

Weihnachtsgeschäft 2018

im österreichischen Einzelhandel

Zwischenbilanz bis inkl. 3. Advent-Samstag

Wien, Dezember 2018
www.kmuforschung.ac.at

Zwischenbilanz im Überblick

Vom 1. Dezember bis inklusive 3. Advent-Einkaufssamstag, 15. Dezember 2018 hat der stationäre Einzelhandel rd. 60 % der Weihnachtsumsätze 2018 erzielt. Im Vergleich zum Vorjahr zeigt sich ein Umsatzrückgang von -1 % (kalenderbereinigt). 93 % des Weihnachtsgeschäfts wird in Österreich im stationären Einzelhandel erwirtschaftet.

Nach einem verhaltenen Start ins Weihnachtsgeschäft (-2 % am 1. Advent-Samstag) übertreffen am Marienfeiertag, Samstag 8. Dezember die Weihnachtsumsätze deutlich das Vorjahresniveau (+6 % gegenüber Freitag, 8. Dezember 2017). Da nicht alle Geschäfte zu Maria Empfängnis geöffnet hatten, kann das hohe Umsatzniveau eines Einkaufssamstages auch heuer nicht erreicht werden. Der 3. Advent-Samstag schließt unter dem Vorjahresniveau (-1 %).

Positiv verlaufen ist das bisherige Weihnachtsgeschäft vor allem für den Spielwareneinzelhandel (+3 %). Auch der Lebensmitteleinzelhandel erzielt höhere Umsätze als im Vorjahr (+1 %). Auf dem hohen Vorjahresniveau liegt der Möbel-einzelhandel (+/-0 %). Alle weiteren betrachteten Branchen können das hohe Umsatzniveau (noch) nicht erreichen.

Das Online-Weihnachtsgeschäft im heimischen Einzelhandel steigt 2018 um +5 % auf in Summe rd. € 112 Mio (brutto) und trägt knapp 7 % zu den gesamten Weihnachtsumsätzen bei.

On- und Offline liegt das bisherige Weihnachtsgeschäft um -0,5 % unter dem Vorjahr. Zwischen 3. Einkaufssamstag und dem Heiligen Abend liegt noch eine ganze Einkaufswoche (inkl. 4. Advent-Samstag), in der rd. 30 % der Weihnachtsumsätze erzielt werden und das Umsatzniveau steigt von Woche zu Woche.

Die Erwartungen der EinzelhändlerInnen für das gesamte Weihnachtsgeschäft 2018 fallen verhalten aus. 28 % gehen davon aus, die hohen Vorjahresumsätze übertreffen, 34 % dieses erreichen zu können. Nach Weihnachten (bis Silvester) werden noch rd. 10 % der Umsätze im Weihnachtsgeschäft erwirtschaftet. In Summe ist mit Weihnachtsumsätzen 2018 im österreichischen Einzelhandel in Höhe von rd. € 1,64 Mrd (brutto, inkl. Ust.) zu rechnen – ein Rückgang um rd. -€ 10 Mio.



Bisheriges Weihnachtsgeschäft
im stationären Einzelhandel



Bisheriges Weihnachtsgeschäft im
heimischen Internet-Einzelhandel



Prognose 2018 zum gesamten
Weihnachtsgeschäft (online & offline)

€ 1,64 Mrd



Umsatzerwartungen (brutto) für das
gesamte Weihnachtsgeschäft 2018

1 | Ausgangssituation für das Weihnachtsgeschäft 2018

Bedeutung des Weihnachtsgeschäfts für den Einzelhandel

Als Weihnachtsgeschäft im Einzelhandel wird jener Brutto-Mehrumsatz (inkl. Ust.) im Monat Dezember verstanden, der das Normalmaß von Jänner-November übersteigt. Nach dieser Definition erzielt der heimische Einzelhandel über alle Branchen hinweg 2,2 % des gesamten Jahresumsatzes im Weihnachtsgeschäft. Die Dezemberumsätze liegen durch den Geschenke-einkauf somit um +27 % über den Umsätzen eines „normalen Monats“.

Der Rückblick auf das Weihnachtsgeschäft im österreichischen Einzelhandel in der letzten Dekade (2007-2017) zeigt ein Umsatzwachstum von +14 % bzw. von mehr als +€ 200 Mio (brutto, inkl. Ust.). 2017 hat der heimische Einzelhandel Weihnachtsumsätze in Höhe von rd. € 1,65 Mrd (brutto) erwirtschaftet (nominell: +1,5 % bzw. +€ 22 Mio gegenüber 2016). Rd. 6 % des Weihnachtsgeschäfts ist 2017 online erzielt worden.

