

# K O N S U M R E P O R T

März 2013

## ifo Institut Einzelhandel: Geschäftsklima hellt sich auf

Die Einzelhandelsunternehmen waren mit der aktuellen Geschäftslage etwas zufriedener als im Vormonat und blickten weniger pessimistisch auf die weitere Entwicklung.

## GfK Marktforschung

GfK-Indikatoren Anschaffungs- und Sparneigung im Februar 2013

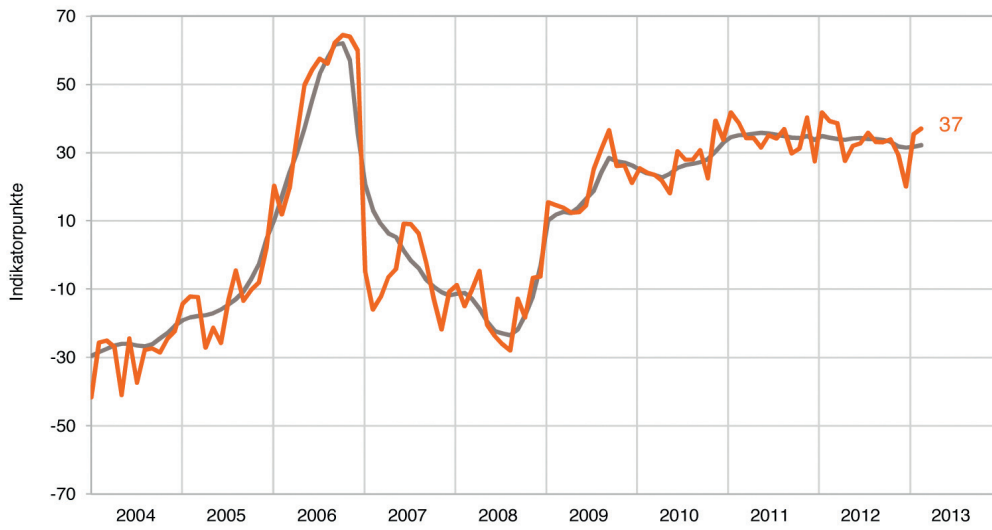
## ifo Schwerpunktthema Heterogene Umsatzentwicklung im Einzelhandel

von Josef Lachner, ifo Institut



## Anschaffungsneigung im Februar

### Anschaffungsneigung



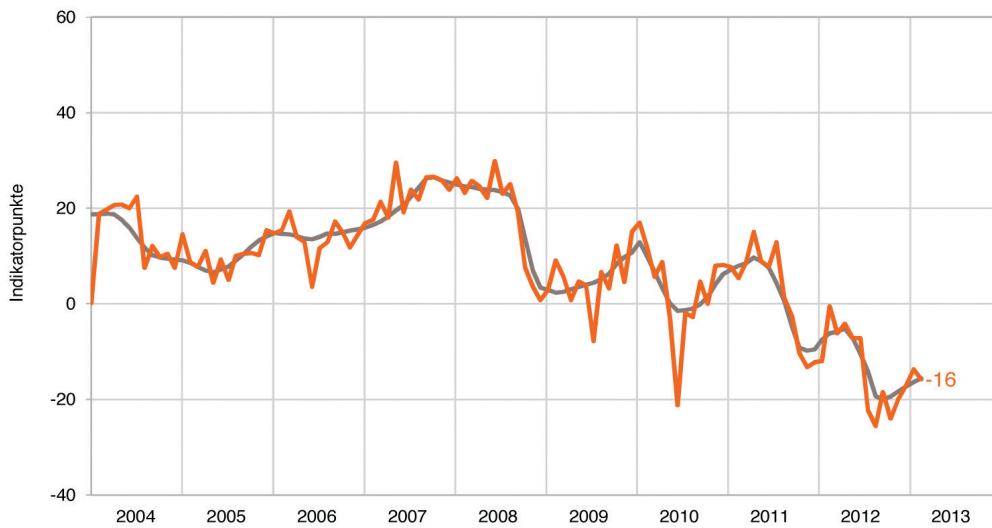
|               | Wert 02/2013 | Änderungen gegenüber |                |
|---------------|--------------|----------------------|----------------|
|               |              | Vormonat             | Vorjahresmonat |
| — Geglättet   | 32,2         | +0,5                 | -2,2           |
| — Ungeglättet | 37,0         | +1,7                 | -2,2           |

Quelle: GfK, EU-Kommission  
© GfK 2013 | Konsumklima MAXX | Deutschland | 27. Februar 2013



## Sparneigung im Februar

### Sparneigung

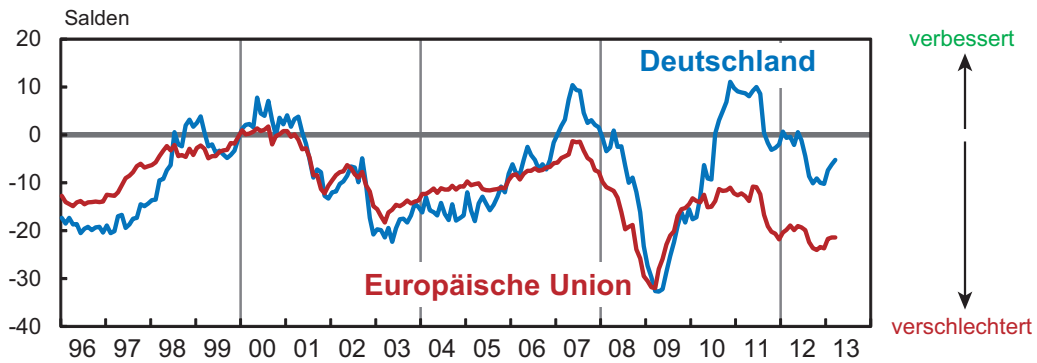


|               | Wert 1/2013 | Änderungen gegenüber |                |
|---------------|-------------|----------------------|----------------|
|               |             | Vormonat             | Vorjahresmonat |
| — Geglättet   | -15,6       | +0,8                 | -9,4           |
| — Ungeglättet | -15,8       | -2,1                 | -15,3          |

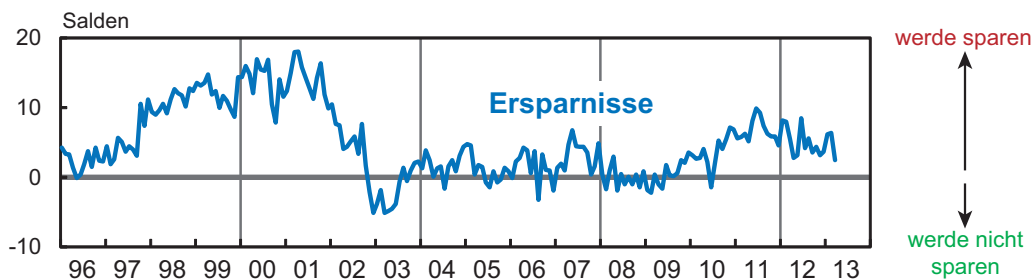
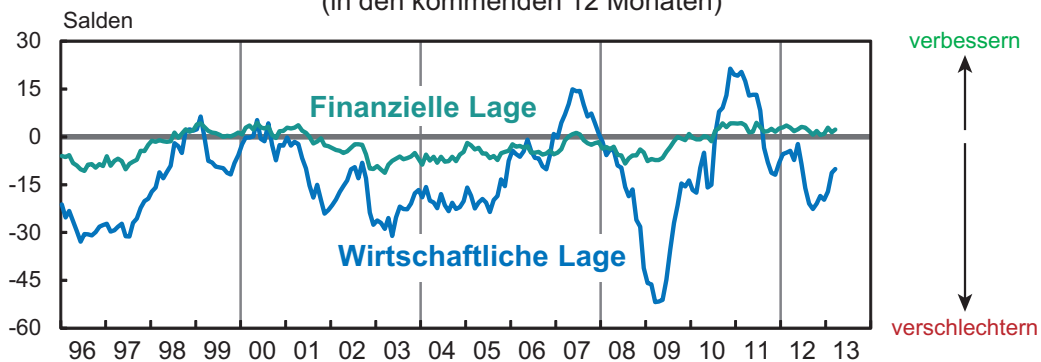
Quelle: GfK, EU-Kommission  
© GfK 2013 | Konsumklima MAXX | Deutschland | 27. Februar 2013



