedrigem Alkoholgehalt oder ohne Alkohol als Alternative an Beliebtheit gewinnen. Bereits im Frühjahr gab es dafür einen Zuwachs um 32,5 Prozent.⁸

⁵ Kerry, ConsumerFirst Daten, 2020.

⁶ Kerry, Europe Food and Beverage Trends during Covid-19 (Übersetzt: Europäische Trends bei Speisen und Getränken während Covid-19), 2020.

⁷ YouGov in Vegconomist, „29 % of Germans plan to reduce their meat consumption“ (Übersetzt: 29 Prozent der Deutschen beabsichtigen eine Reduktion ihres Fleischkonsums), 2020.

⁸ Nielsen via FoodBev, „Top Three No and Low-Alcohol Beverage Trends for 2020“, Juni 2020.

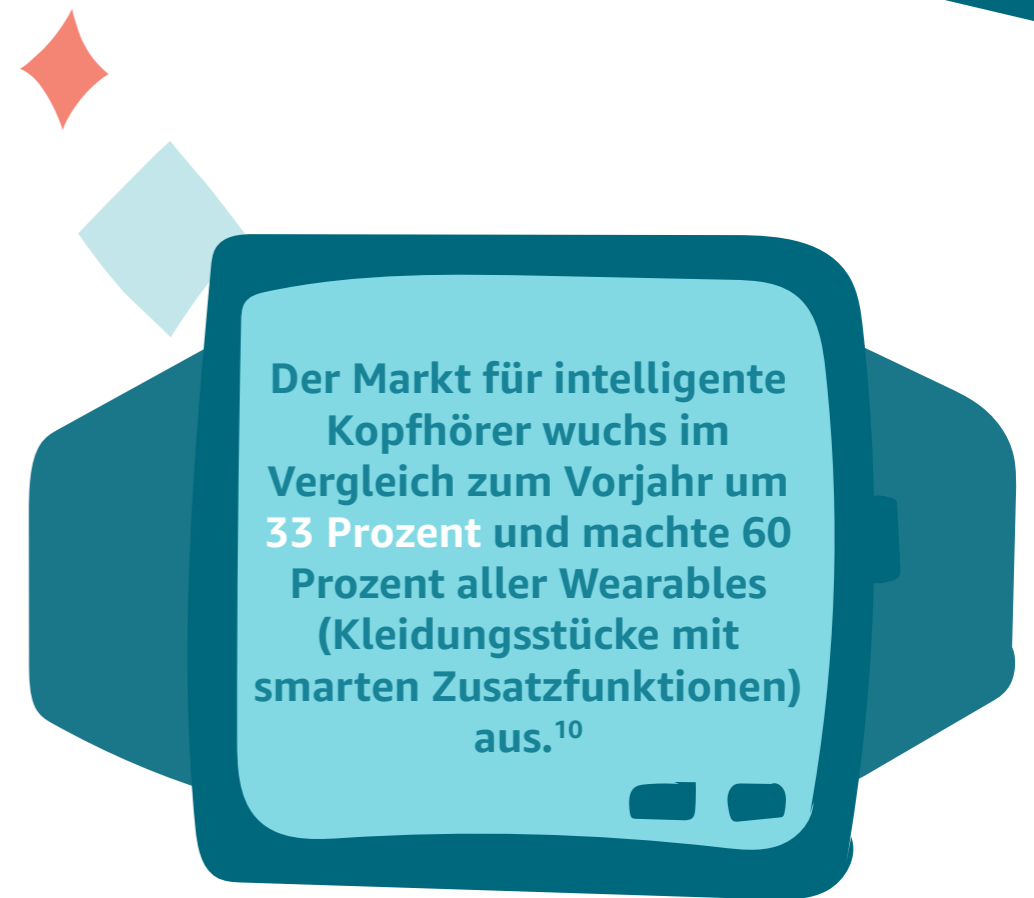
Während der Pandemie haben vegetarische Ernährungsweisen weltweit zugenommen

05

Fitness überall

Ein ausgewogenes Sozialleben ist wichtig für die psychische Gesundheit. Viele Verbraucher haben unterhaltsame Online-Foren und virtuelle Clubs als Ersatz für den gemeinschaftlichen Sport im Fitnesscenter entdeckt. Durch den Austausch von Ergebnissen und Fortschritten via sozialer Medien oder App-Communitys wie Fitbit von Freeletics bekommen einige Verbraucher die notwendige Motivation zu regelmäßiger körperlicher Betätigung.⁹ Diese virtuellen Hubs werden viele weitere Anmeldungen erleben, da viele auch im nächsten Jahr bestimmte Fitnessziele erreichen und diese dann auch mit der Community teilen wollen.

