



***WEIHNACHTSAUSGABEN 2007:
HOHES NIVEAU VON 2006
GEHALTEN!***

10/07

SPECTRA-AKTUELL

WEIHNACHTSAUSGABEN 2007: HOHES NIVEAU VON 2006 GEHALTEN!

Die Österreicher gehen heuer mit etwas Zurückhaltung an die Weihnachtseinkäufe. Jeder Haushalt plant, im Durchschnitt 481 Euro (2006: 483 Euro) auszugeben. Nach mehrjähriger Steigerung von 2002 bis 2006 zeichnet sich 2007 also eine Stagnation der Weihnachtsausgaben ab. Dass es trotz höchstem Wirtschaftsoptimismus und einem subjektiv empfundenen sehr hohen Wohlstand nicht zu mehr Ausgabebereitschaft für Weihnachten reicht, liegt an der nach wie vor angezogenen Konsumbremse. Bei aller positiver Sicht der Dinge geht man mit dem eigenen Geld zurückhaltend um und legt eine vergleichsweise beträchtliche Sparneigung an den Tag. Nichts desto trotz sind die geplanten Ausgaben im Total beeindruckend: Die Österreicher sind gewillt, in den folgenden Wochen knapp 1,6 Milliarden Euro über die Ladentische wandern zu lassen.

Die Vorfreude auf das Fest der Feste hat sich wie jedes Jahr pünktlich eingestellt. 41% freuen sich schon sehr, 45% etwas auf Weihnachten.

Mit dem Kauf der Geschenke haben vor dem ersten offiziellen Einkaufssamstag allerdings erst 20% der Österreicher begonnen. Dieser Wert ist der niedrigste seit Beginn der Messungen 1994. Bis zur Jahrtausendwende waren es doch immer knapp an bzw. über 30% gewesen, die mit dem Shopping schon begonnen hatten. Seit 2001 geht der Anteil der Frühkäufer kontinuierlich zurück. Ein Indiz für eine generelle Zurückhaltung? Jedenfalls wartet man offensichtlich ein bisschen länger zu.

*Die Bereitschaft, dieses Jahr **mehr** Geld als im letzten Jahr für Weihnachtsgeschenke auszugeben, ist gegenüber 2006 gleich geblieben; **gleich** viel Geld wie zuletzt auszugeben, können sich heuer weniger Menschen vorstellen (-5%). Gleichzeitig ist der Anteil jener Österreicher, die **weniger** Geld ausgeben wollen,*

*gestiegen. **Bleibt unterm Strich ein Indikator der Zurückhaltung.***

*Dieser Indikator bestätigt sich auch in den Beträgen, die man für das Christkind ausgeben will. Voraussichtlich werden heuer Geschenke im Wert von **€ 481,-** unterm Christbaum liegen. Das entspricht im Wesentlichen den Ausgaben des Vorjahres, die bei € 483,- lagen. Hochgerechnet bedeutet das, dass das **Weihnachtsgeschäft 1,587 Milliarden Euro** schwer sein wird.*

In der Hitliste der Weihnachtsgeschenke steht die Bekleidung wie jedes Jahr an der Spitze – 41% der Österreicher werden etwas zum Anziehen schenken. Weitere Klassiker sind Spielzeug (34%) und Kosmetika (31%). Auf der nächsten Ebene spielen Unterhaltungselektronik (19%) und Schmuck (17%) eine unverändert tragende Rolle.

In der Entwicklung gegenüber dem Vorjahr fällt auf, dass die Kaufpläne pro Kategorie durchwegs (teils signifikant) zurückgehen. Mit einer Ausnahme: die Un-

terhaltungselektronik kann das Niveau des Vorjahres halten. Der generelle Rückgang bedeutet, dass das Set der Produktkategorien, in denen Weihnachtsgeschenke gekauft werden, etwas kleiner geworden ist.

Ob dieser Situation bietet sich ein kurzer Exkurs an: Das Bild der weihnachtlichen Zurückhaltung fügt sich in die generelle Situation des privaten Konsums. Der Konsummotor läuft – im Gegensatz zu anderen privaten Wirtschaftsindikatoren – nach wie vor nicht so, wie man sich das wünschen würde. Die Menschen legen eine vergleichsweise hohe Sparneigung an den Tag. Diametral steht dieser Tatsache eine höchst positive Entwicklung sonstiger Wirtschaftsindikatoren gegenüber. Wirtschaftsoptimismus, Wohlstandsempfinden, Zukunftsoptimismus und Arbeitsmarktoptimismus haben gegenüber 2006 signifikant zugelegt. Trotzdem scheuen sich die Menschen, entsprechend freizügiger mit ihren Finanzen umzugehen.

