

Purchasing Managers' Index®
MARKTSENSIBLE INFORMATION
SPERRFRIST: 6. April 2017, 10:10 MESZ / 8:10 UTC

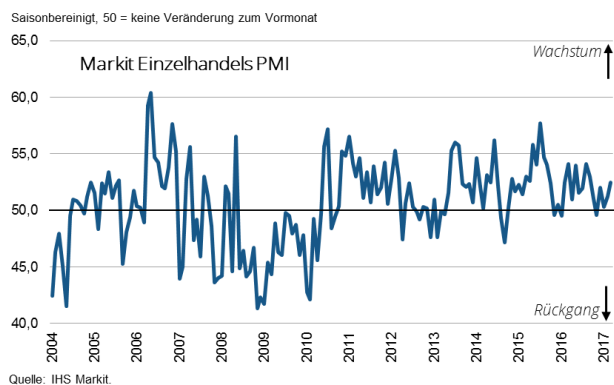
Markit Einzelhandels PMI® Deutschland

Verstärkter Umsatzzuwachs im deutschen Einzelhandel im März

Ergebnisse auf einen Blick:

- Höchster monatlicher Umsatzzuwachs seit September 2016
- Umsatz Vorjahresvergleich erstmals seit drei Monaten wieder im Plus
- Anstieg der Einkaufspreise weiter auf 21-Monatshoch von Februar

Historischer Überblick:



Dies sind die Ergebnisse der Märzumfrage, auf deren Basis Markit monatlich den Einzelhandels-Einkaufsmanagerindex ermittelt. Der Hauptindex misst die monatliche Veränderung der Einzelhandelsumsätze.

Der deutsche Einzelhandel verzeichnete im März eine deutliche Umsatzbelebung. Das vierte saisonbereinigte monatliche Umsatzplus in Folge war so hoch wie zuletzt im September 2016. Und auch der Vorjahresvergleich der Einzelhandelsumsätze fiel im Berichtsmonat wieder positiv aus. Ungeachtet dessen wurde die Einkaufsmenge reduziert, da die Unternehmen bestrebt waren, die Warenlager abzubauen. Folglich nahmen die

Lagerbestände auch erstmals seit über einem Jahr wieder ab. Die Einkaufspreise legten ein weiteres Mal rasant zu, während die Gewinnspannen abermals sanken, wenngleich nicht mehr ganz so stark wie in den Vormonaten.

Mit aktuell 52.5 nach 51.2 signalisierte der saisonbereinigte Einzelhandels-Index den vierten Umsatzzuwachs hintereinander, der noch dazu so hoch ausfiel wie seit sechs Monaten nicht mehr. Damit wurde auch der Langzeit-Durchschnittswert von 50.6 deutlich übertroffen.

Der Vorjahresvergleich der Einzelhandelsumsätze landete im März ebenfalls im Plus, nachdem er zwei Monate in Folge Einbußen verzeichnet hatte. Der entsprechende (unbereinigte) Index notierte allerdings unter dem Durchschnittswert des Vorjahres und signalisierte nur ein moderates Plus.

Dank der Umsatzsteigerungen hellte sich auch der Ausblick wieder auf. So erreichte der Index Umsatzerwartungen im nächsten Monat – nicht zuletzt wegen des Osterfestes im April – den höchsten Wert seit dreizehn Monaten.

Der Stellenaufbau setzte sich fort und fiel stärker aus als in den vier Vormonaten. Insgesamt blieb er jedoch moderat.

Ungeachtet der guten Umsatzentwicklung waren die Einzelhändler im März bestrebt, ihre Lagerbestände abzubauen. Folglich wurde die Einkaufsmenge auch erstmals seit Januar 2016 wieder leicht reduziert, und die Warenlagerbestände gingen erstmals seit Anfang letzten Jahres zurück.

Mit ein Grund für die reduzierte Einkaufsmenge und die rückläufigen Warenlagerbestände war auch der anhaltende Kostendruck. So blieb der Anstieg der Einkaufspreise auf dem 21-Monatshoch des Vormonats und fiel damit erneut stärker aus als im langjährigen Mittel.

Die Bruttogewinnspannen sanken wegen des anhaltend starken Kostenanstiegs zwar ein weiteres Mal, der Rückgang schwächte sich gegenüber den vier Vormonaten aufgrund der guten Umsatzentwicklung jedoch ab.

Kommentar:

Trevor Balchin, Senior Economist bei IHS Markit, kommentiert den aktuellen Markt Einzelhandels-PMI®:

„Der deutsche Einzelhandel hat sich im März von seinem schwachen Jahresauftakt weiter erholt. Der monatliche Umsatzzuwachs fiel so hoch aus wie zuletzt im September 2016, und auch der Vorjahresvergleich drehte wieder ins Plus.“

Wie die aktuelle Umfrage weiter ergab, waren die Unternehmen zum Ende des ersten Quartals 2017 bestrebt, die Warenlager abzubauen, was den ersten Rückgang der Bestände seit Januar 2016 zur Folge hatte. Ein Grund dafür war, dass die Unternehmen bestrebt waren, ihre operativen Margen vor dem Hintergrund des anhaltend kräftigen Anstiegs der Einkaufspreise aufrecht zu erhalten.“

-Ende-

Für weitere Informationen kontaktieren Sie bitte:**IHS Markit**

Trevor Balchin, Senior Economist

Tel.: +44 1491 461 065

E-Mail: trevor.balchin@ihsmarkit.com

Joanna Vickers, Corporate Communications

Tel.: +44 20 7260 2234

E-Mail: joanna.vickers@ihsmarkit.com

Anmerkungen der Herausgeber:

“PMI” ist die Abkürzung für Purchasing Managers’ Index (Einkaufsmanager Index). Ursprünglich diente die Befragungsmethode, die auf einer Umfrage unter den Einkaufsmanagern der Industrie basiert, der Ermittlung der Geschäftslage in der Industrie. Inzwischen ist die Abkürzung PMI™ zu einem Oberbegriff für die Befragungsmethode geworden, anhand derer Markit Economics auch den Dienstleistungssektor, den Bausektor und den Einzelhandel untersucht.

