

Branche im Fokus

Einzelhandel: Mit Schwung in das neue Jahr

Positive Entwicklung in 2011 lässt Handel auch für kommende Monate hoffen

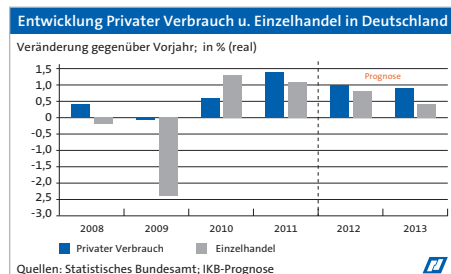
Nach eher durchwachsenem Weihnachtsgeschäft und witterungsbedingt verhaltenem Geschäftsverlauf in den letzten beiden Monaten ist das Resümee für das vergangene Jahr für den deutschen Handel versöhnlich bis zufriedenstellend. Die Branche kann auf ein Umsatzplus von knapp 3 % verweisen; keine Selbstverständlichkeit angesichts konjunktureller Unsicherheiten, welche die Verbraucher das gesamte Jahr hinweg begleitet haben. Aber die deutschen Konsumenten zeigten sich trotzdem oder gerade deshalb ausgabenfreudig. Getragen von der positiven Beschäftigungsentwicklung, stieg der Private Verbrauch 2011 deutlich an; real blieb bereinigt um Preissteigerungen ein Zuwachs von +1,4 %.

Die Einzelhandelsumsätze legten hingegen nur um etwa 1,2 % zu. Im Trend hält damit der Prozess des sinkenden Anteils des Einzelhandels am Privaten Verbrauch an. Die Vorzeichen für eine Fortsetzung der positiven Umsatzdynamik für das laufende Jahr sind aber nicht schlecht.

Die IKB geht davon aus, dass die Konsumausgaben 2012 um ca. 1 % steigen werden und 2013 in etwa gleicher Größenordnung. Unter der Voraussetzung, dass das Verbrauchervertrauen weiterhin stabil bleibt, sieht die Bank im angebrochenen Jahr einen realen Anstieg des Einzelhandelsumsatzes zwischen 0,5 %

und 1%. In den ersten 3 Monaten wird die Branche auch von einer im Vergleich zu 2011 höheren Zahl von Verkaufstagen profitieren.

Für den in der zweiten Jahreshälfte 2011 aus verschiedenen Gründen „schwächelnden“ Bekleidungshandel erwartet die IKB in 2012 einen besseren Verlauf, für den Food-Handel hingegen eher eine Seitwärtsbewegung. Das Thema Preisaggressivität wird die Branche



trotz positiver Rahmenbedingungen weiterhin begleiten. Die Lebensmittel-Discounter haben in der ersten Januarwoche bereits die erste Preissenkungsrunde eingeläutet.

Der Online-Handel wird auch 2012 um +5 % bis +7 % dynamisch wachsen und Umsätze aus dem stationären Geschäft ziehen. Das Rezept heißt nicht Kopf einziehen, sondern Multichannel-Strategie – nicht nur für große Anbieter.

[Johannes Sausen, IKB](#)

Impressum

IKB Deutsche Industriebank AG, Wilhelm-Böttzkes-Str. 1, 40474 Düsseldorf, **Redaktion:** Patrick von der Ehe, Tel.: +49 211 8221-4776, Fax: +49 211 8221-2776, E-Mail: redaktion@ikb.de

Verantwortlich für den Inhalt ist die IKB. Namentlich gekennzeichnete Fremdbeiträge geben nicht unbedingt die Meinung der Redaktion wieder. Weiterverbreitung nur mit schriftlicher Genehmigung.