Mit ein Grund dafür könnte das geradezu omnipräsente Vorsorgethema sein. Immer mehr Menschen legen ihr Geld in Vorsorgeprodukten an und binden damit Kapital. Nach einer SPECTRA-Studie sorgen die Österreicher jährlich mit 1,6 Milliarden Euro vor. Dieses Geld fehlt im Privatkonsum.

Fazit: Die empirische Einschätzung des Weihnachtsgeschäfts geht nicht konform mit den in den letzten Tagen medial verbreiteten Erwartungen stark steigender Weihnachtsumsätze. Im Handel herrscht verständlicher Weise Aufbruchstimmung ob der hervorragenden Wirtschaftszahlen. Zu berücksichtigen ist aber die Konsumlaune, die nicht mit den übrigen Wirtschaftsindikatoren Schritt hält. Die Österreicher sind in dieser Beziehung Sicherheitsdenker, sie trauen offensichtlich den Wirtschaftszahlen nicht die Nachhaltigkeit zu, die für mehr Geberlaune notwendig wäre. Bleibt abzuwarten, in wie weit die sehr positive Stimmung im Handel auf die Käufer überschwappt und die Konsumbremse lockert.

Erhebungscharakteristik

Stichprobe: n=1.000 Personen, repräsentativ für die österreichische Bevölkerung ab 15 Jahre

Methodik: Quotaverfahren, persönliche Interviews (face-to-face)

Umfrage: MTU-12024

Feldzeit: November 2007

Die maximale Fehlerspanne bei 1.000 Befragten beträgt +/- 3,16%

Für den Inhalt verantwortlich:

SPECTRA MarktforschungsgesmbH, Brucknerstraße 3-5, 4020 Linz,
Tel.: 0732/6901, Fax: 0732/6901-4, e-mail: office@spectra.at, www.spectra.at

Dieser Newsletter dient zur Information über Ergebnisse aus aktuell durchgeführten Studien – Eigenvervielfältigung

Vorfeld von Weihnachten

Basis: Österr. Bevölkerung insgesamt

	Nov. 1994	Nov. 1995	Nov. 1996	Nov. 1997	Nov. 1998	Nov. 1999	Nov. 2000	Nov. 2001	Nov. 2002	Nov. 2003	Nov. 2004	Nov. 2005	Nov. 2006	Nov. 2007	Diff.
Es freuen sich auf Weihnachten -	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Sehr	42	41	42	42	45	42	45	42	39	41	38	41	41	41	+0
Etwas	43	44	44	46	42	45	43	45	44	45	48	46	47	45	-2
Gar nicht	15	15	14	12	13	13	12	13	17	14	14	13	12	14	+2
	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	

Es haben schon mit den Weihnachtseinkäufen -

Begonnen	30	26	29	30	31	33	27	30	23	23	26	24	21	20	-1
Nicht begonnen	70	74	71	70	69	67	73	70	77	77	74	76	79	80	+1
	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	

Die Weihnachtsausgaben

Basis: Österr. Bevölkerung insgesamt

Im Vergleich zum Vorjahr werden dieses Jahr für Weihnachtsgeschenke ausgeben -	Nov. 1994	Nov. 1995	Nov. 1996	Nov. 1997	Nov. 1998	Nov. 1999	Nov. 2000	Nov. 2001	Nov. 2002	Nov. 2003	Nov. 2004	Nov. 2005	Nov. 2006	Nov. 2007	Diff.
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Mehr	9	11	11	10	11	11	12	12	11	10	11	10	10	11	+1
Gleich viel	70	67	65	61	62	67	66	65	60	65	62	63	68	63	-5
Weniger	21	22	24	29	27	22	22	23	29	25	27	27	22	26	+4
	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
	in S	in S	in S	in S	in S	in S	in S	in S	in €	in €					
Die durchschnittlichen Ausgaben pro Haushalt -	6.800	6.800	6.400	5.700	5.300	5.300	5.900	6.100	421	428	459	465	483	481	-2
Gesamtausgaben in Mrd.	20 ^{*)}	20 ^{*)}	19 ^{*)}	17,5 ^{*)}	16,4 ^{*)}	16,4 ^{*)}	18,3 ^{*)}	18,9 ^{*)}	1,389 ^{**)}	1,412 ^{**)}	1,515 ^{**)}	1,535 ^{**)}	1,594 ^{**)}	1,587 ^{**)}	-0,007

