

PRESSEINFORMATION
Wien, 8. November 2011

Ekazent-Kundenbefragung mit 1.400 Interviews:

40 Prozent wollen beim Weihnachtseinkauf sparen – Frauen mehr als Männer und sind skeptischer

Weihnachtsgeschäft: Anziehen, Essen, Trinken und Lesen

Die ÖsterreicherInnen wollen heuer bei Weihnachtsgeschenken sparen, ist das Ergebnis von insgesamt 1.397 Interviews mit Shoppingcenter-KundInnen über das geplante Kaufverhalten vor Weihnachten. Nur neun Prozent der Befragten wollen „mehr ausgeben“ als im Vorjahr, gar nur 0,83 Prozent wollen „deutlich mehr“ für Weihnachtsgeschenke ausgeben. Hoffnungsträger des diesjährigen Weihnachtsgeschäftes werden „Anziehen, Essen, Trinken und Lesen“ sein.

„Generell haben die Konsumenten +Sparen+ im Kopf“, fasst Studienautor Mag. Josef Wanas die Interview-Ergebnisse zusammen, die er mit 18 StudentInnen Studienganges „Event Engineering“ der New Design University St. Pölten in der letzten Oktober-Woche 1.208 KundInnen in den von der Ekazent gemanagten Wiener Einkaufszentren Ringstrassen Galerien, Einkaufszentrum Hernals und Zentrum Simmering (ZS) sowie 109 im City Point Steyr und 80 in der Salzburger Kiesel Passage in Face-to-face-Interviews erfragt hat. Dazu kommt eine 400köpfige Kontrollgruppe in St. Pölten.

„Fast 43 Prozent der Befragten sehen die wirtschaftliche Lage +schlechter+ oder sogar +deutlich schlechter+ als vor einem Jahr und nur knapp zehn Prozent +besser+ als 2010“, zitiert Rudolf Richter, Abteilungsleiter Centermanagement bei der Ekazent, Österreichs größtem Handelsflächen-Vermarkter, aus der Studie. Die Frauen sind an betrachten der Wirtschaftslage um mehr als sieben Prozentpunkte deutlich skeptischer als Männer. Gleichzeitig gibt es unter den Männern auch mehr Optimisten: Rund ein Sechstel der Befragten qualifiziert die aktuelle Lage als +besser+, bei den Frauen sind es nur knapp neun Prozent. Interessant ist auch die Aufgliederung nach Altersgruppen: Lediglich die 31- bis 40jährigen sehen die wirtschaftliche Lage +etwas besser+ - alle anderen Altersgruppen sind gleichmäßig pessimistisch. .

„Knapp 40 Prozent der Einkaufszentren-KundInnen wollen +sparen+ oder +deutlich sparen+ - immer verglichen mit den Weihnachtseinkäufen 2010, neun Prozent wollen +mehr ausgeben+ und +nur 0,83 Prozent +deutlich mehr+“, sagt Richter. Während insgesamt 42 Prozent der weiblichen Kunden heuer bei den Weihnachtseinkäufen sparen wollen, sind es bei den männlichen Shoppingcenter-Kunden um vier Prozentpunkte weniger.

Deutliche Nachfrage-Unterschiede bei den Sortimenten

Allerdings ist die Sparneigung nach Sortimenten unterschiedlich ausgeprägt: „Während Sportartikel annähernd gleichbleibend nachgefragt werden dürften, wobei die Männer deutlich ausgabenfreudiger als die Frauen sein wollen, dürften Handys bei beiden Geschlechtern weniger gefragt sein als im Vorjahr, die Nachfrage nach elektronischen Geräten wird leicht zurückgehen und bei Textilien werden deutliche Zuwächse erwartet, wobei interessanterweise die Männer mit 24,7 Prozent deutlich mehr ausgeben wollen als die Frauen mit 18,5 Prozent“.

„Für Nahrungs- und Genussmittel, deren Weihnachts-Verkäufe ebenfalls deutlich zulegen werden, wollen ebenfalls die Männer mit 23,5 Prozent deutlich mehr ausgeben als die Frauen (19,3 %) und auch bei Büchern, die sich auf +deutliche Absatz-Steigerungen+ freuen können, liegen die männlichen Kunden deutlich vor den Frauen“, erklärt Centermanagement-Chef Rudolf Richter.

„Für Schuhe erwarten wir aufgrund der Studie leicht steigende Verkäufe, ebenso für die Produktgruppe Musik/Film, für Uhren und Schmuck leicht fallende und für Fernseher/HiFi, die Gastronomie, Spielwaren und Einkaufsgutscheine gleichbleibende Umsätze gegenüber 2010“.

„ Wenig überraschend ist die Feststellung, dass 19 Prozent der Befragten heuer mehr Weihnachtsgeschenke als Im Vorjahr im Internet kaufen wollen. Dabei handelt es sich um einen anhaltenden Trend, der sich von Monat zu Monat verstärkt. Diese Entwicklung ist beileibe keine Eintragsfliege, sondern kostet den stationären Handel zunehmend Umsatzanteile. Die Notwendigkeit der Verschränkung des stationären Handels mit dem Internet gewinnt daher immer mehr an Bedeutung, wie unsere Weihnachtseinkauf-Studie ebenfalls eindeutig belegt“, fasst Richter zusammen.

Für Rückfragen und Detail-Ergebnisse steht Rudolf Richter jederzeit gerne unter 0664 980 21 96 zur Verfügung.