

Weihnachtsgeschäft im Einzelhandel 2016

Zwischenbilanz bis inkl. 4. Einkaufssamstag, 17. Dezember

Wien, Dezember 2016

ZWISCHENBILANZ IM ÜBERBLICK:

Bis zum 4. Advent-Einkaufssamstag, 17. Dezember 2016 hat der stationäre Einzelhandel knapp 60 % der Weihnachtsumsätze 2016 erzielt. Im Vergleich zum Vorjahr zeigt sich kalenderbereinigt eine stabile Entwicklung: +/-0 %.

Nach einem verhaltenen Start ins Weihnachtsgeschäft (-1 % am 1. Einkaufssamstag) übertrifft der 2. Einkaufssamstag bereits das hohe Vorjahresniveau (+1 %). Auch am verkaufsoffenen Marienfeiertag, 8. Dezember kann der stationäre Einzelhandel Umsatzzuwächse (+2 %) verbuchen. Der 3. Einkaufssamstag entwickelt sich stabil (+/-0 %), der 4. erreicht das hohe Vorjahresniveau nicht ganz (-1 %).

Positiv verlaufen ist das bisherige Weihnachtsgeschäft für den Schuh- und Lederwareneinzelhandel (+3 %) sowie für den Sportartikel-, Lebensmittel-, Bekleidungs- und Elektroeinzelhandel (je +1 %).

Deutlich dynamischer hat sich Weihnachtsgeschäft im heimischen Internet-Einzelhandel entwickelt. Mit einem Plus von +5 % knackt das Weihnachtsgeschäft im heimischen Internet-Einzelhandel heuer erstmals die € 100 Mio-Marke (brutto, inkl. Ust.).

Durch die dynamische Entwicklung im heimischen Internet-Weihnachtsgeschäft fällt auch die Zwischenbilanz bis inkl. 4. Einkaufssamstag mit +0,5 % positiv aus. Zwischen 4. Einkaufssamstag und Heiligabend liegt noch eine ganze Einkaufswoche, in der mehr als 30 % der Weihnachtsumsätze erzielt werden und das Umsatzniveau steigt von Woche zu Woche.

Die EinzelhändlerInnen zeigen sich vorsichtig optimistisch. 30 % gehen davon aus die hohen Vorjahresumsätze übertreffen, 39 % erreichen zu können. Nach Weihnachten (bis Silvester) werden dann noch 10 % der Umsätze im Weihnachtsgeschäft erwirtschaftet, so dass in Summe rd. € 1,63 Mrd (brutto) im heurigen Weihnachtsgeschäft zu erwarten sind.

+/-0%



Weihnachtsgeschäft im stationären Einzelhandel (kalenderbereinigt)

+5%



Weihnachtsgeschäft im heimischen Internet-Einzelhandel

+0,5%



Weihnachtsgeschäft bis 4. Einkaufssamstag (online & offline)

€1,63Mrd



Erwartungen für gesamtes Weihnachtsgeschäft 2016

1. AUSGANGSSITUATION FÜR DAS WEIHNACHTSGESCHÄFT 2016

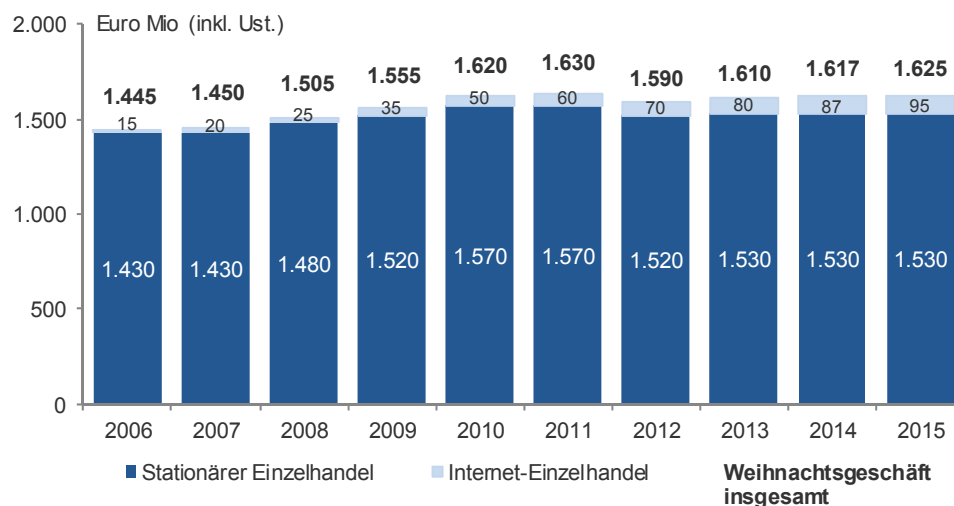
RÜCKBLICK AUF DAS WEIHNACHTSGESCHÄFT 2015: +0,5 %

