

KURZBERICHT

Weihnachtsstudie 2025: Ein Fest zwischen Trends und Traditionen

Ergebnisse einer repräsentativen Studie

Feldzeit: 30.11. bis 04.12.2025; N=1.252, online

Studienleitung:

Prof. Dr. Philipp A. Rauschnabel

Professur für Digitales Marketing & Medieninnovation

Fakultät für Betriebswirtschaft

philipp.rauschnabel@unibw.de

Tel.: 089 6004 - 3374

Pressekontakt:

Michael Brauns

michael.brauns@unibw.de

Tel.: 089 6004 - 2004

Jahr 8
Erste Umfrage: 2018



Achtung!

Diese Datei wird bis Weihnachten 2025
regelmäßig ergänzt und erweitert. Schauen
Sie daher regelmäßig nach Updates!

© Universität der Bundeswehr München Prof. Dr. Philipp A. Rauschnabel, 2025

Nutzungsrechte:

Inhalte aus diesem Dokument dürfen bei korrekter Quellenangabe frei für private und kommerzielle genutzt werden. Bitte beachten Sie das Urheber-/Markenrecht.

Verbreitung dieses Dokuments:

Eine Verbreitung des Dokuments in Form von Kopien über andere Websites, Plattformen etc. ist untersagt. Bitte verlinken Sie auf <https://www.philiprauschnabel.com/uncategorized/weihnachten-2025-statistiken-und-erkenntnisse> oder die unibw.de Website – hier finden Sie die jeweils aktuellste Version.

Empfohlene Zitation:

Universität der Bundeswehr München (2025). Weihnachtsstudie 2025; online: unibw.de / [/](#) (Abrufdatum: JJJJ/MM/TT) / Stand: JJJ/MM/TT

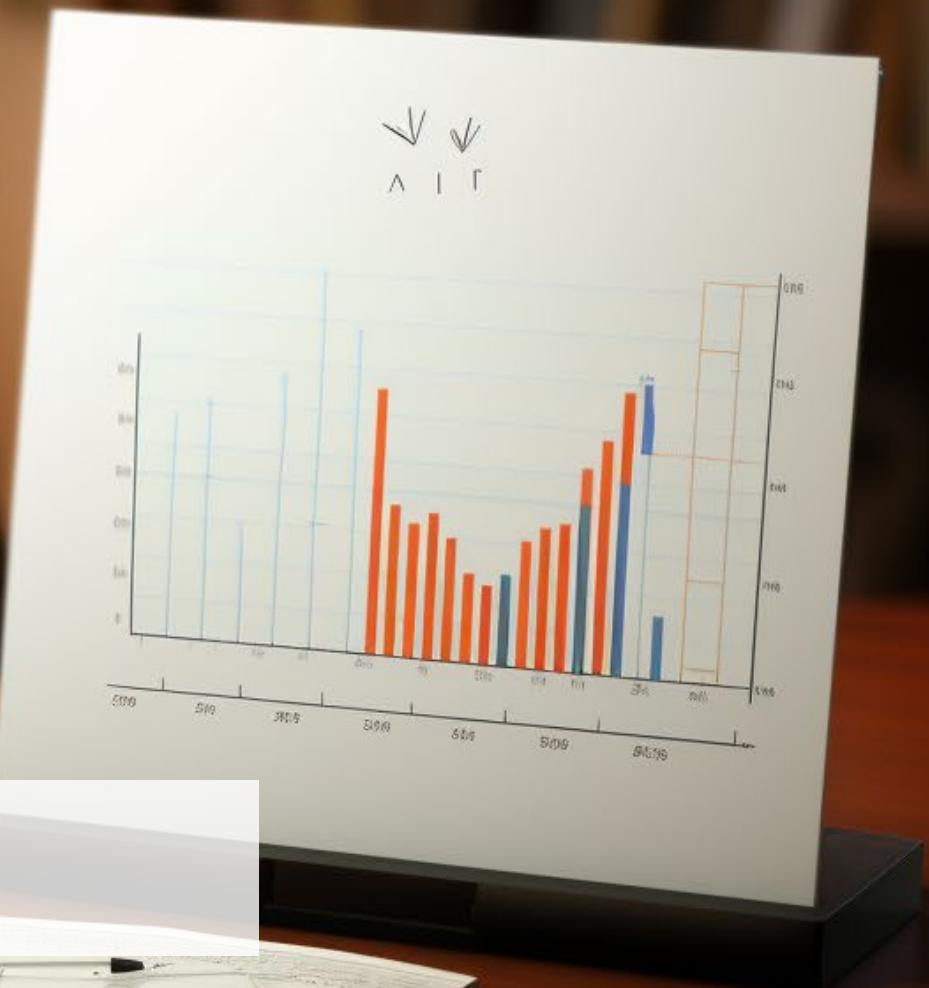
Markenlogos/Screenshots: Die Rechte gehören den jeweiligen Markeninhabern; sie werden hier nur zu Illustrationszwecken gezeigt. Bilder, sofern nicht anders angegeben: MidJourney

Inhalte

Nr.	Thema	Kurz und knapp
1	Studienhistorie und Themen	Seit 2018 führen wir diese Studie durch
2	Krisenstimmung in Deutschland?	Krise stabil, Optimismus für Weihnachten aber ebenfalls. Kein Grund zur Sorge!
3	Wünsche und Geschenke	Geld weiterhin Top Wunsch, Reisen, Bücher und Selbstgemachtes holen auf
4	Reisestress an Weihnachten?	Die Hälfte der Deutschen macht Christmas-Hopping und verbringt im Mittel fünf Stunden auf Reise
5	Was treibt uns auf die Weihnachtsmärkte?	Geselligkeit; Weihnachtsmärkte fungieren als Stimmungs-Katalysator
6	Revival der Gottesdienste?	Weihnachtsgottesdienste legen zu, Vor-Corona-Niveau noch nicht erreicht; besonders beliebt bei jungen Menschen
7	Gurken an deutschen Weihnachtsbäumen?	An jedem zehnten Baum dürfte dieses Jahr eine Gurke hängen!
8	Weitere Trends zum Fest	Digital Detox, Schrottwicheln, Social Media und Ugly Christmas – Trends, die polarisieren!
9	Die kleinen Sünden rund ums Fest	Wir essen und trinken zu viel – auch dann, wenn wir eigentlich auf unsere Ernährung achten
10	Wie viel Ehrlichkeit steckt im Weihnachtsfest?	Menschen erwarten Ehrlichkeit, viele flunkern aber trotzdem gerne
11	Die Invasion der Weihnachtswichtel?	Bekanntheit von Wichteln hat sich seit dem letzten Jahr enorm erhöht
12	WAInachten – künstliche Intelligenz zum Fest	Immer mehr Menschen nutzen KI zur Erledigung weihnachtlicher Verpflichtungen
13	Geschenke Shopping – Back to the Roots?	Es wird mehr online recherchiert und dann offline gekauft
14	Radio an Weihnachten	Radio hilft, in Stimmung zu kommen
15	Die drei Weihnachtstypen (2024)	Drei Typen: Traditionalisten, Großzügige und Pragmatiker
16	Studiendesign	N=1.252 Deutsche, repräsentativ quotiert nach Alter, Geschlecht und Region (30.11. bis 4.12.2025)



Studienhistorie



Seit 2018 haben wir über 8.700 Online-Interviews durchgeführt – und verstehen mittlerweile ziemlich gut, wie die Deutschen Weihnachten feiern



Studie 2018	Studie 2019	Studie 2020	Studie 2021	Studie 2022	Studie 2023	Studie 2024	Studie 2025
Stichprobe: n = 546 Befragte Themen: <ul style="list-style-type: none">• Geschenke vs. Wünsche• Schenken vs. beschenkt werden• Beschenkte• Geschenkausgaben• Das ideale Geschenk• Geschenkkauf-Fortschritt• Wirkung von Onlinekäufen	Stichprobe: n = 1.022 Befragte Themen: <ul style="list-style-type: none">• Geschenke vs. Wünsche• Schenken vs. beschenkt werden• Beschenkte• Weihnachtsbaum• Tradition (Kirche, Kerzen, etc.)• Weihnachtslieder• Stress an Weihnachten• Neue Medien	Stichprobe: n = 1.137 Befragte Themen: <ul style="list-style-type: none">• Geschenke vs. Wünsche• Weihnachtsbaum• Weihnachten mit Corona: Erwartungen im Vergleich zum Vorjahr• Coronaregeln• Kirche/Gottesdienste• Medien an Weihnachten	Stichprobe: n = 1.166 Befragte Themen: <ul style="list-style-type: none">• Geschenke vs. Wünsche• Must-Haves für ein schönes Weihnachten• Weihnachtssessen• Weihnachtsdekoration• Weihnachten im Vergleich zu vor Coronazeiten• Impfstatus und 2G-Debatten	Stichprobe: n = 1.213 Befragte Themen: <ul style="list-style-type: none">• Geschenke vs. Wünsche• Sparen• Weihnachtsfilme• Ablauf an Heiligabend• Streithemen• Kirche	Stichprobe: n = 1.206 Befragte Themen: <ul style="list-style-type: none">• Geschenke vs. Wünsche• Perfektes Fest• Nachhaltigkeit• New Christmas• KI und Digital Detox• Kirche	Stichprobe: n = 1.214 Befragte Themen: <ul style="list-style-type: none">• Geschenke vs. Wünsche• Relevante Themen• Wissen zu Weihnachten• Wichtel• Musik• Thesen• Nachhaltigkeit• Made in Germany	Stichprobe: n = 1.252 Befragte Themen: <ul style="list-style-type: none">• Geschenke vs. Wünsche• Humor• Radio• Gurken• Stress• Weihnachtsmärkte• Reisestress• Wichtel
1	2	3	4	5	6	7	8

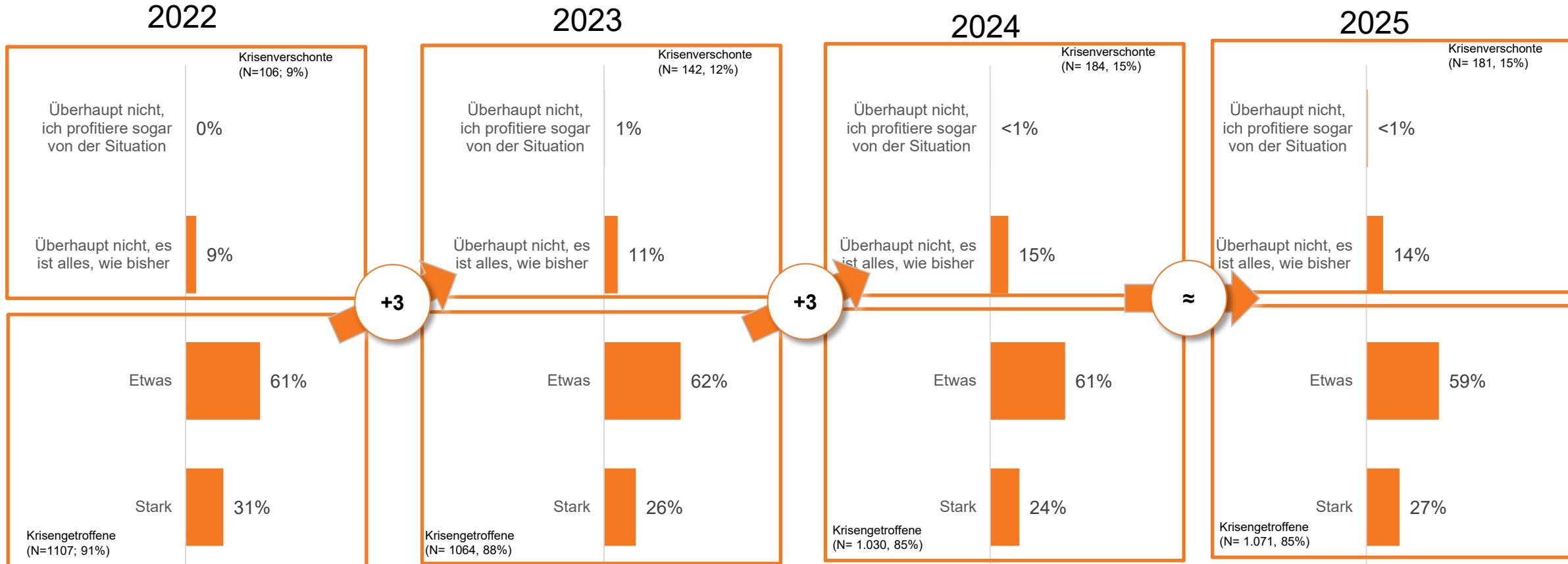


2. Krisenstimmung?

Die meisten Deutschen fühlen sich weiterhin deutlich von den Krisen und steigenden Preisen betroffen, die Stimmung scheint sich aber nun einzupendeln



Wie (stark) sind Sie von der aktuellen Krise - insbesondere den steigenden Preisen - persönlich negativ betroffen?



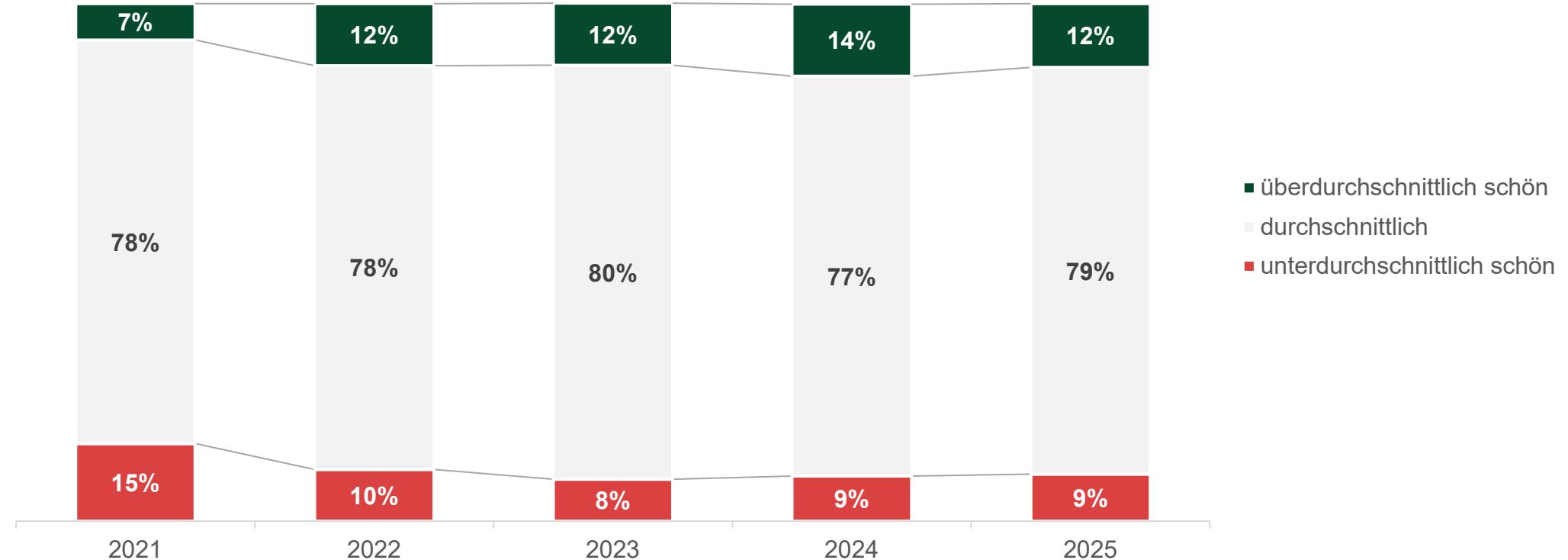
*Rundungsdifferenzen!

Weihnachtsoptimismus trotz Dauerkrise stabil: Die meisten erwarten ein gutes Fest – mit leicht gedämpfter Stimmung und stabilem Durchschnitt



Was glauben Sie, wie Weihnachten 2025 für Sie wird?

N=1.252



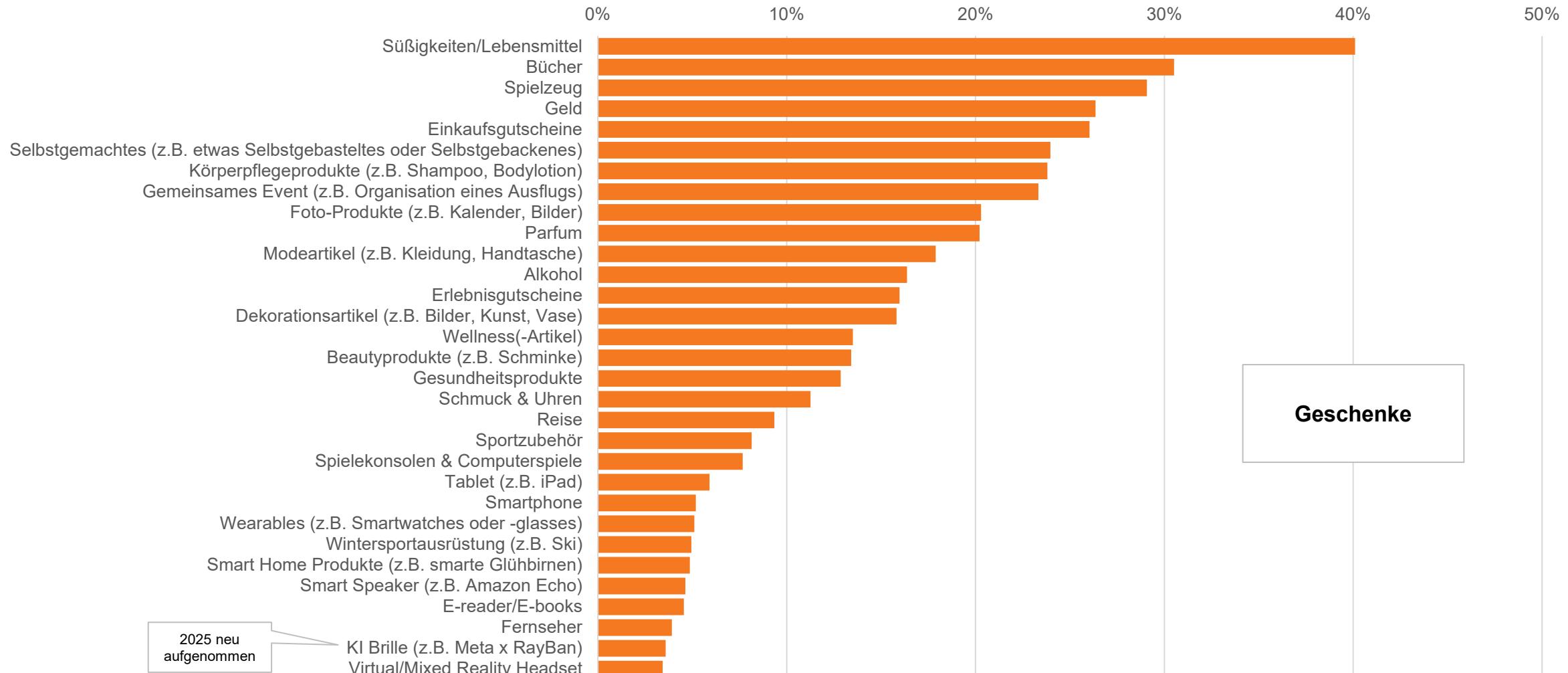


4. Wünsche und Geschenke

Unter den geplanten Weihnachtsgeschenken liegen Süßigkeiten deutlich vorn und werden am häufigsten vor Büchern, Spielzeug und Selbstgemachtem genannt



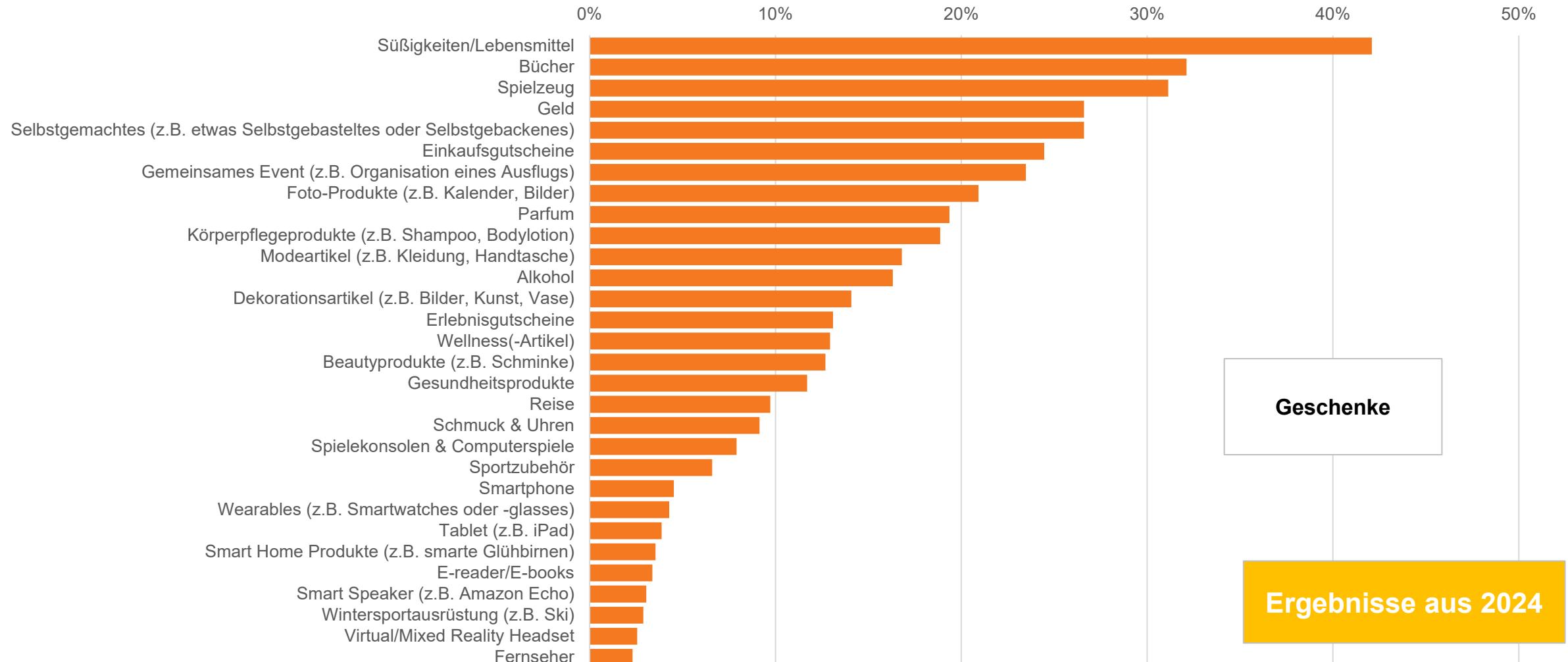
Hier finden Sie eine Liste an möglichen Geschenken. Wir möchten von Ihnen wissen, ob Sie planen, diese dieses Jahr zu Weihnachten zu verschenken oder ob Sie sich über ein solches Geschenk freuen würden. [Diagramm: Geplante Geschenke in Prozent, Mehrfachantworten möglich] N = 1.252



Auch im Vorjahr landeten am häufigsten Süßigkeiten unter den Weihnachtsbäumen und wurden häufiger verschenkt als Bücher, Spielzeug und Selbstgemachtes



Hier finden Sie eine Liste an möglichen Geschenken. Wir möchten von Ihnen wissen, ob Sie planen, diese dieses Jahr zu Weihnachten zu verschenken oder ob Sie sich über ein solches Geschenk freuen würden. [Diagramm: Geplante Geschenke in Prozent, Mehrfachantworten möglich] N = 1.214



Die Rangfolge der Geschenke variiert zwischen Subgruppen und zeigt, dass unterschiedliche Zielgruppen teils deutlich andere Schenkprofile aufweisen

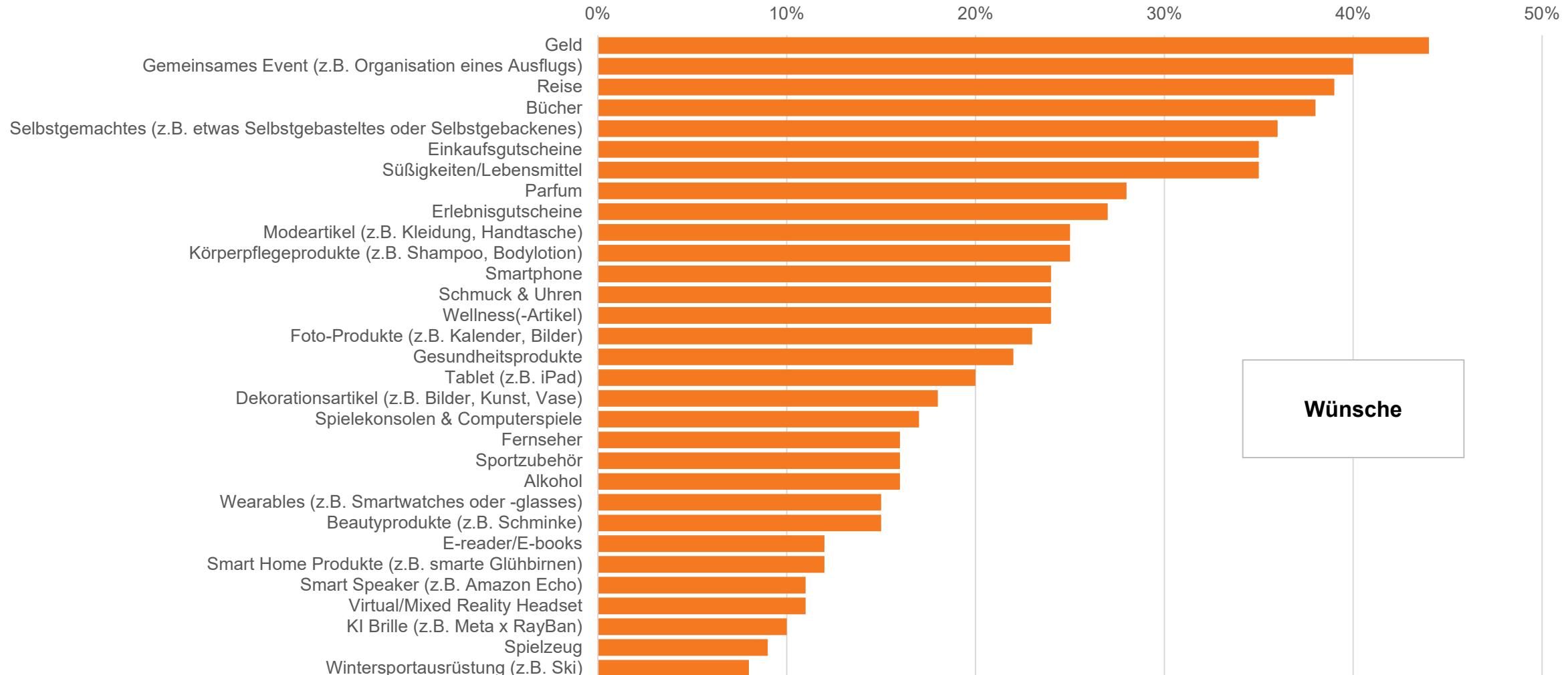


Geschenke	Insgesamt	GEN Z (bis 31J)	GEN Y (32-44J)	GEN X (45-59J)	Boomers (60+ J)	Nord	West	Süd	Ost	Männlich	Weiblich
Süßigkeiten/Lebensmittel	40%	49%	49%	36%	32%	39%	36%	39%	47%	31%	49%
Bücher	31%	34%	32%	29%	29%	32%	29%	36%	26%	27%	34%
Spielzeug	29%	42%	41%	22%	20%	29%	29%	26%	32%	25%	33%
Geld	26%	26%	22%	27%	29%	21%	27%	29%	26%	28%	25%
Einkaufsgutscheine	26%	29%	24%	27%	24%	26%	25%	26%	27%	29%	23%
Selbstgemachtes	24%	41%	27%	16%	18%	21%	25%	23%	27%	15%	32%
Körperpflegeprodukte	24%	36%	25%	21%	18%	22%	25%	18%	30%	17%	30%
Gemeinsames Event	23%	35%	24%	22%	17%	22%	24%	22%	25%	21%	25%
Foto-Produkte	20%	36%	26%	13%	13%	19%	20%	20%	23%	18%	23%
Parfum	20%	29%	15%	20%	18%	20%	22%	16%	23%	23%	17%
Modeartikel	18%	26%	18%	18%	12%	17%	21%	16%	16%	15%	20%
Alkohol	16%	32%	17%	12%	10%	13%	16%	15%	21%	17%	15%
Erlebnisgutscheine	16%	31%	17%	11%	11%	15%	16%	15%	17%	18%	14%
Dekorationsartikel	16%	33%	18%	10%	9%	14%	16%	13%	20%	13%	18%
Wellness(-Artikel)	13%	25%	13%	10%	9%	13%	14%	13%	13%	10%	17%
Beautyprodukte	13%	25%	14%	11%	8%	14%	13%	11%	18%	11%	15%
Gesundheitsprodukte	13%	22%	14%	12%	7%	9%	12%	14%	15%	11%	15%
Schmuck & Uhren	11%	22%	9%	12%	5%	12%	11%	9%	13%	14%	9%
Reise	9%	17%	9%	9%	6%	8%	9%	9%	11%	11%	7%
Sportzubehör	8%	21%	8%	4%	4%	8%	7%	6%	13%	9%	8%
Spielekonsolen & Computerspiele	8%	19%	9%	4%	3%	7%	6%	8%	10%	9%	6%
Tablet (z.B. iPad)	6%	16%	5%	3%	2%	7%	5%	6%	7%	7%	5%
Smartphone	5%	11%	3%	5%	3%	5%	5%	6%	5%	6%	4%
Wearables	5%	13%	4%	2%	3%	6%	4%	5%	6%	7%	4%
Wintersportausrüstung	5%	15%	5%	2%	1%	4%	4%	4%	8%	6%	4%
Smart Home Produkte	5%	14%	5%	2%	1%	5%	3%	4%	9%	6%	4%
Smart Speaker	5%	13%	5%	1%	2%	5%	5%	4%	5%	6%	3%
E-reader/E-books	5%	14%	3%	1%	2%	3%	4%	4%	7%	6%	3%
Fernseher	4%	13%	3%	1%	1%	3%	4%	3%	7%	5%	3%
KI Brille (z.B. Meta x RayBan)	4%	11%	3%	1%	1%	5%	4%	2%	4%	4%	3%
Virtual/Mixed Reality Headset	3%	11%	3%	1%	1%	2%	4%	3%	5%	4%	3%

