

## Dossier – Advent

## Zielgerade im Shopping-Taumel

Der „Black Friday“ bildet in den USA den Auftakt für den Weihnachtskaufrausch: ein Land auf Schnäppchenjagd.

Den Truthahn kaum verdaut, eingepackt in Daunenjacken oder Schlafsäcke, standen sich Power-Shopper in der Thanksgiving-Nacht die Beine in den Bauch, um Punkt fünf Uhr früh Elmo aus der „Sesamstraße“ beim Spielzeughändler Toys'R'Us zu ergattern. Mit seinen interaktiven Kitzelsensoren an Kinn, Bauch und Zehen ist das rote Plüschmonster dieses Jahr nicht vom Gabentisch wegzudenken und meist im Nu vergriffen.

#### Kaufen rund um die Uhr

Andere ließen den Truthahn überhaupt aus: In Little Rock, Arkansas warteten die ersten

Kunden 16 Stunden vor einer örtlichen Best Buy-Niederlassung, bis diese um 21 Uhr den Weg zu günstigen TV-Geräten und MP3-Playern freigab. Und auch bei Macy's in New York, das am „Black Friday“ traditionell um sechs Uhr Früh seine Pforten öffnet, schob sich eine Menschenschlange ins Geschäft, die vom Herald Square weg mehrere Blocks weit reichte.

Millionen US-Amerikaner stürzen sich jedes Jahr am „Black Friday“, dem Tag nach Thanksgiving, der die roten Zahlen des Handels schwarz färben soll, ins Weihnachtseinkaufsgelümmel. Bis zum Sonntag des Kaufrausch-Wochenendes erwartete sich die National

Retail Federation (NRF) heuer rund 137 Mio. Shopper. Umsatzstärkster Tag des Jahres ist der „Black Friday“ seit Längerem nicht mehr, diesen Rang haben ihm der letzte Samstag vor Weihnachten und der 24. Dezember abgelaufen. Laut Erhebung von Mastercard befand er sich im Jahr 2005 nicht einmal mehr unter den Top 5.

Dennoch sind die Umsätze an diesem traditionellen Feiertag wichtiger Indikator für den Verlauf der Weihnachtssaison, in der viele Händler 50 Prozent ihres Jahresumsatzes lukrieren. „Der Tag ist bezüglich der Kundenfrequenz sehr wichtig. Händler nutzen die Möglichkeit, den Kunden neue

Produkte vorzuführen – und diese kaufen immerhin die ganze Weihnachtszeit weiter ein“, sagt Tracy Mullin, Präsidentin und CEO der NRF.

Im Weihnachtsgeschäft sollen laut NRF heuer 457,4 Mrd. US-Dollar (349,4 Mrd. Euro) und damit fünf Prozent mehr ausgegeben werden als 2005. Deloitte & Touche setzt die Latte nach Befragung von 13.000 Konsumenten sogar bei sieben Prozent an. Befürchtungen, dass der abkühlende Immobilienmarkt die Shopping-Lust der Hausbesitzer stören könnte, weil diese sich weniger wohlhabend fühlen könnten, bestätigen sich bis dato nicht. Vielmehr vergaßen die Amerikaner dank wachsender Einkommen und wieder sinkenden Benzinpreisen rasch ihre Sorgen und kaufen wieder.

#### Zuckerln für die Kunden

Dem Zufall überließ der Handel angesichts der stagnierenden Wirtschaft dennoch nichts: Mit einer Angebotswelle bezüglich Spielzeug und Elektronik, nachtschlafenen Öffnungszeiten und Geschenken setzten sie auf den Wettkampfgeist der Schnäppchenjäger. Und wer nicht hören wollte, musste lesen: So brachte es die Tageszeitung *Grand Rapids Press* angesichts des Inseratenfeuerwerks an Thanksgiving auf 63 Beilagen – in einer einzigen Ausgabe. Welches Potenzial der Markt bereithält, wollte Wal-Mart vorexerzieren. Zunächst lockte der Diskonter mit zahllosen Elektronik- und Spielzeugangeboten den ganzen Herbst hindurch auch mittlere

Einkommenschichten in seine Läden. Anschließend wurde die seit dem Vorjahr aufgebrachte Catholic League besänftigt, indem man die Entscheidung, den Kunden „Frohe Feiertage“ anstatt „Frohe Weihnachten“ zu wünschen, revidierte. Im Finish verlässt sich Wal-Mart nun auf den Charme kleiner Preise und neuer Öffnungszeiten: Die mehr als 2000 Supercenter hatten auch an Thanksgiving geöffnet. Fehlt es am Absatz, könnten sich die Sonderangebote jedoch rächen. In einer Vorabmeldung am Wochenende nannte der Retail-Riese ein Minus 0,1 Prozent für den Monat November. Die Konkurrenz konterte jedenfalls, und so öffneten Kmart, Comp-USA und Big Lots ihre Geschäfte ebenfalls am Feiertag. Hinzu kamen zahlreiche Einkaufszentren, die ab Mitternacht aufsperrten, darunter eine Reihe Tanger Outlet Centers, die zur „Moonlight Madness“ riefen.

Auch Online-Händler erkannten die Möglichkeit, dem Thanksgiving-Wochenende mittels Gratisversand-Angeboten Einnahmenspitzen abzurufen, immerhin kauft knapp die Hälfte der Amerikaner ihre Weihnachtsgeschenke auch im Web ein. Die ganzjährige Angebotsdichte im Internet inklusive dessen Vergleichsmöglichkeiten macht den Geschäften aus Holz und Ziegel zwar zu schaffen, doch es scheint alles nur eine Frage der Überzeugungskraft zu sein: Für 10. Dezember hat die *Grand Rapids Press* bereits 73 Beilagen eingeplant.

Alexandra Riegler



Politik – Wirtschaft – Medien – Kultur – Panorama – Technologie – Produkte

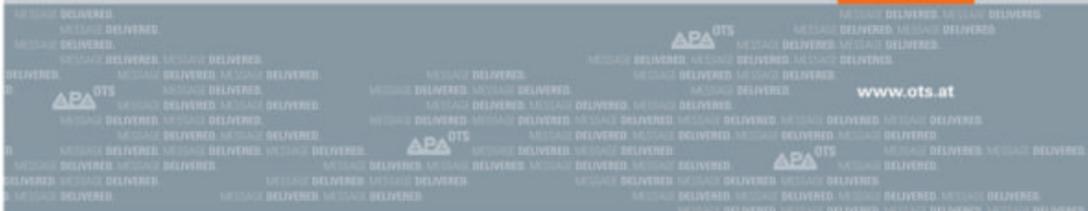
## Message Delivered ...

Was Sie zu sagen haben, ist Ihre Sache – dass Sie gehört werden, unsere. Wir bringen Ihre Botschaft schnell und punktgenau an die relevanten Empfänger: an Redaktionen, Medien, Meinungsbildner, Pressestellen und Internetservices. Zielgerichtet. In die ganze Welt.

[www.ots.at](http://www.ots.at)

Der multimediale Vertriebsservice für Presseinformationen.

**APA** OTS



Trotz schwächelnder Immobilienpreise bringen Amerikaner dem Handel erneut ein sattes Weihnachtsgeschäft ein. Foto: Columbia Mall, TX