**Medieninformation**

**Weihnachtseinkauf: In Österreich ist der Black Friday beliebter als in anderen Ländern**

**Wann mit dem Weihnachtseinkauf starten? Diese Frage stellte die Offerista Group gleich in sechs europäischen Ländern – darunter Österreich. Die Studie „Kaufverhalten zu Weihnachten im europäischen Vergleich“ wurde im Oktober 2022 in den europäischen Ländern Bulgarien, Deutschland, Polen, Rumänien, Ungarn und Österreich durchgeführt.[[1]](#footnote-1)**

Wien, 16. November 2022. Der Black Friday ist hierzulande als Start der Weihnachtseinkäufe beliebter als in den anderen Ländern. Unter den sechs befragten Ländern ist Österreich am Stockerlplatz. 11 Prozent der Österreicherinnen und Österreicher starten am schwarzen Freitag ihren Weihnachtseinkauf, gefolgt von Bulgarien mit 8,9 Prozent, Deutschland (7,2) und Rumänien (6,3). In Ungarn starten nur 3 Prozent am Black Friday, während es in Polen gar nur 1,6 Prozent sind.

**In Österreich und Deutschland starten die weihnachtlichen Besorgungen früher**

In den beiden deutschsprachigen Ländern kauft man/frau die Weihnachtsgeschenke lieber früher als später. In Deutschland haben im Oktober 25,43 Prozent angegeben, mit ihrem Weihnachtseinkauf bereits begonnen zu haben, gefolgt von Österreich mit 20,2 Prozent – während das in Rumänien nur 4,4, Prozent meinten. Umgekehrt starten nur 3,4 Prozent in Deutschland mit ihren Besorgungen erst eine Woche vor Weihnachten. In Österreich sind es mit 5,8 Prozent auch nicht viel mehr. Hingegen sind die Polinnen und Polen mit 16,6 Prozent wahre weihnachtliche Last-Minute Shopper.

**Österreicherinnen und Österreicher zu Weihnachten kaufwilliger**

Gesamt (in allen sechs Ländern) planen 69,6 Prozent Weihnachtseinkäufe. Österreich liegt mit 73,8 Prozent über dem Durchschnitt und an zweiter Stelle hinter Rumänien (77,5). Am wenigsten kaufwillig sind die Ungarinnen und Ungarn. Nur 60,8 Prozent planen hier Weihnachtseinkäufe.

**Was wird für Weihnachten gekauft?**

Hier sind in den meisten Ländern – wie auch in Österreich – die Klassiker vorne mit dabei: Kleidung, Schuhe, Accessoires, Sportartikel (AT: 37 Prozent), Spielwaren (AT: 36,8) und Kosmetikartikel, Parfums (AT: 29,4) sind die Top 3 in Österreich. In Polen und Rumänien ist jeweils der Bereich Nahrungs- und Genussmittel mit über 50 Prozent die Nummer Eins in Sachen Weihnachtseinkauf. Interessant dabei: Während dieser Bereich in den drei anderen Ländern zwischen 30 und 39 Prozent liegt, geben in Österreich nur 18,8 Prozent an, Essen und Trinken auf ihrer Weihnachtseinkaufsliste stehen zu haben.

**Online oder stationär?**

In Österreich planen 46 Prozent sowohl online als auch stationär zu kaufen. 40 Prozent der Österreicher:innen wollen ihren Weihnachtseinkauf nur stationär abwickeln. Auch hier tickt Polen anders. 60 Prozent – und damit der Stockerlplatz innerhalb der befragten Länder – planen ihren Weihnachtseinkauf nur im Geschäft vor Ort.

In Österreich plant jede bzw. jeder Vierte zwischen 100 und 200 Euro auszugeben, 22,5 Prozent planen um 200 bis 300 Euro einzukaufen. Jede bzw. jeder Zweite gibt in Österreich an, dass das diesjährige Budget für Weihnachtseinkäufe im Vergleich zum Vorjahr gleichgeblieben ist.

„Mit unserer Umfrage zum weihnachtlichen Kaufverhalten, die wir in allen Ländern durchgeführt haben, in denen wir als Offerista vertreten sind, zeigt einige interessante länderspezifische Unterschiede. Sie liefern somit spannende Insights für den Handel“, so Oliver Olschewski, Geschäftsführer der Offerista Group Austria.

