

Weihnachten bleibt traditionell mit Braten, Klößen, Kohl und Keksen – Krise nur für Gänse

Hamburg, 09. Dezember 2008. Wenn Gänse gehofft hatten, angesichts der Wirtschaftskrise das Pensionsalter zu erreichen, hat Lightspeed Research schlechte Nachrichten: Die große Mehrheit aller Deutschen wird weder am Essen zur Weihnachtszeit sparen (75%) noch weniger Festmahlzeiten genießen (86%).

Das überwiegend als traditionell bezeichnete (64%) deutsche Weihnachtsessen, serviert entweder zu Mittag am ersten Weihnachtstag (50%) oder am Heiligabend (43%), ist und bleibt ein toter Vogel. Gänse werden am meisten zittern müssen (29%), aber Enten bleibt auch nur die schnelle Auswanderung (23%), um dem Bratofen zu entgehen. Truthähne, die bereits zu Thanksgiving in den USA verfolgt wurden, landen auf Platz 3 zur deutschen Weihnacht (13%).

Die traditionellen Beilagen Rotkohl (74%) und Klöße (49%), zusammen mit anständiger Soße (94%) sind Beweis dafür, dass uns weder fehlender Kredit noch Wirtschaftswachstum die Weihnachtsstimmung verderben kann. Und wenn alles nichts hilft, ist ja Wein (66%) oder Bier auf dem Tisch (22%). Die 39% der Befragten, die alkoholfreie Getränke zum Festmahl angaben, fürchten möglicherweise, dass der Weihnachtsmann ihre Antworten auf diese Umfrage sieht. Oder die Straßenpolizei.

Das traditionelle Bild von versammelter Familie um den Festbraten mit Kohl, Klößen und Wein wird nur noch durch den Geruch von selbstgebackenen Plätzchen vervollständigt. 71% nehmen die Kuchenrolle in die Hand (oder den Mixer für das Dessert), um sicherzustellen, dass zumindest Weihnachten so bleibt wie eh und je. Zudem gibt es Eis oder Sorbet zum Dessert (39%). Dies ist mit Abstand der beliebteste Nachtisch.

Ende

Zu weiteren Informationen, nicht aber zu Rezeptvorschlägen, wenden Sie sich an:

Nina May, PR-Beraterin (deutsch) – Greenfields Communications

Tel. Mobil: +44 7971 430 242 nmay@greenfieldscommunications.com

Olaf Siemen – Direktor Lightspeed Research Deutschland

Tel.: 040 4117 2333 osiemer@lightspeedresearch.com

Zu dieser Studie

Die in dieser Pressemitteilung zitierte Studie wurde von Lightspeed Research Ende November in drei Ländern durchgeführt (Deutschland, Großbritannien und Frankreich). In Deutschland wurden 1005 Menschen befragt, von denen 85% Weihnachten feiern.

Informationen zu Lightspeed Research

Lightspeed Research ist ein weltweit führender Anbieter interaktiver Forschungslösungen, der Marktforschungsergebnisse durch globale Panels liefert. Lightspeed Research bietet Zugriff auf Haushaltsmitglieder in 34 Ländern in Europa, Nordamerika und dem Asien-Pazifik-Raum.

Lightspeed Research's eigene Panels werden sorgfältig rekrutiert und gepflegt, um qualitative und repräsentative Erhebungen sicher zustellen und damit Studien, die in Größe und Vielschichtigkeit variieren, durchzuführen. Das Unternehmen operiert Panels in den Bereichen Gesundheit, Finanzdienstleistungen, B2B, Automobil, Familie, Telekommunikation und anderen. Lightspeed Research ist ein Mitglied von Kantar und WPP (LSE: WPP) (NASDAQ:WPPGY), eines der weltweit führenden Unternehmen für

Kommunikationsdienste. Für weitere Informationen besuchen Sie bitte
www.lightspeedresearch.com