### Konsumentenstimmung<sup>1)</sup> Indikator der Europäischen Kommission



### Komponenten des Indikators für Deutschland<sup>2)</sup> (in den kommenden 12 Monaten)



1) Mittelwert der Salden in % der Meldungen der privaten Haushalte zu ihrer finanziellen und wirtschaftlichen Lage (in den kommenden 12 Monaten), Arbeitslosigkeitserwartungen (in den kommenden 12 Monaten) und den Ersparnissen (in den kommenden 12 Monaten). - 2) %-Salden der positiven und negativen Meldungen der privaten Haushalte; bis 1996 Westdeutschland. Saisonbereinigte Werte.

Quelle: Europäische Kommission.

**Einzelhandel: Größere Zufriedenheit**

Das Geschäftsklima im Einzelhandel hat sich im März leicht aufgeklärt. Die Einzelhändler waren mit ihrer aktuellen Lage etwas zufriedener als im Februar und blickten weniger skeptisch auf die weitere Geschäftsentwicklung. Trotz weiterhin häufig als zu groß eingestufte Lagerbestände fielen die Orderpläne der Unternehmen nicht mehr so restriktiv aus wie zuletzt. Die Händler planten weiterhin, die Verkaufspreise in naher Zukunft anzuheben.

Im **Gebrauchsgüterbereich** hat sich das Geschäftsklima leicht verbessert. Trotz des gestiegenen Lagerdrucks zeigten sich die Einzelhändler nicht mehr so unzufrieden mit ihrer Geschäftslage wie im Februar. In Bezug auf die Entwicklung in den kommenden Monaten überwogen die pessimistischen Meldungen unverändert. Der Geschäftsklimaindikator im Einzelhandel mit *Möbeln, Einrichtungsgegenständen und Hausrat* ist geringfügig gestiegen, da die Beurteilung des momentanen Geschäftsverlaufs günstiger ausfiel als im Vormonat. Der zukünftigen Entwicklung blickten die Testteilnehmer jedoch etwas skeptischer entgegen. Im Bereich *Metallwaren, Bau- und Heimwerkerbedarf* bewerteten die Firmen ihre derzeitige Lage merklich günstiger als zuletzt und die Skepsis bezüglich der Zukunft wurde von Optimismus abgelöst. Im **Elektro-einzelhandel** hat sich das Geschäftsklima für den Teilbereich weiße Ware aufgrund pessimistisch eingeschätzter Perspektiven leicht eingetrübt. Die Unzufriedenheit mit der derzeitigen Situation hat dagegen geringfügig abgenommen. In der Sparte *Unterhaltungselektronik* beurteilten die Händler ihre momentane Lage weniger negativ als im Vormonat. Der Pessimismus hinsichtlich der zukünftigen Entwicklung war jedoch weiterhin groß. Im Einzelhandel mit *Computern, Hard- und Software* ist der Klimaindikator merklich gesunken. Bezüglich der zuletzt überaus positiv beurteilten Geschäftslage gewannen die negativen Stimmen die Oberhand. Die Aussichten für das kommende halbe Jahr waren dagegen nahezu unverändert günstig. Im Einzelhandel mit *Uhren, Schmuck und Edelmetallwaren* empfanden die Firmen ihre momentane Situation im Vergleich zum Vormonat als wesentlich weniger gut. An einer Verbesserung in naher Zukunft bestanden weiterhin Zweifel.

Der Geschäftsklimaindikator im **Verbrauchsgüterbereich** blieb im März unverändert. Die Geschäftslage hat sich geringfügig verbessert, die Perspektiven für das kommende halbe Jahr wurden aber weiterhin negativ bewertet. Angesichts des bestehenden Lagerdrucks wollten sich die Händler bei der Ordervergabe nach wie vor zurückhalten. Die Unternehmen planten nur noch vereinzelt, die Preise in naher Zukunft zu erhöhen. Im Einzelhandel mit *Textilien und Bekleidung* verschlechterte sich das Geschäftsklima

deutlich. Ausschlaggebend dafür waren die vermehrt negativen Meldungen bezüglich des zukünftigen Geschäftsverlaufs. Im *Schuheinzelhandel* ist der Geschäftsklimaindikator ebenfalls merklich gesunken. Die negativen Einflüsse auf die Beurteilung der momentanen Geschäftslage sowie der Zukunftsaussichten haben wieder zugenommen. Der Klimaindikator im Bereich *Sport- und Campingartikel* ist dagegen sprunghaft gestiegen. Die Händler waren mit ihrer derzeitigen Situation sehr zufrieden. Auch dem zukünftigen Geschäftsverlauf sahen sie deutlich optimistischer entgegen und erwarteten zahlreich, in den nächsten Monaten Preisanhebungen vornehmen zu können. Im Einzelhandel mit *Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikeln* überwogen bei den zuletzt noch optimistischen Geschäftserwartungen nun die pessimistischen Meldungen – dies führte zu einer Abkühlung des Geschäftsklimas. Die Urteile zur Geschäftslage fielen dagegen weniger negativ aus.

Im **Kfz-Einzelhandel** hat sich das Geschäftsklima leicht aufgeheitert, da die Lageurteile weniger ungünstig ausfielen als im Februar. Die Erwartungen waren dagegen nach wie vor von Pessimismus geprägt. Sowohl die Order- als auch die Personalpläne waren weiterhin überwiegend auf Reduzierungen ausgerichtet. Im *Neuwagengeschäft* ist der Klimaindikator gestiegen, da die Urteile zur aktuellen Lage und zukünftigen Geschäftsentwicklung im Vergleich zum Vormonat nicht mehr so negativ ausfielen. Die *Gebrauchtwagenhändler* waren überaus unzufrieden mit der Geschäftslage und blickten der Zukunft mit großer Skepsis entgegen. Im Bereich *Kraftwagenteile und -zubehör* dominierten die negativen Stimmen bei der Bewertung der Geschäftslage nicht mehr so sehr. Die Perspektiven erschienen den Testteilnehmern allerdings schlechter.

Das Geschäftsklima im **Nahrungs- und Genussmitteleinzelhandel** hat sich etwas abgekühlt. Verringerter Optimismus bezüglich des zukünftigen Geschäftsverlaufs gab dafür den Ausschlag. Mit ihrer gegenwärtigen Lage zeigten sich die Unternehmen abermals überaus zufrieden. Sie wollten an ihrer expansiven Orderpolitik festhalten und planten, die Verkaufspreise anzuheben sowie den Personalstand auszuweiten.

