

Herbst-Pressekonferenz

Stuttgart, 19. Oktober 2018
mit Ergebnissen der Mitgliederumfrage
zu Konjunktur und aktuellen Handelsthemen

Konjunktur und Verbraucherstimmung

- Gesamtwirtschaftlicher Aufschwung setzt sich fort, wenn auch mit etwas weniger Dynamik im 3./4. Quartal
- Verbraucherstimmung leicht eingetrübt aber auf ordentlichem Niveau (siehe nächste Seite Konsumbarometer)
- Privater Konsum bleibt Treiber der insgesamt starken gesamtwirtschaftlichen Entwicklung
- Trotz guter Rahmenbedingungen wie boomendem Arbeitsmarkt, guten Einkommen und niedriger Sparquote: nur mäßige Dynamik beim Konsum

- Umsatz Einzelhandel:

*klass.EH inkl. Tankstellen, Stat.Bundes- bzw. Landesamt)

	Bund (Jan-Aug 18)	Land (Jan-Aug 18)
nominal	+ 3 % nominal	+ 2,5 nominal
real	+ 1,4 % real	+ 0,8 real
Schätzung 2018	2,0 nom / 0,5 real	1,5 nom / 0 real

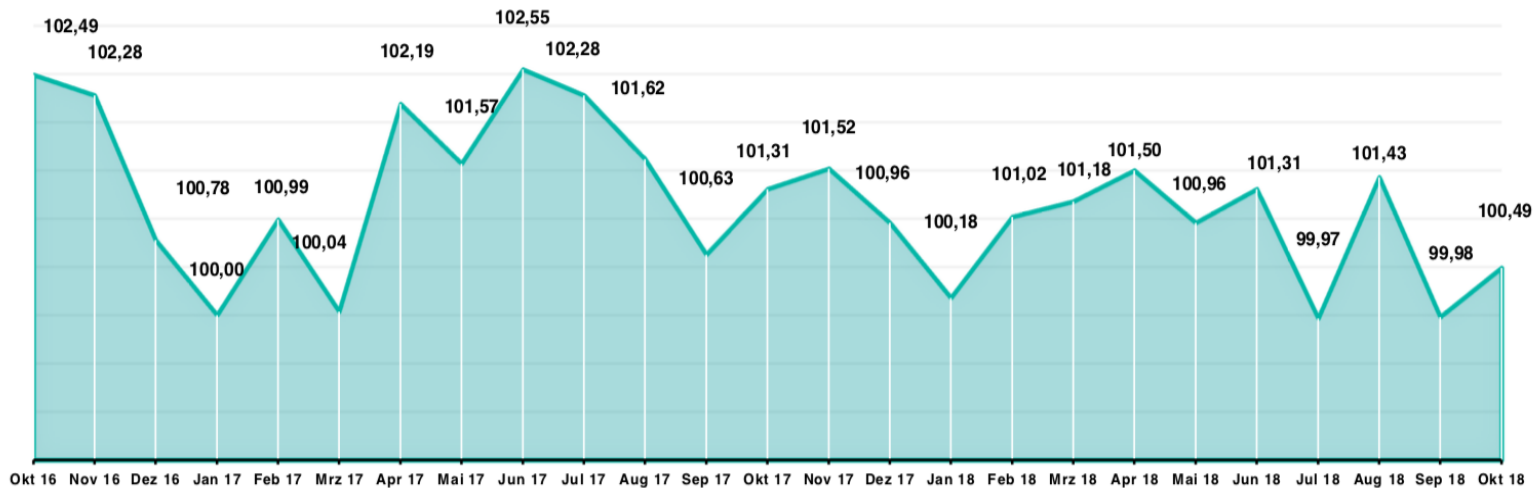
- Größter Umsatzgewinner mit + 10 % (geschätzt für 2018): Onlinehandel

