

# Konjunkturentwicklung im Einzelhandel 2016

Wien, Jänner 2017

## KONJUNKTURENTWICKLUNG IM EINZELHANDEL

### DAS GESAMTJAHR 2016 IM ÜBERBLICK:

#### STATIONÄRER EINZELHANDEL

Der konjunkturelle Aufwärtstrend im stationären Einzelhandel im Jahr 2015 schwächt sich 2016 wieder ab. Mit einem nominellen Umsatzplus in Höhe von +0,9 % (gegenüber 2015) fällt das Wachstum geringer als 2015 aus (+1,1 %). Die steigenden Konsumausgaben auf Grund der Steuerreform fließen nur teilweise in den stationären Einzelhandel, was unter anderem auf eine erhöhte Sparquote, steigende Mieten und eine erhöhte Nachfrage nach PKW zurückzuführen ist. Absolut steigt der Gesamtumsatz der stationären Einzelhandelsunternehmen in Österreich auf rd. € 69,2 Mrd (brutto, inkl. Ust., vorläufiger Wert).



Nominelle Umsatzentwicklung im stationären Einzelhandel, Jahr 2016

#### INTERNET-EINZELHANDEL

Die Umsätze im österreichischen Internet-Einzelhandel steigen 2016 nominell um +4 % auf in Summe rd. € 3,0 Mrd (brutto, inkl. Ust.).



Nominelle Umsatzentwicklung im Internet-Einzelhandel, Jahr 2016

#### BESCHÄFTIGUNG

Die Beschäftigtenzahlen im gesamten Einzelhandel steigen 2016 um +0,5 % bzw. +1.600 MitarbeiterInnen auf 329.100 unselbstständig Beschäftigte weiter an.



Entwicklung der unselbstständig Beschäftigten im gesamten Einzelhandel, Jahr 2016

#### BLICK ÜBER DIE GRENZE

Der Konjunkturaufschwung in der EU-28 schwächt sich lt. Eurostat 2016 wieder ab, wobei die Entwicklung im österreichischen Einzelhandel weiter hinterherhinkt und auch hinter dem Konjunkturwachstum im deutschen Einzelhandel liegt.

## LEICHT GEDÄMPFTES UMSATZWACHSTUM IM STATIONÄREN EINZELHANDEL 2016: +0,9 %

Mit einem nominellen Umsatzplus in Höhe von 0,9 % (gegenüber 2015) fällt das Wachstum des stationären Einzelhandels<sup>1</sup> 2016 ein wenig geringer aus als 2015 (+1,1 % gegenüber 2014). Das hängt damit zusammen, dass der Vergleichswert des Jahres 2014 mit nominell +0,4 % besonders tief war und damit einen viel größeren Spielraum nach oben eröffnet hat, als dies im Jahr 2015 der Fall war. Der konjunkturelle Aufwärtstrend hat sich dennoch im Jahr 2016 – wenn auch nicht im gleichen Ausmaß – fortgesetzt.

Die Erwartungen an die Auswirkungen der Steuerreform mögen höher gelegen sein. Die steigenden Konsumausgaben der privaten Haushalte sind jedoch zu einem etwas kleineren Teil in den stationären Einzelhandel geflossen als erhofft. Hintergrund: Die Sparquote hat sich laut WIFO von 7,3 % im Jahr 2015 auf 8,3 % im Jahr 2016 erhöht. Zudem sind lt. Statistik Austria 2016 die Mieten und Preise für Bewirtschaftungsdienstleistungen (Restaurants, Cafés usw.) gestiegen. Außerdem hat die Nachfrage nach PKW (die statistisch nicht zum Einzelhandel, sondern zur KFZ-Wirtschaft gehören) im Jahr 2016 deutlich zugenommen (WIFO). Jedoch wäre die Umsatzentwicklung ohne Steuerreform insgesamt möglicherweise nicht positiv gewesen. 41 % der Einzelhandelsgeschäfte melden für das Gesamtjahr 2016 ein nominelles Umsatzwachstum. 16 % können das Vorjahresniveau wieder erreichen, während 43 % mit Umsatzrückgängen konfrontiert sind.

