

GfK-Studie

Einzelhandel in der EU wächst um 6,8 Prozent

Mittwoch, 15.06.2022

Nachdem der Einzelhandel in den 27 EU- Staaten bereits im ersten Corona-Jahr 2020 ein Umsatzplus von 1,5 Prozent verzeichnete, konnte der Umsatz 2021 noch einmal deutlich um 6,8 Prozent gesteigert werden.

Die höchsten Wachstumsraten gab es in kleineren osteuropäischen Staaten wie Litauen (plus 17 Prozent), Slowenien (plus 16 Prozent) oder Estland (plus 13 Prozent). Auch größere Märkte wie Frankreich, Spanien und Italien verzeichneten allesamt Wachstumsraten im Einzelhandel von über 7 Prozent. Dies zeigt die neue Studie zum Einzelhandel in Europa, in der GfK wichtige Schlüsselindikatoren untersucht.

Die starke Umsatzentwicklung des Einzelhandels ist insbesondere auf den Nonfood-Bereich zurückzuführen, der im Großteil der Länder im Jahr 2021 zweistellig wuchs und in einzelnen Ländern wie Slowenien sogar bei mehr als 20 Prozent lag. Das starke Umsatzplus 2021 ist hier vor allem auf die schwachen Vorgaben aus 2020 zurückzuführen, als die Corona-Pandemie die europäischen Länder noch stärker im Griff hatte, die Verbraucher deutlich verunsicherter waren und der Nonfood-Handel einen teilweise zweistelligen Umsatzrückgang verkraften musste.

„Trotz der Corona-Pandemie und einem schwierigen Marktumfeld waren die vergangenen beiden Jahre für den Einzelhandel aus Umsatzperspektive insgesamt durchaus erfreulich“, erklärt Studienleiter Dr. Philipp Willroth. „Doch der innenstadtrelevante Einzelhandel, insbesondere Branchen wie Bekleidung, Schuhe oder Schmuck, leidet nach wie vor stark in vielen europäischen Ländern. Denn besonders in wachstumsstarken Regionen in Europa gewinnt der Onlinehandel immer stärker hinzu, weshalb im innerstädtischen Handel mittelfristig auch neue digitale Angebote getestet werden müssen.“

In der kostenfreien Studie „Einzelhandel Europa“ hat der Bereich Geomarketing von GfK die Schlüsselindikatoren des europäischen Einzelhandels für das Jahr 2021 untersucht. Die Studie bietet umfangreiche Trendanalysen für zahlreiche europäische Länder und ist damit eine wichtige Orientierungshilfe für Einzelhändler, Investoren und Projektentwickler.

Die nominale Kaufkraft der EU-Bürger wuchs 2021 im Schnitt um 2,4 Prozent. Nachdem viele Nicht-Euro-Länder wie Tschechien, Kroatien und Norwegen 2020 auch aufgrund von Wechselkurseffekten mit Kaufkraftverlusten zu kämpfen hatten, konnten viele dieser Länder sowohl von einer besseren gesamtwirtschaftlichen Entwicklung als auch einer Stärkung ihrer nationalen Währungen profitieren. So wuchs die Kaufkraft im Jahr 2021 in den beiden erstgenannten Ländern um jeweils mehr als 5 Prozent, in Norwegen sogar um über 8 Prozent.

Der Einzelhandel in der EU konnte trotz Lockdowns und Zugangsbeschränkungen seinen Anteil an den privaten Konsumausgaben auf 35,8 Prozent steigern. Verglichen mit 2019, also vor Corona, konnte der Einzelhandel damit 3,1 Prozent Prozentpunkte gewinnen. Vor allem in Litauen und Estland gewann der Einzelhandelsanteil am Konsum verglichen mit 2019 am stärksten hinzu, nämlich um mindestens 5,3 Prozentpunkte. Aber auch in den großen EU-Märkten Deutschland, Frankreich, Spanien und Italien betrug der Zuwachs zwischen drei und vier Prozentpunkte.

Nachdem die Inflation 2021 bereits bei 2,9 Prozent lag, wird für 2022 wegen der hohen Energiepreise und des Kriegs in der Ukraine eine EU-weite Inflationsrate von 6,8 Prozent erwartet. Besonders stark fällt der Preisanstieg in vielen osteuropäischen Ländern aus. So wird in Litauen, Estland, Bulgarien, Tschechien und Polen mit einem zweistelligen Wachstum der Verbraucherpreise gerechnet.

Das Angebot, via Augmented oder Virtual Reality im Einzelhandel einzukaufen, ist in Westeuropa sehr überschaubar und weist ausgeprägte nationale Unterschiede auf. So sind Spanien und das Vereinigte Königreich westeuropäische Spitzenreiter, während die DACH-Länder in diesem Bereich hinterherhinken.

In den Anrainerstaaten des Mittelmeers, Schweden und der Schweiz gibt es einen deutlichen Stadt-Land-Gegensatz. In diesen Staaten findet sich die onlineaffine Bevölkerung eher in den großen Städten und Metropolen, während die Bevölkerung auf dem Land stärker zum stationären Handel tendiert. In Deutschland, Österreich, den Niederlanden, Belgien und Großbritannien sind teilweise in den kleineren Gemeinden höhere Indexwerte vorzufinden.

Einzelhandel in der EU wächst um 6,8 Prozent