**Pressekontakt**

**Be Retail GmbH**

Mag. Hania Bomba

Tuchlauben 7A, 1010 Wien

T: +43 6641560417

[bomba@beretail.at](mailto:bomba@beretail.at), [www.beretail.at](http://www.beretail.at)

Datum 11.12.2018

**Presseaussendung**

**Rettet Weihnachten 2018 zum letzten Mal den stationären Handel?**

**ERSTE RÜCKSCHAU** der österreichischen Top Händler **auf 2018**

**AKTUELLE VORSCHAU** auf **WEIHNACHTSUMSÄTZE**

**Be Retail präsentiert aktuelle Befragungsergebnisse:** Top aktuelle Prognosen von  
rund 20 Geschäftsführern und Expansionsleitern der führenden, österreichischen  
Filialisten des Einzelhandels!

**IN KÜRZE:**

* Mit einem Ergebnis **von 6,3** (Skala 0 schlecht-10 sehr gut) war 2018 laut ersten Aussagen eine **solide schwarze Null.** So ist der filialisierte Handel mit einem blauen Auge davongekommen.
* **Erneute österreichische Lösung:** Prognosen sind positiv, basieren jedoch vor allem auf allgemeinem Optimismus und weniger auf konkreten Maßnahmen.
* Wachstum soll durch bessere Logistik, Online und durch weitere Marktbereinigung kommen, was bedeutet, dass mit **weiteren Pleiten und Konkursen im Handel gerechnet wird**.
* **Online wird Geld verdient, aber nicht mit Ware, sondern Daten, Werbung und Services**.
* Der Weihnachtsumsatz entscheidet noch bei der Mehrheit über das Gesamtjahresergebnis, denn der Zusatzumsatz liegt im Schnitt bei 20% über dem Normalmonat. Die Stimmung das zu erreichen ist optimistisch.
* Österreicher geben an **Weihnachten 1,8 Milliarden €** aus. Ein **Viertel dieser Ausgaben wird online getätigt**. 200 Millionen € gehen ins Ausland zu den Pure Playern.

**Schlimmer als der Onlinehandel war 2018 nur noch das Wetter**

Auf die Frage, **wie das Geschäftsjahr für das Unternehmen gelaufen** ist (0=sehr schlecht und 10= sehr gut) schätzen die Befragten die Lage auf verhaltene, aber stabile **6,3.** Drei ganz **klare Gründe** warum diese Einschätzung nicht besser ist, sind für alle **das Wetter, der Onlinehandel und die Rabattschlacht** im Markt. **Die Experten rechnen für 2018 mit soliden Weihnachtsumsätzen, die das Jahresergebnis noch retten können.**

Fast alle Branchenim **Handel haben 2018 laut Befragung eine Stagnation erlebt. Die Onlineanteile am Umsatz sind laut Befragung** noch immer im niedrigen einstelligen Bereich **zwischen 2-7%**. Somit ist der Anfang zwar getan, aber für substantielle Beiträge zum Geschäftserfolg trägt online noch immer kaum bei. Die kolportierten 20% Onlineanteil von H&M sehen die meisten für sich in einer nicht greifbaren Zukunft.

**Lösungsansätze und Prognosen für 2019**

Laut Befragung gibt es folgende Gründe, warum das Jahr 2019 aus Sicht der Experten besser wird:

Neben der Weiterentwicklung der Warensteuerung (Logistik), schätzen viele das Wachstum im Onlinehandel als große Chance und hart aber ehrlich gehen einige Experten davon aus, **dass sich der eine oder andere große filialisierte Kollege vom Markt verabschieden muss und somit wieder etwas mehr Luft für jeden bleibt**.

Die positiven Prognosen der Experten, teilt das Team von BeRetail nur sehr vorsichtig, da die Aufholjagt gegenüber den Pure Playern im Moment noch als Kampf David gegen Goliath erscheint.

