



***POSITIVE SIGNALE FÜR DAS
WEIHNACHTSGESCHÄFT!***

13/09

SPECTRA-AKTUELL

SPECTRA
MARKTFORSCHUNG
QUALITÄT IST UNSERE LEIDENSCHAFT

POSITIVE SIGNALE FÜR DAS WEIHNACHTSGESCHÄFT!

Die Österreicher beabsichtigen heuer bei den Weihnachtsgeschenken wieder etwas tiefer in die Tasche zu greifen als im Vorjahr: Im Durchschnitt plant jeder Haushalt seine Weihnachtsgaben auf € 448,- (statt € 424,- 2008) zu erhöhen. Statt 1,4 Milliarden Euro 2008 sollten damit heuer fast 1,5 Milliarden Euro über die Ladentische wandern. Unterstützt wird diese Prognose durch die erfreulich positive Entwicklung besonders jener Wirtschaftsindikatoren, die den Privatkonsum indizieren. Wirtschaftsoptimismus, persönliche Zuversicht und das Gefühl, sich für sein Einkommen gleich viel oder mehr leisten zu können, haben nach dem letztjährigen Tief schon wieder (fast) das Niveau von 2007 erreicht.

Der allgemeine Stimmungsindikator im Vorfeld von Weihnachten signalisiert wie jedes Jahr eine hohe – in der Tendenz diesmal sogar leicht gestiegene – emotionale Hinwendung zum Weihnachtsfest. Die Vorfreude auf Weihnachten ist groß! Und die Menschen haben auch zum Teil schon mit den Weihnachtseinkäufen begonnen.

*Erfreulich: Für 2009 planen die Österreicher wieder etwas tiefer in die Tasche zu greifen. Wenn es nach den derzeit geäußerten Absichten der Bevölkerung geht, wird der Wert der Weihnachtsgeschenke pro Haushalt heuer mit € 448,- um € 24,- höher sein als im Vorjahr. In Summe wäre dann das heurige Weihnachtsgeschäft mit **1,478 Milliarden Euro** um 78 Millionen Euro gewichtiger als 2008.*

Untermuert wird diese positive Tendenz einerseits durch Indikatoren, die das Schenken zu Weihnachten betreffen. Der Brauch des Schenkens wird heuer wieder wichtiger genommen. Und das Gefühl, es stehe weniger Geld für Weihnachten zur Verfügung bzw. es müsse das Geld für andere Dinge gespart werden, hat signifikant an Bedeutung verloren.

Andererseits geben auch die Wirtschaftsindikatoren einen klaren Hinweis, dass der Privatkonsum seine schlechtesten Zeiten hinter sich gelassen hat. Ausgabefreudigkeit, Wirt-

schaftsoptimismus, persönliche Zuversicht und das Gefühl sich für sein Einkommen zumindest gleichviel, teilweise sogar mehr leisten zu können, haben aktuell ein Niveau erreicht, das schon wieder fast dem von 2007 entspricht. Lediglich der Arbeitsmarktoptimismus hat sich (noch) nicht erfangen, was aufgrund der Arbeitsmarktlage nachvollziehbar ist.

Den größten Anteil am Weihnachtskuchen werden die Bekleidungs- und Spielzeugbranche ergattern können. Je 34% der Kaufpläne gehen in diese Richtung. 27% planen Geschenke im Bereich Körperpflege und Kosmetik.

Viele der Geschenke werden in Form von Gutscheinen unter dem Christbaum liegen. Fast 30% werden zum Schenken (auch) Gutscheine verwenden. Bedenkt man, dass außerdem 18% 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 positiv entgegenblicken. Alle Indikatoren deuten darauf hin, dass die Bevölkerung dem Weihnachtseinkauf 2009 einen (auch monetären) Stellenwert geben wird, der über dem von 2008 liegen wird.*

Erhebungscharakteristik

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

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

Feldzeit: M-12046, November 2009

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	Diff.
Es freuen sich auf Weihnachten -	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Sehr	41	42	42	45	42	45	42	39	41	38	41	41	41	39	42	+3
Etwas	44	44	46	42	45	43	45	44	45	48	46	47	45	46	43	-3
Gar nicht	15	14	12	13	13	12	13	17	14	14	13	12	14	15	15	+0
	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	+2
Nicht begonnen	74	71	70	69	67	73	70	77	77	74	76	79	80	82	80	-2
	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	

