

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

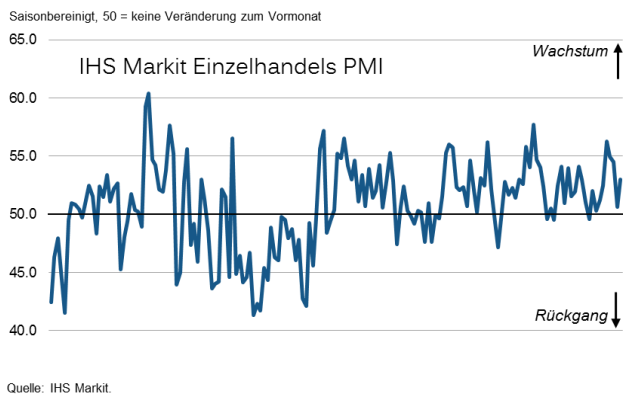
IHS Markit Einzelhandels PMI® Deutschland

Deutscher Einzelhandel verzeichnet im August deutliche Umsatzsteigerungen

Ergebnisse auf einen Blick:

- Einzelhandels-Index erholt sich von seinem 6-Monatstief im Juli
- Vorjahresvergleich weist neuerlichen Zuwachs aus
- Stärkster Anstieg der Einkaufspreise seit Mai 2015

Historischer Überblick:



Der deutsche Einzelhandel verzeichnete im August zum neunten Mal in Folge Umsatzsteigerungen gegenüber dem Vormonat. Der entsprechende Index erholte sich von seinem 6-Monatstief im Juli wieder und lag weitgehend auf dem Niveau des Durchschnittswerts seit Beginn des Aufschwungs. Auch der Vorjahresvergleich landete im August wieder im Plus, nachdem er im Vormonat ein Minus auswies. Die Warenlager legten abermals stark zu, der Jobaufbau blieb hingegen schwach. Der Anstieg der Einkaufspreise fiel so kräftig aus wie zuletzt im Mai 2015.

Mit aktuell 53.0 Punkten nach 50.7 signalisierte der

saisonbereinigte Einzelhandels-Index den neunten monatlichen Umsatzzuwachs hintereinander, der noch dazu überdurchschnittlich stark ausfiel. Der Durchschnittswert seit Umfragebeginn im Januar 2004 von 50.7 Punkten wurde deutlich überschritten.

Nachdem der Vorjahresvergleich der flächenbereinigten Einzelhandelsumsätze im Juli noch das höchste Minus seit September 2014 ausgewiesen hatte, landete er im August wieder im Plus. Der Zuwachs fiel jedoch nur mäßig aus.

Trotz der monatlichen Umsatzsteigerungen wurden die Umsatzziele im August ein weiteres Mal deutlich verfehlt, wenngleich nicht mehr in ganz so starkem Ausmaß wie im Juli. Die Umsatzziele im September dürften hingegen erreicht werden, ungeachtet der geopolitischen Unsicherheiten und dem Dieselskandal.

Der Stellenaufbau blieb insgesamt äußerst verhalten. Seit Juni 2010 legt die Beschäftigung im deutschen Einzelhandel nun bereits ununterbrochen zu.

Die Einkaufsmenge wurde den fünften Monat in Folge ausgeweitet, diesmal in moderatem Tempo. Der entsprechende Langzeitdurchschnitt wurde allerdings übertroffen. Die Warenlager legten zwar weniger zügig zu als im Juli, der Anstieg blieb jedoch insgesamt stark.

Wie bereits seit Juni 2010 legten die Einkaufspreise auch im August zu, diesmal so rasant wie zuletzt im Mai 2015. Die Bruttogewinnspannen gingen zum 14. Mal hintereinander und ähnlich stark zurück wie im Juli.

Kommentar:

Trevor Balchin, Director, Economics, kommentiert den aktuellen IHS Markit Einzelhandels-PMI[®]:

„Die Umfrageergebnisse vom August signalisierten ein stärkeres Wachstum der Umsätze im deutschen Einzelhandel. Damit folgt die Branche dem Sektors der Dienstleistungen und der Industrie, die ebenfalls wieder etwas an Dynamik gewonnen haben.“

Anhand der aktuellen Daten prognostiziert IHS Markit ein Umsatzwachstum von 4.5% für 2017, was eine markante Steigerung gegenüber den 2.5% vom letzten Jahr bedeuten würde. Der Durchschnitt des PMI für die ersten acht Monate dieses Jahres liegt momentan bei 52.9 Punkten und damit schon deutlich über dem Durchschnitt von 2016 (52.0).“

-Ende-

Für weitere Informationen kontaktieren Sie bitte:

IHS Markit

Trevor Balchin, Director, Economics

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 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 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 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.