PRESSEMITTEILUNG

Gender Gap am Gabentisch: Für Jungen planen Schenkende zu Weihnachten mehr Budget ein als für Mädchen

Frei zur sofortigen Veröffentlichung, keine Sperrfrist.

Mehr Budget für Kinder, ein kleineres Weihnachtsbudget für die Partnerin, Ratlosigkeit bei der Schwester: Der Geschenk-Report 2026 des KI-Geschenkefinders beeshopping.de zeigt, wie Deutschland in diesem Jahr Geschenke sucht.

München, 11.11.2026. 75 Euro für Jungen, 65 Euro für Mädchen: Beim Weihnachtsgeschenk machen Schenkende in Deutschland einen Unterschied. Das zeigt der Geschenk-Report 2026 von beeshopping.de. Der kostenlose KI-Geschenkefinder aus Bayern hat dafür 6.256 anonymisierte Geschenksuchen aus den vergangenen dreieinhalb Monaten ausgewertet.

Das Besondere an den Daten: Sie zeigen nicht, was Menschen in Umfragen angeben, sondern was sie tatsächlich eintippen und anklicken, wenn sie ein Geschenk brauchen. Für wen sie suchen, wie viel sie ausgeben wollen und welche der 67.722 KI-Vorschläge am Ende überzeugen.

Für Jungen wird bei allen Anlässen mehr Budget eingeplant

Der Unterschied ist kein Weihnachtseffekt. Auch über alle Anlässe hinweg planen Schenkende für Jungen mehr ein als für Mädchen: bei Kindern 59 gegenüber 53 Euro, bei Teenagern 65 gegenüber 55 Euro. Eine mögliche Erklärung liefern die Wünsche. Für Jungen werden vor allem Gaming, Fußball und LEGO genannt, für Mädchen Basteln, Malen und Pferde.

Weihnachten gehört den Kindern, der Geburtstag der Partnerin

Fast jede zweite Weihnachtssuche gilt einem Kind oder Teenager. Für Kinder planen Schenkende zu Weihnachten 30 Prozent mehr Budget ein als zum Geburtstag: 71 statt 54 Euro. Bei der Partnerin ist es umgekehrt. 82 Euro zum Geburtstag, 64 zu Weihnachten: Für die Partnerin fällt das Weihnachtsbudget kleiner aus. Zum Geburtstag ist das der höchste Wert aller Beschenkten. Beim Partner bleibt es bei 71 Euro.

Das Wunschzettel-Paradox: Technik gewünscht, Erlebnis geklickt

Wer zu Weihnachten Interessen angibt, nennt am häufigsten Technik. Angeklickt wird trotzdem etwas anderes: Vorschläge für Erlebnisse wie Erlebnisboxen, Workshops oder Escape Rooms werden je Einblendung etwa doppelt so oft angeklickt wie Technik-Ideen (5,8 gegenüber 3,0 Klicks je 100 angezeigte Ideen). Die meistgeklickte Idee im gesamten Zeitraum ist eine „Erlebnisbox für Zwei“.

Generation „Überrasch mich“

In 53 Prozent der Suchen in Deutschland wird „Überrasch mich“ gewählt, statt oder neben konkreten Interessen; in 32 Prozent ist es die einzige Angabe. In den USA liegt der Anteil bei 33 Prozent. Bei wem Deutschland am ratlosesten ist: Für die Schwester fehlen am häufigsten die Geschenkideen (64 Prozent), gefolgt von Kolleginnen und Kollegen (62 Prozent) und der Partnerin (61 Prozent).

Papa grillt, Mama gärtnert

Wo Interessen angegeben werden, lebt das Klischee. Für den Vater werden am häufigsten Heimwerken und Grillen gewählt, für die Mutter Garten und Wellness. In einem Punkt herrscht allerdings Gleichstand: Für Mutter und Vater wird mit 54 und 55 Euro praktisch dasselbe Budget eingeplant.

Kurz notiert

- Ladenhüter: 190-mal schlug die KI ein Notizbuch mit Stift vor, angeklickt wurde es kein einziges Mal. Auch der Amazon-Gutschein fiel durch (378 Einblendungen, ein Klick).
- Problemfall Schwiegerfamilie: 130-mal wurde die Schwiegerfamilie eigens eingetippt, am häufigsten Schwiegertochter, Schwägerin und Schwager.
- Sofa-Shopping: 41 Prozent der Weihnachtssuchen starten nach 18 Uhr, am häufigsten zwischen 19 und 22 Uhr.
- Früher Vogel: Schon Mitte September bezog sich jede achte Suche auf Weihnachten.
- Schlusslicht Büro: Für Kolleginnen und Kollegen werden im Schnitt 34 Euro eingeplant, weniger als für alle anderen.