Konsumbarometer



OKTOBER 2018

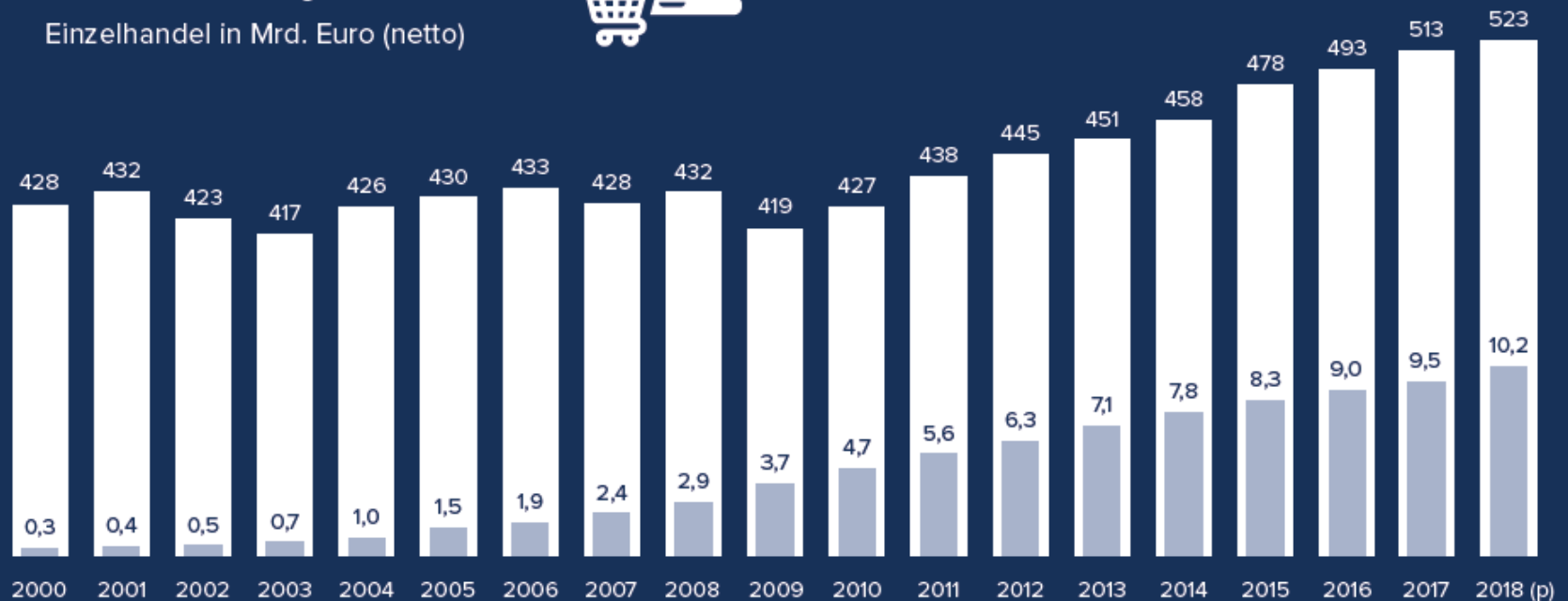
Verbraucherstimmung stabilisiert sich trotz politischer Risiken



MARKTANTEILE

Online-Anteil am Einzelhandel im engeren Sinne* in Prozent

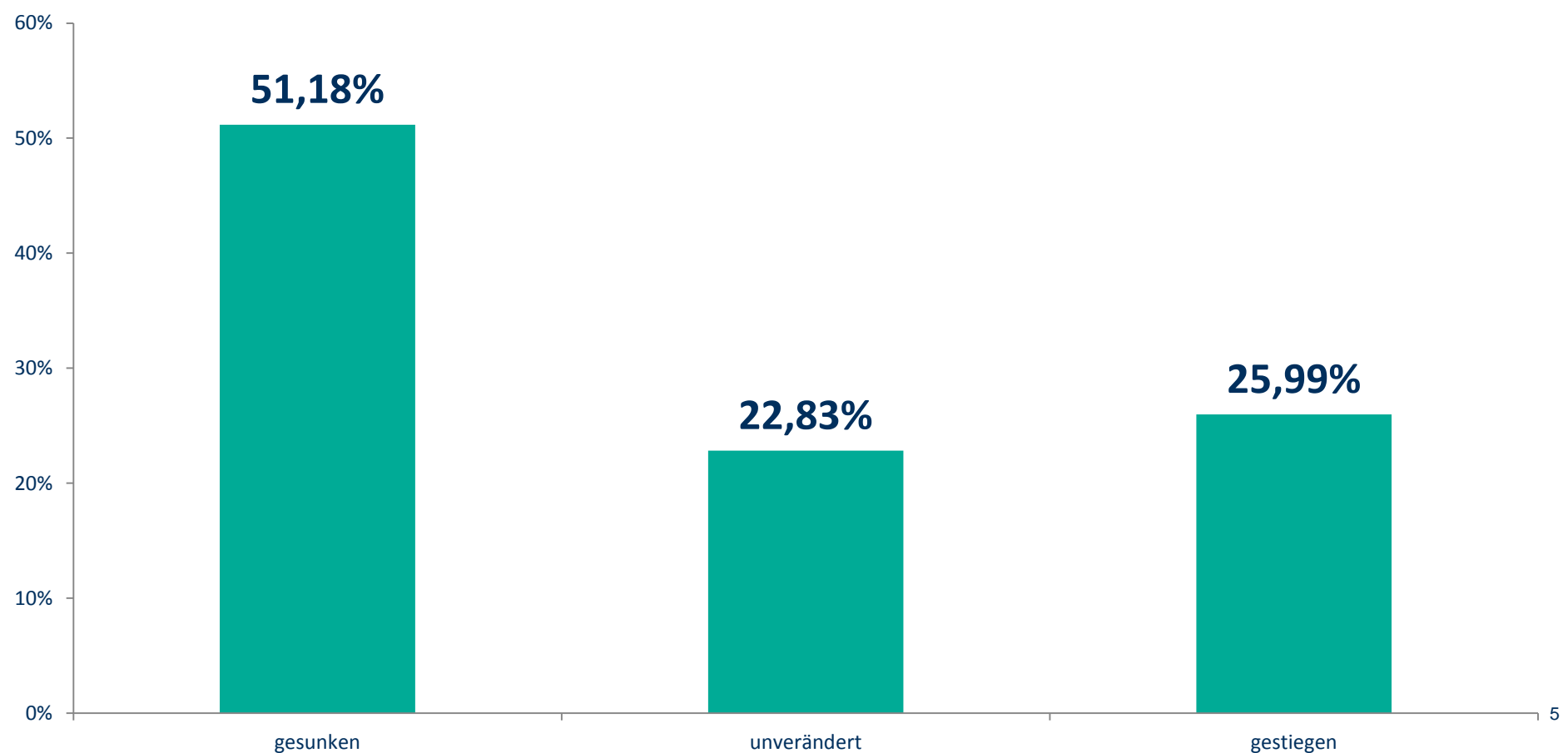
- Online-Anteil
- Umsatzvolumen im gesamtdeutschen Einzelhandel in Mrd. Euro (netto)



