



***WEIHNACHTSGESCHÄFT 2000:
KRÄFTIGER ANSTIEG IN
AUSSICHT***

11/2000

WEIHNACHTSGESCHÄFT 2000: KRÄFTIGER ANSTIEG IN AUSSICHT

**WEIHNACHTSAUSGABEN MIT ÜBER 18,3 MILLIARDEN SCHILLING DEUTLICH
HÖHER ALS IM VORJAHR**

Wie jedes Jahr hat auch heuer das Weihnachtsgeschäft bereits vor dem ersten Weihnachts-Einkaufssamstag eingesetzt. Animiert von freudiger Erwartung auf das Fest am Heiligen Abend hat ein gutes Viertel der Österreicher bereits im November mit den Weihnachtseinkäufen begonnen. Der Handel darf sich freuen. Denn erstmals seit 4 Jahren haben die Haushalte ihr Weihnachtsbudget gegenüber dem Vorjahr wieder deutlich erhöht. Dieser Umstand beschert dem österreichischen Handel die Aussicht auf 18,3 Milliarden Schilling Weihnachtsumsatz.

Die Vorfreude auf das Weihnachtsfest ist heuer ähnlich groß wie in den letzten Jahren. 45% der Österreicher freuen sich „sehr“ auf den Heiligen Abend, 43% zumindest „etwas“.

Entsprechend der großen Vorfreude auf das Weihnachtsfest nimmt auch der Brauch des Schenkens eine zentrale Stellung ein. Fast drei Viertel (74%) der Bevölkerung halten den Brauch des Schenkens heuer für wichtiger (7%) oder zumindest gleich wichtig wie in den Vorjahren (67%). Für 16% allerdings hat dieser „materielle“ Aspekt des Weihnachtsfests heuer etwas an Bedeutung verloren. Hauptgründe dafür sind, dass man den Konsumzwang nicht mitmachen will (36%) oder eine geänderte Situation in der Familie (27%), die das Schenken in den Hintergrund treten lässt.

Für jene, für die das Schenken nach wie vor ein fixer Bestandteil von Weihnachten ist, verlief auch 2000 der Startschuss für die Weihnachtseinkäufe wie in den letzten Jahren. Ein gutes Viertel hatte zum Befragungszeitraum im November bereits mit den Einkäufen begonnen. Jetzt, wenige Wochen vor dem Fest - und vor dem ersten Einkaufssamstag - wird wohl auch der Rest der Bevölkerung schön langsam ans Erledigen der Einkäufe denken.

Vergleicht man Weihnachten 2000 mit den Vorjahren, darf das Christkind erstmals seit langem wieder etwas tiefer in die Taschen greifen. Es werden heuer Waren um rund S 5.900,- pro Haushalt unter dem Christbaum liegen. Das sind um S 600,- mehr als im Vorjahr. Der Handel darf sich also freuen. Die Summe der Gesamtausgaben wird erstmals seit 1996 wieder die 18 Milliardengrenze (18,3 Milliarden) übersteigen, gegenüber 1999 entspricht dies einem Anstieg von 1,9 Milliarden Schilling.

Ein deutlicher Gewinner unter den Branchen im Weihnachtsgeschäft zeichnet sich nicht ab. Gemäß der Einschätzung der Konsumenten sollten alle Branchen die Umsatzzahlen, die Weihnachten 1999 erreicht wurden, mehr oder weniger halten können. Einen leicht verstärkten Trend gibt es zu Geschenken aus dem Bereich Lebensmittel/Getränke (+4%) sowie im Bereich Film/Fotoausrüstung (+3%).

Einen leichten Abwärtstrend gibt es bei Spielzeug (-4%), wengleich Spielzeug (37%) gemeinsam mit Bekleidung (48%) die Hitliste der Weihnachtsgeschenke wie im Vorjahr anführen.

Nach Kosmetika und Artikeln für die Körperpflege (29%) folgen auf der Einkaufsliste Freizeitartikel für Winter/Sommer (21%), Schmuck (20%) und Unterhaltungselektronik (16%). Handys will wie im Vorjahr jeder zwanzigste Österreicher (5%) verschenken.