Mit Ausnahme des Jahres 2012 hat sich das Weihnachtsgeschäft im österreichischen Einzelhandel in den Jahren 2007 bis 2015 (gegenüber den Vorjahren) immer positiv entwickelt. Die höchsten Steigerungsraten konnten 2009 und 2010 mit jeweils nominell +4,0 % erzielt werden.

Im Weihnachtsgeschäft 2015 sichern die stabile Entwicklung im stationären Einzelhandel (+/- 0 %) und die Dynamik im heimischen Internet-Einzelhandel (+8 %) ein leichtes Umsatzplus von nominell +0,5 % (gegenüber 2014). Absolut ist das Weihnachtsgeschäft im österreichischen Einzelhandel auf rd. 1,625 Mrd (brutto, inkl. Ust.) angestiegen.

Das en Gros des Weihnachtsgeschäfts hat auch 2015 der stationäre Einzelhandel¹ mit rd. € 1,53 Mrd (inkl. Ust) erwirtschaftet. Mit rd. € 95 Mio (inkl. Ust.) hat der österreichische Internet-Einzelhandel² aber bereits rd. 5,8 % zum gesamten heimischen Weihnachtsgeschäft 2015 beigetragen.

Grafik 1 Weihnachtsgeschäft im stationären Einzelhandel und im Internet-Einzelhandel in Österreich 2006-2015 (Brutto-Umsätze in Euro Mio, 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.

POSITIVE GESAMTWIRTSCHAFTLICHE AUSGANGSLAGE 2016

Die Konsumausgaben der privaten Haushalte (inkl. privater Organisationen ohne Erwerbszweck) werden laut WIFO-Dezember-Prognose im Jahr 2016 nominell um +2,7 % steigen (2015: +1,4 %). Die Ausweitung des privaten Konsums ist auf die Entlastung der Einkommen durch die Steuerreform zurückzuführen und könnte sich auch positiv auf den heimischen Einzelhandel auswirken.

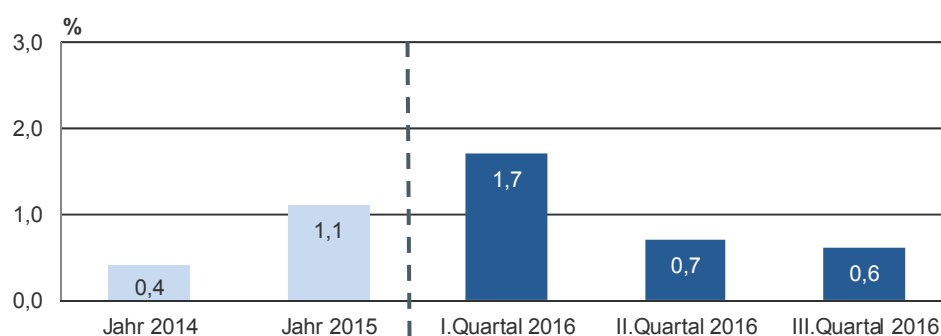
Etwa ein Drittel der privaten Konsumausgaben fließt in den Einzelhandel. Aber auch die Sparquote wird sich deutlich erhöhen (von 7,3 % im Jahr 2015 auf 8,3 % im Jahr 2016) und die Ausweitung der Beschäftigung im Jahr 2016 wird nicht ausreichen um die Arbeitslosigkeit zu verringern. Die Arbeitslosenquote bleibt gegenüber 2015 konstant bei 9,1 %.

STABILE, POSITIVE KONJUNKTURENTWICKLUNG

IM STATIONÄREN EINZELHANDEL I. BIS III. QUARTAL 2016: +1,0 %

Von Jänner bis September 2016 erzielt der stationäre Einzelhandel einen nominalen Umsatzanstieg von +1,0 % gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Damit zeigt die Konjunktorentwicklung in den ersten drei Quartalen 2016 zwar einen stabilen Verlauf, bleibt jedoch hinter den Erwartungen zurück. Der stationäre Einzelhandel profitiert somit nicht bzw. kaum von den (prognostizierten) Ausgabensteigerungen der privaten Haushalte. Zudem dämpft sich der Konjunkturaufschwung vom I. Quartal 2016 (nominell: +1,7 %) in den darauf folgenden Quartalen (+0,7 % bzw. +0,6 %) wieder ein.

