

DAS WEIHNACHTS- GESCHÄFT 2014 IM EINZELHANDEL

Der Handel

Alles fürs Leben

Gesamtwirtschaft

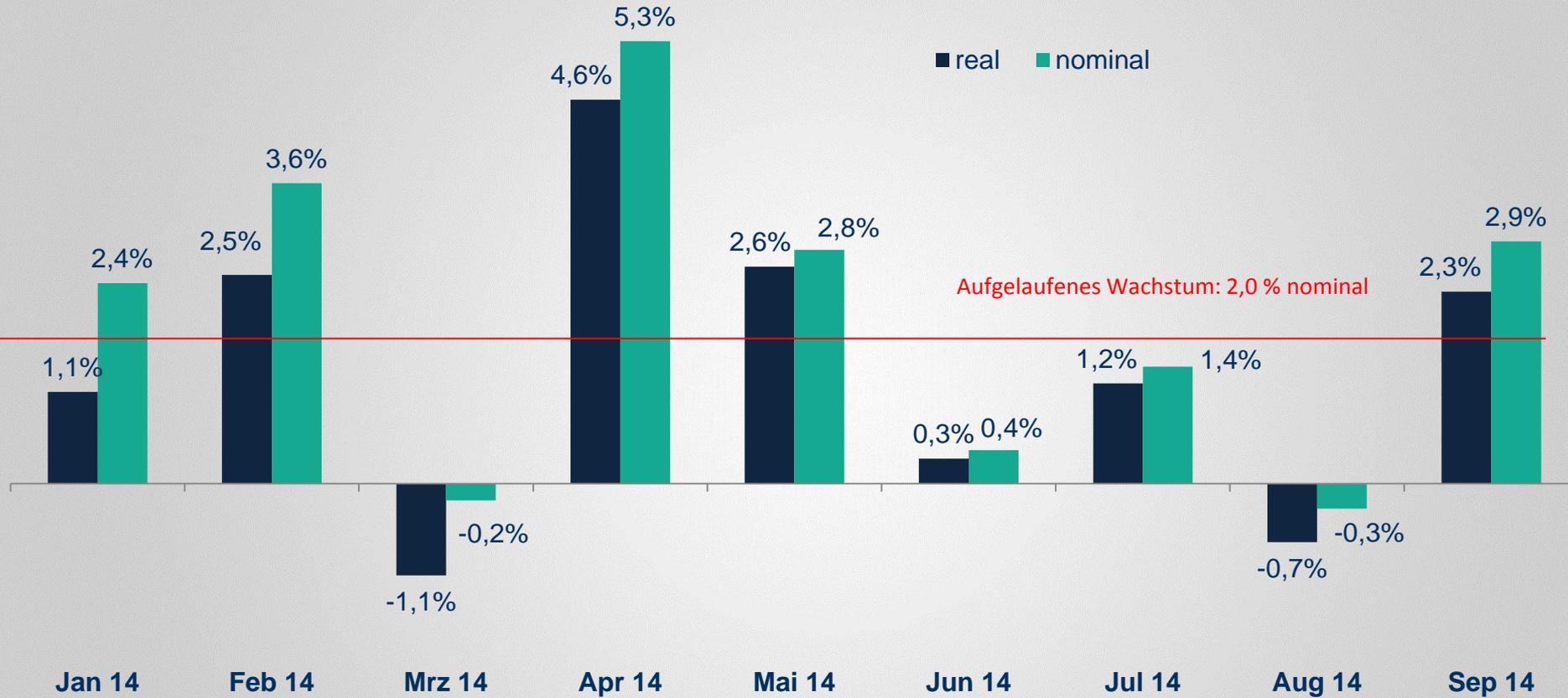
- gesamtwirtschaftliche Situation eingetrübt
- geopolitische Krisen spürbar
- Verbraucher zeigt sich davon weitgehend unbeeindruckt
- Konsum stabil

Einzelhandel

- Rahmenbedingungen intakt
- Hohe Erwerbstätigkeit
- Lohnsteigerungen
- Niedrige Inflation
- Günstige Zinsen

Binnenhandel als verlässliche Stütze der Konjunktur

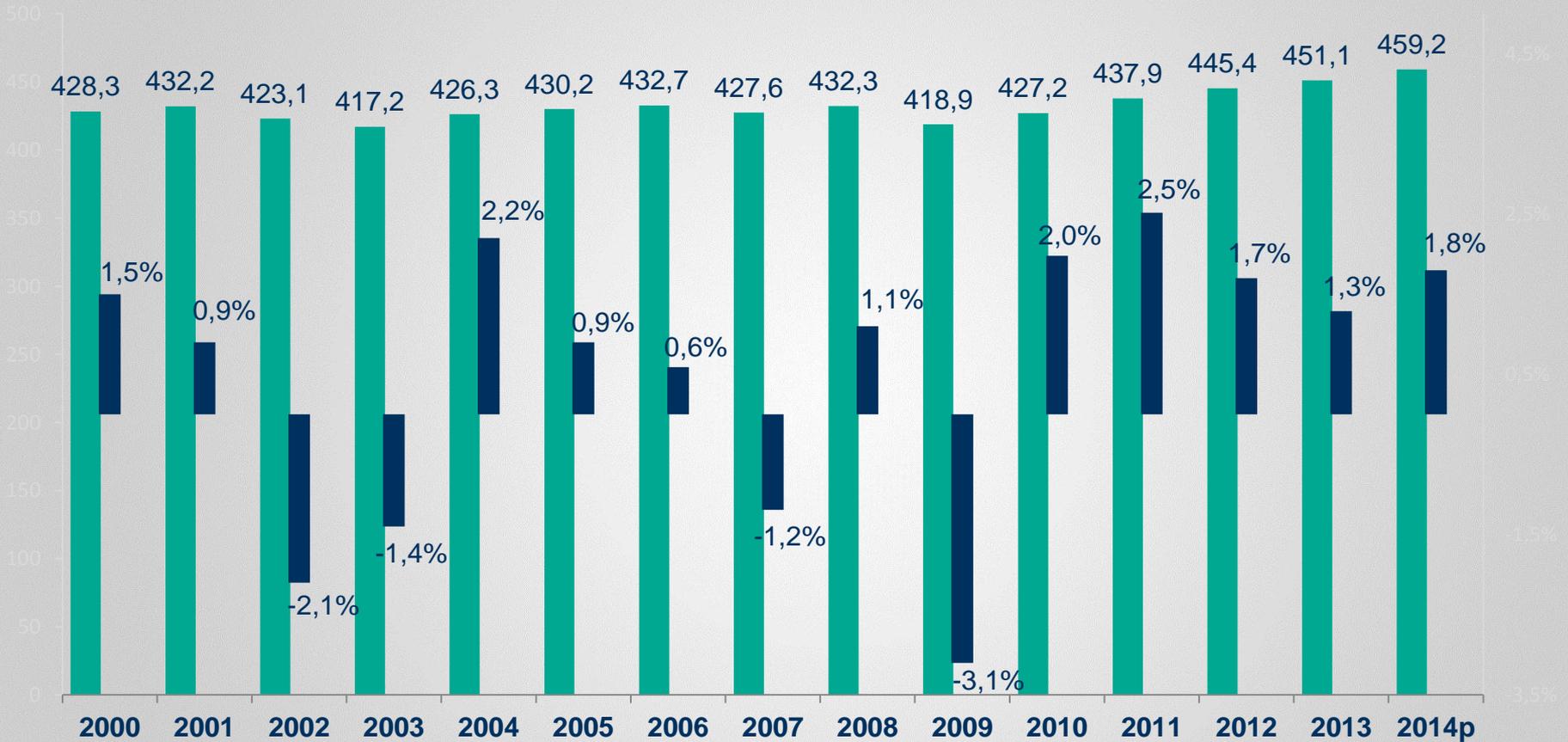
Umsatz Jan – Sep 2014: +2,0 % Veränderung zu Vorjahr