**Konsumgüterindustrie: Ausgesprochen gute Geschäftslage**

Die Firmen des Konsumgüterbereichs waren mit der momentanen Geschäftslage sehr zufrieden. Die Produktion konnte erneut ausgeweitet werden. Der zukünftigen Entwicklung sahen die Unternehmen zuversichtlich entgegen, die Exportaussichten waren ihren Einschätzungen zufolge aber nicht mehr ganz so gut wie im Februar.

A.B.

**Ifo Geschäftsklima und seine Komponenten; saisonbereinigte Werte; BRD**

|                                     | Geschäftsklima |             |               | Geschäftsbeurteilung |             |               | Geschäftserwartung |             |               |
|-------------------------------------|----------------|-------------|---------------|----------------------|-------------|---------------|--------------------|-------------|---------------|
|                                     | akt. Monat     | Diff. Vorm. | Diff. Vorjahr | akt. Monat           | Diff. Vorm. | Diff. Vorjahr | akt. Monat         | Diff. Vorm. | Diff. Vorjahr |
| Einzelhandel inkl. Kfz u. Tankst.   | ± 0,0          | + 1,2       | - 10,6        | + 5,9                | + 1,9       | - 15,8        | - 5,7              | + 0,5       | - 5,7         |
| GH-Konsumgüter                      | - 0,4          | - 5,4       | - 13,0        | + 5,8                | - 7,5       | - 11,9        | - 6,4              | - 3,4       | - 14,0        |
| Konsumgüter (Gebr.- u. Verbr.güter) | + 10,9         | + 1,5       | + 0,5         | + 21,4               | + 2,8       | + 5,1         | + 1,0              | + 0,3       | - 3,8         |

**Geschäftsklima** = Durchschnitt der Salden aus den Prozentsätzen der positiven und negativen Meldungen zu den Größen »Geschäftslage-Beurteilung« und »Geschäftserwartung«.

ifo Institut; Monat **März** 2013.

**ifo-Geschäftsklima und seine Komponenten – Handel; ausgewählte Branchen; saisonbereinigte Werte; BD**

|                                 | Geschäftsklima |               |              |           | Geschäftsbeurt. |              |           |               | Geschäftserwart. |           |               |              |
|---------------------------------|----------------|---------------|--------------|-----------|-----------------|--------------|-----------|---------------|------------------|-----------|---------------|--------------|
|                                 | akt.Monat      | Diff.Vormonat | Diff.Vorjahr | akt.Monat | Diff.Vormonat   | Diff.Vorjahr | akt.Monat | Diff.Vormonat | Diff.Vorjahr     | akt.Monat | Diff.Vormonat | Diff.Vorjahr |
|                                 |                |               |              |           |                 |              |           |               |                  |           |               |              |
| EH-N+G,Getränke insgesamt       | 30.8           | -1.2          | -1.5         | 40.8      | 1.5             | -2.9         | 21.3      | -3.7          | -0.1             |           |               |              |
| EH-Drogerieartikel +            | 2.1            | -6.7          | -24.3        | 12.3      | -21.0           | -22.5        | -7.5      | 5.5           | -25.9            |           |               |              |
| EH-Textilien,Bekleidung insg.   | -32.7          | -6.0          | -28.3        | -26.1     | 4.1             | -25.7        | -39.0     | -15.8         | -30.7            |           |               |              |
| EH-Schuhe                       | -18.5          | -17.0         | -23.3        | -28.5     | -27.2           | -39.2        | -7.9      | -6.2          | -7.0             |           |               |              |
| EH-Leder- und Täscherwaren      | -16.5          | 9.0           | -5.1         | -13.5     | -7.0            | -6.5         | -19.5     | 23.1          | -3.7             |           |               |              |
| EH-Möbel,Eintr.,sonst. Hausrat  | -6.1           | 3.2           | -8.2         | -3.2      | 8.5             | -6.9         | -8.9      | -2.1          | -9.5             |           |               |              |
| EH-Elektrot.Erz.Elek.Haushaltg. | -19.1          | -2.5          | -18.8        | -13.1     | 1.6             | -13.6        | -24.9     | -6.4          | -23.9            |           |               |              |
| EH-Unterh.elektronik, Zubehör   | -45.5          | 4.8           | -71.8        | -31.2     | 7.6             | -70.9        | -58.5     | 2.4           | -72.3            |           |               |              |
| EH-Bau-,Heimwerkerbed.,Metallw. | 15.8           | 11.4          | -4.1         | 13.4      | 2.9             | -21.5        | 18.1      | 19.8          | 12.4             |           |               |              |
| EH-Schreib- und Papierwaren +   | -23.6          | -9.7          | -11.0        | -22.8     | 9.1             | 1.6          | -24.4     | -30.4         | -24.5            |           |               |              |
| EH-Uhren,Schmuck,Edelmetallw.   | -6.3           | -5.4          | -3.1         | 0.3       | -8.6            | -29.1        | -12.6     | -2.4          | 18.5             |           |               |              |
| EH-Spielwaren                   | -1.7           | -5.8          | 33.0         | 14.1      | 8.4             | 45.1         | -16.3     | -18.9         | 21.9             |           |               |              |
| EH-Foto- u.optische Erzeugnisse | -13.5          | -43.3         | -28.9        | -4.5      | -56.7           | -37.6        | -22.0     | -31.4         | -21.1            |           |               |              |
| EH-Computer u. Zubehör,Software | 2.3            | -12.2         | -5.3         | -6.1      | -24.3           | -11.7        | 11.0      | 0.2           | 1.4              |           |               |              |
| EH-Sport- und Campingartikel    | 19.4           | 34.1          | -10.3        | 26.7      | 46.2            | 3.0          | 12.4      | 22.1          | -23.6            |           |               |              |
| EH-Brennstoffe                  | -8.4           | -6.9          | 19.4         | -9.5      | -10.6           | 24.6         | -7.4      | -3.3          | 14.0             |           |               |              |
| EH-Kfz                          | -25.4          | 2.8           | -15.0        | -19.3     | 6.8             | -24.3        | -31.3     | -0.9          | -6.6             |           |               |              |
| GH-Nahrungsm.,Getränke,Tabakw.  | 6.3            | -9.9          | -7.2         | 14.7      | -14.4           | -6.3         | -1.8      | -5.8          | -7.9             |           |               |              |
| GH-Schuhe                       | 8.9            | -4.8          | 2.3          | 6.1       | -17.3           | 7.0          | 11.8      | 7.3           | -2.6             |           |               |              |
| GH-Bekleidung                   | 10.0           | -0.4          | -1.0         | 33.4      | 8.8             | 4.6          | -11.0     | -8.3          | -5.6             |           |               |              |
| GH-Ei.Haush.g.,Lampen,Leuchten  | 2.8            | -26.9         | -42.0        | 4.6       | -27.3           | -52.7        | 1.0       | -26.6         | -31.9            |           |               |              |
| GH-Unterh.elektronik u. Zubehör | -10.6          | 10.3          | -48.7        | -19.6     | -1.5            | -57.9        | -1.2      | 22.4          | -39.0            |           |               |              |
| GH-Haush.-,Glaswaren,keram.Erz. | 28.0           | 5.0           | 8.4          | 31.2      | -10.9           | 7.2          | 24.8      | 19.5          | 9.5              |           |               |              |
| GH-Kosmet.Erzeugn.,Körperpf.m.  | 37.0           | 12.9          | 3.8          | 39.0      | 11.6            | -13.0        | 35.1      | 14.1          | 19.1             |           |               |              |
| GH-Fahrräder, Teile und Zubehör | 36.4           | 8.3           | 0.3          | 53.5      | 26.4            | 9.1          | 20.4      | -8.7          | -7.6             |           |               |              |
| GH-Uhren, Schmuck, Edelmetalle  | -44.5          | -18.1         | -37.3        | -40.0     | -15.7           | -19.8        | -48.8     | -20.3         | -55.7            |           |               |              |
| GH-Feinm.,Foto-u.opt.Erzeugn.   | 20.3           | 3.3           | 2.5          | 30.6      | 3.9             | 2.1          | 10.4      | 2.7           | 2.8              |           |               |              |
| GH-Schreibwaren, Bürobedarf     | -13.0          | -14.8         | -33.3        | -29.4     | -26.4           | -53.6        | 4.8       | -1.6          | -11.6            |           |               |              |

Geschäftsklima = Durchschnitt der Salden aus den Prozentsätzen der positiven und negativen Meldungen zu den Größen »Geschäftslage-Beurteilung« und »Geschäftserwartungen«.  
ifo Institut; Monat März 2013.

