

KMMU 

FORSCHUNG

Weihnachten 2022

im steirischen Einzelhandel
16.11.2022

Ihre Gesprächspartner

KR Gerhard Wohlmuth
Obmann Sparte Handel

Dr. Wolfgang Ziniel
KMU Forschung Austria

Die KMU Forschung Austria ist Mitglied bei:



www.kmuforschung.ac.at



Zum Institut

Die **KMU Forschung Austria** ist als außeruniversitäres, unabhängiges Forschungsinstitut im Bereich der Wirtschafts- und Sozialwissenschaften tätig. Die kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) bilden dabei einen Kernbereich der Forschungstätigkeit.



Projekt Team



**MMAG. DR. WOLFGANG
ZINIEL**

Projektleiter



MAG. KARIN GAVAC

Projektleiterin



NATALIE RAUTER, BA

Wissenschaftliche
Assistentin



**CHRISTINE
DEPPERSCHMIDT, MA**

Wissenschaftliche
Assistentin

Weihnachten 2022

- **990.000** oder **91 %** Geschenkekäufer*innen (2021: 92 %)
- **€ 310,-** Ausgaben pro Käufer*in (2021: 310,-)
- **> € 300 Mio.** Gesamtausgaben (2021: > € 300 Mio.)
- **7** Geschenke, davon 1,5 online
- Late Shopping weiter rückläufig
- Stationäre Einkaufsstätten für Weihnachtsgeschenke hoch relevant
- **54 %** der Steirer*innen wollen Weihnachtsgeschenke (auch) online kaufen

Top 5 Geschenke

1. Gutscheine
2. Spielwaren
3. Bekleidung/Textilien (2021: 4.Platz)
4. Kosmetika (2021: 3.Platz)
5. Bargeld

Bedeutung des Weihnachtsgeschäfts

für den Einzelhandel

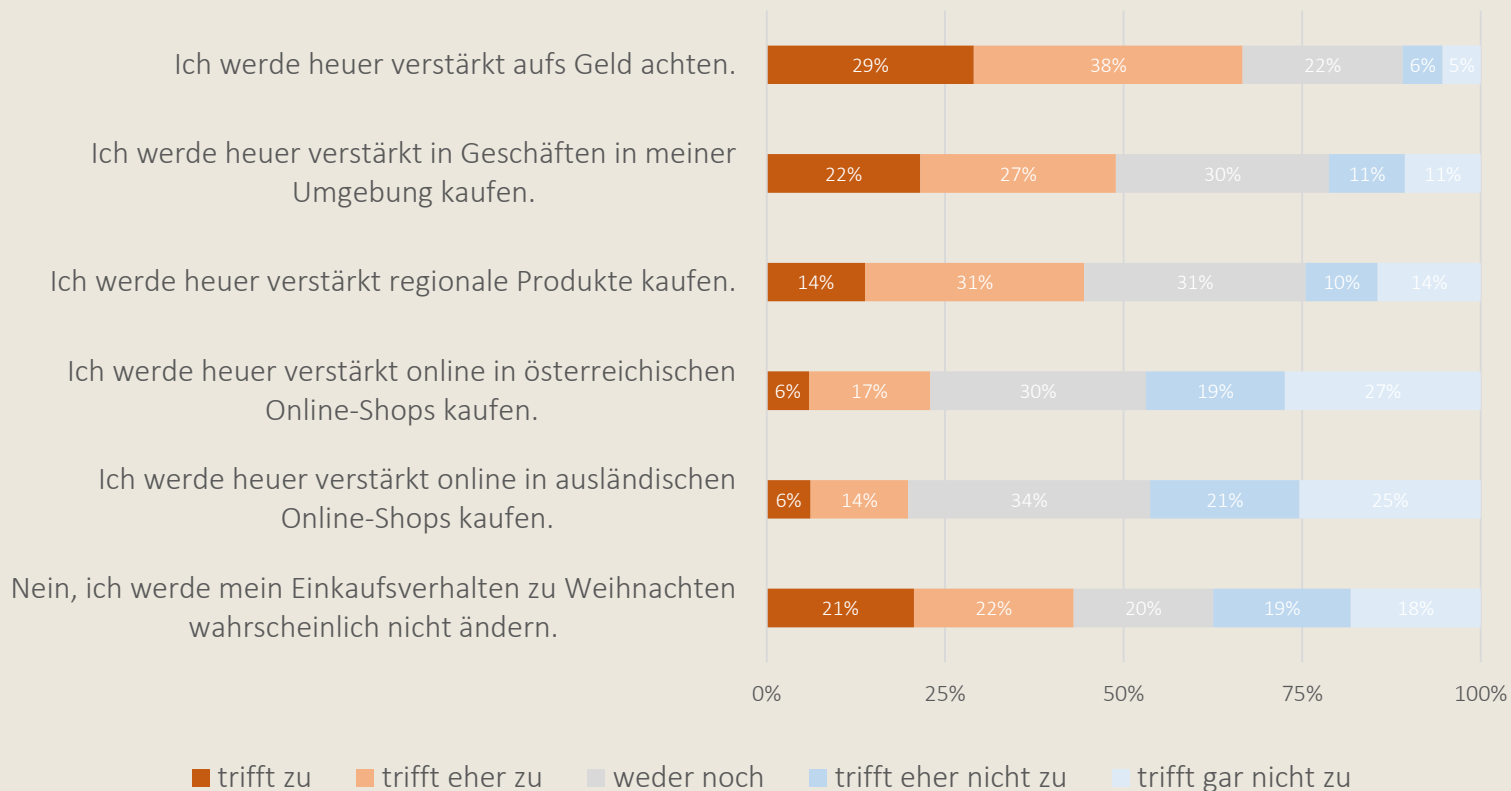
Mehrumsatz im Dezember, der das Normalmaß der Monate Jänner bis November übersteigt

