

IFH Köln

Konsumgütermärkte unter Druck

Mittwoch, 03.08.2022

Trotz steigender Umsätze der Konsumgüter- und Einzelhandelsbranchen steht der deutsche Einzelhandel unter Druck. Das Umsatzwachstum ist vor allem preisgetrieben. Bis 2023 ist trotz Nachholeffekten einiger Branchen insgesamt ein eher schwaches Wachstum zu erwarten. Die einzelnen Konsumgütermärkte zeigen dabei stark unterschiedliche Konjunkturen.

Lieferengpässe, Preissteigerungen, Energieknappheit: Die Herausforderungen für die Konsumgütermärkte und den Einzelhandel sind im Angesicht von Corona-Pandemie und Ukraine Krise größer denn je. Um diese Dynamiken genauer einordnen zu können, hat das IFH Köln in Zusammenarbeit mit der BBE Handelsberatung den Status quo und die zukünftige Trendentwicklung 2022/2023 der Konsumgüter- und Einzelhandelsbranchen analysiert. Das Ergebnis: Trotz nominal steigender Umsätze steht der Handel durch branchenübergreifende Preissteigerungen und Konsumzurückhaltung stark unter Druck.

„Die deutschen Konsumgütermärkte haben 2021 trotz Lockdowns in Summe profitiert und realisieren nominale Wachstumsraten zwischen -0,1 Prozent und 6,1 Prozent gegenüber 2020. Dabei konnten jedoch nicht alle Branchen das Umsatzniveau von 2019 wieder erreichen. In den ersten fünf Monaten des laufenden Jahres 2022 beobachten wir teilweise hohe Umsatzzuwächse bei den institutionellen Fachhandelszweigen gegenüber den entsprechenden Vorjahresmonaten, vor allem im Bereich Nonfood“, resümiert Dr. Susanne Eichholz-Klein, Bereichsleiterin Market Insights und Mitglied der Geschäftsleitung am IFH Köln.

So lag im Mai 2022 der Umsatzzuwachs des Nonfoodfachhandels gegenüber den Vergleichsmonaten 2021 bei 25,2 Prozent, gegenüber 2019 bei einem nominalen Umsatzplus von 6,5 Prozent. Aber: Angesichts deutlicher Preissteigerungen bedeutet das Umsatzplus nur geringe reale Umsatzzuwächse von unter einem Prozent. Die von den Konsumentinnen und Konsumenten wahrgenommenen Preiserhöhungen führen vor allem zu Sparverhalten und strategischem Einsatz von Haushaltsbudgets, insbesondere im Bereich Lebensmittel.

„Über alle Branchen hinweg dominieren Preissteigerungen und Lieferengpässe das Tagesgeschehen. Auf Seiten der Konsumentinnen und Konsumenten herrscht Verunsicherung, verzichtbarer Konsum wird stark reduziert, größere Investitionen werden aufgeschoben. Das Marktumfeld für den deutschen Einzelhandel bleibt damit trotz steigender Umsätze herausfordernd und die Nachfrage nach spezialisierter Beratung hoch. In einigen Teilbranchen ist eine Fortsetzung der Konsolidierung möglich“, prognostiziert Dr. Johannes Berentzen, Geschäftsführer der BBE Handelsberatung.

Perspektive 2023

Die weitere Entwicklung der Konsumgüterbranchen ist aktuell von großen Unsicherheiten geprägt. Die Prognose für das nächste Jahr 2023 geht in Summe für alle Handelsbranchen von einem Szenariokorridor zwischen 1,0 Prozent und 2,5 Prozent aus. Das liegt trotz erwarteter weiterer Preiserhöhungen nominal unter den langjährigen Wachstumsraten und bringt bei einem Teil der Branchen reale Umsatzverluste und bei den übrigen Branchen reale Umsatzzuwächse – wenn auch im Promillebereich – mit sich. Die höchsten

Wachstumsraten können nach den Szenarioberechnungen des IFH Köln vor allem die Fashionbranchen und die Märkte rund um Freizeit/Hobby – vor allem aufgrund von Nachholeffekten – erwarten.

Konsumgütermärkte unter Druck