Gesamtwirtschaftliche Ausgangslage spricht für stabiles Weihnachtsgeschäft 2018

Die gute gesamtwirtschaftliche Konjunkturlage hält 2018 an. Der Wachstumshöhepunkt ist jedoch um den Jahreswechsel 2017/2018 überschritten worden, die Dynamik hat seitdem an Schwung verloren. Für das Gesamtjahr 2018 erwartet das WIFO¹ einen Anstieg des BIP von nominell +4,7 %. Auch der private Konsum wächst weiter (nominell: +3,9 %). Rd. ein Drittel der Konsumausgaben fließt in den Einzelhandel – Tendenz sinkend. Am Arbeitsmarkt zeigt sich 2018 ein anhaltendes Beschäftigungswachstum (+2,5 %), während die Arbeitslosenquote laut AMS von 8,5 % (2017) auf 7,7 % (2018) zurückgeht.

Konjunkturdynamik im Einzelhandel flacht 2018 ab

Im Jahresverlauf 2018 zeigt sich jedoch ein Abflachen des Konjunkturwachstums im stationären Einzelhandel, das sich bereits im IV. Quartal 2017 angekündigt hat. Nach nominellen Umsatzzanträgen im I. und im II. Quartal 2018 sinken die Umsätze im stationären Einzelhandel im III. Quartal. Von Jänner bis September 2018 liegen die Umsätze im stationären Einzelhandel nominell um +0,8 % über dem Vorjahresniveau. Damit fällt die Konjunktorentwicklung in den ersten 3 Quartalen 2018 schwächer als im Gesamtjahr 2017 (nominell: +2,0 %) aus, was bereits auf ein verhaltenes Weihnachtsgeschäft 2018 schließen lässt.

¹ Österreichisches Institut für Wirtschaftsforschung: Prognose für 2018 und 2019: Abflauende internationale Konjunktur nach kräftigem Wachstum 2018. WIFO, Oktober 2018

2 | Zwischenbilanz im stationären Einzelhandel zum Weihnachtsgeschäft 2018

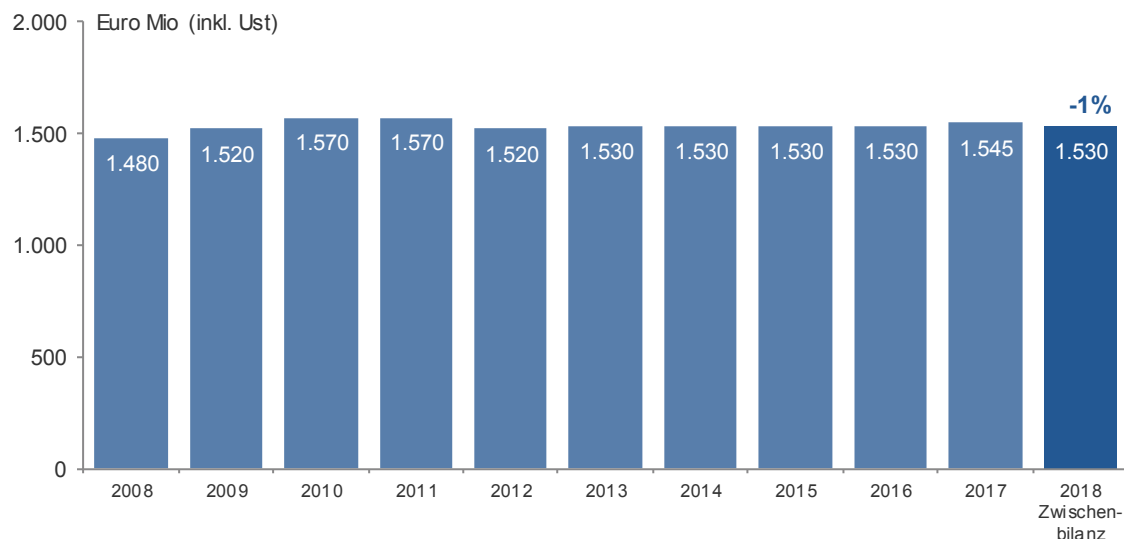
Bisheriges Weihnachtsgeschäft: -1 %

Bis inkl. 3. Advent-Einkaufssamstag, 15. Dezember 2018 hat der stationäre Einzelhandel in Österreich bereits rd. 60 % der Weihnachtsumsätze erzielt. Bei der Zwischenbilanz ist zu beachten, dass die Einzelhandelsgeschäfte im bisherigen Weihnachtsgeschäft von Samstag, 1. Dezember bis Samstag, 15. Dezember 2018 – kalenderbedingt – um einen Einkaufstag weniger geöffnet hatten als im Vorjahr (Freitag, 1. Dezember bis Samstag, 16. Dezember 2017). Unter Berücksichtigung des „fehlenden Freitags“, liegt der Umsatz im **bisherigen Weihnachtsgeschäft** im stationären Einzelhandel kalenderbereinigt **unter dem Vorjahresniveau (-1 %)**.

