

Weihnachtsgeschäft im Einzelhandel 2015

Zwischenbilanz bis inkl. Samstag 12. Dezember 2015

Wien, Dezember 2015

Weihnachtsgeschäft im Einzelhandel 2015

Ausgangssituation für das Weihnachtsgeschäft 2015

- Weihnachtsgeschäft 2014 schließt mit € 1,617 Mrd (brutto)
- Konsumklima 2015 verschlechtert sich
- Stationärer Einzelhandel zeigt I. bis III. Quartal 2015 stabil, positive Konjunktur-entwicklung, nominell: +1,3 %



Zwischenbilanz zum bisherigen Weihnachtsgeschäft 2015

- **Weihnachtsumsätze im stationären Einzelhandel auf Vorjahresniveau** (Di. 1. bis inkl. Sa. 12. Dezember 2015)
 - nominell: **+/-0 %** (kalenderbereinigt, gegenüber 2014)
 - Einkaufssamstage weisen stabile Umsatzentwicklung auf
 - Branchensieger: Spielwareneinzelhandel
- **Weihnachtsgeschäft im österreichischen Internet-Einzelhandel steigt**
 - nominell: **+8 %** (gegenüber 2014)
 - auf € 95 Mio (brutto, inkl. Ust.)



Ausblick auf das kommende Weihnachtsgeschäft 2015

- **Bisheriges Weihnachtsgeschäft** (online und offline) kalenderbereinigt über Vorjahresniveau: **+0,5 %**
- Entscheidend für das Weihnachtsgeschäft 2015 ist der stationäre Einzelhandel, dieser erzielt nach dem 3. Einkaufssamstag noch:
 - 50 % der Umsätze bis Heiligabend
 - 10 % zwischen Stefanitag und Silvester
- **Umsatzerwartung** für Weihnachtsgeschäft 2015:
 - online und offline: knapp € 1,63 Mrd (brutto, inkl. Ust.)
 - Aber verkaufsstarke Tage kurz vor bzw. nach dem Heiligen Abend könnten – wie im Vorjahr – zu einer Verbesserung beitragen

1. Ausgangssituation für das Weihnachtsgeschäft 2015

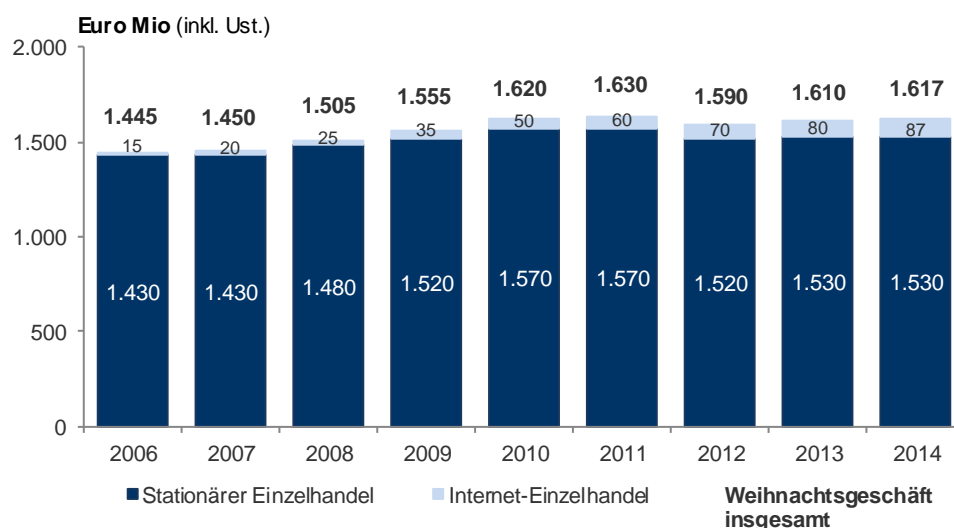
- **Rückblick: Weihnachtsgeschäft 2014 schließt mit starkem Finish**

Der stationäre Einzelhandel in Österreich hat im Weihnachtsgeschäft 2014¹ durch die verkaufsstarken Tage kurz vor Heiligabend noch das Vorjahresniveau (nominell: +/-0 %) in Höhe von rd. €1,53 Mrd (brutto, inkl. Ust) erreicht. Das entspricht 2,4 % des gesamten Jahresumsatzes im stationären Einzelhandel.

