



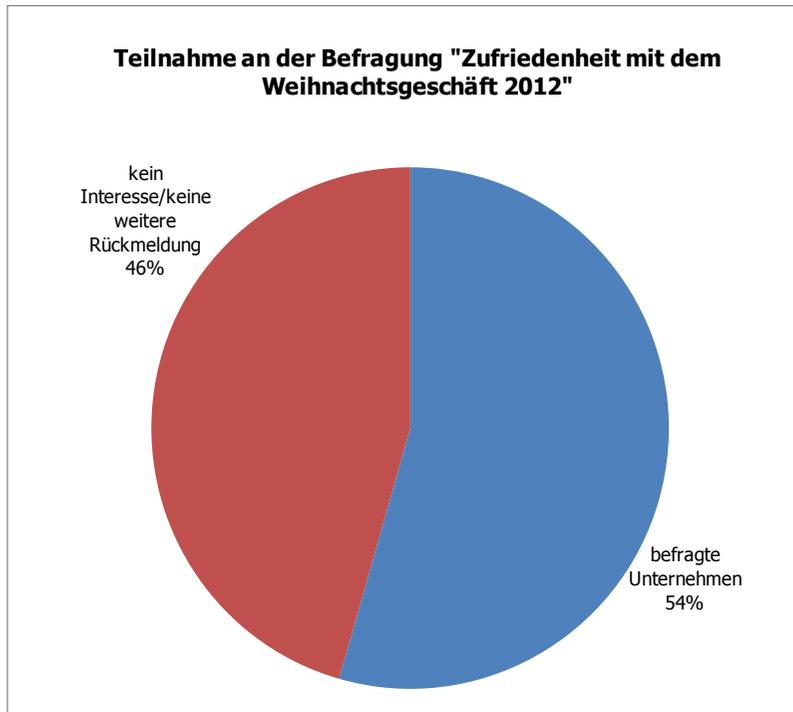
EUROPEAN UNION
European Regional
Development Fund

Detailauswertung Weihnachtsgeschäft 2012 inklusive weiterer Handelsaktionen - im Jahresvergleich

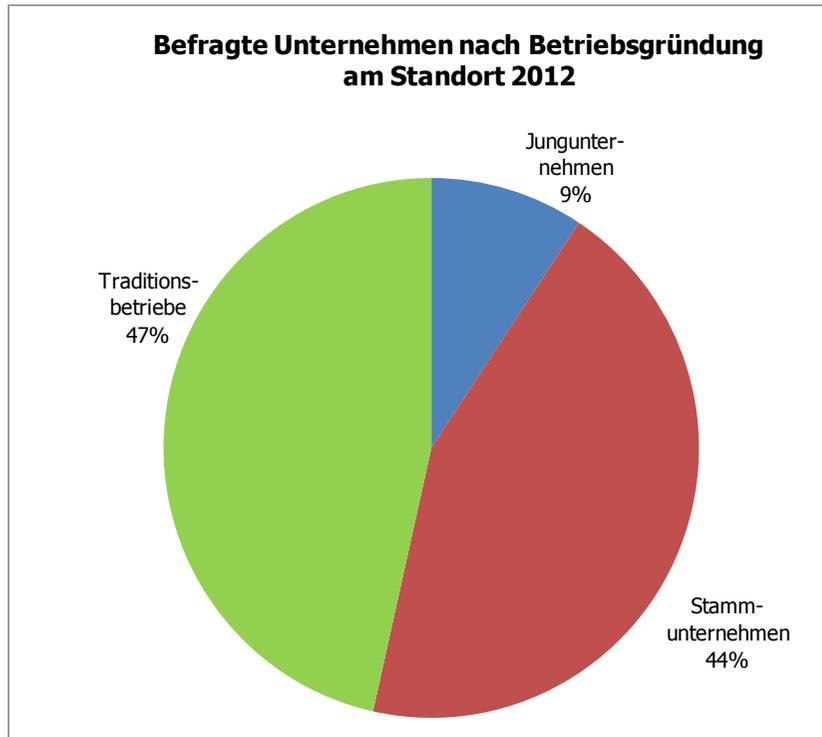


Ergebnisse des Befragung des Innenstadthandels in Oberwart, Pinkafeld und Großpetersdorf

Ing. Mag. Georg Gumpinger; CIMA Beratung + Management GmbH,
Oberwart, 27. Februar 2013