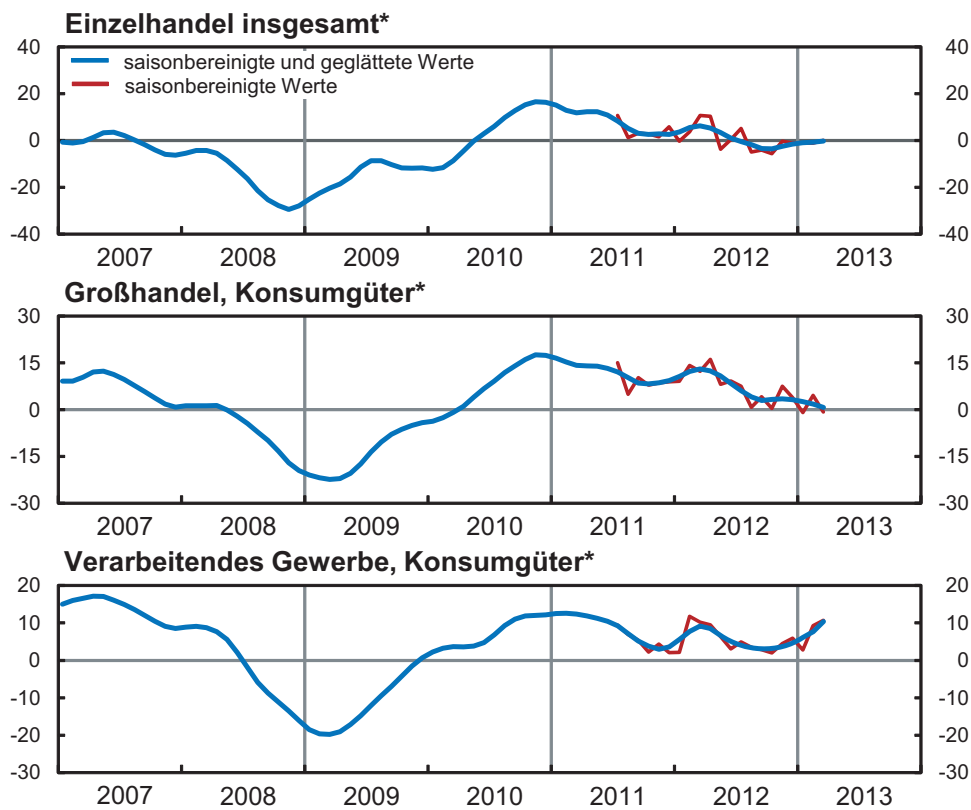
ifo-Geschäftsklima und seine Komponenten – Verarbeitendes Gewerbe – saisonbereinigte Werte, BD

|  | Geschäftsklima |               |              |           | Geschäftsbeurt. |              |           |               | Geschäftserwart. |           |               |              |
|--|----------------|---------------|--------------|-----------|-----------------|--------------|-----------|---------------|------------------|-----------|---------------|--------------|
|  | akt.Monat      | Diff.Vormonat | Diff.Vorjahr | akt.Monat | Diff.Vormonat   | Diff.Vorjahr | akt.Monat | Diff.Vormonat | Diff.Vorjahr     | akt.Monat | Diff.Vormonat | Diff.Vorjahr |
|  |                |               |              |           |                 |              |           |               |                  |           |               |              |
| Verarbeitendes Gewerbe                 | 8.6            | -1.0          | -5.0         | 10.8      | -0.8            | -16.6        | 6.4       | -1.2          | 5.7              |           |               |              |
| Vorleistungsgüter                      | 7.9            | 0.9           | -4.8         | 5.3       | 1.0             | -18.3        | 10.6      | 0.7           | 8.1              |           |               |              |
| Investitionsgüter                      | 7.7            | -2.9          | -10.1        | 12.0      | -1.4            | -26.7        | 3.5       | -4.3          | 4.8              |           |               |              |
| Konsumgüter (Gebr.-u.Verbr.g.)         | 10.9           | 1.5           | 0.5          | 21.4      | 2.8             | 5.1          | 1.0       | 0.3           | -3.8             |           |               |              |
| Gebrauchsgüter                         | 5.6            | -2.9          | -6.1         | 2.1       | -3.0            | -14.4        | 9.1       | -2.8          | 2.2              |           |               |              |
| Verbrauchsgüter                        | 12.1           | 2.4           | 1.5          | 25.4      | 3.3             | 8.3          | -0.4      | 1.5           | -4.7             |           |               |              |
| Ernährungsgew.u.Tabakverarb.           | 11.4           | 5.4           | 8.7          | 21.2      | 1.9             | 17.6         | 2.0       | 8.5           | 0.3              |           |               |              |
| H.v. Textilien                         | 5.1            | 9.8           | 6.6          | 16.2      | 18.2            | 15.2         | -5.5      | 2.0           | -1.5             |           |               |              |
| H.v. Bekleidung                        | -4.3           | 1.4           | -1.7         | -2.3      | 0.8             | -8.9         | -6.2      | 1.9           | 5.1              |           |               |              |
| H.v. Leder, Lederw. u. Schu.           | 9.7            | -5.6          | 15.4         | 9.4       | -5.6            | -11.8        | 10.0      | -5.6          | 39.3             |           |               |              |
| H.v. Holz-, Fl.-, Korbwaren (oh.Möbel) | 1.9            | 0.1           | -1.1         | -7.0      | 1.1             | -20.3        | 11.3      | -1.1          | 18.0             |           |               |              |
| H.v. Papier, Pappe u. Waren daraus     | 9.7            | 4.3           | -3.5         | 7.6       | -1.0            | -15.7        | 11.8      | 9.6           | 8.1              |           |               |              |
| H.v. Druckerz.,Vervielf.v.TBDT         | -4.8           | -5.3          | -13.1        | 0.9       | -1.0            | -6.0         | -10.4     | -9.4          | -20.1            |           |               |              |
| Mineralölverarbeitung                  | 27.2           | -7.7          | 17.7         | -5.3      | -12.6           | 8.9          | 65.2      | -0.9          | 29.0             |           |               |              |
| Chemische Industrie                    | 15.7           | -5.0          | -5.3         | 25.3      | 3.2             | -8.9         | 6.5       | -12.8         | -2.0             |           |               |              |
| H.v.pharmazeut.Erzeugnissen            | 25.2           | -0.5          | -3.6         | 51.5      | 2.1             | -0.3         | 1.6       | -2.5          | -6.2             |           |               |              |
| Herst.v.Gummi- u.Kunststoffwaren       | 13.0           | -1.1          | -5.9         | 17.7      | -1.4            | -20.8        | 8.3       | -0.9          | 7.4              |           |               |              |
| Glasgew.,Keramik,V.v.Stein.u.Erd       | 9.8            | 0.7           | -1.3         | 11.4      | 3.9             | -0.5         | 8.2       | -2.6          | -2.2             |           |               |              |
| Metallerzeugung u. -bearbeitung        | -6.9           | 3.3           | -9.0         | -25.7     | 2.5             | -18.5        | 14.0      | 4.2           | 2.1              |           |               |              |
| Herst. von Metallerzeugnissen          | 8.2            | 0.5           | -1.6         | 12.3      | -0.9            | -16.8        | 4.2       | 1.8           | 12.1             |           |               |              |
| Maschinenbau                           | 15.2           | 0.5           | -5.5         | 19.6      | -3.3            | -18.8        | 10.9      | 4.2           | 6.6              |           |               |              |
| H.v.DV-Gerät, elektron. u. opt. Erzeug | 6.5            | -10.8         | -14.5        | -0.8      | -11.6           | -30.7        | 13.9      | -9.8          | 1.6              |           |               |              |
| H.v. elektr. Ausrüstungen              | 9.0            | 1.2           | -7.1         | 2.0       | -1.8            | -25.9        | 16.1      | 4.4           | 11.4             |           |               |              |
| Herst.v.Kraftwagen und -teilen         | -1.7           | -5.5          | -15.9        | 3.1       | 2.2             | -41.5        | -6.4      | -13.1         | 6.0              |           |               |              |
| Sonstiger Fahrzeugbau                  | 7.7            | 5.5           | 31.4         | 2.5       | 1.3             | 22.8         | 13.1      | 9.9           | 40.0             |           |               |              |
| Herst. von Möbeln                      | -4.2           | 1.5           | -20.9        | -5.7      | 3.6             | -36.4        | -2.7      | -0.6          | -6.2             |           |               |              |