Quelle: Statistisches Bundesamt; Einzelhandel im engeren Sinne

Neue HDE-Prognose für 2014: +1,8%

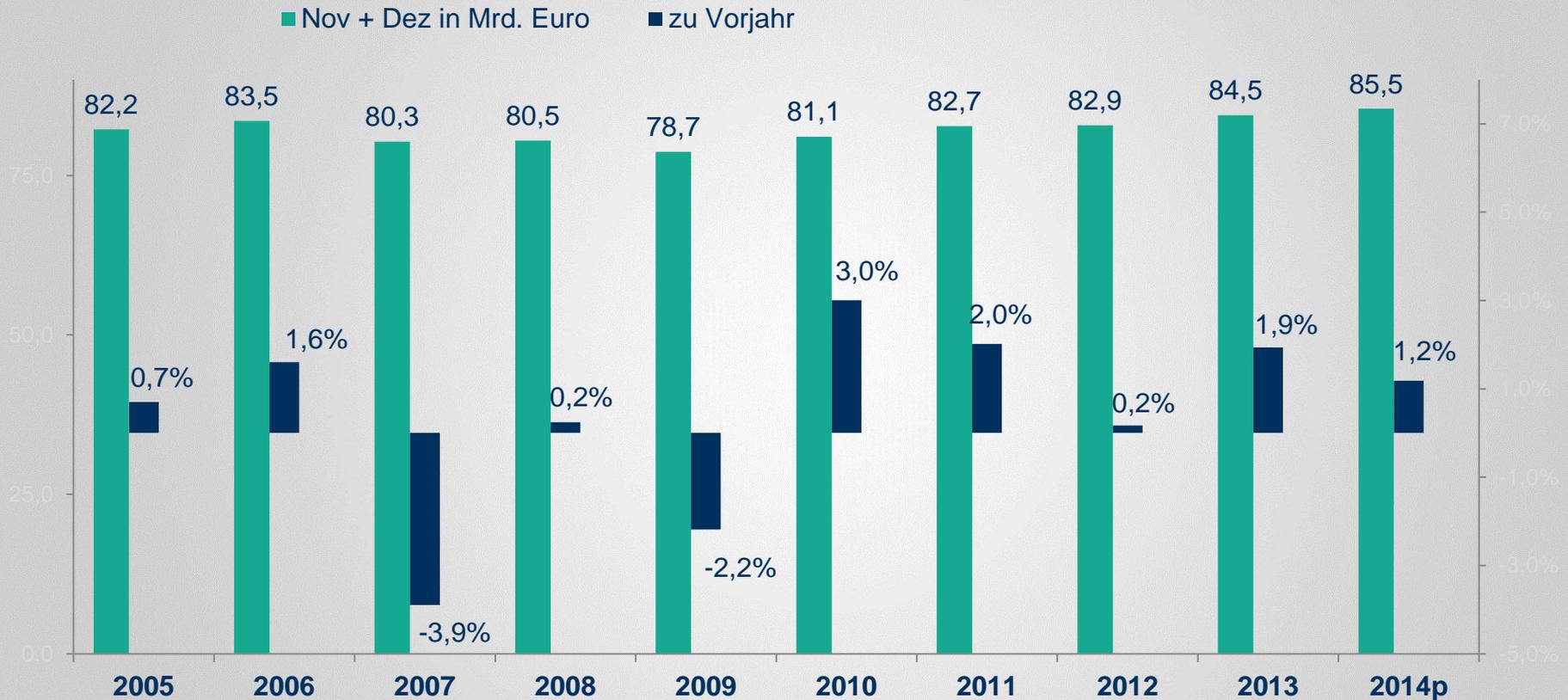
Einzelhandelsumsatz ohne Kfz, Tankstellen, Brennstoffe, Apotheken



Quelle: Statistisches Bundesamt; HDE-Berechnungen; ohne Umsatzsteuer; vorläufige Daten