Grafik 2 Umsatzentwicklung im stationären Einzelhandel Jahr 2014 – III. Quartal 2016 nominelle Veränderung in % gegenüber der Vorjahresperiode



Der Lebensmitteleinzelhandel ist auf Basis Nielsen Umsatzbarometer (inkl. Hofer und Lidl) enthalten.

Quelle: KMU Forschung Austria

2. ZWISCHENBILANZ ZUM WEIHNACHTSGESCHÄFT 2016

BEDEUTUNG DES WEIHNACHTSGESCHÄFTS FÜR DEN HEIMISCHEN EINZELHANDEL: 2,3 % DES JAHRESUMSATZES

Zusätzlich zu einem „normalen“ Monatsumsatz erzielt der österreichische Einzelhandel im Dezember noch 2,3 % des Jahresumsatzes „on top“. Die Dezemberumsätze liegen somit im Durchschnitt aller Einzelhandelsbranchen um 28 % über jenen eines „normalen“ Monats. Rd. 94 % des gesamten Weihnachtsgeschäfts im österreichischen Einzelhandel werden in stationären Ladengeschäften erwirtschaftet – rd. 6 % in Online-Shops von Einzelhandelsunternehmen mit Sitz in Österreich.

Für einzelne Branchen spielt das Weihnachtsgeschäft eine deutlich größere Rolle. So verdreifacht der Spielwareneinzelhandel nahezu die Monatsumsätze im Dezember. Der Uhren- und Schmuckeinzelhandel erzielt im Dezember mehr als das Doppelte eines „Durchschnittsmonats“. Und auch der Papier- und Bucheinzelhandel sowie der Elektroeinzelhandel verdoppeln im Dezember nahezu ihren durchschnittlichen Monatsumsatz. Für diese Branchen ist ein „gutes“ Weihnachtsgeschäft besonders relevant für ein positives Jahresergebnis.

BISHERIGES WEIHNACHTSGESCHÄFT IM STATIONÄREN EINZELHANDEL AUF VORJAHRESNIVEAU: +/-0 %

Bis inkl. 4. Advent-Einkaufssamstag, 17. Dezember 2016 hat der stationäre Einzelhandel in Österreich bereits knapp 60 % der Weihnachtsumsätze erzielt.

Bei der Zwischenbilanz zum Weihnachtsgeschäft 2016 ist zu beachten, dass die Einzelhandelsgeschäfte im bisherigen Weihnachtsgeschäft von Donnerstag, 1. Dezember bis Samstag, 17. Dezember 2016 – kalenderbedingt – um zwei Einkaufstage weniger geöffnet hatten als im Vorjahr (Dienstag, 1. Dezember bis Samstag, 19. Dezember 2015).

Berücksichtigt man die kalenderbedingt „fehlenden Tage, Dienstag und Mittwoch“, liegt der Umsatz im bisherigen Weihnachtsgeschäft im stationären Einzelhandel kalenderbereinigt bis inkl. 4. Einkaufssamstag auf dem hohen Vorjahresniveau (nominell: +/-0 %). Das liegt etwas unter den hohen Erwartungen, die umsatzstärksten Tage im Weihnachtsgeschäft kommen aber noch in der Woche vor Heiligabend.

UNTERSCHIEDLICHE UMSATZENTWICKLUNG AN DEN 4 ADVENT-EINKAUFSSAMSTAGEN 2016

Der 1. Advent-Einkaufssamstag kann heuer das Umsatzniveau des Vorjahres nicht ganz erreichen. Die Umsätze im stationären Einzelhandel liegen am Samstag, 26. November 2016 nominell um -1 % unter jenen vom Samstag, 28. November 2015. Umsatzzuwächse kann am 1. Einkaufssamstag vor allem der Uhren- und Schmuckeinzelhandel erzielen.

