

**Pressekontakt** **RegioPlan Consulting GmbH**  
 Mag. Alexandra Popescu  
 Theobaldgasse 8, A-1060 Wien  
 T: +43 1 586 04 53-18, M: +43 699 1 586 04 22  
 a.popescu@regioplan.at, www.regioplan.eu

**Datum** 21. November 2013

**Presseaussendung** **WEIHNACHTEN: ONLINEHANDEL SETZT MEHR ALS DIE MARIAHILFER STRAÙE UM!**

**Trend** **Weihnachtsumsätze wachsen um 2,2%!**

Nachdem der Einzelhandel bisher eine insgesamt eher schwache Entwicklung von nominell nur +1,6% und damit nur unter der Inflationsrate erfuhr, ist das Weihnachtsgeschäft für viele Branchen die letzte Hoffnung auf eine Verbesserung der gesamten Jahresbilanz. „Wir gehen davon aus, dass sich die Weihnachtsumsätze 2013 auf rund 1,9 Milliarden Euro inklusive Umsatzsteuer in Österreich belaufen werden“, so Wolfgang Richter, Geschäftsführer bei RegioPlan Consulting. Somit wird das Weihnachtsgeschäft 2013 um 2,2% höher als im Dezember 2012 ausfallen. Unter Weihnachtsgeschäft versteht man jenes Umsatzplus, das im Dezember zusätzlich zu einem Durchschnittsmonat – ob stationär oder online – erreicht wird.

**Trend** **Starke Onlineanteile für den Buch-, Elektro- und Sporthandel!**

Der Bekleidungshandel erreicht mit rund 340 Millionen Euro die höchsten Weihnachtsumsätze, gefolgt vom Elektrohandel mit 255 und vom Lebensmittelhandel mit 230 Millionen Euro. Starke Onlineanteile im Weihnachtsgeschäft gibt es insbesondere in den Branchen Buchhandel (28%), Elektrohandel (18%) und Sportartikelhandel (10%). Aber auch im Bekleidungshandel machen die Weihnachtsumsätze bereits 9% aus, im Parfümerie- und im Schuhhandel sind es je 7%.

**Trend** **Onlinehandel setzt mehr um als die Mariahilfer Straße!**

Die höchsten Weihnachtsumsätze im Ranking der Top stationären Handelsagglomerationen in Österreich erreicht die Mariahilfer Straße. Die beliebte Einkaufsstraße der Wiener wird in diesem Jahr zwischen 57 und 60 Millionen Euro zu Weihnachten umsetzen. „Der Onlinehandel setzt aber definitiv mehr

als die Mariahilfer Straße um“, gibt Richter zu bedenken. Die Shopping City Süd kann mit Mehrumsätzen zu Weihnachten von maximal 52 Millionen Euro, die Wiener Innenstadt (Kärntner Straße, Rotenturmstraße) mit rund 34 Millionen rechnen.

**❖ Das Rennen um die 1,9 Milliarden Euro hat begonnen!**

Das Weihnachtsfest sowie das 14. Gehalt sind die Hauptmotive, warum sich der Einzelhandel über einen Mehrumsatz im Monat Dezember im Vergleich zu einem durchschnittlichen Monat erfreuen kann. Dieser Mehrumsatz wird auch als Weihnachtsumsatz bezeichnet. Dieser wird heuer rund 1,9 Milliarden Euro inklusive Umsatzsteuer ausmachen, was ein nominelles Plus von 2,2% gegenüber dem Weihnachtsumsatz 2012 bedeutet. Ob dieses Weihnachtsgeschäft jedoch auch die Gesamtjahresbilanz retten kann, ist fraglich. Mit einem bisherigen nominellen Plus von 1,6% konnte der Einzelhandel noch kein inflationsbereinigtes Umsatzwachstum in diesem Jahr erreichen. „Es ist daher nicht sicher, ob das Weihnachtsgeschäft die Gesamtjahresbilanz des Einzelhandels real betrachtet noch ins Positive drehen kann“, so Richter.

**❖ Onlinehandel nascht am Weihnachtskuchen immer stärker mit!**

Der Onlinehandel spielt gerade zu Weihnachten eine große Rolle. Die Branchen mit den stärksten Anteilen sind der Buchhandel (28%), der Elektrohandel (18%) sowie der Sportartikelhandel (10%). Aber auch im Bekleidungs- (9%), im Parfümerie- und im Schuhhandel (je 7%) sind die Onlineanteile an den Weihnachtsumsätzen deutlich spürbar. In absoluten Zahlen betrachtet, setzen der Bekleidungs- (340 Millionen Euro), der Elektro- (255 Millionen Euro), der Lebensmittel- (230 Millionen Euro) sowie der Möbelhandel (175) am meisten um.

Branche	Weihnachtsumsatz* 2013 in Mio. €	Anteile Onlineumsatz in % am Weihnachtsumsatz
Bekleidungshandel	340	9%
Elektrohandel	255	18%
Lebensmittelhandel	230	1%
Möbelhandel	175	1%
Sportartikelhandel	95	10%
Spielwarenhandel	75	5%
Uhren- und Schmuckhandel	70	6%
Buchhandel	25	28%
Parfümeriehandel	25	7%P
Schuhhandel	15	7%

Quelle: RegioPlan Consulting

\*Der Weihnachtsumsatz ist nur jenes Plus, das im Dezember über dem Umsatz eines Durchschnittsmonats liegt, unabhängig ob es im stationären oder im Onlinehandel erreicht wird.

❖ **Onlinehandel ist stärker als die Mariahilfer Straße!**

Die Innere Mariahilfer Straße ist Wiens beste Einkaufsstraße und diese erreicht auch zu Weihnachten die stärksten Umsätze im Vergleich zu allen anderen stationären Handelsagglomerationen. Dabei belaufen sich diese auf 57 bis 60 Millionen Euro. Die Shopping City Süd erreicht als die zweitstärkste Handelsagglomeration Österreichs zwischen 48 und 52 Millionen, während sich die Umsätze in der Kärntner und der Rotenturmstraße auf 30 und 34 Millionen Euro belaufen. „Zwar gibt es noch keine genauen Zahlen zum tatsächlichen Weihnachtsumsatz in Österreich, der nur online erzielt wird, jedoch können wir mit Sicherheit behaupten, dass dieser inzwischen höher als der einer stationären Handelsagglomeration ist“, gibt Richter zu bedenken.

<b>Top 6 stationäre Handelszonen</b>	<b>Weihnachtsumsatz in Mio. € 2013</b>
Wien - Innere Mariahilfer Straße	57-60
Vösendorf - Shopping City Süd (nur Mall)	48-52
Wien – Kärntner Straße/Rotenturmstr.	30-34
Wien – Donauzentrum	30-33
Linz – Plus City	26-29
Graz – Shopping City Seiersberg	26-29

Quelle: RegioPlan Consulting

**RegioPlan Consulting** zählt zu den führenden Beratern für Handels- und Handelsimmobilienthemen in Europa. Wir beantworten Fragen rund um das Thema Point-of-Sale. RegioPlan ist seit 30 Jahren am europäischen Markt tätig und arbeitet für international tätige Kunden aus dem Einzelhandel, der Immobilienwirtschaft, dem Dienstleistungs- und Finanzierungssektor.