2 % des gesamten Jahresumsatzes erzielt der Einzelhandel im Dezember zusätzlich zu einem normalen Monatsumsatz

Weihnachtsgeschäft hat **zentrale Bedeutung** für bestimmte Branchen. Dazu zählen:

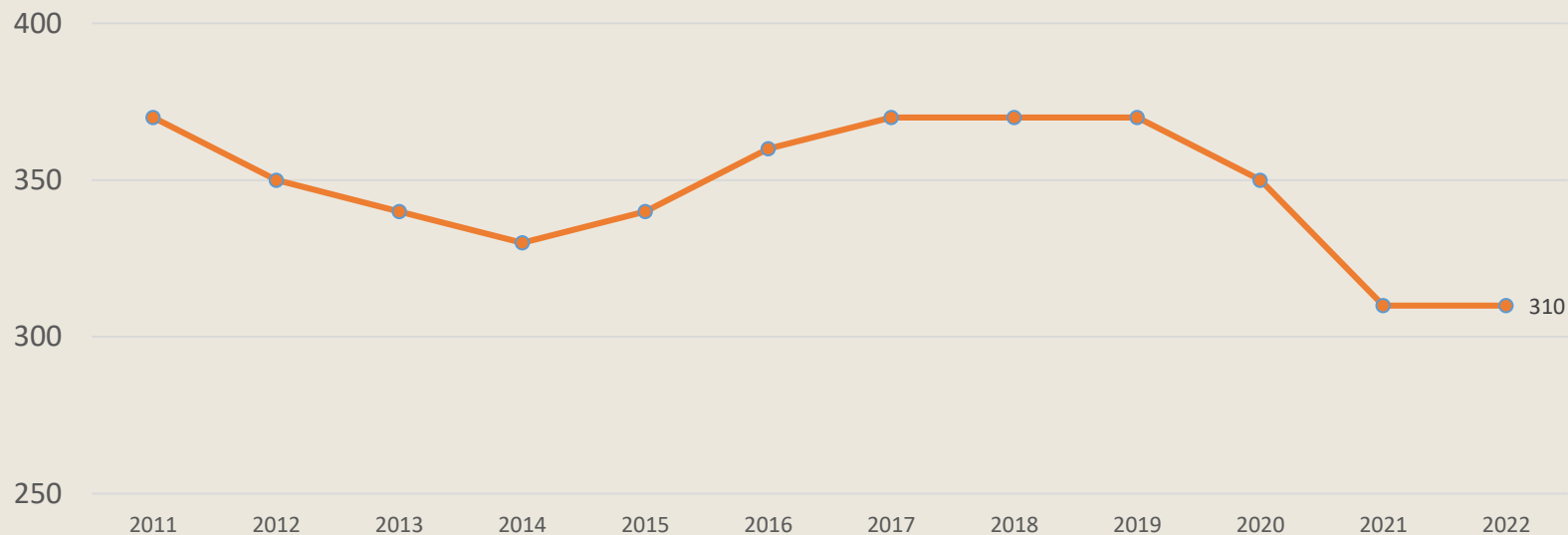
- Uhren-/Schmuckeinzelhandel
- Spielwareneinzelhandel
- Papier-/Bucheinzelhandel
- Elektroeinzelhandel

Kaufverhalten zu Weihnachten 2022



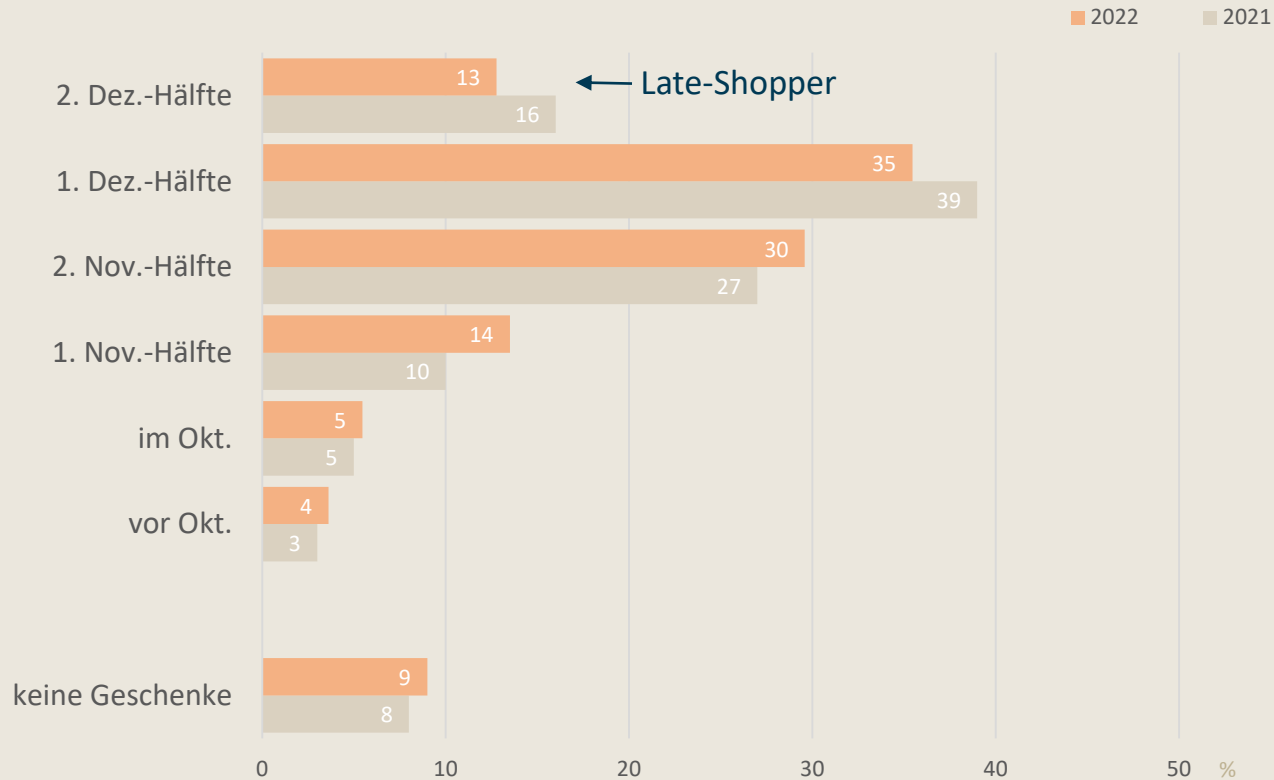
*Einkaufs-
verhalten der
Steirer*innen in
der (Vor-)
Weihnachtszeit,
2022*