Am häufigsten wünschen sich die Deutschen zu Weihnachten Geld und danach gemeinsame Events, Reisen, Bücher und Selbstgemachtes



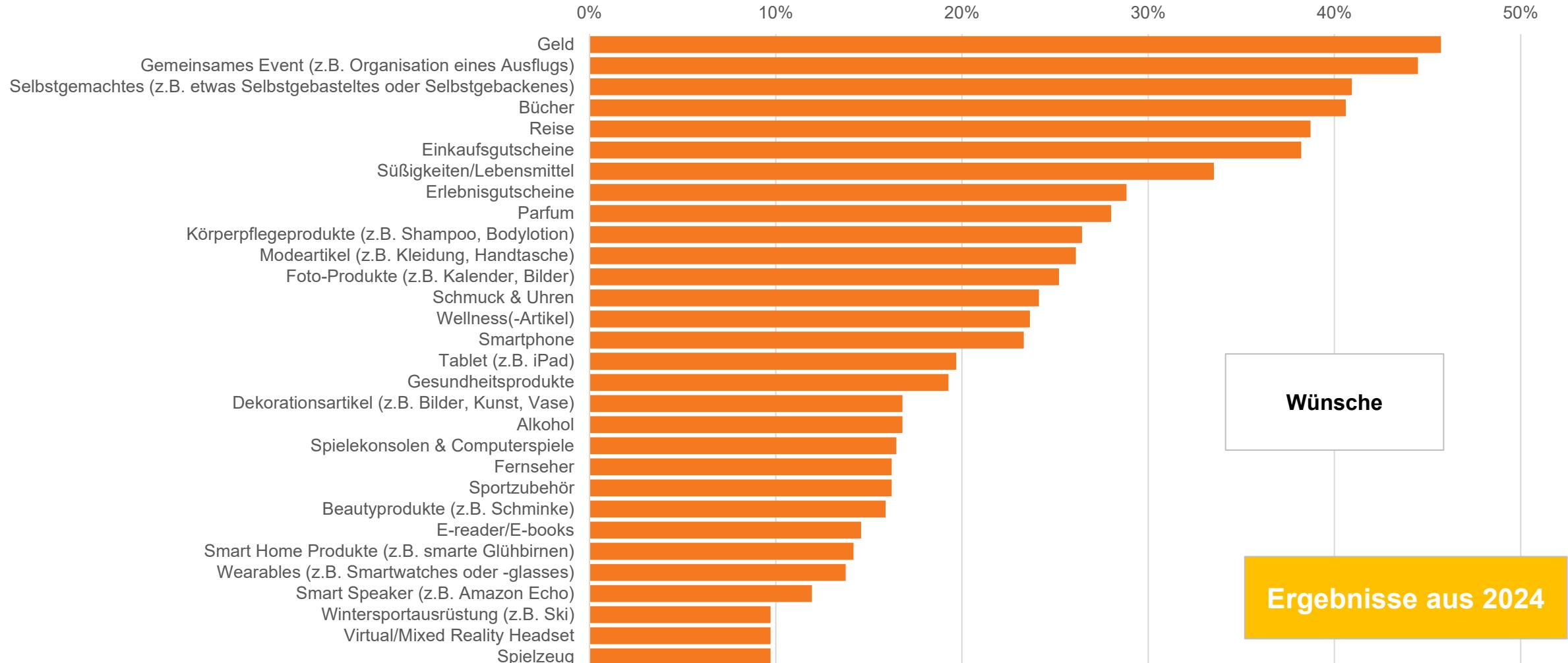
Hier finden Sie eine Liste an möglichen Geschenken. Wir möchten von Ihnen wissen, ob Sie planen, diese dieses Jahr zu Weihnachten zu verschenken oder ob Sie sich über ein solches Geschenk freuen würden. [Diagramm: Wünsche in Prozent, Mehrfachantworten möglich] N = 1.252



Auch letztes Jahr standen Geld und gemeinsame Events ganz oben auf den Wunschlisten



Hier finden Sie eine Liste an möglichen Geschenken. Wir möchten von Ihnen wissen, ob Sie planen, diese dieses Jahr zu Weihnachten zu verschenken oder ob Sie sich über ein solches Geschenk freuen würden. [Diagramm: Wünsche in Prozent, Mehrfachantworten möglich] N = 1.214



Die Zusammensetzung der Wünsche unterscheidet sich sichtbar nach Subgruppen und macht deutlich, dass nicht alle dasselbe unter dem idealen Geschenk verstehen



Wünsche	GEN Z (bis 31J)	GEN Y (32-44J)	GEN X (45-59J)	Boomers (60+ J)	Nord	West	Süd	Ost	Männlich	Weiblich	Insgesamt
Geld	68%	52%	39%	28%	39%	43%	47%	47%	40%	48%	44%
Gemeinsames Event	50%	44%	37%	33%	40%	39%	42%	38%	31%	48%	40%
Reise	59%	42%	34%	29%	39%	39%	42%	35%	33%	45%	39%
Bücher	50%	35%	36%	33%	38%	37%	38%	38%	28%	47%	38%
Selbstgemachte	49%	42%	30%	28%	40%	36%	39%	30%	29%	42%	36%
Einkaufsgutscheine	49%	32%	36%	26%	32%	37%	34%	33%	31%	38%	35%
Süßigkeiten/Lebensmittel	48%	38%	30%	29%	35%	34%	36%	36%	29%	41%	35%
Parfum	48%	24%	24%	22%	25%	30%	24%	34%	21%	35%	28%
Erlebnisgutscheine	47%	31%	22%	15%	27%	29%	27%	23%	21%	32%	27%
Modeartikel	51%	21%	21%	14%	24%	26%	24%	24%	19%	30%	25%
Körperpflegeprodukte	38%	24%	24%	19%	24%	27%	23%	26%	17%	33%	25%
Smartphone	46%	22%	19%	17%	19%	25%	22%	30%	25%	24%	24%
Schmuck & Uhren	45%	23%	18%	16%	28%	22%	25%	22%	18%	29%	24%
Wellness(-Artikel)	43%	28%	20%	14%	21%	25%	25%	25%	16%	32%	24%
Foto-Produkte (z.B. Kalender, Bilder)	38%	22%	18%	19%	25%	23%	22%	24%	18%	29%	23%
Gesundheitsprodukte	35%	24%	19%	14%	20%	22%	22%	22%	16%	27%	22%
Tablet (z.B. iPad)	39%	17%	16%	13%	17%	21%	20%	20%	19%	21%	20%
Dekorationsartikel	36%	18%	14%	10%	18%	20%	15%	17%	12%	23%	18%
Spielekonsolen & Computerspiele	43%	20%	8%	6%	16%	20%	13%	18%	20%	13%	17%
Fernseher	34%	17%	11%	8%	15%	18%	15%	15%	19%	13%	16%
Sportzubehör	38%	18%	9%	8%	18%	18%	13%	16%	18%	15%	16%
Alkohol	26%	18%	15%	11%	15%	15%	16%	20%	19%	14%	16%
Wearables	31%	14%	11%	7%	15%	16%	11%	16%	14%	15%	15%
Beautyprodukte	31%	15%	13%	8%	13%	15%	15%	18%	7%	23%	15%
E-reader/E-books	25%	11%	8%	8%	11%	12%	10%	15%	10%	14%	12%
Smart Home Produkte	28%	13%	7%	6%	13%	14%	10%	12%	13%	11%	12%
Smart Speaker	29%	9%	5%	5%	10%	10%	9%	14%	12%	9%	11%
Virtual/Mixed Reality Headset	28%	9%	6%	4%	9%	10%	11%	13%	13%	9%	11%
v_1040 KI Brille (z.B. Meta x RayBan)	24%	11%	6%	5%	8%	9%	12%	13%	11%	10%	10%
Spielzeug	21%	9%	6%	3%	7%	10%	8%	9%	9%	8%	9%
Wintersportausrüstung (z.B. Ski)	26%	7%	3%	3%	7%	9%	9%	8%	9%	8%	8%

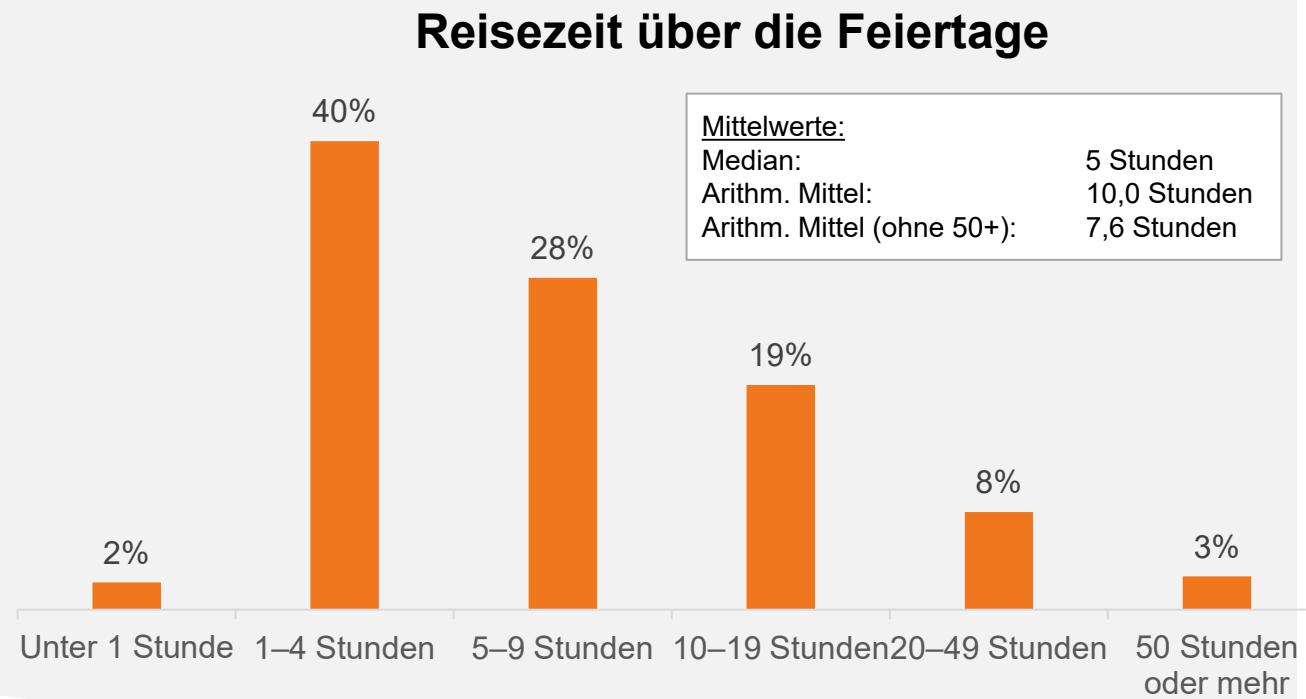
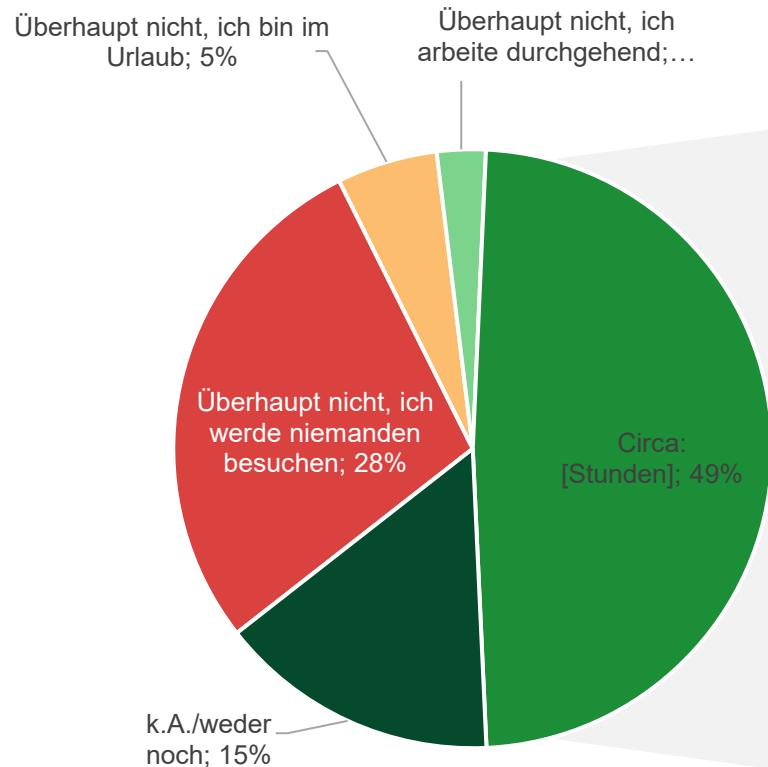


4. Reisestress an Weihnachten?

Rund die Hälfte der Befragten wird über Weihnachten Freunde und Familie besuchen und investiert dafür im Median etwa fünf Stunden Reisezeit



Wie viele Stunden werden Sie wohl dieses Jahr an Weihnachten (Heilig Abend, 1./2. Feiertag) unterwegs sein, um Freunde und/oder Familie zu besuchen?
Bitte schätzen Sie! Denken Sie dabei sowohl an die Zeit im (eigenen) Auto als auch in öffentlichen Verkehrsmitteln.



Der Median ist der Wert, der genau in der Mitte aller Antworten liegt und von gleich vielen Befragten über- wie unterschritten wird. Im Gegensatz zum arithmetischen Mittel wird der Median kaum von Ausreißern beeinflusst – insbesondere sehr langen Reisezeiten einzelner Personen. Da in den Daten einige wenige extrem hohe Werte vorkommen, liefert der Median hier ein verlässlicheres Maß der „typischen“ Reisezeit.



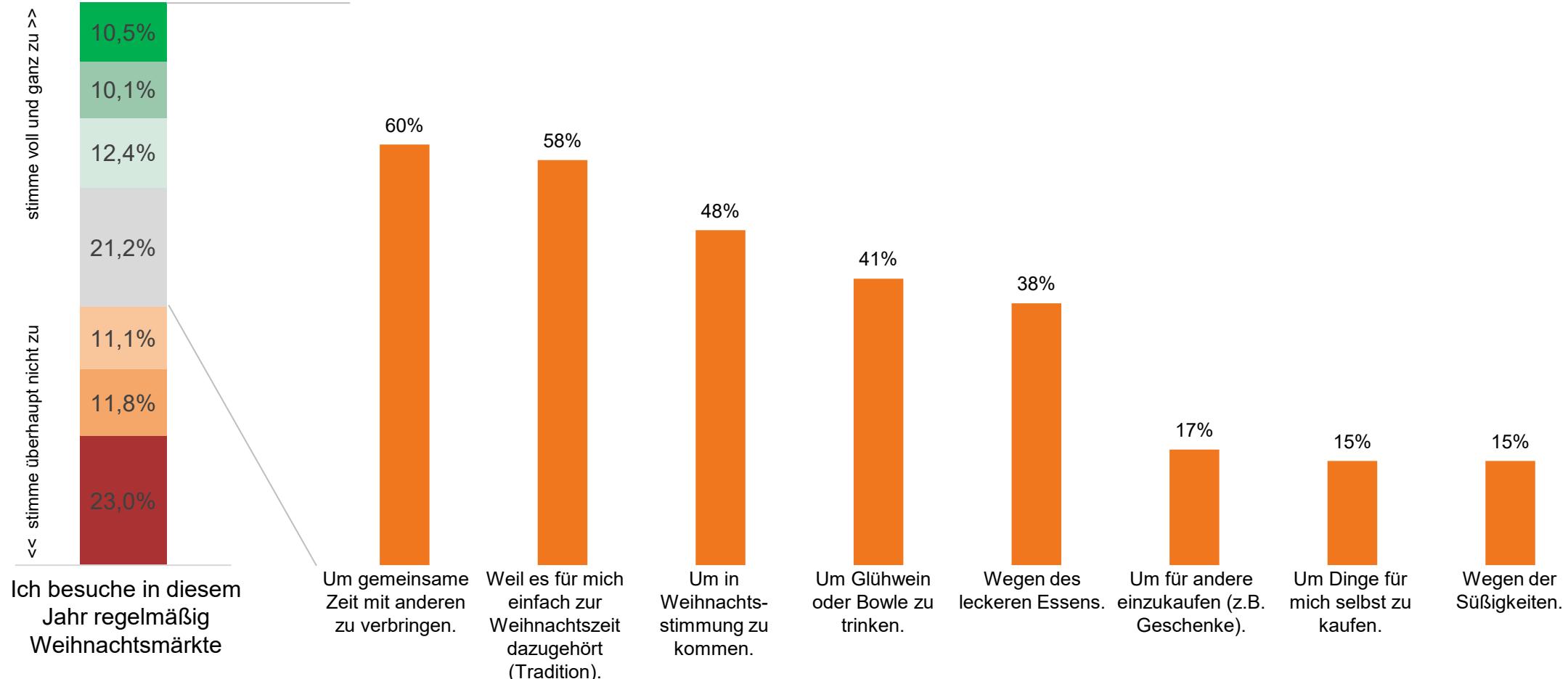
5. Was treibt uns auf die Weihnachtsmärkte?

Ein Teil der Menschen meidet Weihnachtsmärkte gezielt, während andere sie wegen gemeinsamer Besuche, Tradition und Weihnachtsstimmung besonders schätzen



Fragen: Ich besuche in diesem Jahr regelmäßig Weihnachtsmärkte (allen 677 Personen, die den Wert 4 oder höher angegeben haben, wurde folgende Frage gestellt: Sie haben angegeben, dass Sie gerne auf Weihnachtsmärkte gehen. Wieso gehen Sie?

N=1.252
n=677

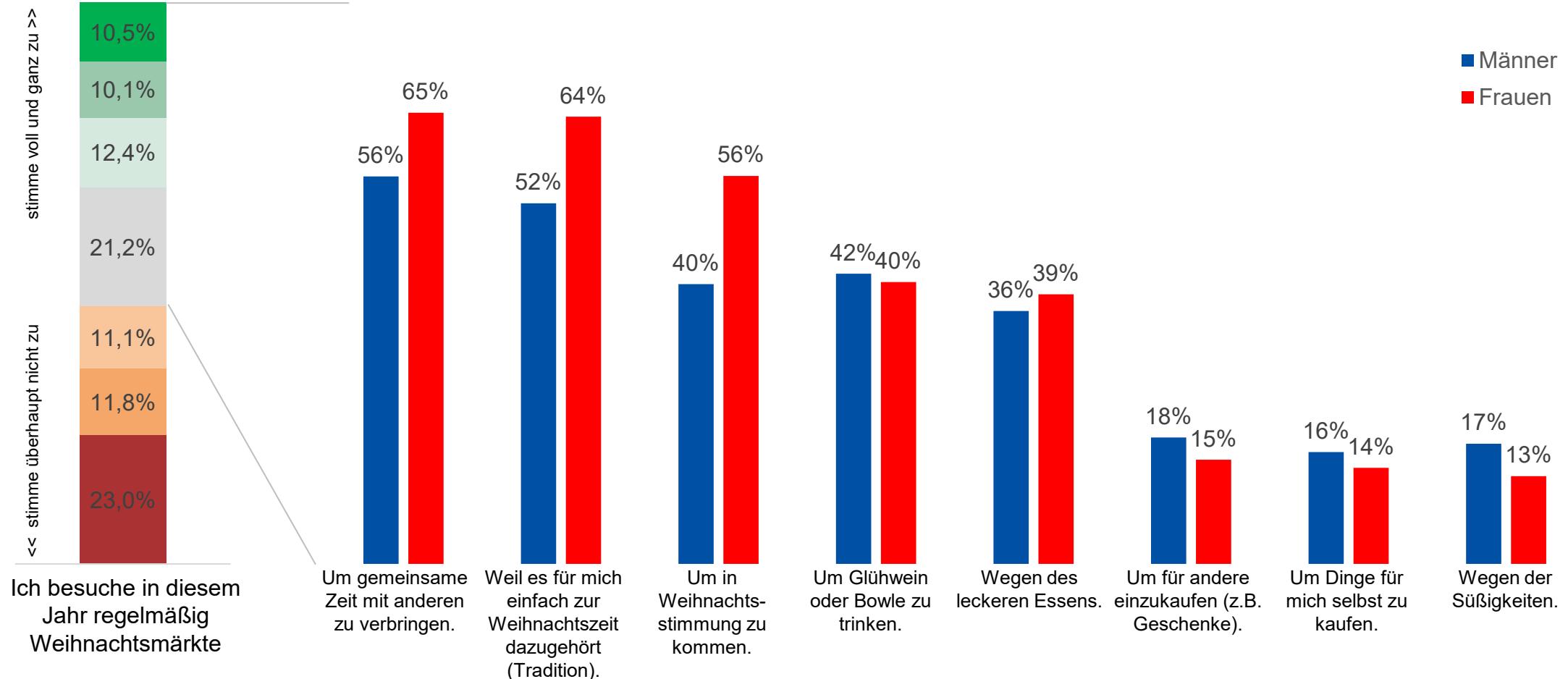


Für Frauen sind Weihnachtsmärkte traditionelle, gemeinsame Katalysatoren der Weihnachtsstimmung



Fragen: Ich besuche in diesem Jahr regelmäßig Weihnachtsmärkte (allen 677 Personen, die den Wert 4 oder höher angegeben haben, wurde folgende Frage gestellt: Sie haben angegeben, dass Sie gerne auf Weihnachtsmärkte gehen. Wieso gehen Sie?)

N=1.252
n=677

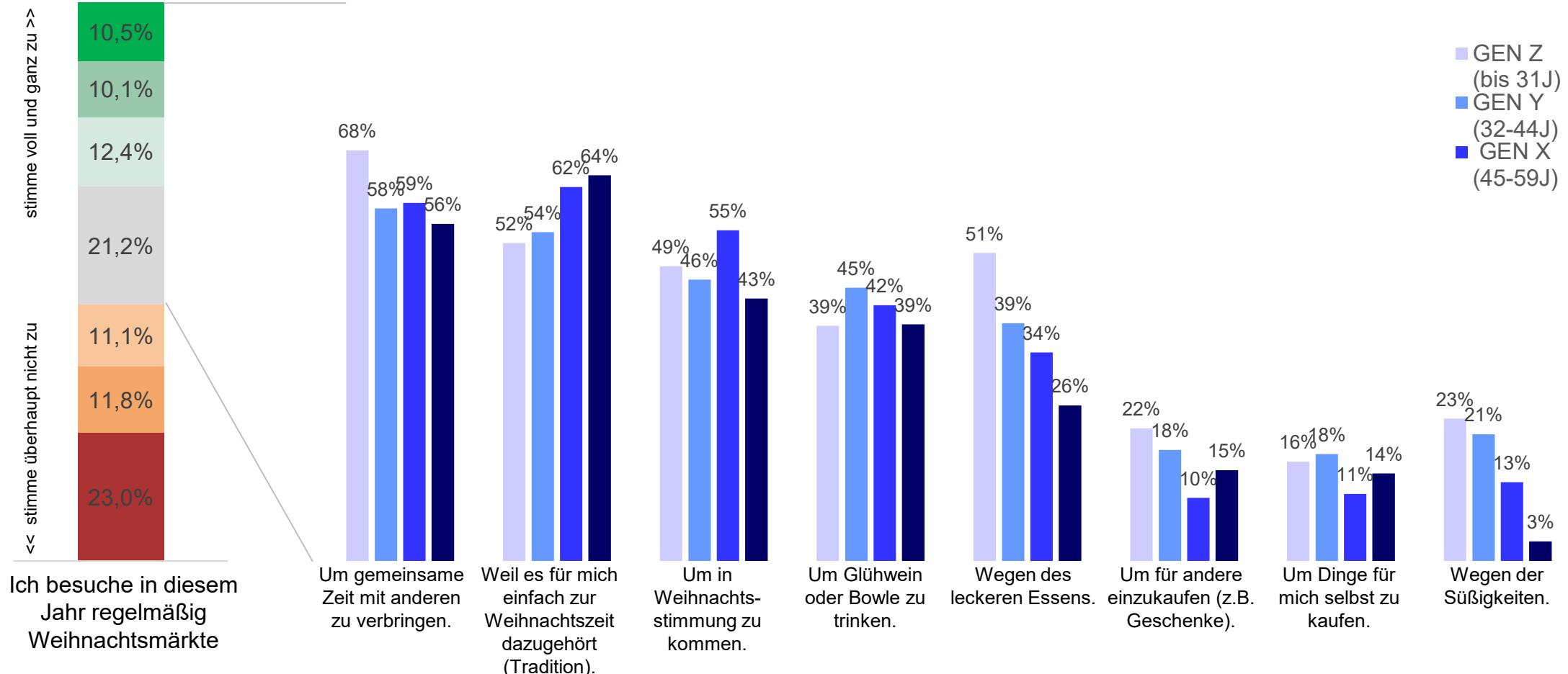


Für ältere Menschen sind Weihnachtsmärkte Traditionssanker; junge Menschen schätzen das Miteinander und den Genuss



Fragen: Ich besuche in diesem Jahr regelmäßig Weihnachtsmärkte (allen 677 Personen, die den Wert 4 oder höher angegeben haben, wurde folgende Frage gestellt: Sie haben angegeben, dass Sie gerne auf Weihnachtsmärkte gehen. Wieso gehen Sie?)

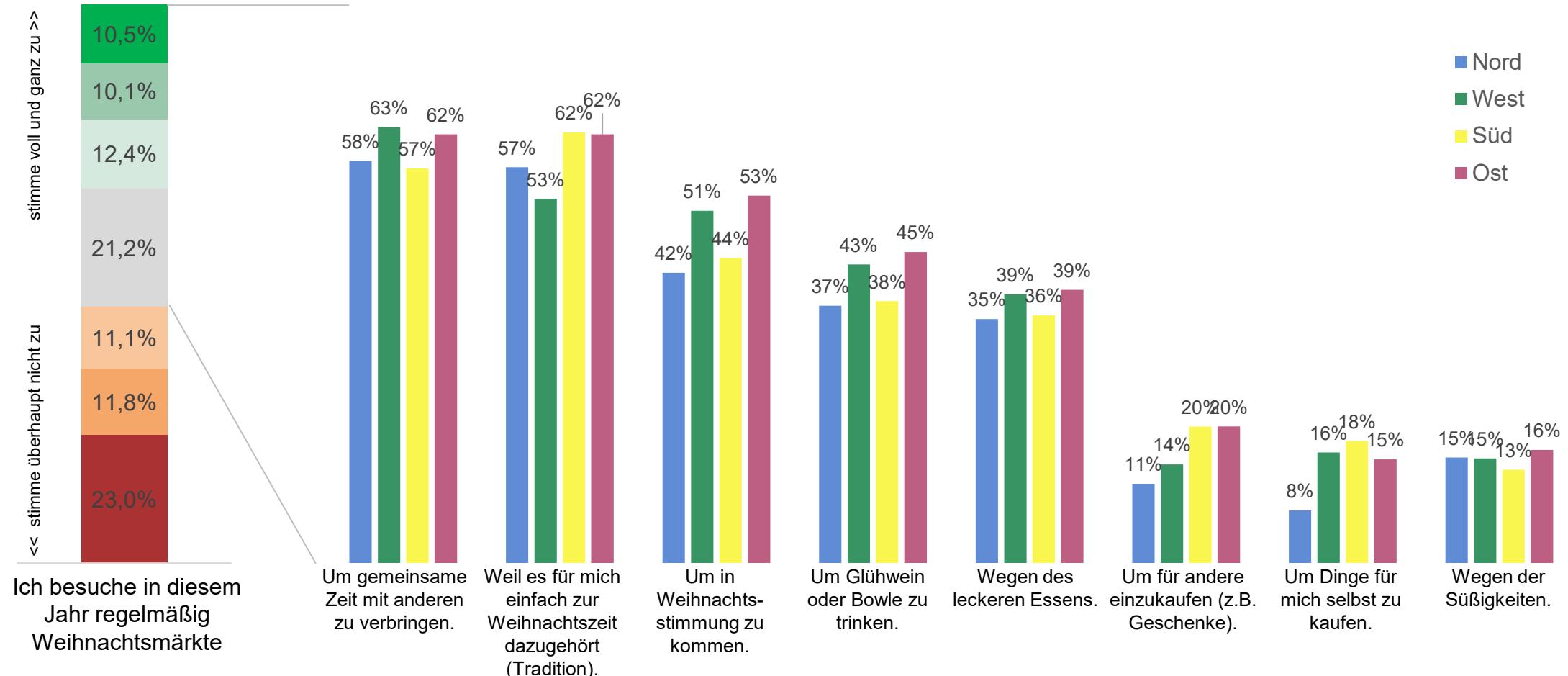
N=1.252
n>153



Die Besuchsmotive variieren zwischen Regionen

Fragen: Ich besuche in diesem Jahr regelmäßig Weihnachtsmärkte (allen 677 Personen, die den Wert 4 oder höher angegeben haben, wurde folgende Frage gestellt: Sie haben angegeben, dass Sie gerne auf Weihnachtsmärkte gehen. Wieso gehen Sie?