Die Technologie hat es der immer größer werdenden Gruppe von Fitnessenthusiasten möglich gemacht, sich durch Online-Inhalte, Fitnessapps, Heimtrainer und Wearables an neue Routinen anzupassen. Intelligente „Hearables“ waren auf der diesjährigen Consumer Electronics Show (CES) ein großer Erfolg. So werden Kopfhörer mit zusätzlichen Funktionen und künstlicher Intelligenz verknüpft. Der Markt für intelligente Kopfhörer wuchs im Vergleich zum Vorjahr um 33 Prozent und machte 60 Prozent aller Wearables (Kleidungsstücke mit smarten Zusatzfunktionen) aus,¹⁰ denn den Verbrauchern gefällt die vielseitige Verwendbarkeit dieser Gadgets bei Arbeit und Sport.



⁹ Flinders University. „Social connection boosts fitness app appeal“ (Übersetzt: Soziale Beziehungen steigern die Attraktivität von Fitnessapps). 2020.

¹⁰ IDC. „Earwear and Wristbands Tracker“ (Übersetzt: Tracker am Ohr und Handgelenk). 2020.

Ausruhen und Entspannen

Dadurch dass die Menschen mehr als zuvor zu Hause sind, ist die Nachfrage nach Produkten zur Entspannung gestiegen. Gerade im Hinblick auf das Jahresende werden die Verbraucher einige Praktiken zur Verbesserung des eigenen körperlichen und emotionalen Wohlbefindens bereits in regelmäßige Rituale umgesetzt haben. Noch im März und April ernährten sich 10 Prozent der Deutschen infolge des Lockdowns weniger gesund. **Doch im Laufe des Jahres haben sie sich gesünderen Gewohnheiten zugewandt und nehmen Routinen für das eigene Wohlbefinden ernster.**¹¹ 50 Prozent der Deutschen sagen auch, dass sie bereit sind, mehr für Bioprodukte zu bezahlen.¹² Greer Hughes erklärt: „Das wachsende Interesse an einem ganzheitlichen Ansatz bei der Gesundheit bedeutet, dass eine gute Verdauung und qualitativ hochwertiger Schlaf jetzt ernster genommen werden. Die Leute möchten auf ihren Körper verstärkt achtgeben, sowohl von innen als auch von außen.“

EINFACH SCHLAFEN

Neben all dem Fokus auf Fitness sind Methoden für eine bessere Schlafgesundheit ebenso zentraler Bestandteil eines gesünderen Lebensstils. Ältere Menschen (vor allem im Alter von 65 bis 74 Jahren) weisen die beste Schlafqualität auf, da sie weniger Zeit mit bildschirmbezogenen Aktivitäten wie Arbeit und Freizeit am Computer, Laptop, Smartphone und dergleichen verbringen. Bildschirmfreie Zeit und Trendartikel wie Blaulichtblocker, geräuschreduzierende Kopfhörer und auch natürliche Schlafmittel werden immer beliebter, um das Abschalten zu erleichtern.

MIT ALLEN SINNEN

Das eigene Heim entwickelt sich zunehmend zu einem facettenreichen Zentrum der körperlichen Betätigung, des gesellschaftlichen Lebens und der Arbeit. Damit bieten alltägliche Rituale wie die Hautpflege, das Baden und Duschen Momente, die Zeit zum Abschalten geben. Die Ausgaben für Hautpflegeprodukte werden steigen und schon jetzt verwenden 47 Prozent der Verbraucher Nachtcremes und 55 Prozent Hautreinigungsartikel.¹³ Immersive, multisensorische

Erlebnisse, die Geist und Körper mit stimmungsaufhellenden Tönen, Düften und Farben beleben, werden 2021 zum Trend. Multifunktionale Produkte wie Aromatherapie-Kapseln, Badebomben und Duschgels, die stimmungsfördernde Düfte mit der Körperreinigung und -pflege kombinieren, sind ein Muss für diese Weihnachtszeit.

Neben all dem Fokus auf Fitness sind Methoden für eine bessere Schlafgesundheit ebenso zentraler Bestandteil eines gesünderen Lebensstils.

