

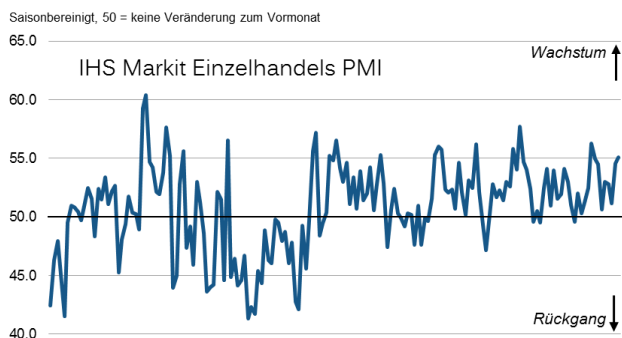
## IHS Markit Einzelhandels PMI<sup>®</sup> Deutschland

### Deutsche Einzelhändler mit starken Umsatzzuwächsen im Dezember

#### Ergebnisse auf einen Blick:

- Hauptindex signalisiert mit 55.1 Punkten kräftigstes Wachstum seit April
- Beschäftigung steigt so stark wie seit sechs Monaten nicht mehr
- Gewinnmargen stabil bei schwächerem Anstieg der Einkaufspreise

#### Historischer Überblick:



Die deutschen Einzelhandelsunternehmen legten zum Jahresabschluss 2017 einen starken Endspurt hin. Wie die jüngsten PMI-Daten zeigen, fielen die Zuwächse so hoch aus wie seit acht Monaten nicht mehr. Der positive Eindruck wurde auch durch ein solides Plus bei der Beschäftigung bestätigt. Zudem blieben die Gewinnmargen stabil, nachdem diese zuvor fast anderthalb Jahre im Minus lagen.

Der saisonbereinigte Einzelhandels-Index kletterte im Dezember mit 55.1 Punkten auf den höchsten Stand seit April. Im November notierte er noch bei 54.6. Die kräftigen Zuwächse im Vergleich zum Vormonat schrieben viele der Umfrageteilnehmer

der höheren Kaufkraft zu.

Auch im Vorjahresvergleich wurden Zuwächse verbucht, wenngleich die Rate etwas unter der vom November lag.

Dank der starken Umsätze im Dezember gelang es den Einzelhändlern, ihre Ziele zu erreichen. Damit wurde der Trend der verfehlten Quoten nach sieben Monaten schließlich gebrochen, wobei April der einzige Monat in 2017 bleibt, in dem die Ziele übertroffen wurden.

Beim Blick in die Zukunft zeigten sich die Branchenakteure zuversichtlich, auch im kommenden Monat ihre Umsatzvorgaben zu erreichen, wenngleich sich der Optimismus etwas abgeschwächt hat.

Faktoren, die sich über die nächsten drei Monate positiv auf das Geschäft auswirken dürften, sind unter anderem die Frühlingssaison, die verbesserte Stimmung unter den Verbrauchern sowie die wachsende Kaufkraft.

Auch am Jahresende setzten die Einzelhandelsunternehmen ihre expansive Personalpolitik fort. Das dritte Plus in Folge fiel zudem so hoch aus wie seit Juni nicht mehr. Trotz der leichten Beschleunigung im vierten Quartal war es der niedrigste Jahresdurchschnitt beim Beschäftigungswachstum seit 2010.

Im Dezember erhöhte sich die Einkaufsmenge der Einzelhändler zum neunten Mal hintereinander. Verglichen mit dem Vormonat schwächte sich die Zuwachsrate zwar leicht ab, blieb aber der dennoch komfortabel über dem langjährigen Mittelwert (seit 2004).

Ähnlich sah es bei den Lagerbeständen aus. Auch diese stiegen mit solider Rate, die allerdings etwas unter dem Wert von November lag.

Einen positiven Lichtblick gab es bei den Margen.

Diese blieben im Dezember konstant, womit die seit Mitte 2016 anhaltende Phase der Schrumpfung zumindest vorübergehend endete. Innerhalb dieser Zeitspanne lag auch das deutlichste Minus (Januar 2017) bei den Bruttogewinnspannen seit über vier Jahren. Einigen Umfrageteilnehmern zufolge halfen die starken Verkaufszahlen, den erneuten Kostenanstieg aufzufangen.

Zum wiederholten Male stiegen im Berichtsmonat die Preise im Großhandel an, was einem Teil der Befragten zufolge der aggressiven Preispolitik der Lieferanten zugeschrieben werden kann. Immerhin gab die Inflationsrate erneut leicht nach, nachdem sie im Oktober noch auf dem höchsten Stand seit sechseinhalb Jahren war.

**Kommentar:**

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

*„Im letzten Monat des Jahres 2017 fielen die Umfrageergebnisse aus Deutschland erneut sehr positiv aus. Der Einzelhandels-PMI kletterte im Dezember auf ein 8-Monatshoch und signalisierte damit einen soliden Aufwärtstrend bei den Verbraucherausgaben. Mit diesen guten Zahlen folgen die deutschen Einzelhändler der Industrie, dem Dienstleistungssektor sowie dem Bausektor auf dem Fuße, denn auch in allen anderen Branchen wurden am Jahresende beschleunigte Wachstumsraten gemessen. Somit scheint der Weg für einen starken Start ins Jahr 2018 geebnet.“*

*Die Einzelhandelsunternehmen können mit ihrer Leistung in 2017 im Großen und Ganzen zufrieden sein. Im vierten Quartal zogen die Umsätze ordentlich an und im Dezember wurden erstmals seit acht Monaten die selbst gesteckten Verkaufsziele erreicht. Außerdem blieben die Gewinnmargen konstant, nachdem sie zuvor mehrere Monate schrumpften. Dies lag einerseits an den höheren Verkaufszahlen, aber auch an einer niedrigeren Preisinflation im Einkauf.“*

-Ende-

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

Phil Smith, Principal Economist  
Tel.: +44 1491 461 009  
E-Mail: [phil.smith@ihsmarkit.com](mailto:phil.smith@ihsmarkit.com)

Joanna Vickers, Corporate Communications  
Tel: +44 20 7260 2234  
E-Mail: [joanna.vickers@ihsmarkit.com](mailto: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<sup>™</sup> 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](mailto: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](http://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 © 2018 IHS Markit Ltd. sein.*

### Über die PMIs

Die Umfragen zum **Einkaufsmanager Index<sup>™</sup> (EMI<sup>™</sup>, PMI<sup>®</sup>)** 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](http://www.markit.com/product/pmi).

**Sämtliche Lizenz- bzw. Eigentumsrechte am IHS Markit Einzelhandels PMI<sup>®</sup> 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<sup>™</sup>, Einkaufsmanagerindex<sup>™</sup>, PMI<sup>®</sup> und Purchasing Managers’ Index<sup>®</sup> sind Handelsmarken bzw. eingetragene Handelsmarken oder unterliegen dem Lizenzrecht von Markit Economics Limited, IHS Markit ist eine eingetragene Handelsmarke der IHS Markit Limited.**