* Einzelhandel im engeren Sinne (i.e.S.) bezeichnet die institutionellen Einzelhandelsformen in Deutschland einschließlich Ihrer Online-Umsätze ohne Apotheken, Kfz-, Brennstoff- und Kraftstoffhandel.

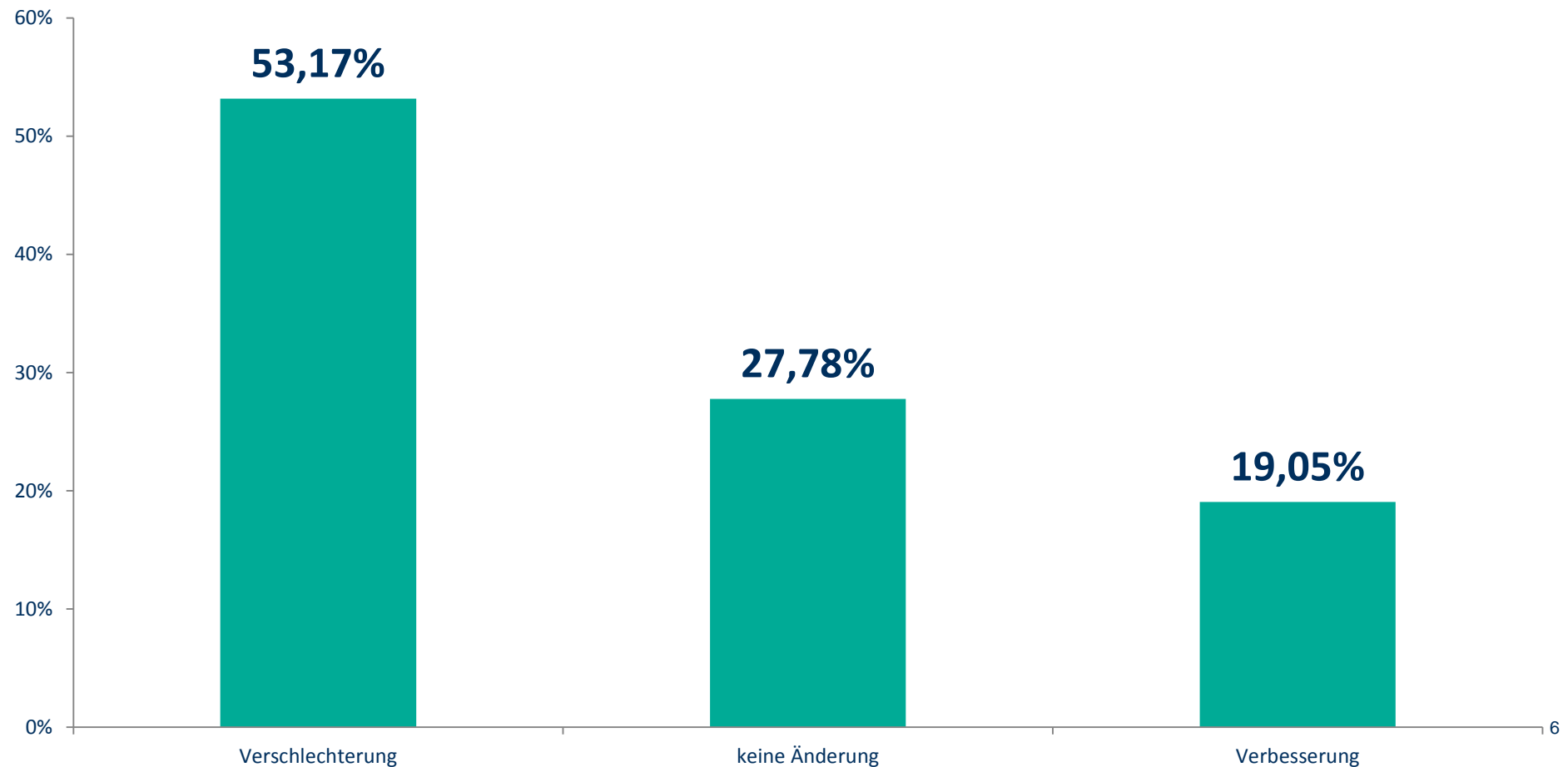
Mitgliederumfrage - Umsatz 1. HJ

Wie haben sich Ihre Umsätze nominal entwickelt im 1. Halbjahr im Vergleich zum Vorjahreszeitraum?



