

***WEIHNACHTSGESCHÄFT 2010:
SEHR GUTE CHANCEN, DEN
REKORDUMSATZ DES
VORJAHRES ZU WIEDERHOLEN***

12/10



SPECTRA-AKTUELL

SPECTRA
MARKTFORSCHUNG
QUALITÄT IST UNSERE LEIDENSCHAFT

WEIHNACHTSGESCHÄFT 2010: SEHR GUTE CHANCEN, DEN REKORDUMSATZ DES VORJAHRES ZU WIEDERHOLEN

Die Österreicher beabsichtigen heuer bei den Weihnachtsgeschenken ähnlich tief in die Tasche zu greifen wie im Vorjahr: Im Durchschnitt plant jeder Haushalt seine Weihnachtsausgaben mit € 439,-- (2009: € 448,--). Somit werden 2010 wieder knapp 1,5 Milliarden Euro über die Ladentische wandern. Das Rekordergebnis von 2009 scheint damit wieder in Reichweite. Das erscheint umso realistischer, betrachtet man die begleitenden Konsum- und Wirtschaftsindikatoren. Denn diese zeigen eine enorm positive Tendenz. Die Absicht, sogar mehr als im Vorjahr auszugeben, der Wirtschaftsoptimismus, die persönliche Zuversicht und das Gefühl, sich für sein Einkommen gleich viel oder mehr leisten zu können, haben mittlerweile wieder ein Niveau erreicht, das auf dem Toplevel der Vorkrisenjahre 2006 und 2007 liegt.

Der allgemeine Stimmungsindikator im Vorfeld von Weihnachten signalisiert wie jedes Jahr eine hohe emotionale Hinwendung zum Weihnachtsfest. Die Vorfreude auf Weihnachten ist groß! Und die Menschen haben auch zum Teil schon mit den Weihnachtseinkäufen begonnen (19%).

Für 2010 planen die Österreicher ähnlich tief in die Tasche zu greifen. Wenn es nach den derzeit geäußerten Absichten der Bevölkerung geht, wird der Wert der Weihnachtsgeschenke pro Haushalt heuer mit € 439,-- praktisch gleich hoch sein wie im Vorjahr. In Summe wäre dann das heurige Weihnachtsgeschäft ähnlich wie letztes Jahr wieder fast 1,5 Milliarden schwer (1,449 Milliarden Euro).

Bedenkt man, dass der Handel im Vorjahr das Weihnachtsgeschäft als „Rekordumsatz“ bezeichnet hatte (siehe APA-Meldung OTS0151 vom 26.1.2010), so sind die heurigen Aussichten auf ein ähnliches Ergebnis als sehr erfreulich einzustufen.

Zieht man darüber hinaus in Betracht, dass die verschiedenen Konsum- und Wirtschaftsindikatoren eine enorm positive Tendenz zeigen, darf davon ausgegangen werden, dass die Österreicher ihre geäußerte Absicht auch in die Tat umsetzen und tatsächlich wieder so viel Geld wie im Vorjahr ausgeben werden.

Vieles spricht dafür: so ist der Anteil jener Österreicher, die diesmal im Vergleich zum Vorjahr mehr Geld auszugeben planen, um 6%-Punkte (von 8% auf 14%) gestiegen.

Gleichzeitig geben auch andere Indikatoren einen klaren Hinweis, dass der grundsätzliche Privatkonsum wieder das hohe Niveau von vor der Krise erreicht hat. Ausgabefreudigkeit, Wirtschaftsoptimismus, persönliche Zuversicht und das Gefühl sich für sein Einkommen zumindest gleichviel, teilweise sogar mehr leisten zu können, können aktuell wieder mit den Werten von 2006/2007 mithalten. Ähnliches gilt übrigens für den Arbeitsplatzoptimismus.

Den größten Anteil am Weihnachtskuchen werden wieder die Bekleidungs-, Spielzeug- und die Kosmetik-/Körperpflegebranche ergattern können. 38% wollen Bekleidung schenken, das sind um 4% mehr als 2009 (34%). 32% planen Spielzeug zu schenken (2009: 34%). 27% haben Geschenke im Bereich Körperpflege und Kosmetik im Auge.

Veränderungen in den Geschenkspräferenzen gibt es nur wenige: die Unterhaltungselektronik sollte etwas mehr als im Vorjahr zum Zug kommen (Anstieg von 12% auf 15%), genauso die kleinen Haushaltsgeräte (von 5% auf 8%). Mit einem Rückgang muss man möglicher-

weise im Bereich der Handys rechnen (von 6% auf 3%).

