

NZZ.CH

Neue Zürcher Zeitung

28. Dezember 2013

Schweizer Weihnachtsgeschäft

Der gesättigte Konsument

Unternehmen 28. Dezember 2013



Mitarbeitende des Kaufhauses Loeb packen im Schaufenster Geschenke ein. (Bild: Keystone)

Zu Weihnachten ist die Nachfrage nach feinem Essen und edlen Tropfen ein Selbstläufer. Doch um die Gunst der sonst wunschlos glücklichen Konsumenten gewinnen, schlägt der Detailhandel neue Wege ein.

Oliver Braunschweig, Matthias Müller

Mindestens drei Konstanten gibt es zur Weihnachtszeit. Der Heiligabend fällt stets auf den 24. Dezember, und viele quälen wochenlang zwei Fragen: Was sollen sie verschenken, und was wünschen sie sich? Diese Unsicherheit wächst zunehmendem Wohlstand. Eine Umfrage des Forschungszentrums für Handelsmanagement an der Universität St. Gallen unter 900 Deutschschweizern ergab, dass seit zwei Jahren der Anteil jener Konsumenten zunimmt, die nicht wissen, was sie zu Weihnachten wünschen sollen. Laut den Verfassern der HSG-Studie, Thomas Rudolph und Maximilian Weber, können eine einladende Ladenatmosphäre und Schaufenster diese unentschlossenen Kunden inspirieren.

Auf den letzten Drücker

Das ist dem Schweizer Detailhandel im diesjährigen Weihnachtsgeschäft offenbar gelungen, wie eine nichtrepräsentative Umfrage ergeben hat. Detaillisten wie Orell Füssli Thalia und Franz Carl Weber waren mit dem Weihnachtsgeschäft zufrieden. Das ist auch ein Beleg für den seit Monaten sich positiv entwickelnden Schweizer Binnenkonsum. Dabei werden sich auch in den kommenden Tagen noch günstig auf das Ergebnis auswirken. Beim vor den Toren Zürichs gelegenen Einkaufszentrum Sihlquai rechnet man bis 4. Januar mit Hochbetrieb, weil viele Kunden nun mit ihren Gutscheinen und Geldgeschenken vor dem anstehenden Ausverkauf das Passende für sich zu finden.

Bücher sind in diesem Jahr der Renner

Über welches Weihnachtsgeschenk würden Sie sich freuen?
(max. zwei Nennungen)

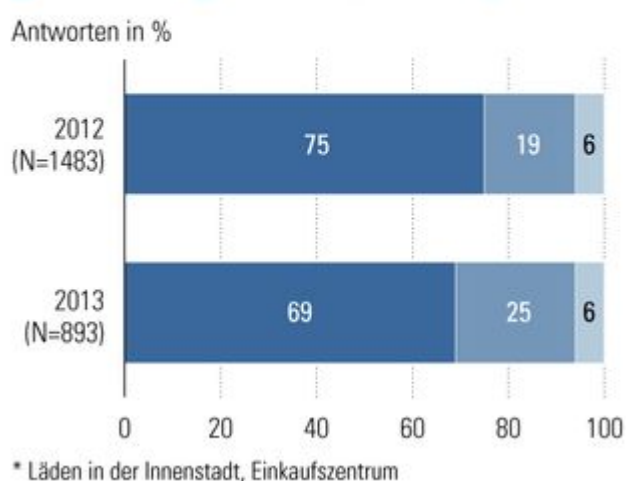
Antworten in %



QUELLE: WEIHNACHTSSTUDIE 2013, WEBER & RUDOLF, UNI ST. GALLEN

Wo kaufen Sie bevorzugt Ihre Weihnachtsgeschenke?
(max. zwei Nennungen)

Antworten in %



* Läden in der Innenstadt, Einkaufszentrum

NZZ-INFOGRAFIK/cke.