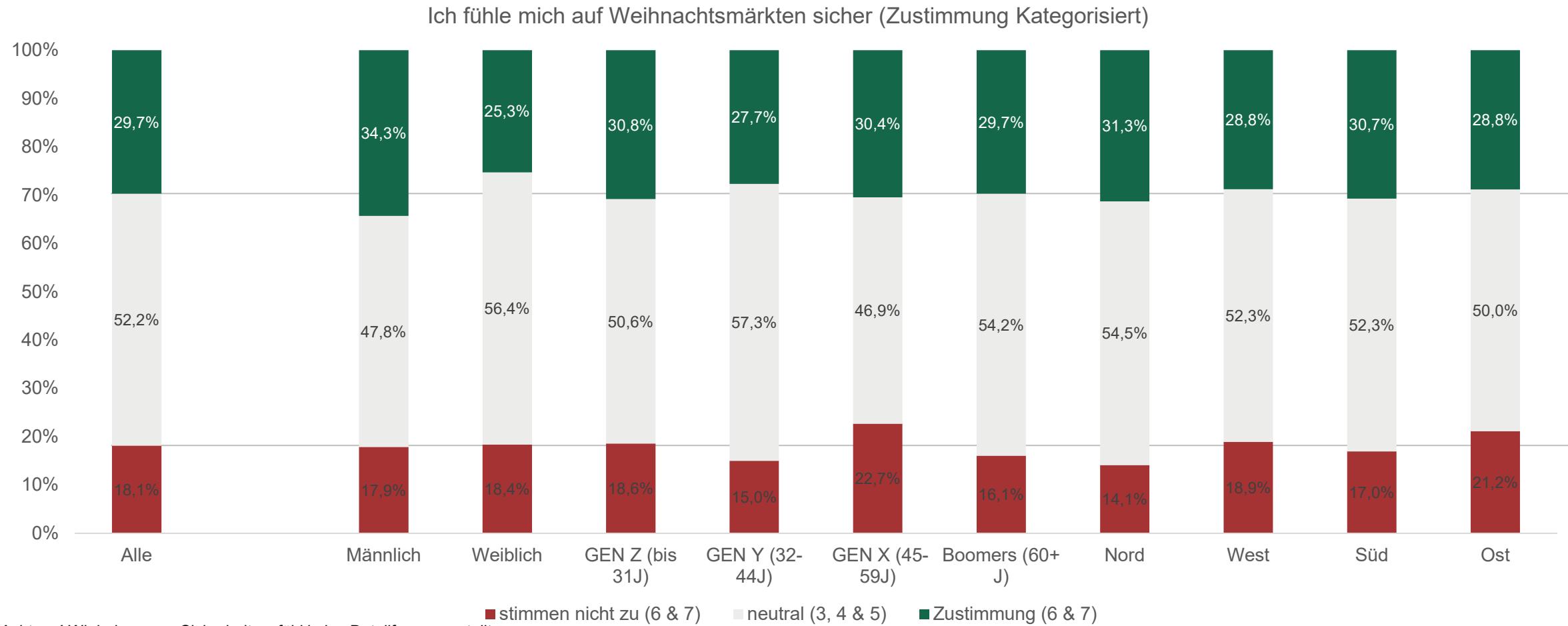
N=1.252
n>105



Fühlen sich Menschen auf Weihnachtsmärkten sicher? Rund ein Fünftel äußert Bedenken, bei jungen Menschen eher höher



N=1.252



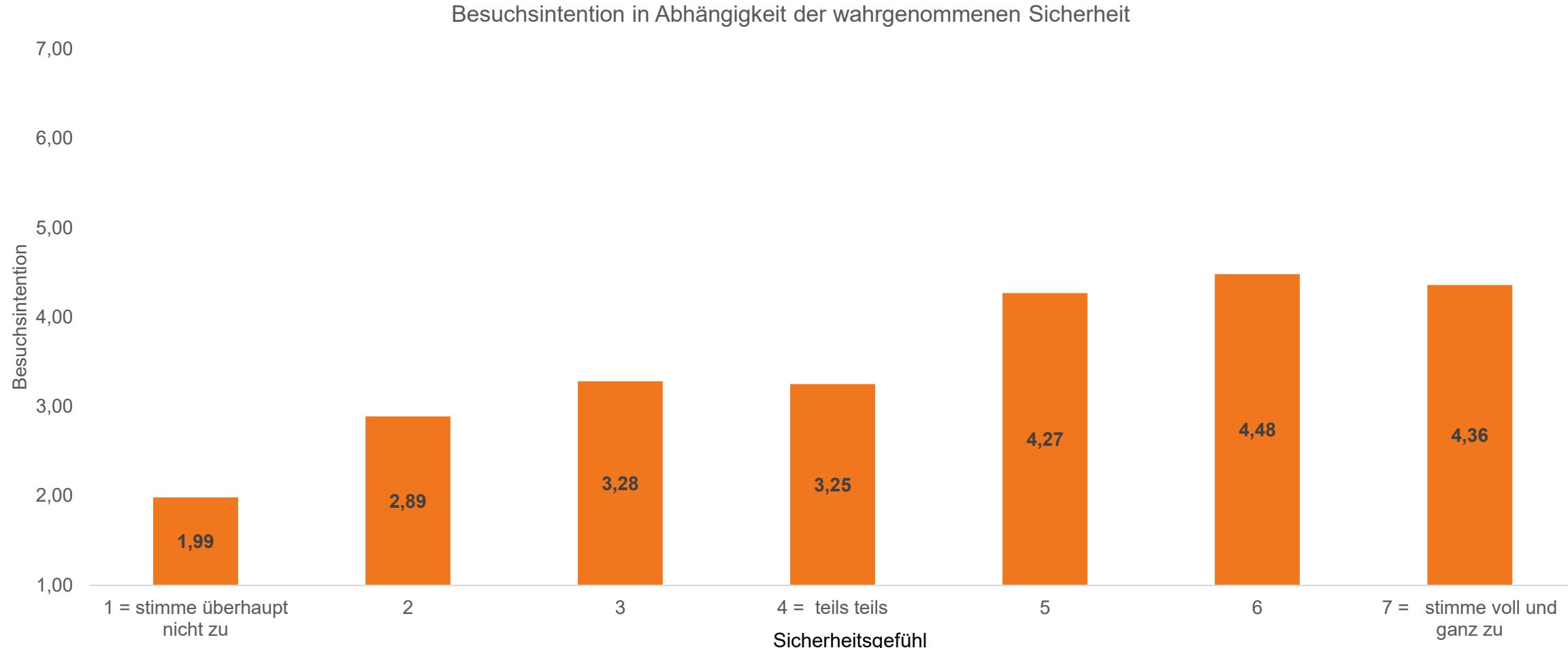
Achtung! Wir haben zum Sicherheitsgefühl keine Detailfragen gestellt.

Ob sich die gefühlte Unsicherheit bei einigen Menschen auf Terror, Belästigung oder ganz andere Themen bezieht, kann aus diesen Daten nicht erklärt werden.

Eigen steigende Besuchsintention geht mit einem höheren Sicherheitsgefühl einher – eine Korrelation bedeutet aber nicht zwangsläufig auch Kausalität



N=1.252





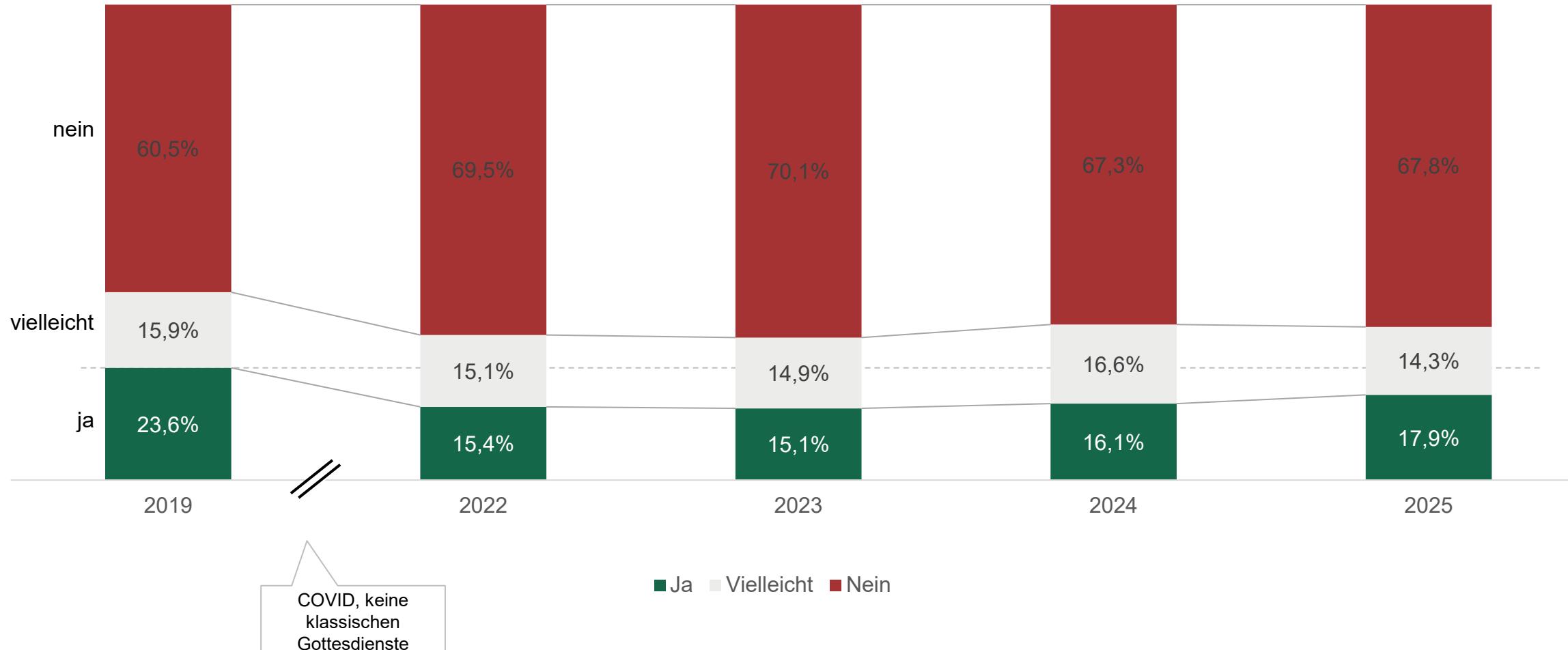
6. Revival der Gottesdienste?

Leichter Positivtrend: Weihnachtsgottesdienste nehmen langsam wieder an Beliebtheit zu, sind aber noch nicht wieder auf Vor-Corona-Niveau



Wir haben 2019 (vor Corona), 2022, 2023, 2024 und 2025 die identische Frage gestellt.

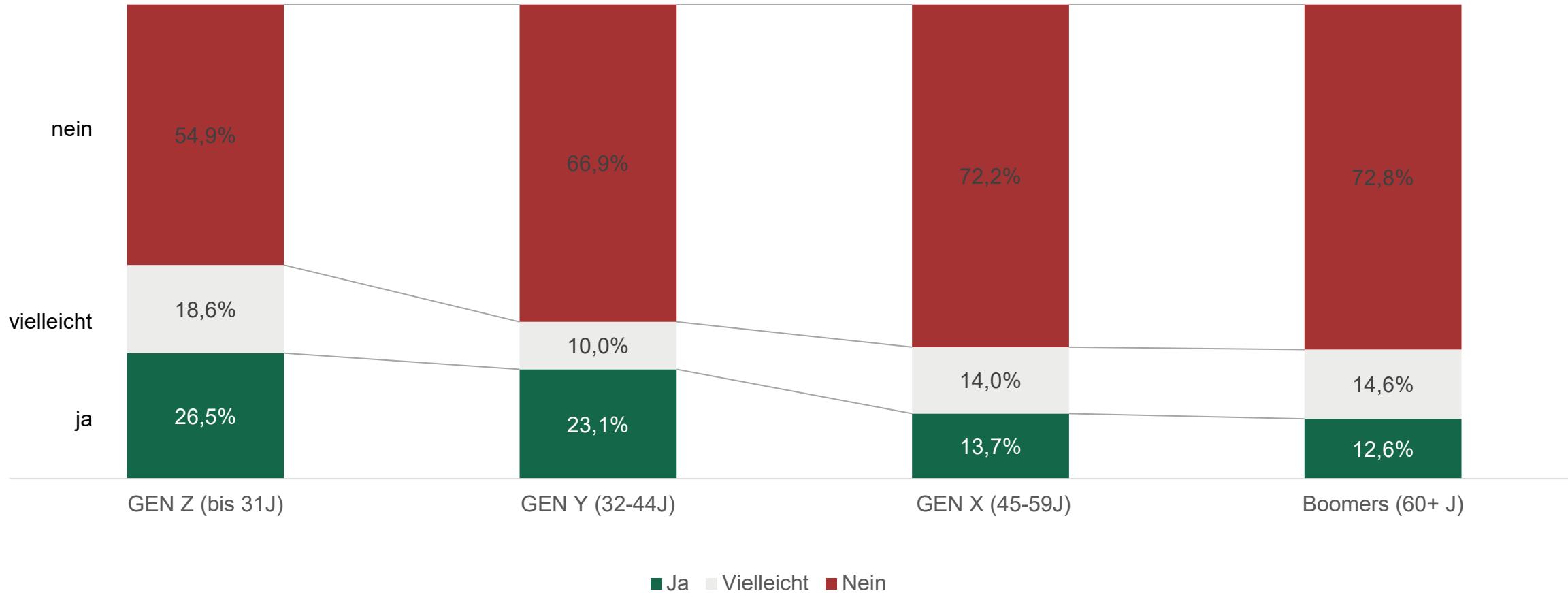
Planen Sie, dieses Jahr an Heilig Abend in die Kirche zu gehen?



Obwohl Kirchen bei jungen Menschen an Beliebtheit verlieren, gehen diese an Weihnachten besonders gerne dort hin – mehr als jeder Vierte!



Planen Sie, dieses Jahr an Heilig Abend in die Kirche zu gehen? (2025)



Menschen im Westen und Süden stehen Weihnachtsgottesdiensten etwas positiver gegenüber



Planen Sie, dieses Jahr an Heilig Abend in die Kirche zu gehen? (2025)





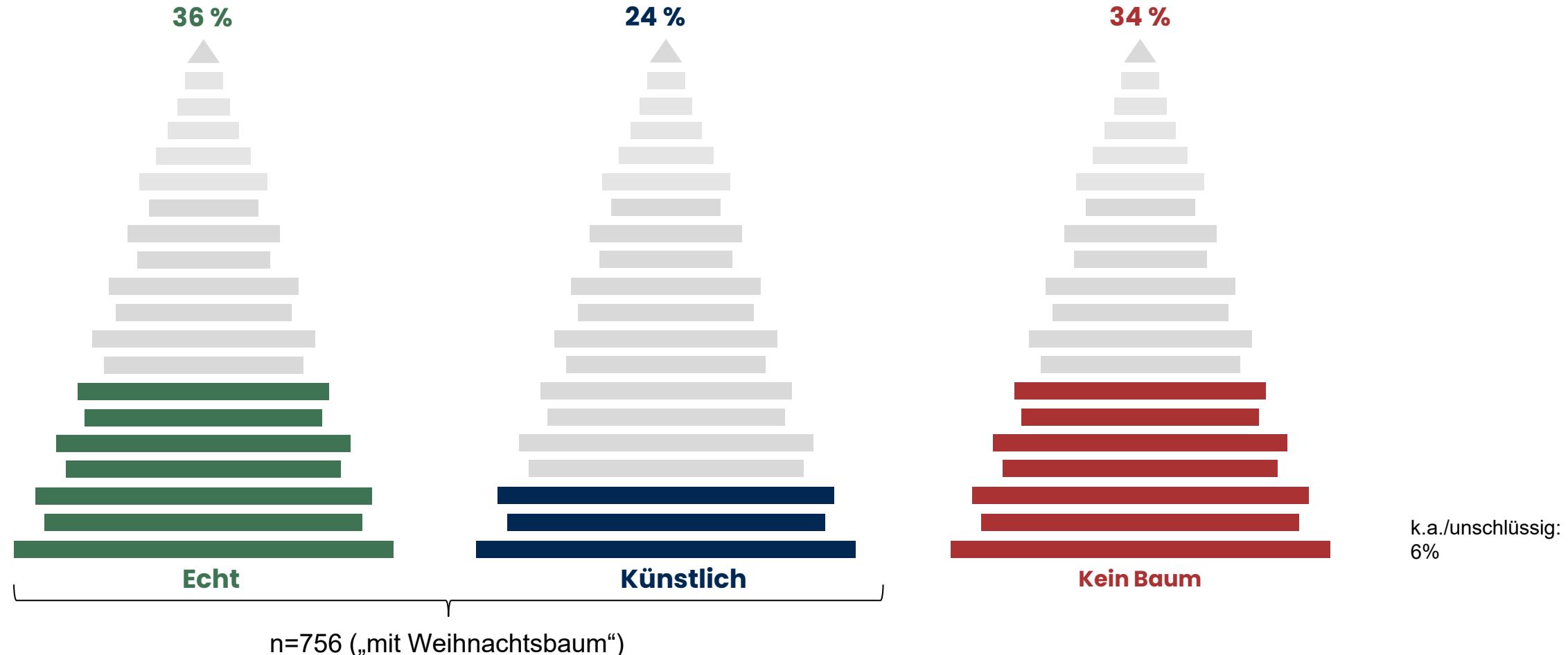
7. Gurken an deutschen Weihnachtsbäumen?

Rund ein Drittel der Befragten werden unter einem echten Baum feiern – gut ein Viertel setzt auf einen Kunstbaum; der Rest feiert ohne Baum oder ist unschlüssig



Wird es bei Ihnen dieses Jahr einen Weihnachtsbaum geben?

Wenn Sie zu Hause keinen Weihnachtsbaum haben, aber voraussichtlich bei Freunden oder Verwandten, mit denen Sie Zeit über Weihnachten verbringen, antworten Sie bitte trotzdem mit „Ja“. Wenn Sie sich noch nicht sicher sind, wählen Sie die Antwort, die Ihrem Bauchgefühl im Moment am ehesten entspricht.



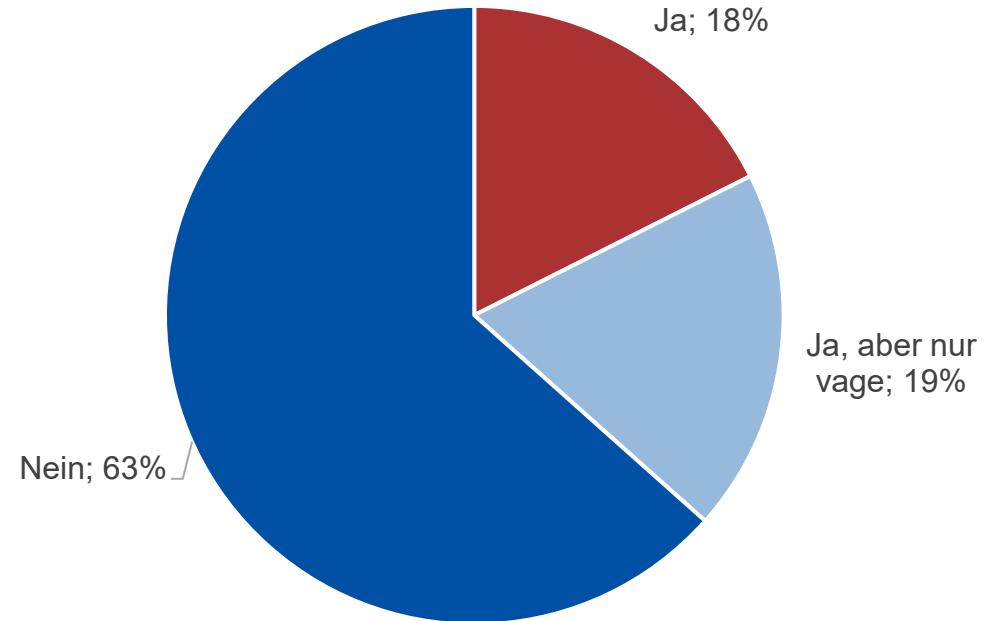
Mehr als ein Drittel der Befragten kennt bereits den „Trend“ der Weihnachtsgurke – viele davon aber nur vage



Weihnachtsgurke

Die Weihnachtsgurke ist ein kleiner grüner Anhänger aus Glas oder Plastik, der im Weihnachtsbaum versteckt wird. Traditionell soll derjenige, der die Gurke zuerst findet, ein zusätzliches Geschenk erhalten oder das erste Geschenk auspacken dürfen. Der Brauch stammt aus den USA, wird dort jedoch häufig fälschlicherweise für eine deutsche Tradition gehalten.

Haben Sie diese "Tradition" bereits gekannt?

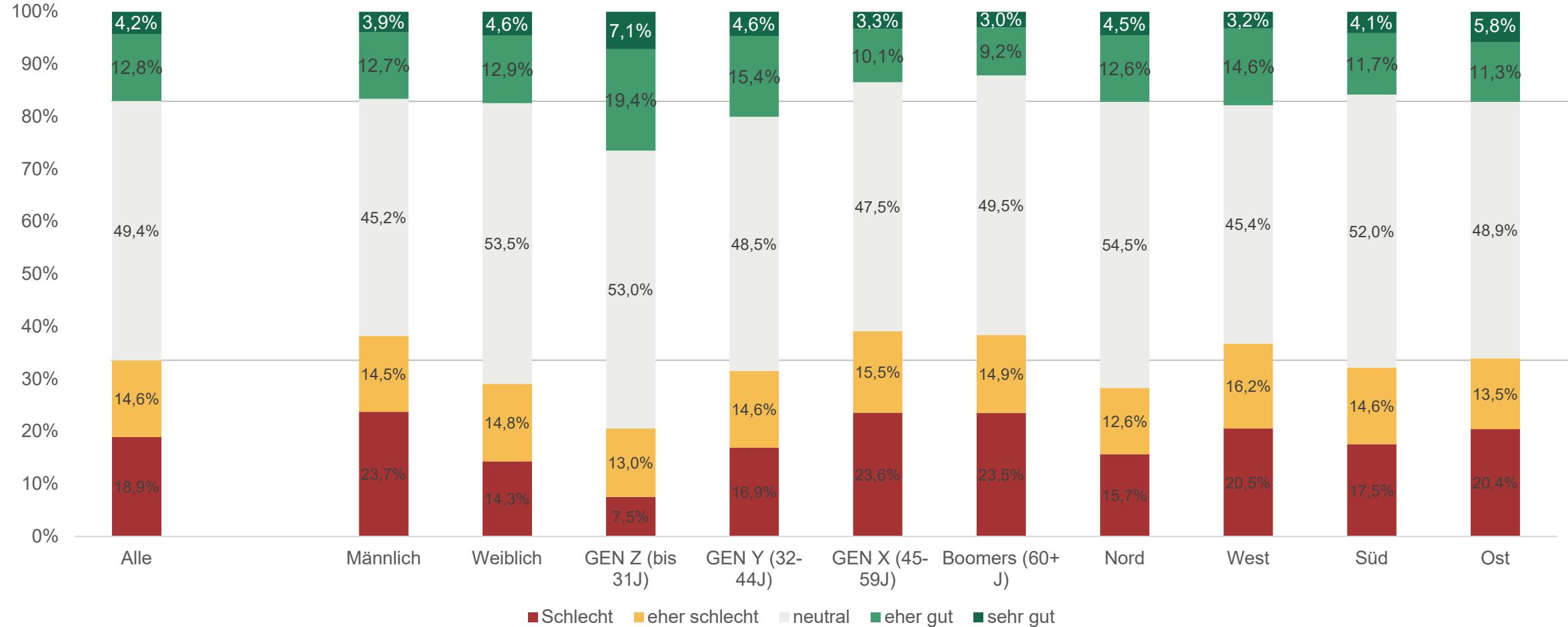


Junge Menschen finden die Idee mit der Gurke gut – mehr als jeder Vierte! Die meisten Menschen stehen dem „Trend“ allerdings eher neutral gegenüber



Wie finden Sie die "Tradition" mit der Weihnachtsgurke?

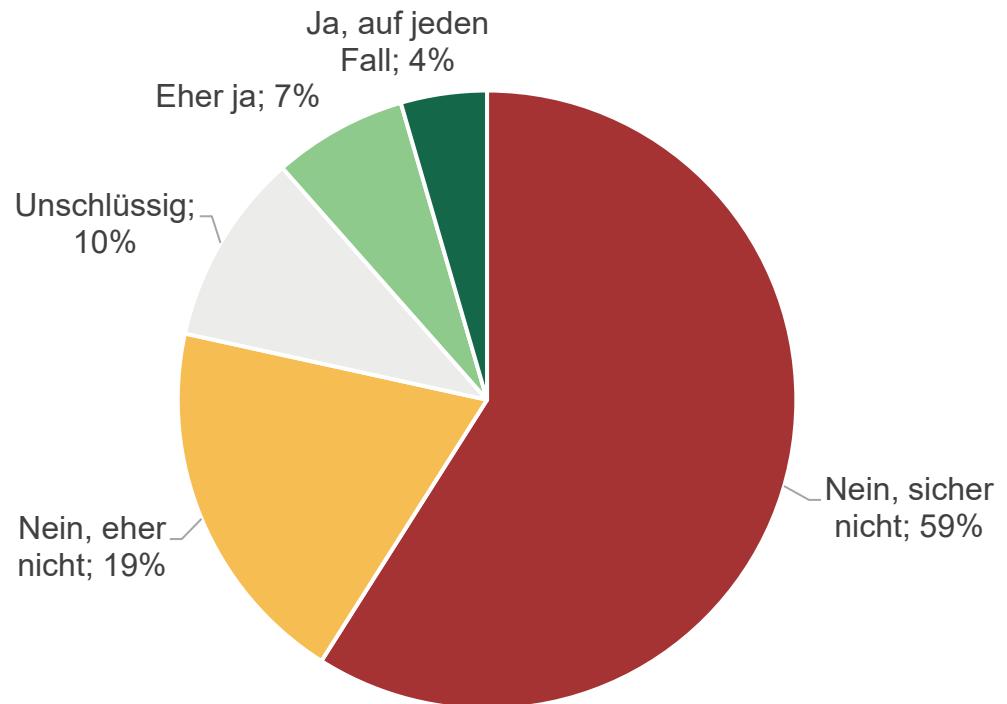
N=1.252



Die meisten Weihnachtsbäume werden dieses Jahr (noch?) nicht in das Vergnügen einer Gurke kommen; viele Händler setzen aber auf diesen Trend

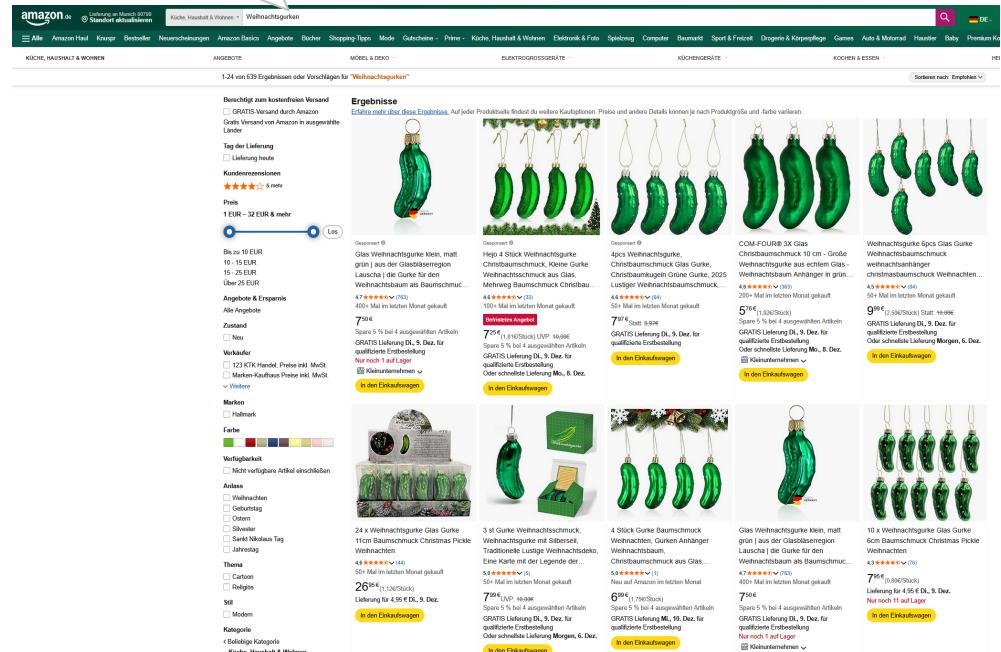
Wird an Ihrem Weihnachtsbaum dieses Jahr eine Weihnachtsgurke hängen

- oder könnten Sie sich das zumindest vorstellen?



Basis: n=756 („mit Weihnachtsbaum“)

Tipp: Onlinehändler (aber auch einige stationäre Händler) haben eine große Auswahl an Weihnachtsgurken!



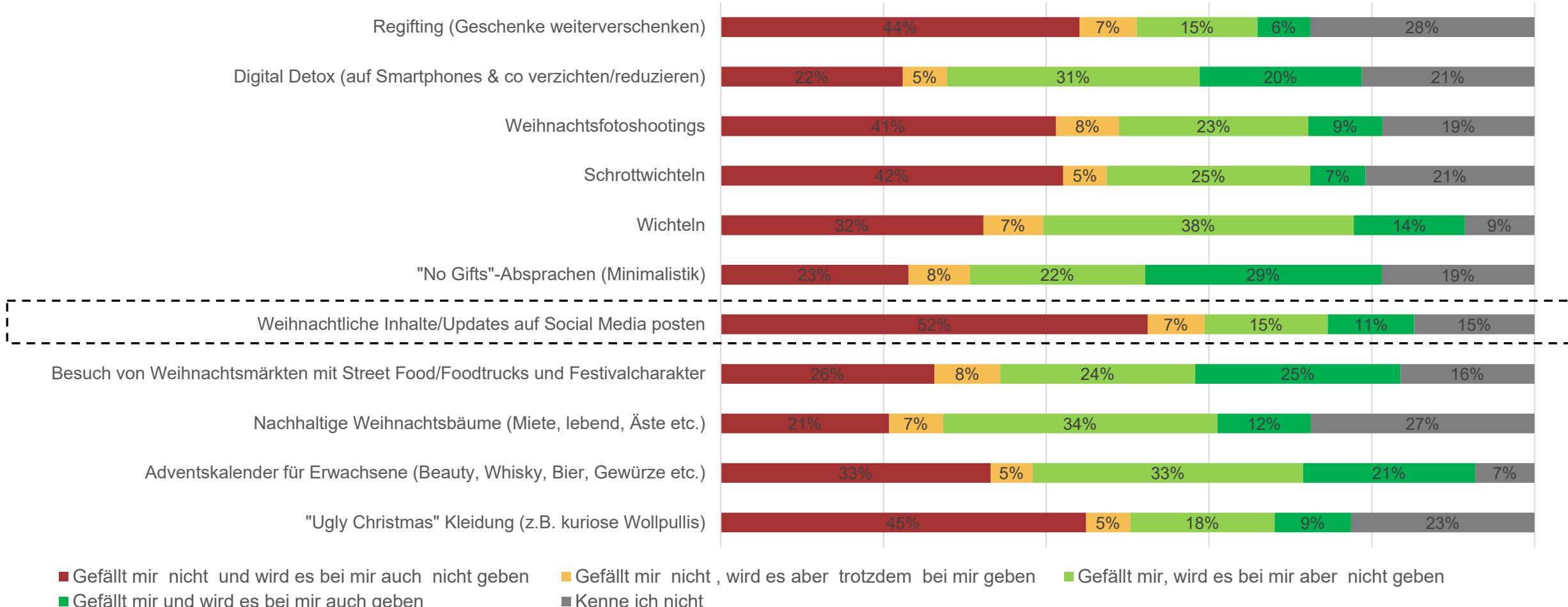


8. Weitere Trends zum Fest

Weihnachtliche Social Media Updates können nerven – mehr als die Hälfte der Befragten wird darauf verzichten; Digital Detox hingegen ist beliebter!



