

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

September 2013

## ifo Institut Einzelhandel: Geschäftsklima verbessert

Die teilnehmenden Einzelhandelsunternehmen zeigten sich im September zufriedener mit ihrer Geschäftslage. Insbesondere die Erwartungen fielen erheblich optimistischer aus und sind auf den höchsten Wert seit Februar 2011 gestiegen.

## GfK Marktforschung

GfK-Indikatoren Anschaffungs- und Sparneigung im August 2013

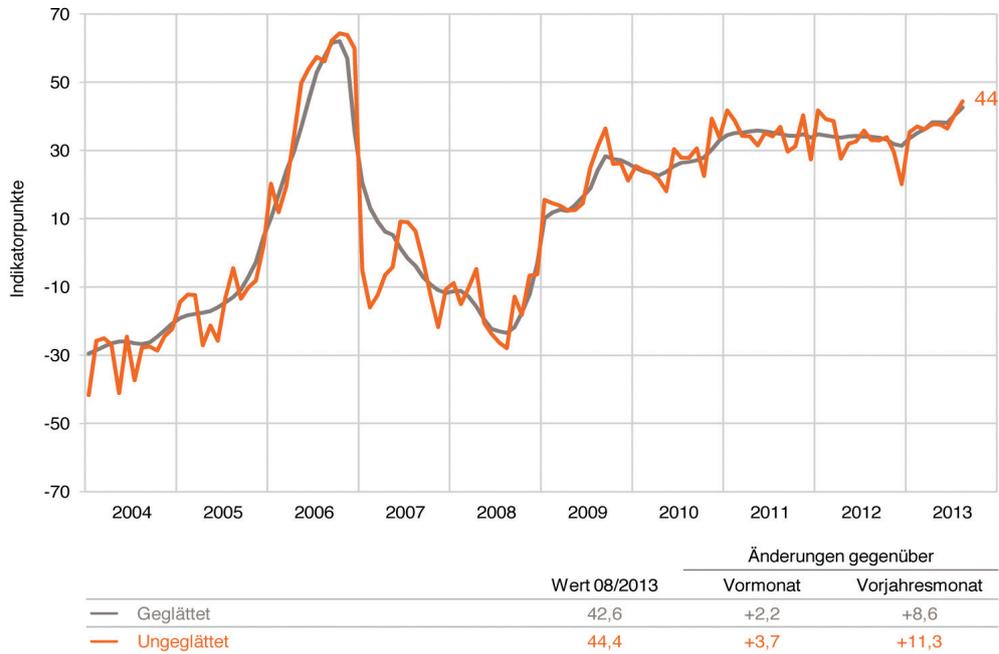
## ifo Schwerpunktthema Katalog- und internetbasierter Versandhandel mit Markt- anteilsgewinnen

