Universität St.Gallen

Medienmitteilung, 7.12.2009

Weihnachtsgeschäft trotz Wirtschaftskrise

HSG-Studie untersucht Trends im Einkaufsverhalten von Schweizer Konsumenten

Die Konsumstimmung und die Erwartungen an das persönliche Einkommen befinden sich im Aufschwung. Gleichwohl planen 38 Prozent der Schweizer Haushalte ihre Ausgaben im Jahr 2010 zu reduzieren. Prof. Dr. Thomas Rudolph, Direktor des Forschungszentrums für Handelsmanagement an der Universität St.Gallen (IRM-HSG), macht für den Trend zur Sparsamkeit die zunehmende Unsicherheit der Konsumenten verantwortlich. Inwiefern das Weihnachtsgeschäft von der Kaufzurückhaltung betroffen ist, hat Professor Rudolph mit seinem Team in einer repräsentativen Befragung von 2000 Konsumentinnen und Konsumenten in der gesamten Schweiz untersucht.

Sinkende Ausgaben trotz aufhellender Konsumstimmung
Mehr als die Hälfte aller Schweizer sind davon überzeugt, dass sich die Wirtschaftslage in den kommenden zwölf Monaten wieder verbessern wird. Die positivere Stimmung überträgt sich auch auf die Einschätzung der finanziellen Situation des eigenen Haushalts. Dementsprechend gehen 39 Prozent aller Befragten davon aus, dass sich ihre persönliche Einkommenssituation zukünftig verbessern wird. 18,2 Prozent der Schweizer Konsumenten hingegen erwarten eine finanzielle Verschlechterung. Laut der Studie könnte eine Ausgabenreduktion der pessimistischen Konsumenten von nur 15 Franken pro Woche zu Umsatzeinbussen in Höhe von 1,1 Milliarden Franken für den Schweizer Detailhandel führen.

Aus Sicht der befragten Probanden verschlechtert sich die Ausgabenneigung im Jahr 2010. Für das Jahr 2010 planen 38 Prozent ihre Ausgaben zu reduzieren, während nur 16 Prozent der Konsumentinnen und Konsumenten ihre Ausgaben erhöhen wollen. Gemäss der Studie sind insbesondere zwei Gründe für den geplanten Ausgabenrückgang verantwortlich: Viele Konsumenten rechnen mit einem sinkenden verfügbaren Einkommen aufgrund erhöhter Beiträge bei Kranken- und Pensionskassen sowie steigender Miet-, Benzin- und Stromkosten. Zweitens verringert eine zunehmende Unsicherheit die Konsumbereitschaft, gesteigert noch durch negative Nachrichten über die Folgen der Weltwirtschaftskrise.

Volle Wunschzettel trotz Wirtschaftskrise
Mehr als 95 Prozent aller Schweizer Konsumenten haben eine konkrete Vorstellung davon, was sie sich zu Weihnachten wünschen. Unterschiede zwischen Konsumenten mit optimistischen und pessimistischen Erwartungen zur finanziellen Situation ihres Haushalts gibt es keine. Beides deutet darauf hin, dass der Schweizer Detailhandel einem ungetrübten Weihnachtsgeschäft entgegen sehen darf. Gelingt es den Händlern, ihr Angebot erfolgreich auf die Wünsche der Konsumenten auszurichten, klingeln nicht nur die Weihnachtsglocken, sondern auch die Kassen.

Gefragt sind laut der HSG-Studie im Weihnachtsgeschäft 2009 vor allen Dingen Kleidung und Schuhe (25,5%), Bücher (24,6%), Eintrittstickets (24,5%) sowie Reisen (23.8%). Alle vier Wunschkategorien stehen bei Männern und Frauen gleichermassen ganz oben auf der Wunschliste. Während Männer sich darüber hinaus über Unterhaltungselektronik (25%) und Sportartikel (20,2%) freuen, wünschen sich Frauen zusätzlich Schmuck (19,7%), Parfum und Kosmetikartikel (17,2%). Unterhaltungselektronik ist insbesondere bei der jüngeren Generation stark gefragt. MP3 Player und vergleichbare Artikel verschwinden jedoch nach und nach von der Wunschliste der reiferen Generationen. Mit zunehmendem Alter steigt die Präferenz für gute Literatur oder Eintrittskarten für Kulturveranstaltungen wie Theater oder Konzert. Auch den Wunsch zu Reisen entdecken die Schweizer Konsumenten mit zu-

nehmender Reife. Obgleich allgemein beliebt, stehen ein Hotelbesuch, ein Flug oder eine Bahnfahrt insbesondere bei den über 60-Jährigen auf dem Wunschzettel.

