

Purchasing Managers' Index[®]
MARKTSENSIBLE INFORMATION
SPERRFRIST: 4. August 2017, 10:10 MESZ / 8:10 UTC

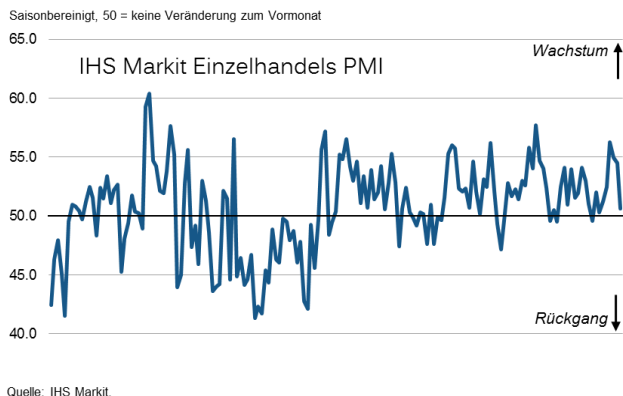
IHS Markit Einzelhandels PMI[®] Deutschland

Umsatzwachstum des Einzelhandels im Juli deutlich verlangsamt

Ergebnisse auf einen Blick:

- Niedrigster Vormonatsvergleich seit Januar
- Heftigstes Minus im Vorjahresvergleich seit September 2014
- Höchster Anstieg der Warenlager seit fast fünfeinhalb Jahren

Historischer Überblick:



Auch zu Beginn der zweiten Jahreshälfte setzte sich das Umsatzwachstum im deutschen Einzelhandel fort. Die achte Steigerung in Folge fiel jedoch deutlich schwächer aus als im Vormonat, sodass der saisonbereinigte Index auf den tiefsten Stand seit Januar absackte. Im Vorjahresvergleich gingen die Umsätze sogar so stark zurück wie seit September 2014 nicht mehr. Unterdessen wurde der Beschäftigungsaufbau weiter vorangetrieben, allerdings mit der langsamsten Rate seit sechs Monaten. Die Warenlagerbestände erhöhten sich im Berichtsmonat so markant wie seit über fünf Jahren nicht mehr. Derweil verteuerten sich die Großhandelspreise auch im Juli, und zwar mit etwas beschleunigtem Tempo im Vergleich zum Juni.

Mit 50.7 Punkten notierte der saisonbereinigte Einzelhandels-PMI im Juli zwar zum achten Mal hintereinander in der Wachstumszone, gab gegenüber Juni (54.5) aber merklich nach. Damit fallen die Zuwächse zu Beginn des dritten Quartals so schwach aus wie seit Januar nicht mehr.

Der Index Vorjahresvergleich fiel dagegen heftig und notierte deutlich unter der Wachstumsschwelle. Den signifikantesten Rückgang seit September 2014 schrieben einige der Befragten dem Dieselskandal, den ungünstigen Witterungsbedingungen sowie dem erbitterten Wettbewerb zu.

Trotz des leichten Umsatzplus im Vormonatsvergleich verfehlten die Branchenakteure ihre selbst gesteckten Verkaufsvorgaben ein weiteres Mal. Zudem fiel das Minus so deutlich aus wie seit Januar 2016 nicht mehr. Da überrascht es wenig, dass sich die Umfrageteilnehmer pessimistisch bezüglich ihrer Umsätze im kommenden Monat zeigten.

Zwar erhöhte sich das Beschäftigungsniveau im Juli weiter, allerdings ging die Steigerungsrate auf den niedrigsten Wert seit Jahresbeginn zurück. Nichtsdestotrotz hält hier das Wachstum seit über sieben Jahren an.

Die Einzelhandelsunternehmen erhöhten ihre Einkaufsmenge im Juli den vierten Monat in Folge. Die Zuwachsrate blieb moderat, lag aber über dem langjährigen Durchschnitt. Derweil stiegen die Warenlagerbestände im Berichtsmonat so stark an wie seit Februar 2012 nicht mehr.

Die Preise im Großhandel verteuerten sich auch zu Beginn des dritten Quartals wieder. Damit setzt sich der seit Anfang 2010 anhaltende Trend weiter fort. Im Vormonatsvergleich zog das Tempo leicht an, womit der entsprechende Index weiter über dem Langzeitschnitt notierte. Seit mittlerweile über einem Jahr liegen die Bruttogewinnspannen im Minus. Zudem fiel der Fehlbetrag aktuell so schwach aus wie seit Februar dieses Jahres nicht mehr.

Kommentar:

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

„Die jüngsten PMI-Daten zeigten ein schwächeres Umsatzplus der Einzelhandelsunternehmen zu Beginn des dritten Quartals. Damit steht die Branche in einer Linie mit der Industrie und dem Dienstleistungssektor, die ebenfalls etwas an Schwung verloren haben, wenngleich nicht so stark wie der Einzelhandel.

Aktuell prognostiziert IHS Markit ein Umsatzwachstum von 3.7% für 2017 - nach 2.5% im letzten Jahr ein deutliches Plus. Entsprechend liegt der Mittelwert des PMI für die ersten sieben Monate des Jahres bei 52.9 Punkten und damit fast einen ganzen Punkt 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.