Die Weihnachtsgeschenke

Basis: Österr. Bevölkerung insgesamt

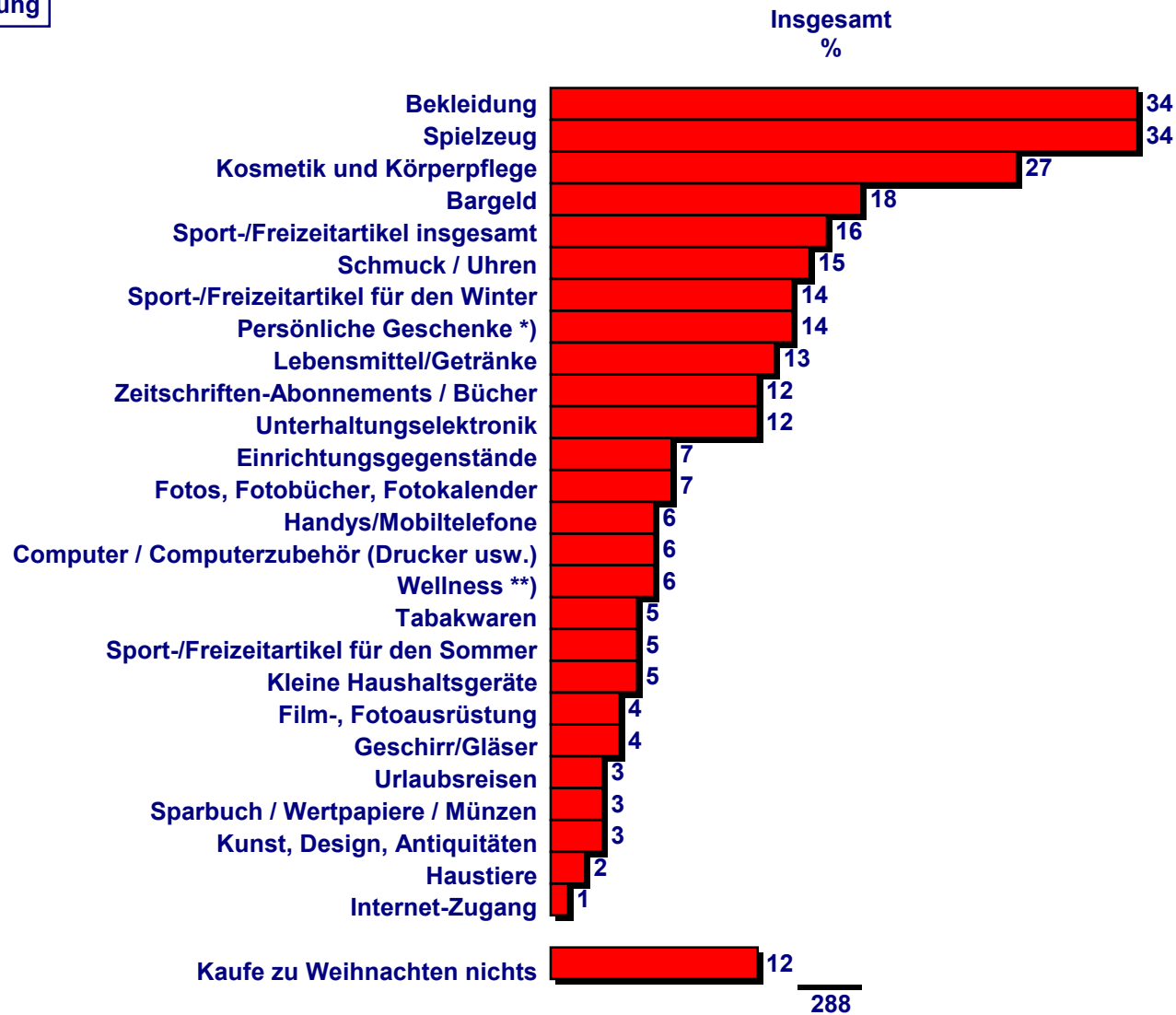
Im Vergleich zum Vorjahr werden dieses Jahr für Weihnachtsgeschenke ausgeben -	Nov. 1995	Nov. 1996	Nov. 1997	Nov. 1998	Nov. 1999	Nov. 2000	Nov. 2001	Nov. 2002	Nov. 2003	Nov. 2004	Nov. 2005	Nov. 2006	Nov. 2007	Nov. 2008	Nov. 2009	Diff.	
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	
Mehr	11	11	10	11	11	12	12	11	10	11	10	10	11	8	8	+0	
Gleich viel	67	65	61	62	67	66	65	60	65	62	63	68	63	63	65	+2	
Weniger	22	24	29	27	22	22	23	29	25	27	27	22	26	29	27	-2	
	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 €	Diff. absolut	Diff. in %
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	+24	+6%
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 ^{**)}	+0,078	

