

Österreichischer Einzelhandel 2019: Jahresumsatz von 77 Mrd. Euro brutto prognostiziert. Weihnachtsgeschäft mit leichtem Plus (+1,2%).

Utl.: Viertes Adventwochenende mit höchsten Gesamtausgaben und Unterschieden in Warengruppen. Black Friday und vorgezogener Ausverkauf kannibalisieren klassisches Weihnachtsgeschäft. =

Wien (OTS) - Das Weihnachtsgeschäft ist das "5. Quartal" des Jahres für den Einzelhandel, in dem rückläufige Umsätze aus dem milden Herbst aufgeholt werden sollen. Es definiert sich als Mehrumsatz im Dezember, der über den durchschnittlichen Umsätzen der Monate Jänner bis November liegt. Dazu werden noch Trend-, Konjunkturentwicklung und kalenderbedingte Effekte (z.B. die Zahl der Verkaufstage oder deren Verteilung) berücksichtigt. Sondereinkaufstage wie der Black Friday sowie der vorgezogene Ausverkauf kannibalisieren mittlerweile das klassische Weihnachtsgeschäft.

Zwtl.: Gutscheine, Wellness und Geldgeschenke haben Hochkonjunktur

Generell setzt sich heuer der steigende Trend zu Gutscheinen ebenso fort wie die Beliebtheit von Reisen und Wellness, aber auch Geldgeschenke sind gefragt. Bei den bevorzugten Waren greift jedes dritte österreichische Christkind im Einzelhandel zu Spielzeug, Kosmetik, Büchern, Bekleidung und Süßigkeiten, um die Vorlieben der Liebsten zu treffen.

Zwtl.: Viertes Adventwochenende mit stärksten Umsätzen, allerdings nicht in allen Warengruppen

Am vierten Adventwochenende konnten trotz Wetterkapriolen die höchsten Umsätze im Vergleich zu den vorangegangenen Wochenenden verzeichnet werden. "Insbesondere wertige Güter im Bereich Elektronik und Ledertaschen verzeichneten eine starke Nachfrage, bei Schuhen, Wäsche und Wintersportartikeln wurden hingegen rückläufige Zahlen gemeldet", erklärt Handelsverband-Geschäftsführer Rainer Will.

Zwtl.: Weihnachtsgeschäft 2019 bringt Mehrumsatz von 1,43 Mrd. brutto (1,22 Mrd. netto)

Das aktuelle Weihnachtsgeschäft 2019 verläuft daher summa summarum bislang positiv, wodurch sich die Umsatzprognose von

Handelsverband und Wirtschaftsforschungsinstitut (WIFO) für den österreichischen Einzelhandel mit einem weihnachtsbedingten Mehrumsatz von 1,22 Mrd. Euro netto bzw. 1,43 Mrd. brutto bisher bestätigt. Das entspricht einem Zuwachs von +1,2% im Vergleich zum Vorjahr. Insgesamt wird das Umsatzvolumen heuer im Dezember laut WIFO auf nominell 6,4 Mrd. Euro geschätzt.

Zwtl.: Ab heute großer Run im Lebensmitteleinzelhandel, jeder dritte Last-Minute Shopper kauft jetzt

"Ab heute treten die Last-Minute Shopper auf den Plan, oder auf die Regenplane. Rund 30 Prozent der Konsumenten sichern sich erst jetzt die Geschenke für die Lieben", so Will. Nach Heiligabend werden dann Geldgeschenke eingelöst und das Gutscheingeschäft hat Hochkonjunktur bis weit in den Jänner 2020 hinein.

Insbesondere für den Lebensmitteleinzelhandel liegt Heiligabend optimal. Heute startet der Schlusssprint: Die Österreicherinnen und Österreicher kaufen bevorzugt Frischeprodukte und die Weihnachtsgans.

Zwtl.: Onlinehandel: Kaufkraftabfluss nimmt zu, "Packerl-Peak" am 11. Dezember mit 1 Mio. Paketen

Mehr als 135 Millionen Pakete dürften im Gesamtjahr 2019 allein im B2C-Geschäft in Österreich verschickt werden. Packerl-Peak war heuer der 11. Dezember mit 1 Million zugestellten Paketen.

Zwtl.: Österreichischer Einzelhandel 2019: Jahresprognose der Gesamtumsätze von 77 Mrd. Euro brutto (+1,7%)

Aus all diesen Faktoren leitet sich die Gesamtjahresprognose 2019 für den österreichischen Einzelhandel von 76,8 Mrd. Euro brutto ab - ein nominelles Wachstum von +1,7%. Bezieht man allerdings die Inflationsrate von ebenfalls 1,7% ein, wird der heimische Handel heuer keine reale Steigerung verzeichnen. Im Gegenteil, denn die Kostenschere geht aufgrund der höheren Zuwachsraten bei Personalkosten und Geschäftsraum-Mieten weiter auf.