Das Weihnachtsgeschäft ist in der **1. Advent-Woche** 2018 kalenderbereinigt bis zum Marienfeiertag unter dem Vorjahresniveau gelegen (-1 %). Auch die **2. Advent-Woche** kann den Umsatzrückgang nicht wettmachen und schließt ebenfalls mit -1 %.

Entwickelt sich das Weihnachtsgeschäft der Einzelhandelsgeschäfte weiterhin auf ähnlichem Niveau, ist mit Weihnachtsumsätzen 2018 in Höhe von rd. **€ 1,53 Mrd** (brutto, inkl. Ust.) zu rechnen. Das würde einen Umsatzrückgang von -€ 15 Mio bedeuten. Rd. 93 % der gesamten Weihnachtsumsätze wird 2018 der stationäre Einzelhandel erwirtschaften.

Grafik 1 | Weihnachtsgeschäft im stationären Einzelhandel in Österreich, 2008-2018
Umsätze in Euro brutto (inkl. Ust.)



Weihnachtsumsätze 2018 auf Basis der Zwischenbilanz (bis inkl. 3. Einkaufssamstag, kalenderbereinigt)

Quelle: KMU Forschung Austria

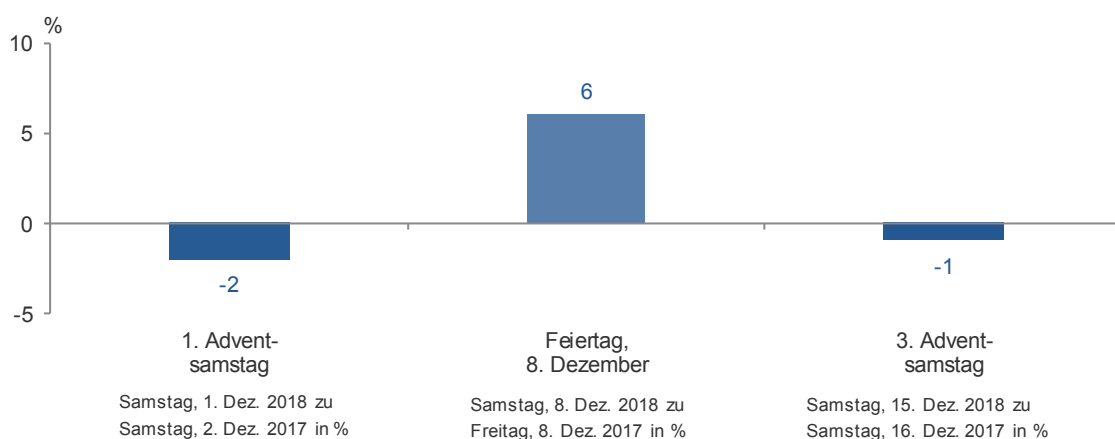
Adventsamstage 2018

Der stationäre Einzelhandel startet verhalten ins Weihnachtsgeschäft 2018. Österreichweit erzielen die Einzelhandelsgeschäfte am **1. Advent-Einkaufssamstag** (1. Dezember 2018) im Durchschnitt über alle Branchen hinweg ein nominelles Umsatzminus von **-2 %** (gegenüber Samstag, 2. Dezember 2017). Umsatzzuwächse erzielen im Branchendurchschnitt der Schuh- und Lederwareneinzelhandel sowie der Elektroeinzelhandel. Alle weiteren betrachteten Branchen können das hohe Umsatzniveau des Vorjahres nicht erreichen.