Weihnachtsgeschäft: +1,2 %

Umsatz Monate Nov + Dez und Veränderung zu Vorjahr

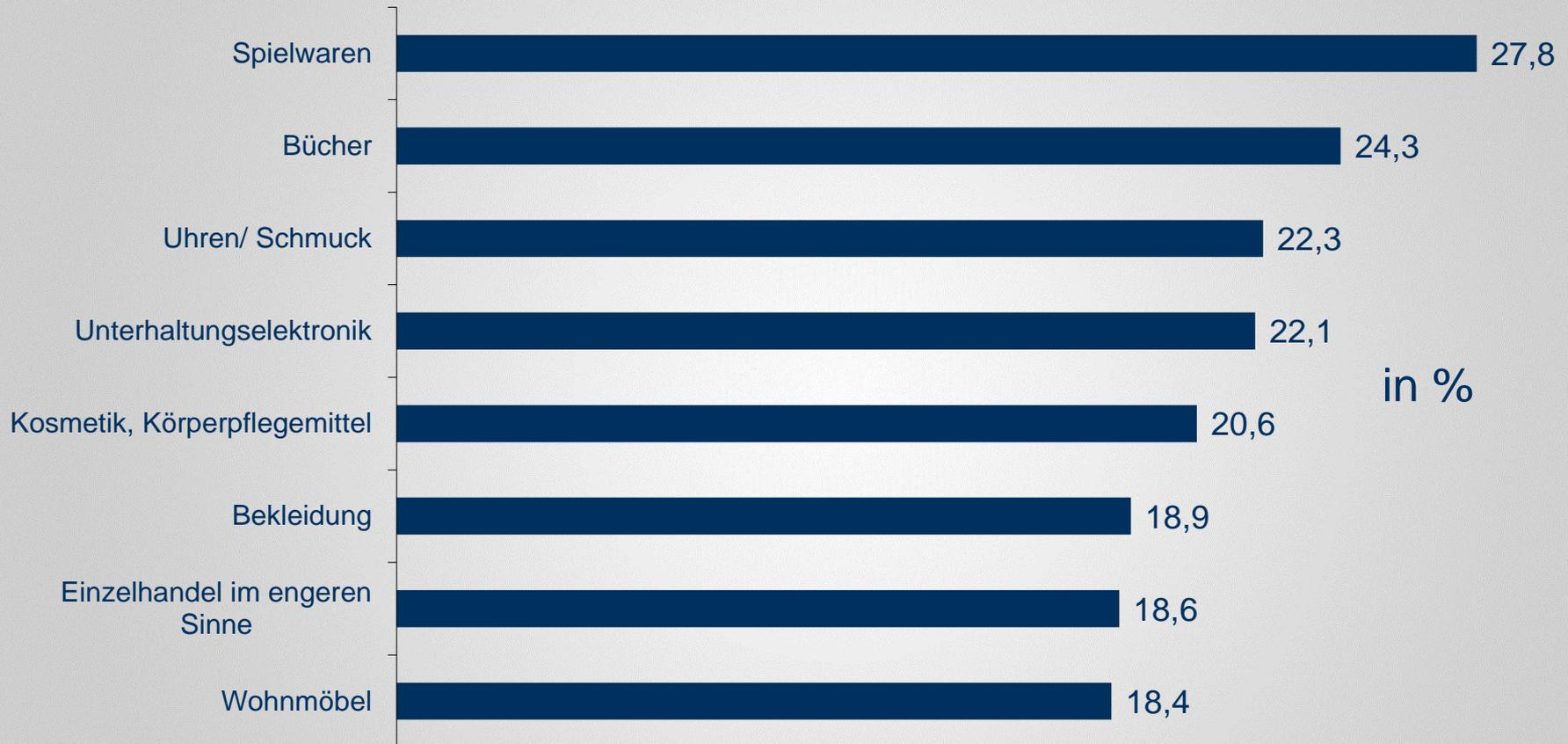


Quelle: HDE-Berechnungen auf Basis Statistisches Bundesamt; 2014 HDE-Prognose

Der Handel
Alles fürs Leben

Weihnachtsgeschäft in einzelnen Branchen

Umsatzanteil Monate Nov + Dez am Jahresumsatz

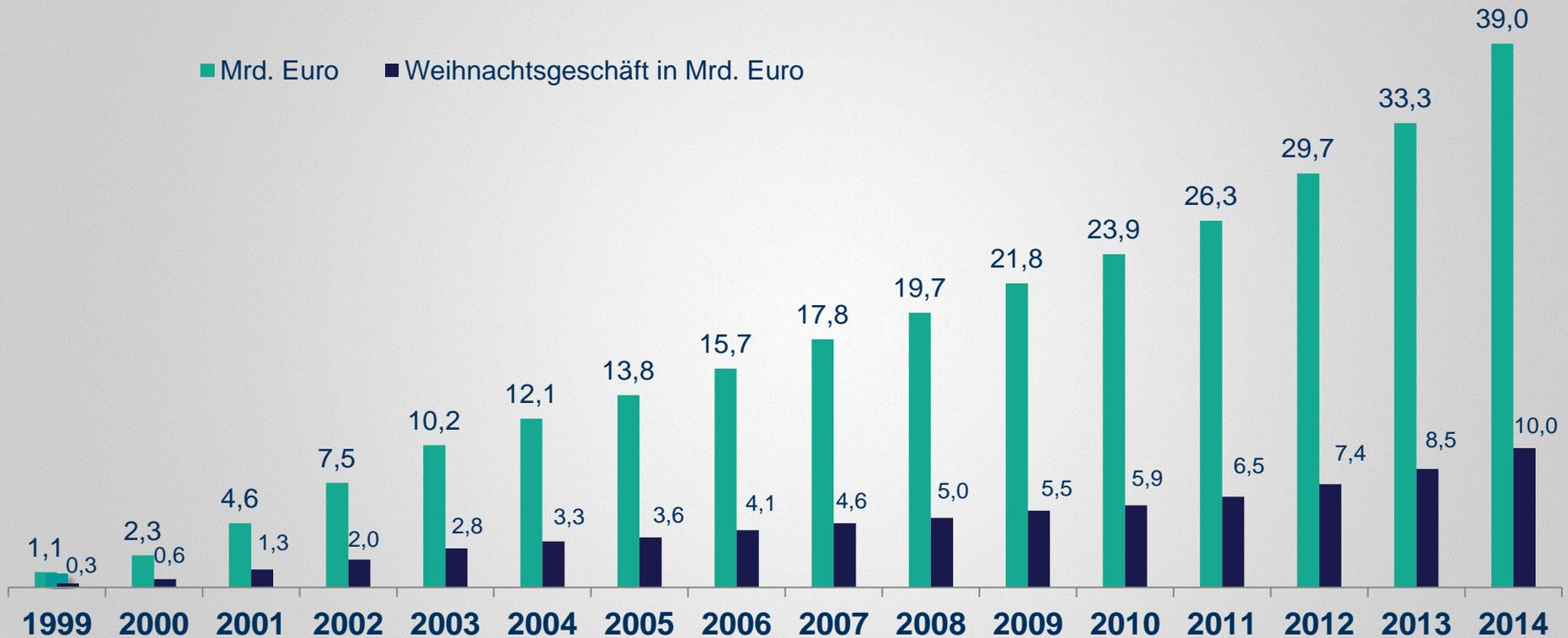


Quelle: HDE-Berechnungen auf Basis Statistisches Bundesamt; Angaben für 2013

Online-Handel: 10 Milliarden Euro Weihnachtsumsatz

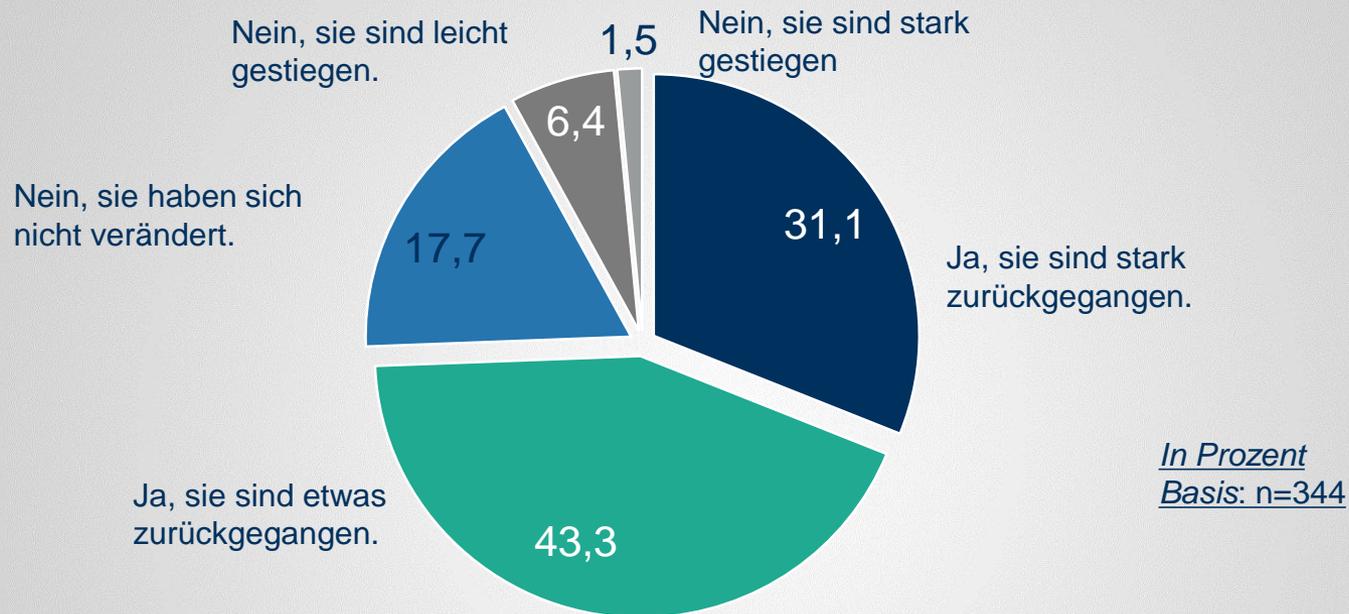
Umsatz in Mrd. Euro

■ Mrd. Euro ■ Weihnachtsgeschäft in Mrd. Euro



Quelle: HDE-Prognose; GfK; ohne Umsatzsteuer; revidierte Daten, Stand November 2014
Angaben für Nonfood, FMCG, Entertainment, Tickets, Downloads, Reisen (o. Urlaubsreisen)

