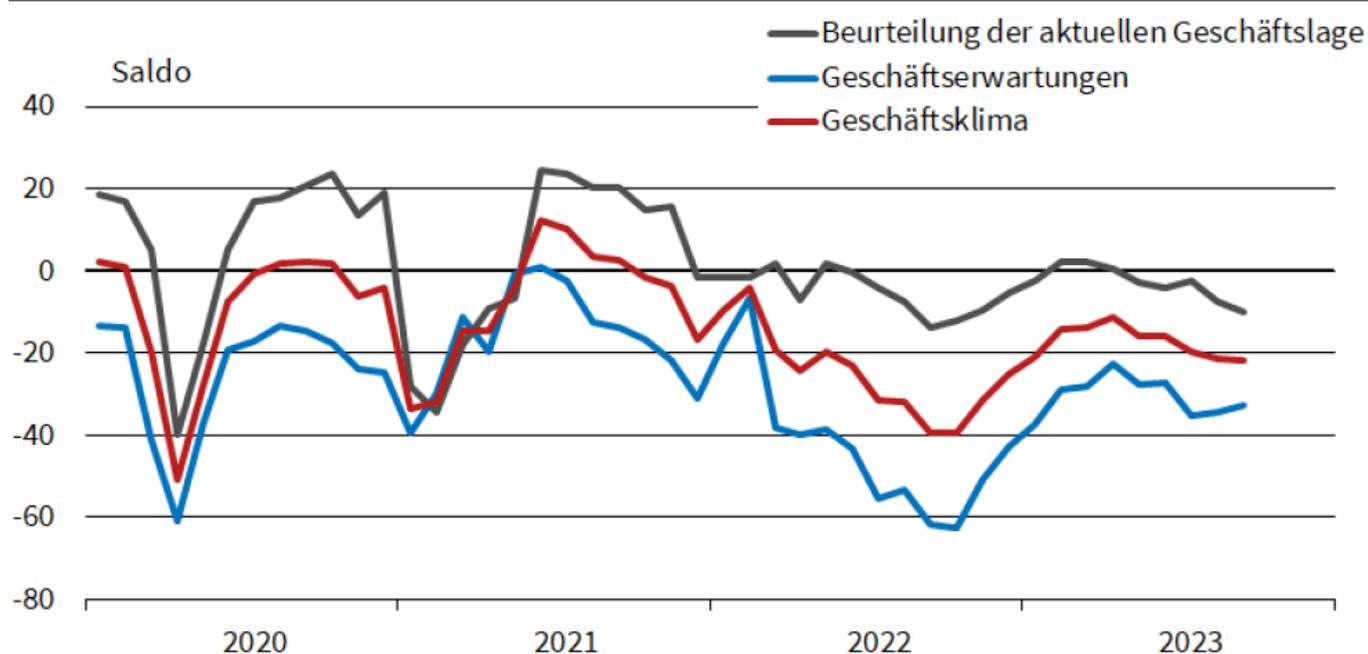




Die Geschäftslage im Einzelhandel hat sich etwas verschlechtert. Der Indikator fiel von -7,2 Punkten im August auf -9,8 Punkte im September. Die Erwartungen an die kommenden Monate haben sich dagegen leicht verbessert.

„Die zuletzt spürbaren Einkommenszuwächse bei vielen Verbraucherinnen und Verbrauchern dürften weiter zu einer Stärkung der Kaufkraft führen. Davon sollten auch die Einzelhändler profitieren“, sagt ifo-Experte Patrick Höppner.

Geschäftsentwicklung im deutschen Einzelhandel



Quelle: ifo Konjunkturumfragen, September 2023.

© ifo Institut

Relativ gut beurteilen Einzelhändler mit Computern und Software sowie Kfz-Händler ihre Lage. „Viele andere Händler von Gebrauchsgütern, Baumärkte sowie Möbel- und Einrichtungshäuser beklagten hingegen zuletzt eine zurückhaltende Kundschaft“, sagt Höppner. Ihre Geschäftslage sehen sie dementsprechend als relativ schlecht an.

Im zweiten Quartal beobachteten 81,9 Prozent der Möbel- und Einrichtungshäuser eine zu niedrige Kundenfrequenz (58,3% der Baumärkte).

Für Spielwarenhändler (15,9%) sowie Einzelhändler mit Nahrungs- und Genussmitteln (18,1%) war ausbleibende Kundschaft am wenigsten relevant.

Insgesamt beklagten 37,8 Prozent der Einzelhändler zu leere Geschäfte.

Events mit Erlebnischarakter versprechen Umsätze

Vielleicht verschafft das bevorstehende Halloween zumindest bei einigen Handelsunternehmen ein wenig Erleichterung. Der HDE erwartet deutlich wachsende Umsätze der Handelsunternehmen zu diesem Anlass.

Den aktuellen Daten nach planen 13,5 Prozent der Befragten in den Geschäften des stationären Handels oder im Internet gezielt Ausgaben zu Halloween. Dieser Wert liegt damit um rund 60 Prozent höher als noch bei der letzten Umfrage im Jahr 2019. Dementsprechend rechnet der Einzelhandel für dieses Halloween mit einer deutlichen Steigerung der Umsätze.

480 Millionen Euro könnten die Kundinnen und Kunden in diesem Jahr online und in den Geschäften vor Ort zum Gruselfest ausgeben. 2019 waren es noch 320 Millionen Euro. Somit steigen die Umsätze im Vergleich zu Vor-Corona-Zeiten voraussichtlich um 50 Prozent.

Ganz oben auf den Einkaufszetteln stehen dabei entsprechende Dekorationsartikel, Kostüme, Schmuck und Accessoires sowie Schminke und Make-up. Die Verbraucher decken sich vor allem auch für Motto-Partys ein.

KÄUFE ANLÄSSLICH HALLOWEEN 2023

13,5% der Befragten planen in 2023 Ausgaben zu Halloween zu tätigen.

Anteil Konsument:innen mit Ausgaben zur Halloween: in 2023 geplant 2023

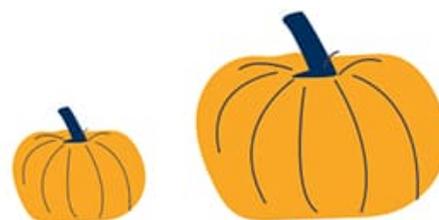


Warenkorb der Konsument:innen zu Halloween 2023*



Einzelhandelsumsatz: 480 Mio. EUR

Gepante Ausgabenentwicklung 2023 ggü. Vorjahr



Quelle: IFH KÖLN, bevölkerungsrepräsentative Befragung, 135 ≤ n ≤ 1.000. Werte und Gesamtausgaben beziehen sich auf die Bevölkerung von 18 bis 69 Jahren. * Die Angaben zu den Warengruppen beziehen sich auf die Konsument:innen, die in 2023 Ausgaben zu Halloween planen