

MEDIENMITTEILUNG**Allianz Trade Studie: Europäischer Einzelhandel ist widerstandsfähiger als erwartet**

- Einzelhandelsumsätze resilienter als erwartet: Ein Jahr nach der russischen Invasion in der Ukraine hat ein höheres Einkommensniveau den Inflationsschock teilweise abgefedert.
- Kaufparadoxon: Ausgaben für Güter wie Lebensmittel, Strom, Kraftstoff sinken, Ausgaben für Autos, Möbel, Kleidung und Kultur steigen
- Durchschnittlicher Warenkorb in Deutschland steigt um 290 Euro im Vergleich zum Vorjahr
- Herausforderungen für den Einzelhandel: Geringe Wachstumsraten, hohe Zinssätze und strengere Finanzierungen

Hamburg, 13. Juli 2023 – Die Einzelhandelsumsätze in Europa sind trotz Rekordinflation widerstandsfähiger als erwartet. Das zeigt eine aktuelle Studie von Allianz Trade, dem weltweit führenden Kreditversicherer. Ein Jahr nach der russischen Invasion in der Ukraine hat ein höheres Einkommensniveau den Inflationsschock teilweise abgefedert. So haben insbesondere starke Zuwächse bei den Arbeitnehmereinkommen – hauptsächlich durch eine sehr gute Arbeitsplatzentwicklung in Frankreich sowie höhere Löhne in Deutschland, Italien und Spanien – die Kaufkraft der Haushalte gestützt. Die während der Pandemie angesammelten Ersparnisse haben den Konsum ebenfalls unterstützt, während Kredite nur einen geringen Beitrag in Frankreich und Italien geleistet haben. Die Studienautoren von Allianz Trade erwarten jedoch, dass der Konsum erst in der zweiten Hälfte des Jahres 2024 wieder Fahrt aufnimmt.

Aurélien Duthoit, Senior Sector Advisor, Allianz: „Wir gehen davon aus, dass der Konsum der privaten Haushalte in den großen Volkswirtschaften der Eurozone bis Mitte 2024 schwach bleiben wird, bevor er in dem Maße wieder leicht ansteigt, in dem sich die Reallöhne und das Vertrauen der Haushalte verbessern. Die Kaufabsichten der Verbraucher für große langlebige Güter sind angesichts der angespannten Kreditbedingungen und der hohen Zinssätze gering. Außerdem dürften höhere Zinsen die Haushalte zunehmend dazu veranlassen, ihre Ersparnisse auf höhere, aber weniger liquide Konten umzuschichten und/oder ihre Sparquote hoch zu halten. Umfragen zufolge bleiben die Sparabsichten für die nächsten 12 Monate auf einem historisch hohen Niveau.“

Kaufparadoxon: Ausgaben für Lebensmittel, Strom, Kraftstoff sinken, während Ausgaben für Autos, Möbel, Kleidung und Kultur steigen

Besonders interessant ist das Phänomen des "Kaufparadoxons": Im Gegensatz zu vergangenen wirtschaftlichen Abschwüngen sind die Ausgaben für nicht dauerhafte Güter (hauptsächlich Lebensmittel, aber auch Strom und Kraftstoff) am stärksten gesunken (von -2% in Italien bis -7% in Deutschland). Hingegen sind größere Anschaffungen wie langlebige Güter (Autos, Unterhaltungselektronik, Möbel, Haushaltsgeräte) oder halblanglebige Güter (Kleidung, Spielzeug, Kulturgüter) trotz der steigenden Lebenshaltungskosten im niedrigen einstelligen Bereich gewachsen. Auch Dienstleistungen wie Luftverkehr (+42% im Vgl. zum Vorjahr), Gastronomie (+13% im Vgl. zum Vorjahr) und Unterkunft (+30% im Vgl. zum Vorjahr) florieren.