^{*)} Hochrechnung auf Basis Volkszählung 1991: 3.1 Mio Haushalte

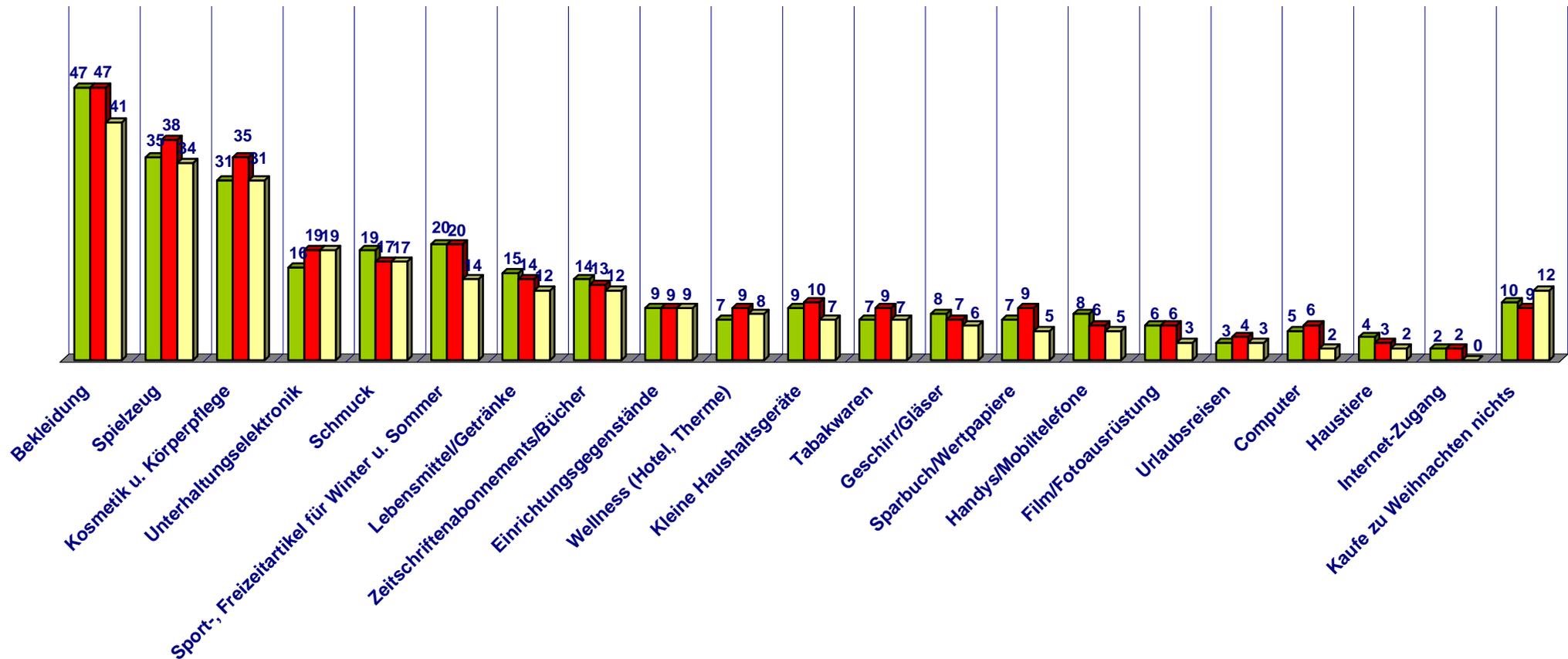
^{**)} Hochrechnung auf Basis Volkszählung 2001: 3.3 Mio Haushalte