^{*)} 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

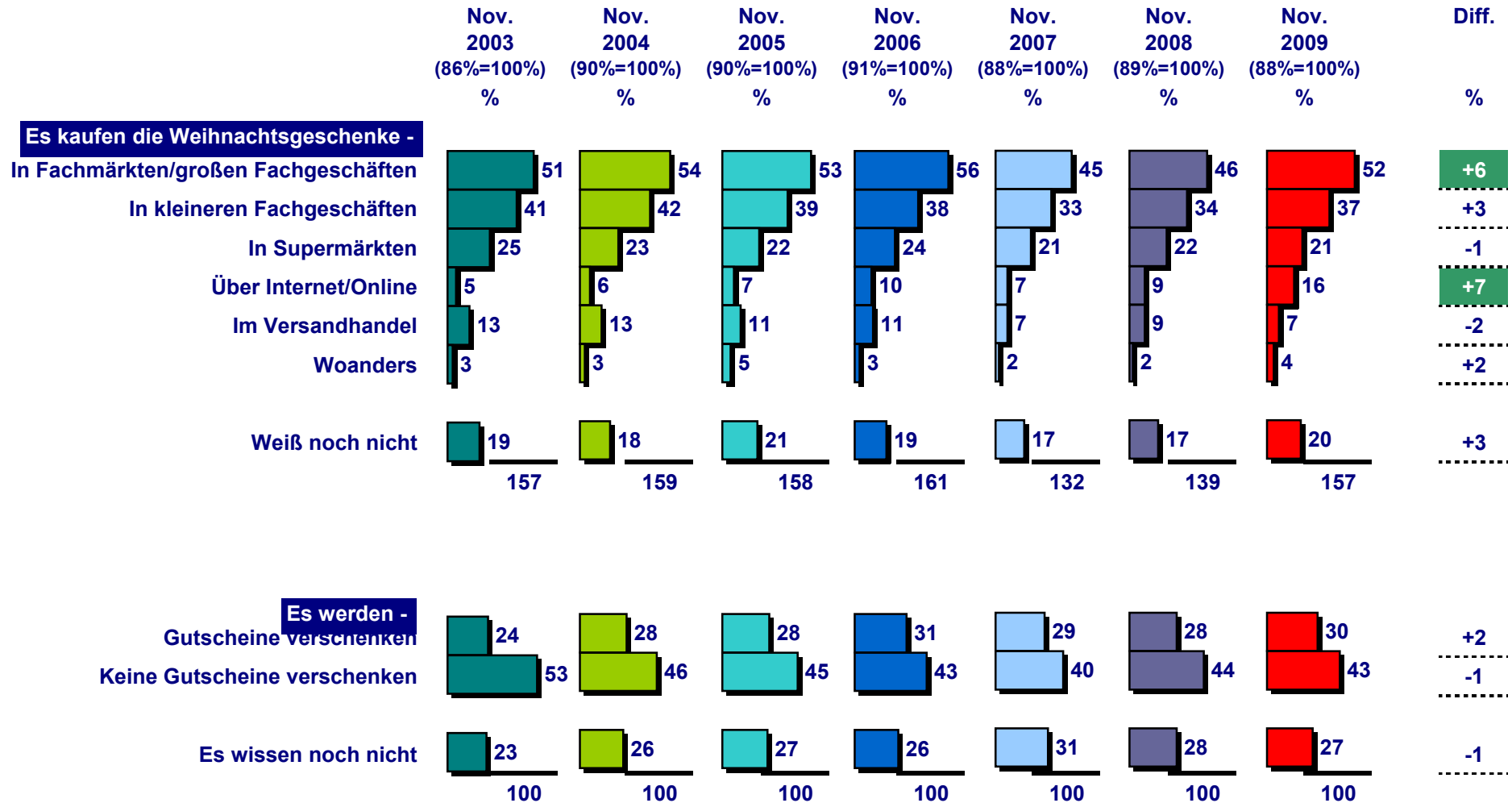


*) Selbstgemalte Bilder, Basteleien, selbst Gebackenes/Gekochtes/Eingemachtes usw.