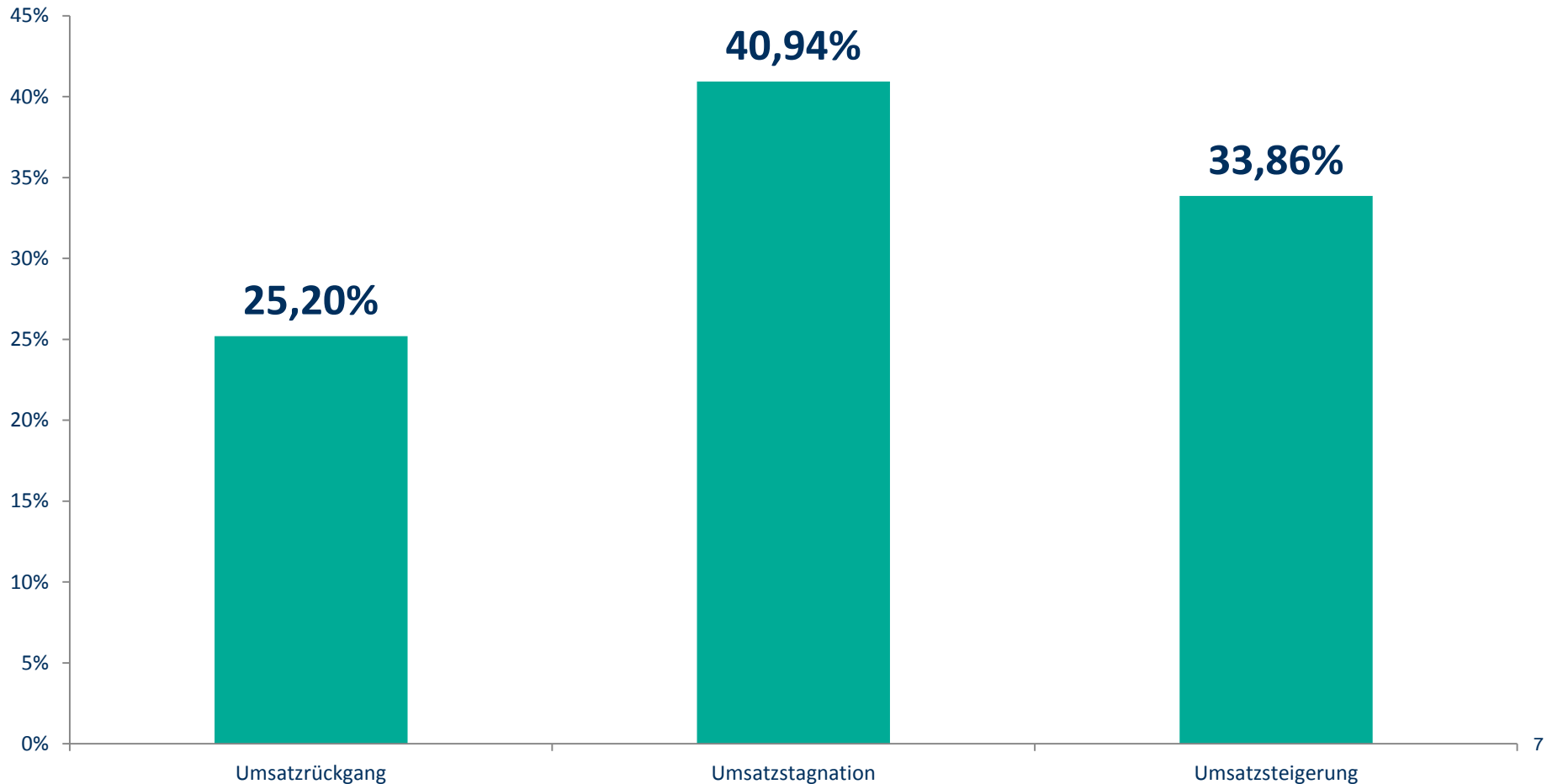
Mitgliederumfrage – Gewinn 1. HJ

Wie hat sich Ihr Gewinn entwickelt im 1. Halbjahr im Vergleich zum Vorjahreszeitraum?