Grafik 1 Umsatzentwicklung im stationären Einzelhandel 2006 – 2016  
Veränderungen nominell und real in Prozent gegenüber dem Vorjahr



Die Umsatzentwicklung im stationären Einzelhandel berücksichtigt den Lebensmitteleinzelhandel auf Basis Nielsen Umsatzbarometer. Die Preisbereinigung für die reale Umsatzentwicklung erfolgt auf Basis eines Deflators auf Branchenebene von Statistik Austria.

Quelle: KMU Forschung Austria

<sup>1</sup> Definition stationärer Einzelhandel: Einzelhandel exkl. Tankstellen, Internet-Einzelhandel und sonstiger nicht-stationärer Einzelhandel

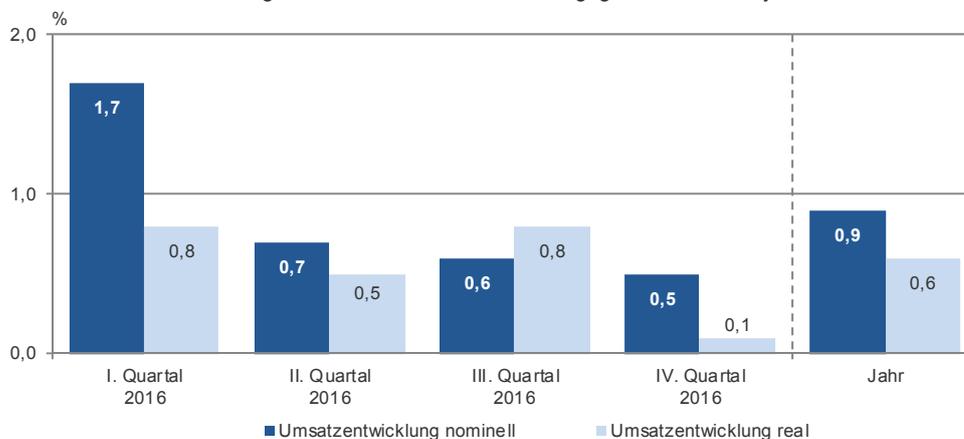
Der Gesamtumsatz der stationären Einzelhandelsunternehmen in Österreich erhöht sich um +0,9 % auf in Summe rd. € 59,2 Mrd (netto, exkl. Ust) bzw. auf rd. € 69,2 Mrd (brutto, inkl. Ust)<sup>2</sup>. Der stationäre Einzelhandel erwirtschaftet in Österreich rd. 96 % des gesamten Einzelhandelsvolumens (exkl. Tankstellen).

Unter Berücksichtigung der geringen Preisentwicklung im stationären Einzelhandel 2016 (0,3 %) führt das nominelle Umsatzwachstum von +0,9 % zu einem realen Plus von +0,6 %. Damit steigt das Absatzvolumen im stationären Einzelhandel 2016 kräftiger als im Gesamtjahr 2015 (+0,3 %) an.

## KONJUNKTURENTWICKLUNG IM LAUFE DES JAHRES 2016

Der Konjunkturaufschwung, der im I. Quartal 2016 zu beobachten war, verliert im Laufe des Jahres an Schwung. Die nominellen Umsatzsteigerung im I. Quartal 2016 in Höhe von +1,7 % kann der stationäre Einzelhandel in den nachfolgenden Quartalen nicht mehr realisieren. Die Konjunktorentwicklung dämpft sich von Quartal zu Quartal immer mehr ein. Das II. Quartal 2016 schließt mit einem nominellen Umsatzplus von +0,7 %. Im III. Quartal sinkt die Wachstumsrate auf nominell +0,6 % und im IV. Quartal auf +0,5 % (jeweils gegenüber dem Vorjahresquartal).

Grafik 2 Umsatzentwicklung im stationären Einzelhandel I. – IV. Quartal 2016  
Veränderungen nominell und real in Prozent gegenüber dem Vorjahr



Die Umsatzentwicklung im stationären Einzelhandel berücksichtigt den Lebensmitteleinzelhandel auf Basis Nielsen Umsatzbarometer. Die Preisbereinigung für die reale Umsatzentwicklung erfolgt auf Basis eines Deflators auf Branchenebene von Statistik Austria.