Hier sehen Sie weitere Trends und Entwicklungen rund um das Weihnachtsfest. Wir möchten von Ihnen wissen, ob Sie diese kennen und, wenn ja, ob es diese bei Ihnen dieses Jahr geben wird oder nicht.



■ Gefällt mir nicht und wird es bei mir auch nicht geben
■ Gefällt mir und wird es bei mir auch geben

■ Gefällt mir nicht, wird es aber trotzdem bei mir geben
■ Kenne ich nicht

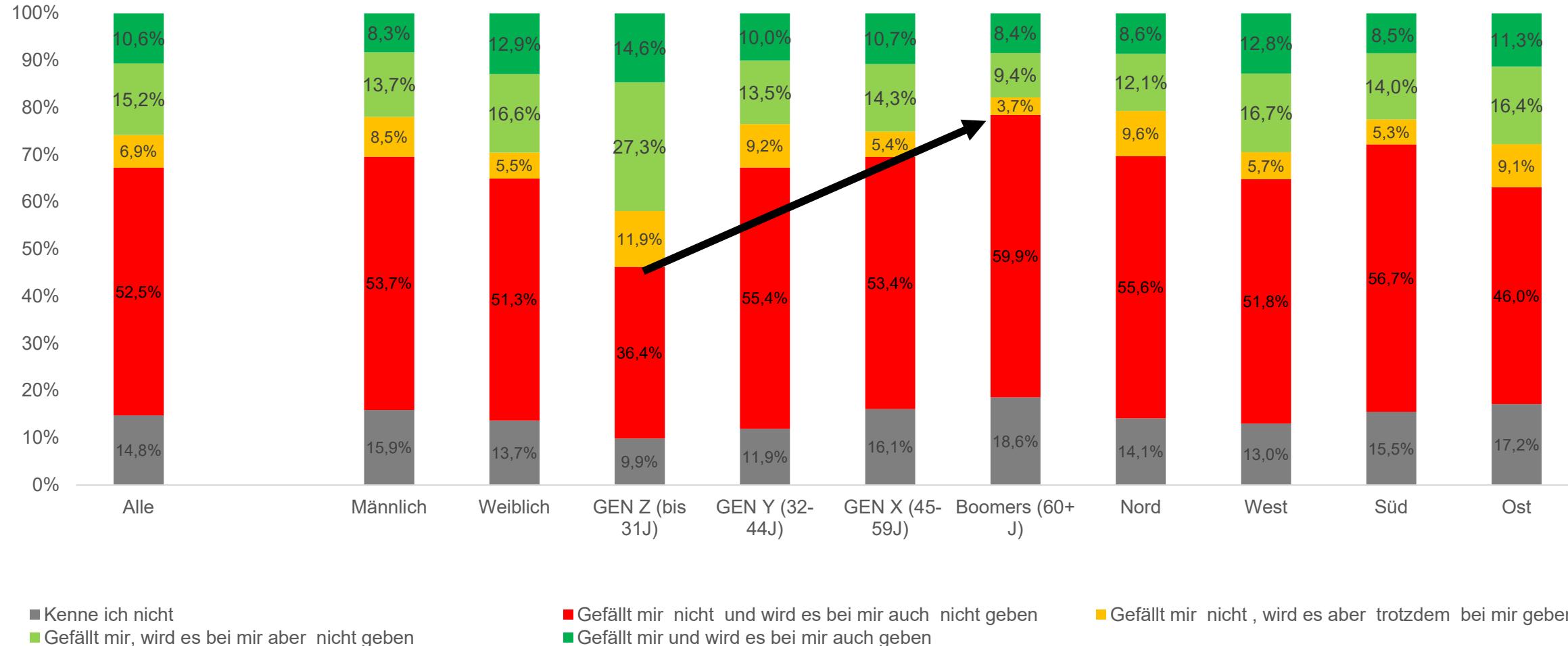
■ Gefällt mir, wird es bei mir aber nicht geben

Mit steigendem Alter steigt auch die Aversion zu weihnachtlichen Status Updates – für viele jüngere Menschen gehören sie aber dazu



Hier sehen Sie weitere Trends und Entwicklungen rund um das Weihnachtsfest. Wir möchten von Ihnen wissen, ob Sie diese kennen und, wenn ja, ob es diese bei Ihnen dieses Jahr geben wird oder nicht. // Sonderauswertung Weihnachtliche Inhalte/Updates auf Social Media posten

N=1.252

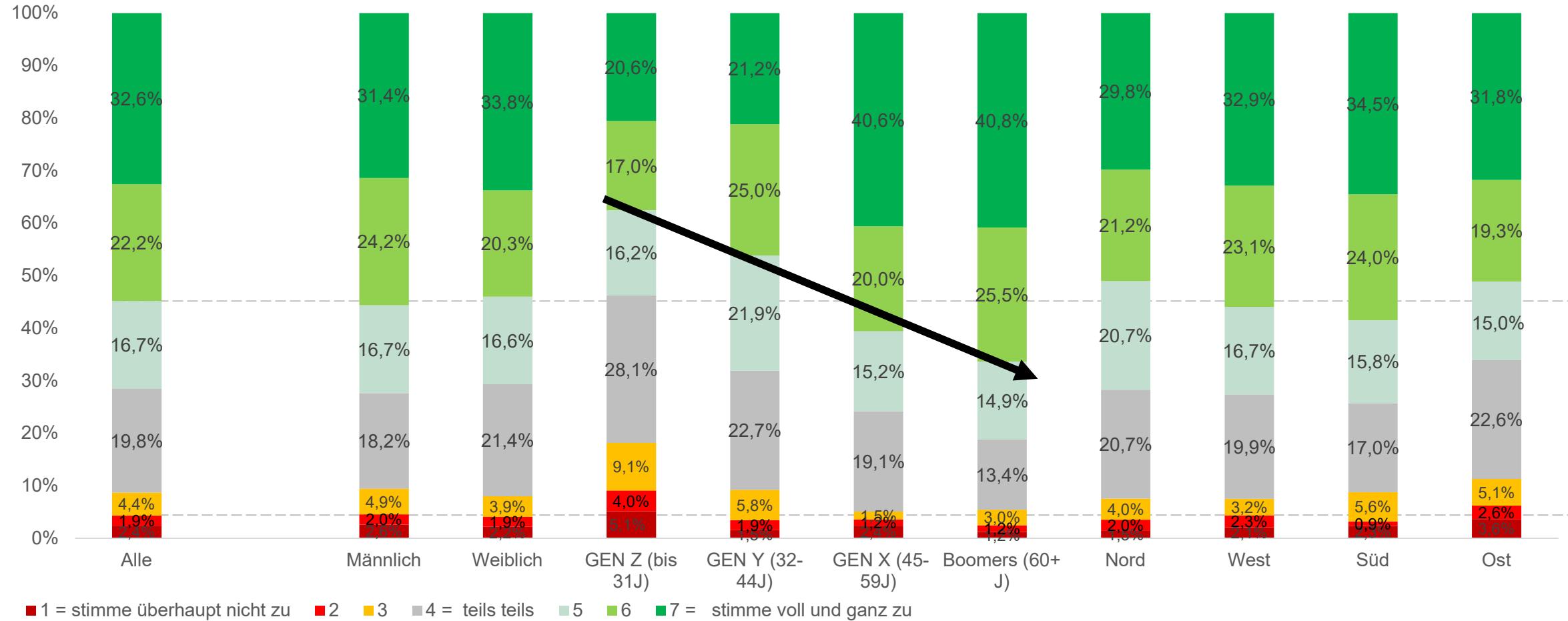


Mit steigendem Alter wird Weihnachten mit steigender Kommerzialisierung assoziiert – was dort auch kritisch gesehen werden dürfte



Hier sehen Sie eine Liste von Aussagen zum Thema Weihnachten. Wir möchten von Ihnen wissen, inwieweit Sie diesen Aussagen zustimmen.
Bitte antworten Sie ggf. aus dem Bauch heraus. // Sonderauswertung Weihnachten wird immer kommerzieller

N=1.252





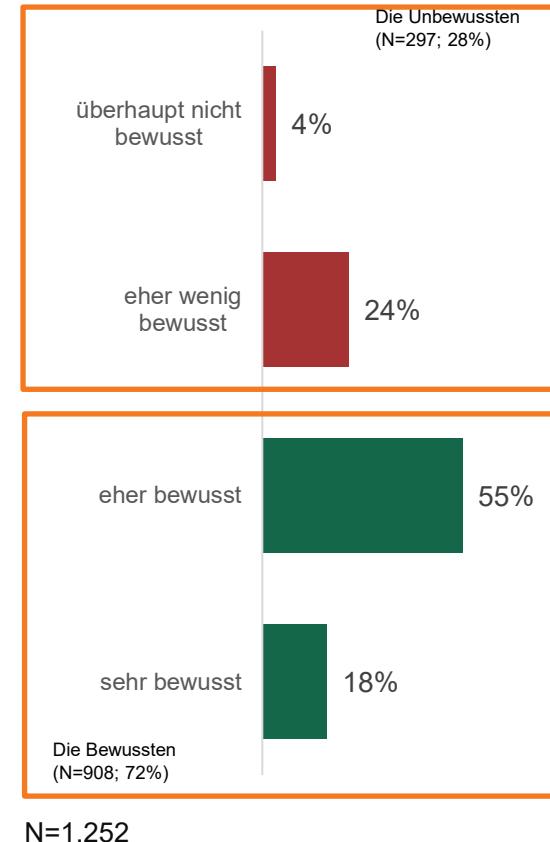
9. Die kleinen Sünden rund ums Fest

Ausgangslage: Wie Ernährungs- bzw. Gesundheitsbewusst sind die Befragten? Ganz im Trend, die meisten bezeichnen sich selbst als (eher) ernährungsbewusst



Wie bewusst achten Sie im Alltag auf Ihre Ernährung?

(Anm: Zu Beginn der Befragung gestellt, somit kein Bezug zu Weihnachten!)

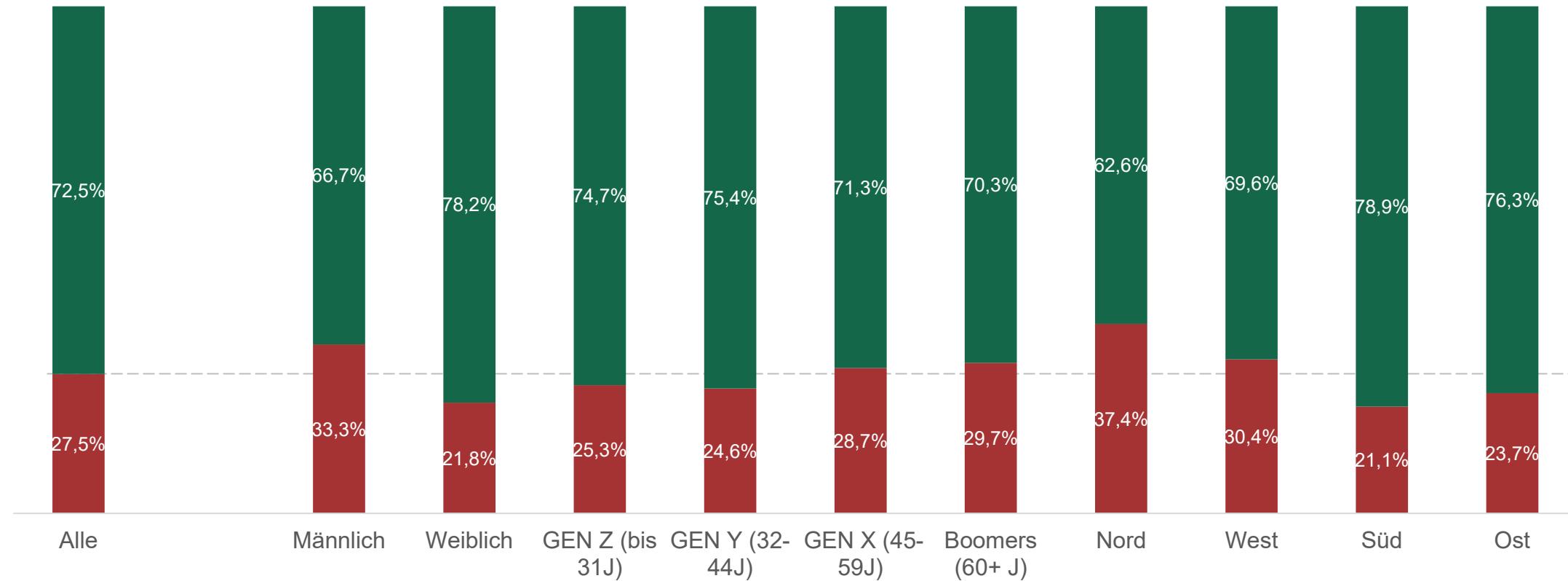


Ernährungstypen sind nicht unabhängig von Alter, Geschlecht, Region & co – der Süden schätzt sich selbst als bewusster ein



Wie bewusst achten Sie im Alltag auf Ihre Ernährung?

(Anm: Zu Beginn der Befragung gestellt, somit kein Bezug zu Weihnachten!)

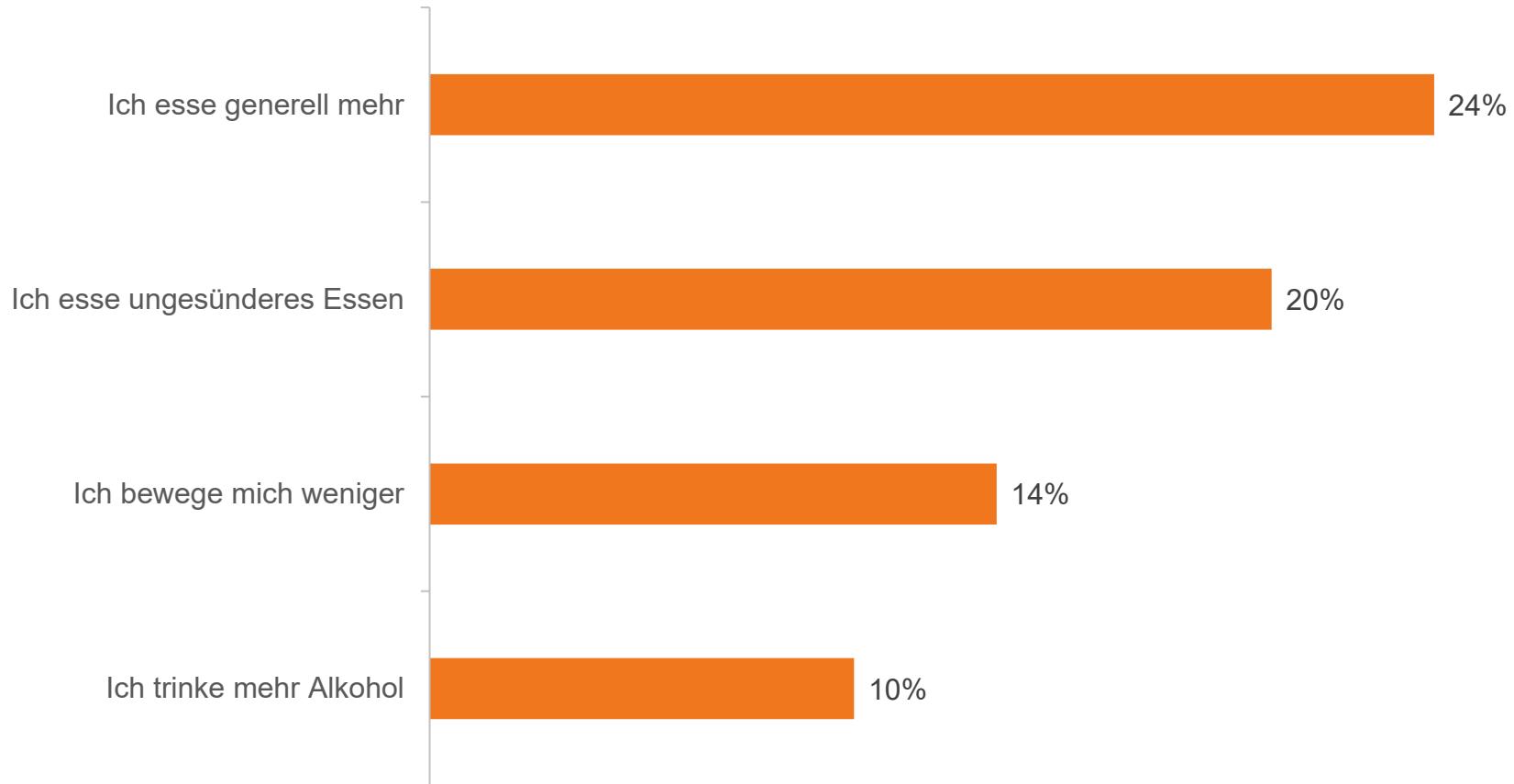


Zurück zum Fest – wie wird gesündigt? Jeder Vierte isst mehr als sonst, jeder Fünfte zudem (auch) ungesünder



Wie würden Sie Ihren Lebensstil in der Weihnachtszeit generell beschreiben? (Im Vergleich zum restlichen Jahr)
Top2 Boxes

N=1.252



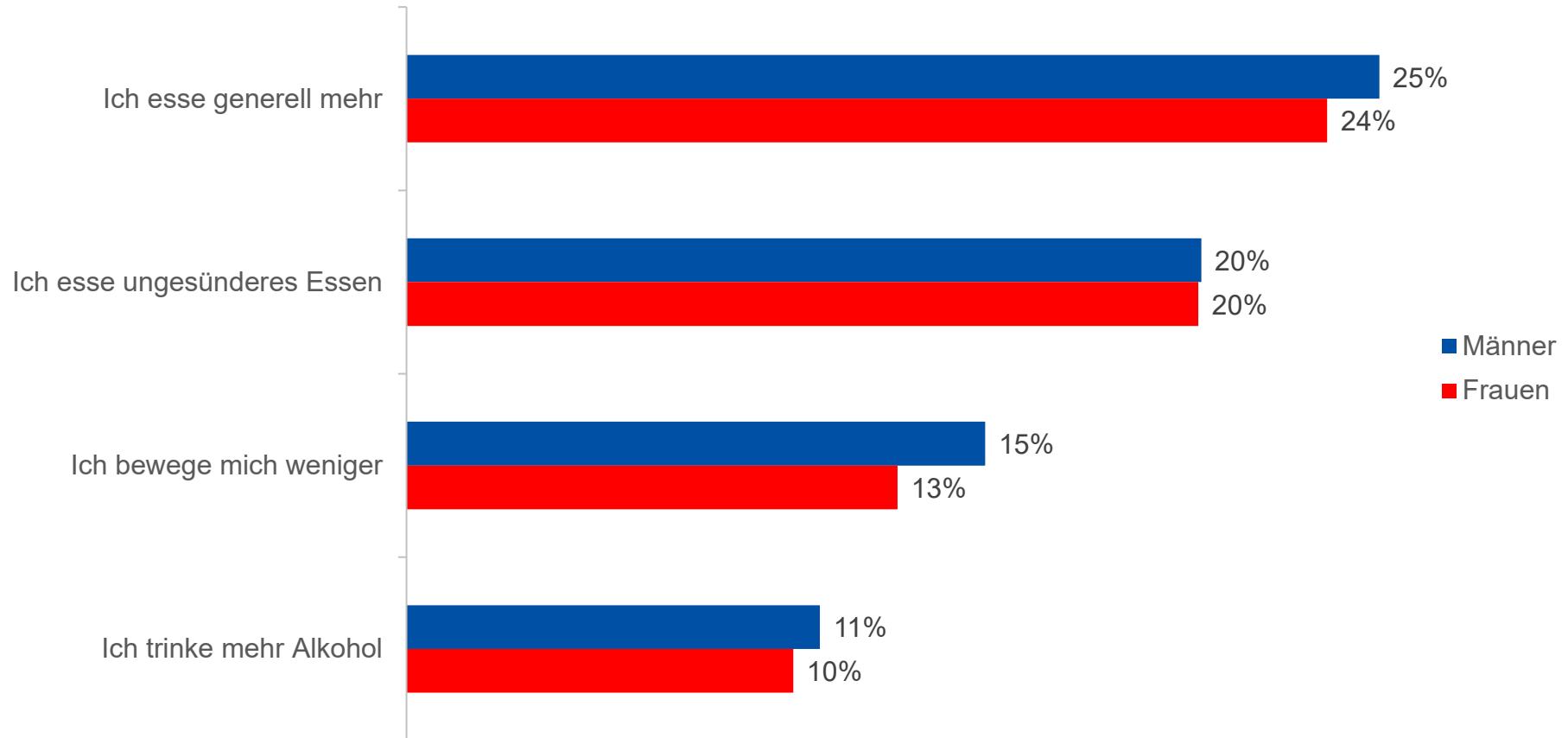
Dabei gibt es kaum Unterschiede zwischen den Geschlechtern – beide genießen die Zeit mit (viel) ungesundem Essen gleichermaßen



Wie würden Sie Ihren Lebensstil in der Weihnachtszeit generell beschreiben? (Im Vergleich zum restlichen Jahr)

Top2 Boxes

N=1.252



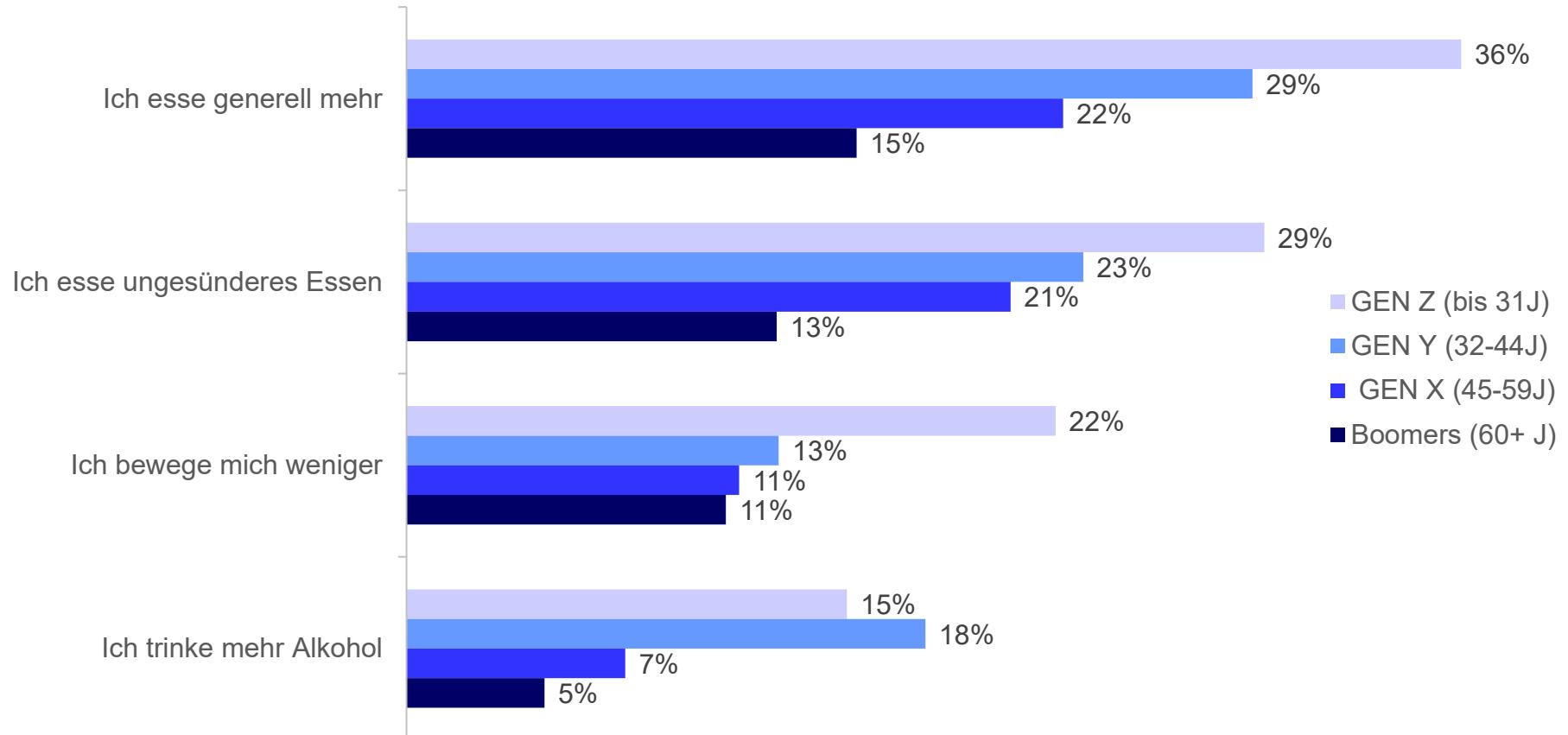
Jüngere Menschen zelebrieren die Zeit besonders – und essen bzw. trinken deutlich mehr als sonst



Wie würden Sie Ihren Lebensstil in der Weihnachtszeit generell beschreiben? (Im Vergleich zum restlichen Jahr)

Top2 Boxes

N=1.252

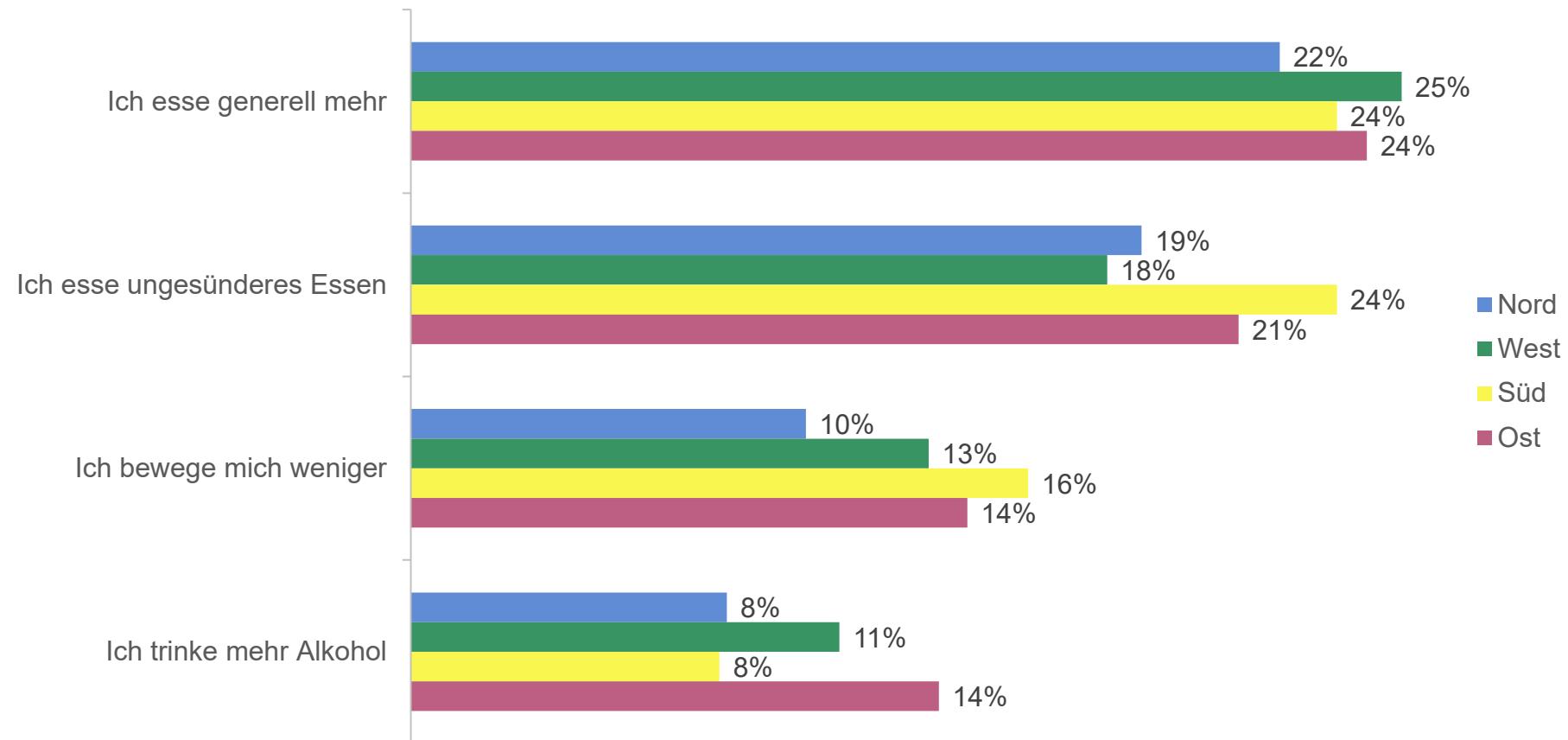


Im Süden und Osten sind diese Trends ebenfalls zu sehen

Wie würden Sie Ihren Lebensstil in der Weihnachtszeit generell beschreiben? (Im Vergleich zum restlichen Jahr)