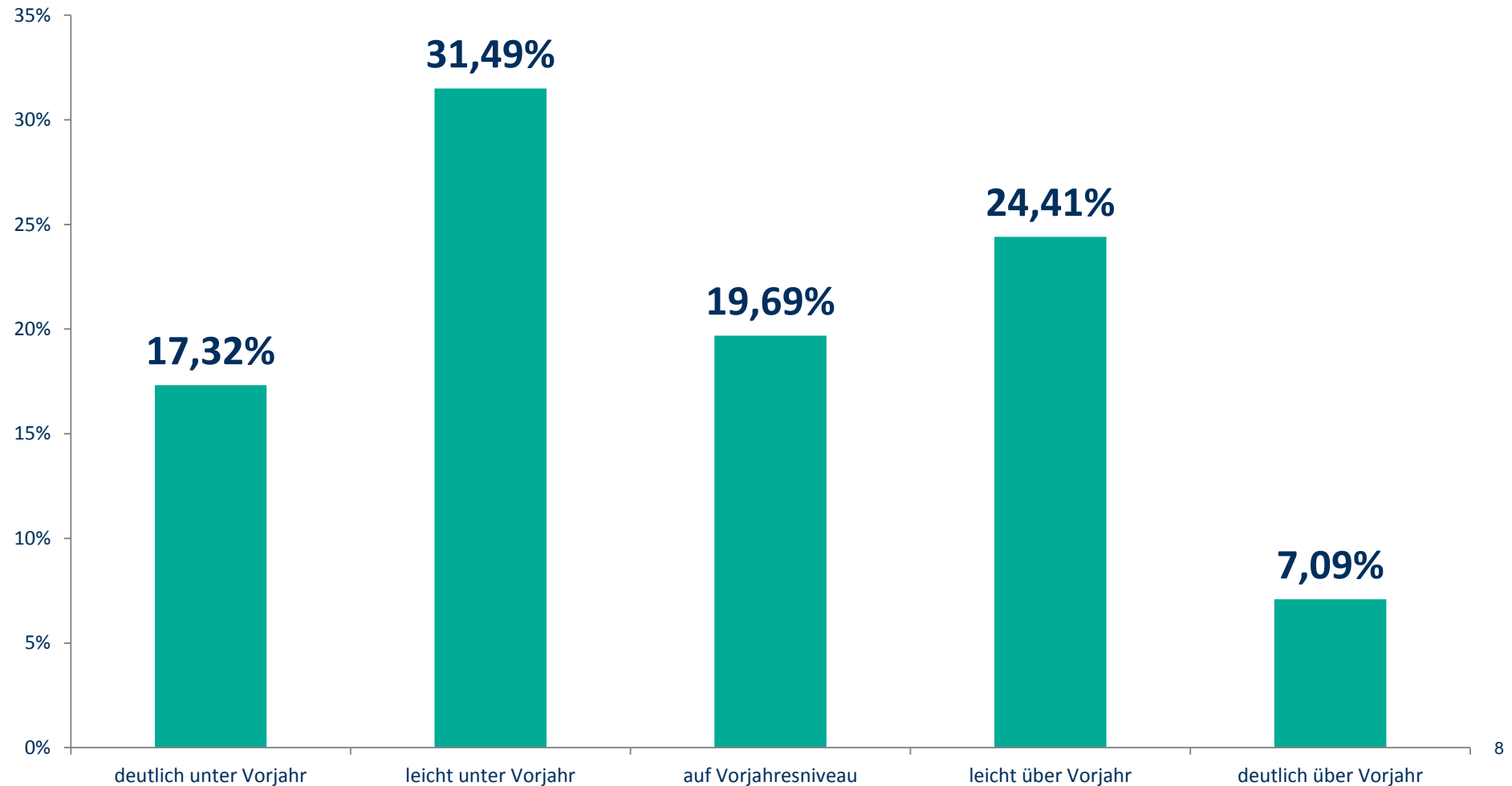
Mitgliederumfrage – Umsatz 2. HJ

Welche Umsatzentwicklung erwarten Sie für das 2. Halbjahr im Vergleich zum Vorjahreszeitraum?