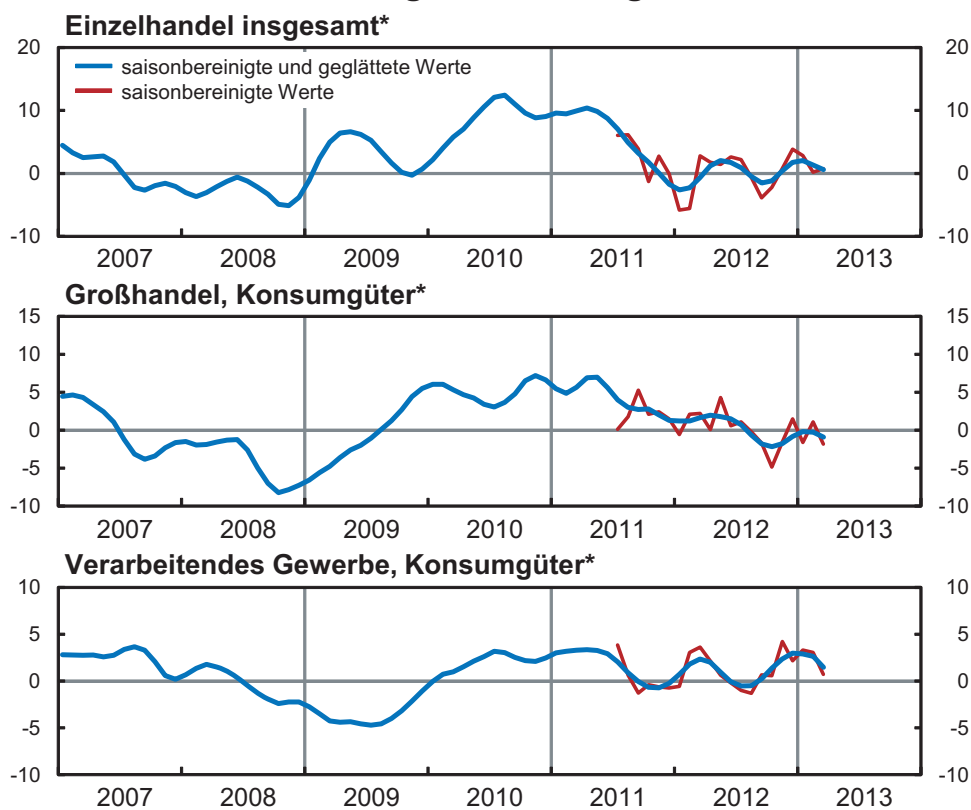
Geschäftsklima = Durchschnitt der Salden aus den Prozentsätzen der positiven und negativen Meldungen zu den Größen »Geschäftslage-Beurteilung« und »Geschäftserwartungen«.  
ifo Institut; Monat März 2013.



### ifo Geschäftsklima<sup>1)</sup>



### ifo Lagerbeurteilung<sup>2)</sup>



1) Mittelwert aus den Unternehmensmeldungen zur gegenwärtigen und in den nächsten sechs Monaten erwarteten Geschäftslage. - 2) Salden aus den %-Anteilen der Unternehmen mit zu großen (-) und zu kleinen (+) Fertigwarenbeständen, bezogen auf den Durchschnitt der letzten 120 Monate.

\* Einschließlich Nahrungs- und Genussmittel.  
Quelle: ifo Konjunkturtest, Deutschland.