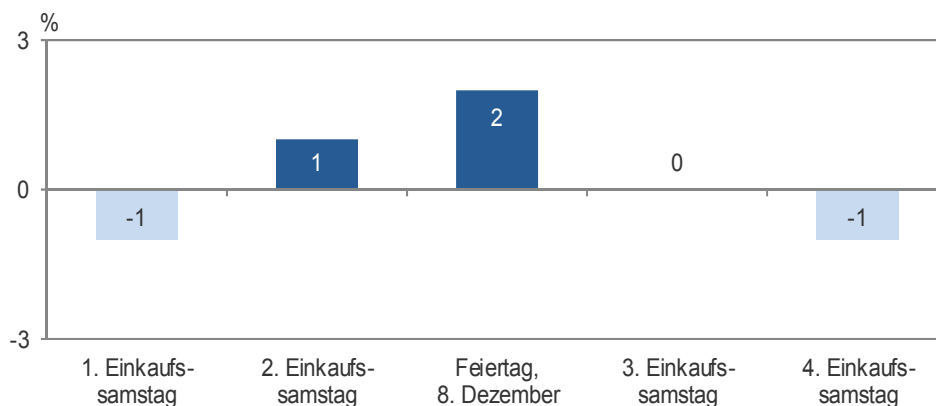
Nach einem verhaltenen Start ins diesjährige Weihnachtsgeschäft übertrifft der 2. Einkaufssamstag (Samstag, 3. Dezember 2016) bereits das hohe Vorjahresniveau (nominell +1 %; gegenüber Samstag, 5. Dezember 2015). Vom einsetzenden kalten Wetter profitiert vor allem der Schuh- und Lederwareneinzelhandel. Auch der Spielwareneinzelhandel kann seine Umsätze deutlich steigern.

Der Marienfeiertag am 8. Dezember hat sich zwar als Einkaufstag bei den KonsumentInnen etabliert, das Umsatzniveau eines Einkaufssamstages erreicht dieser erwartungsgemäß nicht. Gegenüber dem geringen Vorjahresniveau steigen die Umsätze nominell um +2 % (gegenüber Dienstag, 8. Dezember 2015).

Der 3. Einkaufssamstag 2016 schließt im stationären Einzelhandel österreichweit auf dem hohen Vorjahresniveau (nominell +/- 0 %) ab. Einzelne Geschäfte zeigen für den Feiertag, 8. Dezember 2016 Umsatzzuwächse und für den 3. Einkaufssamstag Umsatzrückgänge. Das weist auf Umsatzverschiebungen hin. Positiv ist Samstag, 10. Dezember 2016 vor allem für die modischen Branchen (Bekleidung/ Schuhe/Sportartikel) verlaufen.

Die Umsätze am 4. Einkaufssamstag erreichen das hohe Vorjahresniveau nicht ganz (-1 % gegenüber Samstag, 19. Dezember 2015). Umsatzzuwächse kann im Branchendurchschnitt vor allem der Schuh- und Lederwareneinzelhandel erzielen.

Grafik 3 Umsatzveränderung im Weihnachtsgeschäft im stationären Einzelhandel
nominelle Veränderung gegenüber dem Vorjahr in %, 2016



Quelle: KMU Forschung Austria

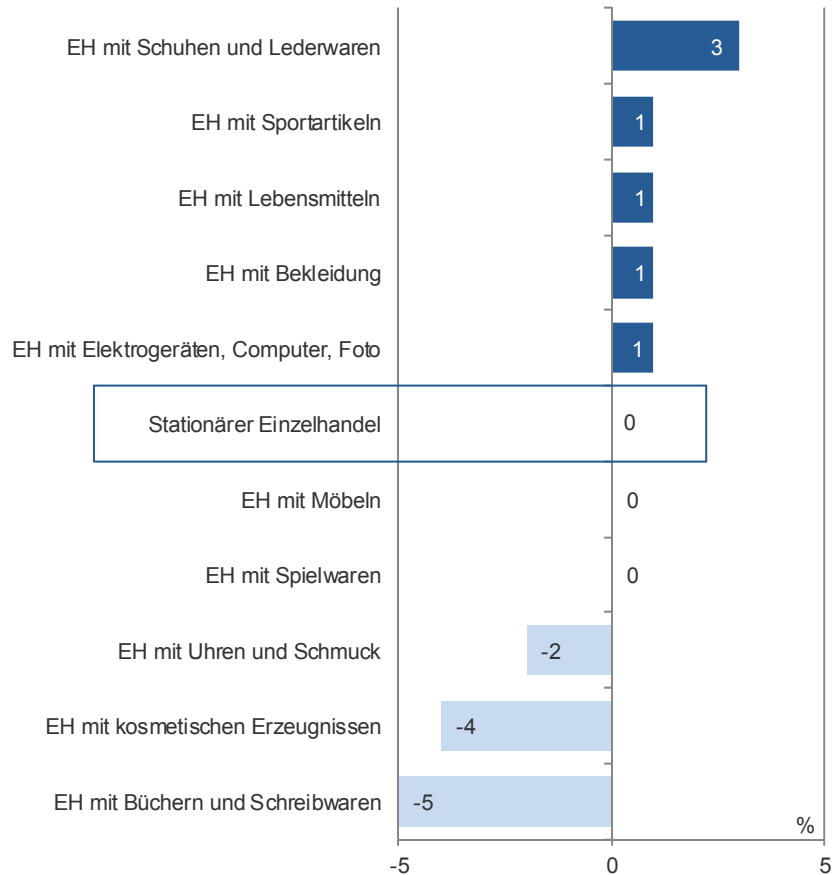
**BRANCHENSIEGER IM BISHERIGEN WEIHNACHTSGESCHÄFT:
SCHUH- UND LEDERWARENEINZELHANDEL MIT +3 %**