Zitat

> *„Schenken ist etwas sehr Persönliches, und trotzdem wissen viele nicht, was sie schenken sollen. Unsere Daten zeigen: Es geht oft nicht um das nächste Gadget, sondern um gemeinsame Zeit und Erlebnisse. Je mehr Informationen wir über den Beschenkten, seine Interessen und den Anlass haben, desto passender und persönlicher werden die Geschenkideen. Genau darin liegt das Potenzial von KI: mit wenigen Angaben schnell auf gute, persönliche Geschenkideen zu kommen. Die KI ist ein Werkzeug, das Inspiration schafft und die Suche erleichtert. So bleibt mehr Zeit für das, worauf es wirklich ankommt: anderen eine Freude zu machen und besondere Momente zu schaffen.“*
>
> **Paul Miedl, Gründer von beeshopping.de**

So funktioniert beeshopping.de

Der Geschenkefinder ist kostenlos und ohne Anmeldung nutzbar. Vier Fragen genügen:

1. Für wen? Zum Beispiel Partnerin, Vater, Kind oder Kollegin.
2. Welcher Anlass? Geburtstag, Weihnachten, Jahrestag oder ein eigener Anlass.
3. Welche Interessen? Auswählen, selbst eintippen oder „Überrasch mich“ wählen.
4. Welches Budget?

Daraus erstellt eine KI in rund 13 Sekunden acht persönliche Geschenkideen mit kurzer Begründung. Jede Idee führt per Klick zu passenden Produkten. Der Dienst finanziert sich über Amazon-Partnerlinks, für Nutzer:innen entstehen keine Mehrkosten.

Einordnung

Der Handelsverband Deutschland (HDE) erwartet für Weihnachten 2026 Geschenkausgaben von durchschnittlich 262 Euro pro Kopf. Laut NIQ lassen sich bereits 29 Prozent der Deutschen von KI-Tools wie ChatGPT zu Geschenken inspirieren, unter den 18- bis 29-Jährigen 48 Prozent (Erhebung November 2025). In den USA ist generative KI für 39 Prozent das wichtigste Werkzeug für mindestens eine Aufgabe beim Weihnachtseinkauf (Deloitte, 15.10.2026).

Die wichtigsten Zahlen im Überblick

Ausgewertete Geschenksuchen (24.07. bis 11.11.2026)	**6.256**
Weihnachtsbudget für Jungen / für Mädchen	**75 € / 65 €**
Budget für Kinder: Geburtstag / Weihnachten	**54 € / 71 €**
Budget für die Partnerin: Geburtstag / Weihnachten	**82 € / 64 €**
Anteil der Weihnachtssuchen für Kinder und Teenager	**47 %**
Klicks je 100 Ideen: Erlebnisse / Technik	**5,8 / 3,0**
Suchen mit „Überrasch mich“: Deutschland / USA	**53 % / 33 %**
Zeit bis zur fertigen Ideenliste (Median)	**41 Sekunden**

Methodik: eine Momentaufnahme, keine Umfrage

Anonymisierte Auswertung von 6.256 abgeschlossenen Geschenksuchen auf beeshopping.de vom 24.07. bis 11.11.2026 (Deutschland 5.618, USA 547). Interne Testzugriffe wurden entfernt, ausgewertet wurden nur zusammengefasste Daten ohne Personenbezug. Budget = im Finder gewählter Betrag je Geschenk. Die oberste Stufe „100 Euro und mehr“ zählt als 100 Euro. Keine tatsächlichen Ausgaben. Ein Klick zeigt Interesse, keinen Kauf. Gezählt werden nur Klicks innerhalb einer Geschenksuche, nicht Klicks auf Themen- und Anlass-Seiten. Die Nutzer:innen kamen überwiegend über Suchmaschinenanzeigen, die Ergebnisse sind daher nicht bevölkerungsrepräsentativ. Soweit nicht anders angegeben, beziehen sich die Zahlen auf Deutschland. Fallzahlen zu Weihnachten: Jungen 141, Mädchen 107, Kinder 151, Partnerin 38, Partner 53; der Wert zur Partnerin ist wegen der kleinen Fallzahl als Tendenz zu lesen. Der Budgetvergleich Weihnachten und Geburtstag mischt Sommer- und Herbstdaten; im Herbst allein beträgt das Plus bei Kindern 19 Prozent. Die Unterschiede zwischen Jungen und Mädchen zu Weihnachten sind statistisch signifikant ($p < 0{,}01$), bei Kindern über alle Anlässe $p = 0{,}01$. Ebenfalls signifikant ($p < 0{,}01$) sind die Unterschiede bei Kindern und Partnerin zwischen Weihnachten und Geburtstag sowie zwischen Erlebnissen und Technik.

Externe Quellen

Handelsverband Deutschland (HDE), Weihnachtsprognose, 03.11.2026, https://einzelhandel.de/presse/aktuellemeldungen/15420-hde-geht-fuer-november-und-dezember-von-2-umsatzplus-aus-prognose-weihnachtsgeschaeft-im-einzelhandel-trotzt-der-krise

NIQ, „KI erobert die Geschenkesuche“, 03.12.2025, https://nielseniq.com/global/de/news-center/2025/ki-erobert-die-geschenkesuche-jeder-dritte-nutzt-chatgpt-co-zu-weihnachten/

Deloitte, „2026 Deloitte Holiday Retail Survey“, 15.10.2026, https://www.deloitte.com/us/en/insights/industry/retail-distribution/holiday-retail-sales-consumer-survey.html

Bildmaterial und Pressekontakt

Alle Zahlen, Grafiken und weitere Auswertungen zur freien redaktionellen Nutzung mit Quellenangabe „beeshopping.de“: beeshopping.de/de/presse. Sonderauswertungen, etwa nach Empfänger, Anlass oder Interessen, auf Anfrage.

Paul Miedl · beeshopping.de · beeshopping@paulmiedl.de