

**Weihnachten**

Für 2022 dürfte das Weihnachtsgeschäft durch die Krisen klar eingetrübt verlaufen; 38% der Konsumenten wollen fürs Fest diesmal weniger ausgeben.

Das Christkind ist heuer auf Sparkurs

Deloitte hat im Christmas Survey 500 Konsumenten über ihre Weihnachtsausgaben 2022 befragt.

WIEN. Weihnachten steht vor der Tür, aber das Christkind drückt diesmal leicht der Schuh. Die aktuelle Inflation und die explodierenden Energiepreise werden nicht spurlos am vorweihnachtlichen Käuferlebnis vorbeigehen. Das legt jedenfalls der aktuelle Christmas Survey des Beraterunternehmens Deloitte nahe, zu dem 500 heimische Konsumenten befragt wurden.

Ambivalentes Weihnachtsbild

Im Hinblick auf die diesjährige Weihnachtszeit bedeuten Kriegsfolgen und Teuerungswelle für viele Österreicher vor allem eines: Sparen. „Bei der Weihnachtsstimmung der Österreicherinnen und Österreicher zeigt sich heuer ein gespaltenes Bild. Während sich die eine Hälfte die Vorfreude auf das Fest trotz der zahlreichen Krisen nicht nehmen lässt, ist die Stimmung bei der anderen Hälfte deutlich getrübt. Das hat

unmittelbare Auswirkungen auf die Kaufkraft und gibt der Wirtschaft in diesen Krisentagen einen zusätzlichen Dämpfer“, betont Harald Breit, CEO von Deloitte Österreich.

Sparen an den Feiertagen

Dabei hat mehr als die Hälfte der Befragten in diesem Jahr nicht mal ein geschrumpftes Weihnachtsgeschenkbudget – dennoch planen 38% der Konsumenten heuer weniger Geld für Geschenke ein.

Konkret haben sich die meisten ein Geschenkbudget zwischen 100 und 350 € gesetzt. Und auch an den Weihnachtsfeiertagen selbst wollen 34% weniger als im Vorjahr ausgeben. Die Gründe: Neben der hohen Inflation (56%) beeinflussen vor allem die explodierenden Energiepreise (48%), aber auch die Veränderung der familiären finanziellen Situation (23%) sowie des persönlichen Einkommens (21%) die Weihnachtsausgaben. „Die Teu-

erung bereitet der Bevölkerung große Sorgen, viele Menschen müssen ihre Konsumausgaben drastisch einschränken – auch über Weihnachten. Den Handel, der aktuell ebenfalls mit den steigenden Energiekosten zu

kämpfen hat, trifft das hart“, warnt Orsolya Hegedüs, Partnerin bei Deloitte Österreich.

Trotz aller Widrigkeiten will die Mehrheit der Bevölkerung nicht völlig auf das Weihnachtsshopping verzichten. Eingekauft wird mehrheitlich im stationären Handel (47%), aber auch Online-Shopping ist hoch im Kurs. 30% kaufen ihre Weihnachtsgeschenke bei reinen Online-Händlern wie Amazon oder Zalando, elf Prozent greifen auf die Online-Shops von stationären Händlern zurück. Der Startschuss für das Weihnachtsgeschäft fällt für die Mehrheit der Bevölkerung (39%) im November, das passende Stichwort dazu lautet auf Black Friday. (red)



© Deloitte/feelimage

„Während sich die eine Hälfte die Vorfreude auf das Fest trotz der zahlreichen Krisen nicht nehmen lässt, ist die Stimmung bei der anderen Hälfte deutlich getrübt.“

Harald Breit
Deloitte Österreich