



## Pressemitteilung

---

Pressekontakt:

Adrian Zettl, E: [marketing@simplewish.eu](mailto:marketing@simplewish.eu) M: +43 650 446 21 87 A: Graumanngasse 7B, 1150 Wien  
FB: [facebook.com/simplewishpage](https://www.facebook.com/simplewishpage) I: [www.simplewish.eu](http://www.simplewish.eu)

---

### **INTERNET VERÄNDERT DAS SCHENKVERHALTEN.**

**Im Schnitt geben Österreicher und Deutsche 30 bis 40 Euro pro Anlass für ein Geschenk aus. Doch bei der Auswahl der Präsente zeigen sie sich wenig kreativ. Der Online-Dienstleister Simplewish eröffnet eine völlig neue Welt des Schenkens.**

*Wien, 2014-07-17 - Blumen, Pralinen, Kosmetik, eine gute Flasche Wein - wenn es um's Schenken geht, dann zeigen sich Österreicher wie Deutsche zwar durchaus großzügig, doch bei der Auswahl des Geschenkes setzen sie auf Bewährtes und Traditionelles. Und wenn sie in Verlegenheit kommen, greifen sie zum Gutschein. Der Trend geht auch zu großzügigen Gemeinschaftsgeschenken. Dort bringt sich der Online-Dienstleister Simplewish ins Spiel.*

"Der oder dem Beschenkten eine ganz besondere und persönliche Freude zu bereiten", ist laut einer GfK-Studie nach wie vor eines der zentralen Motive bei der Auswahl von Geschenken. Doch das Schenken wird immer schwieriger, denn sowohl die Ansprüche der Schenkenden als auch der Beschenkten sind gestiegen. Zudem hat sich das Schenk-Verhalten in den vergangenen Jahren deutlich gewandelt. Klassische Geschenke gelten als stinklangweilig, trotzdem greifen viele Schenkende mangels Idee und Zeit zu den bewährten Allzweck-Präsenten: Süßes, Kosmetika, Bücher, Delikatessen oder Spirituosen. "Eine Gesellschaft im Stress", titelte der GfK Index im Mai dieses Jahres. Vor allem Männer shoppen gerne "last minute", ergab eine repräsentative GfK-Umfrage im Auftrag der Apotheken Umschau in Deutschland. Laut einer forsa-Umfrage des Coca-Cola Happiness Instituts gelten Männer als Geschenkmuffel.

Allein am 21. Dezember des vergangenen Jahres wurde in Deutschland daher auch ein Umsatz von mehr als einer Milliarde Euro mit Weihnachts-Geschenken erzielt, errechnet das Online-Portal deals.com.

Daher dominieren nach wie vor die oben genannten fantasielosen Produkte die Geschenk-Hitparaden. Und je älter der Schenkende ist, umso öfter übernehmen Gutscheine die Rolle eines Geschenks, während sich jüngere Gruppen laut VALMANO durch ihre überdurchschnittliche Geschenklaune auszeichnen.

Herr und Frau Österreicher lassen sich das Schenken meist auch etwas kosten, ganz ähnlich Verhalten sich die Menschen in Deutschland. Im Schnitt 30 bis 40 Euro werden in beiden Ländern pro Geschenk und Anlass ausgegeben, belegen diverse Untersuchungen wie beispielsweise von marketagent.at in Österreich oder deals.com in Deutschland. Die Beträge variieren je nach Untersuchung auch ein wenig, eine Untersuchung von myToys in Deutschland ergab beispielsweise, dass sich Eltern die Ostergeschenke für ihre Kinder im Schnitt 45 Euro kosten lassen. Und zu Weihnachten scheint die Freude am Schenken ohnedies kaum Grenzen zu kennen. Das Weihnachtbudget der Österreicher lag 2013 bei durchschnittlich 380 Euro, erhob GfK.

Durchaus viel Geld, das sich vor allem bei Gemeinschaftsgeschenken optimal einsetzen lässt, um wirklichen einen Wow-Effekt zu erzielen. Denn auch das sind zwei aktuelle Trends: Geschenkt wird immer öfter in der Gemeinschaft und von Gruppen, zudem soll das Geschenk individuell auf die Wünsche und Bedürfnisse des Beschenkten abgestimmt sein. Das Internet und Soziale-Netzwerk erleichtern es nicht nur, Gemeinschaftsgeschenke zu organisieren, sie sind sozusagen Treiber dieser Entwicklung.