Geplante Ausgaben



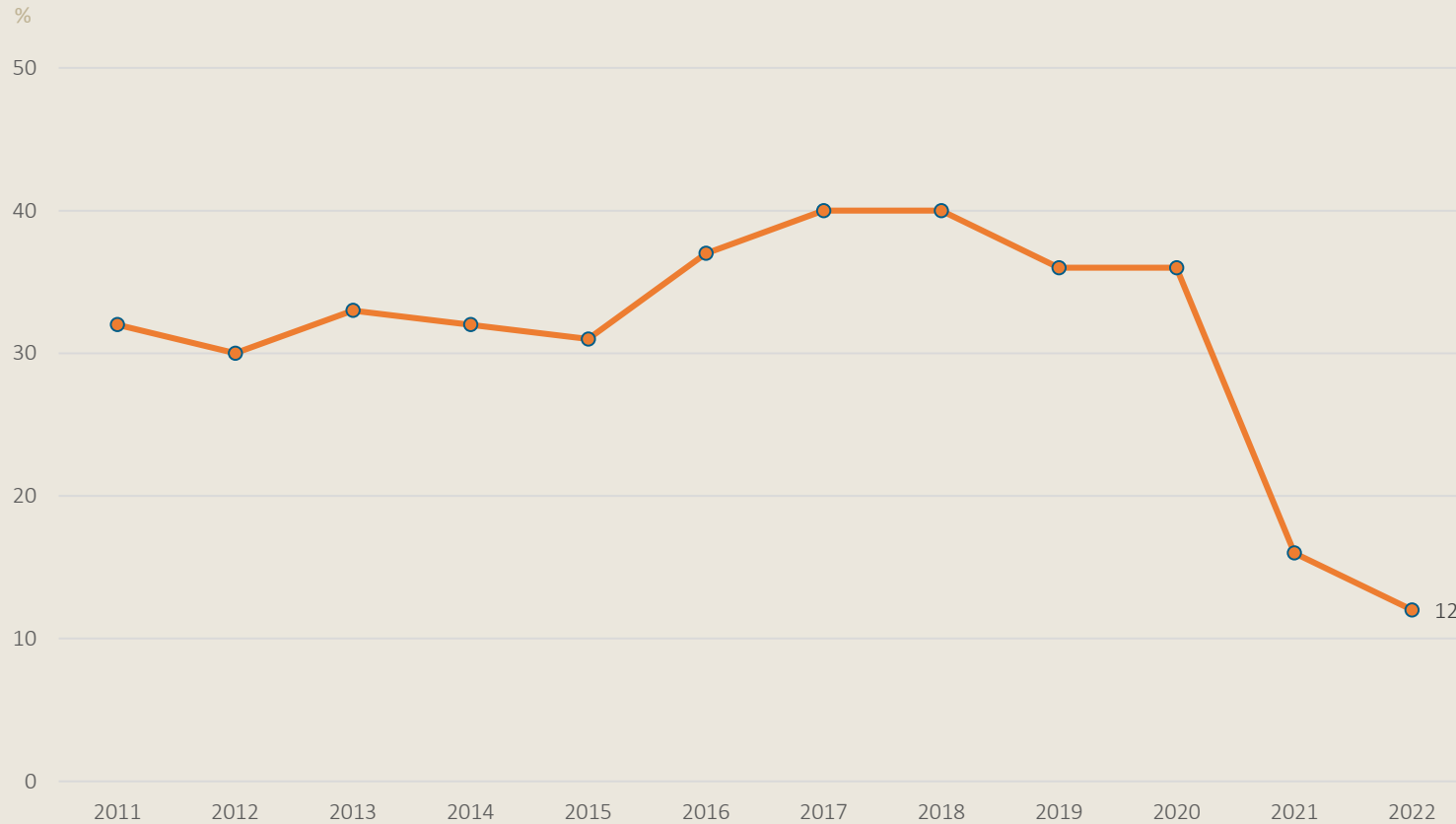
€ 310,-
Ausgaben
pro
Käufer*in

Kaufzeitpunkt