Nachdem die Konsumenten in Österreich über alle Branchen bereits ca. 12%-15% des gesamten Handelsbudgets online ausgeben, gehen diese Umsätze – und das ist allen Marktteilnehmern klar – vor allem zu Pure Playern ins Ausland.

**Nächstes Jahr** fallen die **Wirtschaftsprognosen etwas schlechter aus.** Treten die Prognosen ein, **kann der private Konsum sehr schnell einbrechen.** Wenn der Händler also nicht sichtbar etwas verändert, kommt er mit einem blauen Auge nicht mehr davon, sondern muss mit **deutlichen Roten Zahlen 2019 rechnen. Bomba plädiert für mehr Klarheit und Realitätsbezug bei der Strategieentwicklung.**

**Online kann man so richtig Geld verdienen**

**Erstmalig** sieht der Großteil der Befragten den **Onlinehandel nicht mehr als Geldvernichtungsmaschine**, sondern erkennt erste ganz zarte positive Lichtblicke bei Lösungen zu Retouren, Warensteuerung, Preispolitik, interner Verrechnung und Logistik. Ob das die ersehnten ersten Handelserfolge in Österreich sind oder nur Sternschnuppen, wird 2019 zeigen.

**„International ist bereits klar, dass man als Händler online Geld verdienen kann**, allerdings noch nicht rein mit dem Verkauf von Waren, sondern mit Werbung, Daten und Dienstleistungen.“ erklärt Bomba die Handelssituation.

„Der Handel muss ungeschönt alle Karten auf den Tisch legen und eine Lösung für sein Wachstum finden. Wer die Strategie für sein Unternehmen nicht klar vor Augen hat, muss in Kauf nehmen, dass er zurückgedrängt wird“, erklärt Bomba weiter.

**Weihnachten 20% über dem üblichen Monatsumsatz, 25% online**

**Laut Befragung** **wirkt sich noch immer nichts so markant auf den Jahresumsatz im Handel aus, wie Weihnachten**. Sogar im Baumarkt liegt der Umsatz 5% über dem Rest des Jahres. Bekleidung, Möbel, Lebensmittel, Drogerie, Schuhe liegen bei guten **20% über dem durchschnittlichen Monatsumsatz**. Gesamt werden zu Weihnachten laut Berechnungen von BeRetail 1.8 Milliarden € von den Österreichern ausgegeben. 25% davon im Onlinekanal. Der österreichische Onlinehandel bindet davon nur knapp die Hälfte.

**Gutscheine noch immer top, Durchschnitts Bon steigt an Weihnachten**

Kaum zu glauben, aber laut der exklusiven Befragung von Be Retail sind Gutscheine durch die Branchen hindurch weiterhin als Weihnachtsgeschenk nicht weg zu denken. Schön für die Beschenkten, denn **an Weihnachten steigt** laut den Aussagen der Experten auch **der Durchnittsbon pro Einkauf**, denn wir greifen **zu exklusiveren Waren** als während des Jahres. Am meisten von Weihnachten profitieren im Handel seit Jahren stabil: die **Bekleidungs-**, **Spiele-,** **Lebensmittel-, Elektro**- und **Bücherbranche.**

**Zum Verfasser:**

Mag. Hania Bomba und DI Klaus Havlicek haben knapp **20 Jahre Erfahrung in der Handelsberatung** und gehören zu den **renommiertesten Handelsexperten in Österreich**. Europaweit tätig waren Sie für Kunden wie Ikea, Hornbach, Kika, Unibail-Rodamco Westfield, Immofinanz, Leiner, P&C, Obi, Vero Moda u.v.m. Be Retail wurde Anfang 2018 gegründet. Das Team von Be Retail arbeitet für Investoren und Händler und befasst sich mit Rentabilitätssteigerungen auf der stationären Fläche und mit Konsumententrends im Einzelhandel. Hania Bomba ist seit Jahren **Vortragende auf der Donau Universität** Krems und im **Aufsichtsrat** der Sparkassen Immobilien AG. Zwölf Jahre lang war Sie **Geschäftsführerin von RegioPlan** Consulting.