

**Weihnachtsgeschäft trotz der
angespannten Wirtschaftslage:
Hohes Umsatzniveau wie im
Vorjahr zu erwarten**

15/12

SPECTRA-AKTUELL

SPECTRA

SPECTRA MarktforschungsgesmbH, 4020 Linz, Brucknerstraße 3-5
Tel.: +43/732/6901-0, Fax: +43/732/6901-4,
e-mail: office@spectra.at, www.spectra.at

WEIHNACHTSGESCHÄFT TROTZT DER ANGESpanNTEN WIRTSCHAFTSLAGE: HOHES UMSATZNIVEAU WIE IM VORJAHR ZU ERWARTEN

Die Österreicher beabsichtigen heuer bei den Weihnachtsgeschenken ähnlich tief in die Tasche zu greifen wie im Vorjahr: Im Durchschnitt plant jeder Haushalt seine Weihnachtsausgaben mit € 451,-- (2011: € 447,--). Somit sollten 2012 wieder rund 1,5 Milliarden Euro über die Ladentische wandern. Das erfreuliche Ergebnis von 2011 scheint damit wieder in Reichweite. Und das, obwohl die allgemeinen Konsum- und Wirtschaftsindikatoren ein recht bescheidenes klimatisches Bild zeichnen.

Der spezielle weihnachtliche Stimmungsindikator signalisiert aber wie jedes Jahr eine hohe emotionale Hinwendung zum Weihnachtsfest. Die Vorfreude auf Weihnachten ist groß! Und ein Teil der Bevölkerung hat schon mit den Weihnachtseinkäufen begonnen (17%). Interessant ist in diesem Zusammenhang aber, dass sich der Trend zum frühen Beginn mit den Weihnachtseinkäufen in den letzten 10-15 Jahren doch deutlich abgeschwächt hat. In den späten 90er-Jahren waren es immerhin um die 30%, die schon im November die Geschäfte stürmten. Davon sind wir heute doch recht weit entfernt. Ist das womöglich auch der Grund, warum am sehr frühen ersten Einkaufssamstag der Run auf die Geschäfte ausblieb?

Summa summarum jedenfalls planen die Österreicher 2012 ähnlich tief in die Tasche zu greifen wie schon 2011. Wenn es nach den derzeit geäußerten Absichten der Bevölkerung geht, wird der Wert der Weihnachtsgeschenke pro

Haushalt heuer mit € 451,-- praktisch gleich hoch sein wie im Vorjahr. In Summe wäre dann das heurige Weihnachtsgeschäft ähnlich wie letztes Jahr wieder knapp 1,5 Milliarden schwer (1,488 Milliarden Euro).

Die Aussichten auf ein ähnliches Ergebnis wie im Vorjahr werden den Handel freuen, zumal sich man sich im letzten Jahr über das Weihnachtsgeschäft sehr positiv geäußert hatte.

Die Frage, die sich in den letzten Jahren bei der Einschätzung des Weihnachtsgeschäftes wiederholt stellt, ist die Kongruenz mit den allgemeinen Konsum- und Wirtschaftsindikatoren. Einmal mehr sieht es danach aus, als würde die Weihnachtszeit die Zeichen dieser Indikatoren ignorieren.

Denn der Wirtschaftsoptimismus ist im Keller. Nur 9% der Bevölkerung glauben derzeit (genauso wie vor einem Jahr) an eine positive

Entwicklung der Wirtschaft. Hoffen lässt allerdings, dass sich die private Konsumstimmung wiederum als vergleichsweise resistent gegenüber der negativen Stimmungsspirale erweist. Die Ausgabefreudigkeit der Österreicher („gehe in letzter Zeit nicht sparsamer mit meinem Geld um“) ist zwar tendenziell etwas geringer geworden, liegt aber nach wie vor auf einem recht ansprechenden Niveau (21% gegenüber 23% im Vergleichszeitraum 2011). Ändert sich nichts Gravierendes an dieser positiven Konsumstimmung, sollte auch beim Weihnachtsgeschäft „alles drinnen“ sein.

Den größten Anteil am Weihnachtskuchen werden wieder die Bekleidungs-, Spielzeug- und die Kosmetik-/Körperpflegebranche ergattern können. 33% wollen Bekleidung schenken. 31% planen Spielzeug zu schenken (2011: 27%). Und 25% haben Geschenke im Bereich Körperpflege und Kosmetik im Auge.