Quelle: KMU Forschung Austria

<sup>2</sup> Quelle: Statistik Austria, Leistungs- und Strukturstatistik 2016, vorläufige Ergebnisse (Einzelhandel exkl. nicht-stationären Einzelhandel und exkl. Tankstellen)

## HÖCHSTES PLUS IM EINZELHANDEL MIT SCHUHEN UND LEDERWAREN SOWIE IM LEBENSMITTELEINZELHANDEL 2016

Der Einzelhandel mit Schuhen und Lederwaren hat im Jahr 2016 – nach hohen Rückgängen im Jahr 2015 – mit +2,0 % das höchste nominelle Umsatzplus erzielt. Die Branche hat sich dabei in allen Quartalen 2016 positiv entwickelt, wobei das Wachstum im IV. Quartal deutlich höher ausgefallen ist als im Zeitraum davor.

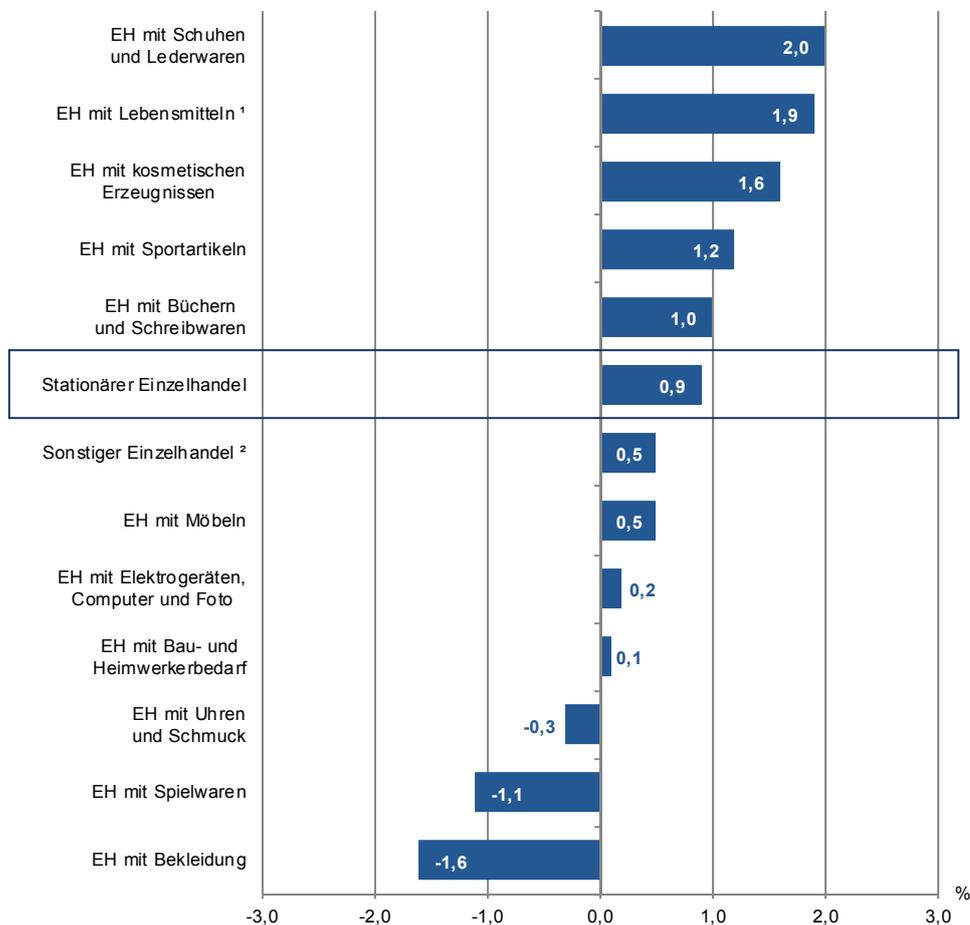
An zweiter Stelle folgt mit dem Lebensmitteleinzelhandel die mit Abstand umsatzstärkste Branche. Dieser konnte mit +1,9 % wieder überdurchschnittlich hohe Zuwächse erwirtschaften und trägt damit wesentlich zur positiven Entwicklung des Einzelhandels insgesamt bei. Die hohe Dynamik des Vorjahres (+3,2 %) hat sich jedoch abgeschwächt.