Viele Schweizer, die sich stets zu Weihnachten vornehmen, den Einkauf nicht auf die lange Bank zu schieben, setzt Vorhaben auch in diesem Jahr nicht in die Tat um. Orell Füssli Thalia und Franz Carl Weber verzeichnen den Trennzeitpunkt der Weihnachtseinkäufe immer näher an die Festtage heranrückt. Verstärkt wurde die Tendenz in dieser durch den auf einen Montag fallenden 23. Dezember, an dem viele Beschäftigten frei nahmen und dazu nutzten, um Weihnachtsschlussputz noch ein Geschenk zu ergattern. Das Glattzentrum zählte an diesem Brückentag 52 000 G durchschnittlichen Tag besuchen «nur» rund halb so viele Menschen das Einkaufszentrum.

Und wie in jedem Jahr konnte es Petrus nicht allen Detaillisten recht machen. So animierte die warme Witterung in vergangenen Tagen die Kunden nicht dazu, Winterkleidung zu kaufen. Deshalb haben einige Geschäfte bereits vor Aktionen versucht, die mit Wintermode prall gefüllten Lager an die Frau oder den Mann zu bringen. Andere Detail Confiserie Sprüngli profitierten dagegen von der – trockenen – Witterung. Nasskaltes Wetter hält die Schweizer eher der Stadt zu bummeln und Süssigkeiten zu kaufen.

Den Launen der Witterung nicht unterworfen ist wohl der Einkauf im Internet, das für Kunden und Detaillisten als immer wichtiger wird (vgl. Grafik). Die Schweizerische Post versandte im diesjährigen Weihnachtsgeschäft 17 Mio. mehr als im Vorjahr. Doch diese Entwicklung muss nicht gleichbedeutend sein mit dem Untergang der traditionellen Geschäftslokale. Vielmehr sind die Detaillisten gefordert, den anspruchsvoller gewordenen und saturierten Kunden umfassenderen Beratungsangebot für sich zu gewinnen.

Das Einkaufszentrum Glatt legt deshalb grossen Wert darauf, dass die Händler sich darüber im Klaren sind, welche ihren Verkaufsflächen verfolgen. Geändert hat sich daher auch das Profil der Anforderungen an die Beschäftigten. allem Personal gefragt, das die Regale auffüllte und die Artikel mit Preisschildern versah, sind heute vermehrt Beratenen es Spass macht, auf Menschen zuzugehen und ihnen die Vorzüge der Produkte vor Augen zu führen. Sie müssen Detailwissen verfügen, denn viele Kunden haben sich vor dem Besuch des Geschäftslokals oft ausführlich im Internet und Nachteile der Angebote informiert.

Luxus im Glas

Dennoch halten die materiell gesättigten Schweizer auch in Zeiten des Umbruchs an kulinarisch Altbewährtem fest. Warenhauskette Globus teilte mit, dass – wie in den Vorjahren – traditionelle Weihnachtsgeschenke wie Fondue Chi



Teig, Lachs und Kaviar wieder besonders gefragt gewesen seien. Und zu den Festtagen lassen sich viele Schweizer rüchste das Spezielle im Vordergrund, hiess es bei Globus, und die nachgefragten Weine seien etwas feiner und damit im Rest des Jahres.

Mehr zum Thema «Der gesättigte Konsument»

SCHWELLENLÄNDER: Das Weihnachtsgeschäft

WEIHNACHTEN: Die ewige Suche nach dem richtigen Geschenk

«SCHÖNE» BESCHERUNG: Worauf man achten muss

COPYRIGHT © NEUE ZÜRCHER ZEITUNG AG - ALLE RECHTE VORBEHALTEN. EINE WEITERVERARBEITUNG, WIEDERVERPUBLIZIERUNG, VERLEIHE, VERBREITUNG, VERMILTUNG, WIEDERVERPUBLIZIERUNG, WIEDERVERPUBLIZIERUNG ZU GEWERBLICHEN ODER ANDEREN ZWECKEN OHNE VORHERIGE AUSDRÜCKLICHE ERNEUERTE ZÜRCHER ZEITUNG IST NICHT GESTATTET.