März 2013/1

| Indikator                                       | Quelle/Einh. | Jahr | Jan   | Feb   | Mrz   | Apr   | Mai   | Jun   | Jul   | Aug   | Sep   | Okt   | Nov   | Dez   |
|---|--------------|------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| <b>Konsumsektor</b>                             |              |      |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |
| Privater Verbrauch *)                           | AS Mrd. EUR  | 2011 | 352,4 | 371,0 | 371,0 | 384,5 | 379,8 | 379,8 | 379,8 | 379,8 | 379,8 | 379,8 | 379,8 | 379,8 |
|   |              | 2012 | 365,0 | 378,5 | 378,5 | 389,8 | 388,3 | 388,3 | 388,3 | 388,3 | 388,3 | 388,3 | 388,3 | 388,3 |
| Veränderung gegenüber Vorjahr                   | AS %         | 2011 | 4,3   | 4,0   | 4,0   | 4,0   | 2,9   | 2,9   | 2,9   | 2,9   | 2,9   | 2,9   | 2,9   | 2,9   |
|   |              | 2012 | 3,6   | 2,0   | 2,0   | 1,4   | 2,2   | 2,2   | 2,2   | 2,2   | 2,2   | 2,2   | 2,2   | 2,2   |
| Konsumentenkredite 4) *)                        | BBK Mrd. EUR | 2011 | 225,4 | 226,2 | 226,2 | 230,3 | 228,2 | 228,2 | 228,2 | 228,2 | 228,2 | 228,2 | 228,2 | 228,2 |
|   |              | 2012 | 227,7 | 226,8 | 226,8 | 227,5 | 224,6 | 224,6 | 224,6 | 224,6 | 224,6 | 224,6 | 224,6 | 224,6 |
| Ersparnis in % des verfügbaren Einkommens       | BBK %        | 2011 | 10,4  | 10,4  | 10,4  | 10,3  | 10,4  | 10,4  | 10,4  | 10,4  | 10,3  | 10,3  | 10,4  | 10,4  |
|   |              | 2012 | 10,4  | 10,5  | 10,5  | 10,3  | 10,1  | 10,1  | 10,1  | 10,1  | 10,3  | 10,3  | 10,4  | 10,1  |
| Verbraucherpreisindex Deutschland **)           | AS %         | 2012 | 2,1   | 2,2   | 2,2   | 2,0   | 2,0   | 1,7   | 1,9   | 2,2   | 2,0   | 2,0   | 1,9   | 2,0   |
|   |              | 2013 | 1,7   | 1,5   | 1,5   | 1,8   | 1,8   | 1,7   | 1,6   | 1,8   | 1,6   | 1,8   | 1,7   | 1,7   |
| Index der Einzelhandelspreise **)               | AS %         | 2012 | 1,8   | 1,9   | 1,9   | 1,8   | 1,8   | 1,7   | 1,6   | 1,8   | 1,6   | 1,8   | 1,7   | 1,7   |
|   |              | 2013 | 1,2   | 1,0   | 1,0   | 1,2   | 1,2   | 1,0   | 1,0   | 1,3   | 1,0   | 1,3   | 1,0   | 1,0   |
| Preisenwartung der Einzelhandelsunternehmen***) | KT Salden 3) | 2012 | 30,0  | 32,0  | 31,0  | 24,0  | 19,0  | 10,0  | 10,0  | 13,0  | 22,0  | 13,0  | 14,0  | 18,0  |
|   |              | 2013 | 21,0  | 19,0  | 17,0  |       |       |       |       |       |       |       |       |       |
| <b>Verarbeitendes Gewerbe ***)</b>              |              |      |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |
| Geschäftsklima 1) 2)                            | KT Salden 3) | 2012 | 11,8  | 15,4  | 11,7  | 13,4  | 13,9  | 8,0   | 8,2   | 7,0   | 1,0   | -13,3 | -5,0  | 4,6   |
| Hersteller von Verbrauchsgütern                 |              | 2013 | -0,8  | 8,5   | 5,6   |       |       |       |       |       |       |       |       |       |
| Hersteller von Verbrauchsgütern                 | KT Salden 3) | 2012 | 0,1   | 11,8  | 10,6  | 9,1   | 5,3   | 1,7   | 4,9   | 5,0   | 3,4   | 5,1   | 6,4   | 6,1   |
|   |              | 2013 | 3,2   | 9,7   | 12,1  |       |       |       |       |       |       |       |       |       |
| <b>Großhandel ***)</b>                          |              |      |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |
| Konsumgüter 2)                                  | KT Salden 3) | 2012 | 9,4   | 14,4  | 12,6  | 16,3  | 8,4   | 9,5   | 7,8   | 1,2   | 4,4   | 0,8   | 7,8   | 4,2   |
| Geschäftsklima 1)                               |              | 2013 | -0,6  | 4,9   | -0,4  |       |       |       |       |       |       |       |       |       |
| Geschäftslage                                   | KT Salden 3) | 2012 | 13,5  | 23,2  | 17,7  | 24,8  | 15,9  | 17,5  | 14,8  | 8,6   | 15,0  | 6,5   | 16,6  | 13,6  |
|   |              | 2013 | 2,5   | 13,3  | 5,8   |       |       |       |       |       |       |       |       |       |
| Geschäftsenwartung                              | KT Salden 3) | 2012 | 5,3   | 6,0   | 7,6   | 8,2   | 1,3   | 1,9   | 1,0   | -6,0  | -5,6  | -4,8  | -0,6  | -4,8  |
|   |              | 2013 | -3,6  | -3,0  | -6,4  |       |       |       |       |       |       |       |       |       |
| <b>Einzelhandel****)</b>                        |              |      |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |
| Geschäftsklima 1) 2)                            | KT Salden 3) | 2012 | -0,4  | 3,6   | 10,6  | 10,2  | -3,9  | 0,4   | 5,0   | -5,0  | -4,1  | -5,7  | -0,4  | -1,2  |
| EHI insgesamt                                   |              | 2013 | -1,2  | -1,2  | 0,0   |       |       |       |       |       |       |       |       |       |
| Gebrauchsgüter                                  | KT Salden 3) | 2012 | 3,2   | 0,6   | 2,2   | -1,1  | -8,0  | -9,2  | -12,9 | -17,0 | -12,6 | -13,5 | -14,3 | -16,3 |
|   |              | 2013 | -10,8 | -18,2 | -16,0 |       |       |       |       |       |       |       |       |       |
| Verbrauchsgüter                                 | KT Salden 3) | 2012 | -15,7 | -8,2  | 0,2   | -2,0  | -18,8 | -11,7 | -8,7  | -18,4 | -19,4 | -15,7 | -15,9 | -11,6 |
|   |              | 2013 | -11,6 | -8,6  | -8,6  |       |       |       |       |       |       |       |       |       |
| Nahrungs- und Genussmittel, Getränke            | KT Salden 3) | 2012 | 9,5   | 25,2  | 32,3  | 36,5  | 14,0  | 22,6  | 39,8  | 27,2  | 23,7  | 13,4  | 35,1  | 30,9  |
|   |              | 2013 | 22,5  | 32,0  | 30,8  |       |       |       |       |       |       |       |       |       |
| Geschäftslage 2)                                | KT Salden 3) | 2012 | 16,0  | 37,2  | 43,7  | 50,1  | 24,6  | 36,0  | 50,0  | 44,8  | 42,2  | 38,8  | 51,8  | 41,2  |
|   |              | 2013 | 26,0  | 39,3  | 40,8  |       |       |       |       |       |       |       |       |       |
| Geschäftsenwartungen 2)                         | KT Salden 3) | 2012 | 3,3   | 13,7  | 21,5  | 23,5  | 3,9   | 10,0  | 30,1  | 10,9  | 6,5   | -9,3  | 19,4  | 21,0  |
|   |              | 2013 | 19,0  | 25,0  | 21,3  |       |       |       |       |       |       |       |       |       |