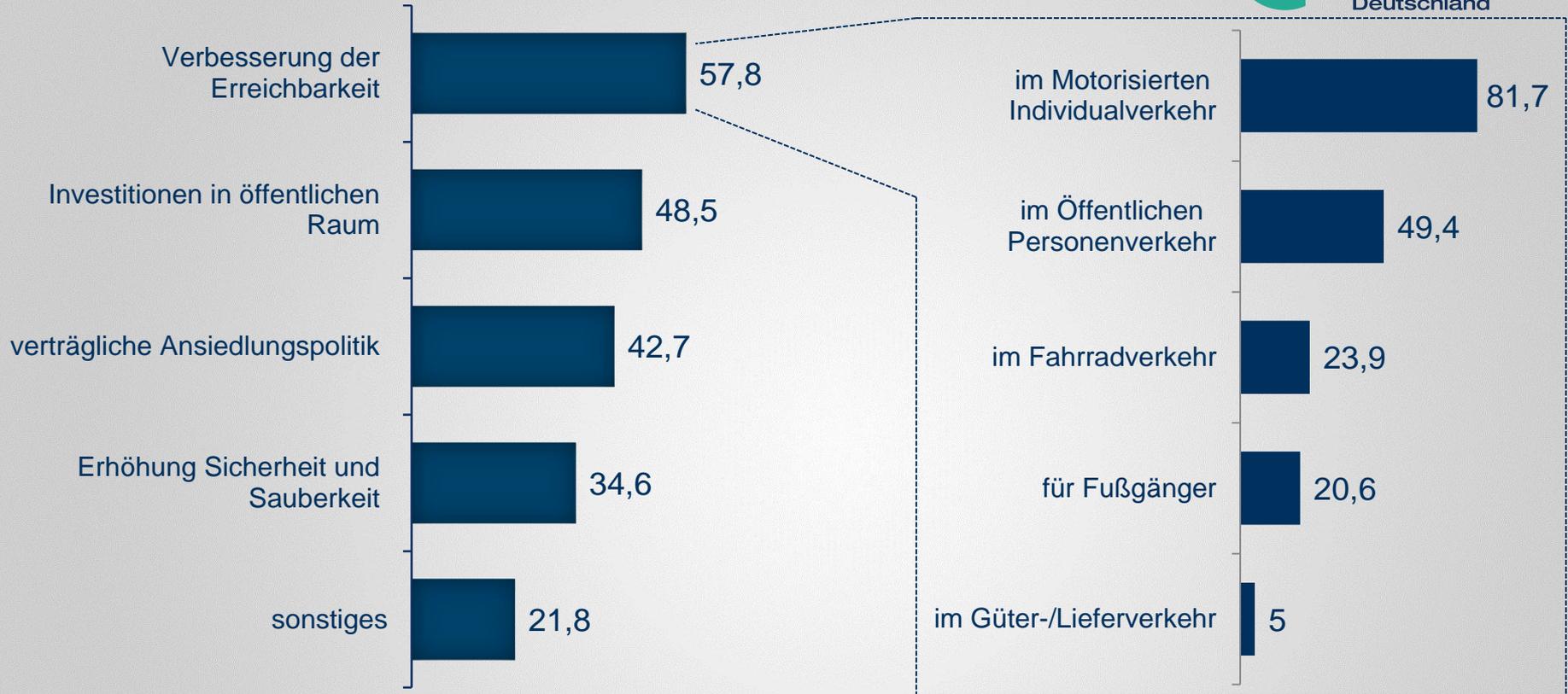
Sinkende Kundenfrequenzen bei knapp drei Vierteln der Händler



Frage: Vielfach wird über sinkenden Kundenfrequenz in den Städten und Gemeinden als Folge des wachsenden Online-Handels berichtet. Beobachten Sie auch an Ihrem Standort sinkende Besucherzahlen?

Lesebeispiel: 43,3 Prozent beobachteten an ihrem Standort einen leichten Rückgang der Besucherzahlen.

Erwartungen der Händler für attraktive Standorte



Frage: Was sollten die Städte und Gemeinden tun, um die Attraktivität der Handelsstandorte zu erhalten und zu erhöhen?

Lesebeispiel: 48,5 Prozent der Befragten erachten Investitionen in den öffentlichen Raum zur Erhöhung der Attraktivität der Handelsstandorte als notwendig.

Basis: n=344

Überblick

Nominale Umsatz-Entwicklung im Vergleich zum Vorjahr



Gesamtjahr 2014: +1,8 % (459,2 Mrd. Euro)
Weihnachtsgeschäft: +1,2 % (85,5 Mrd. Euro)

Online-Handel 2014: +17 % (39,0 Mrd. Euro)
Weihnachtsgeschäft: +18 % (10,0 Mrd. Euro)

Weihnachtsumfrage 2014 – Einkaufsverhalten der Konsumenten in Deutschland in Bezug auf Weihnachtsgeschenke

ifes Institut für Empirie & Statistik
FOM Hochschule für Oekonomie & Management

Prof. Dr. Oliver Gansser

Ergebnisdiagramme

Weihnachtsumfrage 2014

Name des Umfrageprojekts:

Weihnachtsumfrage 2014 – Einkaufsverhalten der Konsumenten in Deutschland in Bezug auf Weihnachtsgeschenke

Feldzugang:

Face-to-face Interviews mit standardisiertem Fragebogen durch Studierende der FOM im Modul Management.

Zielgruppe/Teilnehmer:

Auskunftspersonen im Alter ab 12 Jahren, quotiert nach Alter und Geschlecht, Verteilung der Quotenmerkmale gemäß der Bevölkerungsvorausberechnung des Statistischen Bundesamtes für 2014.

Dauer der Feldphase:

12. September bis 26. Oktober 2014

Wissenschaftliche Leitung:

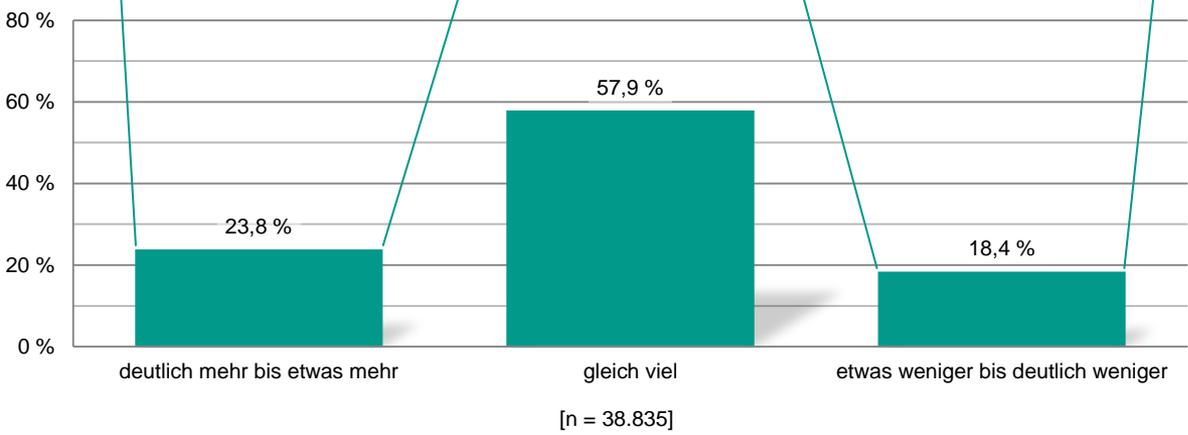
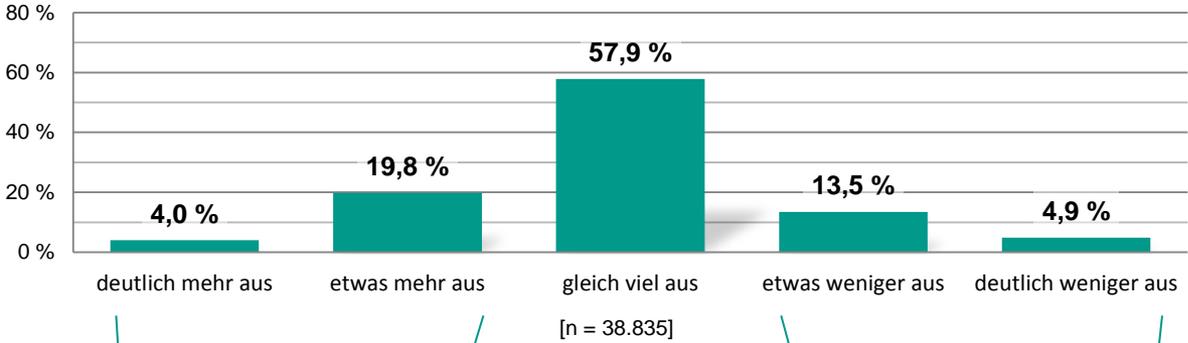
Prof. Dr. Oliver Gansser