Viele der Geschenke werden in Form von Gutscheinen unter dem Christbaum liegen. 30% werden zum Schenken (auch) Gutscheine verwenden. Bedenkt man, dass außerdem 19% der Bevölkerung Bargeld schenken werden, wird einmal mehr deutlich, welche Bedeutung für den Handel gerade auch die „Zeit danach“ hat.

Fazit: *Aus heutiger Sicht darf der Handel dem Weihnachtsgeschäft sehr positiv entgegenblicken. Alle Indikatoren deuten darauf hin, dass das Rekordergebnis von 2009 wieder eingefahren werden kann.*

Erhebungscharakteristik

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

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

Feldzeit: M-12060, November 2010

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
Soweit in diesem Newsletter personenbezogene Ausdrücke verwendet werden, umfassen diese Frauen und Männer gleichermaßen.

Vorfeld von Weihnachten

Basis: Österr. Bevölkerung insgesamt

	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	Nov. 2008	Nov. 2009	Nov. 2010	Diff.
Es freuen sich auf Weihnachten -	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Sehr	41	42	42	45	42	45	42	39	41	38	41	41	41	39	42	41	-1
Etwas	44	44	46	42	45	43	45	44	45	48	46	47	45	46	43	46	+3
Gar nicht	15	14	12	13	13	12	13	17	14	14	13	12	14	15	15	13	-2
	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	