Konsumenten bevorzugen Innenstädte und Einkaufszentren
69,7 Prozent aller Konsumenten bevorzugen es, ihre Geschenke in den Geschäften der Schweizer Innenstädte zu besorgen. Dazu trägt nicht zuletzt die Atmosphäre bei, welche vom Samichlaus und den Weihnachtsmärkten in die Stadtzentren getragen wird. Wie unsere Studie zeigt, beabsichtigt fast jeder fünfte Schweizer (17,6%) seine Geschenke auf dem Weihnachtsmarkt zu kaufen. Letztere befinden sich somit nahezu gleichauf mit dem Internet (19%) als bevorzugte Einkaufstätte. Unterschiede ergeben sich in diesem Zusammenhang zwischen den Geschlechtern. Während Frauen den Weihnachtsmarkt bevorzugen, zieht es Männer eher ins Worldwide Web zum Kauf der Geschenke. Bei beiden Geschlechtern auf dem Vormarsch sind hingegen Einkaufszentren. Sie punkten durch die Möglichkeit, alles unter einem Dach kaufen zu können und scheinen es geschafft zu haben, eine weihnachtliche Einkaufsstimmung zu kreieren.

Für die Studie hat das Forschungszentrum für Handelsmanagement der Universität St.Gallen (IRM-HSG) über 2000 Konsumenten befragt. Neben den Trends für das Weihnachtsgeschäft 2009 sind weitere Themenschwerpunkte der Studie das Sparverhalten der Schweizer Konsumenten in der Rezession, die beliebtesten Händler und Marken sowie die Nutzung von Kundenkarten, Self-Scanning und Heimlieferservice in der Schweiz. Präsentiert werden die Ergebnisse der Studie am 20. Januar 2010 auf dem grössten Handelskongress der Schweiz, dem «4. St.Galler Handelstag».
Zum Thema «Mit Innovationen wachsen» referieren an diesem Tag namhafte Vertreter aus dem Top-Management führender Handelsunternehmen in zahlreichen Vorträgen und interaktiven Diskussionsarenen. Veranstaltungsort ist das OLMA Messegelände, Splügenstrasse 12, CH-9008 St.Gallen.

Studienergebnisse zum Weihnachtsgeschäft des Schweizer Detailhandels sowie weitere Informationen zum St.Galler Handelstag unter: www.stgallerhandelstag.ch

Kontakt für Rückfragen:
Prof. Dr. Thomas Rudolph, Direktor des Forschungszentrums für Handelsmanagement an der Universität St.Gallen (IRM-HSG)

Koordination Anfragen: Doris Maurer, Projektleiterin St.Galler Handelstag, Forschungszentrum für Handelsmanagement an der Universität St.Gallen (IRM-HSG)
Tel.: +41 (0)71 224 28 56, E-Mail: gdl.sekretariat@unisg.ch
www.irm.unisg.ch

Universität St.Gallen (HSG)
Internationalität, Praxisnähe und eine integrative Sicht zeichnen die Ausbildung an der Universität St.Gallen (HSG) seit ihrer Gründung im Jahr 1898 aus. Heute bildet die HSG 6500 Studierende aus 79 Nationen in Betriebswirtschaft, Volkswirtschaft, Rechts- und Sozialwissenschaften aus. Mit Erfolg: Die HSG gehört zu den führenden Wirtschaftsuniversitäten Europas (FT-Ranking 2008: Platz 1 im deutschsprachigen Europa). Für ihre ganzheitliche Ausbildung auf höchstem akademischem Niveau erhielt sie mit der EQUIS- und AACSB-Akkreditierung internationale Gütesiegel. Studienabschlüsse sind auf Bachelor-, Master- und Doktorats- bzw. Ph.D.-Stufe möglich. Zudem bietet die HSG erstklassige und umfassende Angebote zur Weiterbildung an. Kristallisationspunkte der Forschung an der HSG sind ihre 40 Institute, Forschungsstellen und Centers, welche einen integralen Teil der Universität bilden. Die weitgehend autonom organisierten Institute finanzieren sich zu einem grossen Teil selbst, sind aber dennoch eng mit dem Universitätsbetrieb verbunden. *www.unisg.ch*