AUDIOWELLNESS

Die Hörvorlieben verändern sich: Statt Party-Playlists stehen entspannende Musik, Meditationen und Inhalte mit Wellnessfokus im Vordergrund. Musik und Hörerlebnisse werden den Verbrauchern auch in Zukunft eine gewisse Realitätsflucht ermöglichen. Allerdings erwarten wir für 2021 einen zunehmenden Fokus auf die eigene Person. Kopfhörer und Audiogeräte, die ein personalisiertes, immersives Klangerlebnis bieten, werden dieses Weihnachten großen Gefallen finden.

¹¹ DGE-Ernährungsbericht.

¹² Expansion.eco, 2020.

¹³ Mintel in Professional Beauty, 2020.



Das Zuhause *als Zentrum*

Die Sicht auf das Zuhause hat sich verändert. Haben Verbraucher dort zuvor wenig Zeit verbracht, ist es nun zum Mittelpunkt des täglichen Lebens geworden. Da die heimische Umgebung mittlerweile multifunktional und flexibel auch als Büro, Fitnessstudio, Restaurant, Entspannungs- und Sozialkontaktraum fungiert, verspüren die Menschen immer mehr den Drang zur Optimierung der räumlichen Gegebenheiten und zur maximalen Platzausnutzung.

DAS KURATIERTE HEIM

In Videokonferenzen und Zoom-Calls heißen die Deutschen ihre Gäste über den Bildschirm in ihrem Zuhause willkommen. Es ist davon auszugehen, dass damit auch vermehrt Interesse an Do-it-yourself-Projekten, Dekoration und Kunst besteht – mit dem Ziel, den eigenen Videohintergrund zur Weihnachtszeit aufzufrischen und individuell zu gestalten. **Der Umsatz**

bei Heimwerkerprodukten in Deutschland ist dieses Jahr bereits um 22,5 Prozent gestiegen, da Verbraucher mehr Zeit zu Hause verbringen und ihr Heim über den Bildschirm auch gerne vorzeigen.¹⁴ Die individuelle Gestaltung des eigenen Arbeitsbereiches wird in der diesjährigen Weihnachtszeit und auch 2021 im Mittelpunkt stehen. Da viele Verbraucher dieses Weihnachten zum ersten Mal im Homeoffice arbeiten, werden kleine Accessoires für den Schreibtisch im weihnachtlichen Design die Stimmung aufheitern und die Arbeitsstunden bis zum (virtuellen) After-Work-Drink verkürzen.

DRESSCODE IM HOMEOFFICE

Da die Interaktion unter Bürokollegen oft fast nur online stattfindet, liegt die Aufmerksamkeit auf „ab der Hüfte aufwärts“. Durchgesetzt haben sich kräftige Farben, interessante

Details und angenehme Stoffe. Laura Yiannakou, Expertin für Mode bei WGSN, erklärt: „Das Hauptaugenmerk liegt nach wie vor auf Oberteilen. Online-Veranstaltungen erfordern aufregende Farben und innovative Halsausschnitte; der digitale Auftritt soll ansprechend sein. Hier ist Vielseitigkeit gefragt: Mit Ohrringen, Haaraccessoires und Make-up können sich Videokonferenz-Teilnehmer auch online individuell ausdrücken.“ Der „Lippenstift-Effekt“ wurde im Einzelhandel erstmals während der Rezession im Jahr 2008 beobachtet. **Verbraucher gönnen sich zunehmend kleinere Dinge wie Lippenstift und Accessoires anstelle von teureren Luxusprodukten.**

Yiannakou erklärt, dass auch hier wieder die Vielseitigkeit als Faktor wichtig ist. „Mit einem übersichtlichen Etat im Geldbeutel benötigen Käufer viel eher flexibel einsetzbare Kleidungsstücke. Wir gehen daher davon aus, dass dafür auf Accessoires zurückgegriffen wird.“ Die kleinen Käufe dienen als Stimmungsaufheller. Dieser Effekt kann auch in anderen Bereichen beobachtet werden, in Deutschland zum Beispiel bei Schokolade.¹⁵



¹⁴ DIY International, 2020.

¹⁵ The Lipstick Effect and Outdoor Cultural Consumption in Slovakia in Times of Crisis* (Übersetzt: Der Lippenstift-Effekt und Kulturkonsum im Freien in der Slowakei in Krisenzeiten), Journal of Economics, 2020.

