

Pressemitteilung

Stationärer Einzelhandel in der EU: Rumänien und Litauen wachsen 2019 am stärksten

GfK-Studie zur Situation des Einzelhandels in Europa

9. Mai 2019

Julia Richter
Public Relations
T +49 911 395 4440
julia.richter@gfk.com

Thomas Muranyi
Geomarketing
T +49 7251 9295 280
thomas.muranyi@gfk.com

Nürnberg, 9. Mai 2019 – GfK erwartet im Jahr 2019 für den stationären Einzelhandel ein nominales Umsatzwachstum von 2,0 Prozent in den 27 EU-Staaten (ohne UK). Die höchsten Zuwachsraten werden für Rumänien (+7,0 Prozent) und Litauen (+5,9 Prozent) erwartet. Aber auch in Spanien (+2,4 Prozent) und Frankreich (+2,8 Prozent) sollte eine positive Entwicklung zu beobachten sein. Das sind aktuelle Ergebnisse von GfK zum Einzelhandel in Europa 2019, die in einer kostenfreien Studie erhältlich sind.

Die Mehrzahl der europäischen Verbraucher befindet sich aktuell in einem Spannungsfeld. Auf der einen Seite drohen Brexit, Handelskonflikte und schwächere Wachstumsperspektiven in wichtigen Exportmärkten wie China, auf der anderen Seite bleibt der Arbeitsmarkt robust, die Lohnzuwächse steigen und die Preise für Rohöl sind moderat. Vor diesem Hintergrund hat der Bereich Geomarketing von GfK verschiedene Schlüsselindikatoren des europäischen Einzelhandels untersucht und in der kostenfreien Studie „[Einzelhandel Europa](#)“ zusammengefasst. Weitere Trendanalysen für 32 europäische Länder sowie die Umsatzprognose für 2019 bieten wichtige Orientierungshilfen für Einzelhändler, Investoren und Projektentwickler.

Studienleiter Dr. Johannes Schamel erklärt: „Für die EU-27 Staaten erwartet GfK für 2019 ein nominales Umsatzwachstum im stationären Einzelhandel von zwei Prozent. Ein Wert, der nur leicht über der Inflationsrate liegt und in etwa dem Wachstumstempo des vergangenen Jahres entspricht.“

GfK SE
Nordwestring 101
90419 Nuremberg
Germany

T +49 911 395 0

Vorstand:
Peter Feld (CEO)
Lars Nordmark (CFO)

Vorsitzender des
Aufsichtsrats:
Ralf Klein-Bölting

Registergericht:
Nürnberg HRB 25014

Wichtigste Ergebnisse im Überblick:

- **Kaufkraft:** Im Jahr 2018 standen jedem Bürger der EU-27 Staaten im Schnitt 16.878 Euro an Kaufkraft zur Verfügung. Das entspricht einem nominalen Zuwachs von 3,0 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Die zehn EU-Staaten mit den höchsten pro-Kopf-Gewinnen an Kaufkraft im vergangenen Jahr waren allesamt Staaten, die erst mit oder nach der Osterweiterung in die EU aufgenommen wurden und über eine unterdurchschnittliche Kaufkraft verfügen.
- **Umsatzprognose 2019:** Angesichts eines weiter dynamisch wachsenden Online-Handels erwartet GfK für die verbliebenen EU-27 Staaten ein nominales Umsatzwachstum von +2,0 Prozent. Die höchsten Zuwachsraten unter den EU-Staaten werden für Rumänien (+7,0 Prozent) und Litauen (+5,9 Prozent) erwartet.
- **Inflation:** Bereits Ende 2018 deuteten sinkende Energiepreise darauf hin, dass das Preissteigerungsniveau in der EU nachlassen wird. Neben den weiterhin drohenden Handelskonflikten mit den USA trübt zudem die zu Jahresbeginn 2019 schwächelnde europäische Konjunktur die Stimmung unter den Ökonomen. Dementsprechend fällt die Prognose der Teuerungsrate für die Europäische Union mit 1,6 Prozent im Jahr 2019 etwas verhalten aus.
- **Verkaufsflächenausstattung:** Zwar erzielte die Summe aller betrachteten Länder auch 2018 ein Verkaufsflächenplus, jedoch auf deutlich niedrigerem Niveau als in den Vorjahren. So hielt sich das EU-weite Einwohner- und Verkaufsflächenwachstum 2018 die Waage. Die pro-Kopf-Verkaufsfläche verharrte beim Vorjahreswert von 1,13m². Zu den Top 3 bei der pro-Kopf-Ausstattung zählen die Beneluxstaaten Belgien (1,66m²) und Niederlande (1,60m²) sowie Österreich (1,62m²).
- **Flächenproduktivität:** Europaweit gab es mit Blick auf die Flächenproduktivität im Vergleich zum Vorjahr keine Veränderung im Spitzentrio. Luxemburg bleibt unangefochtener Spitzenreiter (ca. 7.250€/m²) und konnte seine Flächenleistung 2018 sogar noch leicht steigern (+1,40 Prozent). Auf den Plätzen zwei und drei folgen Norwegen (ca. 6.430€/m²) und die Schweiz (ca. 6.220€/m²). Analog zur Verkaufsflächenausstattung ist die Spannbreite der Flächenproduktivität zwischen den betrachteten europäischen Ländern weiterhin groß. Die Umsatzleistung der Einzelhändler nimmt je weiter man nach Osten beziehungsweise Südosten blickt deutlich ab.

Zur Studie

Für insgesamt 32 europäische Länder analysiert GfK folgende Kennziffern: GfK Kaufkraft, Einzelhandelsumsatz sowie Einzelhandelsanteil an den Gesamtausgaben der Bevölkerung. Darüber hinaus prognostiziert GfK den Einzelhandelsumsatz im Jahr 2019 und interpretiert die Situation im Einzelhandel mit technischen Gebrauchsgütern, in dem Multi-Channel-Händler gegenüber reinen Online-Händlern aufholen. Ebenfalls betrachtet wird die Entwicklung der Verbraucherpreise. Die Studie untersucht außerdem die Verkaufsflächenausstattung und Flächenproduktivität der europäischen Länder und befasst sich in einem Länderspezial mit dem Einzelhandel im Vereinigten Königreich und beleuchtet hier unter anderem wie durch Trading-Up sinkende Absatzzahlen kompensiert werden können. Die Berechnungen von GfK zu Umsätzen und Kaufkraft erfolgten alle in Euro. Den Werten liegt die Wechselkursprognose der Europäischen Kommission zum 08.11.2018 zugrunde. Der Redaktionsschluss war April 2019.

Die Studie ist kostenlos als PDF erhältlich in deutscher Sprache unter www.gfk-geomarketing.de/handel-europa beziehungsweise in englischer Sprache unter www.gfk-geomarketing.com/european-retail.

Grafiken in Druckauflösung finden Sie [hier](#).

Über GfK

GfK verknüpft Daten mit wissenschaftlichen Methoden und liefert mit innovativen Lösungen die Antwort auf zentrale Geschäftsfragen rund um Verbraucher, Märkte, Marken und Medien – jetzt und in der Zukunft. Als Forschungs- und Analysepartner verspricht GfK seinen Kunden weltweit “Growth from Knowledge”.

Weitere Informationen erhalten Sie unter www.gfk.com/de
Folgen Sie uns auf Twitter: www.twitter.com/gfkdeutschland