Summa summarum ist also zu erwarten, dass das Weihnachtsgeschäft nach vier Jahren erstmals wieder zulegen wird und der Handel beim nachweihnachtlichen

Kassasturz etwa 2 Milliarden mehr als im Vorjahr im Säckel vorfinden wird.

Scheinbar sitzt der Schilling bedingt durch die gute Konjunktur der letzten Zeit wieder etwas lockerer. Und die (angekündigten) Budgetmaßnahmen der Regierung scheinen keine Auswirkungen auf die weihnachtliche Konsumlust zu haben.

Erhebungscharakteristik

Stichprobe: $n=1.004$ Personen repräsentativ für die österreichische Bevölkerung ab 15 Jahre, Quotenverfahren

Methodik: persönliche Interviews

Feldzeit: November 2000

Umfrage: M-2182

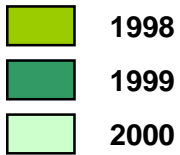
Die maximale Fehlerspanne bei 1.000 Befragten beträgt +/- 3,16%

Weihnachten**Österr. Bevölkerung insgesamt**

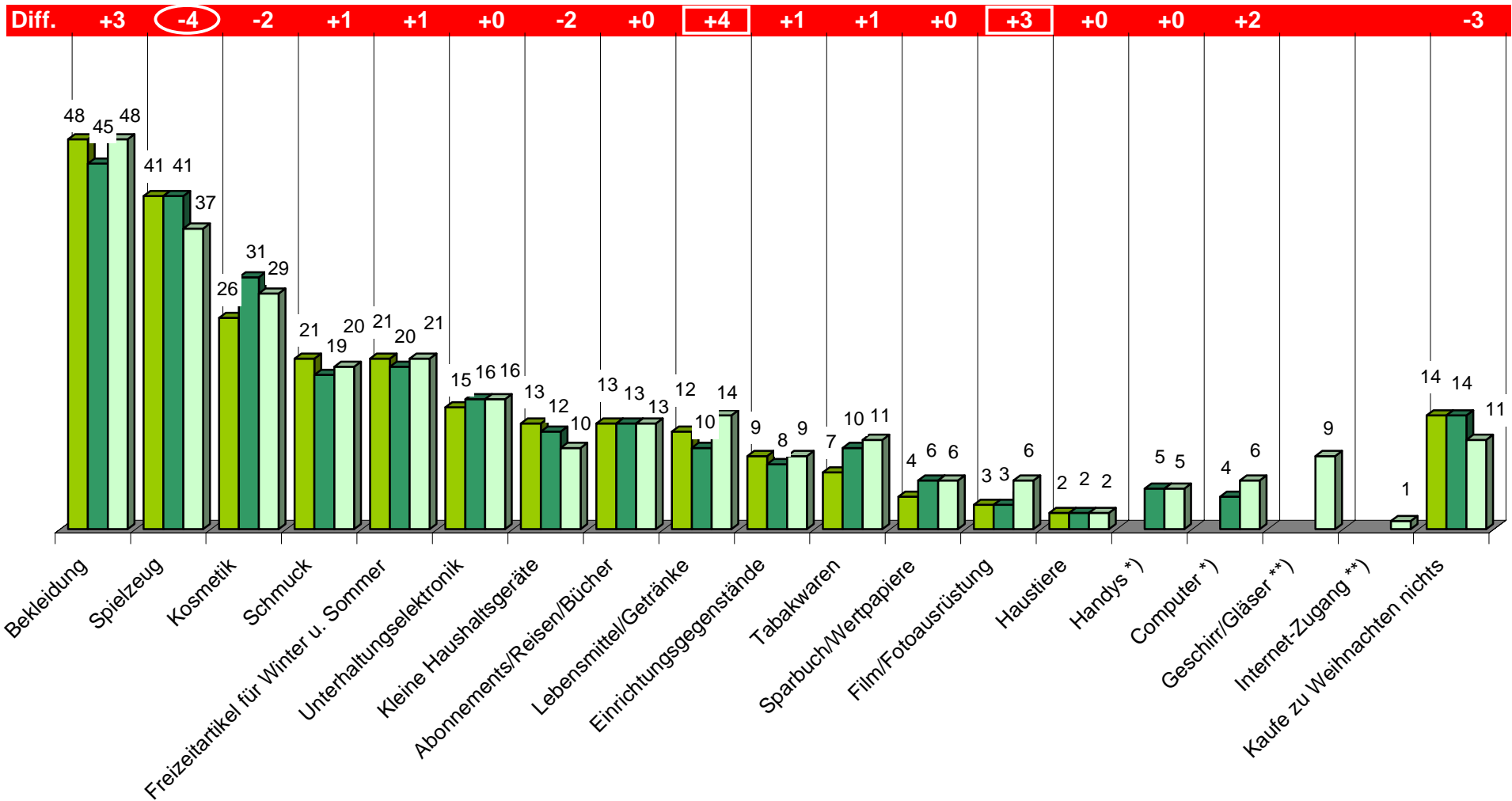
	Nov. 1994	Nov. 1995	Nov. 1996	Nov. 1997	Nov. 1998	Nov. 1999	Nov. 2000	Diff.
<i>Es freuen sich auf Weihnachten -</i>	%	%	%	%	%	%	%	%
Sehr	42	41	42	42	45	42	45	+3
Etwas	43	44	44	46	42	45	43	-2
Gar nicht	15	15	14	12	13	13	12	-1
	100	100	100	100	100	100	100	
<i>Es haben schon mit den Weihnachtseinkäufen -</i>								
Begonnen	30	26	29	30	31	33	27	-6
Nicht begonnen	70	74	71	70	69	67	73	+6
	100	100	100	100	100	100	100	
<i>Es werden dieses Jahr im Vergleich zum Vorjahr für Weihnachtsgeschenke ausgeben -</i>								
Mehr	9	11	11	10	11	11	12	+1
Gleich viel	70	67	65	61	62	67	66	-1
Weniger	21	22	24	29	27	22	22	+0
	100	100	100	100	100	100	100	
Die durchschnittlichen Ausgaben pro Haushalt -	in S	in S	in S	in S	in S	in S	in S	in S
	6.800	6.800	6.400	5.700	5.300	5.300	5.900	+600
Gesamtausgaben in Mrd.	20	20	19	17,5	16,4	16,4	18,3	+1,9