von Josef Lachner, ifo Institut



## Anschaffungsneigung im August

### Anschaffungsneigung



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



1

## Sparneigung im August

### Sparneigung

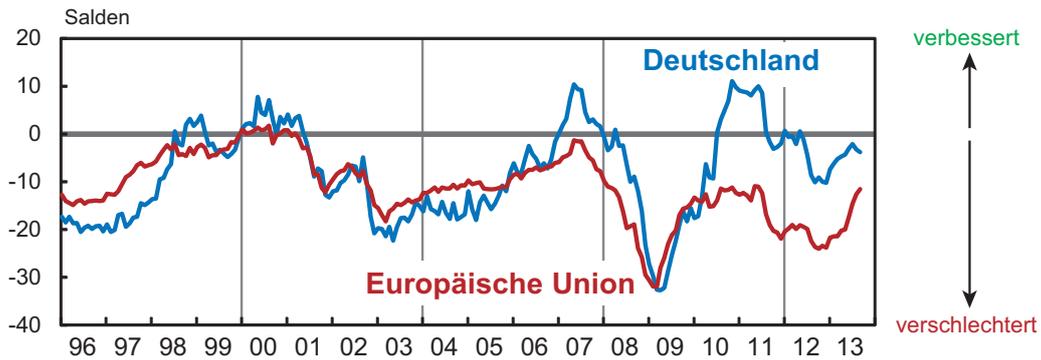


Quelle: GfK, EU-Kommission  
© GfK 2013 | Konsumklima MAXX | Deutschland

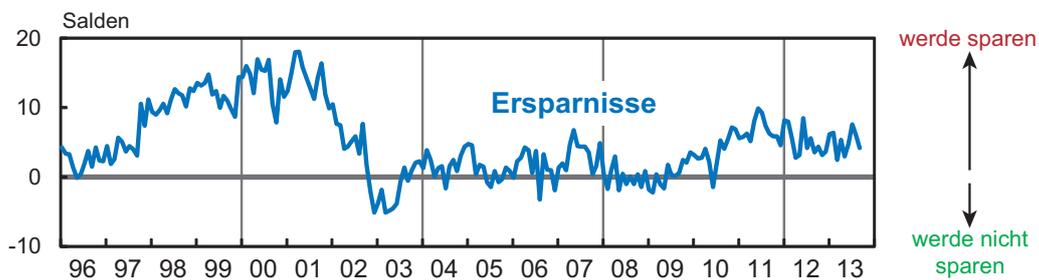
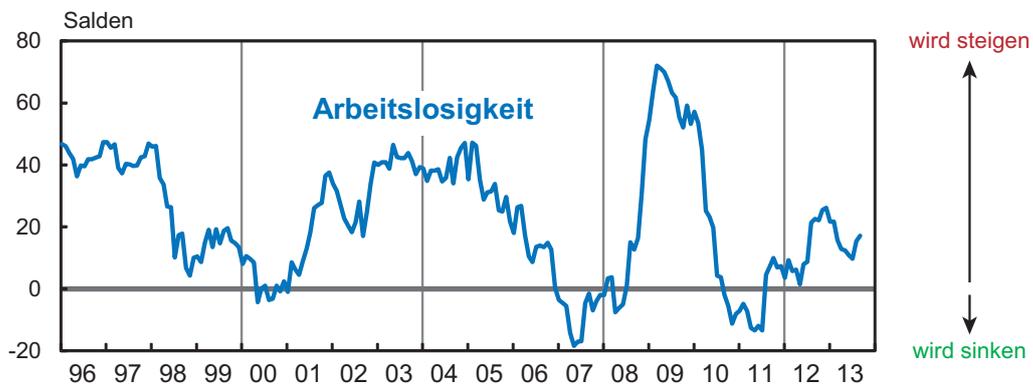
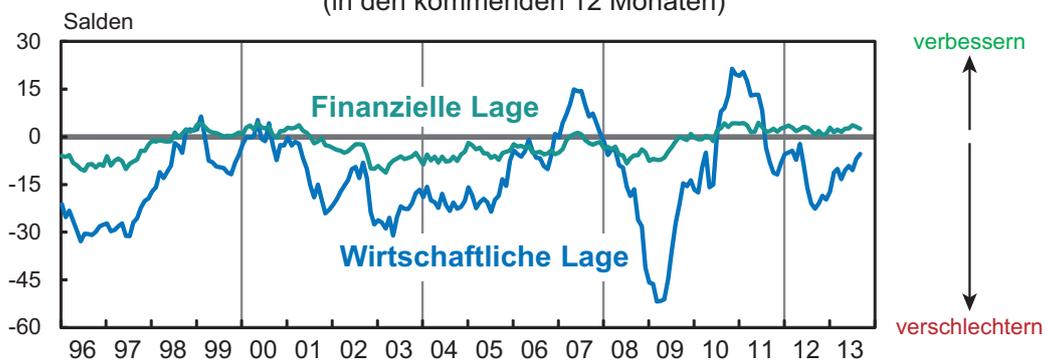


2

### 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: Optimistische Erwartungen**

Der Geschäftsklimaindikator für den Einzelhandel ist im September merklich gestiegen. Die Testteilnehmer beurteilten ihre aktuelle Geschäftslage positiver als im Vormonat und auch bezüglich des zukünftigen Geschäftsverlaufs äußerten sie sich deutlich optimistischer. Die Händler planten für die nächsten Monate nicht mehr ganz so zahlreich, die Verkaufspreise anzuheben. Die Personalpläne blieben leicht expansiv ausgerichtet.

Im **Gebrauchsgüterbereich** hat sich das Geschäftsklima aufgrund weniger negativer Urteile zur Geschäftslage und einer nicht mehr so pessimistischen Einschätzung der Perspektiven deutlich verbessert. Angesichts etwas verringerter Lagerbestände wollten sich die Unternehmen bei den Bestellungen nicht mehr so stark zurückhalten. Der Geschäftsklimaindikator im Einzelhandel mit *Möbeln, Einrichtungsgegenständen und Hausrat* ist geringfügig gestiegen. Der weniger negativ beurteilten Geschäftssituation standen pessimistischere Einschätzungen des weiteren Geschäftsverlaufs gegenüber. Im Bereich *Metallwaren, Bau- und Heimwerkerbedarf* hat sich das Geschäftsklima ebenfalls verbessert, da die zuversichtlichen Meldungen bezüglich der zukünftigen Geschäftsentwicklung deutlich zunahmten. Im Elektroeinzelhandel hat sich das Geschäftsklima für den Teilbereich *weiße Ware* leicht erholt. Die derzeitige Geschäftslage verbesserte sich trotz des hohen Lagerdrucks. Bezüglich der Geschäftsentwicklung in den kommenden Monaten nahm aber die Skepsis weiter zu. Zum ersten Mal seit vier Monaten sahen die befragten Firmen Spielraum, die Verkaufspreise erhöhen zu können. In der Sparte *Unterhaltungselektronik* ist der Geschäftsklimaindikator gestiegen. Die Testteilnehmer waren wesentlich weniger unzufrieden mit dem aktuellen Geschäftsverlauf. Im Einzelhandel mit *Computern, Hard- und Software* verbesserte sich das Geschäftsklima, da die Firmenmeldungen zu den Geschäftserwartungen zuversichtlicher ausfielen. Im Bereich *Uhren, Schmuck und Edelmetallwaren* vermehrten sich die negativen Meldungen zur aktuellen Geschäftslage und auch den zukünftigen Geschäftsverlauf wurde wesentlich pessimistischer eingeschätzt.