Durchschnittlicher Warenkorb in Deutschland steigt um 290 Euro im Vergleich zum Vorjahr

Eine mögliche Erklärung liegt in der asymmetrischen Natur des Inflationsschocks auf die Haushalte: Haushalte mit geringeren Einkommen und Vermögen besonders stark von den dynamischen Preissteigerungen bei Lebensmitteln und beim Wohnen betroffen sind, sind sie gezwungen, bei lebensnotwendigen Gütern zu sparen. Vermögendere Haushalte hingegen verfügen weiterhin über frei verfügbares Einkommen. Berechnungen zeigen, dass der durchschnittliche Haushalt in Deutschland im ersten Halbjahr 2023 im Vergleich zum ersten Halbjahr 2022 zusätzlich etwa 290 Euro für den gleichen Warenkorb an Gütern und Dienstleistungen ausgegeben hat.

Herausforderungen für den Einzelhandel: Geringe Wachstumsraten, hohe Zinssätze und strengere Finanzierungen

Die Studie von Allianz Trade betrachtet auch die aktuellen und zukünftigen Herausforderungen für den Einzelhandel: Die geringere Wachstumsrate, höhere Zinssätze und eine strengere Finanzierung stellen insbesondere Modegeschäfte, Warenhäuser und E-Commerce-Spezialisten vor große Risiken. Mit dem Rückgang staatlicher Unterstützungsprogramme im Rahmen der COVID-19-Maßnahmen verlangsamt sich der Konsum und Kredite werden knapper. Dies kann laut Studie zu einer Zunahme von Insolvenzen großer Einzelhandelsunternehmen führen. Denn bereits im ersten Quartal 2023 hat das Tempo bei den Insolvenzen angezogen mit 11 Fällen und einem Gesamtumsatz von 2,4 Milliarden Euro. Das deutet auf die Rückkehr zum Niveau von 2019 hin.

Milo Bogaerts, CEO von Allianz Trade DACH, fasst zusammen: "Die europäischen Einzelhandelsmärkte stehen vor großen Herausforderungen, insbesondere aufgrund der asymmetrischen Auswirkungen der aktuellen Inflation. Ärmere Haushalte sind gezwungen, bei essenziellen Gütern zu sparen, während vermögende Haushalte weiterhin ihre Konsumausgaben aufrechterhalten können. Es wird erwartet, dass der Konsum erst in der zweiten Hälfte des Jahres 2024 wieder Fahrt aufnimmt. Für die Zwischenzeit sind Unternehmen – und hierbei insbesondere Modehändler, Warenhäuser und E-Commerce-Spezialisten gefragt, ihre Finanzierung sorgfältig zu planen und auf eine nachhaltige Geschäftsstrategie zu setzen, um die Risiken zu minimieren."

Die vollständige Studie (ENG) finden Sie hier:

https://www.allianz.com/content/dam/onemarketing/azcom/Allianz_com/economic-research/publications/specials/en/2023/july/2023_07_12_European_Retail-consumption.pdf

Pressekontakt

Ann-Catrin Boll-Ricker
Head of Communications
+49 (0) 40 / 88 34 – 1009
+49 (0) 161 / 1617648
Ann-Catrin.Boll@allianz-trade.com

Social Media

-  LinkedIn [Allianz Trade Deutschland](#)
-  XING [Allianz Trade Deutschland](#)
-  YouTube [Allianz Trade Deutschland](#)
-  Twitter [Allianz Trade](#)

Allianz Trade ist weltweiter Marktführer im Kreditversicherungsgeschäft und anerkannter Spezialist für Bürgschaften und Garantien, Inkasso sowie Schutz gegen Betrug oder politische Risiken. Allianz Trade verfügt über mehr als 100 Jahre Erfahrung und bietet seinen Kunden umfassende Finanzdienstleistungen an, um sie im Liquiditäts- und Forderungsmanagement zu unterstützen.