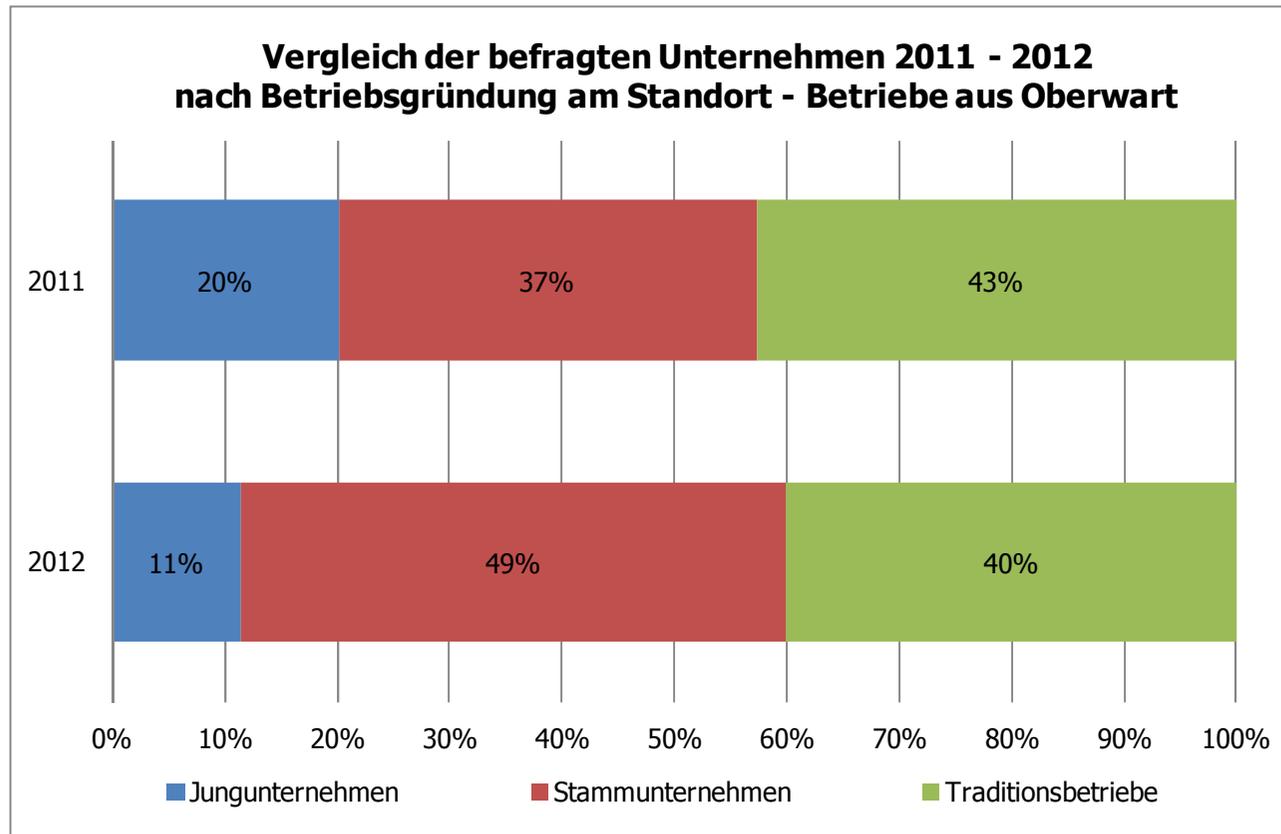


- **Gesamt:** 79 ausgewählte Betriebe für die Befragung: 66 Einzelhandelsbetriebe aus Oberwart, 7 Betriebe aus Pinkafeld, 6 Betriebe aus Großpetersdorf
- **nicht befragt:** Betriebe im EO sowie Großfilialisten und Discounter
- zur **Vergleichbarkeit** der Befragung → gleiche Fragebogenstruktur wie im Vorjahr
- **Auswertbare Befragungen** (=„Rücklauf“): 43 Betriebe (54%), davon 35 Betriebe aus Oberwart, jeweils 4 Betriebe aus Pinkafeld und Großpetersdorf
- Rückmeldungen Altuntersuchung (nur Oberwart): 60%



Einteilung der Unternehmen nach Betriebsjahren am Standort

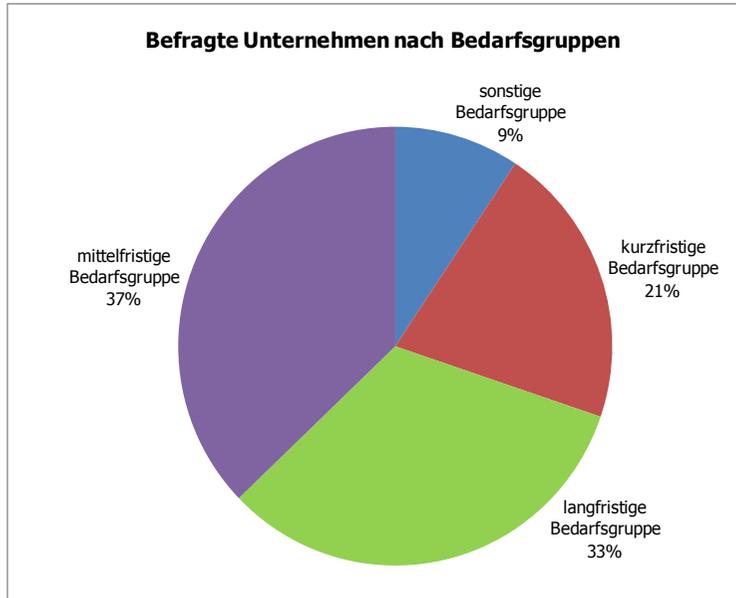
- Gruppe „**Jungunternehmer**“:
zw. <1 und 5 Jahre am Standort; 4 Betriebe
- Gruppe „**Stammunternehmen**“:
zw. 5 und 30 Jahre am Standort; 19 Betriebe
- Gruppe „**Traditionsbetriebe**“:
über 30 Jahre am Standort; 20 Betriebe



- 2012 wurden **weniger Jungunternehmer** befragt; dafür **mehr Stammunternehmen**
- nur geringer Unterschied bei den Bedarfsgruppen im Vergleich zur letztjährigen Untersuchung