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

Die Einkaufsquellen/der Gutscheinkauf

Basis: Befragte, die etwas zu Weihnachten kaufen



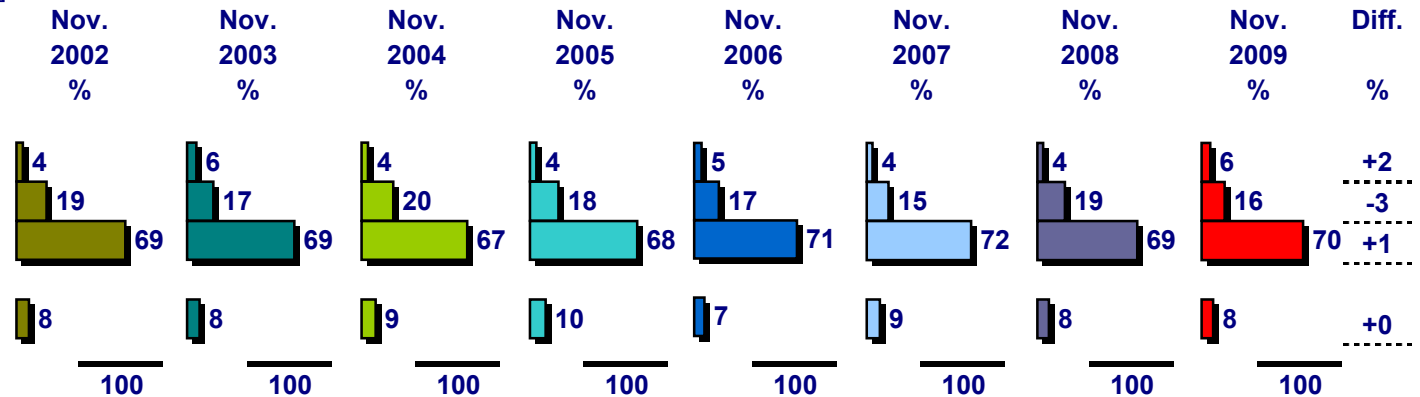
Die Wichtigkeit des Schenkens zu Weihnachten

Basis: Österreichische Bevölkerung insgesamt

Der Brauch des Schenkens wird heuer gegenüber den letzten Jahren -

Wichtiger genommen
Weniger wichtig genommen
Gleich wichtig genommen

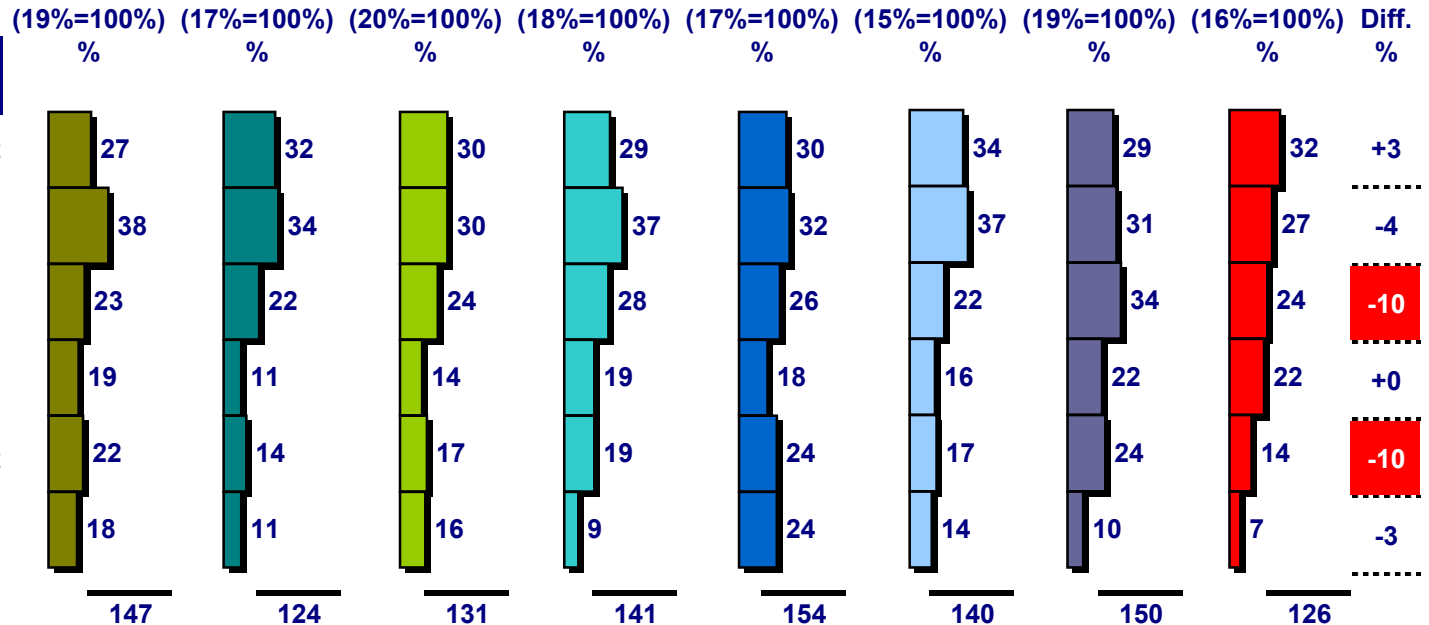
Kann nicht sagen



Basis: Personen, die das Schenken weniger wichtig nehmen

Gründe, warum das Schenken weniger wichtig genommen wird -

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



Die Wirtschaftsindikatoren

Basis: Österreichische Bevölkerung insgesamt