Der Schuh- und Lederwareneinzelhandel führt das Branchenranking im bisherigen Weihnachtsgeschäft an. Ausgehend vom niedrigen Ausgangsniveau 2015 sind die Umsätze in dieser Branche (kalenderbereinigt) nominell um +3 % gestiegen. Je nach Wetterlage werden hier modische Stiefeletten/Stiefel bzw. warme Winterschuhe besonders stark nachgefragt.

Das Umsatzniveau des Vorjahres können kalenderbereinigt bislang zudem der Sportartikeleinzelhandel, der Lebensmitteleinzelhandel, der Bekleidungseinzelhandel und der Elektroeinzelhandel (inkl. Computer, Fotoartikel) übertreffen. Im Sportartikeleinzelhandel liegt insbesondere Sport- und Outdoor-Bekleidung im Trend. Im Bekleidungseinzelhandel finden Pullover und modische Accessoires wie Schals viele KäuferInnen. Im Elektroeinzelhandel sind Fernseher und Kaffeemaschinen beliebte Weihnachtsgeschenke.

Der Einzelhandel mit Büchern und Schreibwaren verzeichnet im bisherigen Weihnachtsgeschäft die höchsten Umsatzrückgänge. Der Einzelhandel mit kosmetischen Erzeugnissen sowie der Uhren- und Schmuckeinzelhandel erreichen das hohe Vorjahresniveau bislang ebenfalls (noch) nicht.

Grafik 4 Nominelle Umsatzveränderung im bisherigen Weihnachtsgeschäft 2016 (bis inkl. 4. Einkaufssamstag, kalenderbereinigt)



Quelle: KMU Forschung Austria

WEIHNACHTSGESCHÄFT IM HEIMISCHEN INTERNET-EINZELHANDEL +5 %

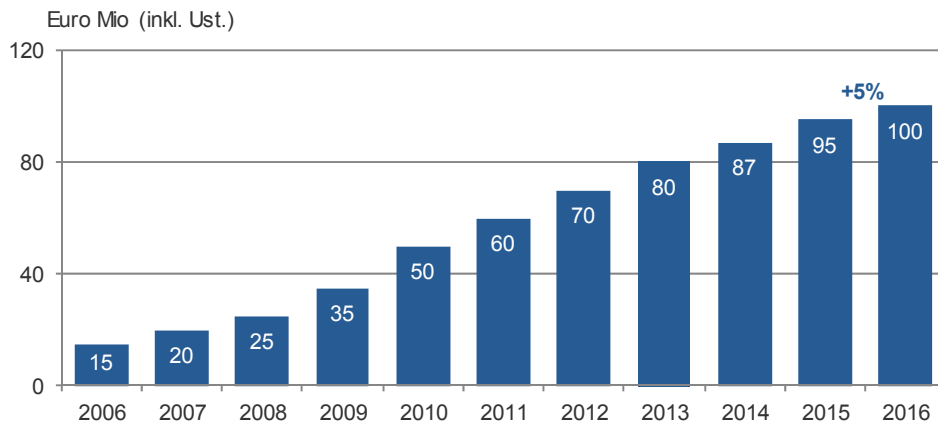
5 von 10 ÖsterreicherInnen (ab 15 Jahre) informieren sich vor dem Geschenkeinkauf (zusätzlich) im Internet. Bei Weihnachtspäsenten wird zwar vielfach der Einkauf im Ladengeschäft vorgezogen, 4 von 10 ÖsterreicherInnen werden aber heuer ihre Weihnachtspresente auch (nicht ausschließlich) via Internet kaufen.

