



© APA/Florian Wieser

### Prognose

Die einzelhandelsrelevanten Ausgaben der Österreicher sind gestiegen – aber nur, wenn man die Inflation außer Acht lässt. Deutliche Rückgänge verzeichnen Lebensmittel- und Möbelhändler.

# Wo der Sparstift angesetzt wird

Die Haushaltsausgaben sinken 2022 gemäß Prognose real um 0,3 Prozent; auch der E-Commerce wächst nur selektiv.

WIEN. Wenngleich sich die Bevölkerung nicht mehr leistet als 2021, steigen die einzelhandelsrelevanten Haushaltsausgaben heuer gegenüber dem Vorjahr nominal um fünf Prozent auf 73,5 Mrd. € (2021: 70 Mrd.) – inflationsbereinigt bedeutet dies einen tatsächlichen Rückgang der Ausgaben von 0,3%. Das zeigt die neue Studie „Österreichs Handel in Zahlen“ des Beraternetzwerks Kreutzer Fischer & Partner und dem Handelsverband. Deutliche Rückgänge bei den Ausgaben zeigen sich gemäß Prognose bei Lebensmitteln (real -5,8%), Einrichtungsgegenständen (-3,5%) sowie Elektrogeräten (-2,9%).

„Wegen der hohen Inflation sehen sich immer mehr Haushalte gezwungen, bei den Einkäufen zu sparen. Pandemiebedingte Nachholeffekte haben

sich leider als Strohfeuer herausgestellt. Von einer Rückkehr zum Konsumverhalten wie vor Corona kann keine Rede sein, vielmehr schmilzt die Kaufkraft der Menschen rapide“, erklärt HV-Geschäftsführer Rainer Will die zentralen Ergebnisse der Studie.

### LEH spürt den Gastro-Effekt

Für die ungewöhnlich kräftige Kontraktion bei Lebensmitteln sieht Studienautor Andreas Kreutzer von Kreutzer Fischer & Partner im Wesentlichen zwei Gründe: „Erstens wurde die Gastronomie im heurigen Jahr – im Gegensatz zu 2021 – nicht mehr in einen Lockdown geschickt, sodass die Bevölkerung wieder mehr außer Haus konsumieren kann. Zweitens kaufen die Haushalte speziell beim täglichen

Einkauf infolge der Teuerung verstärkt Handelsmarken in der Preiseinstiegsphase.“

Eine signifikant wachsende Nachfrage erwartet Kreutzer lediglich bei Produkten für Health Care, Körperpflege und Kosmetik sowie bei Mode- und Sportartikeln – wobei diese in den Pandemie Jahren 2020 und 2021 besonders stark von den 152 Lockdown-Tagen betroffen waren. Preisbereinigt erhöhen sich die Ausgaben für Mode um rund 17%, für Sportartikel um zwölf Prozent und für Health Care, Körperpflege und Kosmetik um knapp drei Prozent gegenüber dem Vorjahr.

**Trendwende bei Onlinequote**  
Der Onlinehandel – Wachstumskaiser der letzten 15 Jahre – wächst im Jahr 2022 aus heu-

tiger Sicht nur noch in wenigen Warengruppen; alles in allem sinkt die Onlinequote erstmals seit mehr als einem Jahrzehnt im Bereich der einzelhandelsrelevanten Ausgaben von 11,9% im Jahr 2021 auf 11,6%. Substantielle Anteilsgewinne gibt es hier lediglich im Bereich Health Care, Körperpflege und Kosmetik, ein moderates Plus bei Elektrogeräten & IT und Druckwerken.

Rückläufig entwickelt sich der E-Commerce insbesondere bei Mode- und Sportartikeln. So fällt beispielsweise die Onlinequote im Bekleidungsbereich von 30% auf 25% und bei Sportartikeln von 18% auf 16%. Für Letzteres ist im Wesentlichen die enorm hohe Nachfrage nach E-Bikes verantwortlich, die aufgrund des hohen Beratungsbedarfs überdurchschnittlich oft im stationären Handel erworben werden. (red)

## Zur Studie

### Gesamtjahresprognose 2022

Vom Beraternetzwerk Kreutzer Fischer & Partner exklusiv für den Handelsverband erstellt, stützt sich „Österreichs Handel in Zahlen“ auf das Branchenradar-Studienprogramm 2022 und andere öffentlich zugängliche Marktstatistiken und Erhebungen von Statistik Austria.