Struktur der befragten Unternehmen Gesamt



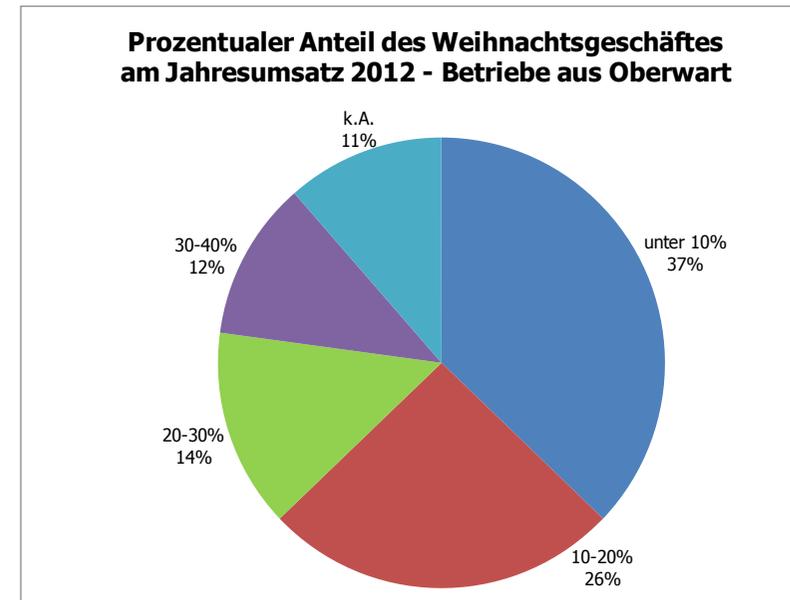
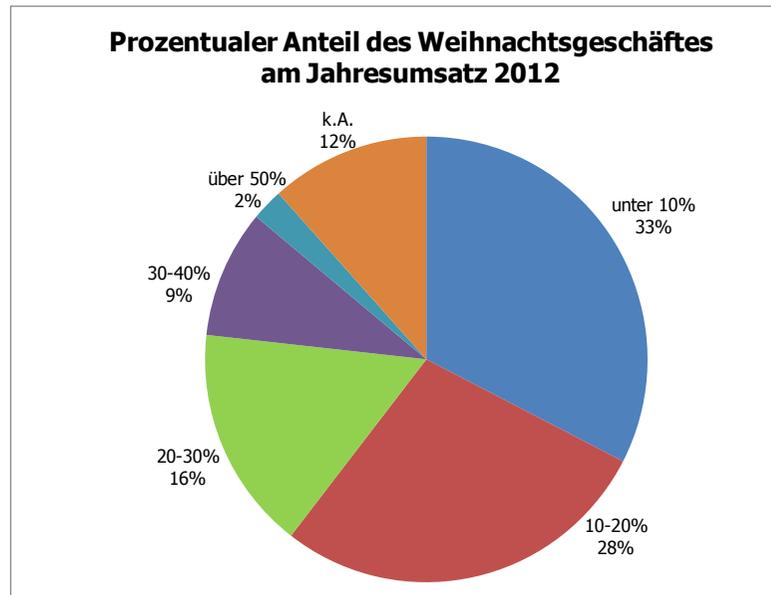
Branche	Anzahl der Betriebe	Bedarfsgruppe	
Blumen	9	kurzfristig	
Lebensmittel		kurzfristig	
Bekleidung	16	mittelfristig	
Bücher/ Schreibwaren		mittelfristig	
Fahrräder		mittelfristig	
Hobbyartikel		mittelfristig	
Schuhe		mittelfristig	
Eisenwaren/ Baumarktartikel/ Farben/Lacke		14	langfristig
Elektroartikel	langfristig		
Glas/Porzellan/ Keramik	langfristig		
Optik	langfristig		
Uhren/Schmuck	langfristig		
Wohnungseinrichtung/ Heimtextilien	langfristig		
sonstiges*	4		sonstiges

Einteilung der Unternehmen nach der Branchenstruktur

- am häufigsten Betriebe der Branchen „Bekleidung“ und „Lebensmittel“
- zu „sonstiges“ zählen: Antiquitäten, Lederwaren, Nähmaschinen, Glaserei, ...
- Großpetersdorf und Pinkafeld: überwiegend Betriebe aus den mittel-, und langfristigen Bedarfsgruppen (z.B.: Bekleidung und Elektroartikel)



Anteil des Weihnachtsgeschäftes am Jahresumsatz



- **relative Mehrheit** von (über) 1/3 der Betriebe: **unter 10% Umsatzanteil** des Weihnachtsgeschäftes am Jahresumsatz – ähnlich wie im Vorjahr
- **Mittelwert** gesamt ca. 17%, in Oberwart 15% Anteil des Weihnachtsgeschäftes am Jahresumsatz
- vor allem **kurz- und langfristige Warengruppen** bzw. **Jungunternehmen** mit **geringerem Umsatzanteil**; vergleichbar mit Letztjahresergebnis
- **mittelfristige Warengruppen** (insbesondere Stammunternehmen) mit deutlich höheren Umsatzanteilen