Der Trend beim Online-Shopping geht immer mehr in Richtung Smartphone-Shopping. Noch spielt Smartphone-Shopping beim Weihnachtseinkauf und beim den Weihnachtsausgaben eine sehr geringe Rolle. Dennoch 6 von 10 ÖsterreicherInnen (ab 15 Jahre) besitzen (zumindest) ein Smartphone, 3 von 10 suchen damit nach Informationen zu Weihnachtsgeschenken und 1 von 10 ÖsterreicherInnen (ab 15 Jahre) möchte tatsächlich via Smartphone Weihnachtspresente online kaufen. Bei den KonsumentInnen unter 30 Jahren trifft dies auf 3 von 10 zu.

Das Weihnachtsgeschäft im österreichischen Internet-Einzelhandel entwickelt sich auch 2016 dynamischer als im stationären Einzelhandel. Mit einem nominellen Plus von +5 % knackt das Weihnachtsgeschäft im heimischen Internet-Einzelhandel heuer erstmals die € 100 Mio-Grenze (brutto, inkl. Ust.). 35 % der heimischen Online-HändlerInnen können das hohe Vorjahresniveau übertreffen, 45 % bewegen sich in etwa auf Vorjahresniveau und 20 % müssen Umsatzrückgänge hinnehmen. Interessant ist, dass sich die Online-Shops der Versandhändler und Reinen Internethändler („Pure Player“) im heurigen Weihnachtsgeschäft besser entwickeln als die Online-Shops der stationären Einzelhändler.

Das Online-Weihnachtsgeschäft hat zwar immer noch einen geringen Einfluss auf die gesamten Weihnachtsumsätze (offline & online), der Internet-Anteil am gesamten Weihnachtsgeschäft wird aber von Jahr zu Jahr kontinuierlich größer und wird heuer erstmals die 6 %-Marke übersteigen. Nicht berücksichtigt sind ausländische Internet-Anbieter, die nicht zum österreichischen Einzelhandel und somit auch nicht zum heimischen Weihnachtsgeschäft zählen. Die Ausgaben für Weihnachtspräsente der österreichischen KonsumentInnen bei internationalen Internet-Anbietern dürften nochmals in derselben Größenordnung liegen.

Grafik 5 Weihnachtsgeschäft im österreichischen Internet-Einzelhandel
(in Euro Mio, brutto inkl. Ust.), 2006 – 2016



Quelle: KMU Forschung Austria

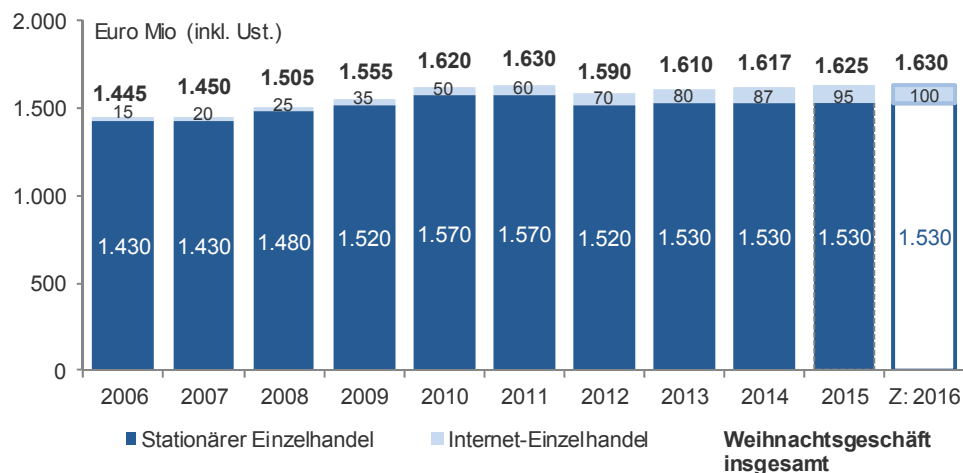
3. AUSBLICK AUF DAS WEIHNACHTSGESCHÄFT 2016

BISHERIGES WEIHNACHTSGESCHÄFT (ONLINE & OFFLINE): +0,5 %

Die Zwischenbilanz zum bisherigen Weihnachtsgeschäft (bis inkl. 4. Einkaufssamstag, 17. Dezember 2016) fällt durch die dynamische Entwicklung im Internet-Einzelhandel positiv aus. Die Umsätze im stationären Einzelhandel liegen kalenderbereinigt auf Vorjahresniveau (+/-0 %). Der heimische Internet-Einzelhandel erzielt ein Umsatzwachstum von +5 % und erreicht erstmals die € 100 Mio-Marke.