Der Geschäftsklimaindikator im **Verbrauchsgüterbereich** ist gestiegen. Die Geschäftslage wurde nicht mehr ganz so negativ bewertet und im Hinblick auf das kommende halbe Jahr keimte Zuversicht auf. Da die Lagerbestände unverändert hoch blieben, beabsichtigten die Unternehmen weniger Waren zu bestellen. Die Händler planten nur noch vereinzelt, die Preise zu erhöhen. Im Einzelhandel mit *Textilien und Bekleidung* verbesserte sich das Geschäftsklima. Zwar schätzten die Händler die aktuelle Situation etwas weniger negativ ein, sie blickten aber mit größerem Pessimismus auf die weitere Geschäftsentwicklung. Sowohl die Personal- als auch die Orderpläne

beinhalteten weitere Kürzungen. Im *Schuheinzelhandel* ist der Geschäftsklimaindikator merklich gestiegen. Aufgrund der guten Umsatzentwicklung überwogen zum ersten Mal seit Oktober vergangenen Jahres die positiven Meldungen zur aktuellen Geschäftslage. Auch dem zukünftigen Geschäftsverlauf sahen die Unternehmen spürbar weniger skeptisch entgegen. Das Geschäftsklima im Bereich *Sport- und Campingartikel* verbesserte sich ebenso merklich. Die Händler zeigten sich im Großen und Ganzen sehr zufrieden mit der derzeitigen Situation. Die Aussichten erschienen ihnen vielversprechend. Im Einzelhandel mit *Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikeln* ist der Geschäftsklimaindikator gestiegen, ausschlaggebend dafür waren weniger negative Urteile zur momentanen Geschäftslage.

Im **Kfz-Einzelhandel** ist der Geschäftsklimaindikator das dritte Mal in Folge gestiegen. Die Lageurteile fielen weniger negativ aus und den kommenden Monaten blickten die Unternehmen nicht mehr so pessimistisch entgegen. Im Kraftwagenhandel setzte sich die Aufwärtsentwicklung fort. Die *Neuwagenhändler* bewerteten sowohl die aktuelle Lage als auch die Perspektiven weniger ungünstig als im Vormonat. Im *Gebrauchtwagengeschäft* bezeichneten die Händler die momentane Geschäftssituation als gut und bei den Geschäftserwartungen kehrte die Zuversicht zurück. Im Bereich *Kraftwagenteile und -zubehör* hat sich das Geschäftsklima dagegen stark eingetrübt. Die Einzelhändler berichteten zunehmend von einer ungünstigen Geschäftslage und rechneten auch mit einer Verschlechterung der Gesamtsituation in den nächsten Monaten.

Das Geschäftsklima im **Nahrungs- und Genussmitteleinzelhandel** hat sich leicht abgekühlt, da die befragten Unternehmen die momentane Geschäftslage weniger gut bewerteten. Die Perspektiven für das kommende halbe Jahr wurden aber erneut besser eingeschätzt. Die Unternehmen planten nicht mehr so häufig, die Verkaufspreise anzuheben. Sowohl die Personal- als auch die Orderpläne waren expansiv ausgerichtet.

**Konsumgüterindustrie: Aufgehellte Geschäftserwartungen**

Im Konsumgüterbereich ist der Geschäftsklimaindikator leicht gestiegen. Die Unternehmen waren trotz der nicht mehr ganz so günstigen Nachfragesituation weiterhin zufrieden mit der momentanen Geschäftslage. Da die Geschäftsaussichten deutlich aufgehellt haben, revidierten die Firmen ihre Produktionspläne nach oben. In Bezug auf das Exportgeschäft wurden auch positivere Impulse erwartet.

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.	+ 6,4	+ 3,8	+ 10,7	+ 7,0	+ 2,3	+ 3,0	+ 5,8	+ 5,2	+ 18,0
GH-Konsumgüter	+ 4,2	- 5,6	- 0,2	+ 5,1	- 12,8	- 10,0	+ 3,2	+ 1,4	+ 9,0
Konsumgüter (Gebr.- u. Verbr.güter)	+ 12,4	+ 2,1	+ 9,7	+ 20,1	- 1,0	+ 5,0	+ 4,9	+ 5,0	+ 14,0

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

ifo Institut; Monat **September** 2013.