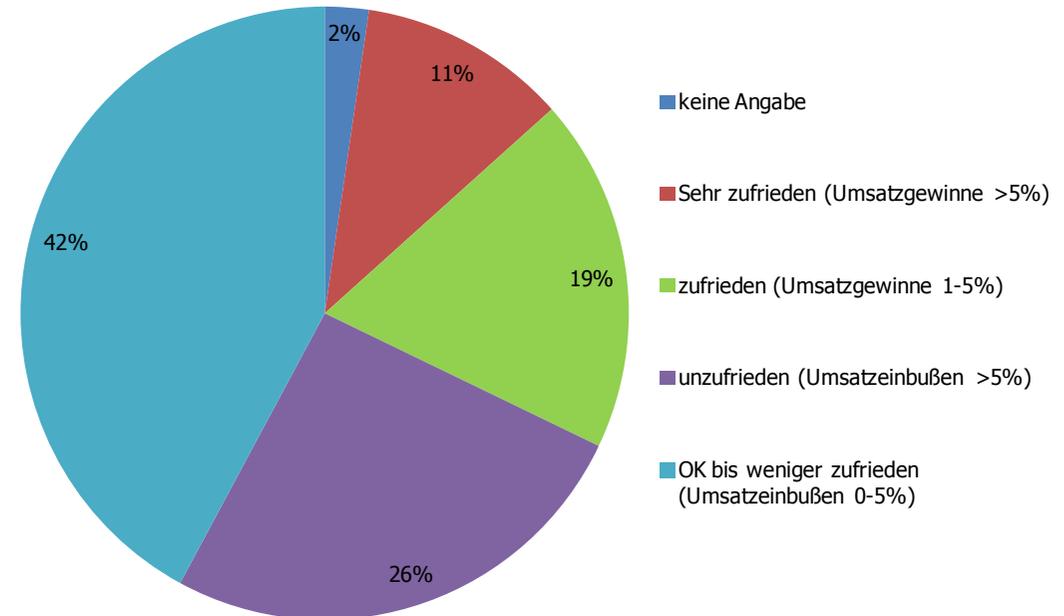
Teil 2

Zufriedenheit mit dem Weihnachtsgeschäft

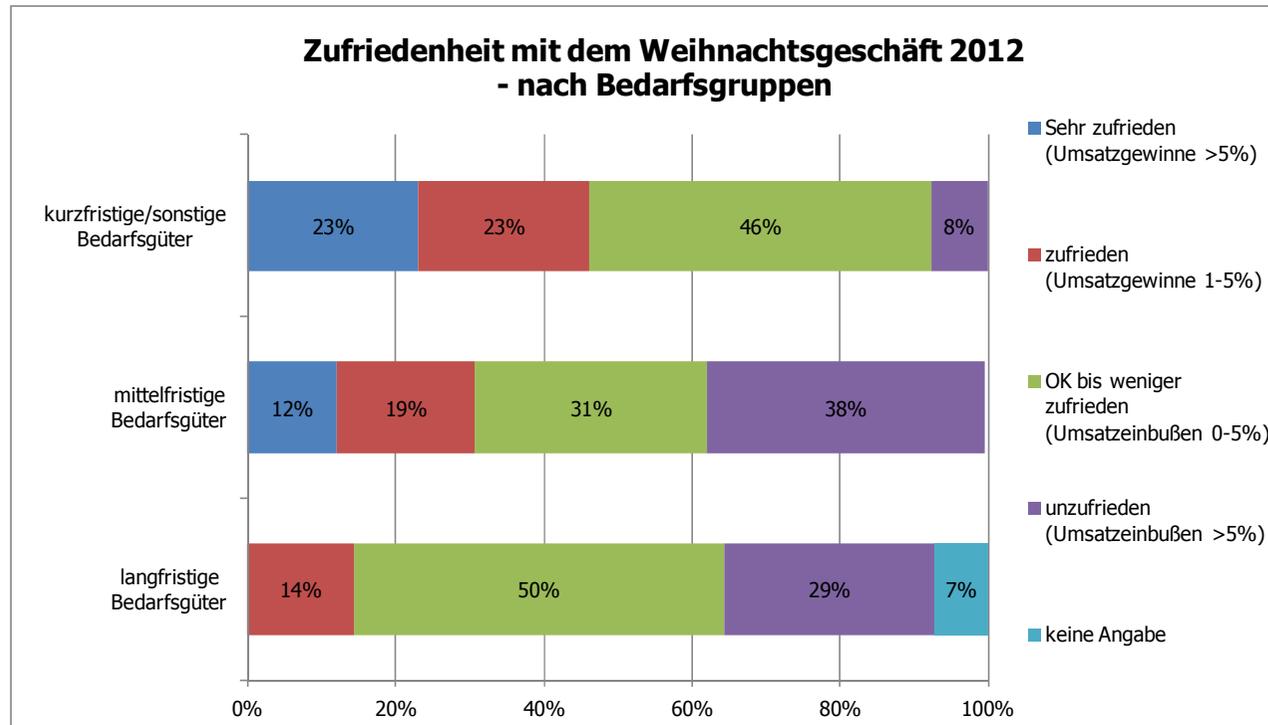


- 13 Betriebe (30%) sind **sehr zufrieden bis zufrieden** mit dem Weihnachtsgeschäft 2012
- **keine großen Umsatzveränderungen** bis leichte Einbußen sehen 18 Betriebe (42%)
- Wert liegt um 12 Prozentpunkte höher als 2011!
- **unzufrieden** beurteilen 11 Betriebe (26%) die Lage – noch stärkere Umsatzeinbußen werden 2012 nicht genannt

Zufriedenheit mit dem Weihnachtsgeschäft 2012
(Umsatzveränderungen gegenüber 2011)



Fazit: 30% zufriedene Unternehmer stehen 70% mit gleichbleibendem bis negativem Weihnachtsgeschäft gegenüber! 2011 waren 35% zufrieden, allerdings beklagten auch 10% „katastrophale“ Umsätze



- 2012: **kurzfristigen Bedarfsgruppen (inkl. sonstige)** sind am zufriedensten (46%)
- die **mittelfristigen Bedarfsgüter** verlieren ihren Spitzenplatz – noch 31% der Betriebe sind (sehr) zufrieden, 2011 waren noch 54% (sehr) zufrieden!
- kein Betrieb **der langfristigen Bedarfsgruppe** ist sehr zufrieden – in Oberwart ist diese Bedarfsgruppe sogar nur noch in den Kategorien „Ok bis weniger zufrieden“ und „unzufrieden“ zu finden