08

Lokale *Liebe*

Die Deutschen fühlen sich zu Weihnachten ihrer Region verbunden und möchten ihre Nachbarn genauso wie kleinere lokale Unternehmen besonders wertschätzen. Verbraucher interessieren sich zunehmend für regionale Produkte: **34 Prozent der Deutschen wägen ab, wofür sie ihr Geld ausgeben.¹⁶ Der Fokus richtet sich stark auf einheimische Unternehmen**, auch weil Nachbarschaftsbeziehungen in diesem Jahr in den Fokus gerückt sind.

Konsumenten möchten sich mit ihrer Herkunft und ihrer Umgebung verbunden fühlen. Um Menschen das Gefühl zu geben, ein Teil der lokalen Gemeinschaft zu sein, bieten kleinere Unternehmen ausgewählte Kollektionen regionaler und nationaler Waren an. Diese spiegeln die Geschichte und Kultur der Region wider. Lebensmittel, Getränke, Souvenirs, Kunsthandwerk, nachhaltig hergestellte Beautyprodukte und Deko-Artikel sind nur ein paar der Produktkategorien, aus denen Kunden wählen können.

Verbraucher interessieren sich zunehmend für regionale Produkte: 34 Prozent der Deutschen wägen ab, wofür sie ihr Geld ausgeben.¹⁶

¹⁶ McKinsey, Consumer Sentiment Tracker - GERMANY, 2020

Spiele, Spiele, Spiele

Videospiele, Puzzles, Spielkarten, Brettspiele oder Schach – Spiele, die sonst nur während der Weihnachtszeit mit der ganzen Familie gespielt werden, sind in vielen Haushalten mittlerweile fester Bestandteil. Dieser Trend wird in der kalten Jahreszeit wieder ansteigen, da Menschen sich in den Wintermonaten nach gemeinsamen Treffen und Nostalgie sehnen. Die Digital-Native-Generation hingegen verlangt nach fantasievolleren, spannenderen Ausflüchten, aufgrund dessen der Gamingbereich boomt und weiterhin für lustige Familienmomente und Gespräche beim diesjährigen Weihnachtsfest sorgen wird.

GENERATION GAMING

Spiele wie Candy Crush, Angry Birds und Spider Solitaire fördern den Scharfsinn des Spielers. Sie verzeichnen einen Beliebtheitsanstieg von 12 Prozent und finden besonders in Deutschland großen Gefallen.¹⁷

Gaming hat sich ebenso zu einer „Gruppensportart“ in ganz Europa entwickelt. Fast jeder fünfte Gamer spielte während des Lockdowns zunehmend Videospiele mit Freunden, Familie oder anderen Gamern.¹⁸ Da sich die Faszination am Gaming über verschiedenste Altersgruppen hinweg weiter verbreitet, rechnen wir zu Weihnachten mit einer gesteigerten Nachfrage nach Spielen und zugehörigem Equipment, das sich für mehrere Spieler eignet. Bei den 18- bis 25-Jährigen ist es inzwischen populärer geworden, anderen beim Online-Videospielen statt bei Sportveranstaltungen zuzusehen.¹⁹ In Deutschland verbringen Gamer etwa zwei Stunden pro Woche damit, andere Gamer auf Websites wie Twitch zu screenen.²⁰ Voraussichtlich werden die Weihnachtstage genutzt werden, um auch das ein oder andere weitere Familienmitglied in die Welt des Gamings einzuweisen.

NOSTALGISCHE WEIHNACHTSTAGE

Dieses Weihnachten dreht sich alles um nostalgische Spiele und Rituale aus der Kindheit. „Was für Verbraucher in der diesjährigen Weihnachtszeit wichtig sein wird, sind die kleinen Dinge, darunter tägliche Bräuche und Countdowns wie das Öffnen des Adventskalenders“, erklärt Allyson Rees, Redakteurin bei WGSN Lifestyle & Interiors.

Fast jeder fünfte Gamer spielte während des Lockdowns zunehmend Videospiele mit Freunden, Familie oder anderen Gamern.

¹⁷ Limelight, The State of Online Gaming (Übersetzt: Der Stand des Online-Gamings), 2020.

¹⁸ Ipsos Mori, Gaming during Lockdown (Übersetzt: Gaming während des Lockdowns), September 2020.

¹⁹ Limelight, The State of Online Gaming (Der Status des Online-Gamings), 2020.

²⁰ Limelight, The State of Online Gaming (Der Status des Online-Gamings), 2020.

amazon