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

	Geschäftsklima			Geschäftslage Beurteilung			Geschäftslage Erwartungen		
	akt. Monat	Diff. Vormonat	Diff. Vorjahr	akt. Monat	Diff. Vormonat	Diff. Vorjahr	akt. Monat	Diff. Vormonat	Diff. Vorjahr
Verarbeitendes Gewerbe	11.9	0.7	16.1	15.2	-1.1	3.0	8.6	2.3	28.0
Vorleistungsgüter	9.3	1.4	17.1	9.7	-0.6	2.0	8.9	3.4	31.0
Investitionsgüter	14.0	-0.7	20.4	17.1	-2.8	4.0	10.9	1.3	35.0
Konsumgüter (Gebr.-u. Verbr.güt.)	12.4	2.1	9.7	20.1	-1.0	5.0	4.9	5.0	14.0
Gebrauchsgüter	9.0	8.0	8.2	6.2	7.7	-4.0	11.8	8.4	20.0
Verbrauchsgüter	12.9	0.4	9.6	22.8	-3.3	7.0	3.5	3.7	12.0
Ernährungsgew.u. Tabakverarb.	9.4	-3.3	7.0	15.9	-5.9	8.0	3.1	-1.0	6.0
H. v. Textilien	1.3	12.6	17.2	4.3	19.9	12.0	-1.8	5.3	22.0
Herst. von Bekleidung	-7.1	5.6	5.2	-0.9	-2.9	1.0	-13.1	13.3	9.0
H.v. Leder, Lederwaren, Schuhen	10.2	9.9	3.2	24.8	18.5	0.0	-3.5	2.2	6.0
H.v. Holz-, Flecht-, Korbwaren (oh. Möbel)	0.1	-2.3	4.1	8.3	0.1	1.0	-7.8	-4.6	7.0
H.v. Papier, Pappe u. Waren daraus	5.6	6.3	3.7	3.4	-1.6	-8.0	7.8	14.1	15.0
Druckerz., Vervielf.v. Ton-, Bild-, Datenträg.	-8.2	0.7	6.6	-1.4	5.7	4.0	-14.7	-4.1	9.0
Mineralölverarbeitung	-6.5	-20.5	-5.4	-34.3	-28.4	-67.0	26.0	-10.0	56.0
H.v. chem. Erzeugnissen	12.7	1.7	8.9	19.6	0.2	-5.0	5.9	3.1	21.0
H.v. pharmazeut. Erzeugnissen	39.3	5.3	16.3	65.1	-5.9	10.0	15.9	14.0	21.0
H.v. Gummi- u. Kunststoffwaren	15.8	1.1	14.8	21.7	0.8	1.0	10.1	1.3	27.0
Glasgew., Keramik, V.v. Stein.u. Erd	16.4	-4.2	21.4	15.5	-5.2	8.0	17.2	-3.3	34.0
Metallerzeugung u. -bearbeitung	-13.0	7.2	12.9	-32.9	7.0	-1.0	9.3	7.2	29.0
Herst. von Metallerzeugnissen	9.1	0.2	23.4	13.1	-2.0	3.0	5.3	2.2	41.0
Maschinenbau	11.7	1.5	11.4	11.4	-7.0	-9.0	12.0	9.6	30.0
H.v. DV-Gerät., elektron. u. opt. Erzeug	18.8	-3.1	16.2	19.6	-5.3	0.0	18.0	-1.0	31.0
H.v. elektr. Ausrüstungen	12.4	-0.8	17.0	13.4	-3.0	4.0	11.5	1.4	29.0
Herst.v. Kraftwagen und -teilen	19.2	0.2	38.9	28.5	3.4	27.0	10.3	-2.9	49.0
Sonstiger Fahrzeugbau	9.5	9.1	14.7	14.9	16.9	9.0	4.2	1.4	20.0
Herst. von Möbeln	-12.7	-3.5	-4.8	-18.3	-2.4	-21.0	-6.8	-4.7	11.0

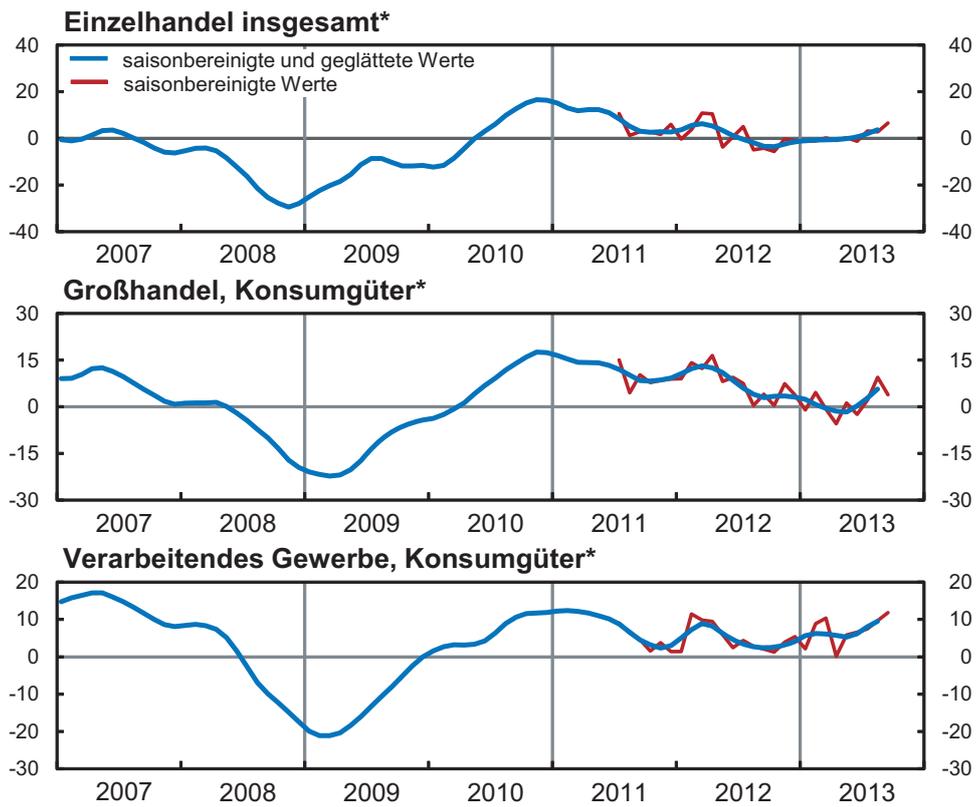
Geschäftsklima = Durchschnitt der Salden aus den Prozentsätzen der positiven und negativen Meldungen zu den Größen »Geschäftslage-Beurteilung« und »Geschäftserwartungen«. ifo Institut; Monat **September** 2013.