Erfreulich ist das Jahr 2016 zudem für den Einzelhandel mit kosmetischen Erzeugnissen (+1,6 %), den Einzelhandel mit Sportartikeln (+1,2 %) und den Einzelhandel mit Büchern und Schreibwaren (+1,0 %) verlaufen.

Am schwächsten hat sich der Bekleidungseinzelhandel, die in Bezug auf den Umsatz zweitwichtigste Einzelhandelsbranche, entwickelt. Hier ist es im Jahr 2016, wie schon 2015 und in allen Quartalen 2016, zu nominellen Umsatzrückgängen gekommen. Mit einem Minus von -1,6 % liegt der Einzelhandel mit Bekleidung am Ende des Rankings. Dies dämpft die Konjunktorentwicklung im Einzelhandel insgesamt.

Weitere umsatzstarke Einzelhandelbranchen wie der Einzelhandel mit Möbeln (+0,5 %) und der Einzelhandel mit Bau- und Heimwerkerbedarf (+0,1 %) haben 2016 das Umsatzniveau des Vorjahres zwar knapp übertreffen können, sich jedoch schwächer entwickelt als der stationäre Einzelhandel insgesamt.

Grafik 3 Umsatzentwicklung ausgewählter Einzelhandelsbranchen 2016  
 Veränderungen nominell in Prozent gegenüber dem Vorjahr



<sup>1</sup> Die Umsatzentwicklung im Lebensmitteleinzelhandel basiert auf Nielsen Umsatzbarometer.

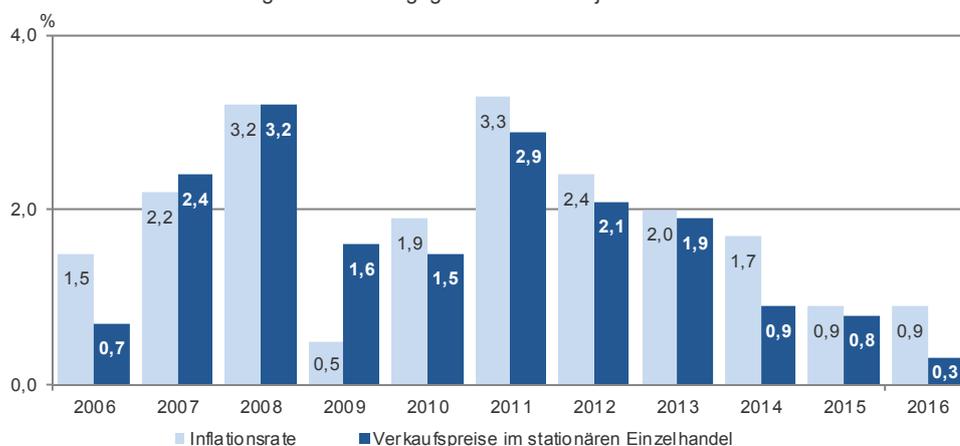
<sup>2</sup> Einzelhandel mit Waren aller Art, Trafiken, Einzelhandel mit medizinischen und orthopädischen Artikeln, Einzelhandel mit Textilien, Blumeneinzelhandel

Quelle: KMU Forschung Austria

## GERINGE PREISSTEIGERUNG IM EINZELHANDEL 2016: 0,3 %

Die Verkaufspreise im Einzelhandel sind 2016 im Durchschnitt um 0,3 % gestiegen. Dies bedeutet eine weitere Abschwächung gegenüber den Vorjahren und stellt die niedrigste Erhöhung der letzten Jahre dar. Die Inflationsrate fällt mit 0,9 % weiterhin höher aus und ist gegenüber 2015 unverändert geblieben. Die bedeutendsten Preistreiber sind hierbei Bewirtschaftungsdienstleistungen und Mieten.