Anzahl der ausgewerteten Interviews:

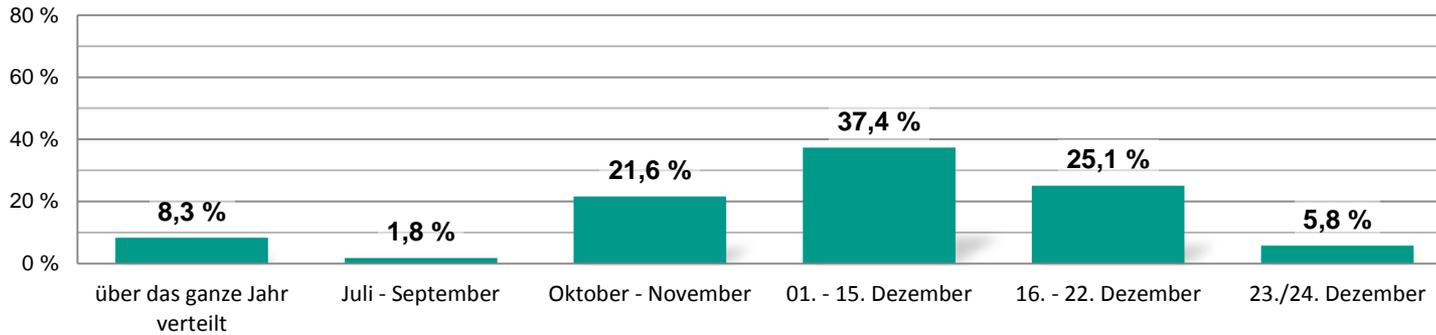
n = 38.835

Die Darstellungen sind ausschließlich als Diskussionsgrundlage konzipiert und sind ohne die mündlichen Erläuterungen zur Präsentation unvollständig. Diese Unterlage kann daher nur im Zusammenhang mit einer Präsentation gesehen werden.

Was denken Sie über die Höhe der Ausgaben für Weihnachtsgeschenke in diesem Jahr?
Im Vergleich zum Vorjahr gebe ich dieses Jahr vermutlich ...

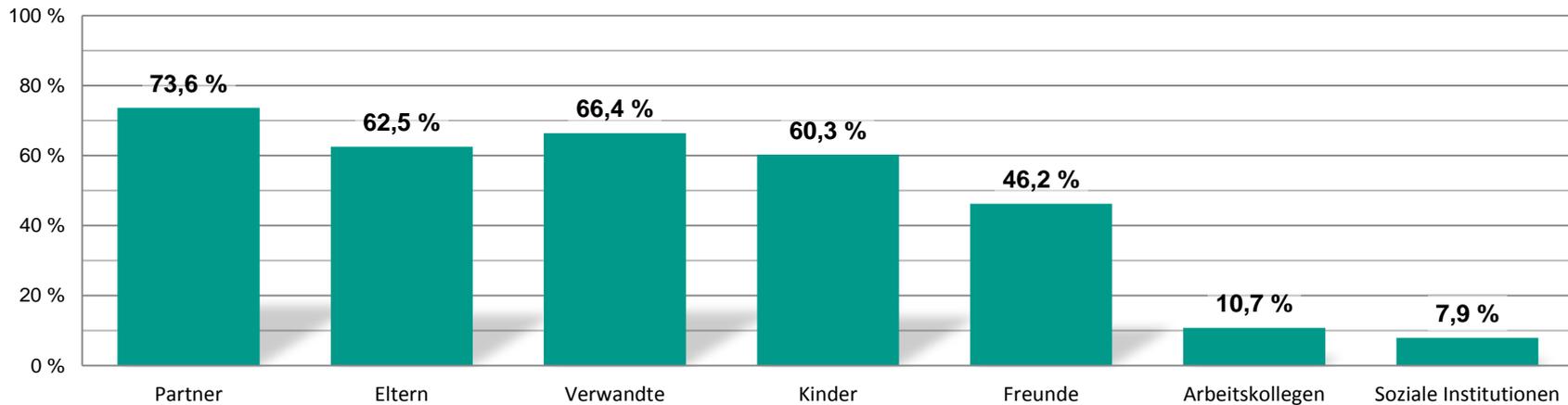


Wann wird der Großteil der Weihnachtsgeschenke gekauft?



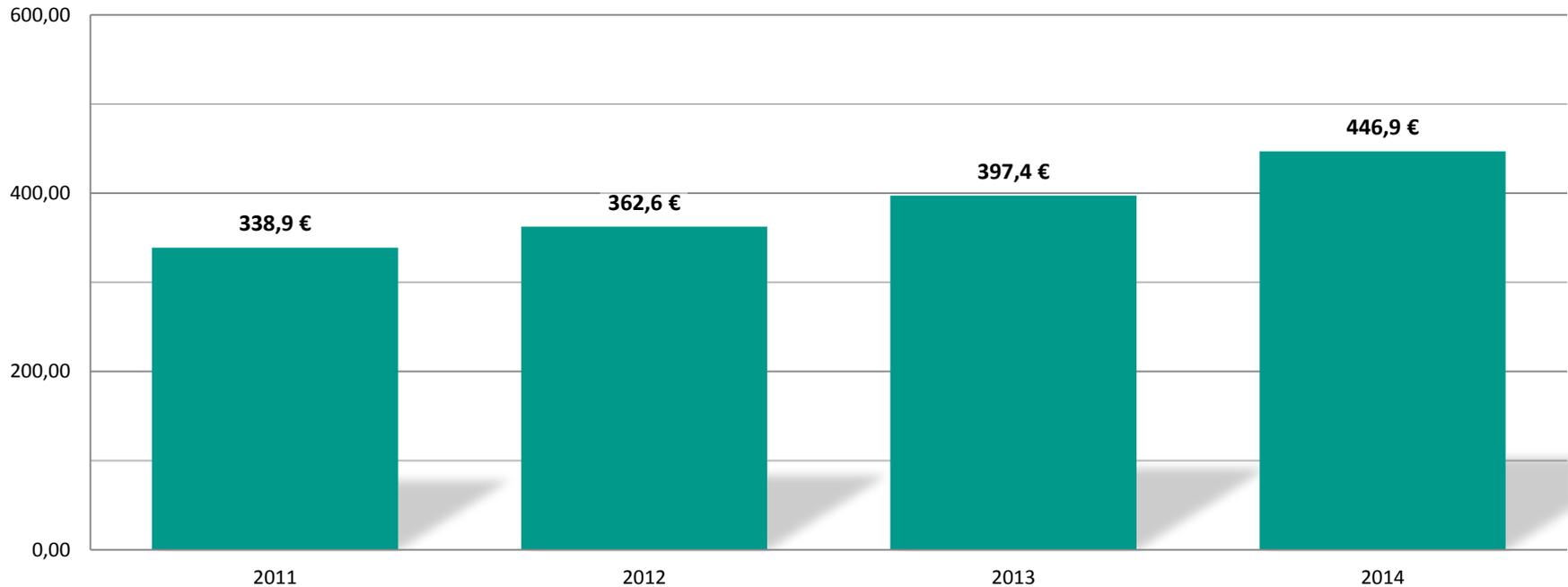
[n = 38.835]

Wen beschenken Sie zu Weihnachten?