	Jungunternehmen		Stammunternehmen		Traditionsbetriebe	
	2011	2012	2011	2012	2011	2012
kurzfristige/sonstige Bedarfsgr.	😊	😊	😊	😐	😞	😐
mittelfristige Bedarfsgr.	😐	😐	😊	😐	😐	😞
langfristige Bedarfsgr.	k.A.	😐	😐	😐	😞	😐

- **Jungunternehmer** aus allen Untersuchungsorten haben ihre größtenteils **optimistische Einschätzung** der Weihnachtsgeschäfte beibehalten; sowohl 2011 und 2012 bekundet keiner „Unzufriedenheit“
- die Zufriedenheit von **Stammunternehmen** ist vor allem im kurz- und langfristigen Bereich **zurückgegangen**
- am kritischsten sind die **Traditionsbetriebe** geblieben, vor allem in Oberwart



Teil 3

Beurteilung/Bewertung von Aktionen

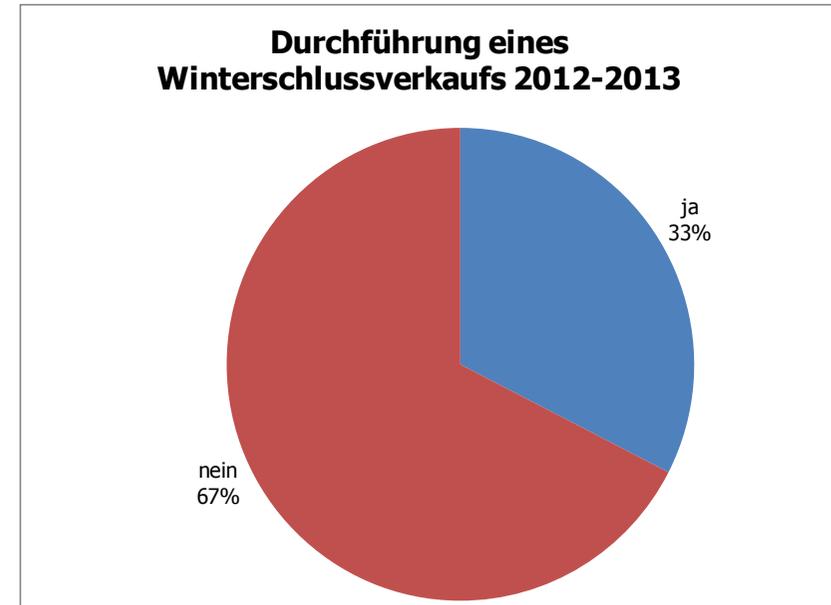


Winterschlussverkauf „Boxing Day“

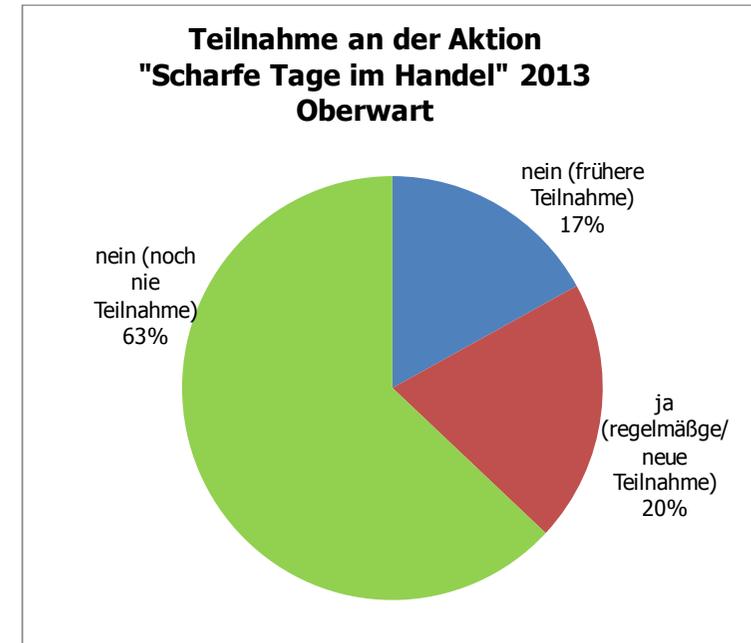
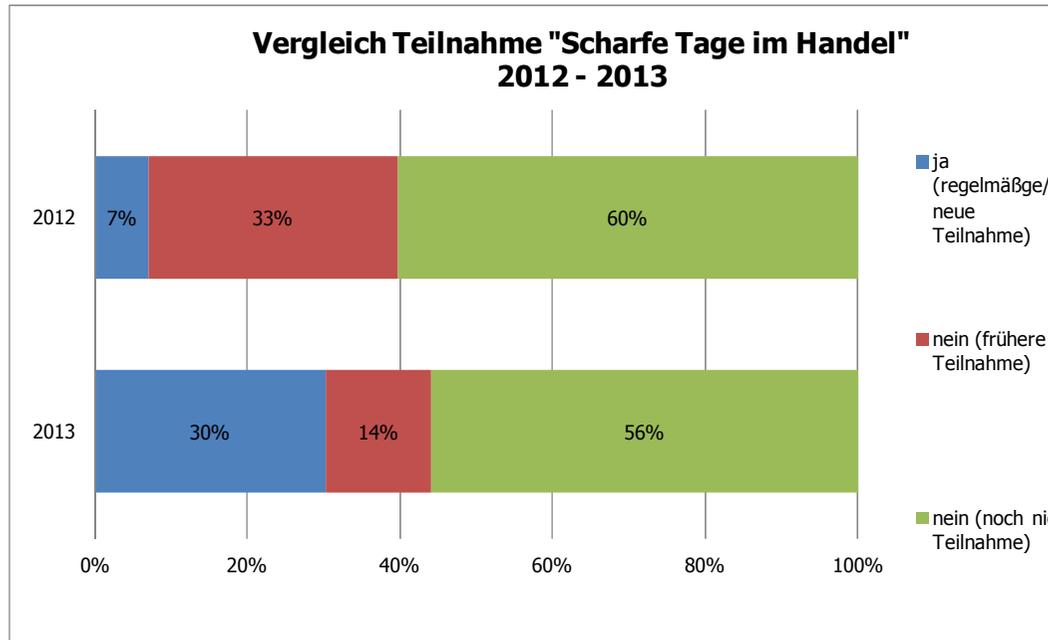