Entwickelt sich das gesamte Weihnachtsgeschäft wie bis zum 4. Einkaufssamstag, ist 2016 mit Weihnachtsumsätzen (online und offline) in Höhe von rd. € 1,63 Mrd zu rechnen.

Grafik 6 Weihnachtsgeschäft im stationären Einzelhandel und im Internet-Einzelhandel in Österreich 2006-2015 und Zwischenbilanz 2016 (Brutto-Umsätze in Euro Mio, inkl. Ust.)



¹ Nominelle Umsatzveränderung, kalenderbereinigt

Z: Weihnachtsgeschäft auf Basis der Zwischenbilanz (bis inkl. 4. Einkaufssamstag, kalenderbereinigt)

Quelle: KMU Forschung Austria

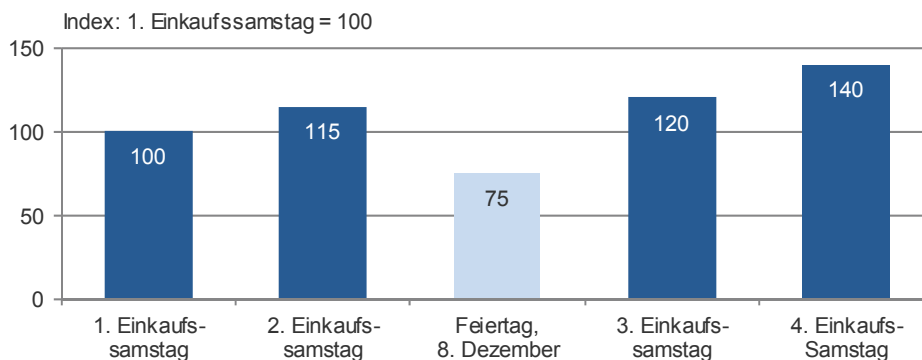
UMSATZNIVEAU STEIGT IM WEIHNACHTSGESCHÄFT 2016 IM STATIONÄREN EINZELHANDEL VON WOCHE ZU WOCHE

Das Umsatzniveau im stationären Einzelhandel steigt in der Adventszeit 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 2016 als Basis (Index = 100), zeigt sich, dass die Umsätze am 2. Einkaufssamstag bereits um rd. 15 % darüber liegen (Indexwert: 115).

Der verkaufsoffene Feiertag am Donnerstag, 8. Dezember 2016, 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 75 liegen die Einzelhandelsumsätze am 8. Dezember 2016 um 25 % unter jenen des 1. Einkaufssamstages 2016.

Am 3. Einkaufssamstag 2016 steigen die Umsätze nochmals an und erreichen bereits einen Indexwert von 120. Die Weihnachtsumsätze am 4. Adventsamstag liegen bereits um 40 % über jenen des 1. Einkaufssamstages (Indexwert: 140). Für die Einkaufstage vor Heiligabend (insbesondere am 23. Dezember) ist mit einem weiteren Anstieg des Umsatzniveaus zu rechnen.

Grafik 7 Umsatzniveaus im stationären Einzelhandel an den Advent-Einkaufssamstagen 2016 und am Feiertag, 8. Dezember 2016