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

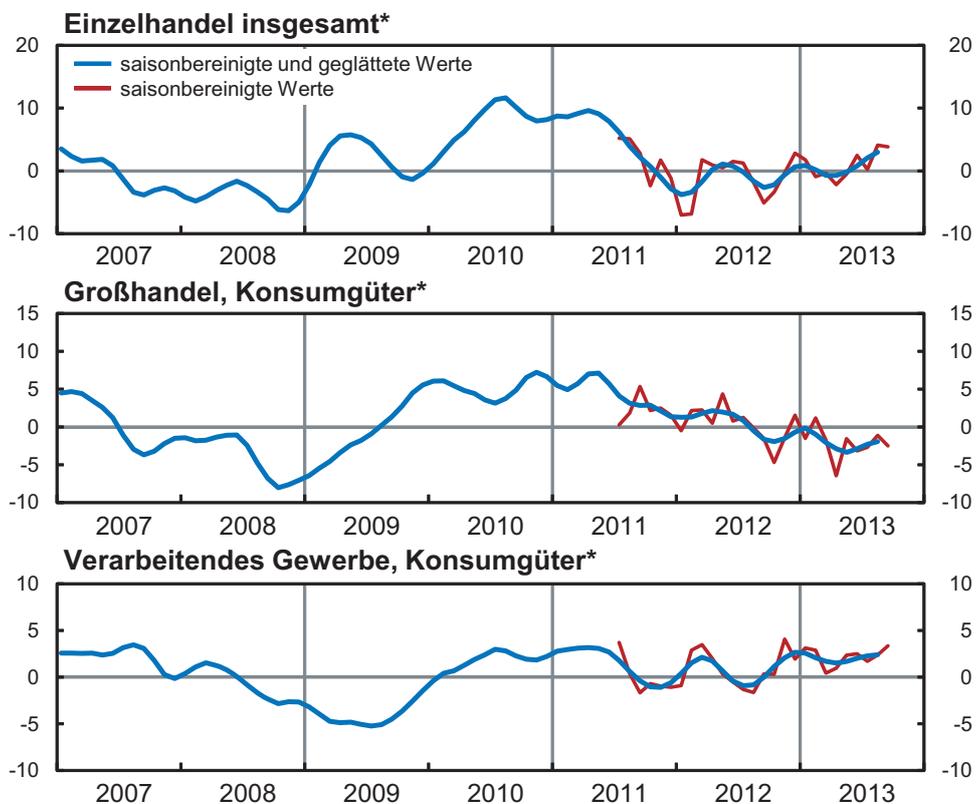
	Geschäftsklima			Geschäftslage Beurteilung			Geschäftslage Erwartungen		
	akt.Monat	Diff.Vormonat	Diff.Vorjahr	akt.Monat	Diff.Vormonat	Diff.Vorjahr	akt.Monat	Diff.Vormonat	Diff.Vorjahr
Verarbeitendes Gewerbe	11.9	0.7	16.1	15.2	-1.1	3.0	8.6	2.3	28.0
Vorleistungsgüter	9.3	1.4	17.1	9.7	-0.6	2.0	8.9	3.4	31.0
Investitionsgüter	14.0	-0.7	20.4	17.1	-2.8	4.0	10.9	1.3	35.0
Konsumgüter (Gebr.-u.Verbr.güt.)	12.4	2.1	9.7	20.1	-1.0	5.0	4.9	5.0	14.0
Gebrauchsgüter	9.0	8.0	8.2	6.2	7.7	-4.0	11.8	8.4	20.0
Verbrauchsgüter	12.9	0.4	9.6	22.8	-3.3	7.0	3.5	3.7	12.0
Ernährungsgew.u.Tabakverarb.	9.4	-3.3	7.0	15.9	-5.9	8.0	3.1	-1.0	6.0
H. v. Textilien	1.3	12.6	17.2	4.3	19.9	12.0	-1.8	5.3	22.0
Herst. von Bekleidung	-7.1	5.6	5.2	-0.9	-2.9	1.0	-13.1	13.3	9.0
H.v. Leder, Lederwaren, Schuhen	10.2	9.9	3.2	24.8	18.5	0.0	-3.5	2.2	6.0
H.v. Holz-, Flecht-, Korbwaren (oh.Möbel)	0.1	-2.3	4.1	8.3	0.1	1.0	-7.8	-4.6	7.0
H.v. Papier, Pappe u. Waren daraus	5.6	6.3	3.7	3.4	-1.6	-8.0	7.8	14.1	15.0
Druckerz., Vervielf.v.Ton-,Bild-,Datenträg.	-8.2	0.7	6.6	-1.4	5.7	4.0	-14.7	-4.1	9.0
Mineralölverarbeitung	-6.5	-20.5	-5.4	-34.3	-28.4	-67.0	26.0	-10.0	56.0
H.v. chem. Erzeugnissen	12.7	1.7	8.9	19.6	0.2	-5.0	5.9	3.1	21.0
H.v.pharmazeut.Erzeugnissen	39.3	5.3	16.3	65.1	-5.9	10.0	15.9	14.0	21.0
H.v.Gummi- u. Kunststoffwaren	15.8	1.1	14.8	21.7	0.8	1.0	10.1	1.3	27.0
Glasgew.,Keramik,V.v.Stein.u.Erd	16.4	-4.2	21.4	15.5	-5.2	8.0	17.2	-3.3	34.0
Metallerzeugung u. -bearbeitung	-13.0	7.2	12.9	-32.9	7.0	-1.0	9.3	7.2	29.0
Herst. von Metallerzeugnissen	9.1	0.2	23.4	13.1	-2.0	3.0	5.3	2.2	41.0
Maschinenbau	11.7	1.5	11.4	11.4	-7.0	-9.0	12.0	9.6	30.0
H.v.DV-Gerät., elektron. u. opt. Erzeug	18.8	-3.1	16.2	19.6	-5.3	0.0	18.0	-1.0	31.0
H.v. elektr. Ausrüstungen	12.4	-0.8	17.0	13.4	-3.0	4.0	11.5	1.4	29.0
Herst.v.Kraftwagen und -teilen	19.2	0.2	38.9	28.5	3.4	27.0	10.3	-2.9	49.0
Sonstiger Fahrzeugbau	9.5	9.1	14.7	14.9	16.9	9.0	4.2	1.4	20.0
Herst. von Möbeln	-12.7	-3.5	-4.8	-18.3	-2.4	-21.0	-6.8	-4.7	11.0