- 14 Betriebe (33%) halten einen Winterschlussverkauf ab, 10 davon in Oberwart
- vor allem **kurz- und langfristige Anbieter verzichten** auf einen Winterschlussverkauf
- wie im Vorjahr bieten vor allem die **Bekleidungsanbieter** einen Winterschlussverkauf an
- durch den Winterschlussverkauf konnten die Oberwarter Betriebe keine **Neukunden/Impulse** gewinnen
- im Vorjahr konnte nur 1 Betrieb positive Impulse verzeichnen



Winterschlussverkauf	%
Zeitraum Dez. bis Feb.	64%
Zeitraum Jan. bis März	29%
sonstiger Zeitraum	7%



- 13 Betriebe nehmen Teil bei der Aktion „Scharfe Tage“ – 7 davon sind in Oberwart angesiedelt
- im Vergleich zu 2012 nahmen in Oberwart 4 Betriebe mehr an der Aktion teil!
- 5 Betriebe (2 Betriebe in Oberwart) erwarten **neue Impulse/Neukunden**
- 6 Betriebe (14%) haben früher teilgenommen → Kritik: keine bzw. zu wenige Impulse durch die Aktion!



Teil 4

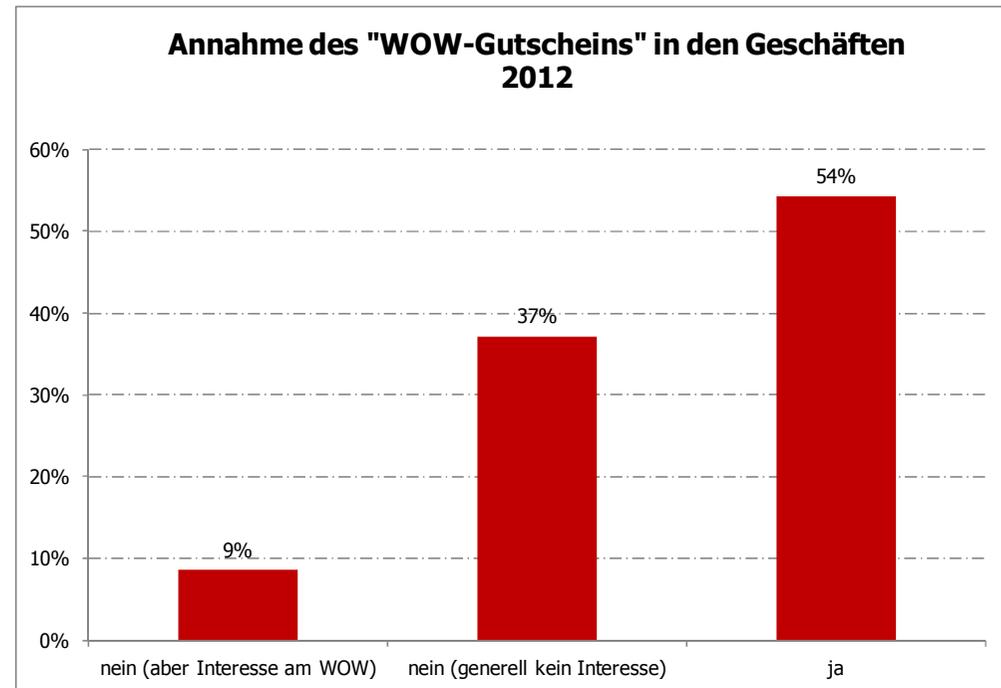
Evaluierung „WOW“