Quelle: KMU Forschung Austria

AUSBLICK: NOCH EINE GANZE EINKAUFSWOCHE ZWISCHEN 4. EINKAUFSAMSTAG UND HEILIGABEND

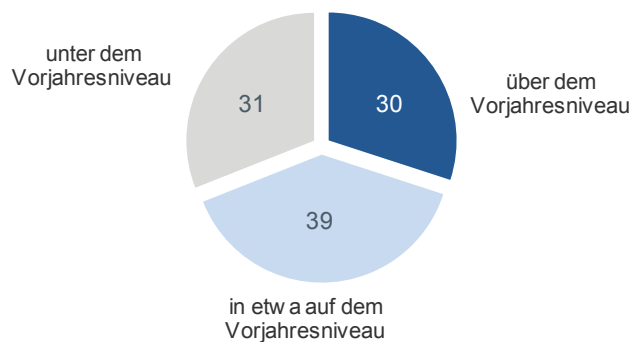
Die „entscheidende Phase“ des Weihnachtsgeschäfts beginnt mit dem 4. Advent-Einkaufssamstag. Dies trifft heuer im verstärkten Maße zu, da zwischen Samstag, 17. Dezember 2016 und Heiligabend noch eine ganze Einkaufswoche liegt. Kalenderisch bedingt „holt“ der Einzelhandel in der Woche vor dem 24. Dezember die – bis zum 4. Einkaufssamstag – „fehlenden“ zwei Tage wieder auf. Das bedeutet, dass sich das Weihnachtsgeschäft 2016 deutlich „nach hinten“ verschieben wird. In den 6 Einkaufstagen Tagen plus 24. Dezember wird der stationäre Einzelhandel heuer noch mehr als 30 % der Weihnachtsumsätze erzielen.

Nach Weihnachten (bis Silvester) werden dann noch mehr als 10 % der Umsätze im Weihnachtsgeschäft erwirtschaftet, da die Geschäfte zwischen Heiligabend und Silvester im Vergleich zum Vorjahr einen Tag mehr geöffnet haben. Zudem fällt Silvester heuer auf einen Samstag, an dem ebenfalls mit einer hohen Kundenfrequenz zu rechnen ist und der auch verstärkt zum Einlösen von Gutscheinen genutzt werden wird.

ERWARTUNGEN DER EINZELHÄNDLER/INNEN FÜR DAS GESAMTE WEIHNACHTSGESCHÄFT 2016

Vorsichtiger Optimismus prägt die letzte Woche vor Heiligabend. 30 % der befragten EinzelhändlerInnen rechnen heuer mit höheren Weihnachtsumsätzen als im Vorjahr. Weitere 39 % gehen – in der Trendumfrage der KMU Forschung Austria im Dezember – davon aus, das Vorjahresniveau wieder erreichen zu können. 31 % sprechen von geringeren Umsätzen im heurigen Weihnachtsgeschäft.

Grafik 8 Umsatzerwartungen der Einzelhandelsunternehmen für das gesamte Weihnachtsgeschäft¹, Dezember 2016



¹ Anteil der befragten EinzelhändlerInnen (sowohl filialisierte als auch nicht-filialisierte Unternehmen im stationären Einzelhandel), Befragungen im Dezember 2016

Quelle: KMU Forschung Austria

GUTSCHEINE SORGEN FÜR NACHWEIHNACHTSGESCHÄFT

Das Weihnachtsgeschäft endet zwar per Definition am 31. Dezember, viele Gutscheine die auch heuer wieder unter dem Christbaum liegen, werden aber erst im Jänner oder noch später eingelöst und damit auch für den Einzelhandel erst nach Silvester umsatzwirksam. 4 von 10 ÖsterreicherInnen (ab 15 Jahre) wollen heuer Gutscheine als Weihnachtspresent verschenken. Damit liegen Gutscheine auf Platz 1 im Ranking der Top-Weihnachtspresente.

Aus der Erfahrung der letzten Jahre tauschen 8 von 10 Beschenkten Gutscheine erst im „Neuen Jahr“ ein. Der „Run“ auf die Geschäfte zum Einlösen der Gutscheine wird auch heuer Großteils im Jänner erfolgen. Die Umsätze, die mit Gutscheinen gemacht werden, zählen somit Großteils nicht mehr zum Weihnachtsgeschäft im Dezember.

Zudem wird 1 von 10 ÖsterreicherInnen Weihnachtsgeschenke wieder umtauschen. Beim Umtausch könnte sich noch ein Zusatzgeschäft für den Einzelhandel nach den Feiertagen bzw. im Neuen Jahr ergeben.

KMU Forschung Austria
Karin Gavac / Ernst Gittenberger

20. Dezember 2016

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. Die Angaben zu den KonsumentInnen basieren auf der durchgeführten telefonischen Befragung von 1.000 ÖsterreicherInnen (ab 15 Jahre).

Die vorliegende Studie – im Auftrag der Wirtschaftskammer / Sparte Handel – wurde nach allen Maßstäben der Sorgfalt erstellt. Die KMU Forschung Austria übernimmt jedoch keine Haftung für Schäden oder Folgeschäden, die auf diese Studie oder auf mögliche fehlerhafte Angaben zurückgehen.