Am klassischen Weihnachtsgeschäft knabbern mittlerweile v.a. die Sondereinkaufstage "Black Friday" und "Cyber Monday", deren Relevanz bei den Österreicherinnen und Österreichern stark zunimmt.

Zwtl.: Bedenklich: Ausverkauf startet schon vor dem Heiligen Abend

Bedauerlich ist, dass heuer mit dem Ausverkauf stationär und online bereits lange vor dem 24. Dezember begonnen wurde. Das zeigt den hohen Wettbewerbsdruck und das politische Handlungserfordernis.

Zwtl.: Ein Wunsch ans österreichische Christkind

Der Weihnachtswunsch des Handelsverbandes richtet sich an die Konsumenten. "Die Österreicherinnen und Österreicher sollen durch ihr Kaufverhalten nicht 'ihre Tante abschaffen'. Damit ist gemeint: Der heimische Handel beschäftigt 600.000 Menschen, bei einer 5-köpfigen Familie ist statistisch mindestens eine Person im Handel tätig", sagt Rainer Will.

Mittlerweile haben über 93% der heimischen Online-Shopper bei Amazon gekauft. Dadurch fließen mehr als die Hälfte aller Onlineumsätze ins Ausland ab - derzeit ganze 4,1 Mrd. Euro. Der österreichische Konsument finanziert dadurch fast 30.000 Arbeitsplätze pro Jahr im Ausland. Der Schneeball rollt und wird immer größer.

"Man sichert sich damit ein paar Prozente Rabatt, fördert aber prekäre Arbeitsbedingungen außerhalb Österreichs und schafft mittelfristig den Arbeitsplatz eines Familienmitglieds ab", bestätigt Will.

Zwtl.: Vier Neujahrswünsche an die Politik

Es gibt sinnvolle einzelstaatliche Maßnahmen, um den beschäftigungsintensiven stationären Handel zu unterstützen:

"Derzeit existieren zwei Geschwindigkeiten. Die österreichischen Händler müssen mit einer Ritterrüstung, mit starren Zuschlägen und hohen Lohnnebenkosten einen Hürdenlauf absolvieren, während parallel dazu die Internet-Giganten im Onlinehandel elegant einen Sprint hin zum Konsumenten absolvieren können. Hier braucht es lenkungspolitische Schritte - jetzt. Wir haben die Anleitung", appelliert Rainer Will an die Politik.

Plattformen dominieren das Spielfeld im eCommerce und sind Einfallstor für die Paketlawine aus Asien. Länder wie England oder Schweden haben darauf reagiert, sie haben effektive einzelstaatliche Lösungen umgesetzt. Daher empfiehlt der Handelsverband:

~

1. Paket-Lawine aus Asien rasch stoppen

Die Schwerpunktkontrollen des BMF zeigen bereits Wirkung.

2. Plattformhaftung für Mehrwertsteuer-Entgang

Die Dokumentations- und Aufzeichnungspflicht reicht nicht.

3. Plattformhaftung für Verpackungsentpflichtung

Damit Händler aus Drittstaaten auch ihren Verpackungsmüll zahlen und für die ökologischen Nachteile gerade stehen. "Plattformen müssen haften, wenn Steuern nicht entrichtet und Verpackungen nicht entpflichtet werden. Wenn politisch nichts geschieht, ist das des Händlers Todeslied", erklärt Rainer Will.

4. Abschaffung der Mietvertragsgebühr

Ein Relikt vergangener Epochen und Wettbewerbshemmer der Sonderklasse. Der Staat kassiert in einem Bereich, wo Mitarbeiter beschäftigt sind und entlastet indirekt automatisierte Geschäftsmodelle. Hier nicht zu handeln wäre fahrlässig und ein lenkungspolitischer Supergau für die Beschäftigung.

~

~

Rückfragehinweis:

Handelsverband

Mag. Gerald Kuehberger, MA

Communications Manager

Tel.: +43 (1) 406 22 36 - 77

gerald.kuehberger@handelsverband.at

www.handelsverband.at

~

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/1824/aom>

*** OTS-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLISSLICHER
INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSENDERS - WWW.OTS.AT ***

OTS0046 2019-12-23/11:12

231112 Dez 19

Link zur Aussendung:

https://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20191223_OTS0046