Annahme des „WOW-Gutscheins“

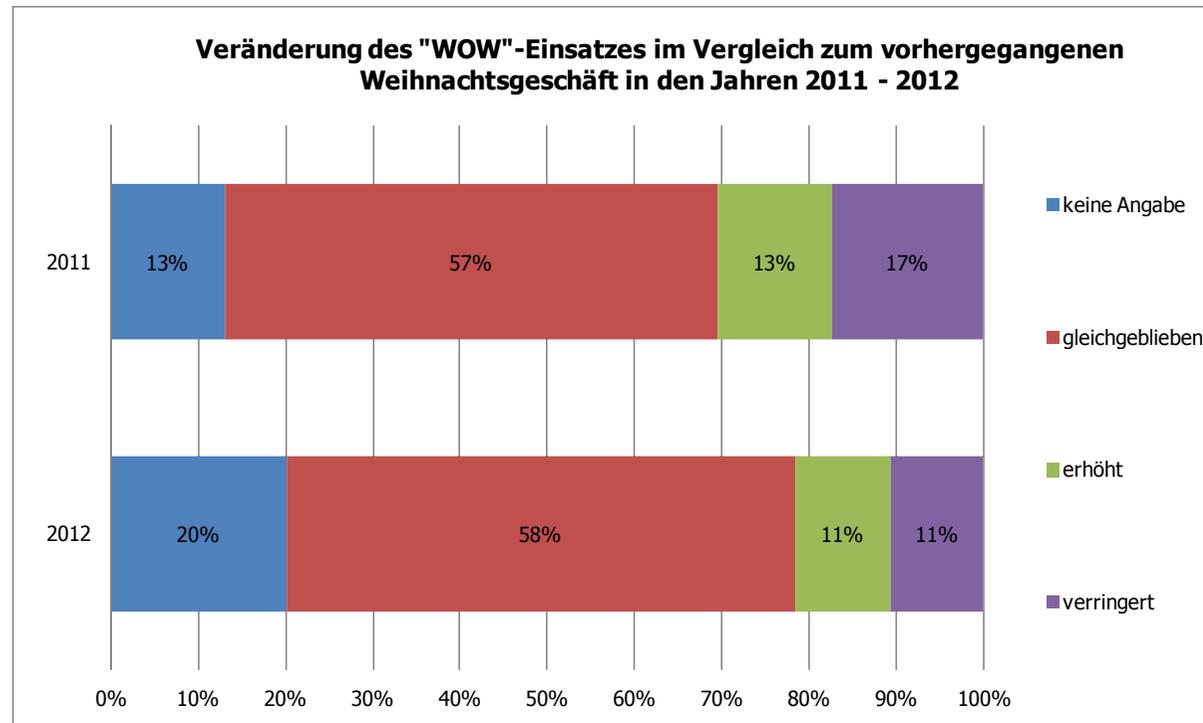


- **54%** (19) der befragten Betriebe **nehmen** den „**WOW**“ an, ähnlich wie im Vorjahr (58%).
- 3 weitere Betriebe sind noch nicht dabei, haben aber Interesse.
- keine Annahme des „WOW“ bei 13 Betrieben (37%).
- wie im Vorjahr lösen vor allem **Stammunternehmen** und **Traditionsbetriebe** den „WOW“ ein (jeweils 9 Betriebe der einlösenden Geschäfte).
- an eine **Annahme des „WOW“** in der Zukunft denken noch weitere **Traditionsbetriebe**
- einige **Jungunternehmer** sind noch „**abwartend**“ gegenüber dem WOW





Veränderung des Einsatzes des „WOW-Gutscheins“

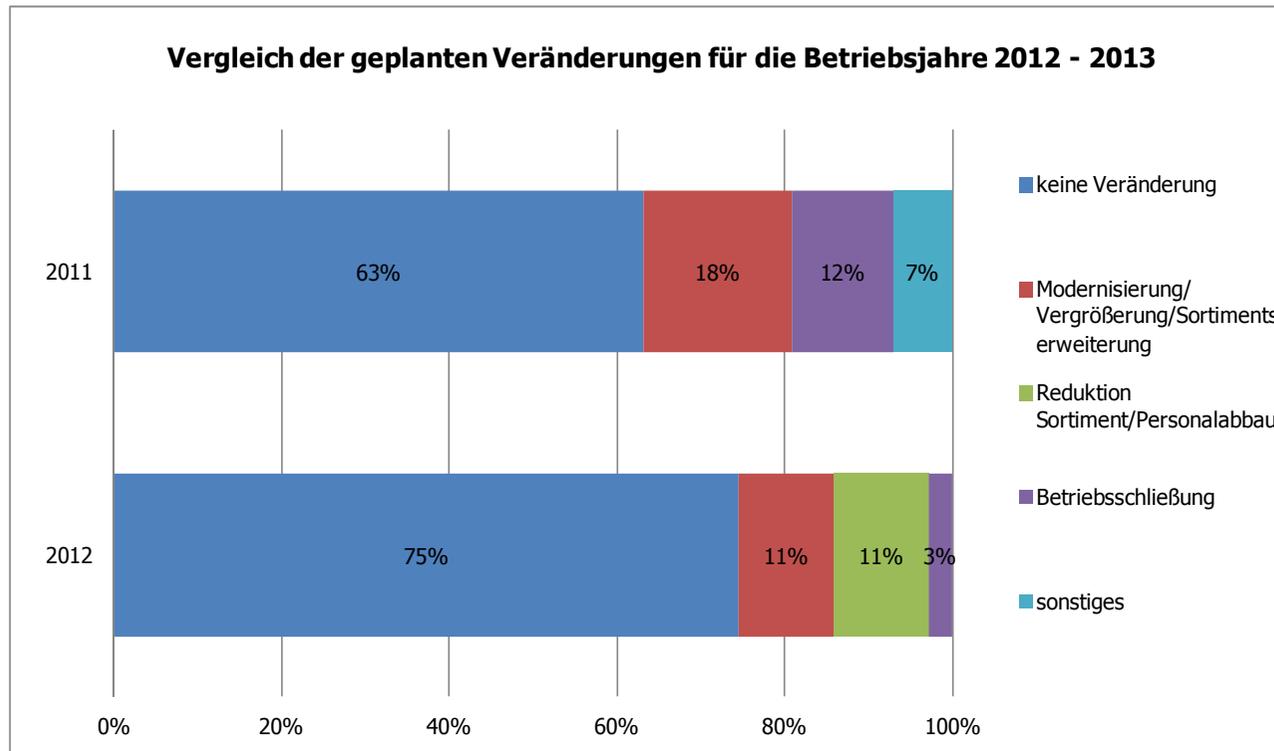


- bei der Mehrheit **kaum Veränderung** des „WOW“-Einsatz gegenüber dem Vorjahr
- Verringerung bzw. Erhöhung halten sich die Waage
- über **gesteigerten** „WOW“-Einsatz berichten **Stammbetriebe**, **Verringerungen** wurden vereinzelt bei **Traditionsunternehmen** beobachtet