Über das unternehmenseigene Monitoring-System verfolgt und analysiert die Allianz Trade Gruppe täglich die Insolvenzentwicklung von mehr als 83 Millionen kleiner, mittlerer und multinationaler Unternehmen.

Insgesamt umfassen die Expertenanalysen Märkte, auf die 92% des globalen Bruttoinlandsprodukts (BIP) entfallen.

Mit dieser Expertise macht die Allianz Trade Gruppe den Welthandel sicherer und gibt den weltweit über 70.000 Kunden das notwendige Vertrauen in ihre Geschäfte und deren Bezahlung. Als Tochtergesellschaft der Allianz und mit einem AA-Rating von Standard & Poor's ist die Holding von Allianz Trade mit Sitz in Paris im Schadensfall der finanzstarke Partner an der Seite seiner Kunden.

Das Unternehmen ist in über 50 Ländern vertreten und beschäftigt mehr als 5.500 Mitarbeiter weltweit. 2022 erwirtschaftete die Allianz Trade Gruppe einen Umsatz von EUR 3,3 Milliarden und versicherte weltweit Geschäftstransaktionen im Wert von EUR 1.057 Milliarden.

Weitere Informationen auf www.allianz-trade.de

Hinweis bezüglich zukunftsgerichteter Aussagen

Die in dieser Meldung enthaltenen Informationen können Aussagen über zukünftige Erwartungen und andere zukunftsgerichtete Aussagen enthalten, die auf aktuellen Einschätzungen und Annahmen der Geschäftsführung basieren, und bekannte und unbekannt Risiken sowie Unsicherheiten beinhalten, aufgrund derer die tatsächlichen Ergebnisse, Entwicklungen oder Ereignisse von den hier gemachten Aussagen wesentlich abweichen können. Neben zukunftsgerichteten Aussagen im jeweiligen Kontext spiegelt die Verwendung von Wörtern wie „kann“, „wird“, „sollte“, „erwartet“, „plant“, „beabsichtigt“, „glaubt“, „schätzt“, „prognostiziert“, „potenziell“ oder „weiterhin“ ebenfalls eine zukunftsgerichtete Aussage wider. Die tatsächlichen Ergebnisse, Entwicklungen oder Ereignisse können aufgrund verschiedener Faktoren von solchen zukunftsgerichteten Aussagen beträchtlich abweichen. Zu solchen Faktoren gehören u.a.: (i) die allgemeine konjunkturelle Lage einschließlich der branchenspezifischen Lage für das Kerngeschäft bzw. die Kernmärkte der Allianz-Gruppe, (ii) die Entwicklung der Finanzmärkte einschließlich der „Emerging Markets“ einschließlich Marktvolatilität, Liquidität und Kreditereignisse, (iii) die Häufigkeit und das Ausmaß der versicherten Schadenereignisse einschließlich solcher, die sich aus Naturkatastrophen ergeben; daneben auch die Schadenkostenentwicklung, (iv) Stornoraten, (v) Ausmaß der Kreditausfälle, (vi) Zinsniveau, (vii) Wechselkursentwicklungen einschließlich des Wechselkurses EUR-USD, (viii) Entwicklung der Wettbewerbsintensität, (ix) gesetzliche und aufsichtsrechtliche Änderungen einschließlich solcher bezüglich der Währungsunion und der Europäischen Währungsunion, (x) Änderungen der Geldpolitik der Zentralbanken bzw. ausländischer Regierungen, (xi) Auswirkungen von Akquisitionen, einschließlich der damit verbundenen Integrationsthemen, (xii) Umstrukturierungsmaßnahmen, sowie (xiii) allgemeine Wettbewerbsfaktoren jeweils in einem örtlichen, regionalen, nationalen oder internationalen Rahmen. Die Eintrittswahrscheinlichkeit vieler dieser Faktoren kann durch Terroranschläge und deren Folgen noch weiter steigen. Das Unternehmen übernimmt keine Verpflichtung, zukunftsgerichtete Aussagen zu aktualisieren.