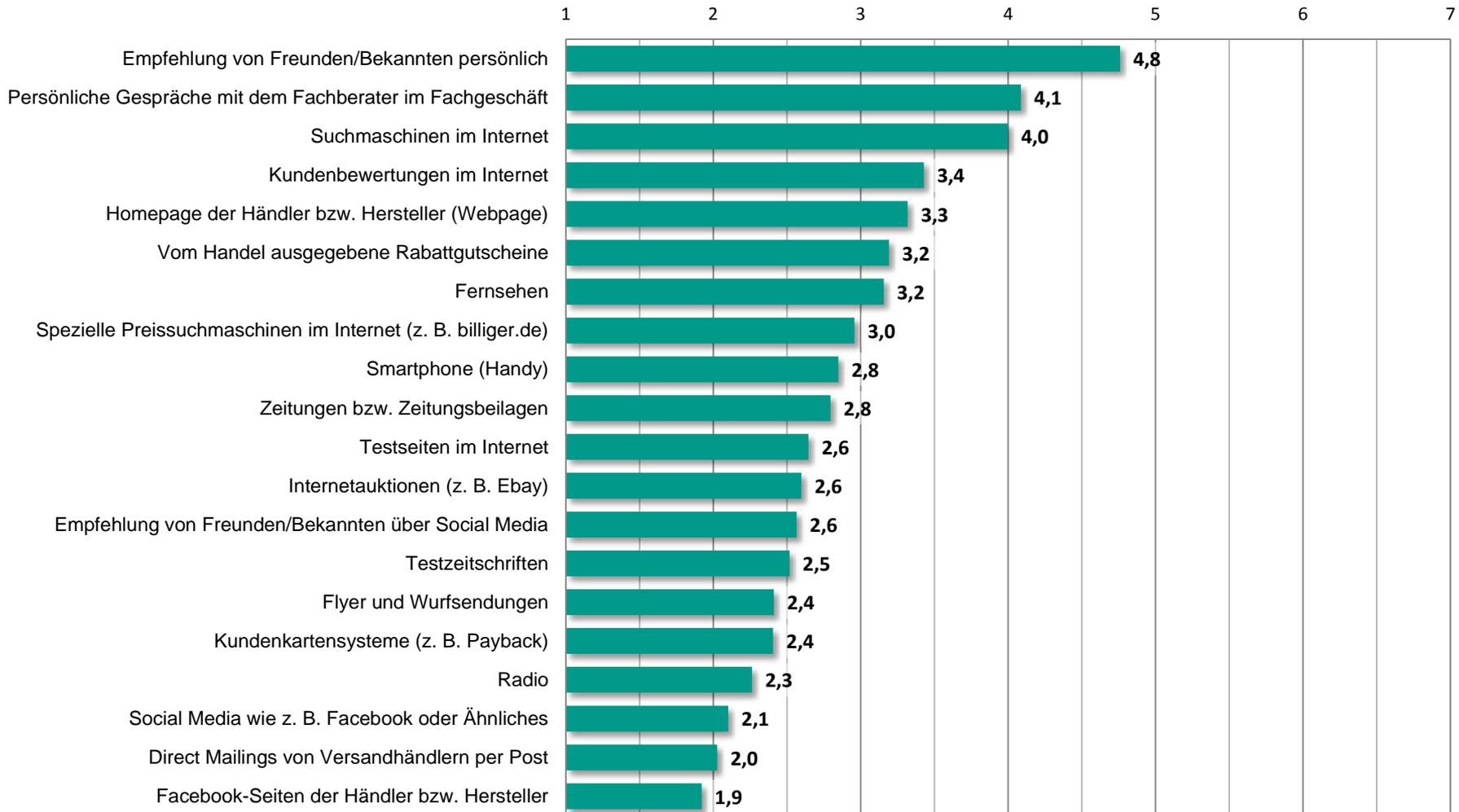
[n = 38.835]

Ø Ausgaben für Weihnachtsgeschenke von 2011 bis 2014



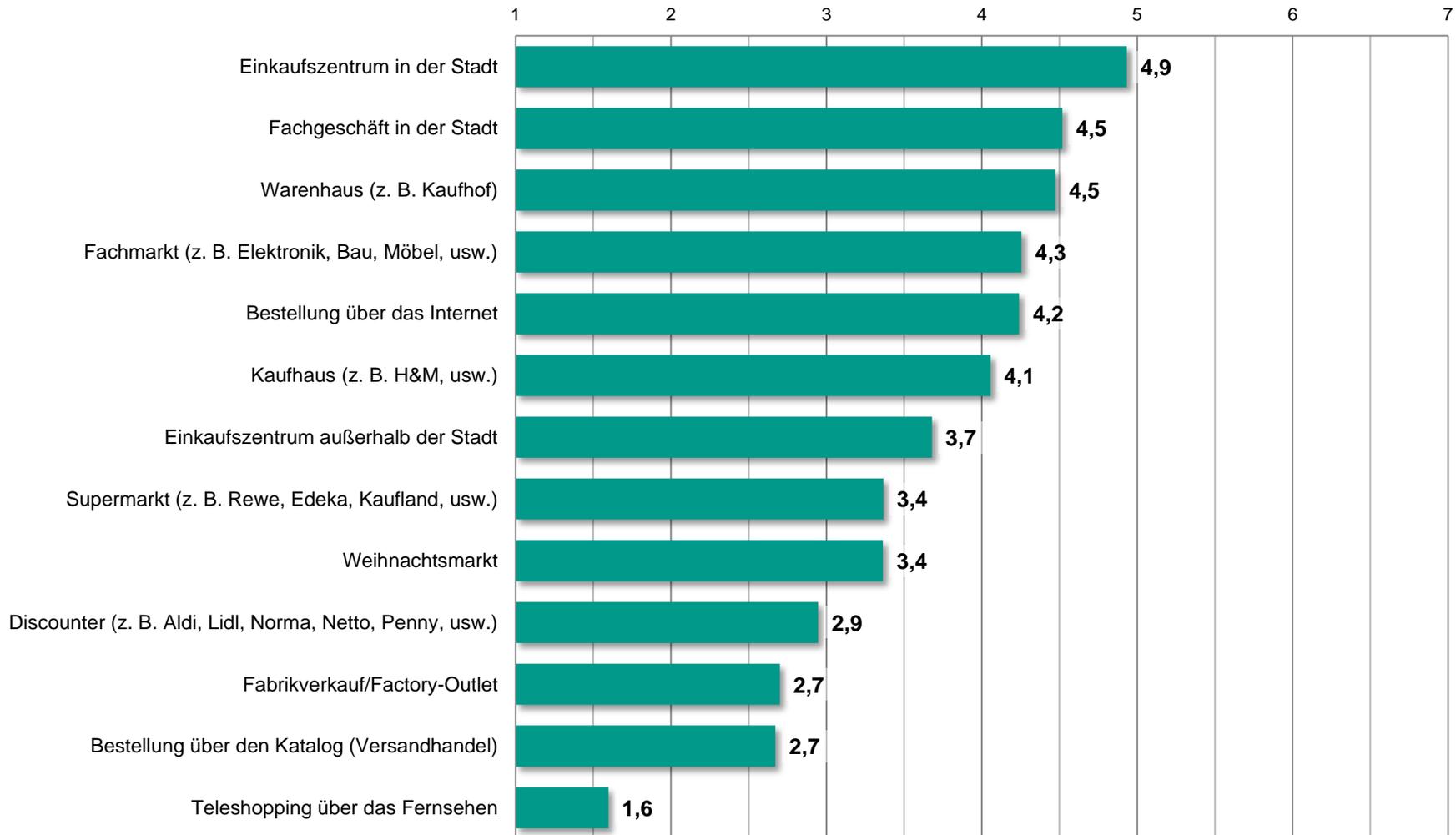
» Kontinuierlicher Anstieg der Ausgaben bei Weihnachtsgeschenken innerhalb der letzten vier Jahre.