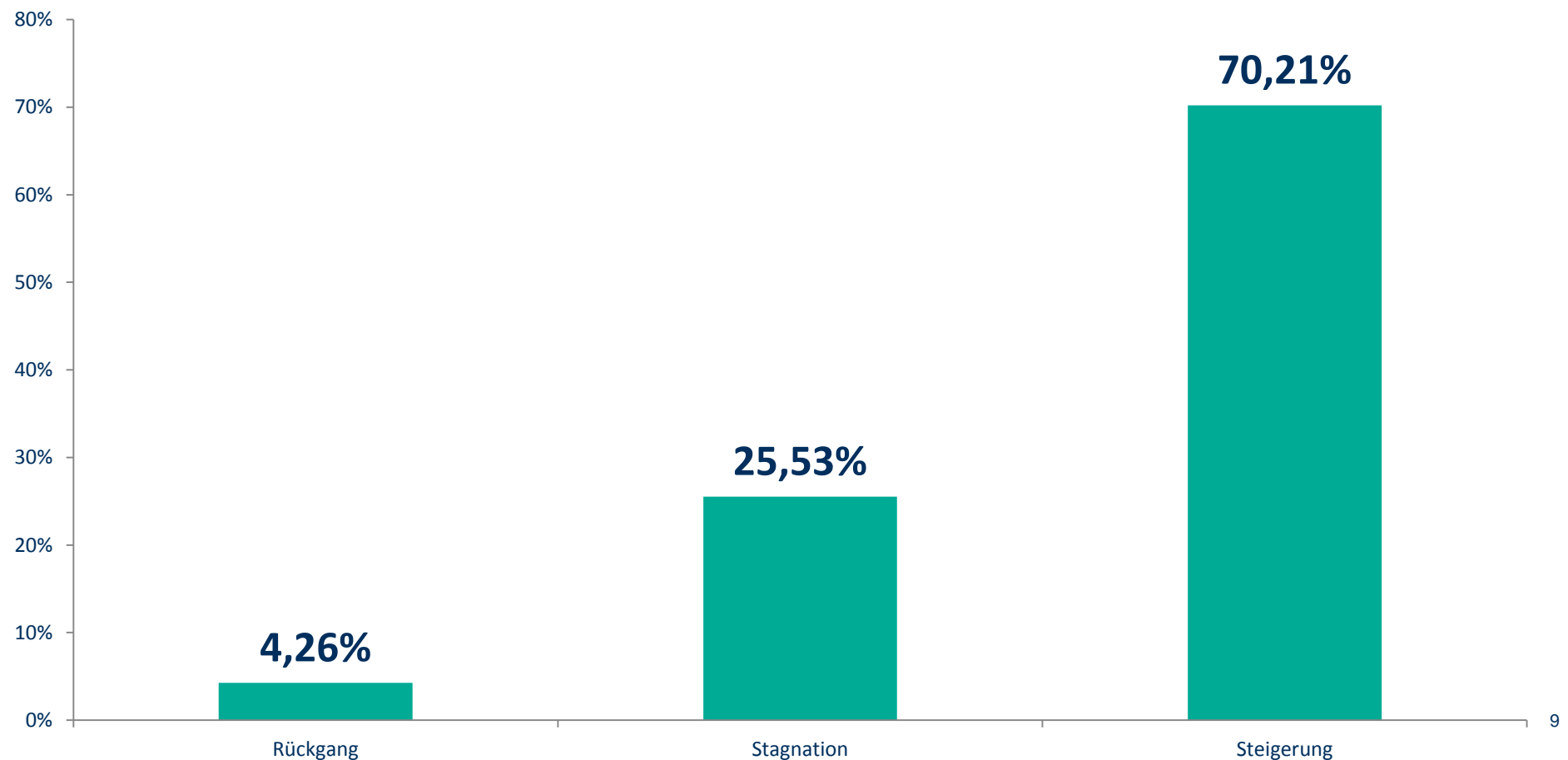
Mitgliederumfrage – 2018 Umsatz

Welche Umsatzentwicklung erwarten Sie für das Gesamtjahr ?



Mitgliederumfrage – Onlineumsatz

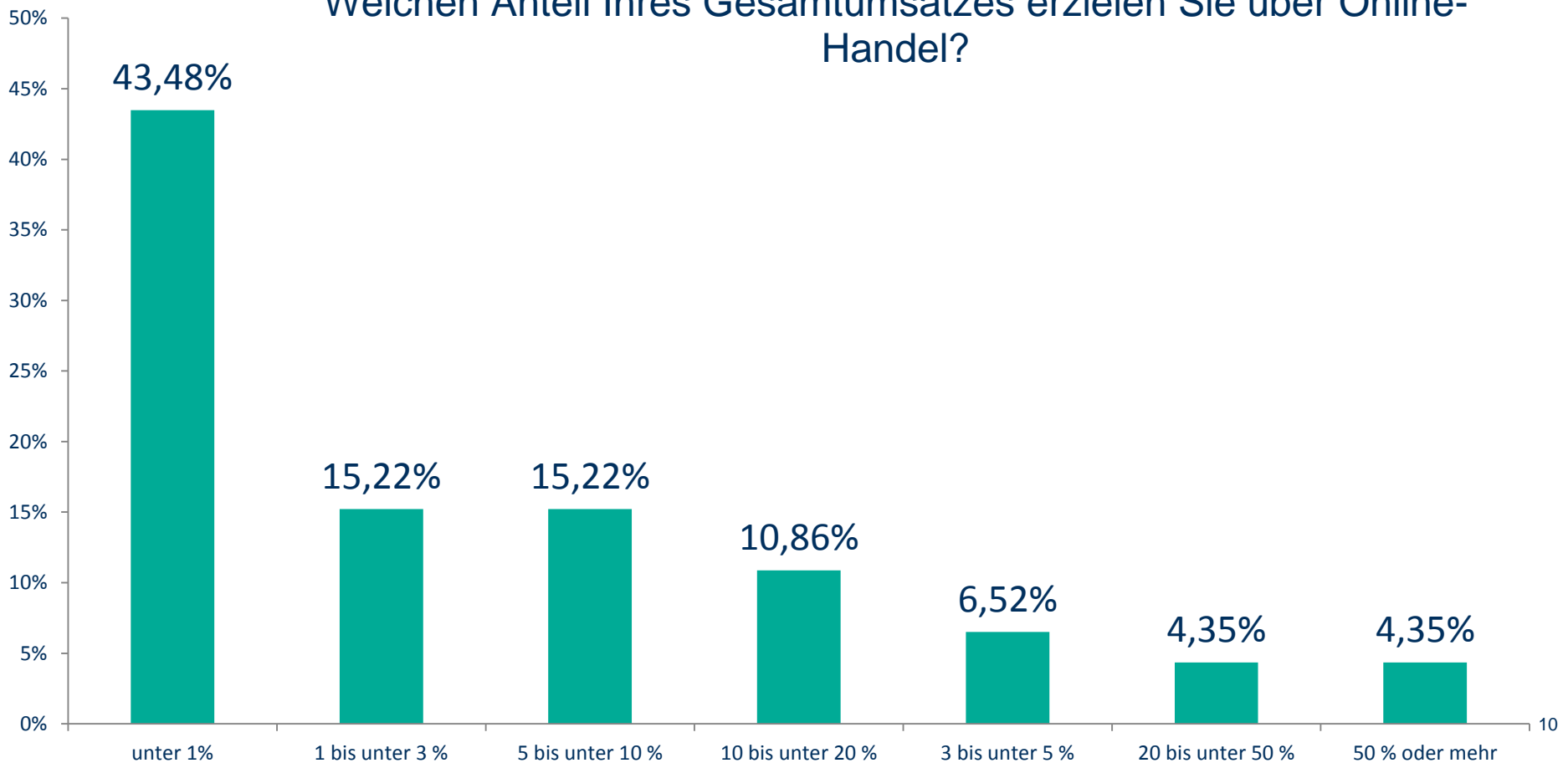
Welche Entwicklung der Online-Umsätze erwarten Sie für das laufende Jahr im Vergleich zum Vorjahr ?