Top2 Boxes

N=1.252



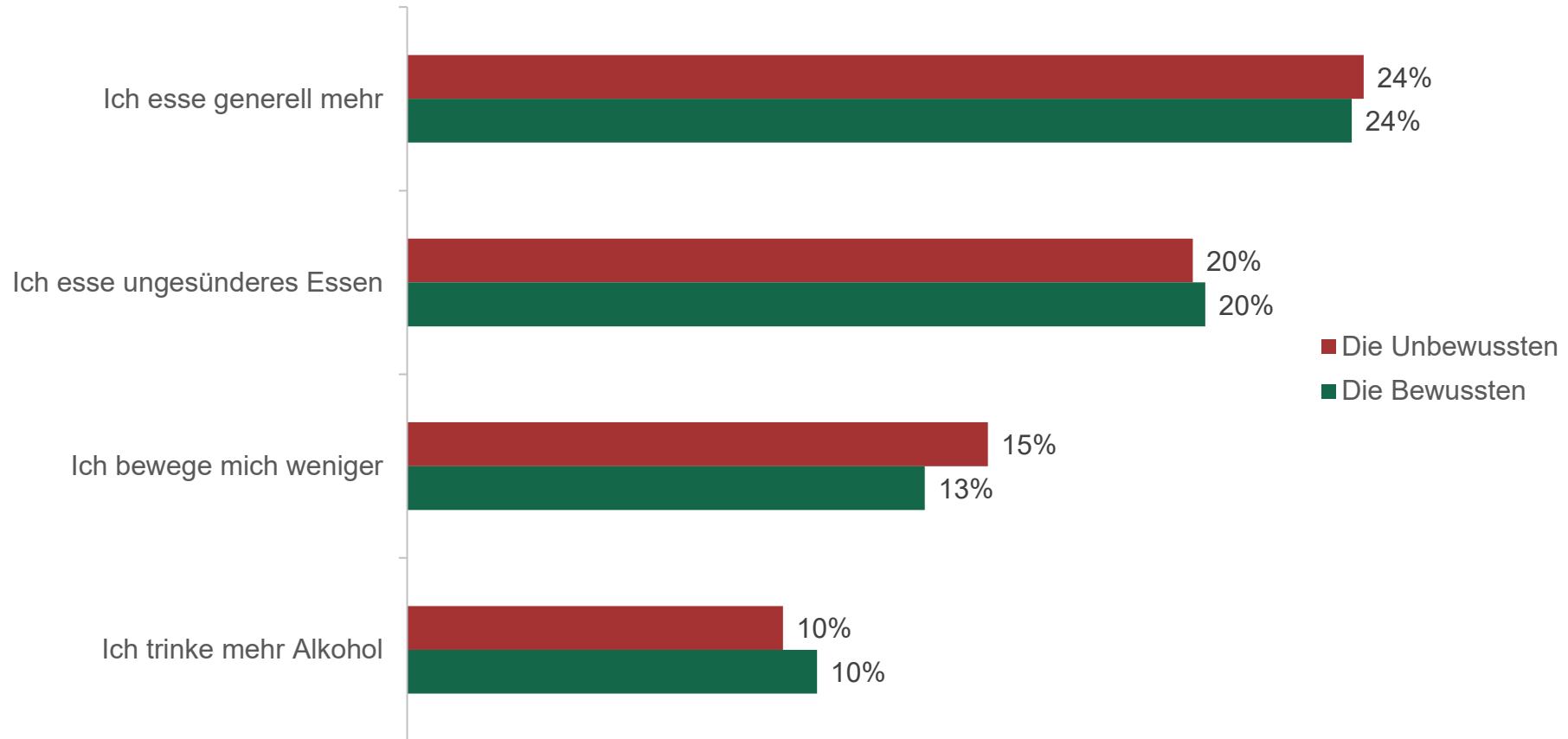
Es scheint auch kaum einen Unterschied zu machen, wie man sonst lebt – an Weihnachten drücken beide Gruppen ein Auge zu



Wie würden Sie Ihren Lebensstil in der Weihnachtszeit generell beschreiben? (Im Vergleich zum restlichen Jahr)

Top2 Boxes

N=1.252



Google Suchanfragen zu Kalorien zeigen ein „Sägezahnmuster“: Vor Weihnachten sinken die Anfragen deutlich, danach schießen sie regelrecht nach oben – jedes Jahr

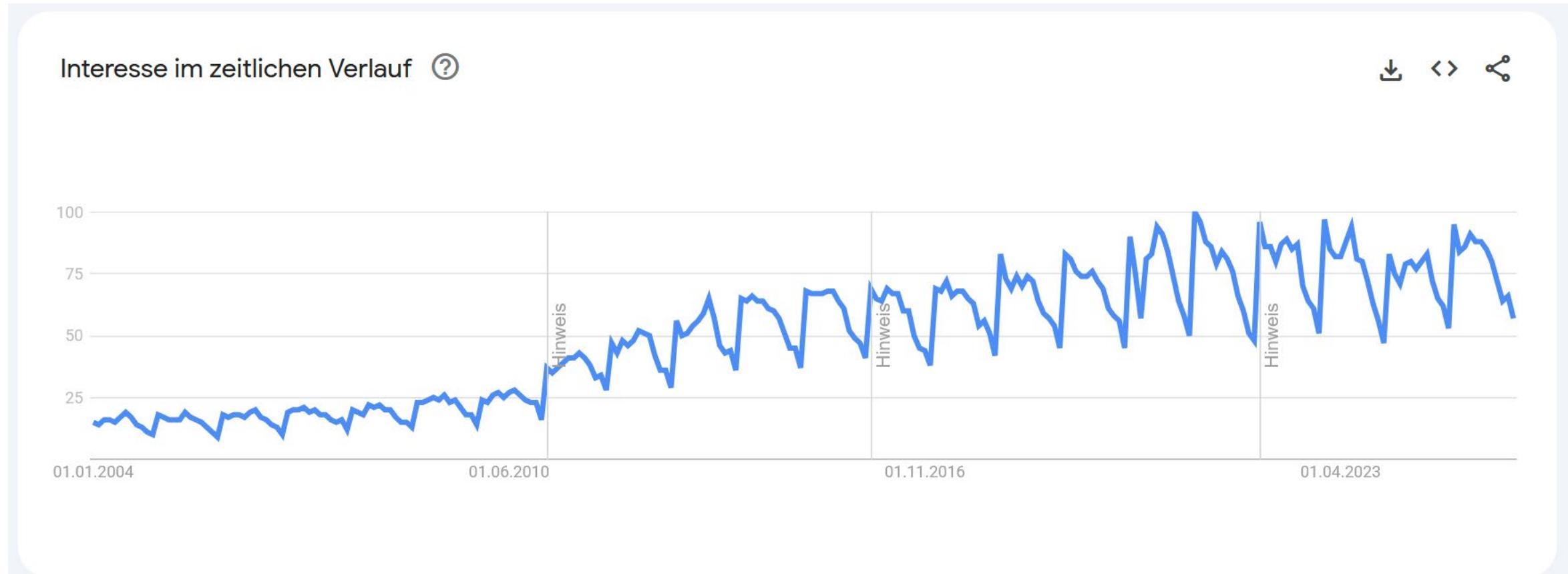


Exkurs:

n/a

„Google Trends“-Analysen zum Suchverhalten der Deutschen nach „Kalorien“ seit 2004

Link zum nachforschen: <https://trends.google.de/trends/explore?date=all&geo=DE&q=Kalorien&hl=de>





10. Wie viel Ehrlichkeit steckt im Weihnachtsfest?

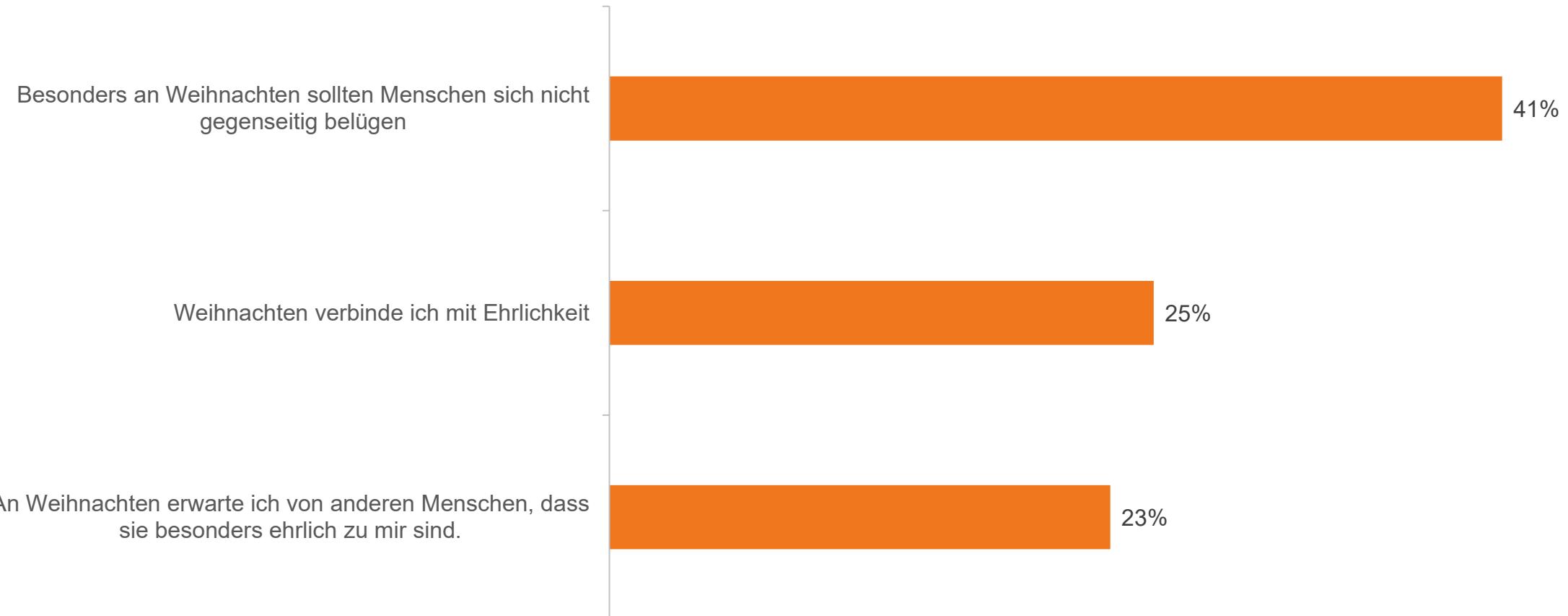
Bei einem christlichen Fest wie Weihnachten müssten christliche Werte wie Ehrlichkeit eigentlich hoch im Kurs liegen...



- Wir haben zwei Themenblöcke zum Thema Ehrlichkeit abgefragt:
 - Block 1 (eher am Anfang der Befragung): Wie wichtig den Befragten Ehrlichkeit rund ums Fest ist
 - Block 2 (eher am Ende der Befragung): Wie oft sie an Weihnachten wohl schwindeln werden
- Kernergebnisse:
 - Diese Werte sind unabhängig voneinander
 - Den meisten Menschen ist Ehrlichkeit an Weihnachten besonders wichtig – trotzdem schwindeln sie selbst
 - Hauptschwindelei ist ein „Alles ist OK“ trotz Stress – v.a. bei Frauen

Immerhin: Jeder Vierte verbindet Weihnachten mit Ehrlichkeit

Block 1 (eher am Anfang der Befragung): Wie wichtig den Befragten Ehrlichkeit rund ums Fest ist

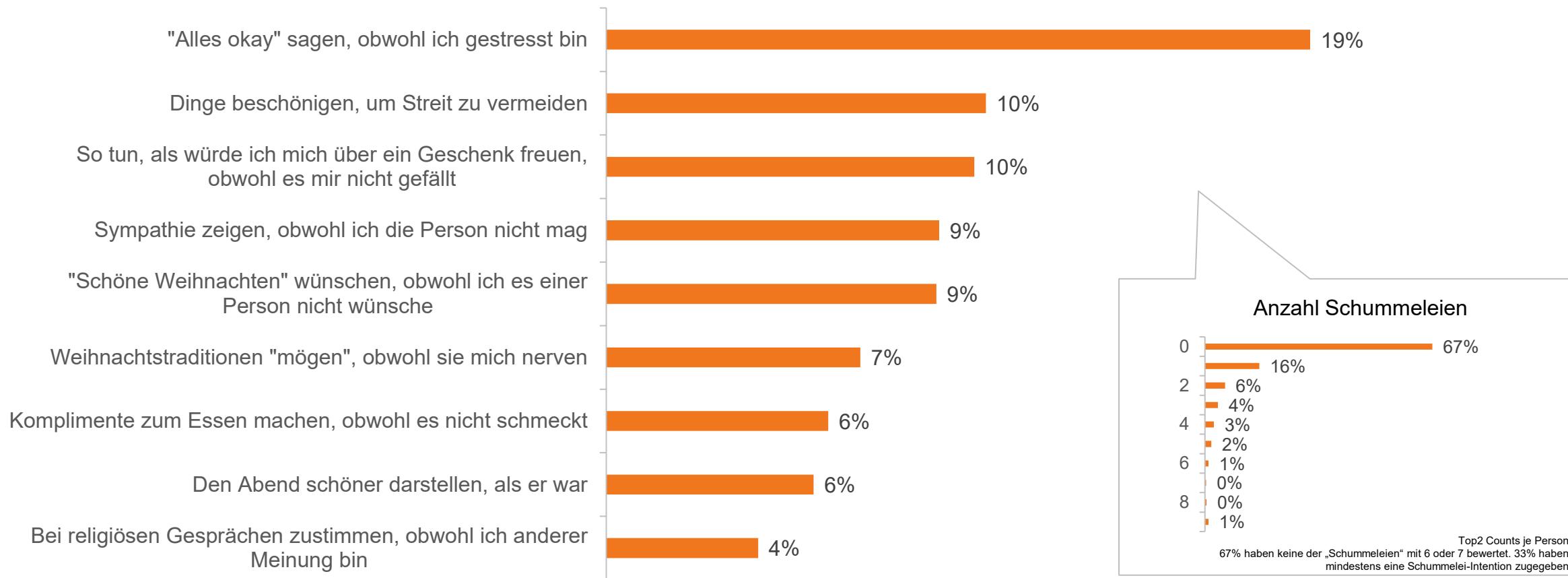


Stress verheimlichen ist die Hauptschwindelei an Weihnachten

Kommt es bei Ihnen an Weihnachten zu kleinen Unwahrheiten oder „sozialen Schwindeleien“? Wenn ja, wie häufig?

N=1.252

Bitte beantworten Sie die Fragen so, wie Sie es subjektiv einschätzen. Die Antwortkategorien sind bewusst allgemein gehalten, um unterschiedliche Situationen abzudecken.
Top2 Boxes



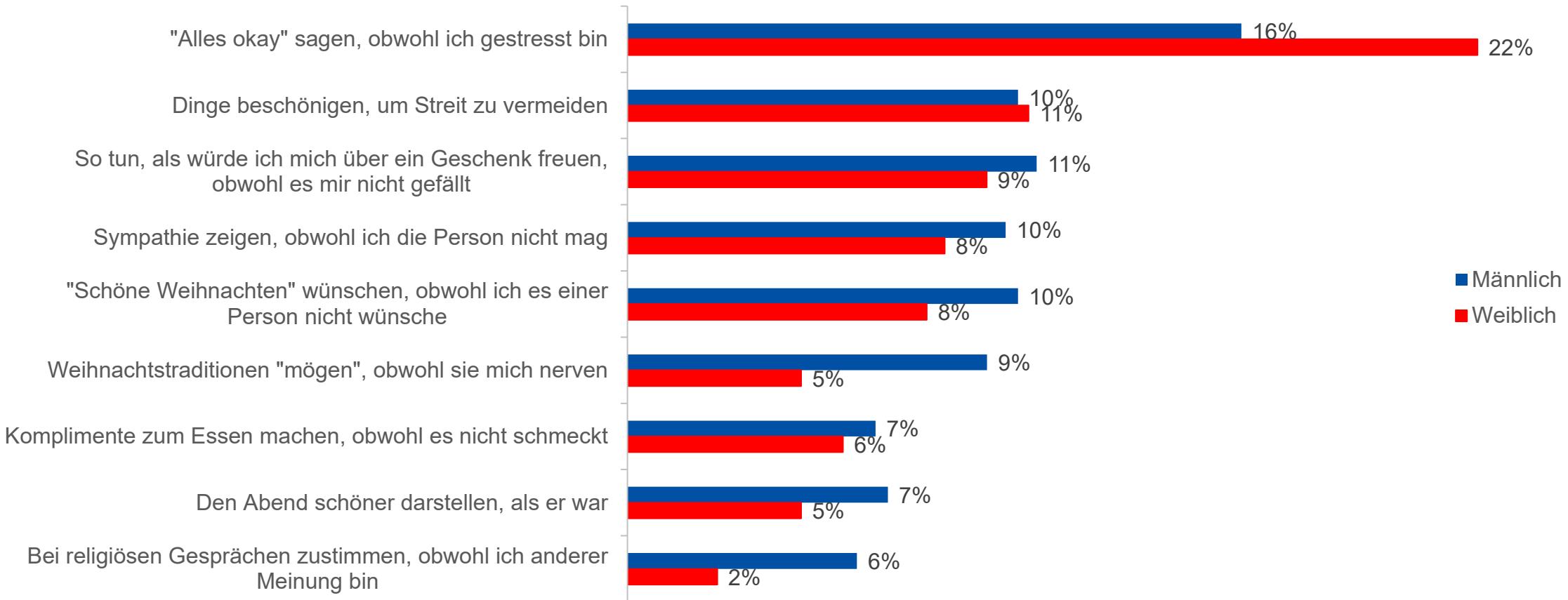
Insbesondere Frauen tendieren dazu, ihren Stress mit einem „Alles Okay“ zu verheimlichen – Achtung, liebe Männer!



Kommt es bei Ihnen an Weihnachten zu kleinen Unwahrheiten oder „sozialen Schwindeleien“? Wenn ja, wie häufig?

N=1.252

Bitte beantworten Sie die Fragen so, wie Sie es subjektiv einschätzen. Die Antwortkategorien sind bewusst allgemein gehalten, um unterschiedliche Situationen abzudecken.
Top2 Boxes



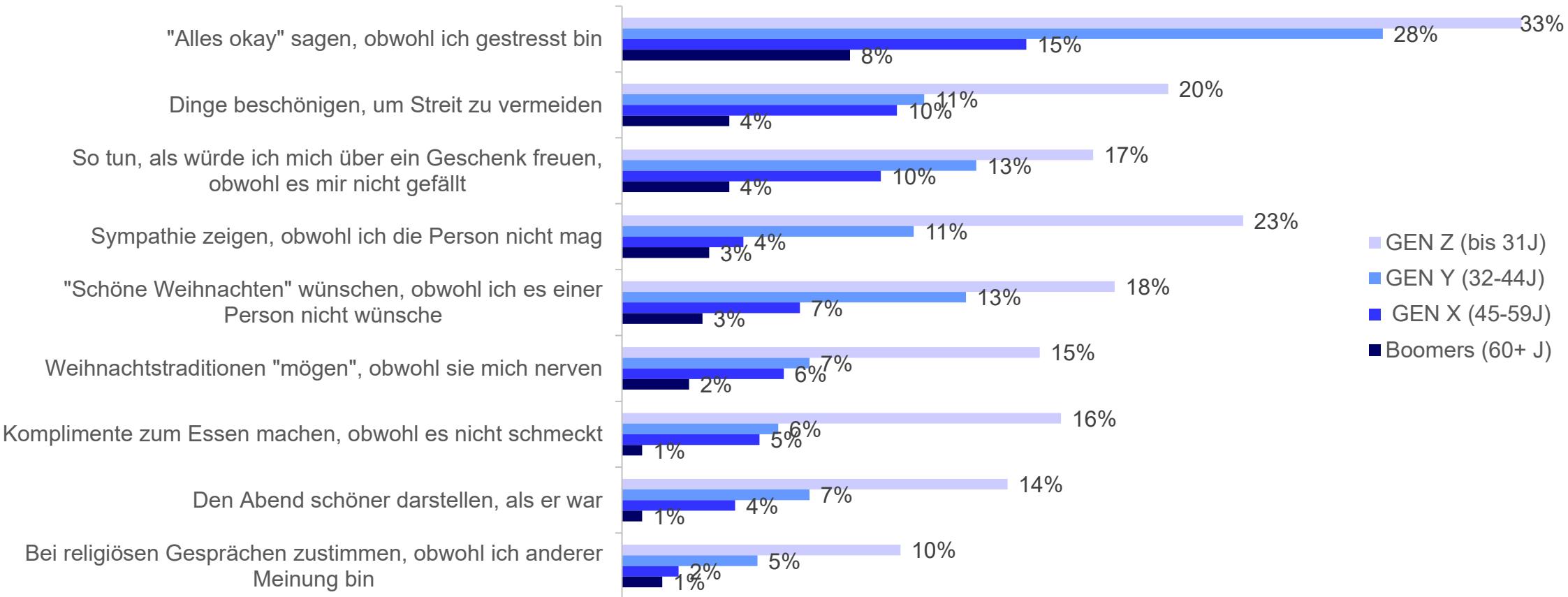
Junge Menschen schwitzen eher als ältere – sie geben an Weihnachten besonders häufig nicht zu, dass sie gestresst sind oder eine Person nicht mögen



Kommt es bei Ihnen an Weihnachten zu kleinen Unwahrheiten oder „sozialen Schwindleien“? Wenn ja, wie häufig?

N=1.252

Bitte beantworten Sie die Fragen so, wie Sie es subjektiv einschätzen. Die Antwortkategorien sind bewusst allgemein gehalten, um unterschiedliche Situationen abzudecken.
Top2 Boxes



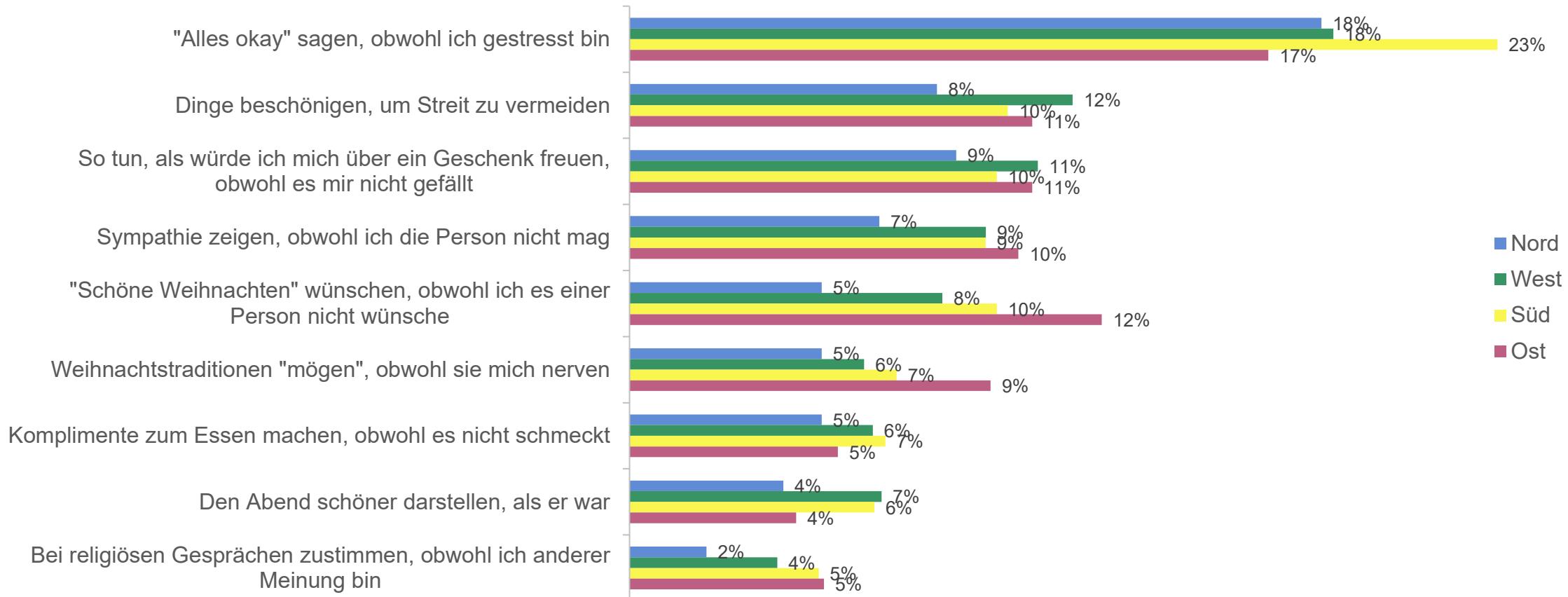
Der Süden kaschiert Stress am liebsten mit einem „Alles Okay“; der Osten wünscht auch gerne unliebsamen Menschen schöne Weihnachten



Kommt es bei Ihnen an Weihnachten zu kleinen Unwahrheiten oder „sozialen Schwindeleien“? Wenn ja, wie häufig?

N=1.252

Bitte beantworten Sie die Fragen so, wie Sie es subjektiv einschätzen. Die Antwortkategorien sind bewusst allgemein gehalten, um unterschiedliche Situationen abzudecken.
Top2 Boxes



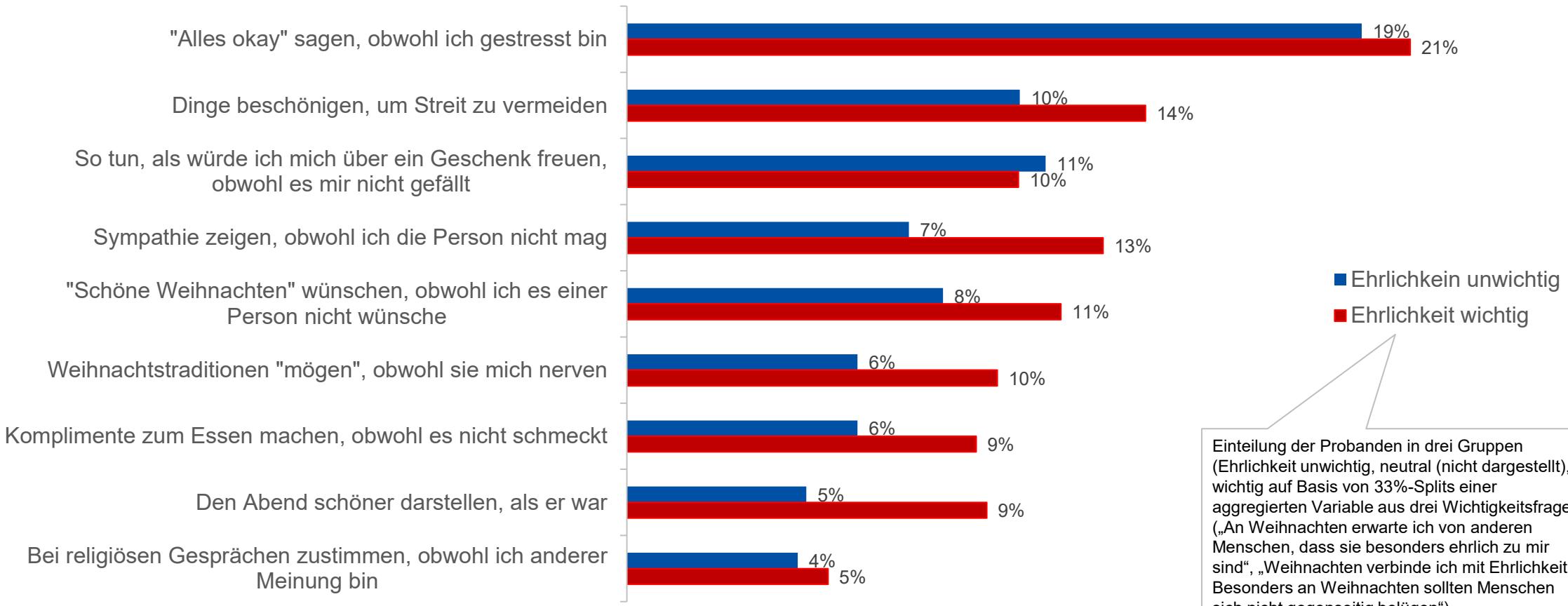
Menschen, die Ehrlichkeit von anderen an Weihnachten erwarten, sind offener, andere anzuschwindeln



Kommt es bei Ihnen an Weihnachten zu kleinen Unwahrheiten oder „sozialen Schwindeleien“? Wenn ja, wie häufig?

N<1.252

Bitte beantworten Sie die Fragen so, wie Sie es subjektiv einschätzen. Die Antwortkategorien sind bewusst allgemein gehalten, um unterschiedliche Situationen abzudecken.
Top2 Boxes





11. Die Invasion der Weihnachtswichtel?

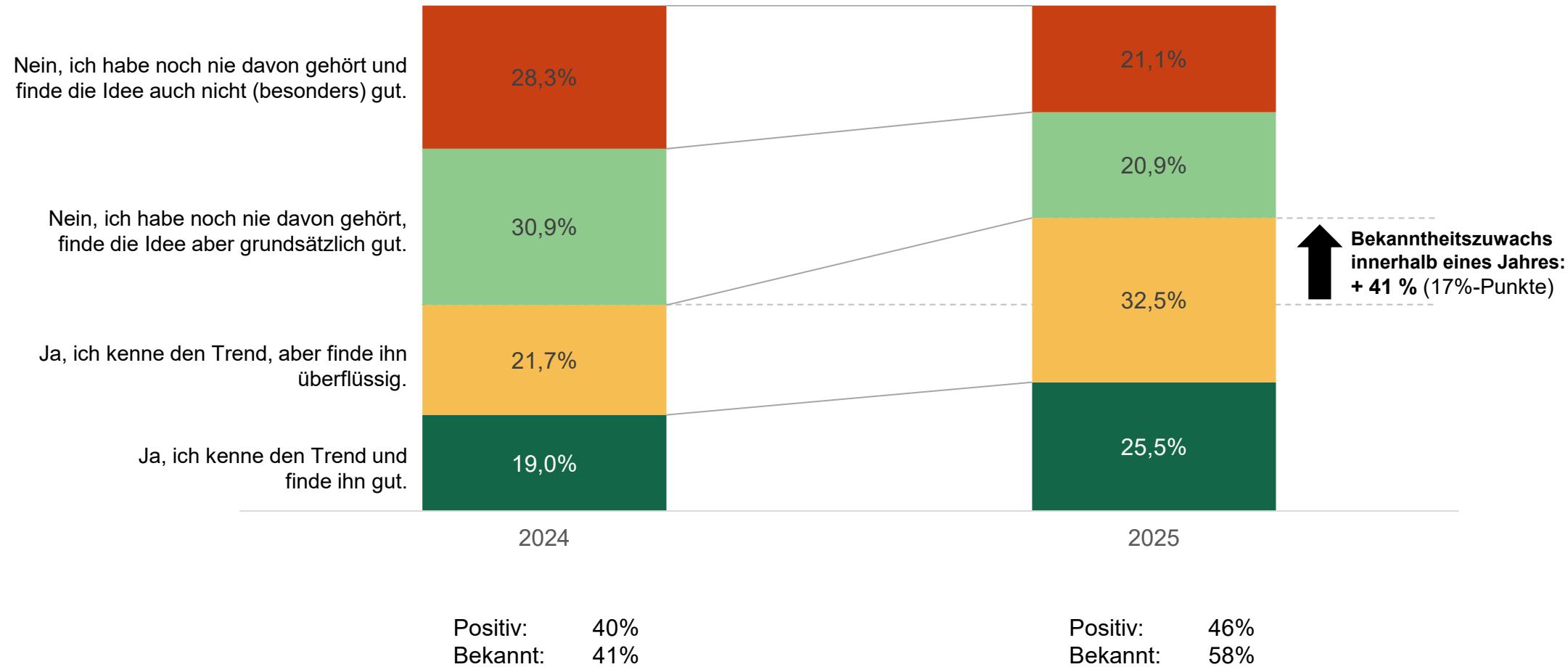
Weihnachtswichtel zur Vorfreude gewinnen an Bekanntheit; nicht bei allen kommt dieser Trend allerdings besonders gut an



Ein neuer Trend begeistert Familien in der Adventszeit: Der Weihnachtswichtel zieht mit einer „Wichteltür“ ein und spielt nachts Streiche, hinterlässt Glitzerstaub, kleine Briefe oder Geschenke. Eltern denken sich fantasievolle Aktionen aus, um ihren Kindern eine magische Weihnachtszeit zu bereiten. Kennen Sie diesen Brauch, und wie finden Sie ihn?