Darüber hinaus stehen einmal mehr, und im Grunde unverändert gegenüber dem Vorjahr, Bargeld (19%), Sport- und Freizeitartikel (15%), Schmuck/Uhren (16%), Unterhaltungselektronik (13%) sowie Selbstgemachtes wie Bilder, Basteleien, Gebackenes, etc. (14%) auf der Einkaufsliste des Christkinds.

Viele der Geschenke werden in Form von Gutscheinen unter dem Christbaum liegen. 28% werden zum Schenken (auch) Gutscheine verwenden. Bedenkt man, dass außerdem 19% der Bevölkerung Bargeld schenken werden,

wird einmal mehr deutlich, welche Bedeutung für den Handel gerade auch die „Zeit danach“ hat.

Erstmals eine Stagnation zeigt die in den letzten Jahren rasante Entwicklung des Online-Einkaufs: wie im Vorjahr wird jeder fünfte Weihnachtseinkäufer Geschenke übers Internet besorgen.

Fazit: Aus heutiger Sicht darf der Handel dem Weihnachtsgeschäft einmal mehr sehr positiv entgegen blicken. Geschuldet ist dieser erfreu-

liche Ausblick dem nach wie vor recht stabilen privaten Konsumklima.

Erhebungscharakteristik

Stichprobe:

n=1.000 Personen, repräsentativ für die österr. Bevölkerung ab 15 Jahre

Methodik:

Quotaverfahren, persönliche Interviews (face-to-face)

Umfrage: MTU-12082

Feldzeit: November 2012

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

Für den Inhalt verantwortlich:

SPECTRA MarktforschungsgesmbH, Brucknerstraße 3-5, 4020 Linz,
Tel.: 0732/6901, Fax: 0732/6901-4, e-mail: office@spectra.at, www.spectra.at

Dieser Newsletter dient zur Information über Ergebnisse aus aktuell durchgeführten Studien – Eigenvervielfältigung
Soweit in diesem Newsletter personenbezogene Ausdrücke verwendet werden, umfassen diese Frauen und Männer gleichermaßen.

Vorfeld von Weihnachten

Basis: Österr. Bevölkerung insgesamt

	Nov. 1996	Nov. 1997	Nov. 1998	Nov. 1999	Nov. 2000	Nov. 2001	Nov. 2002	Nov. 2003	Nov. 2004	Nov. 2005	Nov. 2006	Nov. 2007	Nov. 2008	Nov. 2009	Nov. 2010	Nov. 2011	Nov. 2012	Diff.
Es freuen sich auf Weihnachten -	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Sehr	42	42	45	42	45	42	39	41	38	41	41	41	39	42	41	38	35	-3
Etwas	44	46	42	45	43	45	44	45	48	46	47	45	46	43	46	47	49	+2
Gar nicht	14	12	13	13	12	13	17	14	14	13	12	14	15	15	13	15	16	+1
	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	

Es haben schon mit den Weihnachtseinkäufen -

Begonnen	29	30	31	33	27	30	23	23	26	24	21	20	18	20	19	19	17	-2
Nicht begonnen	71	70	69	67	73	70	77	77	74	76	79	80	82	80	81	81	83	+2
	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	