Wie wichtig sind Ihnen die folgenden Informationen bei der Suche nach Weihnachtsgeschenken?
 [Skala von 1= ist mir überhaupt nicht wichtig bis 7 = ist mir sehr wichtig]



[n = 38.835]

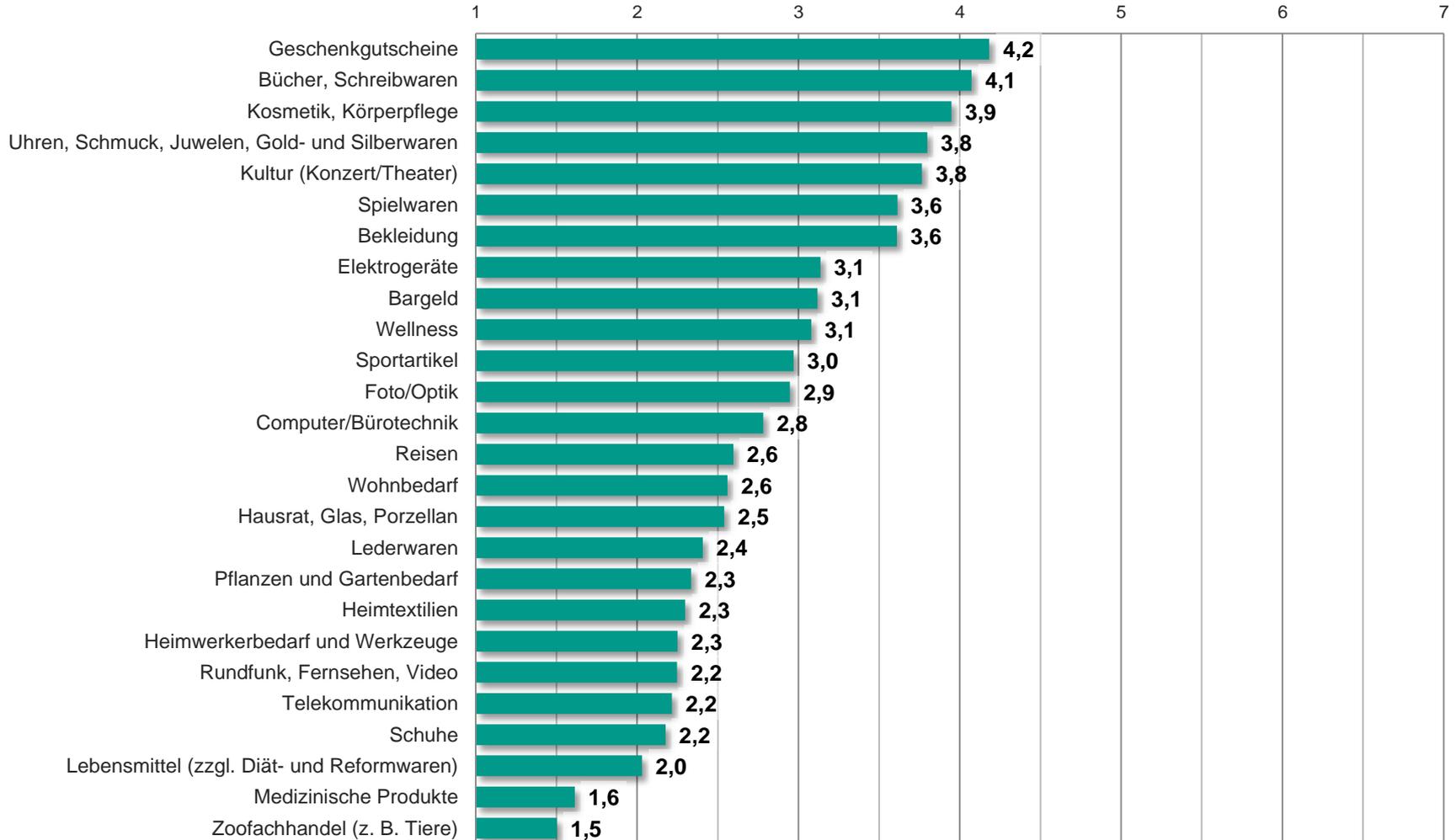
Wie wichtig sind Ihnen die folgenden Einkaufsmöglichkeiten beim Kauf von Geschenken? [Skala von 1= ist mir überhaupt nicht wichtig bis 7 = ist mir sehr wichtig]



[n = 38.835]

Aus welchen nachfolgenden Warenbereichen verschenken Sie gerne an Weihnachten?