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

September 2013/1

Indikator	Quelle/Einh.	Jahr	Jan	Feb	März	Apr	Mai	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Dez
<b>Konsumsektor</b>														
Privater Verbrauch *)	AS Mrd. EUR	2012	367,6	371,8	381,3	392,3	393,4	391,5						
Veränderung gegenüber Vorjahr	AS %	2012	3,5	2,1	1,7	2,9	2,2	2,2	2,0	1,7	1,9	2,2	2,0	2,0
		2013	1,1	2,9	2,9	2,9	2,9	2,9	2,9	2,9	2,9	2,9	2,9	2,9
Konsumentenkredite 4) *)	BBK Mrd. EUR	2012	227,7	223,0	226,8	223,0	227,5	224,6						
Ersparnis in % des verfügbaren Einkommens	BBK %	2012	10,4	10,5	10,5	10,3	10,3	10,1						
		2013	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0						
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	1,4	1,2	1,5	1,8	1,9	1,5	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	1,1	1,1	1,3	1,4	1,5	1,0	1,0	1,3	1,4	1,4
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	4,0	13,0	11,0	13,0	20,0	16,0	13,0	14,0	18,0
<b>Verarbeitendes Gewerbe ***)</b>														
Geschäftsklima 1) 2)	KT Salden 3)	2012	11,7	15,3	11,6	13,9	14,1	8,0	7,9	-6,8	0,8	-13,3	-5,0	4,6
Hersteller von Verbrauchsgütern		2013	-0,8	8,4	5,4	-6,9	-1,0	2,3	7,4	0,9	9,0	3,3	5,1	6,4
Hersteller von Verbrauchsgütern	KT Salden 3)	2012	0,0	11,9	10,6	9,5	5,4	1,8	5,1	4,8	3,3	5,1	6,4	6,1
		2013	3,2	9,7	12,1	2,7	7,7	7,8	7,5	12,5	12,9	12,5	12,5	12,9
<b>Großhandel ****)</b>														
Konsumgüter 2)	KT Salden 3)	2012	9,3	14,4	12,6	16,8	8,5	9,8	7,8	0,8	4,4	0,7	7,8	4,1
Geschäftsklima 1)		2013	-0,6	5,0	-0,4	-5,0	1,5	-2,1	2,4	9,7	4,2	0,7	7,8	4,1
Geschäftslage	KT Salden 3)	2012	13,3	23,2	17,7	25,4	15,9	17,9	14,9	7,9	15,1	6,4	16,5	13,5
		2013	2,4	13,2	5,8	-2,5	5,9	-1,1	5,9	17,9	5,1	6,4	16,5	13,5
Geschäftserwartung	KT Salden 3)	2012	5,4	6,0	7,6	8,5	1,3	1,9	1,0	-6,2	-5,8	-4,8	-0,6	-4,8
		2013	-3,6	-3,0	-6,4	-7,5	-2,7	-3,0	-1,0	1,8	3,2	-4,8	-0,6	-4,8
<b>Einzelhandel****)</b>														
Geschäftsklima 1) 2)	KT Salden 3)	2012	-0,3	3,6	10,6	10,3	-3,8	0,5	4,9	-5,0	-4,3	-5,7	-0,4	-1,2
EH insgesamt		2013	-1,1	-1,2	0,0	-1,0	0,2	-1,3	3,0	2,6	6,4	-5,7	-0,4	-1,2
Gebrauchsgüter	KT Salden 3)	2012	3,3	0,6	2,3	-0,9	-8,1	-9,2	-12,9	-17,0	-12,9	-13,5	-14,2	-16,2
		2013	-10,7	-18,2	-15,9	-16,4	-11,5	-12,5	-9,9	-10,5	-3,3	-13,5	-14,2	-16,2
Verbrauchsgüter	KT Salden 3)	2012	-15,7	-8,2	0,2	-1,6	-19,0	-11,6	-8,6	-18,4	-19,6	-15,7	-15,9	-11,6
		2013	-11,6	-8,6	-8,6	-15,8	-4,0	-9,0	-8,8	-5,4	-1,1	-15,7	-15,9	-11,6
Nahrungs- und Genussmittel, Getränke	KT Salden 3)	2012	9,5	25,1	32,2	36,3	14,4	23,2	39,7	27,1	23,7	13,5	35,1	30,9
		2013	22,4	31,9	30,7	30,1	20,4	17,1	28,1	27,1	25,4	13,5	35,1	30,9
Geschäftslage 2)	KT Salden 3)	2012	16,0	37,4	43,8	49,4	25,0	36,8	49,3	44,8	42,5	38,8	51,8	41,2
		2013	26,1	39,4	40,9	50,5	32,0	23,8	47,3	36,8	30,5	38,8	51,8	41,2
Geschäftserwartungen 2)	KT Salden 3)	2012	3,2	13,5	21,2	23,8	4,3	10,3	30,4	10,8	6,3	-9,2	19,4	20,9
		2013	18,8	24,7	21,0	11,4	9,4	10,6	10,4	17,8	20,3	-9,2	19,4	20,9