März 2013/2

| Indikator  | Quelle/Einh. | Jahr | Jan  | Feb  | Mrz  | Apr  | Mai  | Jun  | Jul  | Aug   | Sep   | Okt  | Nov  | Dez  |
|--|--------------|------|------|------|------|------|------|------|------|-------|-------|------|------|------|
| <b>Einzelhandel ***)</b>   |              |      |      |      |      |      |      |      |      |       |       |      |      |      |
| Umsatz 5)  |              |      |      |      |      |      |      |      |      |       |       |      |      |      |
| Einzelhandel (einschl. Kfz-Handel)   | AS %         | 2011 | 8,3  | 9,6  | 1,9  | 5,7  | 11,1 | -1,9 | 0,3  | 5,9   | 4,0   | 2,0  | 3,5  | 2,0  |
|  |              | 2012 | 4,6  | 4    | 5,9  | -1,6 | -1,5 | 6,4  | 1,3  | 1     | -3,6  | 3,3  | -0,1 |      |
| Einzelhandel im engeren Sinne 6)   | AS %         | 2012 | 3,4  | 3,8  | 6,8  | -3,9 | 1,4  | 6,1  | 0,0  | 2,1   | -1,4  | 2,7  | 1,5  | -1,9 |
|  |              | 2013 | 3,3  |      |      |      |      |      |      |       |       |      |      |      |
| <b>Umsatzentwicklung nach Branchen 5)</b>  |              |      |      |      |      |      |      |      |      |       |       |      |      |      |
| <b>Verbrauchsgüter</b>   |              |      |      |      |      |      |      |      |      |       |       |      |      |      |
| Einzelhandel mit Nahrungs- und Genussmitteln, Getränken und Tabakwaren (in Verkaufsräumen) | AS %         | 2012 | 2,8  | 3,3  | 5,0  | -4,1 | 0,2  | 3,4  | -1,5 | 3,3   | -2,7  | 3,2  | 2,4  | -1,9 |
|  |              | 2013 | 4,8  |      |      |      |      |      |      |       |       |      |      |      |
| Einzelhandel mit Textilien, Bekleidung und Schuhen   | AS %         | 2012 | 4,0  | 1,0  | 12,3 | -9,9 | -0,3 | 4,4  | -1,6 | -1,0  | 5,9   | -2,3 | -2,9 | -2,7 |
|  |              | 2013 | 0,2  |      |      |      |      |      |      |       |       |      |      |      |
| Apotheken  | AS %         | 2012 | 4,4  | 4,1  | 3,6  | -0,5 | -1,7 | 4,7  | 0,3  | -1,6  | -7,7  | 3,8  | 0,0  | -5,5 |
|  |              | 2013 | 3,0  |      |      |      |      |      |      |       |       |      |      |      |
| Einzelhandel mit Büchern   | AS %         | 2012 | -3,0 | -4,2 | 1,0  | 1,4  | -8,9 | -2,3 | -1,0 | -1,9  | -7,0  | 2,2  | -5,8 | -5,6 |
|  |              | 2013 | -1,8 |      |      |      |      |      |      |       |       |      |      |      |
| Einzelhandel mit Zeitschriften, Zeitungen, Schreibwaren und Bürobedarf                     | AS %         | 2012 | -1,5 | -4,5 | -3,2 | -2,3 | -3,8 | 2,3  | -1,4 | 4,9   | -3,3  | 0,5  | 0,7  | -4,4 |
|  |              | 2013 | 0,8  |      |      |      |      |      |      |       |       |      |      |      |
| <b>Gebrauchsgüter</b>  |              |      |      |      |      |      |      |      |      |       |       |      |      |      |
| Einzelhandel mit Möbeln, Einrichtungsgegenständen und sonstigem Hausrat                    | AS %         | 2012 | 5,3  | 1,7  | 3,2  | 1,4  | -2,3 | 8,2  | 0,8  | 5,7   | 0,3   | 3,7  | 3,4  | -5,3 |
|  |              | 2013 | 1,9  |      |      |      |      |      |      |       |       |      |      |      |
| Einzelhandel mit elektrischen Haushaltsgeräten   | AS %         | 2012 | 2,0  | 3,4  | 3,8  | 5,8  | -3,3 | 7,4  | -1,7 | -2,8  | -6,1  | 4,6  | -2,7 | -6,1 |
|  |              | 2013 | -1,6 |      |      |      |      |      |      |       |       |      |      |      |
| Einzelhandel mit Geräten der Informations- u. Kommunikationstechnik (in Verkaufsräumen)    | AS %         | 2012 | -6,3 | -1,0 | 4,4  | 3,3  | -3,6 | 11,3 | -0,8 | -1,8  | -1,8  | 0,0  | -0,6 | -4,6 |
|  |              | 2013 | -1,1 |      |      |      |      |      |      |       |       |      |      |      |
| Einzelhandel mit Metallwaren, Anstrichmitteln, Bau- und Heimwerkerbedarf                   | AS %         | 2012 | 5,6  | 3,5  | 10,2 | -9,2 | -1,2 | 5,0  | 1,9  | 0,0   | -3,5  | 0,6  | -2,3 | -3,4 |
|  |              | 2013 | 0,3  |      |      |      |      |      |      |       |       |      |      |      |
| Einzelhandel mit Spielwaren  | AS %         | 2012 | 3,6  | 0,2  | 11,3 | -5,4 | -2,4 | 2,3  | -0,6 | 1,2   | -4,7  | 2,3  | -3,3 | -3,2 |
|  |              | 2013 | 8,7  |      |      |      |      |      |      |       |       |      |      |      |
| Einzelhandel mit Uhren und Schmuck   | AS %         | 2012 | 2,8  | 9,9  | 12,9 | 5,8  | 0,4  | 18,7 | 4,5  | -10,1 | -11,4 | 11,8 | 2,0  | -6,3 |
|  |              | 2013 | 5,6  |      |      |      |      |      |      |       |       |      |      |      |

Weitere Informationen erteilt:

ifo Institut, Postfach: 86 04 60, 81631 München. Telefon: (089) 9224-0, Telefax: (089) 98 53 69  
 Monatliche Bearbeitung: G. Krug, App.1337 und Ch. Zeiner, App. 1214.

Anmerkungen:

AS = Amtliche Statistik; KT = Ifo Konjunkturtest; BBK = Deutsche Bundesbank

1) Mittelwerte aus den Unternehmensmeldungen zur gegenwärtigen und der in den nächsten sechs Monaten zu erwartenden Geschäftslage.

2) Saisonbereinigt.

3) Differenzen aus den prozentualen positiven und negativen Meldeanteilen.

4) Kredite an Privatpersonen, ohne Wohnungsbau, einisch. Hypothekarkredite.

5) Umsatz nominal - Veränderung gegenüber dem Vorjahreszeitraum.

6) Einzelhandel ohne Kfz, Tankstellen, Brennstoffe und Apotheken.

\*) Werte jeweils für das zu Ende gehende Vierteljahr. \*\*) Veränderungsdaten zum Vorjahresmonat. \*\*\*) Klassifizierung WZ 2008

**Heterogene Umsatzentwicklung im Einzelhandel**

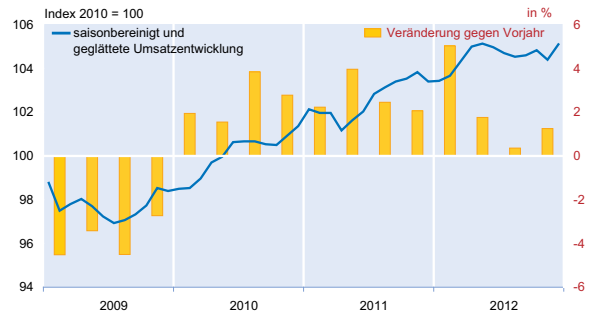
von Josef Lachner, ifo Institut

Der gesamte Einzelhandel (ohne Handel mit Kraftfahrzeugen) verzeichnete in den ersten Monaten des Jahres 2012 eine Zunahme der nominalen Umsätze. Zur Jahresmitte trat eine leichte Abschwächung ein, die bis zum Herbst anhält. Das vierte Quartal stand im Zeichen erheblicher Schwankungen. Nachdem sich die Nachfrage zunächst belebte, erfolgte ein Rückgang. Gegen Jahresende trat wieder ein Nachfrageanstieg ein (Abb. 1). Die insgesamt nachlassenden Auftriebskräfte schlagen sich auch in den Veränderungsraten nieder. Nachdem die Umsätze im Jahr 2011 das Vorjahresergebnis um nominal 2,7 und real 1,1% übertroffen hatten, ergab sich für das Jahr 2012 ein nominales Plus von 2,0%. Diese Umsatzzunahme ist jedoch nahezu ausschließlich auf erhöhte Verkaufspreise zurückzuführen, real ergab sich lediglich ein Anstieg um 0,1%.