Deutlich dynamischer hat sich das Weihnachtsgeschäft 2014² im heimischen Internet-Einzelhandel (nominell +9 %) entwickelt. Die Online-Weihnachtsumsätze in Höhe von rd. € 87 Mio (brutto) entsprechen 2,8 % des gesamten Jahresumsatzes im österreichischen Onlinehandel und haben 2014 5,4 % zum gesamten Weihnachtsgeschäft im österreichischen Einzelhandel beitragen.

Durch den Umsatzanstieg im österreichischen Internet-Einzelhandel sind die Weihnachtsumsätze 2014 – bei konstant hohem Weihnachtsgeschäft im stationären Einzelhandel – insgesamt nominell um +0,5 % bzw. um +€ 7 Mio (brutto) angestiegen und erreichten in Summe € 1,617 Mrd (brutto, inkl. Ust.).

Weihnachtsgeschäft im stationären Einzelhandel und im Internet-Einzelhandel in Österreich 2006 – 2014 (in Euro Mio, brutto inkl. Ust.)



Quelle: KMU Forschung Austria

¹ Als Weihnachtsgeschäft im stationären Einzelhandel wird jener Brutto-Mehrumsatz (inkl. Ust.) im Monat Dezember verstanden, der das Normalmaß eines „durchschnittlichen Monats“ übersteigt.

² Als Weihnachtsgeschäft im Internet-Einzelhandel wird jener Brutto-Mehrumsatz (inkl. Ust.) von „Mitte November bis Mitte Dezember“ (Berechnungszeitraum 1 Monat) verstanden, der über einem „durchschnittlichen Monat“ liegt.

- **Gesamtwirtschaftliche Konjunkturschwäche 2015**

Die Wachstumsschwäche der österreichischen Wirtschaft spiegelt sich 2015 lt. Wifo auch in den Konsumausgaben der privaten Haushalte wider. Das Konsumklima verschlechtert sich. Im Gesamtjahr 2015 werden die Konsumausgaben nominell +1,6 % bzw. real +0,4 % zunehmen. Die Nachfrage nach dauerhaften Konsumgütern, die auch gerne als Weihnachtsgeschenk gekauft werden (z.B. Elektroartikel), stagniert hingegen real.

Eine Belebung der Konsumausgaben dürfte erst 2016 durch die Steuerreform kommen. Vorziehkäufe auf Grund der Steuerreform sind für heuer nicht mehr zu erwarten, zu unsicher ist das Wirtschaftsklima in Österreich.³

- **Stabile, positive Umsatzentwicklung im stationären Einzelhandel im bisherigen Jahresverlauf 2015**

Im I. bis III. Quartal 2015 sind die Umsätze im stationären Einzelhandel in Österreich nominell um +1,3 % gestiegen. Real, d. h. unter Berücksichtigung der Preiseffekte, bedeutet dies ein mengenmäßiges Wachstum von +0,5 %. Damit fällt die Umsatzentwicklung zwar stabil, aber nicht dynamisch aus. Getragen wird die Einzelhandelskonjunktur in erster Linie vom deutlichen Umsatzwachstum im Lebensmitteleinzelhandel, für den das Weihnachtsgeschäft aber eine eher untergeordnete Rolle spielt. Dennoch zeigen sich die EinzelhändlerInnen für das IV. Quartal zuversichtlicher als noch im Vorjahr.

³ Quelle: WIFO (Septemberprognose)

2. Zwischenbilanz zum Weihnachtsgeschäft 2015

- **Weihnachtsgeschäft im stationären Einzelhandel liegt bis zum 3. Einkaufssamstag (kalenderbereinigt) auf Vorjahresniveau: +/-0 %**

Bei der Zwischenbilanz zum Weihnachtsgeschäft 2015 ist zu beachten, dass die Einzelhandelsgeschäfte im bisherigen Weihnachtsgeschäft (Dienstag 1. Dezember bis Samstag 12. Dezember 2015) – kalenderbedingt – um einen Einkaufstag weniger geöffnet hatten als im Vorjahr (Montag 1. Dezember bis Samstag 13. Dezember 2014). Berücksichtigt man den kalenderbedingt „fehlenden Montag“, liegt der Umsatz im bisherigen Weihnachtsgeschäft im stationären Einzelhandel kalenderbereinigt bis zum 3. Einkaufssamstag auf dem Vorjahresniveau (nominell: +/-0 %).

