

**Pressekontakt**      **RegioPlan Consulting GmbH**  
Vanja Ban, B.A.  
Theobaldgasse 8, A-1060 Wien  
T: +43 1 586 04 53-18  
v.ban@regioplan.eu, [www.regioplan.eu](http://www.regioplan.eu)

**Datum**                      18.11.2019

**Presseaussendung zum Thema:**

**RegioPlan Analyse: Weihnachtsumsätze\* 2019**

Wer sich heuer besonders freuen darf...

**TREND:**                      **Der „Weihnachtskuchen“ wird kaum größer: 2,1 Mrd €**

Gegenüber dem Vorjahr bedeutet das eine Steigerung von etwa 2 %. Diese liegt damit also nur ganz knapp über der Inflationsrate. Doch die Größe der einzelnen „Kuchenstücke“ verändert sich stark.

**TREND:**                      **Internet gewinnt – doch der stationäre Handel wehrt sich heftig!**

Der Anteil jener Weihnachtsumsätze, die online getätigt werden, steigt von Jahr zu Jahr. Er wird heuer bei ca. 18 % liegen. Der stationäre Handel setzt im Gegenzug immer mehr auf den Bereich, wo das Internet besonders schwach ist: Emotion.

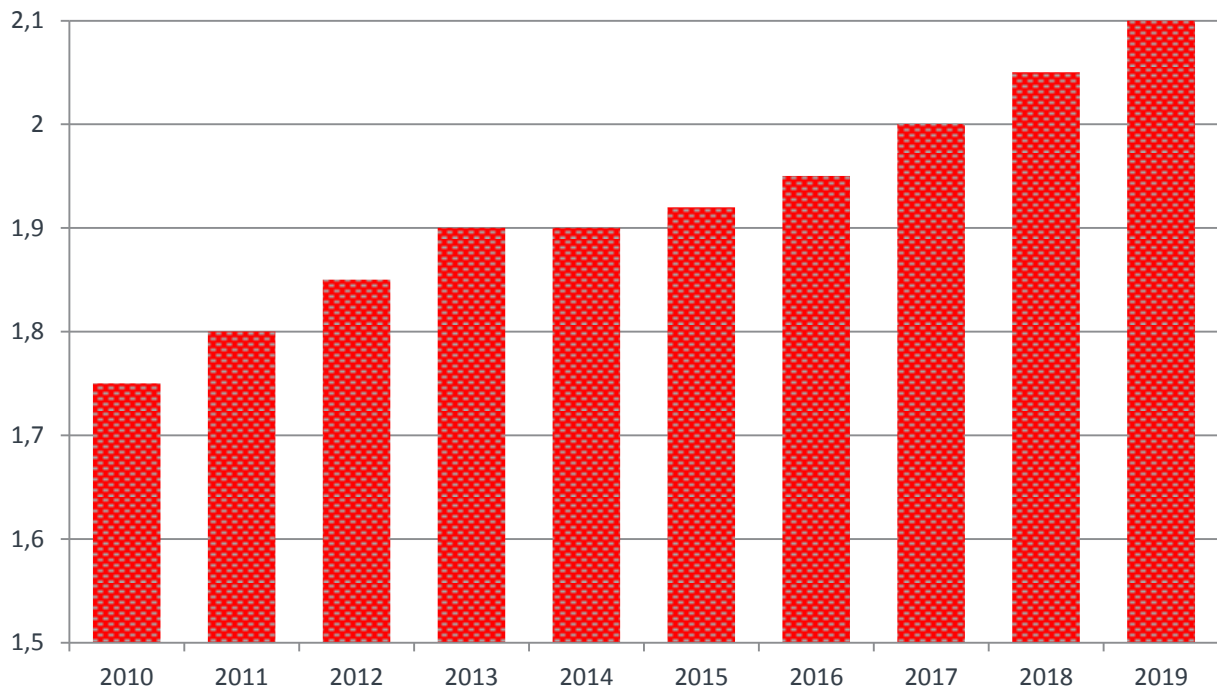
**TREND:**                      **Die Ausgabenstruktur verändert sich nachhaltig und unumkehrbar.**

Klassische Geschenke wie Bekleidung oder Elektronik verlieren weiter. Mehr Lifestyle, Erlebnis, Genuss und auch gemeinsam verbrachte Zeit sind angesagt.

### Stabile Ausgaben trotz Konjunkturabschwung

Obwohl die wirtschaftlichen Aussichten aktuell nicht besonders günstig sind, wird sich das auf das Weihnachtsgeschäft nicht auswirken. Die Kaufkraftzuwächse der Österreicher der letzten Jahre und eine geringe Sparneigung aufgrund der ungünstigen Zinssituation sichern die finanziellen Ressourcen für ein stabiles Weihnachtsgeschäft. Somit ist eine Steigerung der Weihnachtsumsätze von knapp 2 % zu erwarten, was bei einer Inflation von 1,6 % real sogar ein ganz kleines Plus bedeutet. Insgesamt ist die Bedeutung des Weihnachtsgeschäftes somit ungebrochen, obwohl auch die Zahl der Weihnachts-Escaper steigt. Schätzungen gehen für Österreich von 1,25 Mio Personen aus, die aus persönlichen, religiösen oder auch finanziellen Gründen Weihnachten ausfallen lassen.

