



Im Zentrum

Der stationäre Handel (im Bild das Donauzentrum) erlebt einen Aufschwung: Mehr als acht von zehn Käufern (84%) wollen die Weihnachtseinkäufe heuer wieder lieber im stationären Handel erledigen.

Christkind setzt auf Gutscheine

Laut einer aktuellen Westfield-Weihnachtsstudie sind Gutscheine das Maß des Shoppens für Weihnachten.

WIEN/VÖSENDORF. Laut einer Umfrage des Markt- und Meinungsforschungsinstituts Integral (Onlinebefragung, 1.000 Befragte, im Auftrag von Westfield) schenken die Österreicher zu Weihnachten besonders gerne Gutscheine, nämlich zu 43%. Mit einigem Abstand dahinter kommen Spielzeuge (30%), Bücher (27%) und auf Rang vier Bargeld (22%). Während Frauen beim Schenken deutlich öfter als Männer an Deko-Artikel, Spielwaren, Kosmetika, Parfüm sowie Bücher denken, verschenken Männer gerne Sport- und Freizeitausrüstung.

Vorlieben beim Schenken

Unterschiede gibt es auch zwischen den Altersgruppen: Während Gutscheine in allen Altersgruppen die Spitzenposition einnehmen, liegen auf Rang zwei bei den jungen Käufern (16–29 Jahre) Sport und Freizeitausrüstung, bei den 30- bis

49-Jährigen Spielwaren und bei der ältesten Generation (50–75 Jahre) Bargeld. Beschenkt werden vor allem Familienmitglieder, insbesondere die Ehe- oder Lebenspartner sowie Kinder. Mehr als jeder Dritte (37%) will auch Freunde beschenken, jeder Fünfte (22%) sich selbst etwas gönnen.

Trend zum Gutscheine

Passend zur Gutscheine-Affinität der Bevölkerung setzen die beiden Einkaufszentren SCS und Donauzentrum auf die hauseigene Westfield Gutscheinkarte. Bis 27. November 2022 gibt es im Zuge der Weihnachtsaktion fünf Prozent Rabatt bei einem Onlineeinkauf im Webshop und einem Einkaufswert von mindestens 50 €. Zur Wahl stehen mehr als über 450 Marken in beiden Centern.

14% der Käufer planen übrigens ihre Weihnachtsgeschenke früher als in den Jahren vor Aus-

bruch der Corona-Pandemie; die 16–29-Jährigen lassen sich mit dem Weihnachtssopping tendenziell länger Zeit. Im Schnitt liegt das geplante Budget heuer bei rd. 320 €.

Stationär ist gefragt

Mehr als acht von zehn Weihnachtsschoppern (84%) wollen die Weihnachtseinkäufe heuer lieber im stationären Handel erledigen, knapp sechs von zehn wollen auch online einkaufen. Jeder Fünfte (21%) plant häufiger in Geschäften einkaufen zu wollen. Shoppen im stationären Handel punktet gegenüber dem Einkauf im Online-Shop vor allem durch Erlebnis – die Möglichkeit, das Produkt vor Ort anzusehen, anzufassen und

ausprobieren zu können. Für mehr als ein Viertel der Konsumenten spricht die persönliche Beratung für den Kauf vor Ort.

Treiber für die Präferenz von Einkaufszentren sind laut Studie die kurzen Wege zwischen den Geschäften, die höhere Produkt- und Markenvielfalt unter einem Dach sowie die Witterungsunabhängigkeit. Besonders die jüngere Generation sowie Familien mit Kindern bevorzugen für das Weihnachtssopping tendenziell die Einkaufszentren. Das Thema Nachhaltigkeit und das Bewusstsein für einen ressourcenschonenden Umgang scheint ebenfalls beim Thema Weihnachtssopping angekommen. 41% der Befragten sagen, dass sie zumindest meistens darauf achten, ihre Geschenke in Geschäften zu kaufen, die Wert auf Nachhaltigkeit legen.

Auch dieser Entwicklung tragen die beiden Westfield Center Rechnung – und erweitern laufend ihre Nachhaltigkeits- und Energiesparmaßnahmen, etwa in Form von Reduzierung der Beleuchtung, Photovoltaikanlagen, Thermischer Sanierung oder Müllvermeidungskonzepten.