Das Weihnachtsgeschäft am **Marienfeiertag** 2018 (Maria Empfängnis) zeigt gegenüber dem Vorjahr eine Verschiebung des Umsatzniveaus. Die Einzelhandelsumsätze liegen am Samstag, 8. Dezember 2018 um **+6 %** über den Umsätzen vom Freitag, 8. Dezember 2017. Der hohe Umsatzanstieg ist primär darauf zurückzuführen, dass Maria Empfängnis im Vorjahr auf einen Freitag gefallen ist und die Umsätze im Einzelhandel 2017 dementsprechend geringer als am diesjährigen Samstag ausgefallen sind. Da am Marienfeiertag rd. 20 % der Ladengeschäfte nicht geöffnet hatten, kann das Umsatzniveau eines Advent-Einkaufssamstages auch heuer nicht erreicht werden. Alle betrachteten Einzelhandelsbranchen verzeichnen am Marienfeiertag 2018 (im Vergleich zum 8. Dezember 2017) im Durchschnitt Umsatzzuwächse – besonders hoch sind diese im Schuh- und Lederwaren-einzelhandel sowie im Buch- und Schreibwareneinzelhandel ausgefallen.

Die Umsätze im stationären Einzelhandel liegen am **3. Advent-Einkaufssamstag** (15. Dezember 2018) um **-1 %** unter dem Vorjahresniveau (Samstag, 16. Dezember 2017). Umsatzzuwächse erzielt im Branchendurchschnitt v.a. der Schuh- und Lederwareneinzelhandel, aber auch der Lebensmitteleinzelhandel und der Spielwareneinzelhandel übertreffen das hohe Vorjahresniveau.

Grafik 2 | Umsatzentwicklung im Weihnachtsgeschäft an den Advent-Samstagen, 2018
Nominelle Veränderung im stationären Einzelhandel gegenüber dem Vorjahr in %