Mitgliederumfrage – Anteil online am Gesamtumsatz

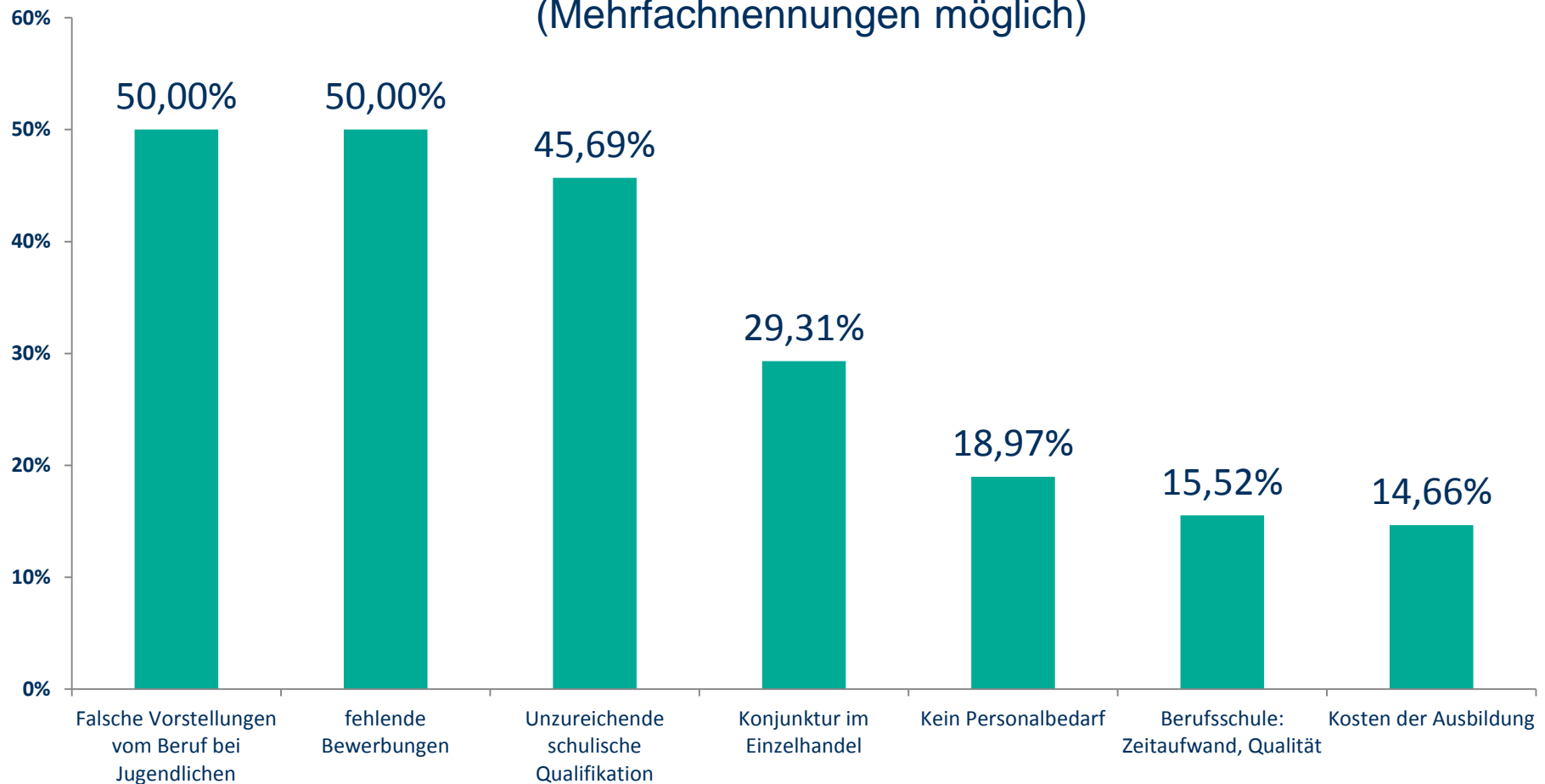


Welchen Anteil Ihres Gesamtumsatzes erzielen Sie über Online-Handel?



