



## Wiener Händler erwarten stabiles Weihnachtsgeschäft

Durchschnittlich geben Käufer 330 Euro aus – Geschenke werden heuer früher gekauft – Jeder Dritte schenkt Spielwaren, mehr als die Hälfte Gutscheine

24.11.2022, 8:59



© FERNANDA NIGRO

Gerade rechtzeitig zum bevorstehenden Weihnachtsgeschäft lanciert die Wirtschaftskammer Wien eine neue Dachmarke, um Wien als Einkaufsstadt strategisch neu zu positionieren.

„Ein Wiener Weihnachtsgeschäft wie früher“, erwartet Margarete Gumprecht, Obfrau der Sparte Handel in der Wirtschaftskammer Wien. Letztes Jahr war wegen der Pandemie alles anders - heuer erstrahlen wieder 30 Wiener Straßen und Einkaufsgebiete im Lichterglanz, 17 Weihnachtsmärkte mit 900 Ständen finden statt, der Einzelhandel hat volle Lager, geöffnete Geschäfte und es gibt keine Corona-Einschränkungen. „Es ist angerichtet. All das bringt Frequenz für das Wiener Weihnachtsgeschäft, das für viele Handels-Branchen die wichtigste Umsatzzeit des Jahres ist“, sagt Gumprecht. Trotz der getrübbten wirtschaftlichen Situation behält Weihnachten seinen hohen Stellenwert bei der Wiener Bevölkerung. Die Tradition des Schenkens wird hochgehalten, zeigen die aktuellen Zahlen der KMU Forschung Austria zum Wiener Weihnachtsgeschäft.

*„Das Weihnachtsgeschäft rollt jetzt schon richtig an und konzentriert sich stärker auf Ende November und Anfang Dezember“*

## Durchschnittliche Ausgaben steigen

„Die Wienerinnen und Wiener lassen sich Weihnachten und die Tradition des Schenkens nicht nehmen. Wir erwarten heuer nur einen leichten Rückgang der Kaufbereitschaft im Vergleich zum Vorjahr“, erklärt Gumprecht, Die geplanten Ausgaben liegen mit durchschnittlich 330 Euro pro Käufer sogar etwas über Vorjahresniveau (2021: 320 Euro).<sup>[1]</sup> Rund 1,4 Millionen Wienerinnen und Wiener werden heuer durchschnittlich sieben Geschenke machen – knapp 10 Millionen Päckchen landen unter Wiens Christbäumen. Die durchschnittliche Ausgabe pro Geschenk liegt bei 49 Euro. Von den sieben Geschenken werden fünf im stationären Handel besorgt, während zwei Geschenke im Online-Handel gekauft werden.

Rund zwei Drittel der Wiener (64 Prozent) geben an, heuer verstärkt auf ihr Geld zu achten. Bei den geplanten Ausgaben für Weihnachtsgeschenke bleibt die Bandbreite hoch und variiert oftmals stark. Der Großteil (28 Prozent) wird zwischen 201 Euro und 400 Euro ausgegeben. 15 Prozent wollen nicht mehr als 100 Euro für alle Geschenke ausgeben, während 7 Prozent mit einem Budget von über 800 Euro kalkulieren. „Der Wiener Handel kann sich auf ein stabiles Weihnachtsgeschäft einstellen. Allerdings muss gesagt sein: Umsatz ist nicht gleich Gewinn. Die Energiepreise haben sich innerhalb weniger Monate vervielfacht. In einer Branche mit traditionell geringen Margen kann man sich ausrechnen, was das bedeutet“, merkt Gumprecht an. Die Bekämpfung der Energiekrise muss auf politischer Ebene weiterhin Vorrang haben.