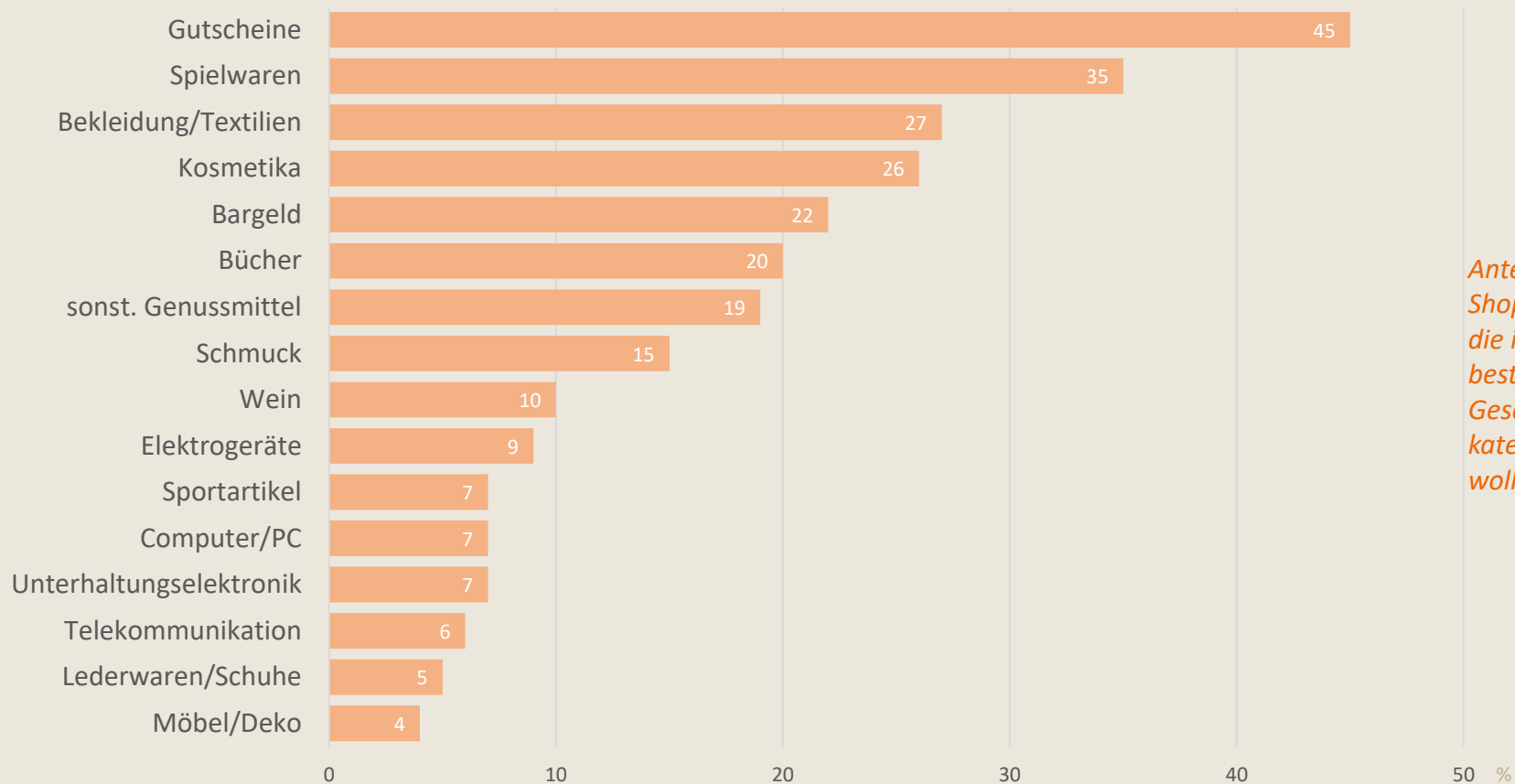
*Kaufzeitpunkt
für den
Großteil der
Weihnachts-
einkäufe*