Es haben schon mit den Weihnachtseinkäufen -

Begonnen	26	29	30	31	33	27	30	23	23	26	24	21	20	18	20	19	-1
Nicht begonnen	74	71	70	69	67	73	70	77	77	74	76	79	80	82	80	81	+1
	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	

Die Weihnachtsgeschenke

Basis: Österr. Bevölkerung insgesamt

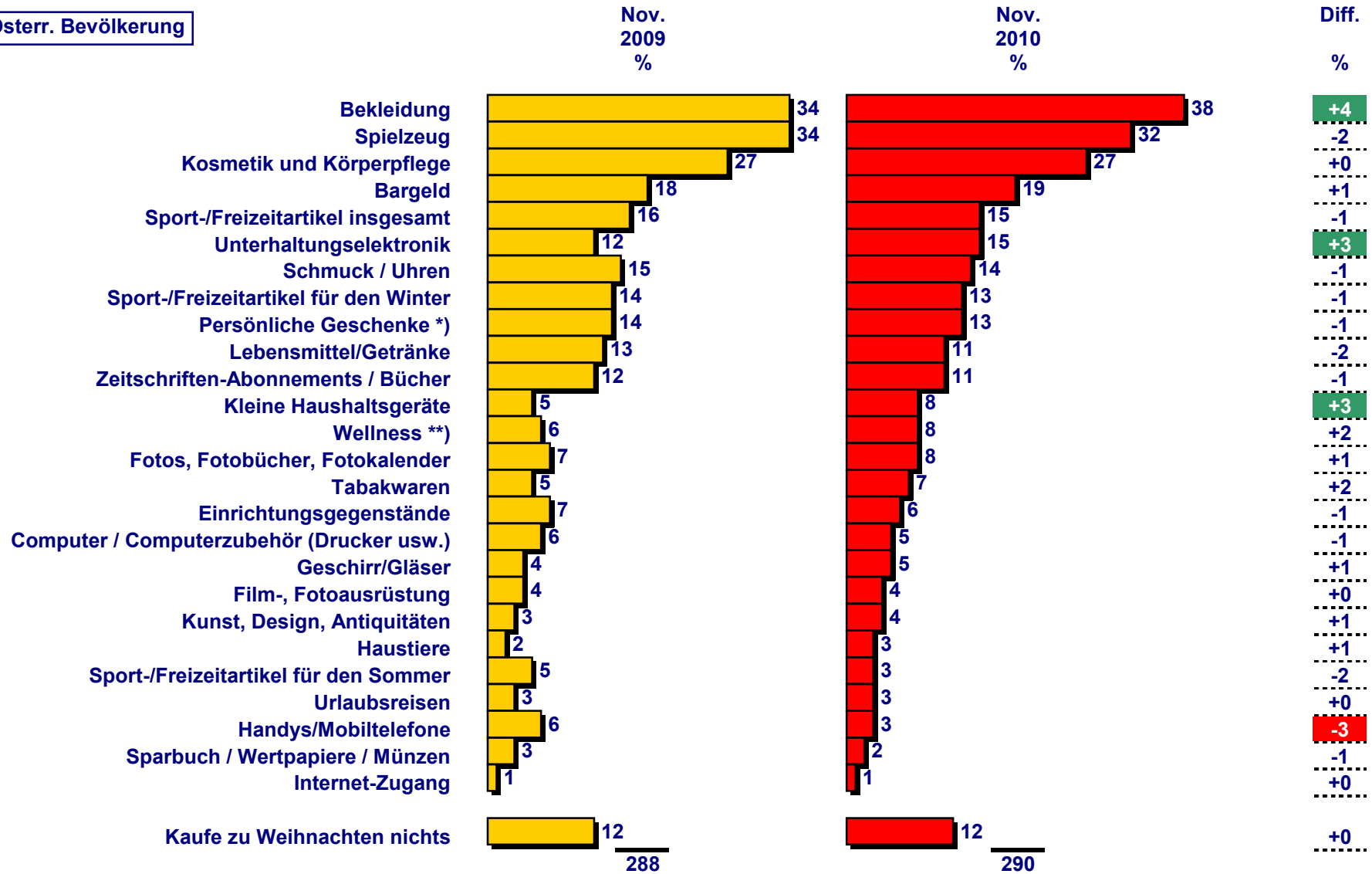
Im Vergleich zum Vorjahr werden dieses Jahr für Weihnachtsgeschenke ausgeben -	Nov. 1995	Nov. 1996	Nov. 1997	Nov. 1998	Nov. 1999	Nov. 2000	Nov. 2001	Nov. 2002	Nov. 2003	Nov. 2004	Nov. 2005	Nov. 2006	Nov. 2007	Nov. 2008	Nov. 2009	Nov. 2010	Diff.
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Mehr	11	11	10	11	11	12	12	11	10	11	10	10	11	8	8	14	+6
Gleich viel	67	65	61	62	67	66	65	60	65	62	63	68	63	63	65	66	+1
Weniger	22	24	29	27	22	22	23	29	25	27	27	22	26	29	27	20	-7
	100	100	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 €	in €	in €	in €	in €	in €	in €	in €	in €	Diff. absolut
Die durchschnittlichen Ausgaben pro Haushalt -	6.800	6.400	5.700	5.300	5.300	5.900	6.100	421	428	459	465	483	481	424	448	439	-9
Gesamtausgaben in Mrd.	20 ^{*)}	19 ^{*)}	17,5 ^{*)}	16,4 ^{*)}	16,4 ^{*)}	18,3 ^{*)}	18,9 ^{*)}	1,389 ^{**)}	1,412 ^{**)}	1,515 ^{**)}	1,535 ^{**)}	1,594 ^{**)}	1,587 ^{**)}	1,400 ^{**)}	1,478 ^{**)}	1,449 ^{**)}	-0,029