In den einzelnen Sparten und Geschäftsformaten verlief die Umsatzentwicklung recht unterschiedlich. Die hauptsächlich stationären Einzelhandel betreibenden Unternehmen, die über eine besonders große Umsatzbedeutung verfügen, verzeichneten einen Anstieg der nominalen Umsätze um 1,7%, real blieben ihre Umsätze allerdings um 0,2% hinter dem Vorjahresergebnis zurück (Abb. 2). Damit ist ihr Marktanteil erneut etwas gesunken. Innerhalb des stationären Einzelhandels stand der Einzelhandel mit Fotoartikeln und optischen Erzeugnissen einer besonders lebhaften Nachfrage gegenüber. Die Unternehmen dieser Sparte verzeichneten einen realen Umsatzzuwachs von 9,7%. In Anbetracht niedrigerer Verkaufspreise als vor Jahresfrist ergab sich ein nominales Plus von 6,7%. Auch im Einzelhandel mit Datenverarbeitungsgeräten, peripheren Einheiten und Software waren die realen Umsätze mit 9,4% wesentlich höher als vor Jahresfrist. Infolge erheblichen Preisdrucks resultierte allerdings ein nominaler Anstieg um lediglich 2,3%. In anderen Einzelhandelssparten, wie dem Einzelhandel mit Telekommunikationsgeräten und dem Einzelhandel mit Unterhaltungselektronik führten sinkende Verkaufspreise trotz erhöhter Nachfrage zu einem Rückgang der nominalen Umsätze. Eine überdurchschnittliche Umsatzzunahme verzeichnete der Einzelhandel mit Sport- und Campingartikeln. Der Wert der umgesetzten Waren übertraf das Ergebnis des Vorjahres um 3,1%, was real einem Anstieg um 2,1% entspricht. Auch im Sortimentseinzelhandel mit Nahrungs- und Genussmitteln ist der nominale Umsatz mit 3,0% überproportional stark gewachsen (real + 0,4%). Die Belebung im Vergleich zum Vorjahr ist wohl in erster Linie auf Umsatzgewinne zu Lasten des Einzelhandels mit kosmetischen Erzeugnissen und Körperpflegemitteln zurückzuführen. Dabei profitierten sie von der Insolvenz des Marktführers im Drogeriemarktbereich. Speziell an Standorten in der Nachbarschaft geschlossener Läden haben sich vor allem die auf die Nahversorgung fokussierten Supermärkte verstärkt im Vertrieb von Drogerieartikeln engagiert. Die Umsätze des Einzelhandels mit kosmetischen Erzeugnissen und Körperpflegemitteln sind infolge dieses Sondereffekts um nominal 9,1 und real 9,7% gesunken, obwohl die übrigen Betreiber von Drogeriemärkten ihre Umsätze deutlich steigern konnten. Teilweise traten bei den verbleibenden Firmen Engpässe in der Logistik auf. Zu Umsatzseinbußen von nominal 3,2 und real 5,1% kam es im Einzelhandel mit Büchern. Auch der Einzelhandel mit Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikeln verfehlte das Vorjahresergebnis (2012/2011: nominal - 1,7%; real - 2,9%).

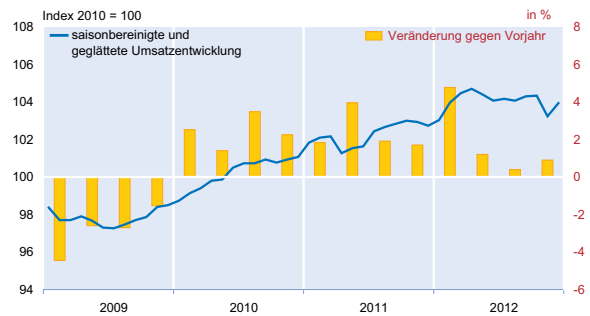
Die überwiegend im katalog- und internetbasierten Versandhandel tätigen Unternehmen gewannen mit einem

**Abb. 1**  
Entwicklung der nominalen Umsätze im Einzelhandel (ohne Kfz-Handel)



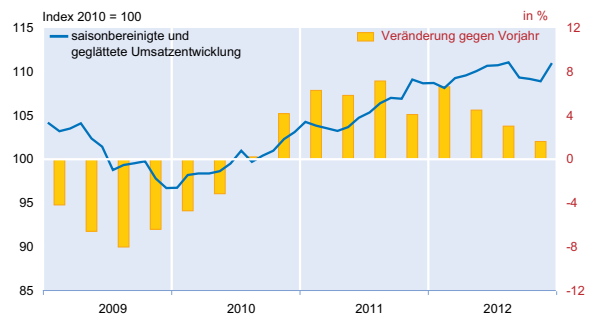
Quelle: Statistisches Bundesamt; Berechnungen des ifo Instituts.

**Abb. 2**  
Entwicklung der nominalen Umsätze im stationären Einzelhandel



Quelle: Statistisches Bundesamt; Berechnungen des ifo Instituts.

**Abb. 3**  
Entwicklung der nominalen Umsätze im Katalog- und Internetversandhandel



Quelle: Statistisches Bundesamt; Berechnungen des ifo Instituts.

Umsatzanstieg von nominal 3,8 und real 3,4% zwar Marktanteile, allerdings haben die Auftriebskräfte nachgelassen (2011/2010: nominal + 5,7%; real + 6,4%) (Abb. 3). Unberücksichtigt bleibt dabei das Umsatzwachstum, das Unternehmen des stationären Einzelhandels im Internet erzielten. Diese Firmen engagieren sich zunehmend im Online-Geschäft, um an dessen Expansion zu partizipieren. Ihr Ziel ist die Bedienung der Kunden sowohl via Ladengeschäft als auch online. Damit werden sie dem sich ändernden Kaufverhalten der Konsumenten gerecht. Vor allem zentral gesteuerte Filialsysteme des Nicht-Nahrungsmittelhandels (z.B. Schuhhandel, Spielwarenhandel und Buchhandel) nutzen die Verknüpfung des stationären Geschäfts mit dem internetbasierten Versandhandel. Die hauptsächlich an Verkaufsständen und auf Märkten tätigen Firmen (teilweise direkt vermarktende Erzeuger) konnten ihren nominalen Umsatz um 1,8% steigern. Real ergab sich allerdings ein Rückgang um 1,6%. Einen Umsatzanstieg von nominal 8,8 und real 1,4% verzeichneten die Unternehmen des »sonstigen Einzelhandels«. Diese Kategorie umfasst unter anderem den Haustürverkauf (mobile Verkaufsstellen) und den Automatenverkauf.

**ifo-GfK-Konsumreport** ISSN 1865-4541

Herausgeber: ifo Institut, Poschingerstraße 5, 81679 München, Postfach 86 04 60, 81631 München,  
Telefon (089) 92 24-0, Telefax (089) 98 53 69, [www.cesifo-group.de](http://www.cesifo-group.de).

und

GfK Marktforschung,

Nordwestring 101, 90319 Nürnberg,

Telefon (0911) 395-0, Telefax (0911) 39 52 09, [www.gfk.de](http://www.gfk.de)

Redaktion: Dr. Klaus Wohlrabe (ifo Institut).

Vertrieb: ifo Institut.

Erscheinungsweise: monatlich.

Bezugspreis Jahresabonnement: € 75,-

Preis des Einzelheftes: € 7,-

jeweils zuzüglich Versandkosten.

Layout, Satz und Druck: ifo Institut.

Nachdruck und sonstige Verbreitung (auch auszugsweise):

nur mit Quellenangabe und gegen Einsendung eines Belegexemplars.