Die Weihnachtsgeschenke

Basis: Österr. Bevölkerung insgesamt

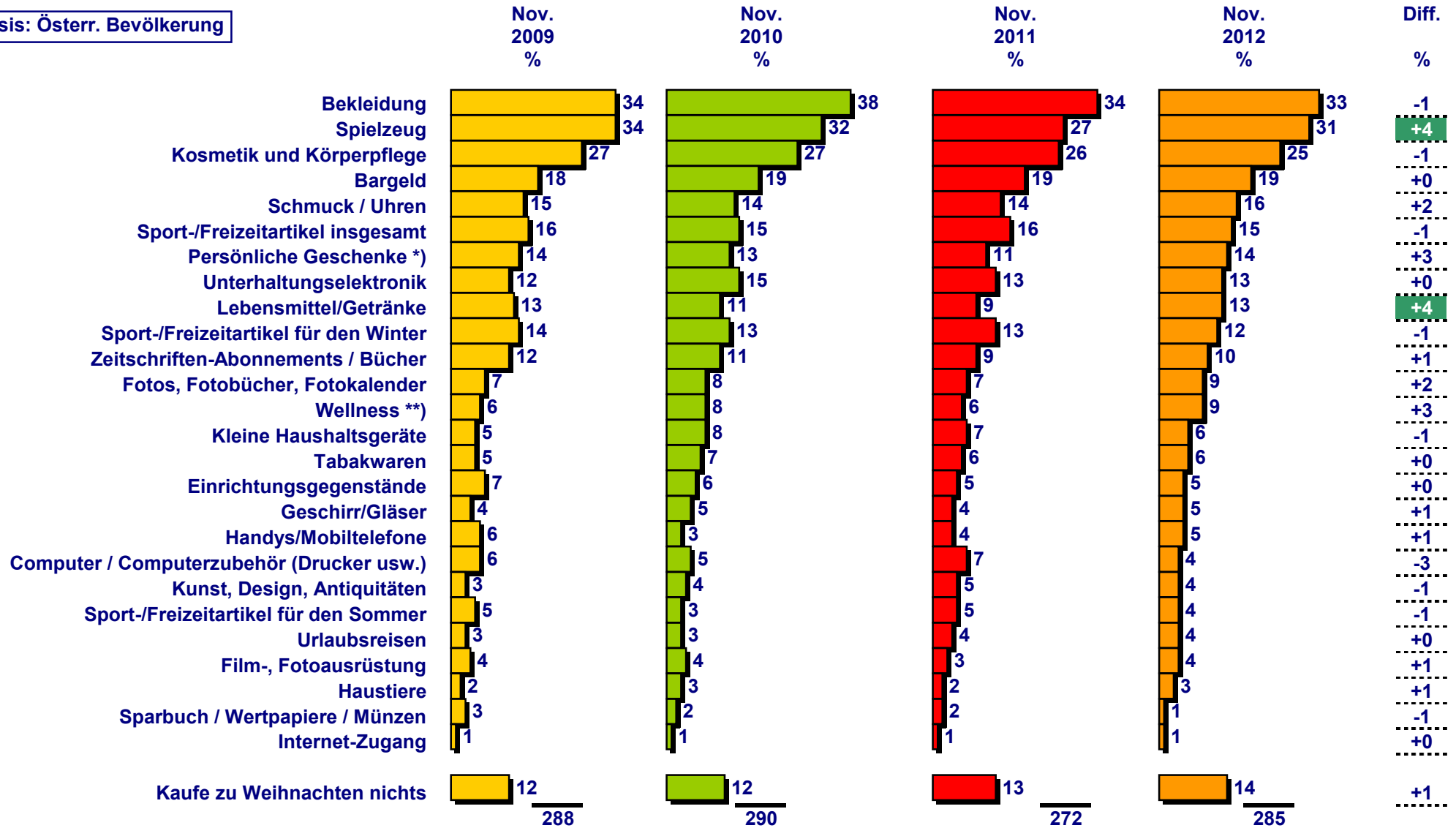
Im Vergleich zum Vorjahr werden dieses Jahr für Weihnachtsgeschenke ausgeben -	Nov. 1996	Nov. 1997	Nov. 1998	Nov. 1999	Nov. 2000	Nov. 2001	Nov. 2002	Nov. 2003	Nov. 2004	Nov. 2005	Nov. 2006	Nov. 2007	Nov. 2008	Nov. 2009	Nov. 2010	Nov. 2011	Nov. 2012	Diff.	
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	
Mehr	11	10	11	11	12	12	11	10	11	10	10	11	8	8	14	10	9	-1	
Gleich viel	65	61	62	67	66	65	60	65	62	63	68	63	63	65	66	68	66	-2	
Weniger	24	29	27	22	22	23	29	25	27	27	22	26	29	27	20	22	25	+3	
	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100		
	in S	in S	in S	in S	in S	in S	in €	in €	in €	in €	in €	in €	in €	in €	in €	in €	in €	in €	Diff. absolut
Die durchschnittlichen Ausgaben pro Haushalt -	6.400	5.700	5.300	5.300	5.900	6.100	421	428	459	465	483	481	424	448	439	447	451	+4	
Gesamtausgaben in Mrd.	19 ^{*)}	17,5 ^{*)}	16,4 ^{*)}	16,4 ^{*)}	18,3 ^{*)}	18,9 ^{*)}	1,389 ^{**)}	1,412 ^{**)}	1,515 ^{**)}	1,535 ^{**)}	1,594 ^{**)}	1,587 ^{**)}	1,400 ^{**)}	1,478 ^{**)}	1,449 ^{**)}	1,475 ^{**)}	1,488 ^{**)}	+0,013	