N=1.214
(2024)

N=1.252
(2025)

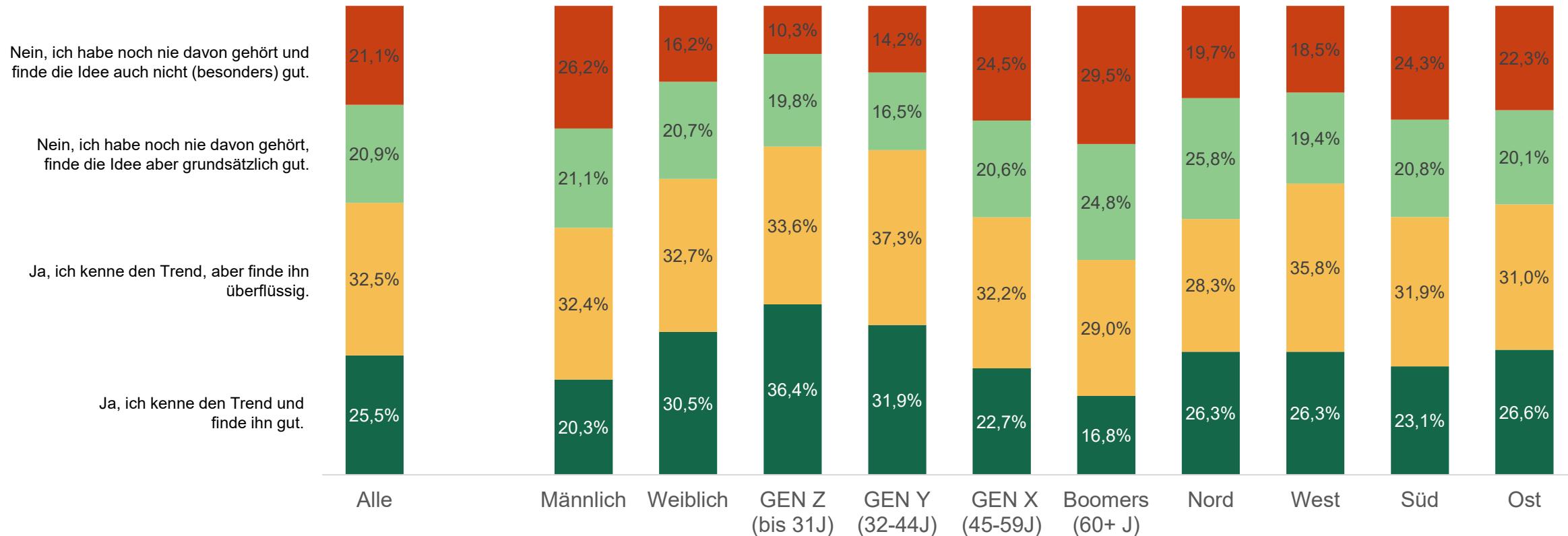


Gruppenvergleiche zeigen, dass Wichtel bei Frauen und jungen Menschen beliebter sind



Ein neuer Trend begeistert Familien in der Adventszeit: Der Weihnachtswichtel zieht mit einer „Wichteltür“ ein und spielt nachts Streiche, hinterlässt Glitzerstaub, kleine Briefe oder Geschenke. Eltern denken sich fantasievolle Aktionen aus, um ihren Kindern eine magische Weihnachtszeit zu bereiten. Kennen Sie diesen Brauch, und wie finden Sie ihn?

N=1.252

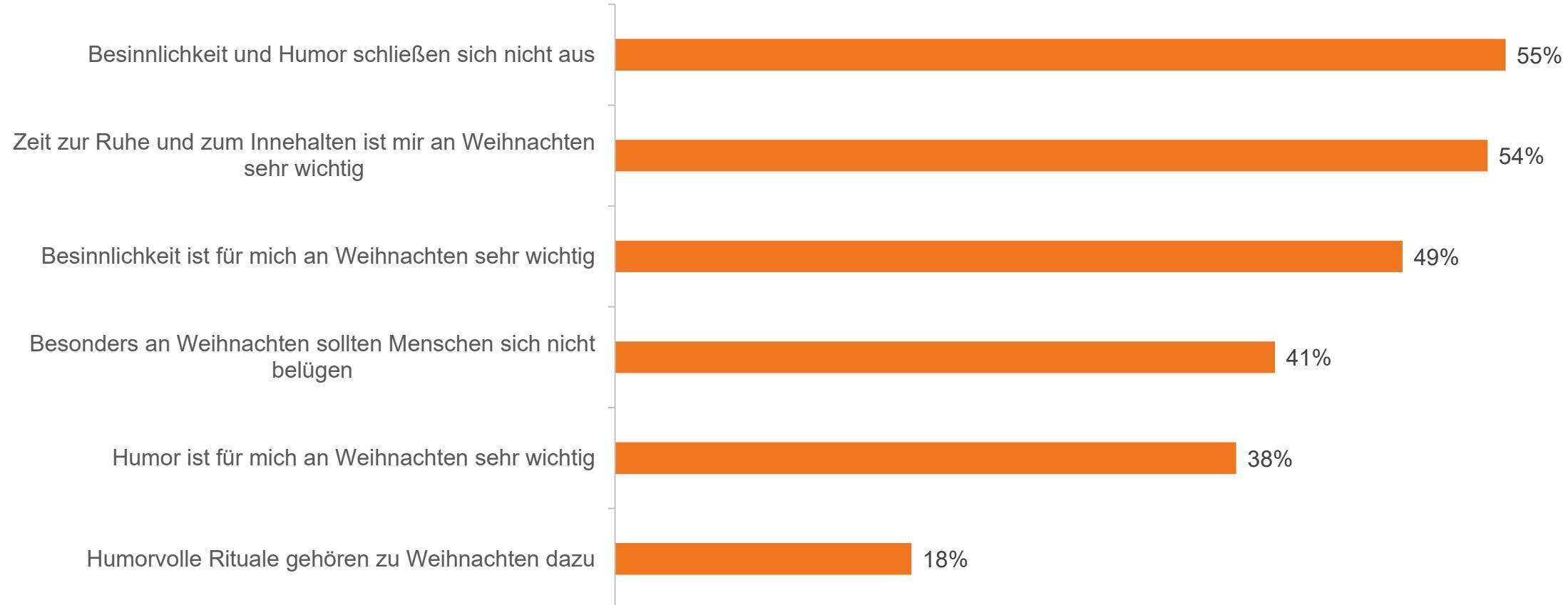


Ein Hauch von „Humorlichkeit“ – trotz aller Traditionen darf auch eine Prise Humor nicht fehlen, es müssen aber nicht gleich ganze Rituale sein



Hier sehen Sie eine Liste von Aussagen zum Thema Weihnachten. Wir möchten von Ihnen wissen, inwieweit Sie diesen Aussagen zustimmen.
Bitte antworten Sie ggf. aus dem Bauch heraus. Top2 Boxes, Auszug

N=1.252

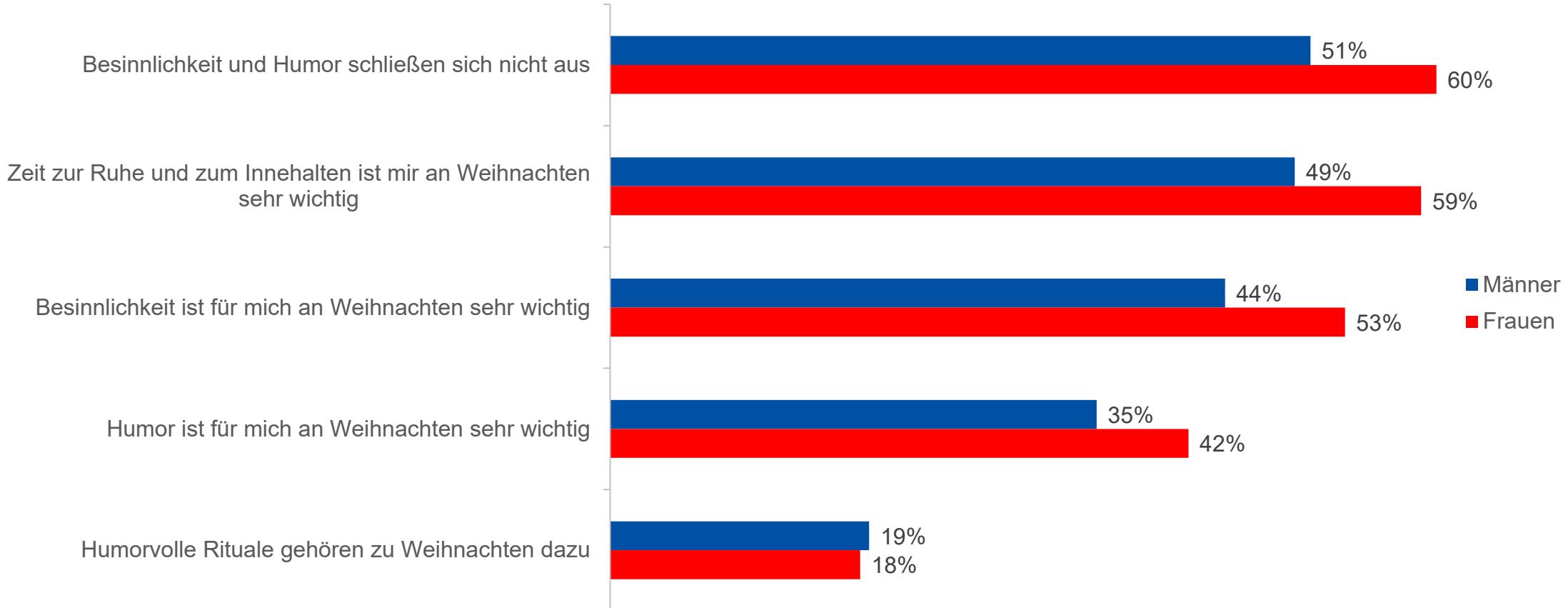


Frauen ist genauso wichtig wie Besinnlichkeit, dass unterm Weihnachtsbaum auch ein bisschen gelacht wird



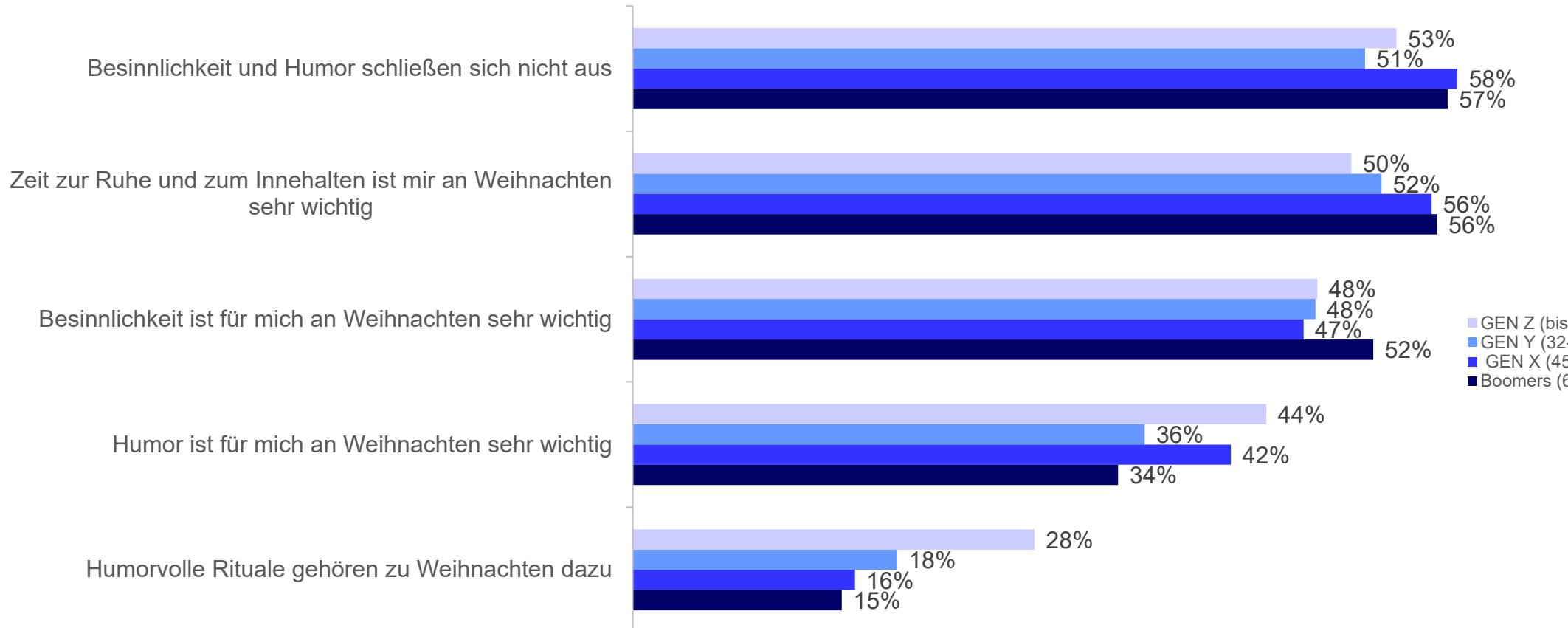
Hier sehen Sie eine Liste von Aussagen zum Thema Weihnachten. Wir möchten von Ihnen wissen, inwieweit Sie diesen Aussagen zustimmen.
Bitte antworten Sie ggf. aus dem Bauch heraus. Top2 Boxes, Auszug

N=1.252



Hier sehen Sie eine Liste von Aussagen zum Thema Weihnachten. Wir möchten von Ihnen wissen, inwieweit Sie diesen Aussagen zustimmen.
Bitte antworten Sie ggf. aus dem Bauch heraus. Top2 Boxes, Auszug

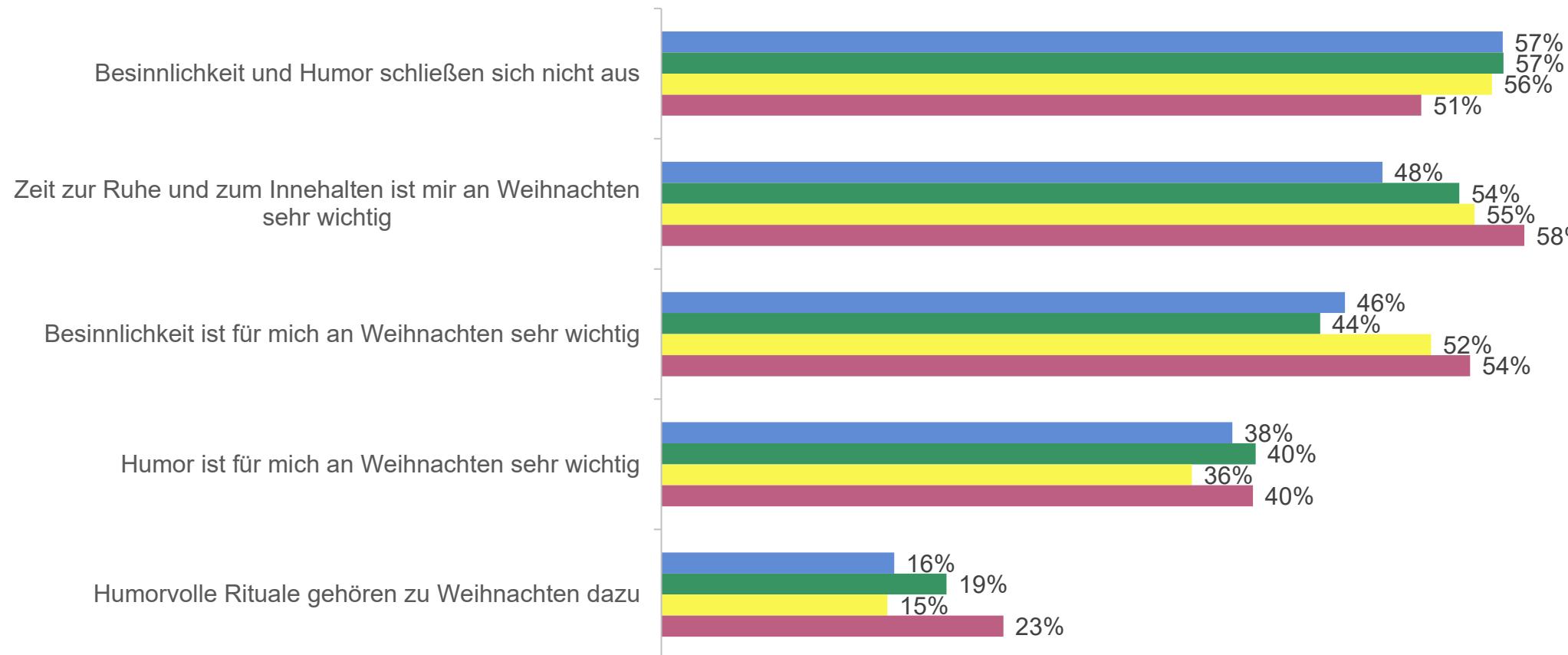
N=1.252



...

Hier sehen Sie eine Liste von Aussagen zum Thema Weihnachten. Wir möchten von Ihnen wissen, inwieweit Sie diesen Aussagen zustimmen.
Bitte antworten Sie ggf. aus dem Bauch heraus. Top2 Boxes, Auszug

N=1.252





12. WAInachten – künstliche Intelligenz zum Fest

Fast jeder Dritte ist offen für die Unterstützung durch KI bei der Bewältigung der Weihnachtsverpflichtungen – Tendenz steigend

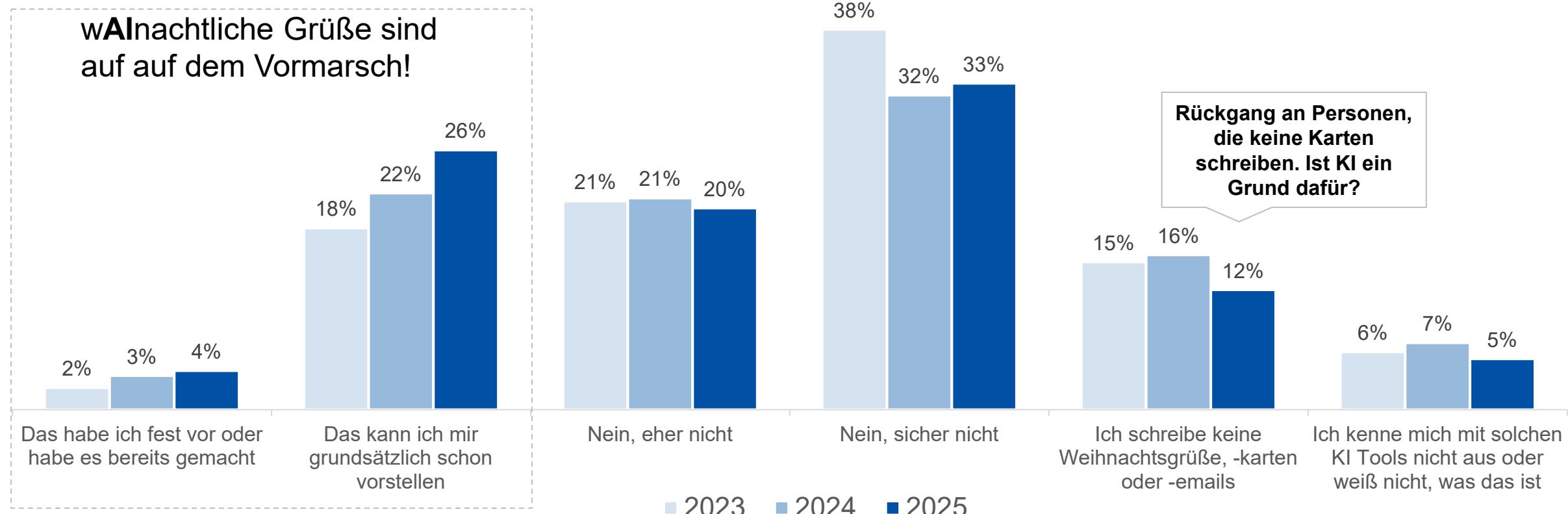


Können Sie sich vorstellen, KI-Tools ("künstliche Intelligenz"; z.B. ChatGPT, DALL-E, MidJourney etc.) zu nutzen, um Weihnachtsgrüße/-karten o.ä. zu erstellen?

N=1.206 (2023)

N=1.214 (2024)

N=1.252 (2025)

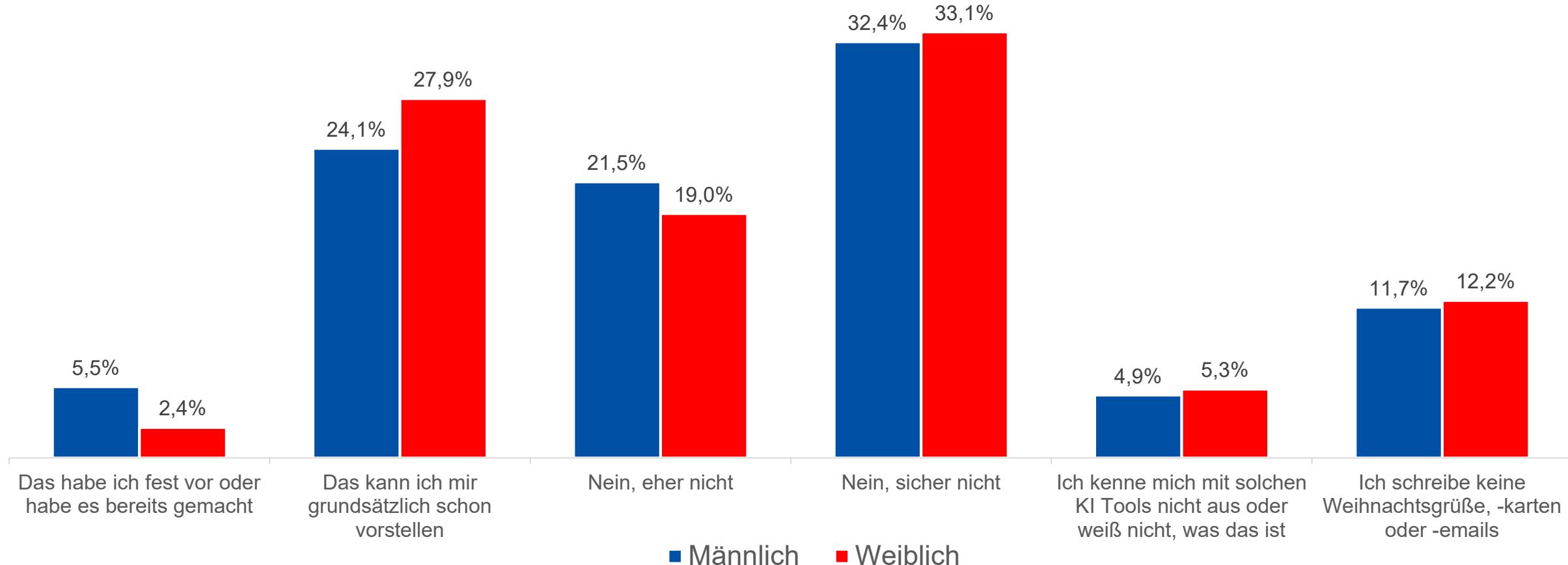


Männer setzen KI bereits häufiger für weihnachtliche Zwecke ein als Frauen; Frauen sind aber dennoch offen dafür



Könnten Sie sich vorstellen, KI-Tools ("künstliche Intelligenz"; z.B. ChatGPT, DALL-E, MidJourney etc.) zu nutzen, um Weihnachtsgrüße/-karten o.ä. zu erstellen?

N=1.252 (2025)

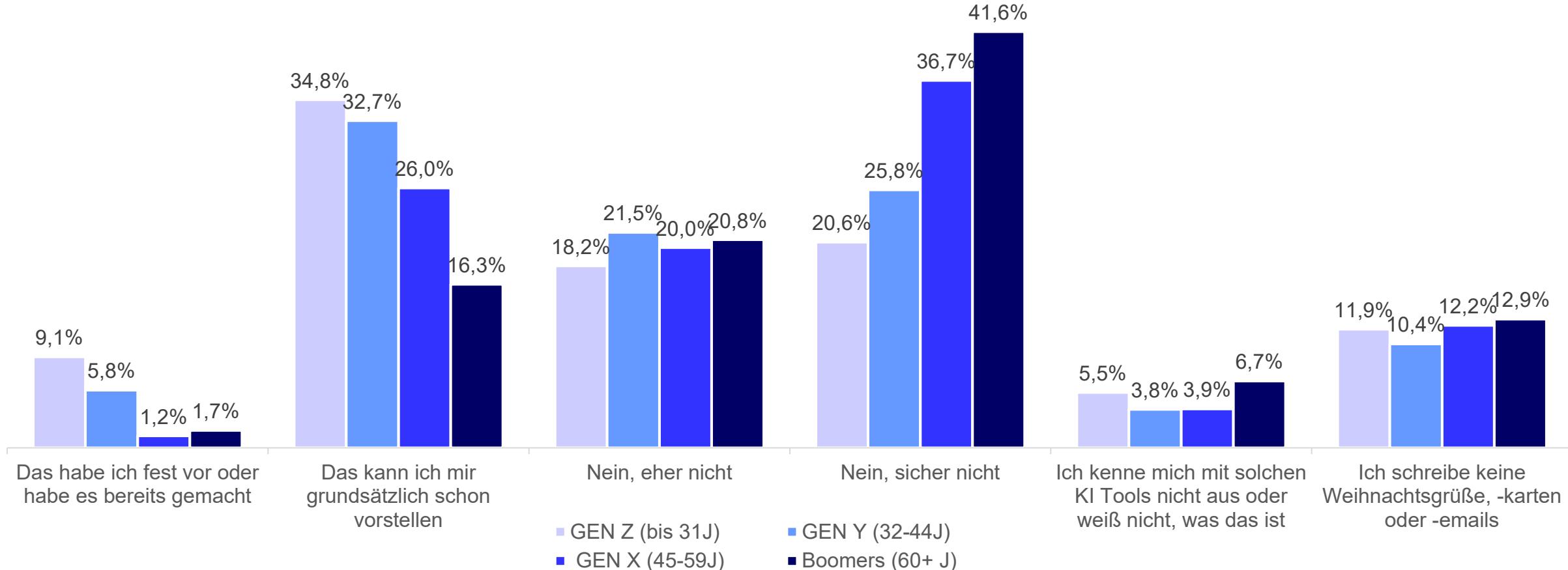


Nicht verwunderlich – fast die Hälfte der jüngeren Menschen ist offen für KI am Weihnachtsfest – bei den Boomern nur weniger als jeder Fünfte



Können Sie sich vorstellen, KI-Tools ("künstliche Intelligenz"; z.B. ChatGPT, DALL-E, MidJourney etc.) zu nutzen, um Weihnachtsgrüße/-karten o.ä. zu erstellen?

N=1.252 (2025)

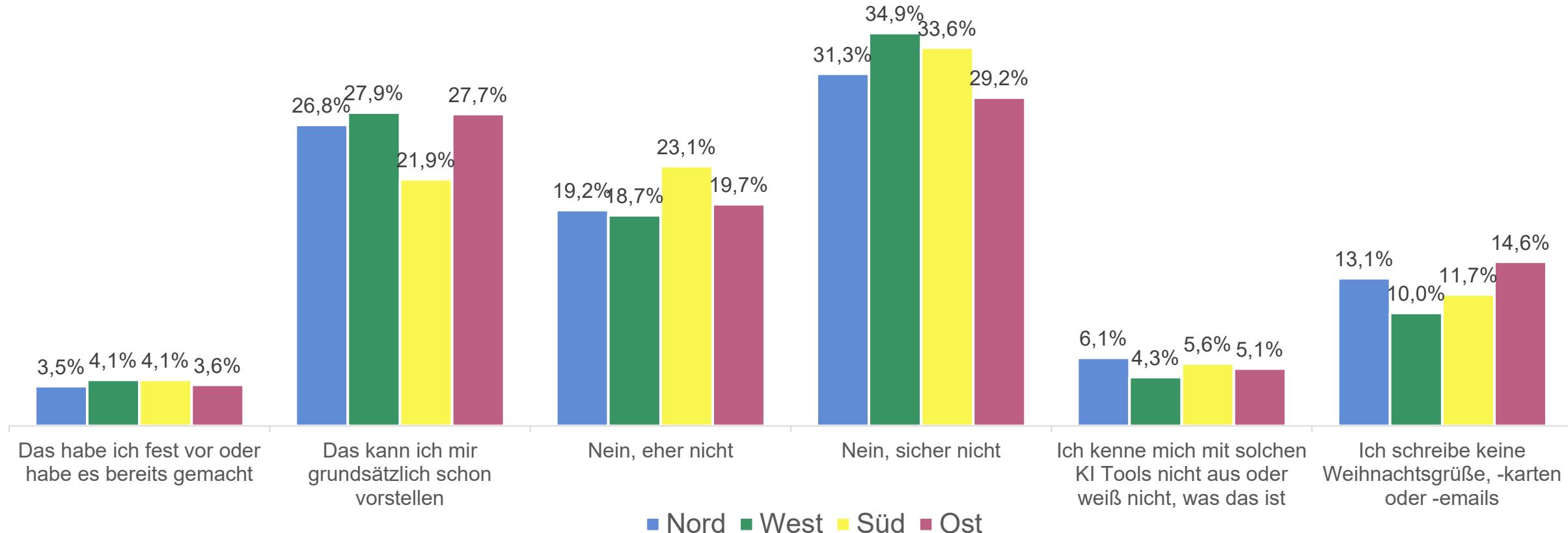


Regionale Unterschiede bei der KI-Nutzung sind eher gering, der Süden ist etwas zurückhaltender



Könnten Sie sich vorstellen, KI-Tools ("künstliche Intelligenz"; z.B. ChatGPT, DALL-E, MidJourney etc.) zu nutzen, um Weihnachtsgrüße/-karten o.ä. zu erstellen?