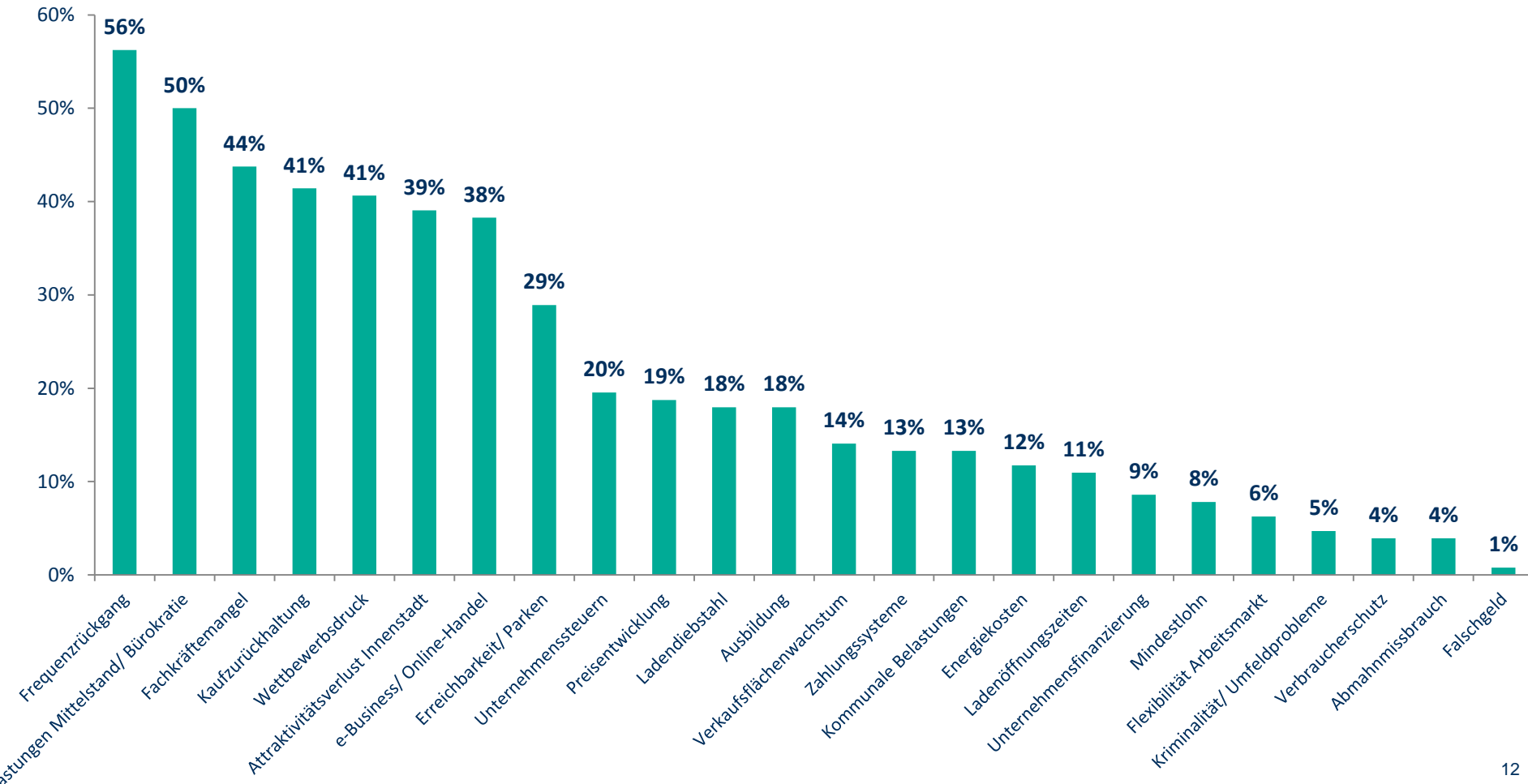
Mitgliederumfrage – Azubis finden

Welches sind aus Ihrer Sicht die wichtigsten Hemmnisse bei der Bereitstellung und Besetzung von Ausbildungsstellen?
(Mehrfachnennungen möglich)



Mitgliederumfrage – Top-Themen

Welches sind für Ihr Unternehmen derzeit die Top-Themen ?



Mitgliederumfrage – Top-Themen 18/17



2018	2017
TOP 1: 56% Frequenzrückgang	TOP 1: 44% Wettbewerbsdruck
TOP 2: 50% Belastung Mittelstand	TOP 2: 43% e-Business
TOP 3: 44% Fachkräftemangel	TOP 3: 40% Attraktivitätsverlust Innenstadt
TOP 4: 41% Kaufzurückhaltung	TOP 4: 39% Kaufzurückhaltung
TOP 5: 41% Wettbewerbsdruck	TOP 5: 38% Belastung Mittelstand

Ausblick Weihnachtsgeschäft

- Handel ist verhalten optimistisch: gute Konjunktur und stabile Kaufkraft sind gute Voraussetzungen
- Umsatzerwartung in den Monaten November und Dezember (= Weihnachtsgeschäft): pari zu 2017 oder leichtes Plus
- Stationärer Handel macht rund 19 % seines Jahres-Umsatzes, Onlinehandel 25 % davon im Weihnachtsgeschäft
- Starke „Weihnachts“-Branchen: Kosmetik, Mode, Bücher, Spielwaren, Schmuck, Sport, Lebensmittel, Geschenkgutscheine (alle Branchen)

Forderungen Handelsverband

- Verschiebung der Fahrverbote um mindestens ein Jahr!
- Innenstädte attraktiv, erreichbar und lebendig halten! Zukunftsfähige Logistik- und Parkkonzepte!
- Rahmenbedingungen für Digitalisierung verbessern!
- Bürokratieaufwand senken! (z.B. Datenschutz, Statistiken, Arbeitszeitgesetz, Verpackungsgesetz....)
- Schluss mit Verunsicherung von Verbrauchern und Unternehmen!
- Zurück zur Sachpolitik im Bund!