

# Oö. Einzelhandel mit deutlichem Umsatzplus im ersten Quartal 2007

**Der oö. Einzelhandel verzeichnete laut der aktuellen Konjunkturbeobachtung der KMU Forschung Austria in den ersten drei Monaten 2007 ein deutliches Umsatzplus von 5,4 Prozent nominell, verglichen mit dem Jahr 2006. Nach Abzug des Preisefektes bedeutet dies einen realen Zuwachs um 3,8 Prozent.**

„Damit liegt der oö. Einzelhandel abermals sogar besser als der gesamtösterreichische Durchschnitt, der im Vergleich zum Vorjahr nominell 4,3 Prozent zulegte und ein reales Umsatzplus von 2,9 Prozent verzeichnen konnte. Beim nominellen und auch beim realen Umsatz liegt Oberösterreich, verglichen mit den anderen Bundesländern, hinter Salzburg und der Steiermark an hervorragender dritter Stelle“, ist Dr. Manfred Zöchbauer, Geschäftsführer der Sparte Handel der WKO Oberösterreich, erfreut.

„Dieser atypisch starke Jahresbeginn im Einzelhandel ist sowohl getragen von der allgemein guten Wirtschaftslage und einer verbesserten Konsumfreude der Konsumenten als auch von einem witterungsbedingten Effekt: Zweiter war insbesondere in den modischen Branchen feststellbar, in denen die Frühjahrskollektionen aufgrund der milden Witterung deutlich früher nachgefragt wurden als in den Vorjahren“, ist Zöchbauer überzeugt.

„17 Prozent der oö. Einzelhandelsgeschäfte mussten im Vergleich zum Vorjahr Umsatzrückgänge von mehr als zehn Prozent hinnehmen, österreichweit 18 Prozent. Immerhin 39 Prozent konnten in Oberösterreich Zuwächse von über zehn Prozent verzeichnen, 37 Prozent im Österreich-Durch-

schnitt. Insgesamt konnten 63 Prozent der oö. Händler ihre Umsätze steigern. Auch die Kundenfrequenz ist oberösterreichweit in den ersten drei Monaten gestiegen. Hier verzeichnet Oberösterreich im ersten Quartal ein Plus von 5,5 Prozent, der österreichische Durchschnitt liegt bei einem Plus von 3,8 Prozent“, so Zöchbauer.

## Fast alle Branchen mit Umsatzzuwächsen

Der Schuheinzelhandel (+ 15,6 Prozent) und der Einzelhandel mit Eisenwaren, Bau- und Heimwerkerbedarf (+ 14,7 Prozent) erwirtschafteten österreichweit im ersten Jahresviertel ein Umsatzplus von jeweils mehr als zehn Prozent und führen damit das Branchenranking an. Beide Branchen haben dabei vom sehr milden Wetter zu Jahresbeginn – nach dem kalten und langen Winter

des Vorjahres – profitiert. Im Schuhhandel wie auch im Bekleidungshandel (+ 4 Prozent) fragten die Konsumenten früher als üblich die Frühjahrskollektionen nach.

Ausschließlich der Sportartikeleinzelhandel (– 6,1 Prozent) musste u.a. aufgrund des Schneemangels deutliche Erlösrückgänge im Vergleich zum Vorjahr hinnehmen.

## Schuhhandel mit den größten Realzuwächsen

Real konnten ebenfalls der Schuheinzelhandel (+ 15,5 Prozent) sowie der Einzelhandel mit Eisenwaren, Bau- und Heimwerkerbedarf (+ 8,8 Prozent) die höchsten Umsatzsteigerungen erzielen, gefolgt vom Radio-, Elektro- und EDV- und Fotoeinzelhandel (+ 6,8 Prozent). Im Sportartikelhandel (– 5,6 Prozent) waren im ersten Quartal auch reale Umsatzrückgänge feststellbar.



Die größten Zuwächse konnten im ersten Quartal 2007 im heimischen Schuhhandel verzeichnet werden.

© Buenos Dias/Photos.com

## Studie stellt Direktvertrieb gutes Zeugnis aus

„Der Direktvertrieb ist international im Vormarsch und erlebt auch in Österreich einen Boom. Wer hat noch nicht daran gedacht, selbst Chef zu sein und seine eigenen Ziele zu verfolgen. Der Direktvertrieb bietet diese Chance und viele weitere Vorteile: Arbeiten von zu Hause aus, freie Zeiteinteilung, bessere Vereinbarkeit von Beruf und Familie“, sagt Erwin Stuprich, Gremialobmann des Direktvertriebs der WKO Oberösterreich.

„Besonders Frauen finden es sehr attraktiv, die Arbeitszeiten den eigenen Bedürfnissen anpassen zu können. Die dynamischen Entwicklung des Direktvertriebs spiegelt sich auch

in den Neugründungszahlen der WKO Oberösterreich wider. Alleine in Oberösterreich stieg seit 2000 die Zahl der Unternehmen im Direktvertrieb von 2600 auf knapp 3500. Im Vorjahr gab es österreichweit rund 2500 Neugründungen, davon allein 1600 von Frauen, weltweit sind 44 Millionen Direktvertreiber tätig“, so Stuprich.

### Produktangebot

Das Produktangebot im Direktvertrieb wird immer umfangreicher. Waren in diesem Bereich des Handels früher nur die Klassiker Geschirr, Schmuck, Kosmetika oder Putzmittel angesiedelt, ist heute vom Well-

nessprodukt über den Computer bis hin zum Fertigteilhaus alles im Direktvertrieb erhältlich.

### Kundenzufriedenheit

„Dass dieses Angebot von den Konsumenten so gut angenommen wird, liegt mitunter daran, dass der Direktvertrieb die persönlichste Art des Einkaufens ist“, ist Stuprich überzeugt. Laut neuester bundesweiter Studie über den Direktvertrieb, durchgeführt vom market-Institut bei den Konsumenten, sind 78 Prozent der Käufer überdurchschnittlich mit ihren Käufen sowie der Beratungsleistung zufrieden. Mit Abstand werden Elektro- und Haushaltsartikel

am häufigsten gekauft, an zweiter Stelle kommen Körperpflegeprodukte, gefolgt von Reinigungsmitteln und Büchern. Knapp 80 Prozent kaufen ihre Produkte bei Heimvorführungen und waren mit dem Direktberater aufgrund des guten fachlichen Wissens sehr zufrieden.

„Der Kunde ist zum Erlebniskunden geworden und davon hat der Direktvertrieb profitiert. Er punktet mit attraktiven Produkten und kompetenter Beratung, wie diese Konsumentenbefragung eindeutig unterstreicht“, erklärt Dr. Werner Beutelmeyer, Geschäftsführer von market und Verfasser der Studie.