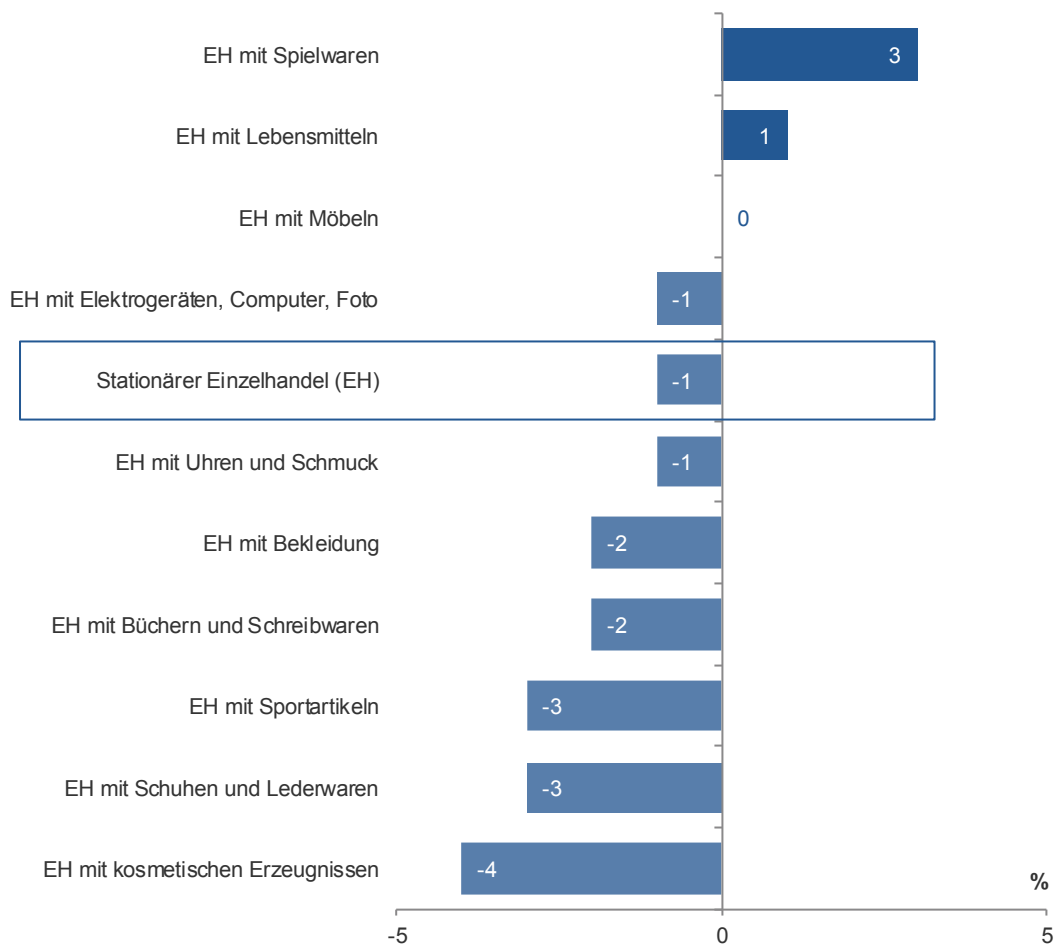
Quelle: KMU Forschung Austria

Branchensieger: Spielwareneinzelhandel

Der Einzelhandel mit Spielwaren führt das Ranking im bisherigen Weihnachtsgeschäft 2018 an. Ausgehend vom vergleichsweise niedrigen Niveau des Vorjahres sind die Umsätze hier bis inkl. 3. Advent-Einkaufssamstag kalenderbereinigt um +3 % gestiegen. Neben Klassikern wie Lego und Playmobil hat sich die Toniebox besonders gut verkauft. Der Einzelhandel mit Lebensmitteln verzeichnet ein Wachstum von +1 %. Im Möbeleinzelhandel liegen die Umsätze auf dem Niveau des Vorjahres.

Alle weiteren betrachteten Branchen erreichen das hohe Vorjahresniveau bislang (noch) nicht. Am höchsten fallen die Rückgänge im bisherigen Weihnachtsgeschäft 2018 im Einzelhandel mit kosmetischen Erzeugnissen aus (-4 %). Bei den beiden Branchensiegern 2017, dem Einzelhandel mit Sportartikeln sowie dem Einzelhandel mit Schuhen und Lederwaren, sind die Umsätze bislang um jeweils -3 % gesunken.

Grafik 3 | Umsatzentwicklung im bisherigen Weihnachtsgeschäft nach Branchen, 2018
Nominelle Veränderung im stationären Einzelhandel bis inkl. 3. Advent-Samstag, kalenderbereinigt gegenüber dem Vorjahr, in %



Quelle: KMU Forschung Austria

3 | Zwischenbilanz im Internet-Einzelhandel zum Weihnachtsgeschäft 2018

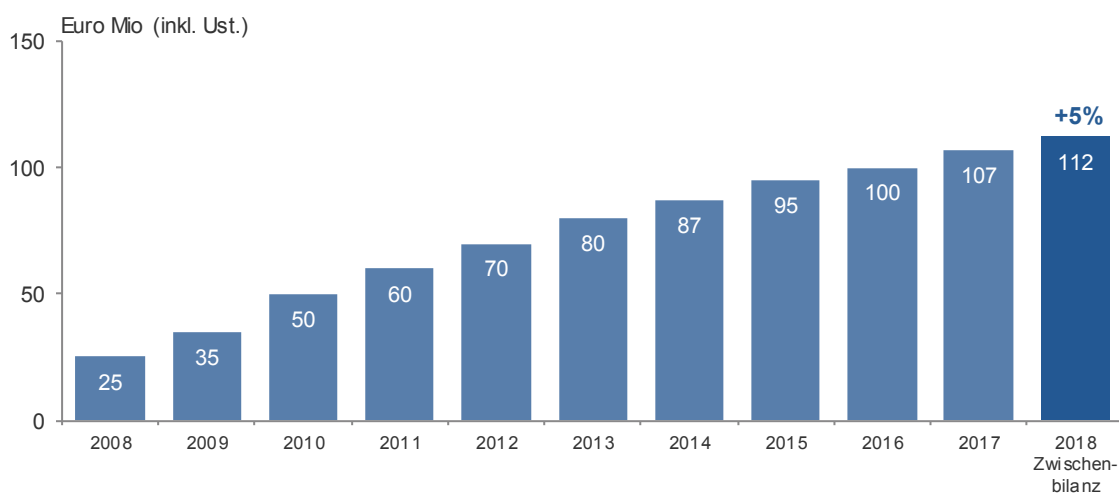
Jedes 7. Weihnachtspäsent wird heuer online besorgt

51 % der KonsumentInnen (ab 15 Jahre) in Österreich informieren sich und 36 % kaufen Geschenke auch im Internet ein. Jedes 7. Präsent wird heuer online besorgt und jeder 7. Euro beim Geschenkeinkauf fließt zu österreichischen und ausländischen Internetanbietern. Die Vorteile beim X-Mas-Online-Shopping liegen aus Sicht der KonsumentInnen vor allem in günstigen Preisen, großer Auswahl und in der 24-Stunden-Einkaufsmöglichkeit. Trotz steigender Zahl an Online-Christmas-ShopperInnen 2018 kaufen die KonsumentInnen in Österreich aber nach wie vor Großteils ihre Geschenke im Ladengeschäft ein.