- **Stabile Umsatzentwicklung im stationären Einzelhandel an den Einkaufssamstagen**

Der stationäre Einzelhandel zeigt am 1. Advent-Einkaufssamstag 2015 österreichweit eine stabile Entwicklung und schließt auf dem hohen Vorjahresniveau (nominell: +/-0 % gegenüber Samstag, 29. November 2014).

Nach diesem stabilen Start erreicht auch der 2. Einkaufssamstag das Vorjahresniveau. Der stationäre Einzelhandel schließt am Samstag, 5. Dezember 2015 ebenfalls mit konstant hohen Umsätzen im Vergleich zum Samstag, 6. Dezember 2014.

Der Marienfeiertag am Dienstag, 8. Dezember kann jedoch die Umsatzerwartungen nicht erfüllen. Gegenüber dem Vorjahr verzeichnet der Einzelhandel heuer geringere Umsätze (nominell: -4 % gegenüber Montag, 8. Dezember 2014).

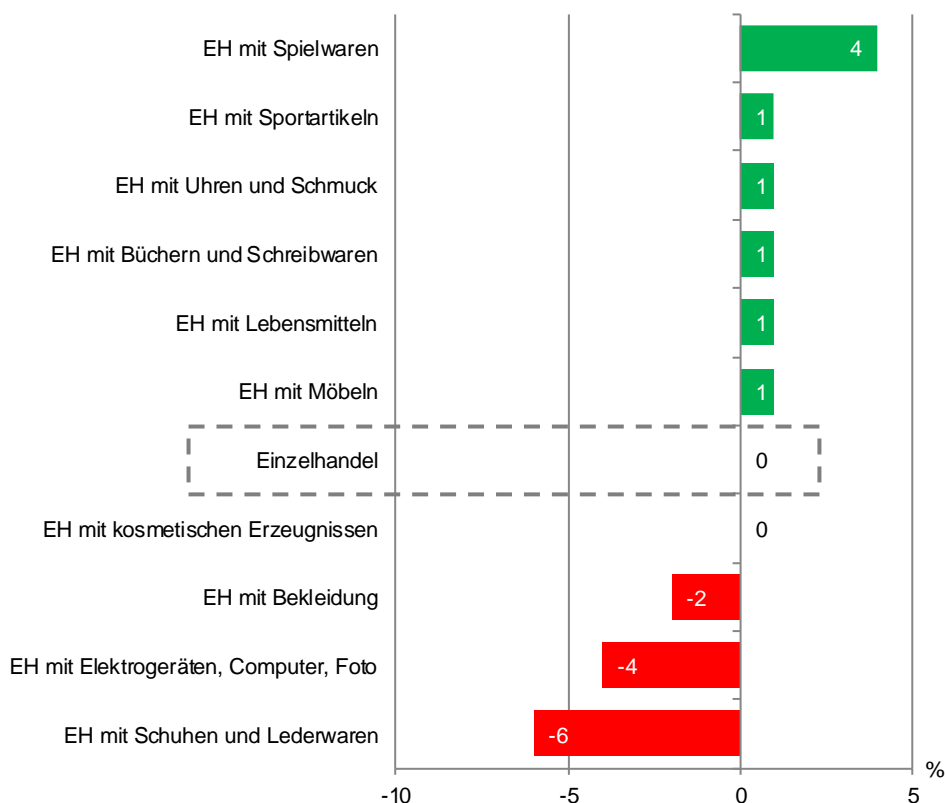
Die stabile Entwicklung der ersten beiden Adventsamstage setzt sich am 3. Einkaufssamstag nicht ganz fort. Die Umsätze liegen im stationären Einzelhandel nominell um 1 % unter dem hohen Vorjahresniveau.