N=1.252 (2025)





13. Geschenke Shopping – Back to the Roots?

Der Black Friday entzerrt das Weihnachtsgeschäft – Tendenz steigend, die Hälfte ist mittlerweile im Black Friday Modus

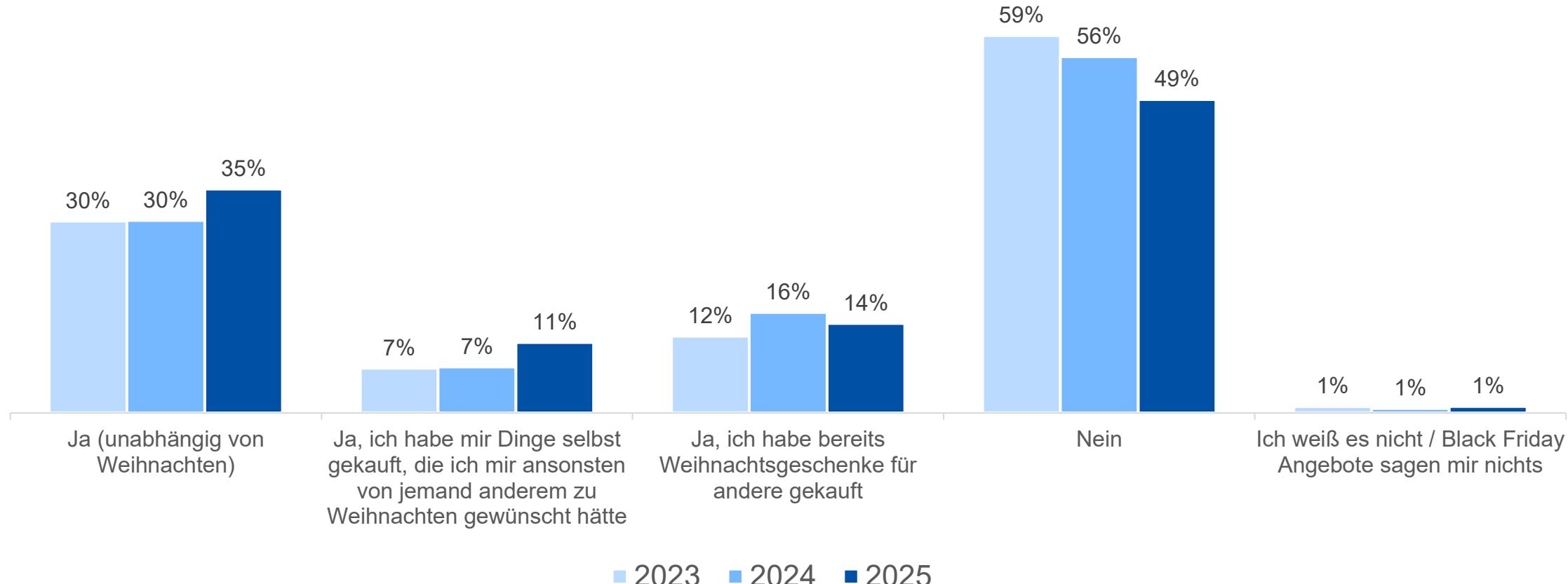


Haben Sie dieses Jahr bewusst Black Friday Angebote gekauft?
(Mehrfachantworten möglich)

N=1.206 (2023)

N=1.214 (2024)

N=1.262 (2025)



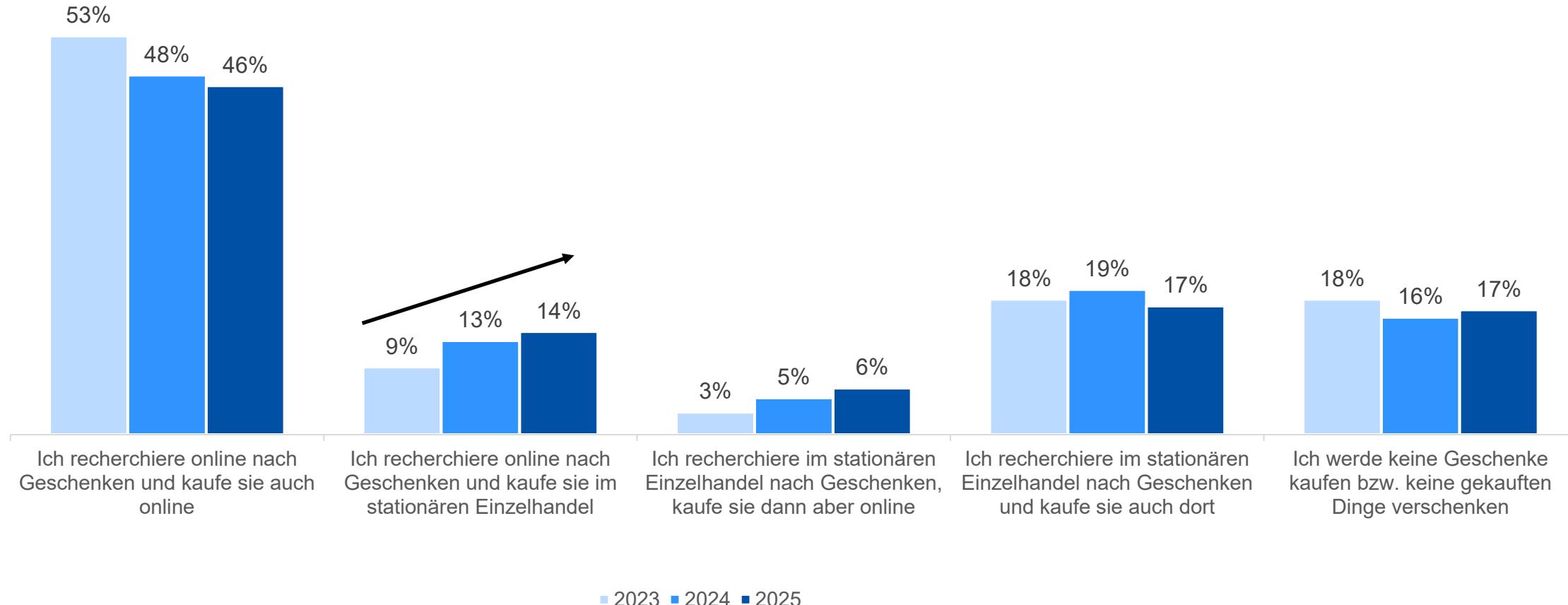
Der stationäre Einzelhandel kann dieses Jahr profitieren: 32% kaufen überwiegend offline



Welche der folgenden Aussagen zum Kauf von Weihnachtsgeschenken trifft auf Sie am ehesten zu?

N=1.206 (2023)

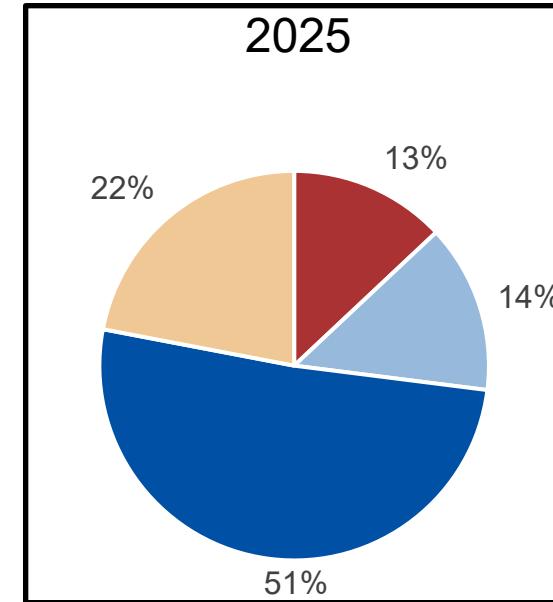
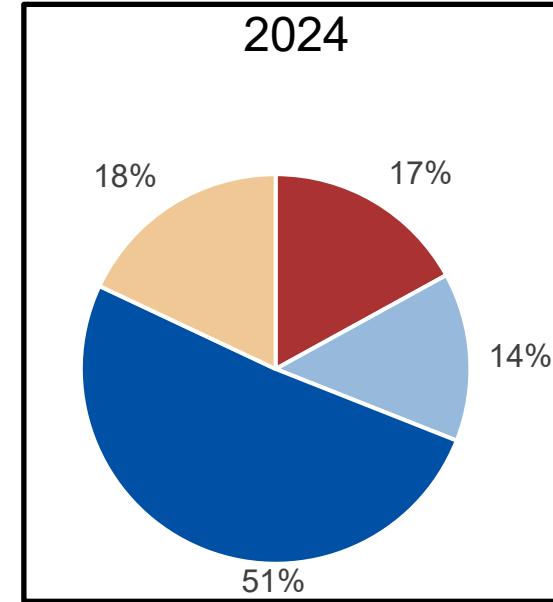
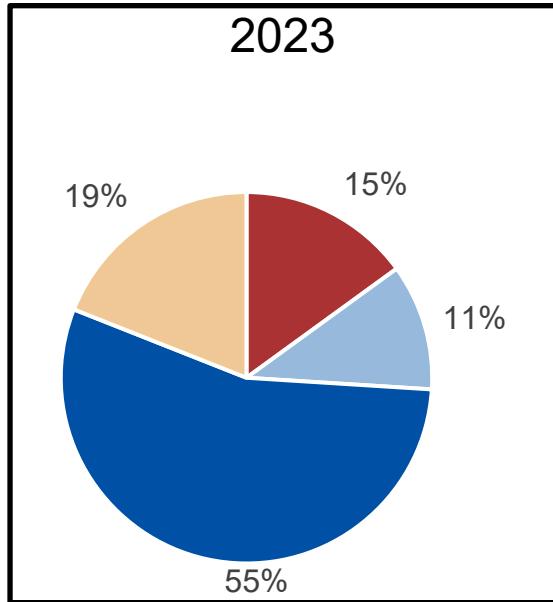
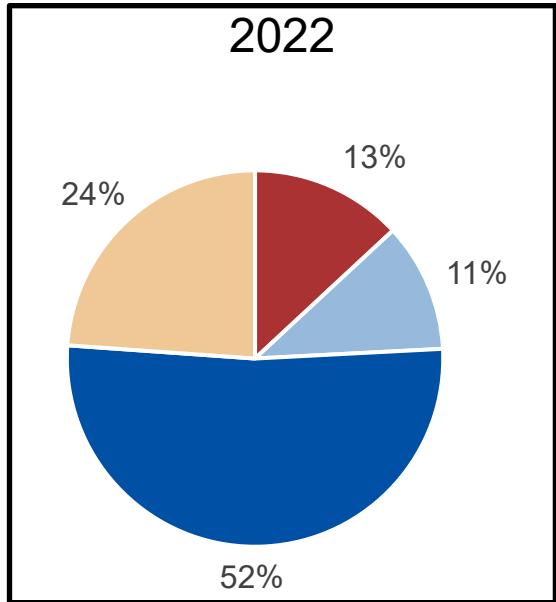
N=1.214 (2024)



Die Konsumlaune hat sich im Vergleich zum Vorjahr leicht in Richtung „Verzicht“ geändert – weiterhin die meisten werden aber wenig verzichten



Welcher der folgenden Aussagen trifft auf Sie am ehesten zu?



- Die Preissteigerungen machen mir nichts oder zumindest nicht viel aus
- Augen zu und durch: Ich achte nicht auf die Preise an Weihnachten (auch, wenn ich das eigentlich sollte)
- Ich plane sorgfältig und suche nach Schnäppchen. So muss ich auf nichts oder nicht viel verzichten
- Ich verzichte auf Dinge, auch, wenn das ggf. schmerhaft ist



Radio an Weihnachten

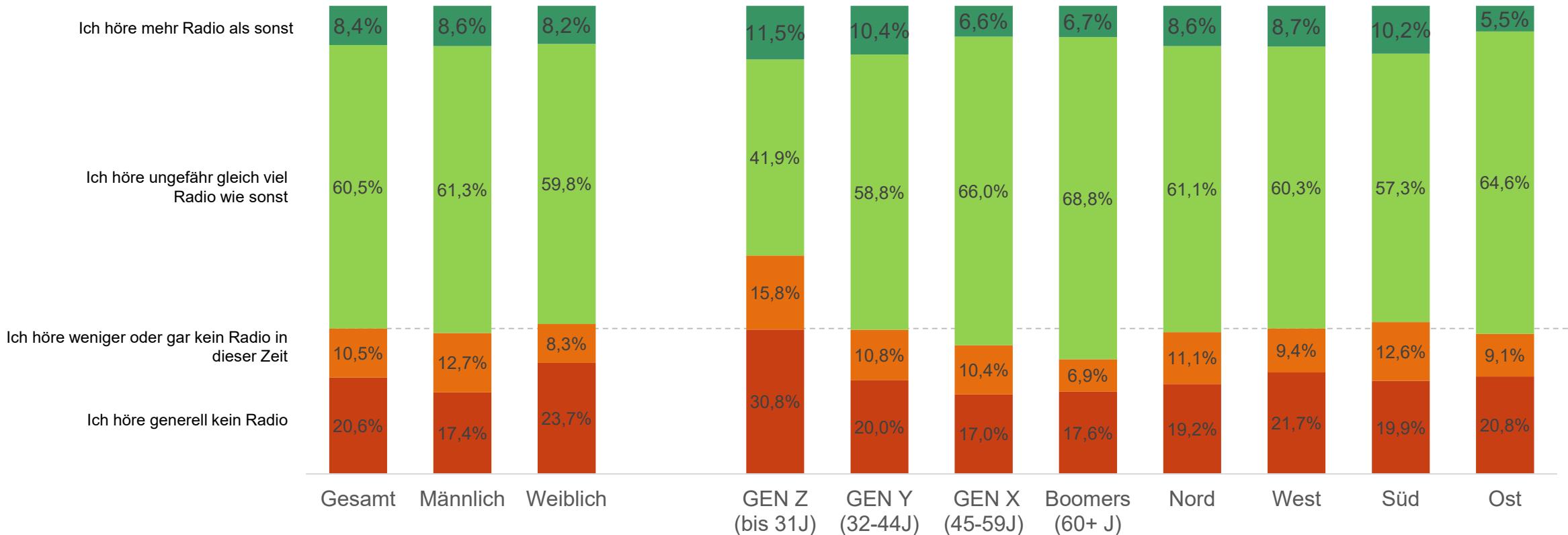
Radio gehört für viele Menschen zum Weihnachtsfest dazu – auch junge Menschen, während ältere ohnehin mehr hören



Hören Sie in der Weihnachtszeit mehr, gleich viel oder weniger Radio als sonst?

Mit „Radio“ sind sowohl klassisches Radio (UKW/DAB) als auch Online-Radio bzw. Radio-Streams gemeint.

N=1.252



Radio

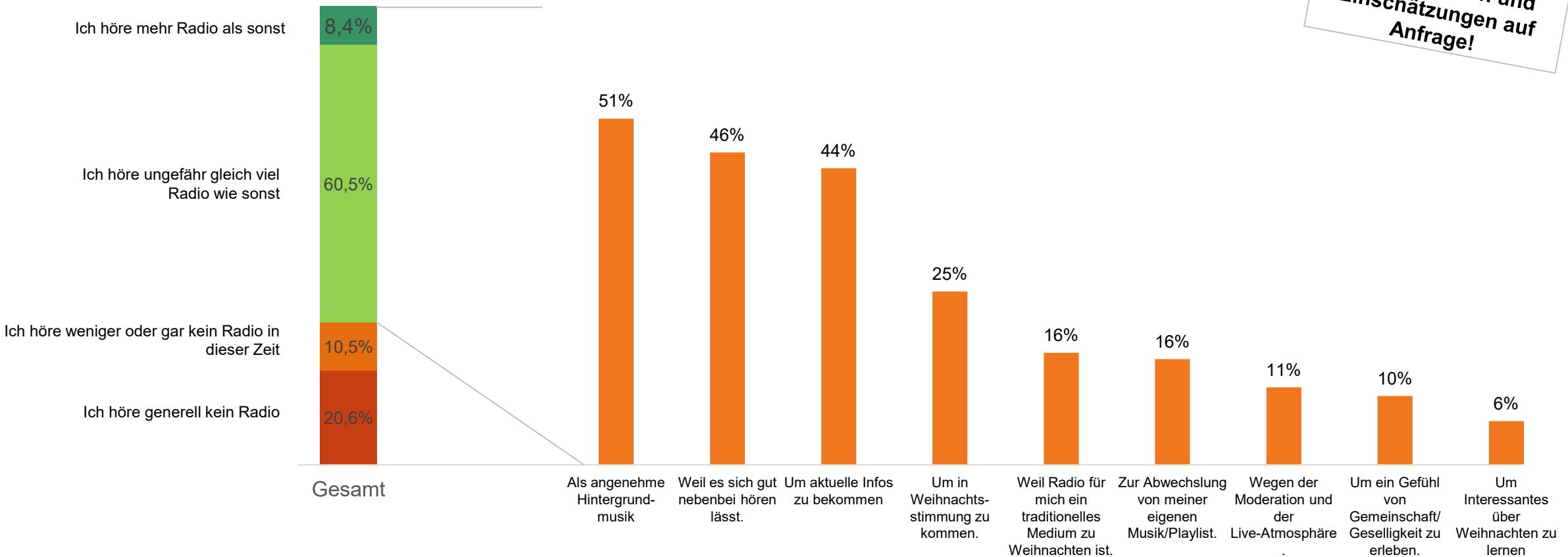
Hören Sie in der Weihnachtszeit mehr, gleich viel oder weniger Radio als sonst?

Mit „Radio“ sind sowohl klassisches Radio (UKW/DAB) als auch Online-Radio bzw. Radio-Streams gemeint.

Warum hören Sie in der Weihnachtszeit Radio? Mehrfachantworten möglich. (n=863)

N=1.252

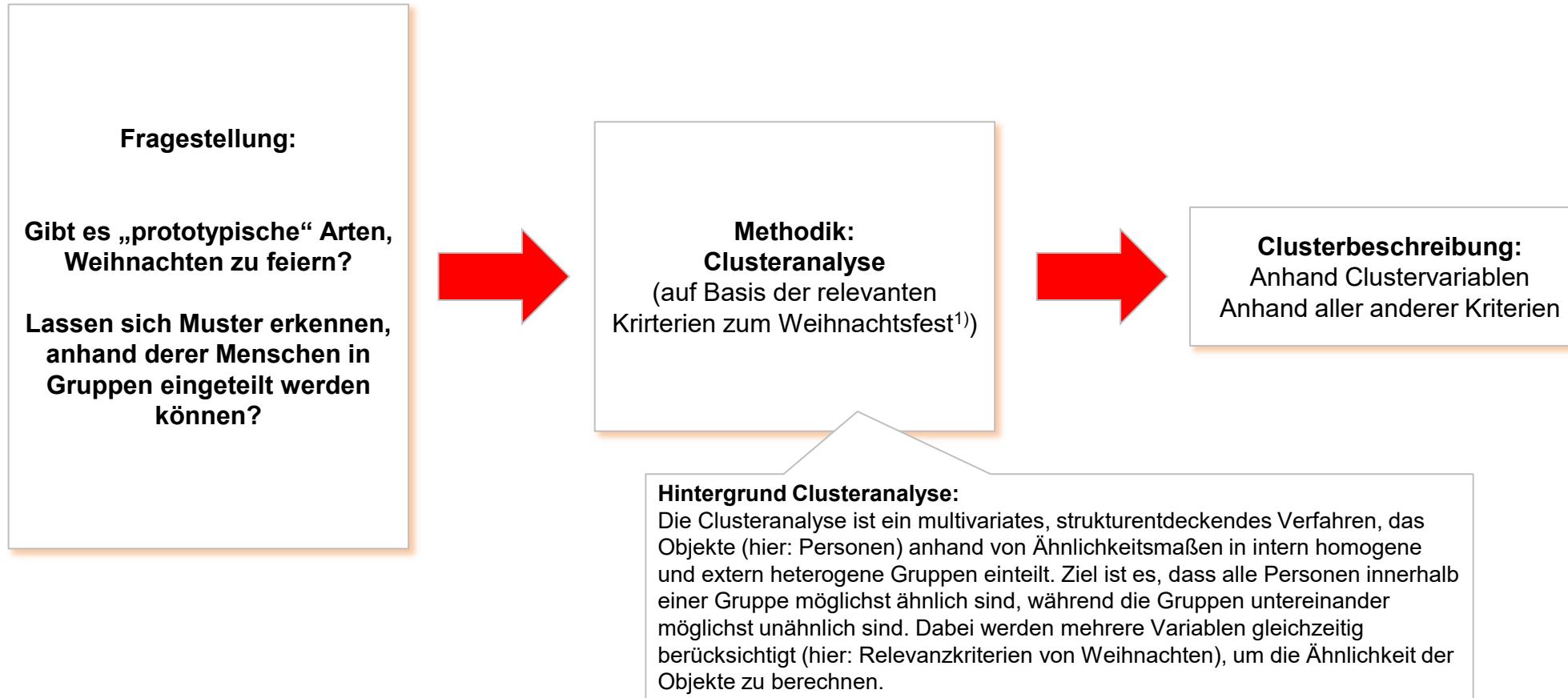
**Detailanalysen und
Einschätzungen auf
Anfrage!**





Clustering: Die drei deutschen „Weihnachtstypen“

Wir wollten wissen: Gibt es verschiedenen Weihnachtstypen? Mittels einer Clusteranalyse konnten wir diese Frage beantworten – Ja, nämlich drei



¹⁾ Frage: „Hier sehen Sie eine Liste von Dingen bzw. Themen, die für Menschen an Weihnachten relevant sein können. Wir möchten von Ihnen wissen, wie wichtig diese für Sie persönlich an Weihnachten sind.“
(metrisch skaliert); Clusteranalysen: Euklidische Distanz, Ward-Verfahren, fallweise Zentrierung der Variablen

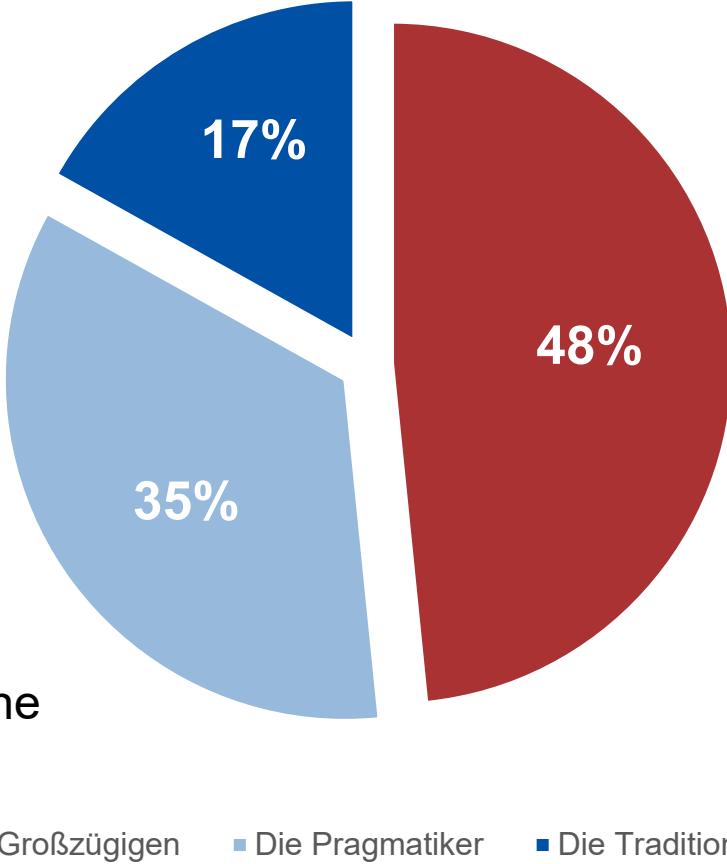
Das Cluster der „Großzügigen“ ist am meisten vertreten – fast die Hälfte der befragten Personen fällt in diese Gruppe



N=1.214

Die Traditionalisten:

Christlich und traditionsbewusst, mit wenig Interesse an materiellen Geschenken.



Die Großzügigen:

Weihnachten als Fest des Gebens und der Gemeinschaft, mit wenig Fokus auf Religion.

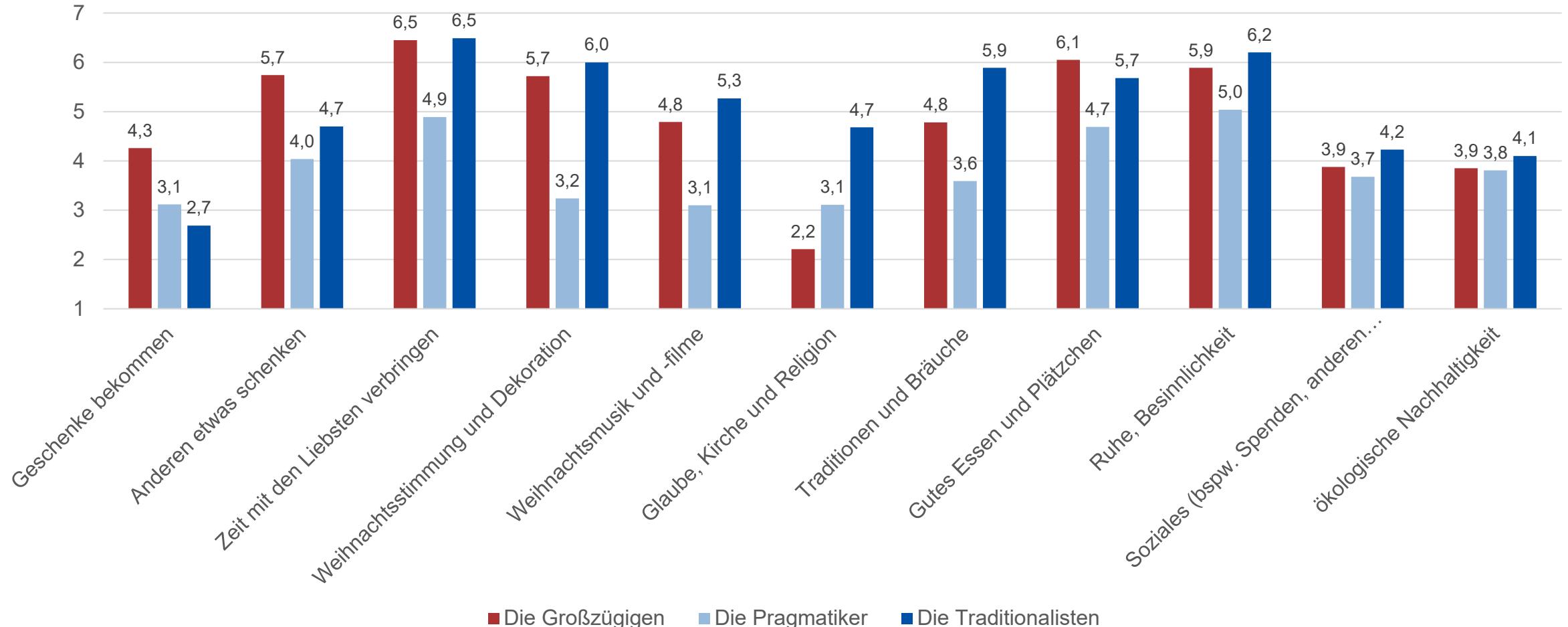
Die Pragmatiker:

Ausgewogenes Weihnachten, mit Schwerpunkt auf Ruhe und Genuss, ohne viel Bling Bling.

Die drei Gruppen unterscheiden sich deutlich auf Basis der Relevanzkriterien (Clustervariablen)



Hier sehen Sie eine Liste von Dingen bzw. Themen, die für Menschen an Weihnachten relevant sein können. Wir möchten von Ihnen wissen, wie wichtig diese für Sie persönlich an Weihnachten sind. (Skala von 1 = überhaupt nicht wichtig bis 7 = sehr wichtig) N=1.214



Die drei Gruppen unterscheiden sich auch deutlich darin, wer sie sind und wie sie Weihnachten feiern bzw. die Weihnachtszeit erleben



	Die Großzügigen	Die Pragmatiker	Die Traditionalisten
Weihnachtsfest			
Gehen an Heiligabend in die Kirche	9%	18%	35%
Erwarten ein überdurchschnittlich schönes Fest	16%	10%	17%
Anzahl Wünsche (laut Liste, 0...30)	7,5	6,6	6,3
Anzahl Geschenke (laut Liste, 0...30)	4,7	3,6	4,2
Top 3 Wünsche	Geld, Gemeinsame Events, Selbstgemachtes	Geld, Gemeinsame Events, Einkaufsgutscheine	Gemeinsame Events, Selbstgemachtes, Bücher
Top 3 Geschenke	Süßigkeiten/Lebensmittel, Bücher, Spielzeug	Süßigkeiten/Lebensmittel, Bücher, Geld	Süßigkeiten/Lebensmittel, Bücher, Spielzeug
Anzahl richtige Wissensfragen (0...9)	5	5	5,3
Selbsteinschätzung Wissen zu Weihnachten (1...7)	4,6	4,3	5,2
Relevanz Nachhaltigkeit an Weihnachten (Top 2)	23%	30%	36%
Wie sie Weihnachten feiern	Traditionell, oft nicht religiös	Durchmischt	Traditionell und christlich
Mögen/sind generiert von „Wham! - Last Christmas“	47% / 35%	28% / 47%	40% / 27%
Kaufen Geschenke Online	61%	45%	43%
Wer sind die Personen?			
Geschlecht (m / w)	43% / 57%	58% / 42%	40% / 60%
Durchschnittsalter (in Jahren)	48	41	54
Bezeichnen sich selbst als gläubig	33%	43%	74%
Leben mit Kindern in ihrem Haushalt	24%	17%	27%

Traditionalisten freuen sich weniger über Geld, dafür mehr über gemeinsame Events und Bücher, Pragmatiker über Geldgeschenke.