Teil 5

Perspektiven/Veränderungen 2013



- die Mehrheit plant auch 2013 **keine Veränderungen** (32 Betriebe = 75%)
- **Modernisierung, Vergrößerung** bzw. **Sortimentserweiterung** ebenso wie **Sortimentsreduktion** und/oder **Personalabbau** planen 5 Betriebe (11%); etwas weniger als im Vorjahr (18%)
- 1 Oberwarter Betrieb denkt 2013 über **Schließung** nach! Im Vorjahr waren es noch 5!



Teil 6

Zusammenfassung und Fazit



- Das **Weihnachtsgeschäft** der (innerstädtischen) Handelsbetriebe in Oberwart, Pinkafeld und Großpetersdorf wurde durch die Befragung analysiert.
- **Beinahe die Hälfte** der Betriebe sind „**Stammunternehmen**“ (zw. 5 und 30 Jahre), 40% gehören zu den „**Traditionsbetrieben**“ (mehr als 30 Jahre am Standort), der Rest sind „**Jungunternehmen**“ (weniger als 5 Jahre am Standort).
- Die meisten der befragten Betriebe fallen in die Anbieterkategorie der „**mittelfristigen Bedarfsgüter**“. Neben der Branche „Bekleidung“ liegt der Schwerpunkt bei der kurzfristigen Branche „Lebensmittel“.
- In Bezug auf den prozentualen Anteil des Weihnachtsgeschäftes am Jahresumsatz hat sich in Vergleich zu 2011 wenig verändert. Die **relative Mehrheit** von (über) 1/3 der Betriebe nimmt in dieser Zeit **unter 10%** des **Jahresumsatzes** ein. Im Mittelwert sind es in Oberwart 15%, in allen Untersuchungsorten beinahe 17%.



- Die **Zufriedenheit** des (Oberwarter) Innenstadthandels hat sich im Vergleich zum Vorjahr **leicht verschlechtert**.
- 30% zufriedene Unternehmer stehen 26 % mit negativem Weihnachtsgeschäft gegenüber; bei 42 % ist dies gleichgeblieben! **2011 mit extremsten Unterschieden**: 35% waren zufrieden, allerdings beklagten auch 10% „katastrophale“ Umsätze.
- **Jungunternehmer** haben ihre größtenteils **optimistische Einschätzung** des Weihnachtsgeschäftes beibehalten, am **kritischsten** sind die **Traditionsbetriebe** geblieben.
- Auch 2013 plant die **Mehrheit der Betriebe** (75%) **keine Veränderung** des Geschäftsbetriebs.
- Ebenso wie im Jahr zuvor neigen Traditionsbetriebe eher zu einschneidenden Veränderungen (Sortimentsreduktion, Schließung oder Personalabbau).
- 1 Oberwarter Betrieb denkt 2013 über **Schließung** nach! Im Vorjahr waren es noch 5!



- Wie im Vorjahr bieten vor allem die **Bekleidungsanbieter** einen **Winterschlussverkauf** an, vermehrt **verzichten kurz- und langfristige Anbieter** auf diese Aktion.
- Durch den **Winterschlussverkauf** konnten die Oberwarter Betriebe **keine** Neukunden/**Impulse** gewinnen, im Vorjahr waren es noch vereinzelte.
- Bei der **Aktion „Scharfe Tage“** nahmen in Oberwart 4 Betriebe mehr teil als 2012, erwartet werden neue Impulse bzw. Kunden durch die Aktion. Im Vergleich zum Vorjahr haben diesmal von den Befragten deutlich **mehr Betriebe teilgenommen**; auch in Oberwart !
- Bei der Mehrheit sind **kaum Veränderung** des „**WOW**“-Einsatz gegenüber Vorjahr feststellbar; Verringerung bzw. Erhöhung halten sich die Waage
- Über einen **erhöhten „WOW“-Einsatz** berichten **Stammbetriebe**, **Verringerungen** wurden vereinzelt bei **Traditionsunternehmen** beobachtet.



- **„Extremwerte“** der Zufriedenheit bzw. Unzufriedenheit sind **abgeflacht** → Zeichen für Konsolidierung nach Marktbereinigung und verhaltener Dynamik im Vorjahr
- **Schlussverkauf** wird nicht mehr als „Aktion“ wahrgenommen, sondern als Selbstverständlichkeit. Nur wenige bis **geringe Impulse** für Neukunden feststellbar.
- **Mehr Zuspruch** findet Aktion **„Scharfe Tage“** – mit höheren Erwartungen zur Gewinnung von Neukunden.
- Generell brauchen Aktionen mehr **„Alleinstellungsmerkmal“** → Kreativität und Einzigartigkeit sind bei derartigen Maßnahmen notwendig!
- **WOW-Umsatz stagniert**, vor allem bei (befragten) Jungunternehmern wird mehr Information und Überzeugungsarbeit notwendig sein → **Relaunch**
- Noch weitere Möglichkeiten zum **WOW-Cross-Selling** nutzen! Oberwarter Firmen, Stadtgemeinde, usw.
- **Einkaufserlebnis** in Oberwart steigern, **Kooperative Angebote** sowie Steigerung der städtebaulichen Qualität.