- **Branchensieger im bisherigen Weihnachtsgeschäft: Spielwarenhandel**

Der Spielwareneinzelhandel ist mit einem nominellen Umsatzwachstum von +4 % (kalenderbereinigt) der Branchensieger im bisherigen Weihnachtsgeschäft (Dienstag, 1. bis Samstag, 12. Dezember 2015). Auf Platz 2 folgen ex aequo der Sportartikeleinzelhandel, der Uhren- und Schmuckeinzelhandel, der Bucheinzelhandel, der Lebensmitteleinzelhandel sowie der Möbeleinzelhandel mit nominellen Zuwächsen von +1 %.

Das hohe Vorjahresniveau erreicht der Einzelhandel mit kosmetischen Erzeugnissen. Umsatzrückgänge im bisherigen Weihnachtsgeschäft verzeichnet – nicht zuletzt in Folge der warmen Witterung – vor allem der Schuheinzelhandel (kalenderbereinigt: -6 %). Auch der Bekleidungseinzelhandel leidet unter den wenig winterlichen Temperaturen. Bis zum 3. Einkaufssamstag erreicht auch der Elektroeinzelhandel (noch) nicht das Vorjahresniveau.

Nominelle Umsatzveränderung im stationären Einzelhandel im bisherigen Weihnachtsgeschäft¹ 2015 (bis inkl. 3. Einkaufssamstag.)
 Veränderung gegenüber dem Vorjahr in % (kalenderbereinigt)



¹ Bisheriges Weihnachtsgeschäft von 1. bis 12. Dezember 2015 (kalenderbereinigt)

Quelle: KMU Forschung Austria

- **Weihnachtsgeschäft im heimischen Internet-Einzelhandel steigt: +8 %**

Das Weihnachtsgeschäft im österreichischen Internet-Einzelhandel entwickelt sich auch 2015 deutlich dynamischer als im stationären Einzelhandel. Da das Umsatzniveau im Internet-Einzelhandel aber von Jahr zu Jahr höher wird, fallen die prozentuellen Steigerungsraten etwas geringer aus. 2014 sind die Weihnachtsumsätze erstmals nicht mehr im zweistelligen Prozentbereich gewachsen – das setzt sich 2015 weiter fort.

Mit einem nominellen Plus von +8 % erreicht das Weihnachtsgeschäft im heimischen Internet-Einzelhandel heuer rd. € 95 Mio (brutto, inkl. Ust.). Nicht berücksichtigt sind ausländische Internet-Anbieter, die nicht zum österreichischen Einzelhandel und somit auch nicht zum heimischen Weihnachtsgeschäft zählen. Die Ausgaben für Weihnachtspresents der österreichischen KonsumentInnen bei internationalen Internet-Anbietern dürften nochmals in derselben Größenordnung liegen.

Das Online-Weihnachtsgeschäft hat zwar immer noch einen geringen Einfluss auf die gesamten Weihnachtsumsätze (offline & online), der Internet-Anteil am Weihnachtsgeschäft wird aber von Jahr zu Jahr kontinuierlich größer und könnte heuer 5,8 % – nach 5,4 % im Vorjahr – erreichen. Durch die dynamische Entwicklung kann der Internet-Einzelhandel das Weihnachtsergebnis graduell verbessern.

3. Ausblick auf das Weihnachtsgeschäft 2015

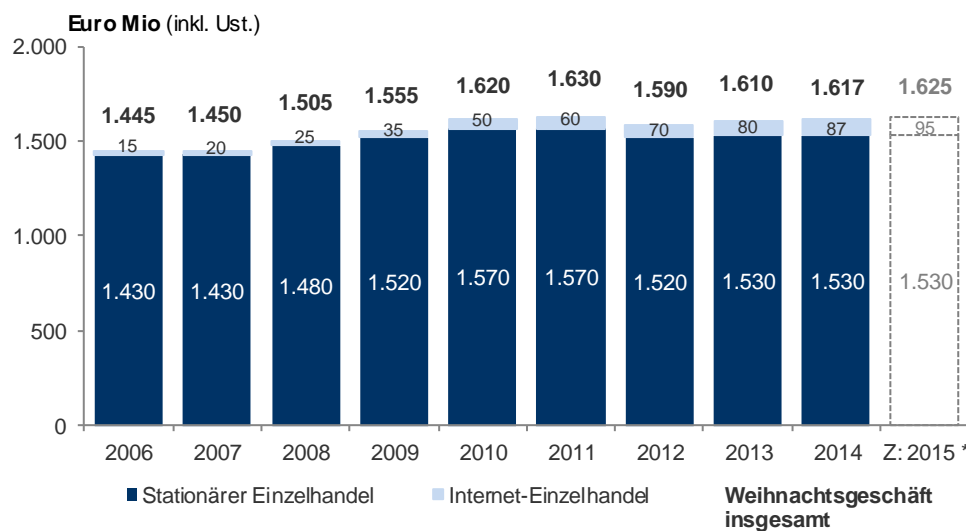
- **Resümee: Bisheriges Weihnachtsgeschäft (online & offline): +0,5 %**