Die Kaufpläne für Weihnachtsgeschenke

Basis: Österreichische Bevölkerung insgesamt

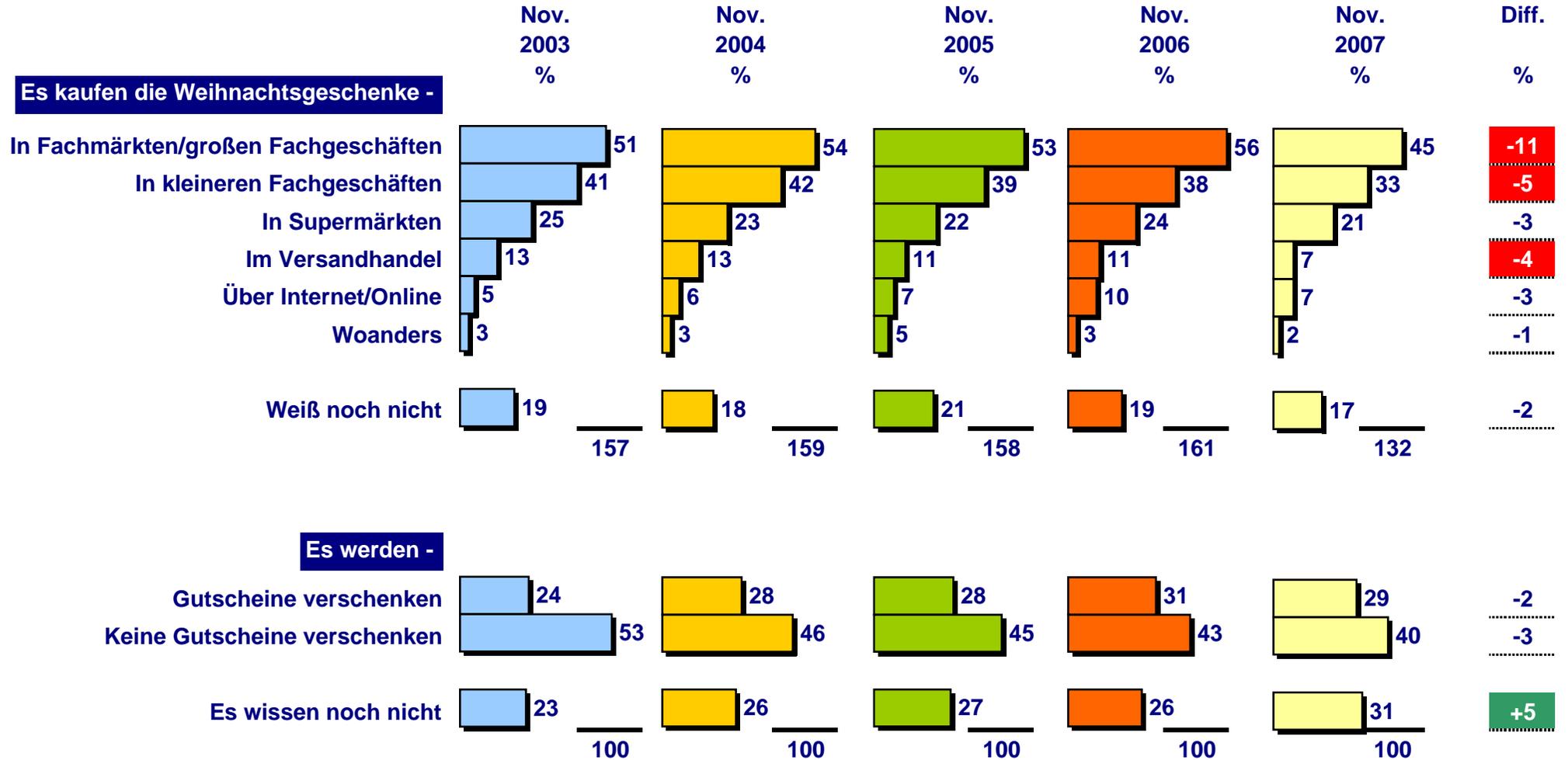
2005 2006 2007

Diff. -6 -4 -4 +0 +0 -6 -2 -1 +0 -1 -3 -2 -1 -4 -1 -3 -1 -4 -1 -2 +3



Die Einkaufsquellen/der Gutscheinkauf

Basis: Befragte, die etwas zu Weihnachten kaufen



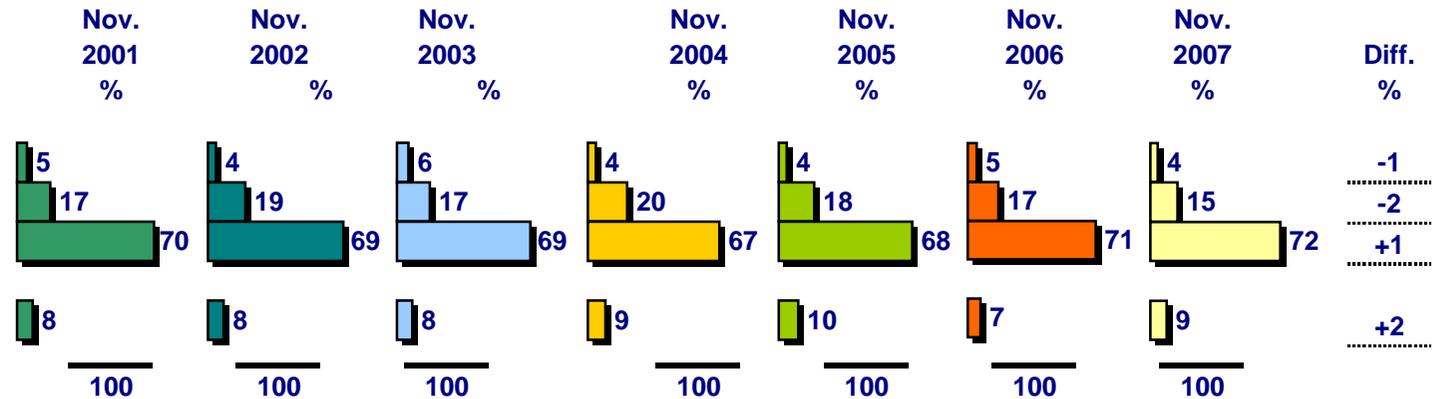
Die Wichtigkeit des Schenkens zu Weihnachten