Weihnachtsgeschäft im heimischen Internet-Einzelhandel: +5 %

Im Weihnachtsgeschäft 2016 knackt der heimische Internet-Einzelhandel erstmals die € 100 Mio-Marke und kann auch 2017 deutliche Umsatzzuwächse (+7 % gegenüber 2016) verzeichnen. 2018 entwickelt sich das Weihnachtsgeschäft im Internet-Einzelhandel wiederum deutlich dynamischer als im stationären Einzelhandel, die Wachstumskurve flacht mit +5 % jedoch etwas ab. In Summe ist heuer mit Weihnachtsumsätzen in Höhe von rd. € 112 Mio (brutto, inkl. Ust) zu rechnen, was ein Plus von rd. +€ 5 Mio (brutto) bedeutet. Der Internet-Einzelhandel wird heuer knapp 7 % zum gesamten Weihnachtsgeschäft im heimischen Einzelhandel beitragen.

Grafik 4 | Weihnachtsgeschäft im österreichischen Internet-Einzelhandel, 2008-2018
Umsätze in Euro brutto (inkl. Ust.)



Quelle: KMU Forschung Austria

4 | Ausblick auf das gesamte Weihnachtsgeschäft 2018

Ausblick auf umsatzstarke Einkaufstage

Die kommenden Tage vor dem Heiligen Abend zählen zu den umsatzstärksten Einkaufstagen des ganzen Jahres. Besonders am 4. Advent-Samstag, 22. Dezember wird das Umsatzniveau im Einzelhandel nochmals deutlich höher als an den ersten drei Advent-Samstagen 2018 ausfallen.

In der Woche vor dem Heiligen Abend wird der stationäre Einzelhandel noch rd. 30 % der gesamten Weihnachtsumsätze erzielen – insbesondere heuer, da der Anteil der „Late-Shopper“ weiter ansteigt. 42 % der KonsumentInnen in Österreich (ab 15 Jahre) kaufen heuer das Gros der Weihnachtsgeschenke in der 2. Dezember-Hälfte ein.

Nach Weihnachten (bis Silvester) werden dann noch rd. 10 % der Umsätze im Weihnachtsgeschäft erwirtschaftet. Besonders am Samstag, 29. Dezember ist mit einem umsatzstarken Einkaufstag zu rechnen. Stichwort Gutscheine & Bargeld: 37 % der KonsumentInnen (ab 15 Jahre) werden Gutscheine zum heurigen Weihnachtsfest verschenken – Platz 1 im Ranking der meistgekauften Präsente 2018; Bargeld liegt auf Platz 8.

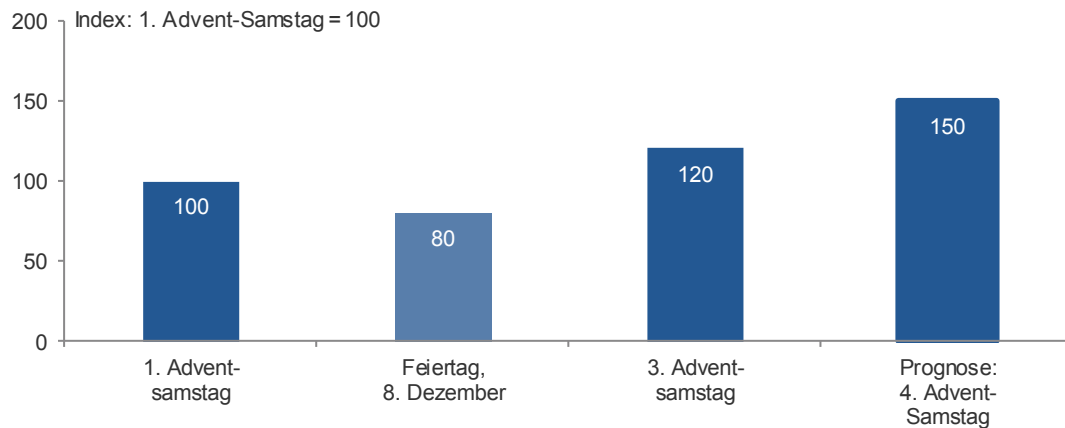
Umsatzniveau steigt von Woche zu Woche in der Adventzeit

Das Umsatzniveau im stationären Einzelhandel steigt in der Adventzeit von Woche zu Woche an. Je näher der Heilige Abend rückt, desto höher fallen auch die Umsätze im Einzelhandel aus.

Die Einzelhandelsumsätze sind heuer am 3. Advent-Samstag (15. Dezember) um rd. 20 % höher als am 1. Advent-Samstag (1. Dezember) gelegen. Für den 4. Einkaufssamstag 2018 ist davon auszugehen, dass das Umsatzniveau nochmals deutlich ansteigen wird. Einer konservativen Prognose zufolge, wird das Umsatzniveau am Samstag, 22. Dezember um 50 % über jenem des 1. Advent-Samstages 2018 liegen.