Die Zwischenbilanz zum bisherigen Weihnachtsgeschäft (bis inkl. Samstag, 12. Dezember 2015) fällt durch die dynamische Entwicklung im Internet-Einzelhandel positiv aus.

Der heimische Internet-Einzelhandel im Weihnachtsgeschäft 2015 kann zwar ein nominelles Wachstum von +8 % erzielen, entscheidend für das gesamte Weihnachtsgeschäft ist aber der stationäre Einzelhandel. Rd. 94 % der Weihnachtsumsätze im österreichischen Einzelhandel werden in stationären Ladengeschäften erwirtschaftet. Die Umsätze der Ladengeschäfte liegen zwischen Dienstag, 1. Dezember, und Samstag, 12. Dezember, kalenderbereinigt auf Vorjahresniveau.

Entwickelt sich das gesamte Weihnachtsgeschäft wie bis zum 3. Einkaufssamstag, ist 2015 mit Weihnachtsumsätzen (online und offline) in Höhe von rd. € 1,625 Mrd zu rechnen. Aber auch heuer könnten – wie im Vorjahr – Umsatzzuwächse in der Woche vor bzw. nach dem Heiligen Abend das Ergebnis noch verbessern.

Weihnachtsgeschäft im stationären Einzelhandel und im Internet-Einzelhandel in Österreich (in € Mio, brutto inkl. Ust.), 2006 – 2014 und Zwischenbilanz 2015



* Z: Weihnachtsgeschäft 2015 auf Basis der Zwischenbilanz (bis inkl. 3. Einkaufssamstag)

Quelle: KMU Forschung Austria

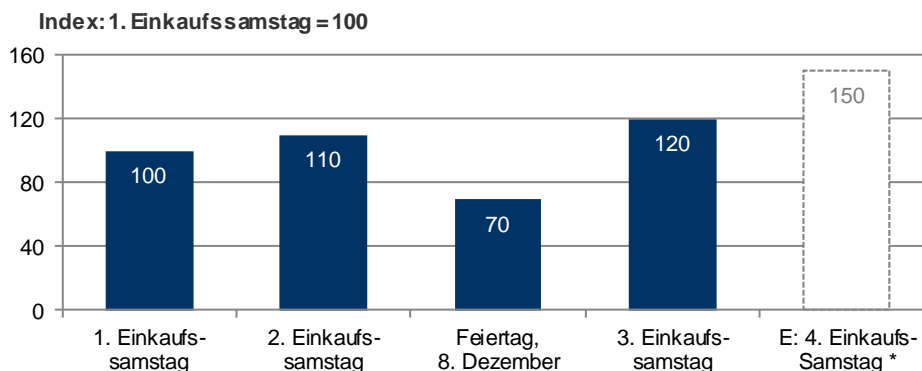
- **Umsatzniveau steigt im Weihnachtsgeschäft im stationären Einzelhandel von Woche zu Woche**

Das Umsatzniveau im stationären Einzelhandel steigt in der Adventzeit von Woche zu Woche an. Je näher Heiligabend rückt, desto höher fallen auch die Umsätze im Einzelhandel aus. Setzt man den Einzelhandelsumsatz am 1. Einkaufssamstag als Basis (Index=100), zeigt sich, dass die Umsätze am 2. Einkaufssamstag bereits um rd. 10 % darüber liegen (Index=110).

