



Ein Run, der zügig weiterläuft: Black Friday spült Jahr für Jahr mehr Geld in die Kassen auch der heimischen Retailer.

# Patt im Xmas-Match

Die neue Shoppinginstanz für Online-Xmas-Einkäufe heißt Black Friday. Stationär hält Maria Empfängnis dagegen.

WIEN. Modeströmungen aus den USA erreichen Österreich manchmal nur, um hier zu verebben. Das Halloweengetöse ist hierzulande trotz vieler Hyperversuche halbherzig – und ebenso war die Skepsis in Sachen Black Friday groß. Das aber offenbar zu Unrecht: Laut Erhebung der Wirtschaftsauskunftei CRIF Österreich kristallisiert sich der aus den USA stammende Black Friday hierzulande

immer mehr zum wichtigsten Einkaufstag im Online-Handel heraus.

## Auch stationär top

Auch schwappt er bereits auf den stationären Handel über, speziell in den Einkaufszentren. Neben Flaggschiffen wie der SCS in Vösendorf profitierten heuer auch kleinere Formate wie die Rosenarcade Tulln. Deren Centermanagerin Katharina

Gfrerer vermeldete bezüglich ihrer Black Friday-Aktionen, dass man „voll ins Schwarze“ getroffen hätte – was letztlich in einer Umsatzsteigerung zum Vorjahr um 70% resultierte.

In der Rückblende von CRIF Österreich wirkt die diesjährige Black Friday-Dimension gleichsam spektakulär: Er habe alle Rekorde gebrochen – was bei einer Wirtschaftsauskunftei dann konkret bedeutet, dass es vier

Mal so viele Bonitätsabfragen seitens der Onlineshops gab wie an „normalen“ Freitagen.

„Anhand der Abfragemengen jener Unternehmen, die die Risikomanagement-Lösungen von CRIF im Rahmen des Bestellprozesses zur Identifikation von Käufern und zur Vermeidung von Betrug und Zahlungsausfall nutzen, können auch die Kaufaktivitäten im Online-Handel gemessen werden“, erklärt entsprechend Boris Recsey, Geschäftsführer von CRIF Österreich. „Demnach war der Black Friday der erfolgreichste Online-Shoppingtag des Jahres mit enormen Zuwachsraten, verglichen mit den Vorjahren.“

## Schwacher Feiertag?

Vergleichsweise schwach performte dann der Einkaufs-Feiertag Maria Empfängnis: Zwar gab es um 47% mehr Abfragen als an einem normalen Freitag, allerdings haben sowohl Cyber Monday als auch Black Friday den Marienfeiertag in seiner Bedeutung als Einkaufstag überholt. Insgesamt gab es am Black Friday um 109% mehr Abfragen als am Cyber Monday und um 172% mehr als an Maria Empfängnis. Allerdings: Im stationären Handel lief der Marienfeiertag diesmal sehr rund. (red)

## PlusCitys starkes Weekend

Großzügiges Christkind am 2. Einkaufssamstag.

LINZ. Der zweite Einkaufssamstag verlief aus der Perspektive der Linzer PlusCity überaus erfreulich: „Mehr als 50.000 Besucher stürmten die PlusCity. Das führte zu Spitzenumsätzen in unseren Shops“, berichtet der Direktor des Einkaufszentrums, Ernst Kirchmayr. Er führt aus: „Trotz des Riesenandrangs zeigte sich wieder, dass unsere Investitionen in neue Zu- und

Abfahrten, Straßenbahnanbindung inkl. Terminal und Parkhäuser absolut richtig waren: Es gab keine nennenswerten Verkehrsprobleme.“

Diesmal wurde über alle Branchen hinweg so richtig gekauft. Im Ranking der Geschäfte an erster Stelle liegen Textil und Schuhe, gefolgt von Parfümerien sowie Büchern, Technik und Spielwaren. (red)



Ernst Kirchmayr, Direktor der PlusCity, freut sich über 50.000 Besucher.