^{*)} Hochrechnung auf Basis Volkszählung 1991: 3.1 Mio Haushalte

^{**)} Hochrechnung auf Basis Volkszählung 2001: 3.3 Mio Haushalte

Die Pläne für Weihnachtsgeschenke

Basis: Österr. Bevölkerung

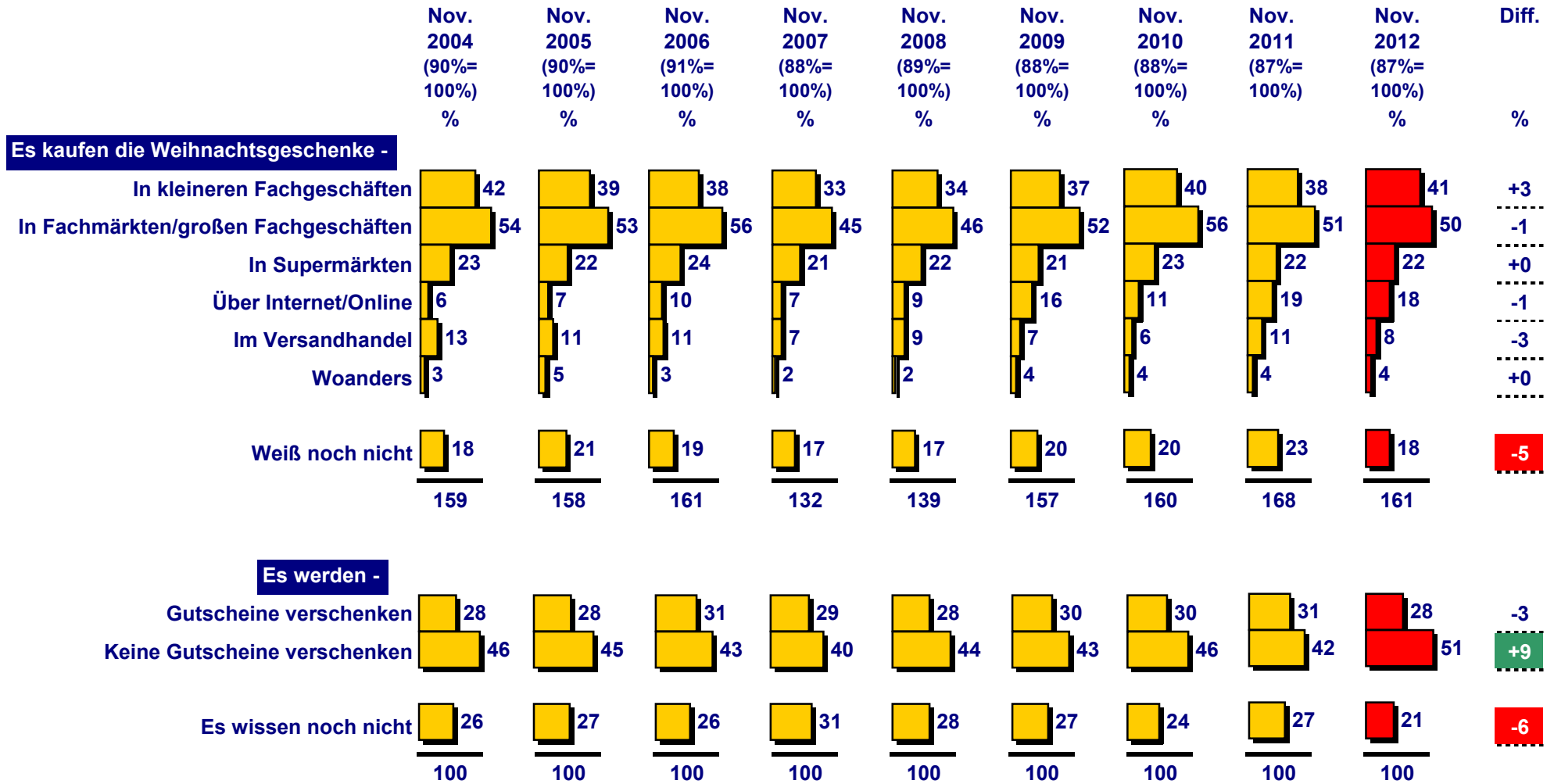


*) Selbstgemalte Bilder, Basteleien, selbst Gebackenes/Gekochtes/Eingemachtes usw.

**) Aufenthalt in Hotel oder Therme, Mitgliedschaft/Karten für Wellness- und Fitnessstudio usw.

Die Einkaufsquellen/der Gutscheinkauf

Basis: Befragte, die etwas zu Weihnachten kaufen



Die Wirtschaftsindikatoren

Basis: Österreichische Bevölkerung insgesamt