Der verkaufsoffene Feiertag am Dienstag, 8. Dezember 2015, kann erwartungsgemäß das hohe Umsatzniveau eines Einkaufssamstags nicht erreichen, da am Marienfeiertag österreichweit nicht alle stationären Einzelhandelsgeschäfte geöffnet haben und der Marienfeiertag vielfach nicht zum Einkaufen, sondern für Freizeitaktivitäten bzw. Kurzurlaube genutzt wird. Mit einem Indexwert von 70 liegen die Einzelhandelsumsätze am 8. Dezember um 30 % unter jenen des 1. Einkaufssamstages.

Am 3. Einkaufssamstag steigen die Umsätze nochmals an und erreichen bereits einen Indexwert von 120. Auf Basis der Analysen aus den vorangegangenen Jahren ist zu erwarten, dass die Umsätze am 4. Einkaufssamstag nochmals zulegen werden. Im Vorjahr sind die Einzelhandelsumsätze um 50 % über jenem am 1. Einkaufssamstag gelegen.

Umsatzniveaus im stationären Einzelhandel an den Advent-Einkaufssamstagen und am Feiertag, 8. Dezember 2015



* E: Erwartungen für den 4. Einkaufssamstag 2015 auf Basis der Analyse der vergangenen Jahre

Quelle: KMU Forschung Austria

- **Ausblick: Weihnachtsgeschäft wird sich auch heuer im stationären Einzelhandel entscheiden und zwar an den 9 Tagen vor Heiligabend**

Trotz weiterhin dynamischer Entwicklung im Internet-Einzelhandel wird auch heuer der stationäre Einzelhandel das Weihnachtsgeschäft in Österreich entscheiden. Bis zum 3. Einkaufssamstag hat der stationäre Einzelhandel heuer rd. 40 % der Weihnachtsumsätze erwirtschaftet. Mit dem vorletzten Einkaufssamstag startet „traditionell“ auch die entscheidende Phase im Weihnachtsgeschäft. Für einige Branchen wie den Spielwareneinzelhandel, den Uhren- und Schmuckeinzelhandel sowie den Elektroeinzelhandel werden die kommenden Tage das Jahresergebnis maßgeblich mitentscheiden.

Zwischen Samstag, 12. Dezember, und Heiligabend wird der stationäre Einzelhandel noch knapp 50 % der Weihnachtsumsätze in 9 Einkaufstagen plus 24. Dezember erzielen. Insbesondere für die verkaufsstarken Tage kurz vor Heiligabend (Montag, 21., bis Mittwoch, 23. Dezember) ist noch mit hohen Umsätzen zu rechnen, die nahe an einen Einkaufssamstag heranreichen könnten.

Nach Weihnachten (bis Silvester) werden dann noch rd. 10 % der Umsätze im Weihnachtsgeschäft erwirtschaftet (etwas weniger als im Vorjahr, da heuer kein Samstag mehr zwischen den Weihnachtsfeiertagen und Silvester für einen Einkauf zur Verfügung steht). Das Weihnachtsgeschäft endet per Definition zwar am 31. Dezember, viele Gutscheine, die auch heuer wieder unter dem Christbaum liegen werden, werden wahrscheinlich erst im Jänner eingelöst und damit auch für den Einzelhandel erst im Jänner umsatzwirksam.

Für das kommende Weihnachtsgeschäft zeigt sich der stationäre Einzelhandel durchaus optimistisch. 36 % der befragten EinzelhändlerInnen rechnen heuer mit höheren Umsätzen als 2014. Weitere 33 % gehen – in der Trendumfrage der KMU Forschung Austria – davon aus, das Vorjahresniveau auch heuer wieder erreichen zu können. 31 % sprechen von geringeren Umsätzen im heurigen Weihnachtsgeschäft.

KMU Forschung Austria

Ernst Gittenberger / Karin Gavac

15. Dezember 2015

Methodische Anmerkung: Die Ergebnisse basieren auf der wöchentlich durchgeführten Trendumfrage der KMU Forschung Austria im stationären Einzelhandel in der Adventzeit, an der mehr als 500 Einzelhandelsgeschäfte (sowohl filialisierte als auch nicht-filialisierte Einzelhandelsunternehmen) aus ganz Österreich teilnehmen, sowie auf der Trendumfrage im heimischen Internet-Einzelhandel, an der rd. 100 Online-Shops teilgenommen haben.