Entwicklung Weihnachtsumsatz in Österreich 2010-2019  
in Milliarden Euro



Quelle: RegioPlan Consulting; Prognose 2019

### Internet gewinnt – was sonst?

Aktuell liegt der Onlineanteil an den Konsumausgaben der Österreicher bei knapp 13 %, zur Weihnachtszeit steigt er jedoch signifikant auf etwa 18 %. Das liegt daran, dass Vielen die Zeit zum Bummeln zu knapp wird oder sie überhaupt auf das „Shoppingvergnügen“ in der Vorweihnachtszeit verzichten wollen, und selbstverständlich auch an den durchaus massiven Werbekampagnen von Amazon & Co, etwa für den Cyber Monday.

Relativ neu sind in unseren Breiten die globalen Marketingkampagnen, die in der Vorweihnachtszeit die locker sitzenden Geldbörsen ansprechen wollen. Der Alibaba Singles' Day, jeweils am 11.11. eines Jahres ist sozusagen der Startschuss. Weltweit mit mehr als 37 Mrd € allein für Alibaba, hat dieses Konzept in Österreich mit ca. 15 Mio € noch wenig Bedeutung, obwohl sich immer mehr Online- aber auch stationäre Händler „anhängen“. Wichtiger ist da schon der Black Friday, ursprünglich für den stationären Handel in den USA gedacht. In Österreich wird diese Aktion am 29.11. stationär und online knapp 80 Mio €, der Cyber-Monday, ursprünglich von Amazon erfunden, wird etwa 30 Mio € – allerdings nicht nur bei Amazon – einbringen. Andere Onlinehändler und auch der stationäre Handel haben sich ebenfalls längst angeschlossen. Verschiedene Analysen gehen davon aus, dass sich diese Aktionstage auf den Weihnachtsumsatz insgesamt jedoch nicht auswirken, sondern lediglich zeitliche Verschiebungen zur Folge haben.

Die Weihnachtsausgaben 2019: Prognose RegioPlan Consulting

Klassischer stationärer Handel	1.080 Mio €	51 %
Weihnachtsmärkte (inkl. Gastro)	390 Mio €	19 %
Onlinehandel	380 Mio €	18 %
Gastronomie (ohne Weihnachtsmärkte)	150 Mio €	7 %
Gutscheine (nicht handelsrelevant), Geld	100 Mio €	5 %
<b>Summe</b>	<b>2.100 Mio €</b>	<b>100 %</b>

Neben dem Interneteinkauf sind die temporären Märkte die Shooting-Stars im Weihnachtsgeschäft. Möglichst jeder Hauptplatz, jedes Schloss und jeder Park wird weihnachtlich emotionalisiert: Christbaumkugeln, Glühwein, Weihnachtsmusik, exzessive Lichteffekte, Events, Märchen-

ecken, Krippenspiele und an Häuser projizierte Adventkalender. Alleine in Wien werden heuer über 1.000 Marktstandln die Kunden erfreuen – übrigens sind davon immer mehr Touristen. Weihnachtsmärkte sind ein relevanter Wirtschaftsfaktor geworden. Neben dem Wiener Christkindlmarkt am Rathausplatz mit 3,5 Mio Besuchern, lockt etwa der Salzburger Christkindlmarkt rund eine Mio Besucher. Touristenmagnete, wie z.B. der Wolfgangseer Advent mit ganzen Erlebnis-Packages bietet Romantik für 300.000 Besucher innerhalb eines Monats.

### **Die Ausgabenstruktur verändert sich nachhaltig**

Der stationäre Handel kann vom Weihnachtsumsatz immer weniger profitieren. Vor 20 Jahren sind noch 85 % des Weihnachtsgeschäftes in den Kauf von Waren geflossen. Derzeit sind es nur mehr knapp 60 % (inkl. handelsrelevanter Umsätze bei den Weihnachtsmärkten). Der Rest sind Onlineeinkäufe, Nicht-Handelsausgaben wie Gutscheine und Einladungen für Essen, Wellness, Reisen, Erlebnisse, etc. oder einfach – klassisch – Geld.

**\*Der Weihnachtsumsatz** beinhaltet jene **Ausgaben**, die durch Privatpersonen (Einwohner und Touristen) zusätzlich zum Umsatz eines Durchschnittmonats getätigt werden, unabhängig davon, ob im stationären Handel oder im Onlinehandel (auch in ausländischen Onlineshops).

**RegioPlan Consulting** berät Sie bei Standort- und Investitionsentscheidungen.

Wir stehen seit über 30 Jahren für fundiertes Consulting sowie innovatives Know-How und zählen europaweit zu den führenden Beratungsunternehmen mit Fokus auf Immobilien, Handel und Investment.

Unsere abgesicherten Daten und Strategien bieten unseren Kunden eine optimale Grundlage für nachhaltigen Erfolg.

[www.regioplan.eu](http://www.regioplan.eu)

RegioPlan Consulting – Developing Sustainable Success