Late-Shopper



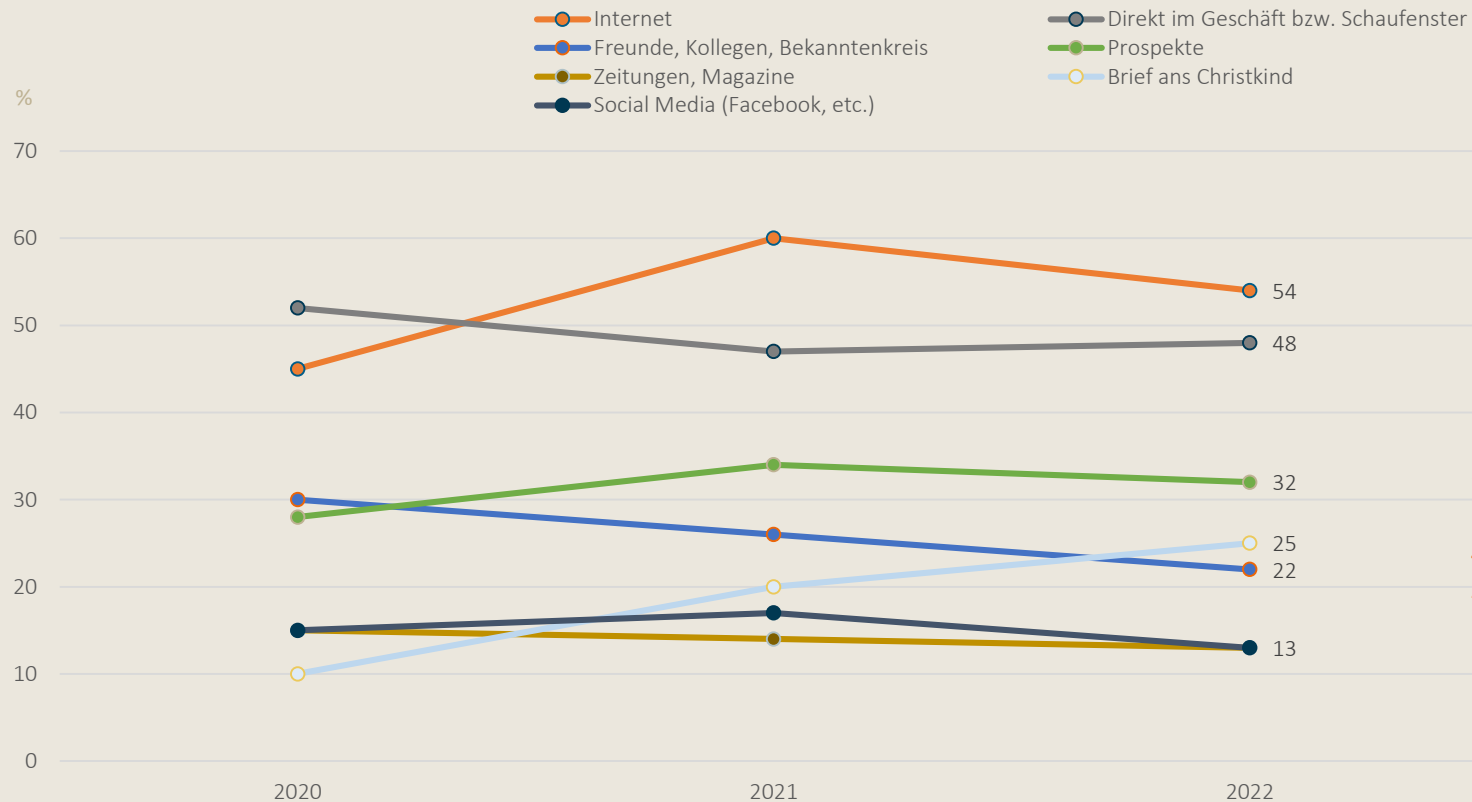
*Late-Shopper
weiter im
Rückgang*

Geschenke



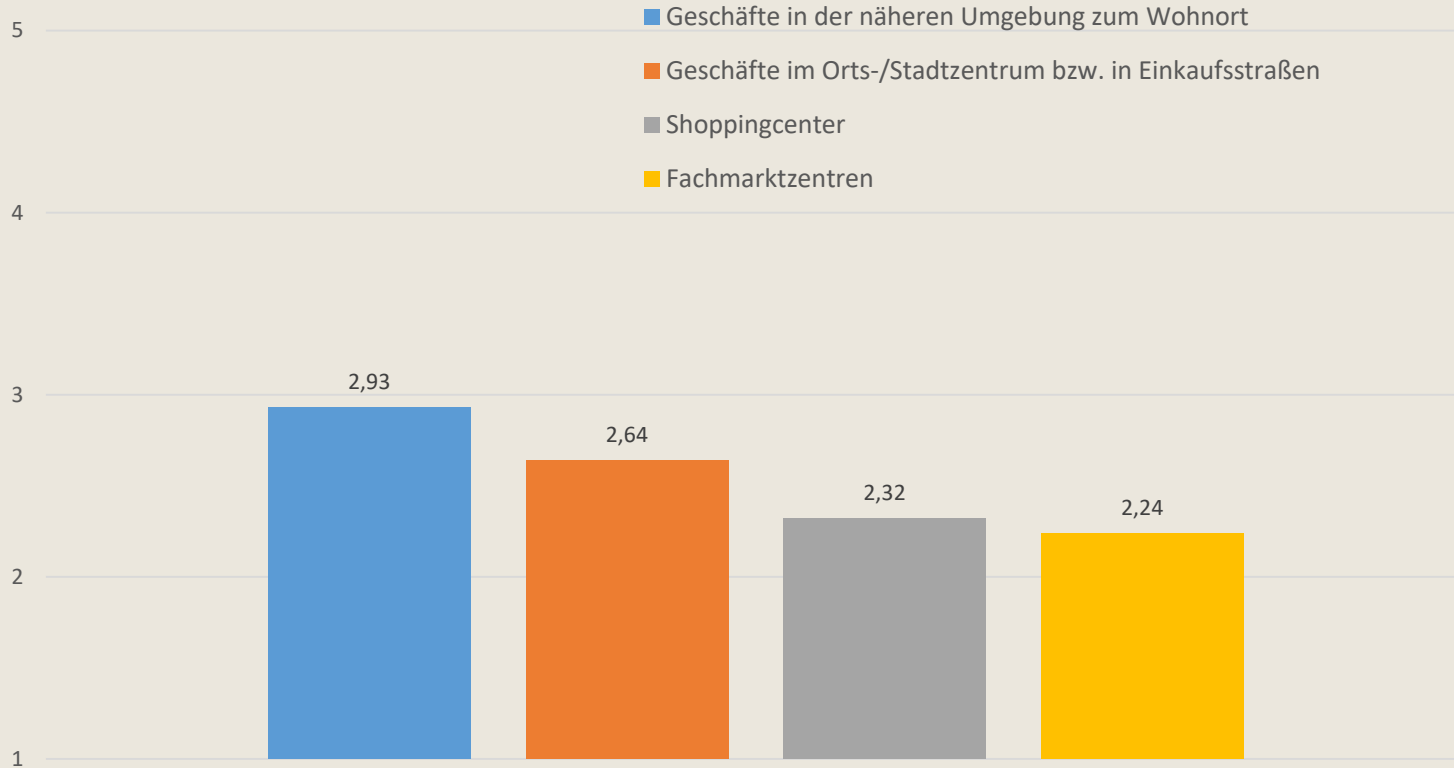
*Anteil aller Shopper*innen, die in einer bestimmten Geschenk-kategorie kaufen wollen*

Informationsverhalten



*Informationsquellen vor dem Weihnachtseinkauf, Anteil der Steirer*innen, 2020-2022*