September 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 %	2012	5,4	5,0	6,9	-0,7	-0,5	7,4	2,4	2,1	-2,6	4,4	1,3	-3,4
		2013	2,2	-3,9	-5,8	5,2	0,7	-0,7						
Einzelhandel im engeren Sinne 6)	AS %	2012	3,3	3,8	6,7	-4,0	1,4	6,0	0,3	2,5	-1,0	2,9	2,0	-1,5
		2013	3,5	-1,8	-1,9	2,9	1,7	-1,1	5,1					
<b>Umsatzentwicklung nach Branchen 5)</b>														
<b>Verbrauchsgüter</b>														
Einzelhandel mit Nahrungs- und Genussmitteln, Getränken und Tabakwaren (in Verkaufsräumen)	AS %	2012	2,7	4,1	5,7	-4,5	0,7	4,1	-1,2	4,2	-2,3	3,6	2,5	-2,2
		2013	5,3	-1,8	-1,1	-0,1	-0,8	-2,1	6,1					
Einzelhandel mit Textilien, Bekleidung und Schuhen	AS %	2012	5,7	0,6	11,8	-9,6	0,0	4,3	-0,5	0,0	5,8	-2,8	-2,1	-2,7
		2013	1,6	-1,4	-9,8	5,2	0,9	4,9	3,5					
Apotheken	AS %	2012	5,0	4,8	4,3	-0,1	-1,8	5,1	0,3	-2,0	-7,7	3,1	-0,4	-6,5
		2013	3,6	-0,5	-4,1	6,8	0,2	-2,1	6,3					
Einzelhandel mit Büchern	AS %	2012	-2,3	-5,2	0,4	1,9	-9,4	-4,5	-3,1	-1,9	-8,2	1,2	-6,9	-6,4
		2013	-1,1	-5,2	1,7	-6,2	0,3	-4,6	-0,7					
Einzelhandel mit Zeitschriften, Zeitungen, Schreibwaren und Bürobedarf	AS %	2012	-1,9	-4,7	-3,2	-2,8	-4,2	2,7	2,0	5,3	-5,1	-0,4	-0,3	-4,5
		2013	3,0	-2,7	-0,7	1,6	-2,8	-2,6	-0,1					
<b>Gebrauchsgüter</b>														
Einzelhandel mit Möbeln, Einrichtungsgegenständen und sonstigem Hausrat	AS %	2012	4,3	0,9	3,2	1,3	-2,7	8,1	1,2	5,8	0,1	4,4	2,9	-5,8
		2013	1,4	-0,5	-2,8	4,9	2,7	-2,9	-1,1					
Einzelhandel mit elektrischen Haushaltsgeräten	AS %	2012	2,0	7,4	5,4	8,5	1,1	8,0	0,2	-1,0	-9,4	3,3	-4,2	-12,2
		2013	-3,8	-9,5	-2,9	4,1	-7,5	-3,8	-2,6					
Einzelhandel mit Geräten der Informations- u. Kommunikationstechnik (in Verkaufsräumen)	AS %	2012	-5,7	-0,3	5,8	4,4	-2,7	10,8	-1,1	-2,8	-2,1	0,5	0,1	-4,5
		2013	-1,8	-4,6	-1,0	-3,3	-3,9	-12,0	-6,8					
Einzelhandel mit Metallwaren, Anstrichmitteln, Bau- und Heimwerkerbedarf	AS %	2012	4,0	0,3	9,6	-9,5	-0,7	6,4	3,5	2,7	-4,2	0,9	-2,8	-6,2
		2013	-1,7	-6,3	-24,0	2,7	-2,2	-1,4	5,0					
Einzelhandel mit Spielwaren	AS %	2012	2,7	0,2	10,1	-4,6	-2,7	2,4	-0,9	1,5	-5,8	1,6	-4,3	-2,4
		2013	6,1	-3,6	11,1	-18,8	1,3	-5,7	-0,1					
Einzelhandel mit Uhren und Schmuck	AS %	2012	1,5	9,7	10,3	6,0	1,9	15,4	8,9	-7,7	-5,9	14,7	6,6	-10,5
		2013	8,3	-10,9	-0,9	-4,8	-11,5	-12,4	-13,9					

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, einsch. Hypothekarkredite.

5) Umsatz nominal - Veränderung gegenüber dem Vorjahreszeitraum.

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

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

**Katalog- und internetbasierter Versandhandel mit Marktanteilsgewinnen**

von Josef Lachner, ifo Institut

Die nominalen Umsätze des Einzelhandels (ohne Handel mit Kraftfahrzeugen) blieben im Jahr 2012 nach einer Belebung im ersten Quartal bis zum Herbst weitgehend unverändert. Erst gegen Jahresende tendierten sie wieder leicht nach oben. Im ersten Tertial 2013 setzte sich die Aufwärtsentwicklung fort, zur Jahresmitte trat eine Stabilisierung ein (vgl. Abb. 1). Nach einem Plus von nominal 2,1 und real 0,2% im Jahr 2012 übertrafen die Umsätze in den ersten sieben Monaten das Ergebnis des entsprechenden Vorjahreszeitraums nominal um 1,5%. Der Zuwachs ist allerdings ausschließlich auf gestiegene Verkaufspreise zurückzuführen; real, also zu konstanten Preisen, entsprachen die Umsätze weitgehend dem Stand des Vorjahres.