## Early-Shopper werden mehr, Late-Shopper werden weniger

„Das Weihnachtsgeschäft rollt jetzt schon richtig an und konzentriert sich stärker auf Ende November und Anfang Dezember“, so Gumprecht. Während in den letzten Jahren viele die Geschenke erst in der zweiten Dezember-Hälfte oder kurz vor dem 24. Dezember besorgt haben, kauft der Großteil der Wiener die Geschenke heuer schon in der zweiten Novemberhälfte (27 Prozent) und in der ersten Dezemberhälfte (32 Prozent). Die Anzahl der Käufer in der zweiten November-Hälfte ist im Vergleich zum Vorjahr sogar um 10 Prozentpunkte gestiegen (von 17 Prozent auf 27 Prozent). Nur mehr 16 Prozent der Wiener wollen den Großteil ihrer Geschenke erst in der 2. Dezemberhälfte besorgen (im Vergleich zum Vorjahr 18 Prozent). „Der Trend zum frühen Besorgen der Weihnachtsgeschenke hat sicherlich auch mit den medial diskutierten Lieferschwierigkeiten und den damit verbundenen längeren Lieferzeiten auf Seiten der Produzenten zu tun. Die Wiener wollen ihre Weihnachtsgeschenke sicher haben“, so Gumprecht. Es gäbe aber keinen Grund zur Sorge, die Händler sind gut auf das Weihnachtsgeschäft vorbereitet, die Lager sind voll.

## Spielwaren auf Platz 1, Gutscheine gewinnen weiter an Bedeutung

Geschenke sind weiterhin ein unverzichtbarer und zentraler Bestandteil des Weihnachtsfests. Auf Platz 1 liegen heuer Spielwaren (35 Prozent), gefolgt von Gutscheinen (32 Prozent davon sind Warengutscheine, 29 Prozent sind Gutscheine für Dienstleistungen wie Reisen) und Kosmetika (31 Prozent). Für manche Branchen wie den Spielwarenhandel ist das Weihnachtsgeschäft ein regelrechter Umsatzturbo – gleichbedeutend mit einem 13. Monat im Geschäftsjahr. Im Spielwarenhandel werden von Oktober bis Dezember sogar 40 Prozent des Jahresumsatzes erzielt. „Rund 1.900 Arbeitsplätze werden alleine durch diese Umsätze im Weihnachtsgeschäft gesichert“, erklärt Gumprecht. Dem Trend, Gutscheine zu verschenken, folgen auch heuer wieder mehr als 60 Prozent der Wiener. Der Großteil der Gutscheine betrifft Einzelhandelswaren (Bekleidung, Elektrogeräte, Spielzeug, etc.) - Gutscheine für Dienstleistungen (Wellness, Reisen, Theaterkarten, etc.) werden etwas seltener nachgefragt. Ein wesentlicher Teil der im Einzelhandel durch Gutscheine erzielten Umsätze fällt nicht auf das traditionelle Weihnachtsgeschäft im Dezember, sondern auf Jänner bzw. die Monate danach.

### Top Wiener Weihnachtsgeschenke

Rang	Top Weihnachtsgeschenke	
1	Spielwaren	35 Prozent
2	Gutscheine für Waren (z.B. Bekleidung, etc.)	32 Prozent
3	Kosmetika	31 Prozent
4	Bekleidung/Textilien/Lederwaren	29 Prozent
5	Gutscheine f. Dienstleistungen (z.B. Reisen, etc.)	29 Prozent
6	Elektrogeräte (Haushalt, PC, Handy etc.)	28 Prozent
7	Wein und sonst. Genussmittel	27 Prozent

