

Onderzoek Q&A Research: Economische crisis raakt Moederdag niet.

Vergrijzing nekt Moederdag!

Amersfoort, 5 mei 2009- In de afgelopen 5 jaar is de animo voor Moederdag met maar liefst 10% gedaald. In 2005 deed nog ruim 78% aan Moederdag. In 2009 nog maar 68%. De oorzaak van de afnemende interesse voor Moederdag ligt niet verscholen in de economische crisis maar in de vergrijzing. Onder jongeren tot 25 jaar doet bijna 90% aan Moederdag, naarmate men ouder wordt neemt dit percentage sterk af. Dit blijkt uit het jaarlijkse Moederdagonderzoek dat door Q&A Research & Consultancy is uitgevoerd.

Bestedingen stijgen licht

De economische crisis lijkt geen invloed te hebben op Moederdag. Gemiddeld wordt dit jaar ruim €36 uitgegeven aan Moederdag, een stijging van ruim 2,5% ten opzichte van afgelopen jaar. Sinds 2005 is het gemiddelde bedrag met bijna €10 gestegen. Vooral partners zijn ruimhartig en zullen gemiddeld €52 besteden. Schoonmoeder komt er bekaaid vanaf met amper €19. Het aantal cadeaus dat gekocht gaat worden laat na een daling in 2008 weer een stijgende lijn zien en stijgt met ruim 9% ten opzichte van vorig jaar.

Hoe verras ik moeder?

De wensen van de moeders komen niet geheel overeen met wat de Nederlanders van plan zijn te gaan kopen. Toch slagen we er steeds beter in om met het juiste cadeau thuis te komen: bloemen. Bijna 40% van de moeders hoopt bloemen te krijgen en bijna 44% gaat moeder bloemen geven. Cosmetica producten worden even vaak gekocht als gewenst. Moeders kunnen we het best verrassen met een kaart (24% gewenst, 6% gegeven), een boek (20% gewenst, 9% gegeven) of een CD/DVD (8% gewenst, 6% gegeven). Huishoudelijke apparaten en alcoholische dranken zijn het minst favoriet bij de moeders, maar zullen ook nauwelijks gegeven worden.

Internet en kleine detaillist in trek

Opvallend is dat bepaalde aankoopkanalen meer klanten mogen verwachten dan het afgelopen jaar. Zo zullen de internet winkels een stijging van bijna 30% kunnen optekenen en voor de zelfstandige detaillist zal dit uitkomen op een stijging van bijna 26%. De meeste Nederlanders zullen overigens hun aankopen doen bij de bloemist, wat niet verwonderlijk is met het grote aantal boeketten bloemen dat wordt gegeven. Verliezers zullen de elektronica ketens zijn evenals de gespecialiseerde winkelketens. Deze laatste groep werd vorig jaar nog in 34% van de gevallen genoemd als aankoopkanaal tegen 27% dit jaar.

Last Minute shoppen

De meeste aankopen zullen vanaf aanstaande donderdag worden gedaan. Bijna 75% moet dan nog een cadeau voor Moederdag kopen. Dit is een forse verschuiving ten opzichte van 2008, toen was dit percentage 62%. Vorig jaar werden veel aankopen het weekend voor Moederdag gedaan.

Over het onderzoek

Het onderzoek is door Q&A Research & Consultancy uitgevoerd onder ruim 3.700 respondenten. Het onderzoek is uitgevoerd in de periode van 27 april t/m 3 mei 2009. Het onderzoek wordt sinds 2005 uitgevoerd.

Voor meer informatie over het gehele onderzoek:

Kunt u contact opnemen met Frank Quix 033-2454637
Buiten kantooruren is hij te bereiken op 06-55825887.