Die Kaufpläne für Weihnachtsgeschenke

Basis: Österr. Bevölkerung insgesamt



%



*) 1998 nicht erhoben

**) 1998 und 1999 nicht erhoben

Die Wichtigkeit des Schenkens zu Weihnachten

FRAGE:

Wird in Ihrer Familie der Brauch des Schenkens zu Weihnachten heuer wichtiger oder weniger wichtig genommen als in den letzten Jahren?

FRAGE:

Warum wird das Schenken in Ihrer Familie heuer weniger wichtig genommen? Sagen Sie mir das bitte nach dieser Liste.

	Österreichische Bevölkerung insg.		
	Nov. 1999	Nov. 2000	Diff.
Der Brauch des Schenkens wird heuer gegenüber den letzten Jahren -			
Wichtiger genommen	5	7	+2
Weniger wichtig genommen	15	16	+1
Gleich wichtig genommen	68	67	-1
Kann nicht sagen	12	10	-2
	100	100	

	Personen, die das Schenken weniger wichtig nehmen		
	Nov. 1999 (15%=100%)	Nov. 2000 (16%=100%)	Diff.
Gründe, warum das Schenken weniger wichtig genommen wird -			
Man will den Konsumzwang bzw. den Zwang zum Schenken nicht mehr mitmachen	39	36	-3
Die Situation in der Familie hat sich geändert	28	27	-1
Es wird nichts gebraucht, was man schenken könnte	22	22	+0
Es sollen wieder mehr die religiösen Aspekte des Weihnachtsfestes im Vordergrund stehen	10	18	+8
Das Geld wird für andere Dinge gespart	20	14	-6
Es steht heuer weniger Geld zur Verfügung	18	11	-7
	137	128	