

Kaum große Sprünge im Weihnachtsgeschäft

20. November 2012, 11:16

In den 1950er-Jahren lag der Anteil am Einzelhandelsumsatz noch bei zehn Prozent, 2011 nur noch bei 2,5 Prozent

Wien - Im Handel kommt das Christkind heuer früher als sonst. Der Startschuss für das diesjährige Weihnachtsgeschäft fällt bereits kommenden Samstag (24. November), obwohl der erste Advent erst in der Woche darauf ist. Diesen künstlichen ersten Einkaufssamstag schuf die Branche deshalb, weil der 8. Dezember in diesem Jahr auch auf einen Samstag fällt. "Das ist der Versuch einer Mobilisierung von Kunden, der nicht von Erfolg gekrönt sein wird", vermutet der Handelsexperte Peter Schnedlitz von der Wirtschaftsuniversität Wien. Weit spannender wäre aus seiner Sicht ein Offenhalten am 9. Dezember, statt einen Samstag dazu zu nehmen.

Aufgebauchte Bedeutung

Auch wenn er das Weihnachtsgeschäft nicht kleinreden wolle, sei die Bedeutung in den vergangenen Jahren "etwas aufgebauscht" worden, sagte WU-Professor Schnedlitz. Selbst Roman Seeliger, stellvertretender Geschäftsführer der Bundessparte Handel in der [Wirtschaftskammer](#), räumte unlängst im "[WirtschaftsBlatt](#)" ein: "Die Bedeutung des Weihnachtsgeschäftes hat für den Handel in den vergangenen 20 Jahren abgenommen." Lag der Anteil am gesamten Einzelhandelsumsatz in den 1950er-Jahren noch bei rund 10 Prozent, waren es 2011 nur noch 2,5 Prozent.

Manche Branchen profitieren mehr

Ohne ihrem Kollegen zu widersprechen, hebt Handelsobfrau Bettina Lorentsichs die "enorme Bedeutung" des Weihnachtsgeschäfts für gewisse Branchen hervor: "Über den gesamten Handel gesehen ist der Einfluss natürlich nicht so groß, aber für Schmuck-, Uhren- und Spielwarengeschäfte ist Weihnachten sehr wichtig." Diese Branchen würden um die Weihnachtszeit jeweils etwa 12 Prozent ihres gesamten Jahresumsatzes erwirtschaften. Andere Sparten wie Sport-, Schuh- und Bekleidungshandel seien eher auf das Wetter angewiesen. "Winterjacken sind zur Zeit nicht so der Renner", meinte Lorentsichs mit Blick auf für November zu warme Temperaturen.

Den in absoluten Zahlen höchsten Umsatz im Weihnachtsgeschäft (Mehrumsatz im Dezember) machte im Vorjahr mit rund 320 Mio. Euro der Lebensmitteleinzelhandel. Das entspricht allerdings nur 2 Prozent des Jahresumsatzes dieser Branche. Was nicht zu unterschätzen sei, so Schnedlitz, seien deutlich höhere Gewinnmargen für die Händler in dieser Zeit, weil die Menschen teurere Sachen kaufen als sonst. "Nicht nur beim Essen werden hochwertigere Produkte gekauft, sondern auch bei Büchern zum Beispiel greift man eher zum teureren Bildband als zum billigen Taschenbuch."

Aggressive Aktionen

Einig waren sich die Branchenexperten darin, dass das Weihnachtsgeschäft heuer keine Sensationen bringen wird. "Es wird sich auf Vorjahresniveau bewegen", sagte die Handelsobfrau. Das wären 1,57 Mrd. Euro. In den ersten neun Monaten 2012 stagnierten die Umsätze der Händler. Ein reales Plus dürfte sich im Gesamtjahr nicht mehr ausgehen, auch wenn viele "mit aggressiven Aktionen versuchen, so viel wie möglich in die Scheune zu fahren", wie Schnedlitz es ausdrückte.

Mit den Einkaufssamstagen allein lässt sich das Weihnachtsgeschäft freilich nicht machen. Die Tage zwischen Weihnachten und Silvester werden immer wichtiger, weil der Trubel dann vorbei ist und der Abverkauf startet. "Der Kaufzyklus verschiebt sich immer weiter nach hinten", beobachtet Schnedlitz. (APA, 20.11.2012)