**PRESSEMITTEILUNG**

**Türchen auf: So nutzen Deutsche ihre Weihnachtskalender**

**München, 28. November 2012: Rund 83 Prozent der Deutschen kaufen sich jedes Jahr einen Weihnachtskalender – und weiterhin dominieren echte Kalender mit süßen Überraschungen die Adventszeit. Auf das tägliche Stückchen Schokolade will kaum einer verzichten, der Trend geht aber auch zum Zweit- und Dritt-Kalender.**

Klassisch und mit Süßigkeiten drin – so lieben die Deutschen ihren Weihnachtskalender. Vier von fünf Befragten\* gaben an, sich jedes Jahr in der Weihnachtszeit für einen herkömmlichen Adventskalender zu entscheiden. Jeder fünfte Deutsche (21 Prozent) bevorzugt einen selbst gebastelten Kalender und 17 Prozent öffnen am liebsten Türchen, hinter denen Spielzeug versteckt ist. Das hat eine Umfrage im PAYBACK Online Panel\*, bei über 500 Deutschen ergeben.

**Trend zum virtuellen Kalender hält an**

Generell hält der Hang zum Schoko-Kalender aber nicht von Alternativen ab: 41 Prozent der Deutschen haben mehr als einen Weihnachtskalender, jeder Fünfte öffnet täglich sogar drei oder mehr Kalendertüren parallel, einige davon zuhause, andere im Büro oder auch auf dem Computer. Jeder zweite Deutsche hat schon mindestens einmal einen virtuellen Weihnachtskalender benutzt. Dieser wird eher als Ergänzung zu den Kalendern zuhause gesehen und bietet viele Möglichkeiten. Auch  PAYBACK bietet ab 1. Dezember einen solchen Kalender an. Kunden öffnen online auf [www.payback.de/weihnachten](http://www.payback.de/weihnachten) täglich ein Türchen des virtuellen Weihnachtskalenders und profitieren von vielen Geschenken, Deals und Extrapunkten.

\* = Online Befragung im PAYBACK Online Panel, 503 Befragte aus dem PAYBACK Kundenbestand repräsentativ nach Alter, Geschlecht und Kundenstatus. Interviewzeitraum vom 5.10.2012-15.10.2012

**Deutschlands Kalendertürchen – die Umfrageergebnisse im Überblick:**

**Adventskalender sind ein Muss:** 83% der Befragten hatten 2011 einen Adventskalender

Ausgangsfrage: Hatten Sie in der letzten Weihnachtszeit einen Adventskalender in Ihrem Haushalt?

Basis: Alle Befragten, n=503

**Eine Tür ist nicht genug:** Während 37% der Kalenderliebhaber 2011 nur einen Kalender hatten, öffnete die Mehrheit mindestens 2 Türen täglich (41%). 13% hatten drei Kalender parallel und immerhin noch 6% hatten vier Kalender zur Auswahl. 5 oder mehr Türen täglich öffneten lediglich 3% der Befragten.

Ausgangsfrage: Wie viele Adventskalender hatten Sie in der letzten Weihnachtszeit in Ihrem Haushalt?

Basis: Befragte, die 2011 Adventskalender hatten, n=417

**Schokolade ist Trumpf:** Jeden Tag ein süßer Schoko-Gruß – das präferieren 79% der Befragten bei Weihnachtskalendern. Selbstgebastelte Inhalte (21%) landen auf Platz zwei, immerhin 17% finden Spielzeug als Kalenderinhalt gut. Lose und Lottoscheine kommen als möglicher Inhalt nur bei 7 bzw. 6 Prozent der Befragten gut an.

Ausgangsfrage: Welche Art von Adventskalender(n) hatten Sie in der letzten Weihnachtszeit in

Ihrem Haushalt (Mehrfachnennung möglich)?

Basis: Befragte, die 2011 Adventskalender hatten, n=417

**Der virtuelle Kalender hat sich etabliert:** 6 von 10 Deutschen (61%) haben bereits mindestens einmal einen virtuellen Weihnachtskalender genutzt: Das Türöffnen per Klick hat sich also inzwischen durchgesetzt.

Ausgangsfrage: Haben Sie sich schon einmal Adventskalender im Internet angesehen?

Basis: Alle Befragten, n=503

**Pressekontakt:**

pioneer communications GmbH

Benedict Rehbein

Schillerstraße 5

04109 Leipzig

0341 – 35582970

[Benedict.Rehbein@pio-com.de](mailto:Benedict.Rehbein@pio-com.de)

**Über PAYBACK**

PAYBACK ist das größte und beliebteste deutsche Bonusprogramm und gleichzeitig die größte Couponingplattform in Deutschland. Kunden können bei derzeit über 500 renommierten Unternehmen im Handel, online und mobil Punkte sammeln und diese je nach Wunsch gegen Gutscheine, Prämien oder Lufthansa-Meilen einlösen bzw. für Hilfsprojekte spenden. PAYBACK zählt zu den zehn populärsten Marken in Deutschland, rund 50 Prozent der deutschen Haushalte verfügen über eine Karte. 2011 wurden Punkte im Wert von insgesamt 160 Mio. Euro gesammelt, 97 Prozent davon wurden wieder eingelöst. Der Datenschutz bei PAYBACK ist TÜV geprüft.