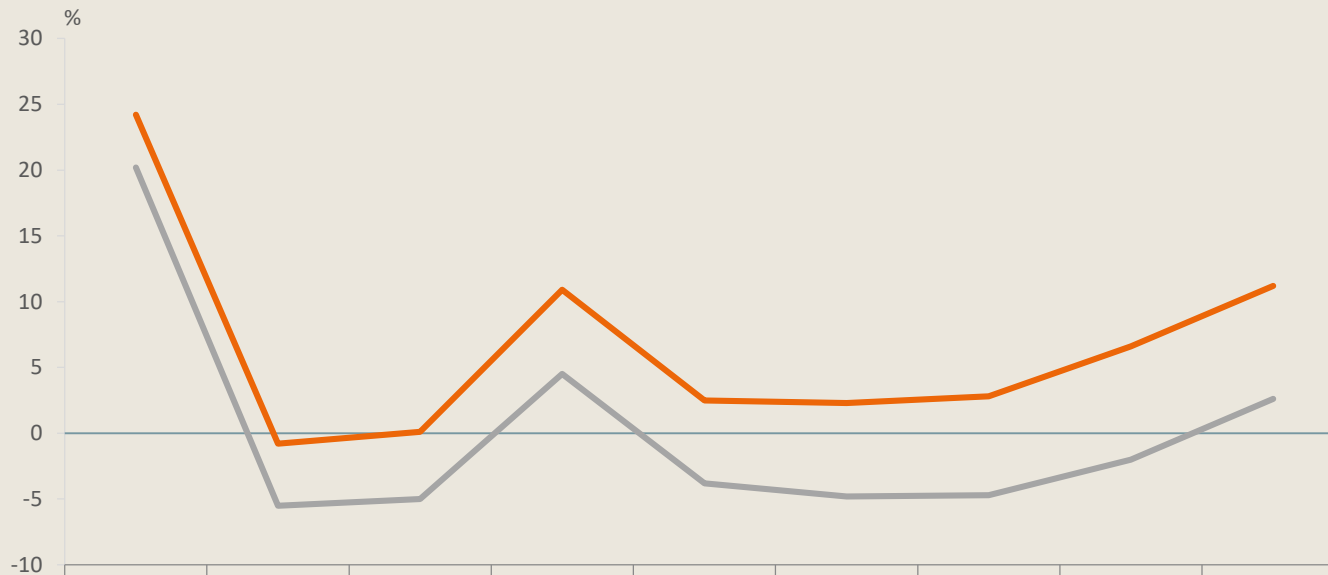
Store-Typen und Weihnachten



*Wichtigkeit stationärer Einkaufsstätten für Einkaufsverhalten in der (Vor-) Weihnachtszeit
1 Punkt = völlig unwichtig bis 5 Punkte = außerordentlich wichtig*