Grafik 4 Inflationsrate sowie Verkaufspreise im stationären Einzelhandel, 2006 – 2016  
Veränderungen in Prozent gegenüber dem Vorjahr



Die Veränderung der Verkaufspreise im stationären Einzelhandel basieren auf einem Deflator auf Branchenebene von Statistik Austria. Vorläufiger Wert für die Inflationsrate 2016 von Statistik Austria.

Quellen: KMU Forschung Austria, Statistik Austria

Die geringen Verkaufspreiserhöhungen im Einzelhandel 2016 sind vor allem auf den Lebensmitteleinzelhandel zurückzuführen. In dieser Branche liegen die Preise im Durchschnitt lediglich um 0,2 % über dem Vorjahresniveau. Dazu tragen sowohl Preisrückgänge bei einzelnen Lebensmitteln, wie Milchprodukten und Gemüse, bei, als auch jene bei Drogeriewaren, die ebenfalls im Lebensmitteleinzelhandel angeboten werden.

Im Einzelhandel mit kosmetischen Erzeugnissen sind 2016 fast alle betrachteten Warengruppen billiger verkauft worden als 2015. Im Durchschnitt bedeutet dies einen Preisrückgang um -3,8 %. Im Einzelhandel mit Elektrogeräten, Computer und Fotoartikeln sowie der Einzelhandel mit Schuhen und Lederwaren sind die Verkaufspreise ebenfalls zurückgegangen.

Preissteigerungen verzeichnen im Branchendurchschnitt vor allem der Uhren- und Schmuckeinzelhandel sowie der Möbeleinzelhandel.

Wird die nominelle Umsatzentwicklung um die Entwicklung der Verkaufspreise bereinigt, ergibt dies die reale (Umsatz-) Entwicklung bzw. die Entwicklung des Absatzvolumens. Die nominelle Umsatzentwicklung zeigt die Veränderungen der tatsächlichen Umsätze an, die entweder auf steigende/sinkende Absatzmengen und/oder auf steigende/sinkende Verkaufspreise zurückzuführen sind. Um die beiden Veränderungen (Verkaufspreise bzw. Absatzmengen) getrennt voneinander betrachten zu können, wird neben der nominellen Umsatzentwicklung auch die reale Entwicklung berechnet (sowie die Entwicklung der Verkaufspreise angegeben). Die reale Entwicklung zeigt die Veränderung der abgesetzten Mengen (zu „konstanten Preisen“) an, da die Entwicklung der Preise hier „abgezogen“ wird.

Im Hinblick auf die Entwicklung der Absatzvolumina liegt der Einzelhandel mit kosmetischen Artikeln – in Folge der überdurchschnittlich starken Preisrückgänge – noch vor dem Einzelhandel mit Schuhen und Lederwaren sowie dem Einzelhandel mit Lebensmitteln an erster Stelle. Danach folgt mit dem Einzelhandel mit Elektrogeräten, Computern und Fotoartikeln eine Branche, die ebenfalls durch gesunkene Preise gekennzeichnet ist.

Tabelle 1 Umsatz- und Preisentwicklung ausgewählter Einzelhandelsbranchen 2016  
Veränderungen in Prozent gegenüber dem Vorjahr

	Nominelle Veränderung	Preis-veränderung	Reale Veränderung
EH mit Schuhen u. Lederwaren	2,0	-0,9	2,9
EH mit Lebensmitteln	1,9	0,2	1,7
EH mit kosmetischen Erzeugnissen	1,6	-3,8	5,4
EH mit Sportartikeln	1,2	0,9	0,3
EH mit Büchern und Schreibwaren	1,0	1,8	-0,8
<b>Stationärer Einzelhandel</b>	<b>0,9</b>	<b>0,3</b>	<b>0,6</b>
EH mit Möbeln	0,5	2,0	-1,5
Sonstiger Einzelhandel	0,5	0,7	-0,2
EH mit Elektrogeräten, Computer, Foto	0,2	-1,3	1,5
EH mit Bau- u. Heimwerkerbedarf	0,1	0,4	-0,3
EH mit Uhren- und Schmuck	-0,3	4,7	-5,0
EH mit Spielwaren	-1,1	1,2	-2,3
EH mit Bekleidung	-1,6	0,8	-2,4

Die Umsatzentwicklung im stationären Einzelhandel berücksichtigt den Lebensmitteleinzelhandel auf Basis Nielsen Umsatzbarometer. Die Preisbereinigung für die reale Entwicklung erfolgt auf Basis eines Deflators auf Branchenebene von Statistik Austria.

