

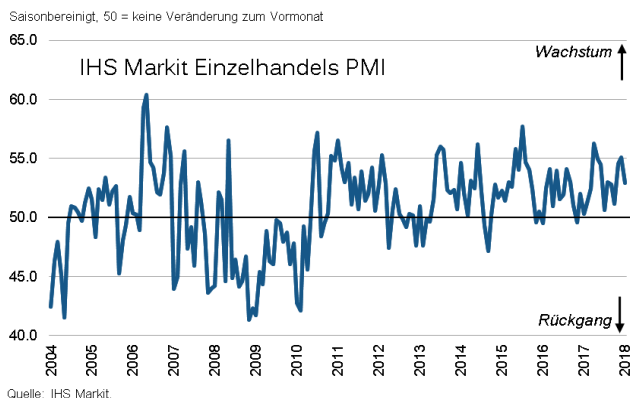
IHS Markit Einzelhandels PMI[®] Deutschland

Moderate Umsatzzuwächse bei den Einzelhändlern zum Jahresauftakt 2018

Ergebnisse auf einen Blick:

- Hauptindex mit 53.0 Punkten auf 3-Monatstief
- Kräftiger Anstieg der Einkaufspreise drückt Bruttogewinnspannen
- Beschäftigung wächst vierten Monat in Folge

Historischer Überblick:



Nach Bereinigung saisonaler Einflüsse konnten sich die deutschen Einzelhandelsunternehmen im Januar über das vierzehnte Wachstum im Vormonatsvergleich hintereinander freuen, wie die aktuellen Umfrageergebnisse von IHS Markit zeigen. Allerdings gab die Zuwachsrate auf den niedrigsten Wert seit Oktober nach. Darüber hinaus sahen sich die Branchenakteure bei steigenden Kosten mit schrumpfenden Gewinnmargen konfrontiert.

Der saisonbereinigte Einzelhandels-Index notierte im ersten Monat des Jahres 2018 bei 53.0 Punkten, nach 55.1 im Dezember. Trotz des Rückgangs im Vergleich zum vorigen Monat blieb der Indexwert auf dem Niveau der momentanen Wachstums-

phase.

Erneut wurden auch im Vorjahresvergleich höhere Absatzzahlen verzeichnet. Hier wiesen einige der Befragten auf den außergewöhnlich warmen Januar und die daraus resultierenden positiven Effekte für den Einzelhandel hin.

Im Gegensatz zu Dezember, als es den Einzelhändlern gelang ihre Ziele zu erreichen, verfehlten sie diese im Januar leicht.

Dessen ungeachtet zeigten sich die befragten Marktleiter zuversichtlich bezüglich ihrer Umsätze im nächsten Monat. Der entsprechende Index notierte deutlich höher als im Vormonat, als er auf ein 5-Monatstief absackte. Getragen wird der Optimismus vor allem von der Hoffnung, dass der aktuelle Aufwärtstrend anhält sowie von der Einführung neuer Produkte.

Die nachhaltigen Umsatzzuwächse spiegeln sich auch im Personalaufbau wider, wo das vierte Plus in Folge verbucht wurde. Im Kontext der aktuellen Wachstumsphase fiel die jüngste Zunahme allerdings niedrig aus und bewegte sich insgesamt auf moderatem Niveau.

Bereits zum zehnten Mal hintereinander erhöhte sich im Berichtsmonat die Einkaufsmenge der Unternehmen. Vergleichbar mit den Trends bei Umsatz und Beschäftigung verlangsamte sich das Tempo gegenüber Dezember etwas.

Auch die Warenlager wuchsen im Januar ein weiteres Mal, wenngleich mit der niedrigsten Rate seit drei Monaten.

Wie die Umfrageergebnisse weiterhin zeigen, mussten die deutschen Einzelhändler abermals eine deftige Erhöhung der Großhandelspreise wegstecken. Die Inflationsrate zog gegenüber Dezember merklich an und lag deutlich über dem Durchschnittswert der sechzehnjährigen Umfragegeschichte. Viele der befragten Manager

berichteten in diesem Zusammenhang von einem Preisauftrieb bei gleich mehreren Produkten zu Jahresbeginn. Am häufigsten wurden dabei genannt: Frischware, Obst & Gemüse, Molkereiprodukte sowie Industrieerzeugnisse.

Der Kostensprung machte sich auch bei den Gewinnen bemerkbar. Während sie im Dezember noch unverändert blieben, sackten sie im Januar wieder in die Verlustzone ab, und zwar so stark wie seit Oktober nicht mehr.

Kommentar:

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

„Nach einem starken Jahresabschluss 2017, verbuchten Deutschlands Einzelhändler auch im ersten Monat des Jahres 2018 wieder Umsatzzuwächse. Einziger Wermutstropfen war, dass der Einzelhandels-PMI mit 53.0 Punkten auf den niedrigsten Wert seit Oktober zurückging.

Nichtsdestotrotz herrscht in der Branche ungebrochener Optimismus, dass sich die Verkaufszahlen auch über die kommenden Monate positiv entwickeln werden. Ausreichend Rückenwind dafür bieten der florierende Arbeitsmarkt sowie die gute Stimmung unter den Verbrauchern.

Während sich die Situation bei den Umsätzen sehr komfortabel darstellt, bleibt der signifikante Kostenanstieg das Problem vieler Einzelhändler. Besonders die Verteuerung von Frischware und Industrieerzeugnissen wirkte sich im Januar deutlich auf die Gewinnmargen aus.“

-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 © 2018 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 <https://ihsmarkit.com/products/pmi.html>

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.