

Oh du Sale-ige“, tönt es bei so manchem Händler wohl dieser Tage. Ist die (post)weihnachtliche Rabattschlacht doch in vollem Gange, wie der Blick in die heimischen Shoppingcenter und Einkaufsstrassen beweist. Nicht zuletzt der immer früher startende Abverkauf – ein kleiner Blick in die Vergangenheit zeigt, dass die gesetzlich fix verankerten Abverkaufszeiten seit 26 Jahren Geschichte sind – ist für den heimischen Handel ein enorm wichtiger Umsatzbringer. Gar „Zehn bis 15 Prozent des gesamten Weihnachtsgeschäfts entfallen mittlerweile auf die Zeit zwischen Weihnachten und Neujahr“, so Roman Seeliger, stv. Geschäftsführer der Bundessparte Handel in der WKO. Also dann, wann der Abverkauf quasi in voller Blüte steht. Gern eingelöst werden hier Geschenkgutscheine; auch die vielfach vor Weihnachten angebotenen Rabattaktionen sorgen für Frequenz und Umsatz. Ertragsbringer sind sie für die Händler naturgemäß aber nur bedingt.

94 Prozent stationärer Umsatz
Bei der bisherigen Zwischenbilanz inklusive drittem Adventsamstag schlägt sich der stationäre Handel jedenfalls gut: „Rund 94 Prozent des gesamten Weihnachtsgeschäfts im österreichischen Einzelhandel werden in stationären Ladengeschäften erwirtschaftet, rund sechs Prozent in Online-Shops von Einzelhandelsunternehmen mit Sitz in Österreich“, weiß Seeliger.

Der heimische Onlinehandel verzeichnet dabei ein erkleckliches Plus. So gibt es einen Zuwachs von 7% auf in Summe rund 107 Mio. €; vor allem die 15- bis 39-Jährigen zeigen sich bei ihren Weihnachtseinkäufen

onlineaffin, so die WKO. Bestätigen die endgültigen Zahlen diese Bilanz, wäre das trotzdem erstmals seit 2010 wieder ein größeres Plus für den stationären Handel als im Netz. Insgesamt werden 1,5% Zuwachs erwartet.

Stichwort stationär: In den Städten zeichnet sich außerdem der Trend zum möglichst späten Weihnachtseinkauf ab, wie Katharina Gfrerer, Center Managerin u.a. des Stadion Centers, bestätigen kann: „Wir sind mit dem Weihnachtsgeschäft 2017 im Stadion Center sehr zufrieden. Die höchsten Besucherzuwächse – nämlich plus zwölf Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum – konnten wir in der Woche vor dem Heiligen Abend verzeichnen. Dies bestätigt den Trend der sogenannten Late Shopper im urbanen Raum. Bei den Gutscheinen wurde im November und Dezember ein Plus von vier Prozent erzielt.“ (Interessantes Fakt: In Wien konnten Gutscheine heuer erstmals die Top-Platzierung bei den Geschenken erobern.) Die beiden niederösterreichischen ‚Schwestern‘ des Stadion Centers, Rosenarcade Tulln und City Center Amstetten, seien dagegen vergleichsweise früh dran: „Hier war die Woche vor dem dritten Adventsamstag am frequenzstärksten“, so Gfrerer.

Top: Sportwaren und Schuhe
Verkaufsschlager waren dieses Jahr Spielwaren, Bücher, Bekleidung und Parfümerieartikel, „starke Zuwächse von bis zu sieben Prozent im Vergleich zum Vorjahr gab es bei Schuhen, Sportartikeln, Lebensmitteln und Elektrogeräten“, sagt Rainer Will, Geschäftsführer des Handelsverbands. „Was das Weihnachtsgeschäft 2017 betrifft, haben wir von unseren Händlern durchwegs positive Rückmeldungen erhalten, teil-

weise wurden um 40 Prozent höhere Umsätze erzielt als im Vorjahr; insbesondere der Online-Handel hat stark performt“, so Will weiter. Dem österreichischen Sportartikelhändler Hervis etwa kam vor allem der kalte Dezember mit frühem Schneefall zugute: „Das hat den Bereich Skitouren, Skischuhe und Kleidung besonders angekurbelt“, meint Alfred Eichblatt, Hervis-Geschäftsführer.

Funktionskleidung und Schuhe von renommierten Marken wie Goretex zählen laut Hervis auf jeden Fall zu den gefragtesten Produkten, die im Vorweihnachtsgeschäft über den Ladentisch wanderten. High Tech-Goodies wie Smartwatches oder – klassischer – Pulsmesser sind ebenfalls beliebte Präsente.



© StadionCenter/Fuchsluger

“

„Im urbanen Raum geht der Trend zu den sogenannten Late Shoppers.“

Katharina Gfrerer
Stadion Center

“



© W. Streitfelder/Oesterreichische Post AG

Noch mehr Zahlen

Wiener Wirtschaft

Rainer Trefelik, Obmann der Sparte Handel Wirtschaftskammer Wien, bremst die Erwartungen ein wenig: „Wir können zufrieden sein, wenn wir das Vorjahresergebnis erreichen.“ 345 Mio. € Umsatz wurden 2016 erzielt. Durchschnittlich 350 € geben Wiener übrigens für Geschenke aus, 42% investieren in Gutscheine.

Packerflut

„Derzeit werden täglich rund 500.000 Pakete zugestellt, das Wachstum im Bereich Paket ist heuer gut zweistellig“, so Post-Generaldirektor Georg Pözl im Kurier-Gespräch. 182 Mio. Pakete wurden 2016 in Österreich an Firmen und Private zugestellt, 2017 dürfte die 200-Mio.-Marke wohl erreicht worden sein.