Quelle: KMU Forschung Austria

## UMSATZWACHSTUM IM INTERNET-EINZELHANDEL 2016: +4 %

Der österreichische Internet-Einzelhandel<sup>3</sup> entwickelt sich auch 2016 deutlich dynamischer als der stationäre Einzelhandel. Die Wachstumsdynamik der letzten Jahre flacht 2016 jedoch auch hier ab. Nach einem nominellen Umsatzplus von +7 % im Jahr 2015 kann 2016 ein Online-Wachstum von +4 % erzielt werden.

Das Online-Geschäft der Versandhändler hat sich 2016 etwas besser entwickelt als die Online-Umsätze der Multi-Channel-Händler (Ladengeschäft und Online-Shop). Dies gelingt den Versandhändlern vor allem durch Ausdehnung des Online-Anteils am Gesamtumsatz – vielfach zu „Lasten“ des klassischen Versandgeschäfts. Der Gesamtumsatz im Versandhandel (online & klassisches Kataloggeschäft) ist hingegen lt. Statistik Austria in den ersten drei Quartalen 2016 gegenüber dem Vorjahreszeitraum 2015 gesunken.

In Summe ist im Gesamtjahr 2016 der Brutto-Jahresumsatz im österreichischen Internet-Einzelhandel auf rd. € 3,0 Mrd (inkl. Ust.) angestiegen und erreicht damit rd. 4 % des Einzelhandelsvolumens (exkl. Tankstellen) in Österreich.

Nicht alle EinzelhändlerInnen in Österreich verbuchen 2016 Umsatzzuwächse im Online-Geschäft. Rd. 6 von 10 können ihre Online-Umsätze steigern, 2 von 10 das Umsatzniveau des Vorjahres halten. 2 von 10 der befragten E-Commerce-Händler mit Sitz in Österreich verzeichnen jedoch 2016 nominelle Umsatzrückgänge gegenüber dem Vorjahr.

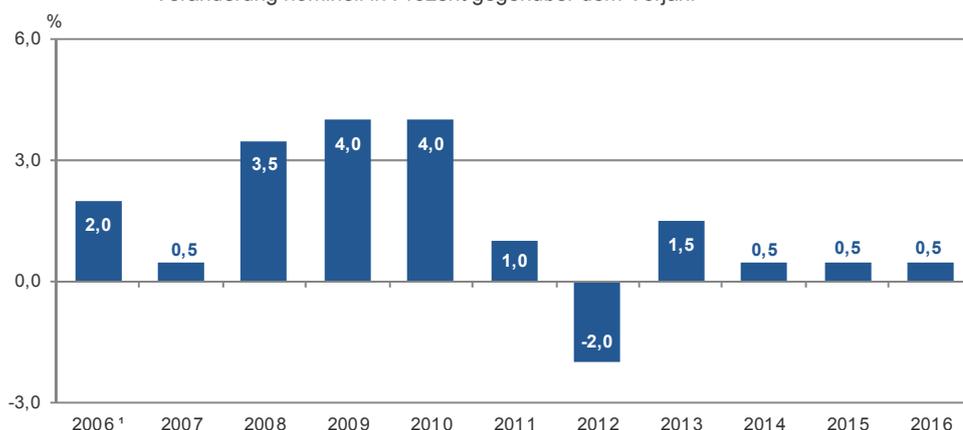
<sup>3</sup> Die Konjunkturbeobachtung der KMU Forschung Austria fokussiert auf den Einzelhandel in Österreich. Ausländische Internet-Anbieter, die in Österreich keinen Sitz haben, zählen nicht zum heimischen (Internet-)Einzelhandel und werden daher in der Konjunkturuntersuchung nicht berücksichtigt.

