

Purchasing Managers' Index®
MARKTSENSIBLE INFORMATION
SPERRFRIST: 7. November 2017, 10:10 MEZ / 9:10 UTC

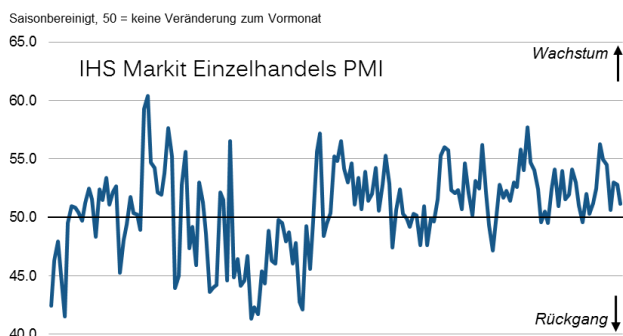
IHS Markit Einzelhandels PMI® Deutschland

Umsatzwachstum des Einzelhandels im Oktober so niedrig wie seit Juli nicht mehr

Ergebnisse auf einen Blick:

- Moderate Zuwächse im Vormonatsvergleich
- Leichtes Minus im Vergleich zu Oktober 2016
- Stärkster Anstieg der Einkaufspreise seit März 2012 pulverisiert Gewinne

Historischer Überblick:



Zu Beginn des vierten Quartals verbuchten die deutschen Einzelhandelsunternehmen die geringsten Umsatzzuwächse seit Juli dieses Jahres. Wie die jüngsten Daten von IHS Markit weiter zeigen, lag der Vorjahresvergleich zudem leicht im Minus. Immerhin wurde bei der Beschäftigung wieder ein Plus verzeichnet, nachdem es dort im September erstmals seit über sieben Jahren einen marginalen Rückgang gab. Unterdessen sah sich die Branche im Oktober dem stärksten Anstieg der Einkaufspreise seit März 2012 gegenüber.

Der saisonbereinigte Einzelhandels-Index notierte im Oktober bei 51.2 Punkten (3-Monatstief) nach

52.8 im September und signalisierte damit moderates Wachstum im Vormonatsvergleich.

Der Vorjahresvergleich rutschte derweil erstmals seit drei Monaten marginal ins Minus.

Wie bereits in jedem Monat seit Mai verfehlten die Einzelhändler auch diesmal ihre Verkaufsvorgaben. Immerhin verkürzte sich die Spanne zwischen Ist und Soll merklich, so dass das Defizit so gering ausfiel wie seit vier Monaten nicht mehr.

Trotz des abermaligen Fehlbetrags bewerteten die befragten Manager die Geschäftsaussichten deutlich optimistischer als noch im September. Der entsprechende Index stieg daraufhin auf den höchsten Wert seit April.

Faktoren, die sich über die nächsten drei Monate positiv auf das Geschäft auswirken dürften, sind unter anderem die generell gute Konjunktur sowie aggressiveres Marketing.

Auf der anderen Seite könnten sich der anhaltende Dieselskandal, ungünstige Witterungsbedingungen sowie zurückhaltende Kunden negativ auf zukünftige Umsätze auswirken.

Nachdem der Personalaufbau im September nach über sieben Jahren kontinuierlicher Zuwächse eine Verschnaufpause einlegte, notierte der entsprechende Index im Oktober wieder in der Expansionszone. Auch wenn die Steigerungsrate nur moderat ausfiel, war es die stärkste seit Juni.

Die Einzelhandelsunternehmen steigerten im Berichtsmonat bereits zum siebten Mal ihre Einkaufstätigkeit. Das Tempo zog sogar noch etwas an, sodass die Zuwachsrate auf den höchsten Wert seit Mai kletterte und über dem bisherigen Jahresschnitt lag. Auch bei den Warenlagern stand erneut ein Plus zu Buche. Hier blieb der entsprechende Index nahezu unverändert gegenüber dem Vormonat.

Zu Beginn des vierten Quartals verteuerten sich die Preise im Großhandel ein weiteres Mal. Darüber hinaus schnellte die Inflationsrate auf den höchsten Stand seit März 2012. Diese deutliche Zunahme ließ die Bruttogewinnspannen abermals kräftig ins Minus rutschen. Laut einiger Umfrageteilnehmer führten vor allem höhere Preise für Obst & Gemüse, Frischwaren sowie Molkereiprodukte zum jüngsten Kostenanstieg.

Kommentar:

Phil Smith, Principal Economist, kommentiert den aktuellen IHS Markit Einzelhandels-PMI[®]:

„Das vierte Quartal begann für die deutschen Einzelhandelsunternehmen mit einem kleinen Dämpfer, nachdem sich das Umsatzwachstum im Vormonatsvergleich leicht auf den niedrigsten Stand seit Juli abschwächte. Zu allem Übel ließ eine erneute empfindliche Kostensteigerung im Berichtsmonat die Gewinnmargen weiter schrumpfen.“

Immerhin zeigten sich die befragten Manager wieder optimistischer bezüglich ihrer Verkaufszahlen in den kommenden Monaten und erhöhten im gleichen Atemzug ihre Einkaufsmenge so kräftig wie seit fünf Monaten nicht mehr. Und erfreulicherweise nahm auch der Jobaufbau wieder an Fahrt auf, nachdem dieser im September kurzzeitig ins Stocken geraten war.“

-Ende-

Für weitere Informationen kontaktieren Sie bitte:

IHS Markit

Phil Smith, Principal Economist

Tel.: +44 1491 461 009

E-Mail: phil.smith@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 IHS Markit 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 IHS Markit 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.

IHS Markit 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 40 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 IHS Markit Einzelhandels PMI[®] Deutschland liegen bei IHS Markit. Jegliche Art der Nutzung der hierin enthaltenen Informationen, einschließlich ihrer Vervielfältigung und Verbreitung, ist nur mit vorheriger Zustimmung von IHS Markit zulässig. IHS 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, IHS Markit ist eine eingetragene Handelsmarke der IHS Markit Limited.