N=1.214

Wünsche	Die Großzügigen	Die Pragmatiker	Die Traditionalisten	Spannweite (%-Punkte)
Geld	49%	45%	38%	11%
Gemeinsames Event (z.B. Organisation eines Ausflugs)	49%	37%	46%	12%
Selbstgemachtes (z.B. etwas Selbstgebasteltes oder Selbstgebackenes)	44%	35%	44%	9%
Bücher	46%	34%	39%	12%
Reise	43%	35%	34%	9%
Einkaufsgutscheine	41%	36%	34%	7%
Süßigkeiten/Lebensmittel	38%	29%	29%	9%
Erlebnisgutscheine	32%	25%	28%	7%
Parfum	32%	23%	25%	9%
Modeartikel (z.B. Kleidung, Handtasche)	30%	22%	23%	8%
Körperpflegeprodukte (z.B. Shampoo, Bodylotion)	29%	25%	22%	7%
Foto-Produkte (z.B. Kalender, Bilder)	29%	22%	21%	8%
Schmuck & Uhren	27%	21%	23%	6%
Wellness(-Artikel)	25%	23%	22%	3%
Smartphone	24%	23%	22%	2%
Tablet (z.B. iPad)	20%	20%	18%	2%
Gesundheitsprodukte	19%	20%	20%	1%
Dekorationsartikel (z.B. Bilder, Kunst, Vase)	18%	15%	17%	3%
Alkohol	15%	21%	13%	8%
Beautyprodukte (z.B. Schminke)	16%	17%	13%	4%
Fernseher	16%	18%	12%	6%
Sportzubehör	16%	17%	15%	2%
Spielekonsolen & Computerspiele	20%	15%	10%	10%
E-reader/E-books	15%	14%	14%	1%
Wearables (z.B. Smartwatches oder -glasses)	13%	15%	12%	3%
Smart Home Produkte (z.B. smarte Glühbirnen)	14%	16%	12%	4%
Smart Speaker (z.B. Amazon Echo)	12%	13%	10%	3%
Spielzeug	9%	11%	8%	3%
Wintersportausrüstung (z.B. Ski)	9%	12%	6%	6%
Virtual/Mixed Reality Headset	9%	11%	8%	3%

Die Großzügigen planen – erwartungsgemäß – mehr zu verschenken, als die anderen beiden Gruppen



Geschenke	Die Großzügigen	Die Pragmatiker	Die Traditionalisten	Spannweite (%-Punkte)
Süßigkeiten/Lebensmittel	49%	34%	40%	15%
Bücher	38%	24%	30%	14%
Spielzeug	37%	23%	32%	14%
Selbstgemachtes (z.B. etwas Selbstgebasteltes oder Selbstgebackenes)	29%	23%	27%	7%
Geld	28%	25%	26%	3%
Einkaufsgutscheine	27%	20%	26%	7%
Gemeinsames Event (z.B. Organisation eines Ausflugs)	27%	20%	21%	6%
Foto-Produkte (z.B. Kalender, Bilder)	25%	15%	21%	10%
Parfum	23%	13%	21%	10%
Körperpflegeprodukte (z.B. Shampoo, Bodylotion)	23%	13%	17%	10%
Modeartikel (z.B. Kleidung, Handtasche)	21%	14%	12%	9%
Alkohol	17%	17%	15%	2%
Dekorationsartikel (z.B. Bilder, Kunst, Vase)	15%	13%	13%	3%
Erlebnisgutscheine	14%	11%	16%	5%
Wellness(-Artikel)	12%	13%	16%	4%
Beautyprodukte (z.B. Schminke)	15%	10%	12%	4%
Gesundheitsprodukte	10%	12%	15%	5%
Reise	9%	10%	10%	1%
Schmuck & Uhren	11%	7%	9%	4%
Spielekonsolen & Computerspiele	9%	7%	8%	2%
Sportzubehör	5%	7%	10%	5%
Smartphone	4%	5%	3%	3%
Wearables (z.B. Smartwatches oder -glasses)	3%	5%	4%	2%
Tablet (z.B. iPad)	4%	4%	2%	2%
Smart Home Produkte (z.B. smarte Glühbirnen)	3%	5%	3%	2%
E-reader/E-books	3%	4%	4%	2%
Smart Speaker (z.B. Amazon Echo)	2%	4%	3%	2%
Wintersportausrüstung (z.B. Ski)	3%	4%	2%	2%
Virtual/Mixed Reality Headset	2%	4%	2%	2%
Fernseher	3%	2%	2%	1%



15. Studiendesign

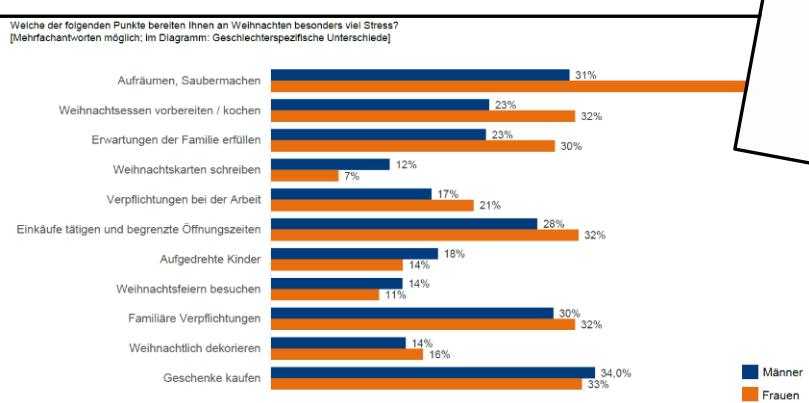
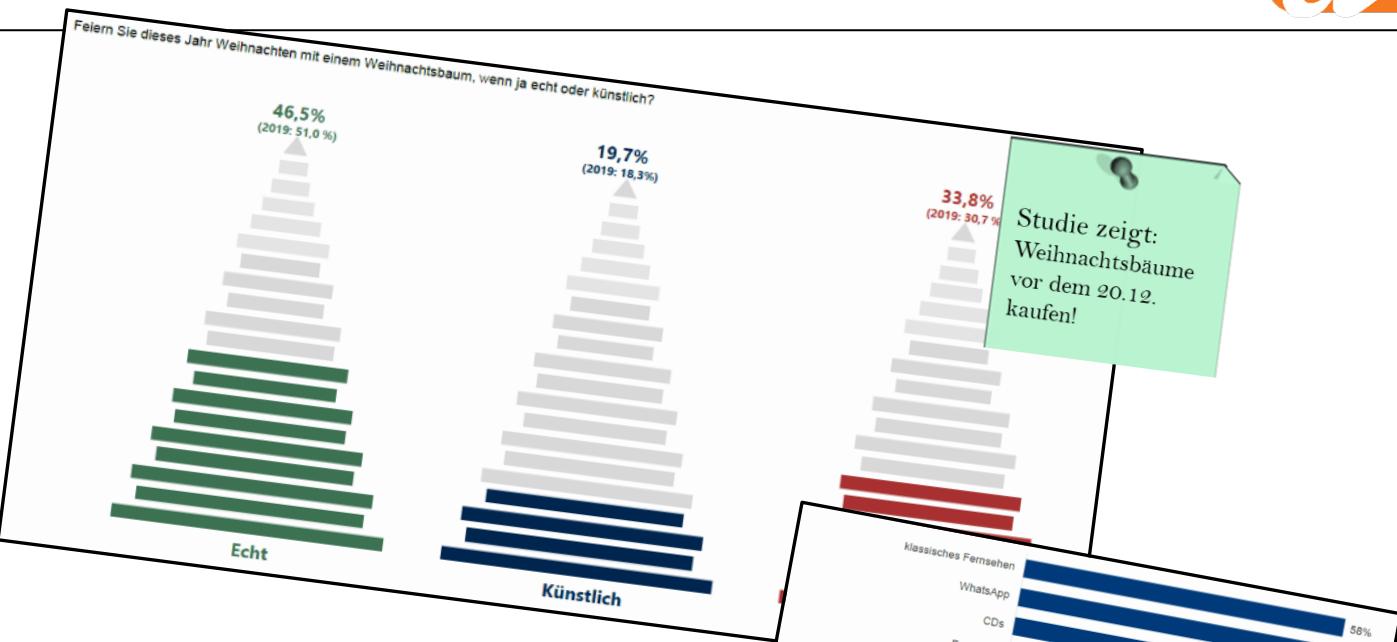
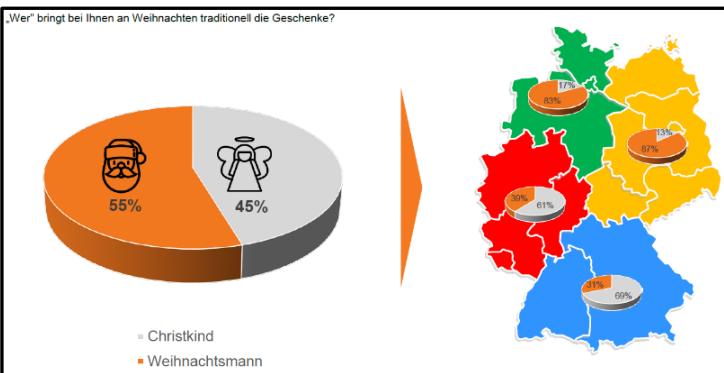
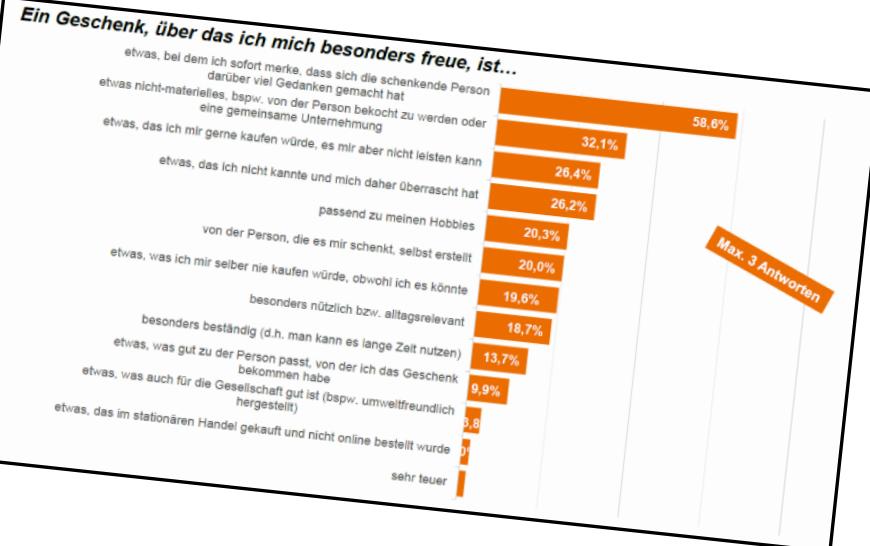
Stichprobe

- N=1.252 (ab 18 Jahre)
- Geschlechterverteilung: 49% männlich, 51% weiblich
- Alter: M=49 (SD=16) Jahre
- Erhebungszeitraum: 30.11. – 04.12.2025
- Attention Checks führten zum sofortigem Screenout
- Rekrutierung über ein kommerzielles Online Access Panel, softe Quotierung nach Alter, Geschlecht und Region gemäß der deutschen Bevölkerung
- Pre-Tests: Uniangehörige mit anschließender Feedbackrunde, Panelisten mit Feedbackfragen

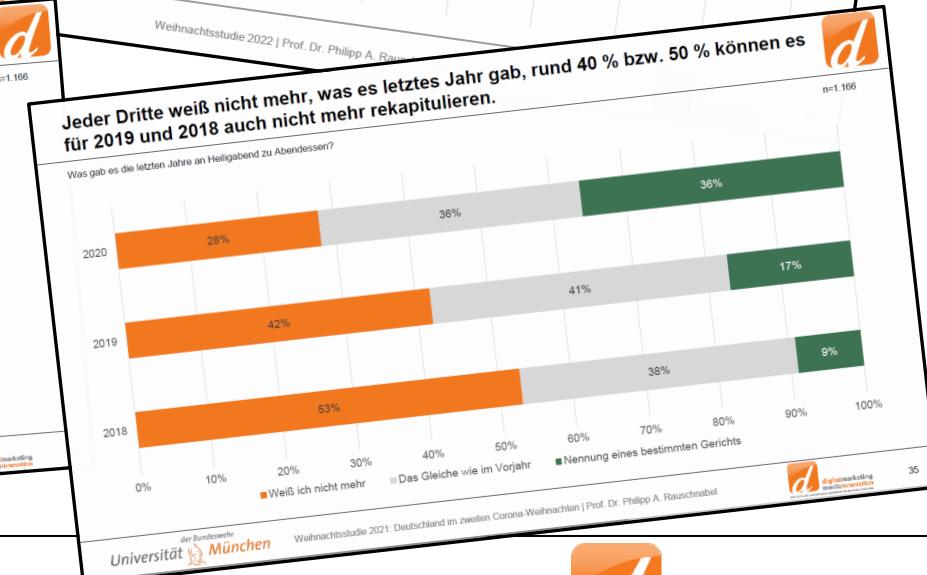
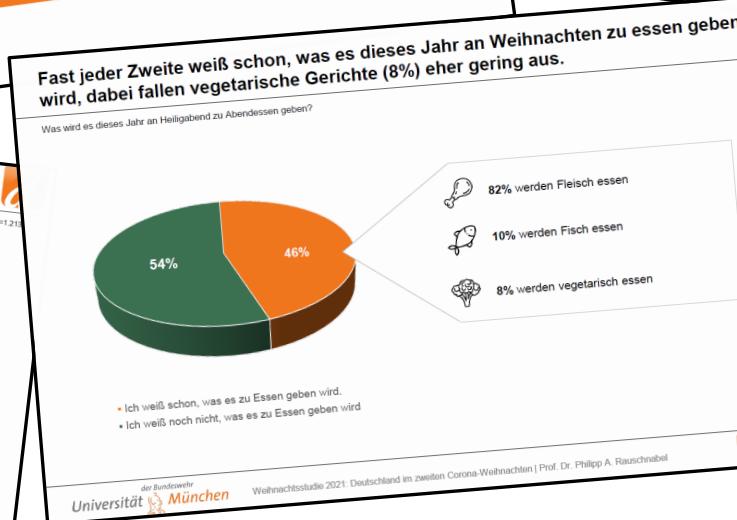
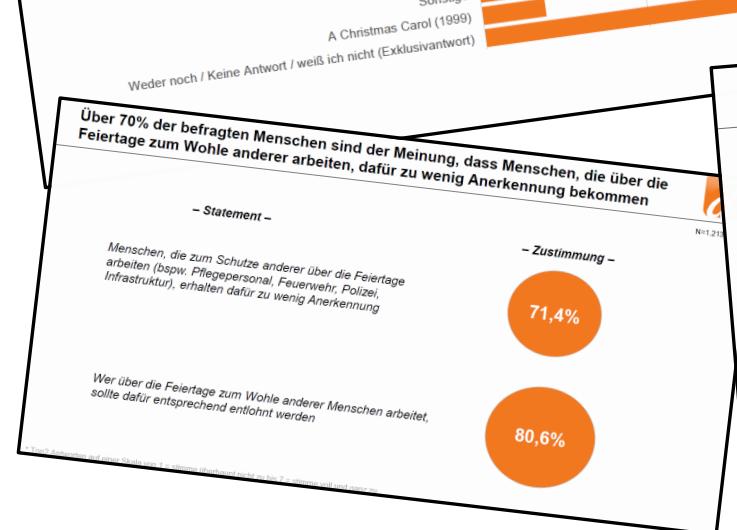
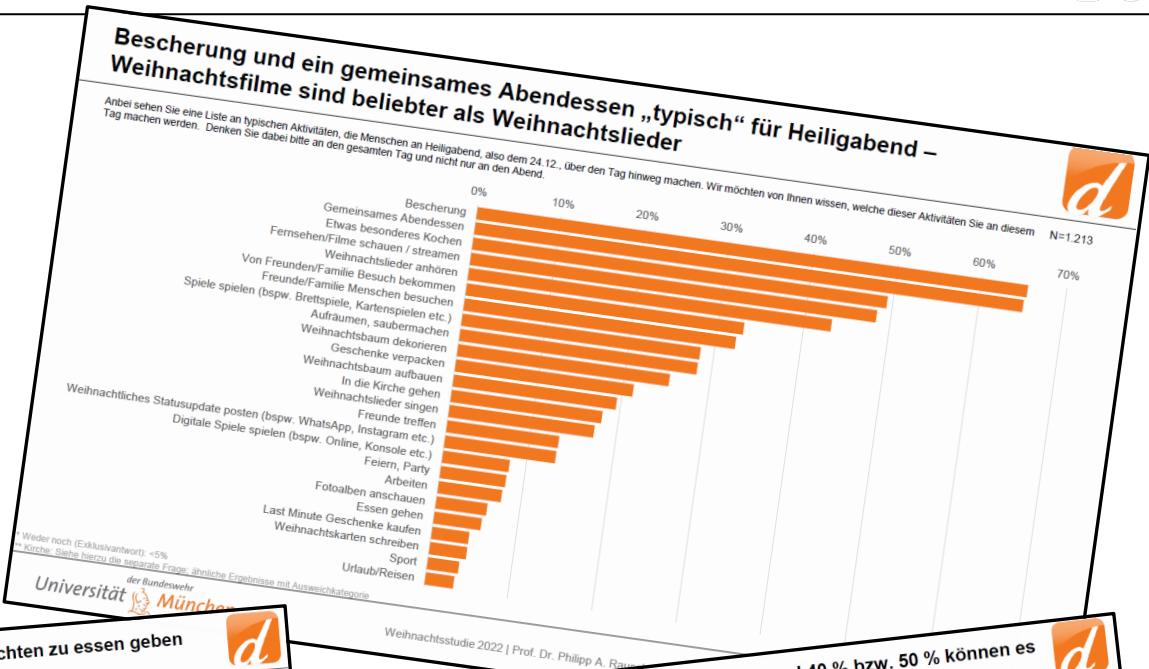
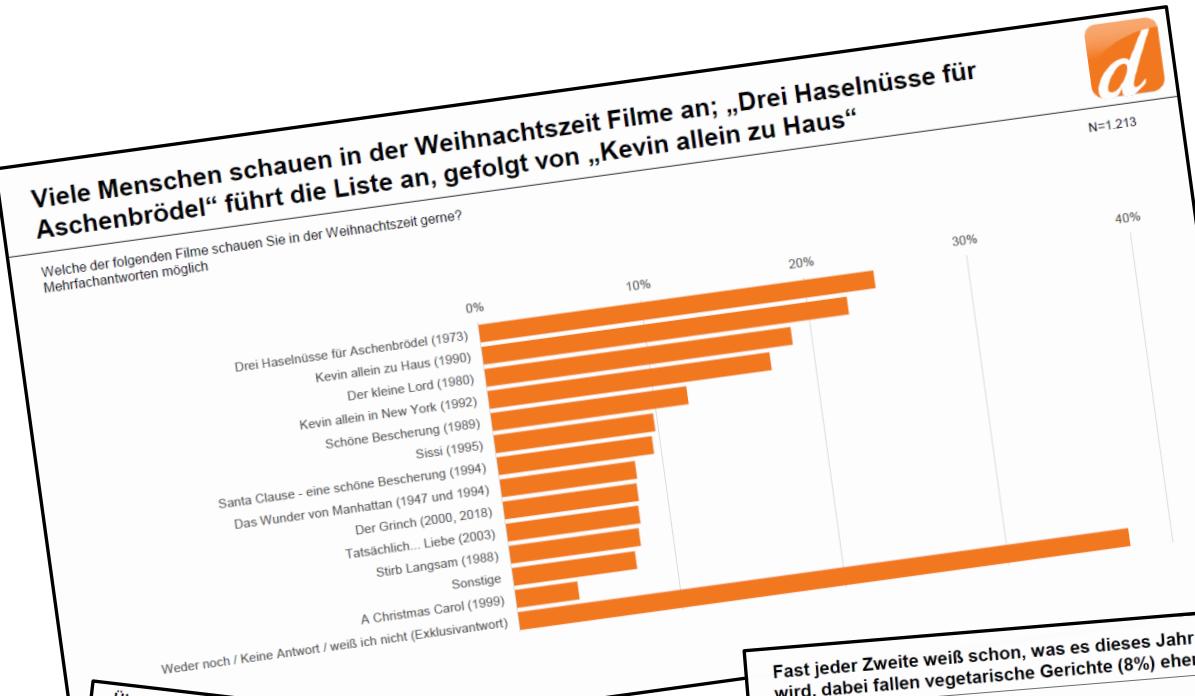
Limitationen/Anmerkungen zur Interpretation

- Momentaufnahme, Onlinepanel
- Vergleiche zu Vorjahren unterliegen auch unterschiedlichen Rahmenbedingungen
- Analysen sind deskriptiv/explorativ
- Teilweise nicht validierte Messinstrumente
- Intentionen sind nur als Indiz für Verhalten zu sehen
- Rein deskriptiv!

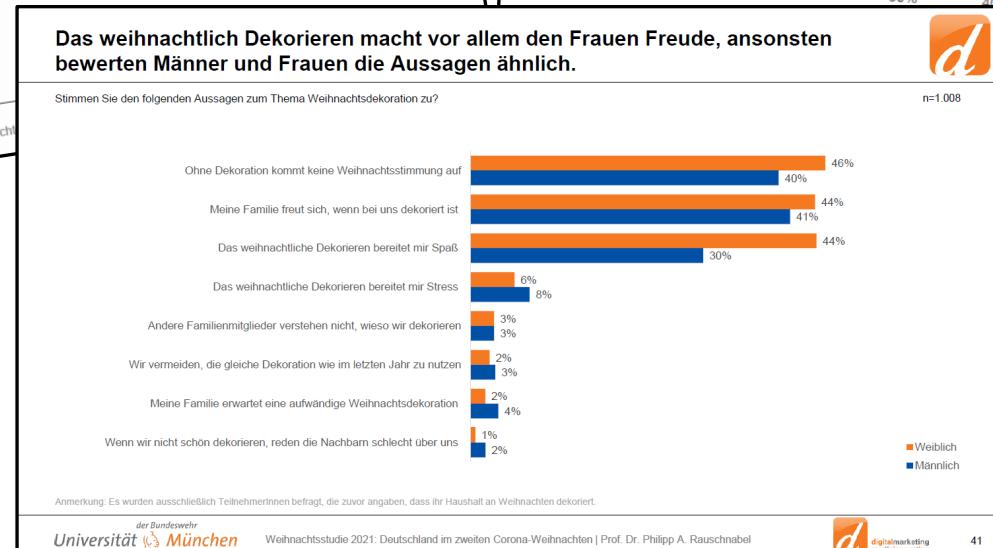
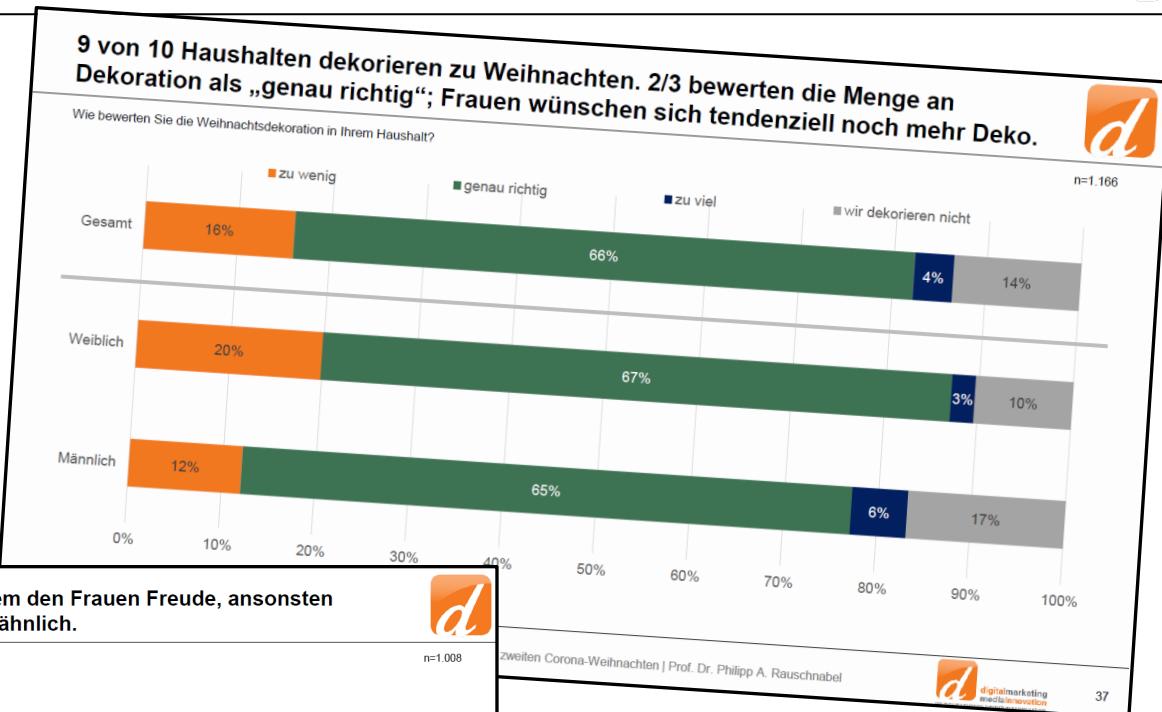
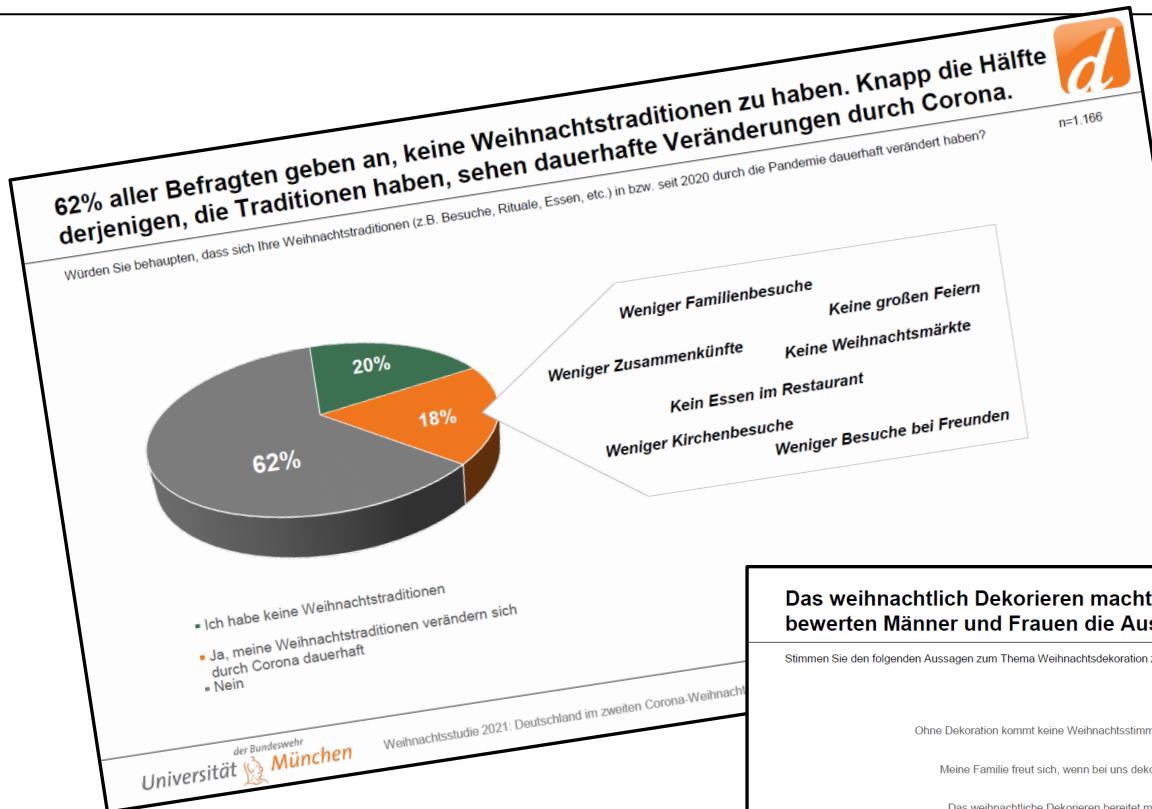
Ausgewählte Ergebnisse aus den letzten Jahren lassen wir Ihnen auf Anfrage gerne zukommen



Ausgewählte Ergebnisse aus den letzten Jahren lassen wir Ihnen auf Anfrage gerne zukommen



Ausgewählte Ergebnisse aus den letzten Jahren lassen wir Ihnen auf Anfrage gerne zukommen



Über uns

der Bundeswehr
Universität München

Wir stellen uns vor – Sie möchten mehr über unsere Forschung und Kooperationsmöglichkeiten wissen? Kontaktieren Sie uns!



Die Lehr- und Forschungsaktivitäten der Professur drehen sich rund um die Themen Metaverse, neue Realitäten (insbes. Augmented und Virtual Reality), Social Media und quantitative Forschungsmethoden.

Ausgewählte Aktivitäten der Professur:

- Clarivate Highly Cited Research (Top 1% der einflussreichsten Wissenschaftler weltweit auf Basis von Zitationen)
- Lehr- und Forschungskooperationen mit Unternehmen und Verbänden
- Praxiskooperationen in der Forschung
- Betreuung von Bachelor- und Masterarbeiten in Unternehmen

Kontakt / Kooperationsanfragen:

E: philipp.rauschnabel@unibw.de T: 089 6004 - 3374



Prof. Dr. habil. Philipp A. Rauschnabel hat seit 2018 die Professur für Digitales Marketing und Medieninnovation an der Fakultät für Betriebswirtschaft inne. Zuvor war er u.a. Asst.-Professor an der University of Michigan-Dearborn (USA). Er gehört zu den meistzitierten Forschern im Bereich Augmented Reality weltweit.

Foto: justimagine

Sie möchten mehr über unsere Universität wissen? Dann kontaktieren Sie unseren Pressesprecher!



Die **Universität der Bundeswehr München** bietet in zehn Fakultäten eine Vielzahl an klassischen Studiengängen an – von Pädagogik über Management & Medien bis hin zu Luft- und Raumfahrttechnik. Die Universität der Bundeswehr liegt im Süden von München direkt neben dem Unterhachinger Naherholungsgebiet. Von den rund 3.500 Studierenden wohnen viele in den Wohnheimen auf dem Campus. Zu den Studierenden zählen sowohl zivile Studierende als auch Offiziersanwärter/innen. In nur vier Jahren können Studierende einen akkreditierten Bachelor- und Masterabschluss im Intensivstudium erlangen. Die Studienbedingungen an der Universität der Bundeswehr München gelten als deutlich besser als an Landesuniversitäten, da die Zahl der Studierenden pro Professor niedriger und der Zustand der Gebäude und der wissenschaftlichen Ausrüstung oft deutlich besser ist. Wie jede andere Hochschule genießt die Universität der Bundeswehr München völlige Freiheit in Forschung und Lehre.



Pressekontakt:
Herr Michael Brauns, Pressesprecher
E: michael.brauns@unibw.de T: 089 6004 -2004