8	Bücher	25 Prozent
9	Bargeld	24 Prozent
10	Schmuck	19 Prozent
11	Möbel/Deko	12 Prozent
12	Sportartikel	10 Prozent

## Stationärer Handel erlebt Aufschwung

Beim Flanieren durch Wiens Einkaufsgrätzl und Märkte erleben die Kundinnen und Kunden ein Rundum-Einkaufserlebnis: Alles glitzert und funkelt, überall duftet es nach Maroni und Punsch. „Die Menschen zieht es zum Einkaufen wieder in die Geschäfte“, erklärt Gumprecht mit Verweis auf die heuer wieder stattfindenden Weihnachtsmärkte, die ein zusätzlicher Frequenzbringer sind. Die Zahlen der aktuellen Umfrage belegen: Für ein Drittel der Wiener (36 Prozent) ist Einkaufen in Geschäften in der Umgebung und der Erwerb von regionalen Produkten (31 Prozent) entscheidend. Das müssen die Wiener Einzelhändler nützen, um positive Akzente in einem Handelsjahr zu setzen, in dem die Herausforderungen und das wirtschaftliche Umfeld für viele Betriebe so schwierig waren wie noch nie zuvor. „Die Entscheidung der Konsumenten bewusst zu konsumieren und die heimischen Angebote zu nutzen, ist eine Entscheidung für den Wirtschaftsstandort Wien“, so Gumprecht. Für den Kauf von Weihnachtsgeschenken bevorzugen die Wiener Geschäfte in der näheren Umgebung, gefolgt von Geschäften im Stadtzentrum bzw. in Einkaufsstraßen. Auf den Plätzen 3 und 4 liegen Shoppingcenter und Fachmarktzentren.

Für den Einkauf im stationären Handel gibt es gute Gründe: Die sofortige Verfügbarkeit und das „Anfassen“ ist für die große Mehrheit der Wiener entscheidend (76 Prozent). Knapp die Hälfte der Wiener (48 Prozent) schätzt die persönliche Beratung und den Kontakt im stationären Handel. „Es gibt eine Renaissance der zwischenmenschlich beratenden Funktionen. Händler arbeiten mit Menschen für Menschen, das wird sich nicht ändern – online und offline“, so Gumprecht. Aber auch Omnichannel-Einkaufsoptionen, wie Abholung vor dem Geschäft, online kaufen, im Geschäft abholen und online kaufen, im Geschäft zurückgeben werden immer beliebter. Die Produktinformation findet meist vorab über Apps, Blogs und Communities statt. Für knapp 60 Prozent zählt die Zeitersparnis zu den Top-Gründen online zu kaufen.

## Wienweite „meinkaufstadt Wien“-Kampagne gestartet

Um den stationären Handel zu stärken, startete die WK Wien rechtzeitig zum Weihnachtsgeschäft mit einer breiten Kommunikationsoffensive zur neuen Dachmarke „meinkaufstadt“ Wien. „Unter der neuen Marke „meinkaufstadt“ wird regionales Einkaufen noch mehr in den Mittelpunkt gestellt. Es ist wichtiger denn je, gezielt neue Kundengruppen anzusprechen und auf die vielfältigen Angebote der Nahversorger in den jeweiligen Grätzlen aufmerksam zu machen. Jeder einzelne Euro, der in den Wiener Geschäften, Gastro-Betrieben und Dienstleistungsunternehmen ausgegeben wird, schafft regionale Wertschöpfung und Arbeitsplätze“, sagt Gumprecht. Die Kampagne unterstützt die Wiener Nahversorger dabei, sich bestmöglich zu positionieren. Sie vereint Einkaufsgrätzl, Einkaufsstraßen, Märkte und Einkaufscenter, wo man sich beraten lässt, genießt und sich mit allem versorgt, was man benötigt und was gefällt.

[1] 2020 sorgte der 2. Lockdown (17.11. bis 6.12.) für deutliche Umsatzrückgänge im Wiener Einzelhandel. 2021 herrschte an drei Einkaufssamstagen und am 8. Dezember (Maria Empfängnis) Lockdown, dafür war der 19. Dezember ein verkaufsoffener Sonntag.

## Das könnte Sie auch interessieren



### 4. Einkaufswochenende: Wiener lieben Geschenke (zu schenken)

Wiener Handel zufrieden mit Weihnachtsgeschäft: „Etwas weniger, dafür hochwertiger“ - Late-Shopper kaufen Bücher, Kosmetika, Schmuck, Haushaltswaren und Gutscheine [➤ mehr](#)



## Cybersichere Weihnachten

Heimhilcher: "Der virtuelle Raum kennt keine Ferien." - IT-Dienstleister des Vertrauens sorgen für unbeschwerte Feiertage [➤ mehr](#)



## Das war der Neujahrsempfang der Wiener Industrie 2023

Die Sparten Industrie und Banken & Versicherungen luden nach zweijähriger Corona-Pause wieder zum traditionellen Neujahrsempfang. [➤ mehr](#)