Basis: Österreichische Bevölkerung insgesamt

Der Brauch des Schenkens wird heuer gegenüber den letzten Jahren -

Wichtiger genommen
Weniger wichtig genommen
Gleich wichtig genommen

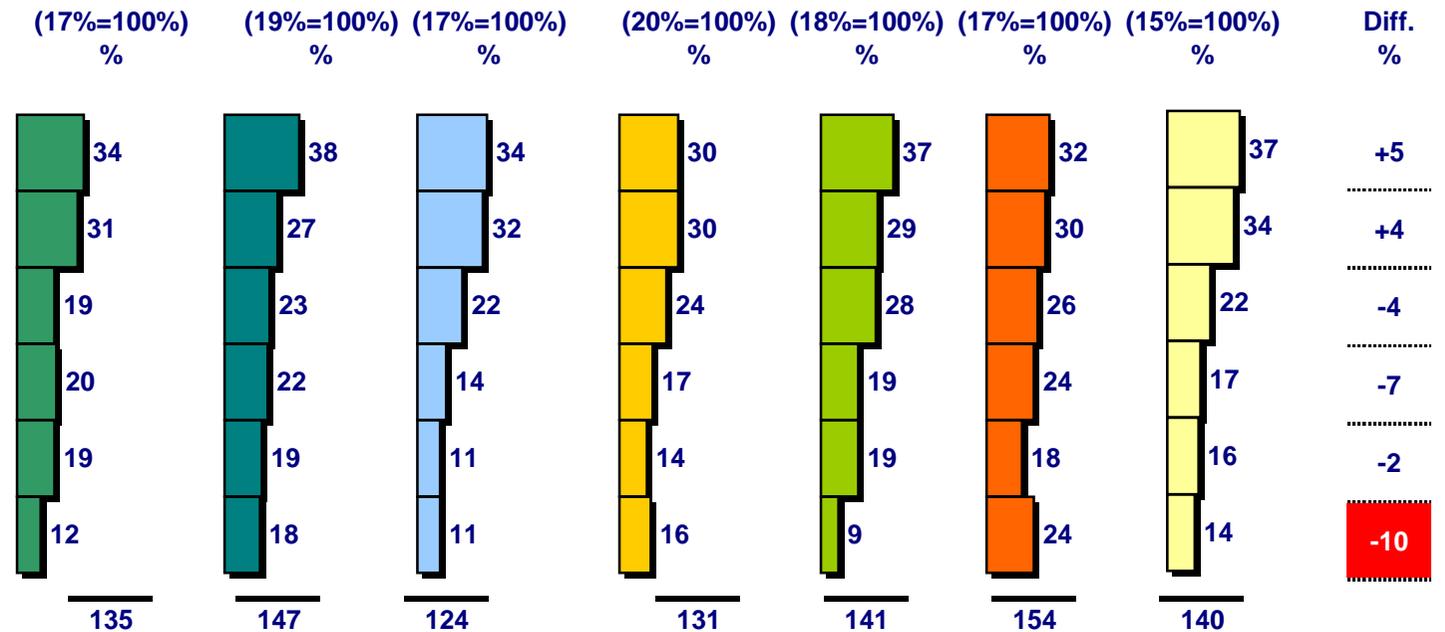
Kann nicht sagen



Basis: Personen, die das Schenken weniger wichtig nehmen

Gründe, warum das Schenken weniger wichtig genommen wird -

Man will den Konsumzwang bzw. den Zwang zum Schenken nicht mehr mitmachen
Die Situation in der Familie hat sich geändert
Es steht heuer weniger Geld zur Verfügung
Das Geld wird für andere Dinge gespart
Es wird nichts gebraucht, was man schenken könnte
Es sollen wieder mehr die religiösen Aspekte des Weihnachtsfestes im Vordergrund stehen



Die Wirtschaftsindikatoren

Basis: Österreichische Bevölkerung insgesamt