Der Erfolg der PMI-Umfragen liegt darin, dass sie von Monat zu Monat schnelle und verlässliche Hinweise auf die tatsächlichen Konjunkturgeschehnisse liefern.

Für die Umfrage im Einzelhandel arbeitet Markit Economics mit einem gewichteten, repräsentativen Panel zusammen. Um dieses ausgewogen zu gestalten, wurden sowohl große Einzelhandelsketten als auch kleinere Einzelhändler in das Umfragepanel aufgenommen. Die Zusammensetzung des Panels wird außerdem durch geographische und branchenmäßige Gesichtspunkte (etwa die Art der verkauften Ware) bestimmt, um ein möglichst genaues Abbild der Einzelhandelsstruktur in Deutschland zu gewährleisten.

Markit Economics sorgt dafür, dass die Gesamtstruktur jeweils korrekt abgebildet wird und dass die Rücklaufzeiten hoch genug sind, um eine verlässliche Datenreihe aufzubauen.

Die Daten werden mit Hilfe eines Fragebogens erhoben, der innerhalb der zweiten Monathälfte auszufüllen ist.

Die Prozentanteile der Firmen, die eine Besserung, Verschlechterung oder keine Veränderung melden, werden für jede Einzelvariable in einem »Diffusionsindex« zusammengefasst. Diffusionsindizes variieren von 0 bis 100, wobei ein Wert von 50.0 keine Veränderung gegenüber dem Vormonat bedeutet. Werte über 50.0 weisen auf Wachstum, Werte unter 50.0 auf Rückgang hin. Je stärker die Abweichung von der 50.0-Marke, desto stärker die Veränderung.

Bei der verwendeten Methode wird jede Antwort gewichtet, um zu gewährleisten, dass der Einfluss jeder Antwort in Proportion zur jeweiligen Unternehmensgröße steht.

Wo zutreffend, werden die Diffusionsindizes saisonbereinigt, um die zugrunde liegenden Trends besser zu veranschaulichen.

Die unbereinigten Ursprungsdaten unterliegen nach ihrer Erstveröffentlichung grundsätzlich keiner Revision. Die saisonbereinigten Daten hingegen werden aufgrund aktualisierter Saisonbereinigungsfaktoren bei Bedarf revidiert. Historische Datenreihen der zugrunde liegenden unbereinigten Zahlen, veröffentlichte saisonbereinigte und anschließend revidierte Ergebnisse sind für Abonnenten auf Anfrage unter economics@markit.com erhältlich.

Durch den Einsatz der Diffusionsindex-Methode sind die Ergebnisse des Einzelhandels PMI mit den PMIs anderer Sektoren, etwa der Industrie sowie der Service- und der Baubranche, direkt vergleichbar.

Über IHS Markit (www.ihsmarkit.com)

Als einer der Weltmarktführer in seiner Branche liefert IHS Markit (Nasdaq: INFO) Unternehmen der wirtschaftlich bedeutendsten Branchen und Märkte, Finanzinstitutionen und Regierungen erfolgskritische, zukunftsentscheidende Informationen, Analysen und Lösungen. Damit steigern wir deren operative Effizienz und ermöglichen wissensbasierte, sichere und souveräne Entscheidungen. Zu den Kunden von IHS Markit zählen über 50.000 der einflussreichsten Unternehmen, darunter 85 Prozent der Fortune Global 500 Unternehmen und die Weltmarktführer der Finanzinstitutionen sowie Regierungsorganisationen. IHS Markit mit Hauptsitz in London ist auf nachhaltiges, profitables Wachstum ausgerichtet.

IHS Markit ist ein eingetragenes Warenzeichen der IHS Markit Ltd. Alle anderen Unternehmens- und Produktnamen können Warenzeichen ihrer jeweiligen Inhaber © 2017 IHS Markit Ltd. sein.

Über die PMIs

Die Umfragen zum **Einkaufsmanager Index™ (EMI™, PMI®)** sind mittlerweile für über 30 Länder und Schlüsselmärkte inklusive der Eurozone erhältlich. Aufgrund ihrer Aktualität und Zuverlässigkeit genießen die PMI-Umfragen bei Zentralbanken und Entscheidungsträgern der Wirtschaft sowie auf den weltweiten Finanzmärkten hohes Ansehen. In vielen Ländern stehen außer den PMIs keine weiteren vergleichbaren Konjunkturdaten zur Verfügung. Weitere Informationen finden Sie unter www.markit.com/product/pmi.

Sämtliche Lizenz- bzw. Eigentumsrechte am Markit Einzelhandels PMI® Deutschland liegen bei Markit. Jegliche Art der Nutzung der hierin enthaltenen Informationen, einschließlich ihrer Vervielfältigung und Verbreitung, ist nur mit vorheriger Zustimmung von Markit zulässig. Markit übernimmt keinerlei Haftung oder Garantie für die Informationen oder deren Richtigkeit, Vollständigkeit und Genauigkeit, sowie für Verzögerungen der Veröffentlichungstermine oder für Verluste, die sich aus der Nutzung der Informationen ergeben könnten. EMI™, Einkaufsmanagerindex™, PMI® und Purchasing Managers' Index® sind Handelsmarken bzw. eingetragene Handelsmarken oder unterliegen dem Lizenzrecht von Markit Economics Limited, Markit ist eine eingetragene Handelsmarke der Markit Group Limited.