Der verkaufsoffene Marienfeiertag am Samstag, 8. Dezember kann hingegen das Umsatzniveau eines Einkaufssamstages in der Adventzeit auch heuer nicht erreichen, da rd. 20 % der Geschäfte nicht geöffnet hatten. Im Vergleich zum 1. Advent-Samstag (Index = 100) zeigt sich, dass die Umsätze am 8. Dezember 2018 um rd. 20 % geringer ausgefallen sind (Indexwert: 80).

Grafik 5 | Umsatzniveaus im stationären Einzelhandel an den Advent-Samstagen, 2018

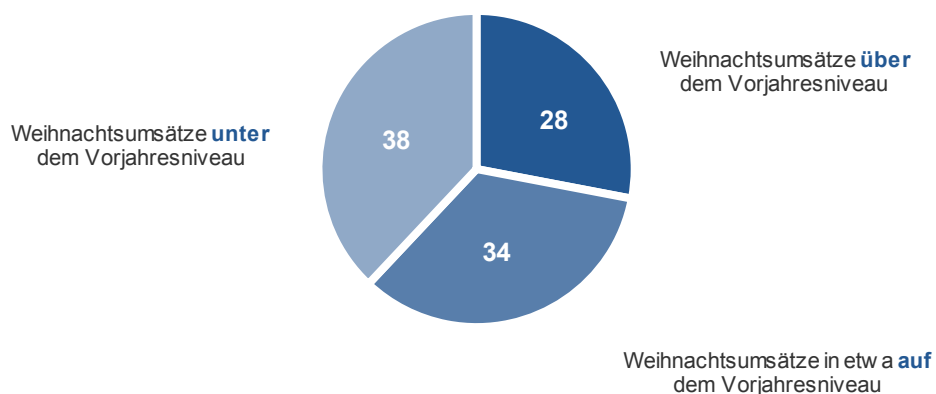


Anmerkung: gerundete Werte
Quelle: KMU Forschung Austria

Verhaltene Erwartungen im Einzelhandel für das gesamte Weihnachtsgeschäft 2018

28 % der befragten EinzelhändlerInnen rechnen mit einem Umsatzplus im gesamten Weihnachtsgeschäft 2018. Der Anteil der EinzelhändlerInnen, die von stabilen Weihnachtsumsätzen ausgehen, liegt bei 34 %. 38 % sprechen in der Trendumfrage im Einzelhandel der KMU Forschung Austria im Dezember von geringeren Umsätzen im heurigen Weihnachtsgeschäft.

Grafik 6 | Umsatzerwartungen im Einzelhandel zum gesamten Weihnachtsgeschäft, 2018
Anteil der EinzelhändlerInnen in %



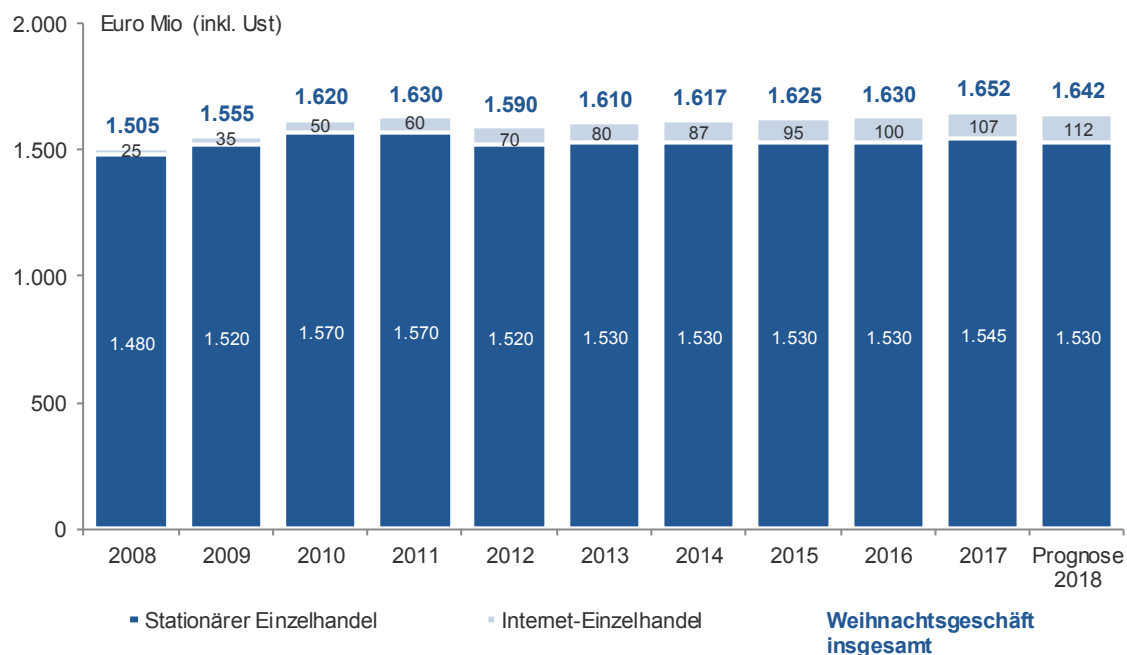
Befragung im Dezember 2018 von filialisierten als auch nicht-filialisierten Einzelhandelsunternehmen
Quelle: KMU Forschung Austria