Umsatzentwicklung Einzelhandel

Umsatzentwicklung im Einzelhandel

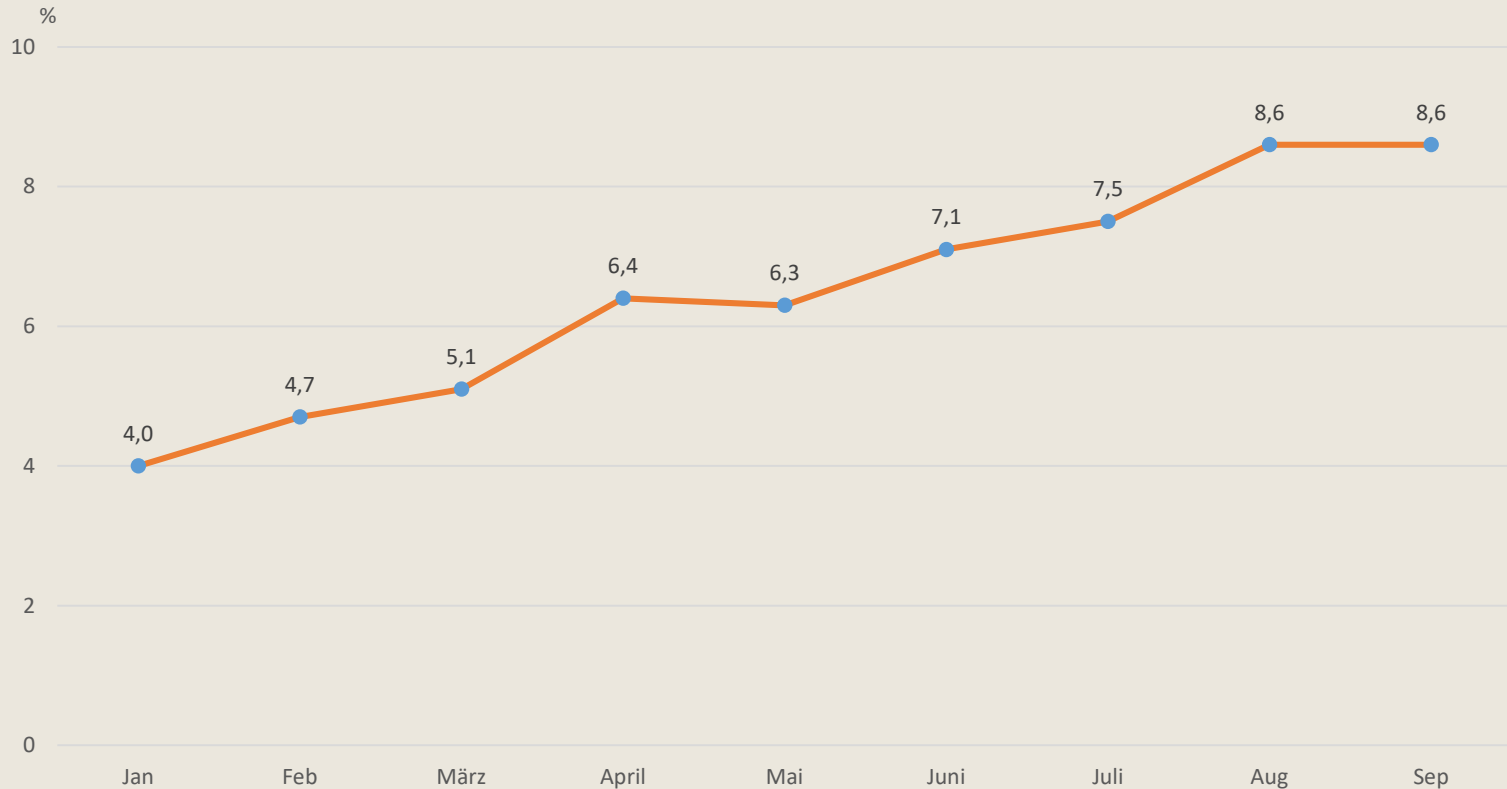


Umsatzentwicklung im Einzelhandel

(ohne Kfz, ohne Tankstellen),
Veränderung zum jeweiligen
Vorjahresmonat in %

	Jan	Feb	März	April	Mai	Juni	Juli	Aug	Sep vorläufig
— nominell	24,2	-0,8	0,1	10,9	2,5	2,3	2,8	6,6	11,2
— real	20,2	-5,5	-5,0	4,5	-3,8	-4,8	-4,7	-2,0	2,6

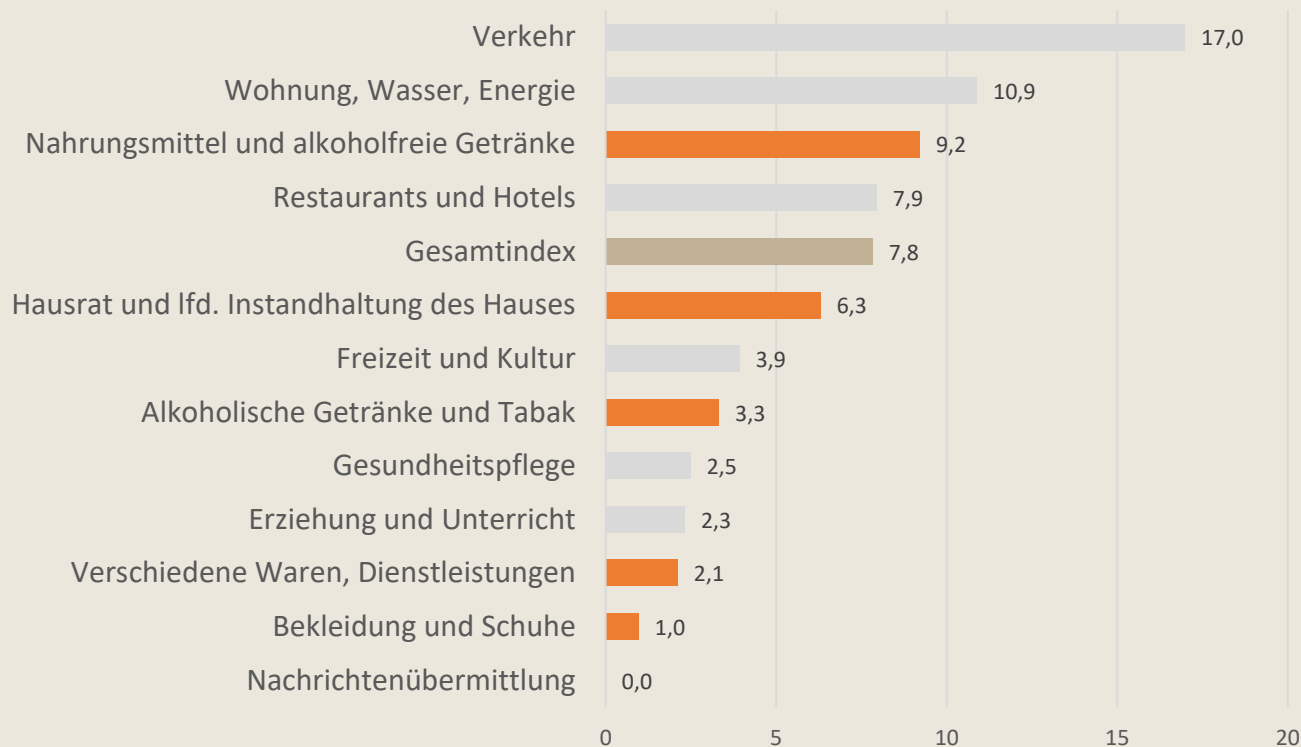
Preisentwicklung im Einzelhandel



*Preisentwicklung
im Einzelhandel*

*(ohne Kfz, ohne
Tankstellen), Jänner bis
September, Veränderung
zum Vorjahreszeitraum in %*