Nur einige Fakten dazu:

- + Der Online-Handel boomt. Innerhalb von nur 30 Sekunden erwirtschaftet die internationale E-Commerce-Industrie mehr als eine Million US-Dollar Umsatz (Quelle: [www.eventmerchant.com](http://www.eventmerchant.com)).
- + Soziale Netzwerke dominieren immer mehr unser Leben, den Austausch von Informationen und die Kommunikation untereinander. Laut Facebook könnten gut ein Drittel aller Menschen in der D-A-CH-Region direkt via Facebook erreicht werden. Twitter, Google+, Pinterest und andere Soziale Netzwerke vergrößern diese Zielgruppe und deren Erreichbarkeit noch.
- + Viele Projekte, Bands, Jungunternehmer Machen sich die Möglichkeiten von Crowdfunding-Plattformen - wie Kickstarter oder Startnext - zu Nutze. Viele Menschen sind bereit, Projekte, die ihnen am Herzen liegen, finanziell zu unterstützen. Dieses Prinzip setzt sich auch bei Geschenken im privaten Bereich immer mehr durch.

"Die neue Generation der „Digital Natives“ hat mittlerweile viel mitzureden und gestaltet ihr Leben im Einklang mit allem, was das Web zu bieten hat. Dadurch ergeben sich neue Handlungsmuster, natürlich auch beim Schenk-Verhalten", ergänzt Valentin Aschermann, Mitbegründer der Schenk-Plattform Simplewish. Schon zu Weihnachten 2013 verkündet die Badische Zeitung unter dem Titel "Geschenke kaufen im Internet": "Das Internet ist bereits für 71 Prozent der Deutschen zum virtuellen Weihnachtsgeschenke-Kaufhaus geworden."

In Deutschland wurden 2013 fast zehn Milliarden für Weihnachten ausgegeben – mehr als die Hälfte für Geschenke, ein Drittel für Essen. Laut Deals.com wurden 14 Prozent dieses Umsatzes online erzielt. Vor allem aber lag die Steigerung gegenüber 2012 bei 17 Prozent.

Genau auf die oben genannten Entwicklungen reagiert der Online-Dienstleister Simplewish mit seinen Services, indem er ohne zusätzliche Kosten die Organisation von Gemeinschaftsgeschenken übernimmt. Gepaart mit der allgemeinen Entwicklung hin zu verstärktem Online-Einkauf eine perfekte Symbiose. Denn die Schenkenden können dabei aus einem breitgefächerten Sortiment unterschiedlichster Preis- und Produktkategorien auswählen, das über die Simplewish-Partner wie Amazon, Jollydays u.a. angeboten wird.

Ob Hochzeit, runder Geburtstag, Sponson, Jubiläen oder einer der klassischen "Schenktermine" wie Weihnachten, Mutter- und Valentinstag - mit Simplewish wird das Auswählen eines Gemeinschaftsgeschenks zum Vergnügen, das nur wenige Klicks erfordert.

Quellen:

[www.gfk.com/at](http://www.gfk.com/at)

[www.stern.de](http://www.stern.de)

[www.gfk.com/de](http://www.gfk.com/de)

[www.vamano.de](http://www.vamano.de)

[www.evermerchant.com](http://www.evermerchant.com)

[www.apotheken-umschau.de](http://www.apotheken-umschau.de)

[www.deals.com](http://www.deals.com)

[www.badishe-zeiung.de](http://www.badishe-zeiung.de)

[www.myToys.de](http://www.myToys.de)

[www.coca-cola-gmbh.de](http://www.coca-cola-gmbh.de)

## MATERIAL & MEHR

Bilder Abdruck honorarfrei:

Valentin Aschermann und Christoph Bitzner, Gründer von Simplewish

<https://s3-eu-west-1.amazonaws.com/staticsimplewish/presse/Founders.jpg>

Das Team von Simplewish

<https://s3-eu-west-1.amazonaws.com/staticsimplewish/presse/Team.jpg>

Logo:

[https://s3-eu-west-1.amazonaws.com/staticsimplewish/presse/Logo\\_300dpi\\_RGB.png](https://s3-eu-west-1.amazonaws.com/staticsimplewish/presse/Logo_300dpi_RGB.png)

[www.simplewish.eu/press](http://www.simplewish.eu/press)

---

### **Über Simplewish**

Simplewish wurde im Dezember 2012 gegründet und hat seinen Sitz in Wien. Valentin Aschermann und Christoph Bitzner bilden mit sieben weiteren gleichwertigen Partnern das neunköpfige Simplewish-Team.

Simplewish ist eine Online-Plattform zum einfachen und kostenlosen Organisieren von Gruppengeschenken. Zu den aktuellen Kooperationspartnern zählen Amazon und Jollydays in Österreich und Deutschland.

Simplewish wird unterstützt von AWS, FFG, ZIT und dem universitären Gründerservice INiTS.

[www.simplewish.eu](http://www.simplewish.eu)