**Europaweit die Konsument:innen erreichen**

So wie es die Studie beweist, finden sich im europaweitem Vergleich einige Unterschiede, wenn es um das Einkaufsverhalten der Verbraucher:innen geht. Das gilt es auch bei der Bewerbung der Angebote für den Einzelhandel & Markenhersteller zu berücksichtigen. Dass das ein großes Maß an Aufwand und Koordination für die Bewerbung in unterschiedlichen Ländern in Europa benötigt, ist klar. Hier sorgt die Offerista Group für Abhilfe. Mit einem Netzwerk von über 1.400 Plattformen können Retailer mit einem Briefing in ganz Europa reichweitenstark werben. Die Aussteuerung und Abstimmung übernimmt dabei der Spezialist für Handelsmarketing: die Offerista.

**Die Pressemeldung und die Studie gibt es hier:**

<https://www.offerista.com/at/weihnachtseinkauf-in-oesterreich-ist-der-black-friday-beliebter-als-in-anderen-laendern/?utm_source=presse_xmas>

**Bildmaterial:**
Österreicherinnen und Österreicher beginnen gerne früh mit ihrem Weihnachtseinkauf und der Black Friday ist beliebter als anderswo.

Fotonachweis: © Offerista Group Austria

**Über Offerista Group Austria**

Offerista Group Austria ist der Experte für Handelsmarketing, der dem stationären Handel zu mehr Geschäftsbesuchen durch digitale Angebotskommunikation verhilft. wogibtswas.at ist Österreichs größtes Aktionsportal. Jedoch geht mittlerweile das Leistungsspektrum weit darüber hinaus. Mit innovativen technischen Lösungen wird das Produktportfolio immer weiter ausgebaut, um den Kund:innen allumfassende Lösungen für ihren Online-Auftritt zu bieten. Im Jahr 2018 wurde wogibtswas.at zu 100 Prozent von der Offerista Group übernommen. Im August 2020 erfolgte die Namensumbenennung in Offerista Group Austria. wogibtswas.at blieb als eigene Marke für das B2C-Portal bestehen. Mehr unter [www.offerista.com/at](http://www.offerista.com/at)

**Über die Offerista Group**

Die [Offerista Group](http://www.offerista.com/) ist Europas größtes Netzwerk für digitales Handelsmarketing und bietet länderübergreifend digitale Lösungen für Handelsunternehmen und Markenhersteller. Standortbasiertes Angebots- und Filialmarketing wird mit effektiven Cross-Channel-Lösungen umgesetzt. So können Händler und Marken gezielt ihre Zielgruppen aktivieren und binden – und das in über 16 Ländern. Dafür setzt Offerista auf eine kanalübergreifende dynamische Angebotskommunikation in internationalen nativen Premium-Umfeldern, wie Microsoft Bing oder der bring! Einkaufsliste, sowie auf reichweitenstarke Werbe- und Social Media Kanäle, wie z.B.  TikTok, Pinterest oder Instagram.

Das über 130-köpfige Team begleitet kanalübergreifend mehr als 1.600 internationale Handels- und Herstellermarken entlang der Customer Journey. Zusätzlich zum Hauptsitz in Berlin ist Offerista in Dresden, Essen, Wien, Sofia, Warschau, Budapest und Bukarest vertreten. Geschäftsführer sind Tobias Bräuer und Benjamin Thym. Seit 2021 ist die Offerista Group Teil der MEDIA Central Unternehmensgruppe mit Hauptsitz in Mönchengladbach, die heute circa 400 Mitarbeiter:innen beschäftigt.

**Pressekontakt Offerista Group Austria**

Dr. Alexandra Vasak, Reiter PR
Praterstraße 1 | weXelerate Space 12 | 1020 Wien
T: +43 699 120 895 59
alexandra.vasak@reiterpr.com

1. Dazu wurden 1.997 Personen in Bulgarien, 920 in Deutschland, 1.116 in Polen, 1.401 in Rumänien, 1.118 in Ungarn und 1.861 in Österreich ab 18 Jahren in einer Online-Umfrage befragt. [↑](#footnote-ref-1)