

Düsseldorf, 25. September 2008

Das Zuckerfest steht bevor

Weitgehend unbemerkt von der deutschen Öffentlichkeit, werden in den kommenden Tagen über 3 Millionen Mitbürger das Ende des Ramadan feiern. 75% der Muslime nehmen dies zum Anlass, ihren Familien Geschenke zu kaufen. Dies ist das Ergebnis einer repräsentativen Befragung unter muslimischen Mitbürgern, die vom Düsseldorfer Marktforschungsinstitut INNOFACT AG in dieser Woche durchgeführt wurde.

Hauptempfänger von Geschenken sind immer noch klassischerweise Kinder. Jedoch sind die Zeiten vorbei, in denen nur Süßigkeiten und Kleidung an die Kinder verschenkt werden. So planen 49%, ihren Kindern Spielzeug sowie 17% Spiele für Spielkonsolen und Computer und 7% Handys zu kaufen.

Ein weiterer Wandel der Traditionen zeichnet sich beim Beschenken des Ehepartners ab. 44% der verheirateten Personen planen, ihrem Lebenspartner Geschenke zu kaufen, was traditionell eigentlich eher unüblich ist. Hierbei stehen besonders Schmuck und Kleidung oben auf der Einkaufsliste.

Trotz all dieser Entwicklungen bleiben Süßwaren klassisches Element bei den Geschenken. So schenken 70% der Eltern ihren Kindern und 65% ihren Neffen und Nichten unter anderem Süßigkeiten. Kein Wunder, dass das Ramadanfest in der Türkei auch volkstümlich „Zuckerfest“ genannt wird.

Die Studie verdeutlicht zudem, dass das Fest ein soziales Ereignis für Muslime ist. Die Anzahl der Besuche innerhalb des sozialen Umfelds steigt auf ein sehr hohes Niveau an. So besuchen z.B. 75% ihre Eltern und knapp 53% andere Verwandte oder Bekannte. Bei fast jedem Besuch werden kleine Mitbringsel mitgebracht - in erster Linie Süßwaren und Blumen.

Für die Umfrage wurden im September insgesamt 300 repräsentativ ausgewählte Personen mit einem Migrationshintergrund aus muslimischen Ländern zwischen 14 und 49 Jahren befragt.

Weitere Informationen, Grafiken und Interpretationen erhalten Sie bei:

Ansprechpartner:

Gernot Plüm

INNOFACT AG Research & Consulting

Neuer Zollhof 3

40221 Düsseldorf

0211 862029 216

g.pluem@innofact.com

Über die INNOFACT AG:

Die INNOFACT AG ist ein Full-Service Marktforschungsinstitut und verbindet die bewährten Methoden der klassischen Marktforschung mit hoher methodischer Expertise und den innovativen Möglichkeiten des Online-Research. Neben der Kompetenz zu Offline-Befragungen verfügt INNOFACT seit 1998 über verschiedene eigene Onlinepanel aus dem Consumer- und B2B-Bereich. Im Consumerpanel der INNOFACT AG stehen über 300.000 Verbraucher für Befragungen in Deutschland, der Schweiz und Österreich zur Verfügung. Damit gehört das Institut zu den führenden europäischen Anbietern von Online-Marktforschung. INNOFACT arbeitet für Auftraggeber aus fast allen Branchensegmenten, z.B. für Markenartikler, den Einzelhandel, Telekommunikationsunternehmen, Banken, Consultants oder Medien.

www.INNOFACT.de