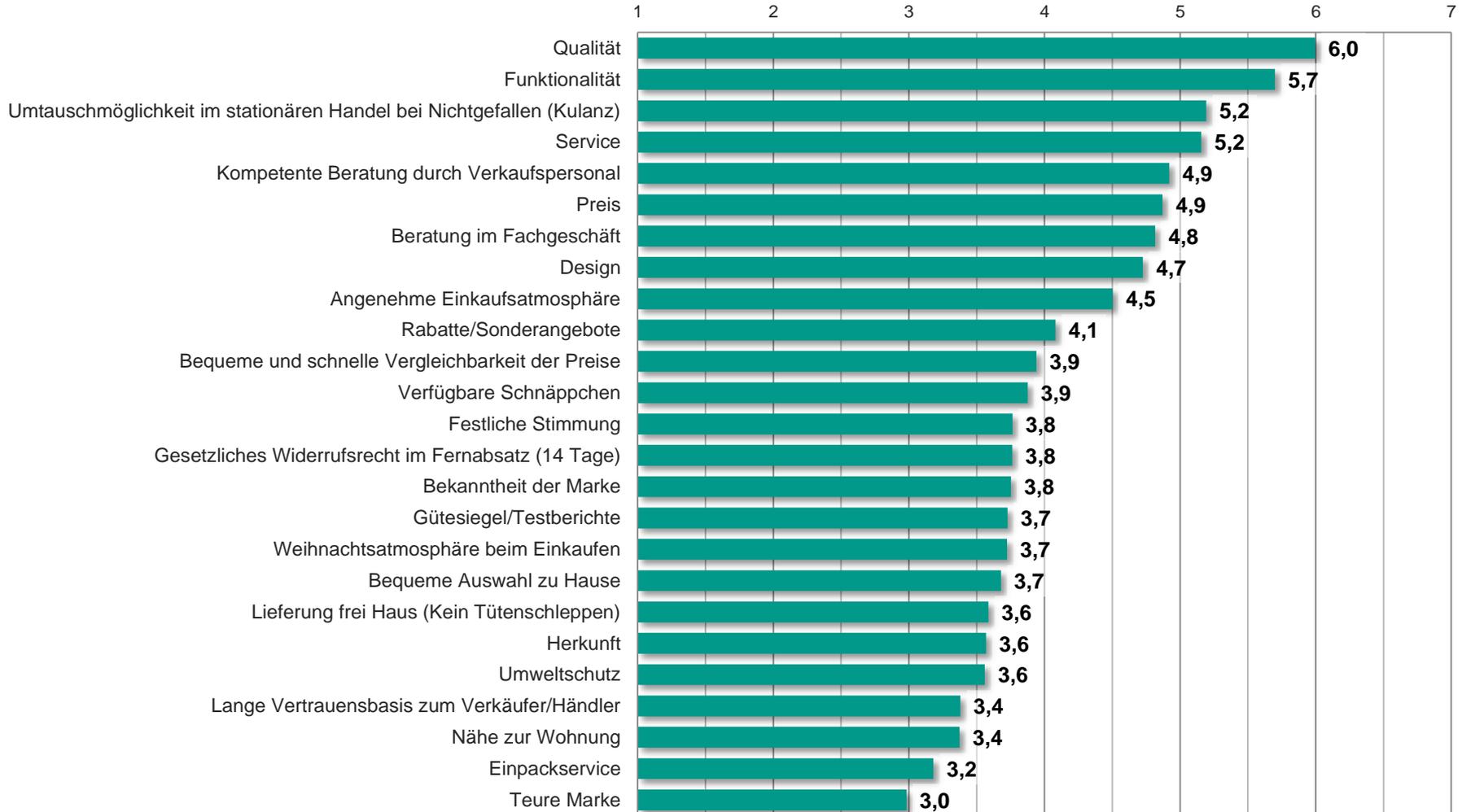
[Skala von 1= verschenke ich überhaupt nicht gerne bis 7 = verschenke ich sehr gerne]



[n = 38.835]

Was ist Ihnen grundsätzlich wichtig, wenn Sie Weihnachtsgeschenke einkaufen?

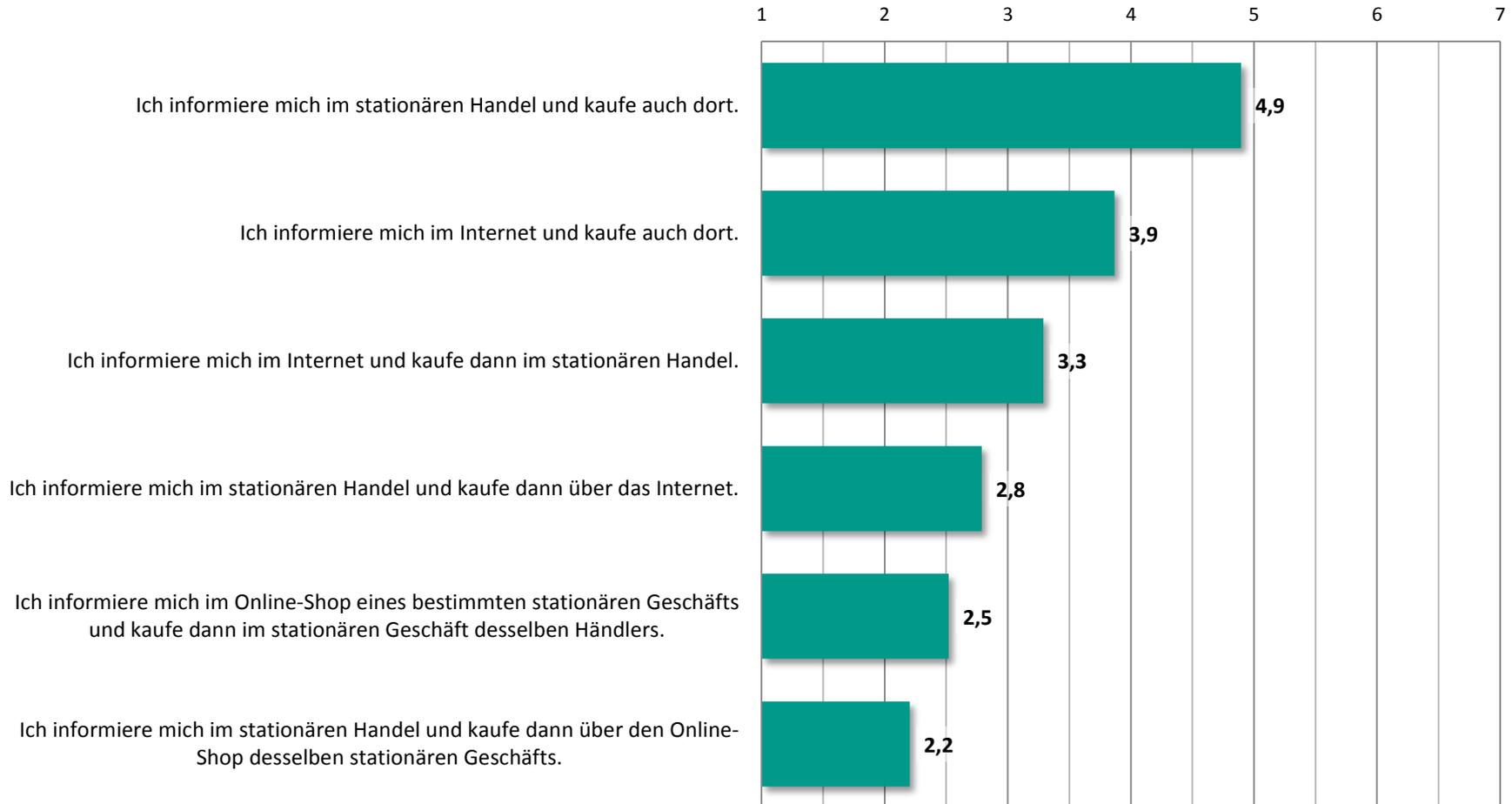
[Skala von 1= ist mir überhaupt nicht wichtig bis 7 = ist mir sehr wichtig]



[n = 38.835]

Inwiefern stimmen Sie den nachfolgenden Aussagen in Bezug auf Ihr Einkaufsverhalten an Weihnachten zu?

[Skala von 1= stimme überhaupt nicht zu bis 7 = stimme voll und ganz zu]



[n = 38.835]

Weitere Ergebnisse der Studie zum Download finden Sie auf der Website des ifes (www.fom-ifes.de) im Bereich „Forschung & Transfer/Publicationen“, oder über „Aktuelles aus der Hochschule“ (www.fom.de).

Stellvertretender Direktor
Prof. Dr. Oliver Gansser



oliver.gansser@fom-ifes.de

Kontakt

ifes Institut für Empirie & Statistik

Standort München

FOM Hochschule für Oekonomie & Management

Hopfenstraße 4 | 80335 München

Telefon 089 202452-23 | Fax 089 202452-03 | Web www.fom-ifes.de