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

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

Die Pläne für Weihnachtsgeschenke

Basis: Österr. Bevölkerung

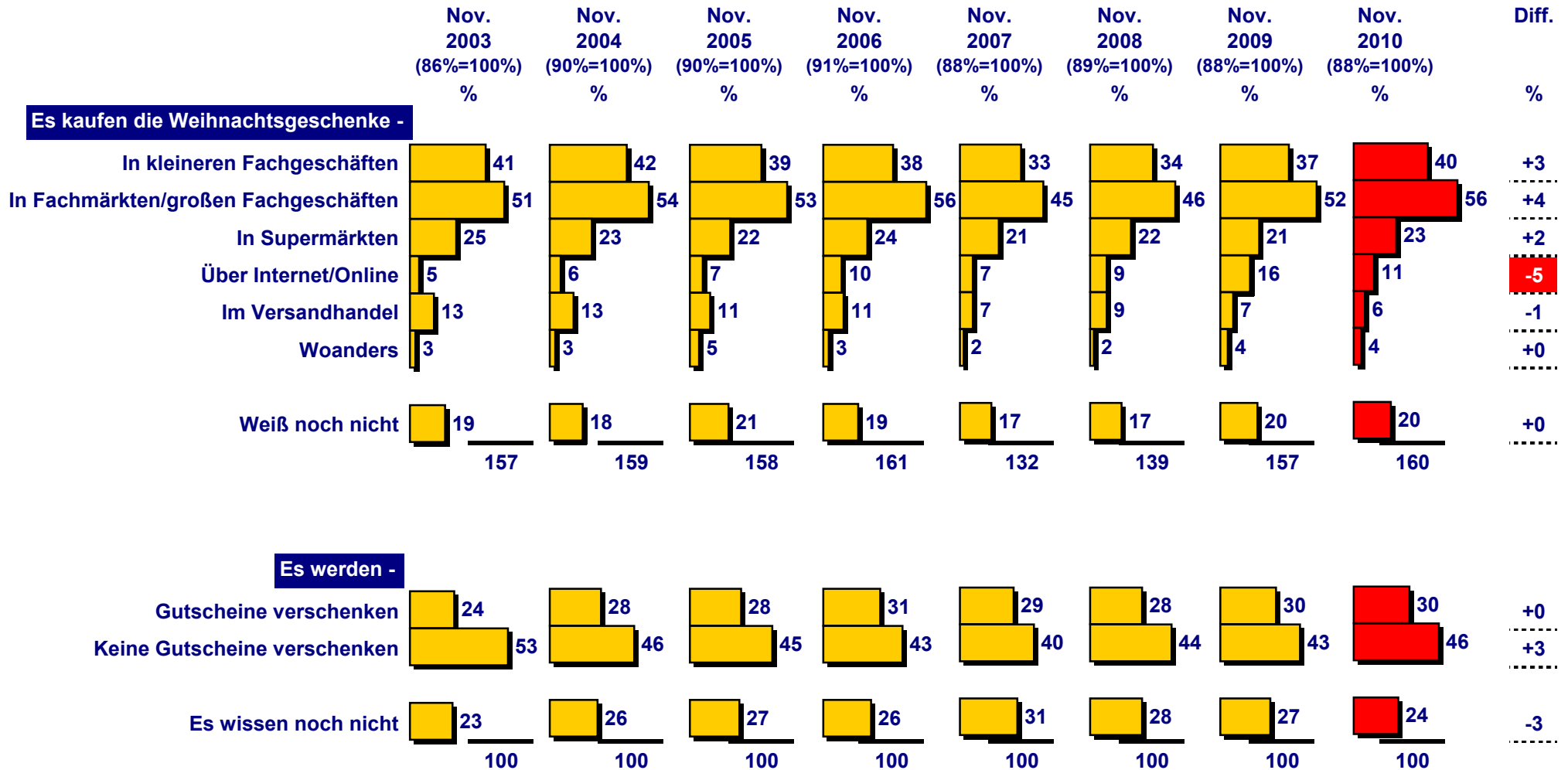


*) Selbstgemalte Bilder, Basteleien, selbst Gebackenes/Gekochtes/Eingemachtes usw.

***) Aufenthalt in Hotel oder Therme, Mitgliedschaft/Karten für Wellness- und Fitnessstudio usw.

Die Einkaufsquellen/der Gutscheinkauf

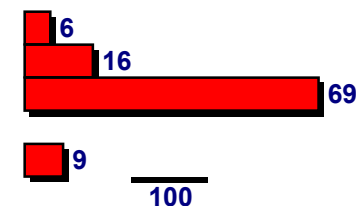
Basis: Befragte, die etwas zu Weihnachten kaufen



Die Wichtigkeit des Schenkens zu Weihnachten

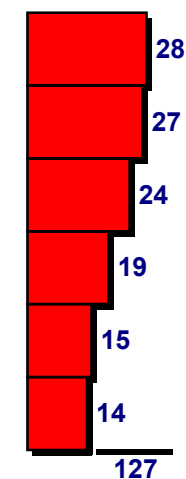
Basis: Österreichische Bevölkerung insgesamt

Der Brauch des Schenkens wird heuer gegenüber den letzten Jahren -	Nov. 2001	Nov. 2002	Nov. 2003	Nov. 2004	Nov. 2005	Nov. 2006	Nov. 2007	Nov. 2008	Nov. 2009	Nov. 2010	Diff.
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Wichtiger genommen	5	4	6	4	4	5	4	4	6	6	+0
Weniger wichtig genommen	17	19	17	20	18	17	15	19	16	16	+0
Gleich wichtig genommen	70	69	69	67	68	71	72	69	70	69	-1
Kann nicht sagen	8	8	8	9	10	7	9	8	8	9	+1
	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	



Basis: Personen, die das Schenken weniger wichtig nehmen

Gründe, warum das Schenken weniger wichtig genommen wird -	(17%= 100%)	(19%= 100%)	(17%= 100%)	(20%= 100%)	(18%= 100%)	(17%= 100%)	(15%= 100%)	(19%= 100%)	(16%= 100%)	(16%= 100%)	Diff.
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Man will den Konsumzwang bzw. den Zwang zum Schenken nicht mehr mitmachen	34	38	34	30	37	32	37	31	27	28	+1
Die Situation in der Familie hat sich geändert	31	27	32	30	29	30	34	29	32	27	-5
Es wird nichts gebraucht, was man schenken könnte	19	19	11	14	19	18	16	22	22	24	+2
Es steht heuer weniger Geld zur Verfügung	19	23	22	24	28	26	22	34	24	19	-5
Es sollen wieder mehr die religiösen Aspekte des Weihnachtsfestes im Vordergrund stehen	12	18	11	16	9	24	14	10	7	15	+8
Das Geld wird für andere Dinge gespart	20	22	14	17	19	24	17	24	14	14	+0
	135	147	124	131	141	154	140	150	126	127	



Die Wirtschaftsindikatoren

Basis: Österreichische Bevölkerung insgesamt