Die einzelnen Vertriebstypen und Fachsparten waren durch recht unterschiedliche Umsatzveränderungen gekennzeichnet. Die in erster Linie stationären Einzelhandel betreibenden Unternehmen verzeichneten eine lediglich durch eine Schwäche im März unterbrochene Aufwärtsentwicklung (vgl. Abb. 2). Sie erzielten in den ersten sieben Monaten des Jahres 2013 nominale Umsätze die das Ergebnis des gleichen Vorjahreszeitraums um 1,0% übertrafen. Real ergab sich ein Rückgang um 0,6%. Innerhalb des stationären Einzelhandels stand der Einzelhandel mit medizinischen und orthopädischen Erzeugnissen einer besonders lebhaften Nachfrage gegenüber. Die Unternehmen dieser Sparte verzeichneten einen Umsatzzuwachs von nominal 3,7 und real 3,6%. Auch im Sortimentseinzelhandel mit Nahrungs- und Genussmitteln waren die nominalen Umsätze um 3,7% höher als im Vorjahr. Dieses Plus ist jedoch größtenteils auf erhöhte Verkaufspreise zurückzuführen. Real ergab sich ein Anstieg um 1,0%. Damit haben die Sortimenter wesentlich besser abgeschnitten als der Facheinzelhandel mit Nahrungs- und Genussmitteln, dessen nominale Umsätze, im Zeitraum von Januar bis Juli 2013 um 0,7% höher waren als vor Jahresfrist. Real waren sie um 2,3% niedriger. Ein Umsatzplus von nominal 1,9% erzielte der Einzelhandel mit Schuhen und Lederwaren (real: - 0,1%) und auch der Bekleidungseinzelhandel konnte sein nominales Umsatzergebnis um 0,5% steigern (real: - 0,7%). Beim Gros der dem Nicht-Nahrungsmittel-Einzelhandel zuzuordnenden Sparten waren die nominalen Umsätze in den ersten sieben Monaten niedriger als zur gleichen Zeit des Vorjahres. Besonders stark fiel das Minus im Einzelhandel mit Antiquitäten und Gebrauchsgütern aus. Die Geschäfte dieser Sparte verfehlten das Vorjahresergebnis nominal um 20,9% und real, infolge leicht gesunkener Verkaufspreise, sogar um 21,6%. Im Einzelhandel mit kosmetischen Erzeugnissen und Körperpflegemitteln waren die Umsätze nominal um 8,5 und real um 7,9% niedriger als im Vorjahr. Dabei muss berücksichtigt werden, dass zum Umsatzergebnis im ersten Halbjahr des Vorjahres noch der inzwischen insolvente Marktführer im Drogeriemarktbereich beigetragen hatte. Den übrigen Unternehmen dieser Einzelhandelssparte ist es nach der Schließung der Geschäfte auch aus Kapazitätsgründen nicht vollständig gelungen, den Umsatzrückgang in dieser Sparte auszugleichen. Vielerorts haben branchenfremde Geschäfte, wie Lebensmitteldiscounter, Super- und Verbrauchermärkte ihr Angebot an Körperpflegemitteln und Drogerieartikeln kräftig erweitert und auffälliger präsentiert. Zu einem deut-

Abb. 1

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



Quelle: Statistisches Bundesamt; Berechnungen des ifo Instituts.

Abb. 2

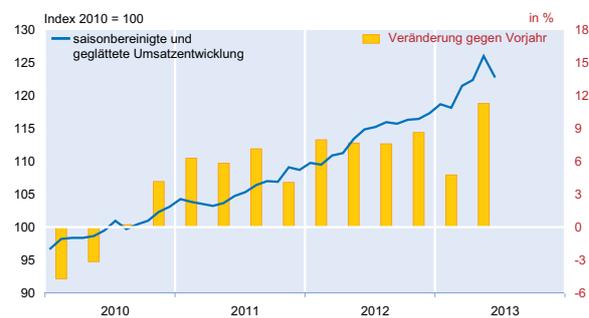
**Entwicklung der nominalen Umsätze im stationären Einzelhandel**



Quelle: Statistisches Bundesamt; Berechnungen des ifo Instituts.

Abb. 3

**Entwicklung der nominalen Umsätze im Katalog- und Internetversandhandel**



Quelle: Statistisches Bundesamt; Berechnungen des ifo Instituts.

lichen Umsatzminus ist es auch im stationären Einzelhandel mit Uhren und Schmuck gekommen. Hier wurde das Vorjahresergebnis nominal um 7,1 und real sogar um 13,6% verfehlt. In der Sparte »Einzelhandel mit Unterhaltungselektronik« ist der um 6,2% niedrigere nominale Umsatz vorwiegend auf gesunkene Verkaufspreise gegenüber dem Vorjahr zurückzuführen. Die Unternehmen waren aber auch mit einem um 1,5% niedrigeren realen Umsatz konfrontiert. Für das nominale Umsatzminus von 3,5% sind im Einzelhandel mit Datenverarbeitungsgeräten, peripheren Geräten und Software ausschließlich die gesunkenen Verkaufspreise verantwortlich. Real waren die Umsätze um 1,8% höher als im Vorjahr. Der Versandhandel, der sowohl Katalog- als auch Internetversender umfasst, verbuchte in den ersten sieben Monaten 2013 mit nominal 7,9 und real 7,1% eine wesentlich günstigere Umsatzentwicklung als der stationäre Einzelhandel und gewinnt Marktanteile. Nach einer kräftigen Umsatzbelebung verzeichneten die Unternehmen zur Jahresmitte allerdings einen leichten Rückgang (vgl. Abb. 3).

**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.

