

Das Christkind kommt im Jänner



Handel. Trotz des Rummels in den ersten Einkaufstagen nach dem Lockdown werden heuer mehr Geld und Gutscheine geschenkt. Der Handel rechnet deshalb mit großem Andrang am 2. und 9. Jänner.

VON GERHARD HOFER

Wien. So hatten sich das Virologen und Bundesregierung nicht vorgestellt. Bis 7. Jänner wurden Gastronomie und Tourismus kaltgestellt. Doch dieses Vakuum wird offenbar vom Handel ausgefüllt. „Wir fordern längere Öffnungszeiten an den Samstagen nach Weihnachten“, sagt Roman Schwarzeneker im Gespräch mit der „Presse“. Er ist Generalsekretär des Austrian Council of Shoppingplaces, der Interessenvertretung der Shoppingcenter. Es geht um den 2. und 9. Jänner. An diesen Samstagen erwartet die Branche einen größeren Andrang als im Vorjahr. Der Grund ist einfach: Die Leute sind nicht im Skiurlaub und haben jede Menge Bargeld und Gutscheine unter dem Christbaum gefunden. Das Christkind kommt also auch im Jänner – Virus inklusive?

Der Rummel in den Einkaufsstraßen und Einkaufszentren am gestrigen Mariä-Empfängnis-Tag fühlte sich zwar in Anbetracht der Coronapandemie nach viel an, tatsächlich kamen die Handelsunternehmen aber nicht annähernd an die Umsätze aus den vergangenen Jahren heran. Normalerweise erzielt der Einzelhandel – inklusive Lebensmittelbranche – im Dezember 24 Prozent

mehr Umsatz als in einem durchschnittlichen Monat. Jeden Tag, an dem der Handel geschlossen hatte, entgingen ihm Umsätze von durchschnittlich 100 Millionen Euro.

Viele große Handelskonzerne stehen auch vor dem Problem, dass der Umsatzerlös mit 800.000 Euro gedeckelt ist. Das führte zu teilweise absurden Situationen. Die Fastfood-Kette McDonald's konnte mit ihrem Franchise-System alle Staatshilfen ausschöpfen, weil jede Filiale als eigenes Unternehmen gezählt wird. Große Filialisten, wie sie etwa im Modehandel üblich sind, schauten hingegen durch die Finger. „Hier hing die Höhe der Förderung auch von der Unternehmensorganisation ab“, sagt Schwarzeneker. Ein Umstand, der vermutlich noch ein juristisches Nachspiel haben wird.

Black Friday schlägt Mariä Empfängnis

1995 durften die Handelsgeschäfte erstmals am Marienfeiertag aufsperrten. Seither zählt dieser Tag zu den stärksten Einkaufstagen – für den stationären Handel. Denn in den vergangenen Jahren hat sich der aus den USA importierte Black Friday Ende November als der neue Startschuss für das Weihnachtsgeschäft etabliert. Heuer wurde dieser aufgrund des Lockdowns komplett den Onlinehändlern überlassen.

Gingen vor der Pandemie zwischen elf und zwölf Prozent der Handelsumsätze an die Onlinekonzerne, so dürfte sich dieser Anteil heuer um einige Prozentpunkte erhöht haben. Das geht nicht nur auf Kosten heimischer Filialen und Arbeitsplätze, auch der Fiskus ist von dieser Entwicklung massiv betroffen. Denn Konzerne wie Amazon führen in Österreich für die verkauften Produkte keine Mehrwertsteuer ab.

Der Linzer Ökonom Friedrich Schneider berechnete, dass dem Fiskus auf diese Weise allein heuer bis zu 680 Millionen Euro an Mehrwertsteuer-Einnahmen durch auslän-

Ein Einkaufstag in der Mariahilfer Straße. Von Massenansturm konnte keine Rede sein. Die Geschäfte waren aber gut besucht.

[Schneider/picturedesk.com]

Mehr zum Thema:

- Leitartikel S. 2
- Wie die Impfstoffe funktionieren S. 4
- Der erste Impftag in Großbritannien S. 4
- Zu Besuch in Österreichs größtem Testlabor S. 10
- Mehr Transparenz bei Covidhilfen S. 15
- Meinung: Warum Impfstoffe keine Toilettenbrillen sind S. 26

[diepresse.com/corona](https://www.diepresse.com/corona)

CORONAVIRUS

Aktuelle Entwicklungen, Fragen und Antworten online

[diepresse.com/coronavirus](https://www.diepresse.com/coronavirus)

dische Onlinehändler entgehen. „Sehr viel Geld, das gerade in Zeiten wie diesen – mit milliardenschweren Finanzhilfen – dem Staatshaushalt dringend fehlt“, bemerkte Schneider am Dienstag.

Schneider ist wissenschaftlicher Leiter der Initiative Wirtschaftsstandort OÖ (IWS). Deren Geschäftsführer Gottfried Kneißl sagte: „Der Staat sollte zuerst alle Steuern einheben, die von den Paketempfängern bezahlt und ohnedies fällig sind, bevor wieder neue Steuern eingeführt werden.“

Roman Schwarzeneker, der auch Gesellschafter des Beratungsunternehmens Standort+Markt ist, attestiert bereits einen Rückgang der Verkaufsflächen im Handel. Die Zeiten von „mega und giga“ seien vorbei. Einkaufszentren würde verstärkt auf Unterhaltung setzen, auch in den Geschäftsstraßen habe der Anteil der Gastronomie signifikant zugenommen. Langfristig wird der Trend in Richtung Onlinehandel die Innenstädte verändern. Kurzfristig erwartet Schwarzeneker allerdings einen Rebound zum altbekannten Einkaufen. Wobei der Handelsexperte zwischen „Einkaufen“ und „Shopping“ unterscheidet. Aktuell werde eher eingekauft, also die notwendigen Dinge gekauft. Shopping sei ein emotionales Erlebnis, das man gern gemeinsam mit Freundinnen und Freunden erledigt, das sei derzeit gar nicht erlaubt. Auch die Symbiose von Handel und Gastronomie fällt der Pandemie zum Opfer. Dies sei ein weiterer Grund für die geringere Frequenz an den ersten beiden Einkaufstagen, meint Handelsverband-Geschäftsführer Rainer Will.

Experten rechnen, dass Corona nicht nur den Trend zum Onlinehandel, sondern auch zum Gut- und Geldschein verstärken wird. Wer Gutscheine schenkt, hilft den Betrieben doppelt. „Jeder vierte Gutschein wird nämlich gar nicht eingelöst“, sagt Schwarzeneker.