

DEUTSCHLAND

*Weniger Erlös
im Einzelhandel*

WIESBADEN. Deutschlands Einzelhändler haben laut Statistischem Bundesamt im Oktober (real) gegenüber dem Vormonat um 2,8% weniger umgesetzt. Einschließlich Preiserhöhungen war es ein Minus von 1,7%. Im Vergleich zum Vorjahresmonat Oktober 2021 verzeichnete der Einzelhandel indes ein reales Umsatzminus von fünf Prozent.

ENGAGIERT

*dm-Festessen für
Armutsbetroffene*

SALZBURG/WALS. Für jene, die an der Armutsgrenze leben, organisiert dm drogerie markt auch heuer wieder Bio-Festessen in 30 Wärmestuben und Not-schlafstellen. „Da wir die Notwendigkeit in unserer unmittelbaren Umgebung sehen, verdoppeln wir unsere Unterstützung dieses Jahr und richten gemeinsam mit Bio Austria und den sozialen Einrichtungen Festessen für 2.000 statt für 1.000 Menschen aus“, sagt dazu dm-Geschäftsführer Harald Bauer.

dm spendet für die Festessen Zutaten aus dem eigenen Bio-Sortiment sowie Dekoration. Frische Zutaten wie Fleisch und Gemüse werden zugekauft. (red)

**Festtagsvorbereitung**

Susanne Maier (GF Bio Austria), Harald Bauer (GF dm) und Johannes Dines (Direktor Caritas Salzburg, v.l.).

Luxusgütermarkt brummt

Laut einer aktuellen Deloitte-Studie ist die Luxusbranche weltweit auf Wachstumskurs – und knackt das Vorkrisenniveau.



© APX/AFP/Guillaume Souvart

Die zehn größten Unternehmen in Sachen Luxusgüter stehen für nahezu 85% des Nettogewinns der Top 100.

WIEN. Die großen Luxusgüterunternehmen sind auf Wachstum getrimmt – das legt eine Branchenanalyse des Beratungsunternehmens Deloitte nahe. Der Markt hat sich augenscheinlich von den Herausforderungen der vergangenen Jahre erholt und auf Vorkrisenniveau eingependelt. Während im Geschäftsjahr 2019, vor Covid, der Umsatz bei 281 Mrd. USD (269 Mrd. €) lag, konnten die 100 global führenden Luxusgüterunter-

nehmen 2021 einen Gesamtumsatz von 305 Mrd. USD (292 Mrd. €) erwirtschaften.

Frankreich gibt den Ton an

Angeführt wird der Markt in bewährter Weise von französischen Konzernen. China ist allerdings auf Aufholjagd und bereits mit zwei Unternehmen in den Top Ten vertreten. Bei allem Gewinnstreben rückt in der Branche vor allem ein Thema in den Fokus: Nachhaltigkeit.

„Allen Krisen zum Trotz kann der globale Luxusgütermarkt auf ein erfolgreiches Geschäftsjahr zurückblicken. Die Unternehmen befinden sich auf Wachstumskurs: 73 der 100 von uns gelisteten Luxuskonzerne verzeichnen 2021 ein Umsatzplus. Insgesamt konnte damit im Vergleich zum Vorjahr ein Anstieg von 21,5 Prozent erzielt werden“, erklärt Orsolya Hegedüs, Partnerin bei Deloitte Österreich. (red)

Wirtschaftsfaktor Nikolo

Wiener geben für den Nikolotag rund 40 Euro aus.

WIEN. Für den Wiener Handel ist der Nikolotag am 6. Dezember ein wichtiger Wirtschaftsfaktor. Laut KMU Forschung Austria wollen acht von zehn Wiener Familien mit Kindern unter zehn Jahren den Nikolaus feiern.

„Die Wiener empfinden den Nikolotag als schöne Gelegenheit, den Liebsten kleine Präsente zu überreichen. Jene, die ein Geschenksackerl besorgen, geben

durchschnittlich 40 Euro dafür aus“, so Margarete Gumprecht, Obfrau der Sparte Handel der Wirtschaftskammer Wien. Am häufigsten werden die eigenen Kinder (38%) und der Partner (35%) beschenkt. Lediglich 22% der Wiener geben an, niemanden zu beschenken. Der Nikolo bringt gern Schokolade und Süßigkeiten (75%); jeder Vierte verschenkt Spielwaren. (red/APA)



© Florian Wieser