Verbraucherpreise



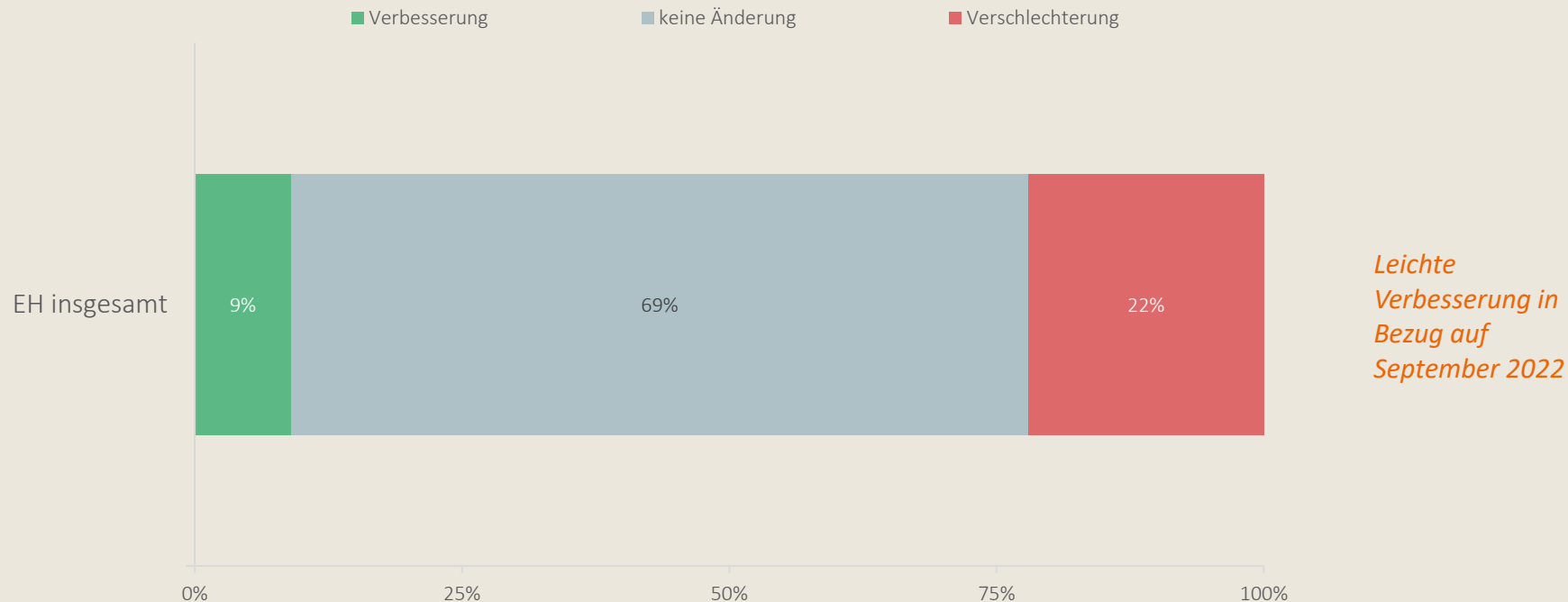
*Entwicklung der
Verbraucherpreise*

*Durchschnitt Jänner bis
September 2022,
Veränderung gegenüber
dem Vorjahreszeitraum in %*

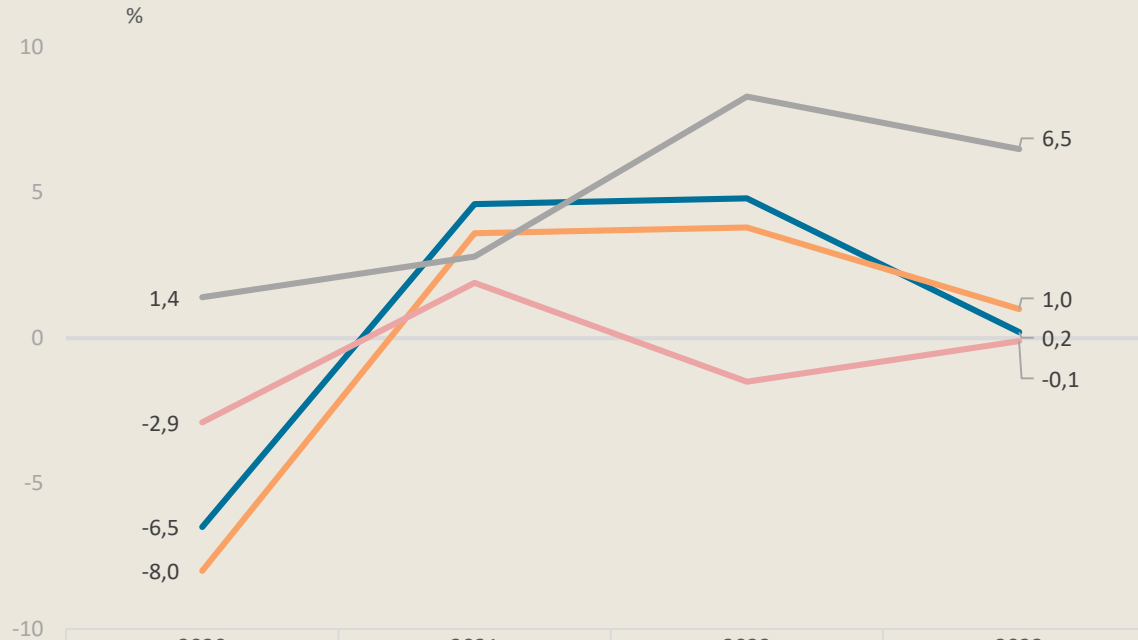
Beurteilung der Geschäftslage

Zukünftige Entwicklung

Einzelhändler*innen in Österreich



Prognose



WIFO-Prognose
Oktober 2022

	2020	2021	2022	2023
— BIP real	-6,5	4,6	4,8	0,2
— Private Konsumausgaben real	-8,0	3,6	3,8	1,0
— Verbraucherpreise	1,4	2,8	8,3	6,5
— Verfügbares Einkommen der privaten Haushalte, real	-2,9	1,9	-1,5	-0,1

„Spirale ungünstiger Entwicklungen“

Einzelhandel steht auch in der Steiermark vor noch nie dagewesenen Herausforderungen

- Hohe Rohstoff- und Energiepreise treiben die **Inflation**.
- Preissteigerungen können **nur schwer an Konsument*innen** weitergegeben werden.
- **Kostensteigerungen** im Bereich Personal-, Energie- und Mietaufwand enorm.
- COVID-19-Pandemie birgt **nach wie vor Risiken**.
- **Arbeitskräftemangel**
- **Unsicherheit**

Positive Signale

- Anteil der Steirer*innen, die Geschenke kaufen, konstant.
- Geschenkbudgets stabil.
- Konsumenten kaufen früher.
- Stationäres und regionales Kaufverhalten für Weihnachtsgeschenke im Trend.
- Weihnachtsfest hat das Potenzial, im Handel positive Stimmung zu verbreiten.

Vielen Dank für Ihre
Aufmerksamkeit!