Prognose zum Weihnachtsgeschäft 2018: € 1,64 Mrd

Die Zwischenbilanz zum bisherigen Weihnachtsgeschäft im österreichischen Einzelhandel (bis inkl. 3. Advent-Samstag, 15. Dezember 2018) fällt verhalten aus. Dem Umsatzplus im **Internet-Einzelhandel (+5 %)** steht ein Umsatzrückgang im **stationären Einzelhandel (-1 %)** gegenüber. Aber auch online fallen die Wachstumsraten im heurigen Weihnachtsgeschäft verhaltener als im Vorjahr aus. Da der stationäre Einzelhandel 93 % der Weihnachtsumsätze im österreichischen Einzelhandel erzielt, kann auch ein Umsatzanstieg im Internet-Einzelhandel das stationäre Umsatzminus nicht wettmachen. On- und offline liegen die Weihnachtsumsätze im bisherigen Weihnachtsgeschäft um -0,5 % unter dem Vorjahresniveau.

Entwickelt sich das gesamte Weihnachtsgeschäft 2018 wie bis zum 3. Advent-Samstag, ist mit **Weihnachtsumsätzen (online und offline) in Höhe von rd. € 1,64 Mrd (brutto, inkl. Ust.)** zu rechnen. Das Umsatzminus im stationären Einzelhandel in Höhe von rd. -€ 15 Mio (brutto) kann durch das Umsatzplus im Internet-Einzelhandel (rd. +€ 5 Mio) nicht ausgeglichen werden. Das gesamte Weihnachtsgeschäft wird somit um rd. -€ 10 Mio geringer als im Vorjahr ausfallen. Dennoch entsprechen die prognostizierten rd. € 1,64 Mrd den zweithöchsten Weihnachtsumsätzen der letzten Dekade (nach dem Rekordniveau 2017).

Grafik 7 | Weihnachtsgeschäft im stationären Einzelhandel und im Internet-Einzelhandel in Österreich
Umsätze in Euro brutto (inkl. Ust.), 2008-2018



Weihnachtsumsätze 2018: Prognose auf Basis der Zwischenbilanz (bis inkl. 3. Einkaufssamstag 2018)

Quelle: KMU Forschung Austria

Rückfragen bitte direkt an:**Wirtschaftskammer Österreich – Sparte Handel**

Mag. Iris Thalbauer	Dr. Roman Seeliger
Geschäftsführerin	Geschäftsführer-Stellvertreter
bsh@wko.at	bsh@wko.at
+43 5 90 900 - 3339	+43 5 90 900 - 3347
www.derhandel.at	

Methodik:

Die Analyseergebnisse basieren auf den wöchentlichen Trendumfragen der KMU Forschung Austria zur Umsatzentwicklung im stationären Einzelhandel in der Adventzeit, an der wöchentlich rd. 400 Einzelhandelsgeschäfte (sowohl filialisierte als auch nicht-filialisierte Einzelhandelsunternehmen) aus ganz Österreich teilnehmen. Die Ergebnisse zur Umsatzentwicklung im heimischen Internet-Einzelhandel beruhen auf einer weiteren Trendumfrage, an der rd. 100 Einzelhandelsunternehmen in Österreich mit Online-Shops teilgenommen haben. Die Angaben zu den KonsumentInnen basieren auf der durchgeführten telefonischen Befragung von 1.000 KonsumentInnen in Österreich (ab 15 Jahre) in der Vorweihnachtszeit.

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

KMU Forschung Austria

Dr. Ernst Gittenberger
Projektleiter
e.gittenberger@kmuforschung.ac.at
+43 1 505 97 61
www.kmuforschung.ac.at

