

Artikel nr. 47.  
11. december 1959.

Må offentliggøres straks.

JULEOMSETNINGEN STAGNERER, FORDI FOLK HAR KØBT BILER, FJERNSYN OG KØLESKABE

Flere lægger nu julegavebudget.

I december 1953 foretog Gallup Instituttet en undersøgelse for at konstatere, hvor meget befolkningen havde planer om at ofre på julegaver dette år.

Man har nu til sammenligning stillet et repræsentativt udsnit af befolkningen det samme spørgsmål i december 1959.

Året 1953 var ikke noget dårligt år økonomisk set, men det er en nærliggende tanke, at julegavemarkedet i år vil påvirkes i opadgående retning af den gunstige økonomiske situation, især den gode beskæftigelse.

Det stillede spørgsmål lød: "Nu nærmer julen sig. Omtrent hvor meget har De tænkt at anvende til indkøb af julegaver i år?" Dette gav følgende svar:

	%
intet	3
under 50 kr.	4
50 - 100 kr.	21
101 - 150 kr.	7
151 - 200 kr.	14
201 - 250 kr.	1
251 - 300 kr.	6
301 - 350 kr.	1
351 - 400 kr.	3
over 400 kr.	3
ikke tænkt over	37
ialt	100

Der er således 3%, som slet ikke køber julegaver, og godt en tredjedel (37%) har ikke lagt noget julegavebudget eller tænkt videre over, hvor meget de vil ofre. Af de resterende 60% vil langt de fleste (46%) købe for et beløb under 200 kr.

I gennemsnit vil de 60% købe julegaver for ca. 156 kr. Går man ud fra, at de 37%, der ikke endnu har lagt budget, vil købe for samme beløb, vil hele befolkningen minus de 3%, der intet køber, købe for ialt ca. en halv milliard, eller det samme tal man nåede til i 1953. Da prisniveauet for de varer, der almindeligvis købes til julegaver, formentlig er steget ca. 20% i den forløbne periode, og da yderligere beskæftigelsen er øget, betyder dette, i forbindelse med befolkningstilvæksten, at befolkningen nu ofrer væsentlig mindre på julegaver end i 1953.

Forklaringen på dette tilsyneladende paradoksale forhold må tages i den stærke efterspørgsel efter langvarige forbrugsgoder som biler, fjernsyn, køleskabe etc., der har strammet julegavemarkedet.

I nedenstående tabel er svarene opdelt dels efter bopæl og sammenlignet med de tilsvarende tal for 1953:

	julen 1953	Julen 1959	tilbage- gang i %
	kr.	kr.	
hovedstaden	185	171	8
provinsbyer	165	162	2
landdistrikter	140	123	14

Da befolkningstallet er steget, men det totale udgiftsbeløb er det samme, må udgiften pr. person være faldende.

Tilbagegangen i udgiften til julegaver er størst i landdistrikterne (14%), noget mindre i hovedstaden (8%), medens stillingen i provinsbyerne er uændret. Ses dette i relation til de førnævnte langvarige forbrugsgoder, kan man påpege - som omtalt i en Gallup-undersøgelse i maj 1959 - at bilerne overvejende købes i landdistrikterne. Det omvendte gælder imidlertid fjernsyn og - i mindre grad - køleskabe. Indkøb af bil må dog være mest afgørende, da et sådant jo følges af en række ikke uvæsentlige driftsudgifter.

I nedenstående tabel ses forskellige indtægtsgruppers julegaveudgifter (påtænkto) i de to år:

	julen 1953	julen 1959	tilbage- gang i %
	kr.	kr.	
mindre indtægter	144	134	7
middelstore indtægter	212	186	12
største indtægter	299	310	+ 4

Indehavere af de største indtægter er således ene om en forøgelse af julegaveudgifterne, medens det store marked, nemlig de middelstore indtægter, skriver sig for den største nedgang i julegaveindkøbene.

Copyright.....  
og Gallup Instituttet A/S