## STABILES WEIHNACHTSGESCHÄFT 2016: +0,5 %

Wie in den Jahren 2014 und 2015 steigen auch 2016 die Weihnachtsumsätze im heimischen Einzelhandel um nominell +0,5 %. Damit bestätigt sich die Zwischenbilanz zum Weihnachtsgeschäft bis zum 4. Einkaufssamstag. Zurückzuführen ist das leichte Umsatzwachstum wie in den vergangenen Jahren auf steigende Online-Verkäufe, während sich der stationäre Einzelhandel abermals stabil entwickelt hat.

In Summe sind die Weihnachtsumsätze im heimischen Einzelhandel (stationär und online) auf rd. € 1,63 Mrd angestiegen – ein Plus von rd. +€ 5 Mio gegenüber 2015. Dazu trägt der stationäre Einzelhandel mit rd. € 1,53 Mrd (inkl. Ust) den Großteil zum Weihnachtsgeschäft im österreichischen Einzelhandel bei.<sup>4</sup> Der heimische Internet-Einzelhandel<sup>5</sup> „knackt“ mit einem Umsatzplus von +5 % erstmals die € 100 Mio-Marke und trägt rd. 6 % zum gesamten heimischen Weihnachtsgeschäft bei.

Grafik 5 Umsatzentwicklung im Weihnachtsgeschäft im Einzelhandel (stationär und online) 2006 – 2016  
Veränderung nominell in Prozent gegenüber dem Vorjahr



<sup>1</sup> Umsatzentwicklung 2006 für den stationären Einzelhandel (exkl. Internet-Einzelhandel)

Quelle: KMU Forschung Austria

Unter Berücksichtigung der Preissteigerungen im Weihnachtsgeschäft 2016 von 0,5 % entspricht das nominelle Umsatzwachstum von +0,5 % einem stabilen Absatzvolumen (real: +/- 0 % gegenüber 2015).

<sup>4</sup> Als Weihnachtsgeschäft im stationären Einzelhandel wird jener Brutto-Mehrumsatz (inkl. Ust.) im Monat Dezember verstanden, der das Normalmaß eines „durchschnittlichen Monats“ übersteigt.

<sup>5</sup> Als Weihnachtsgeschäft im Internet-Einzelhandel wird jener Brutto-Mehrumsatz (inkl. Ust.) von „Mitte November bis Mitte Dezember“ (Berechnungszeitraum 1 Monat) verstanden, der über einem „durchschnittlichen Monat“ liegt.

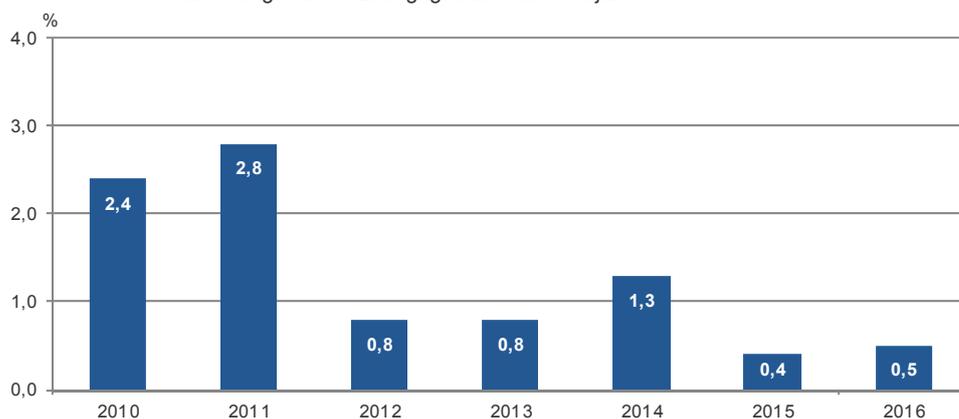
## WEITERHIN LEICHTER ANSTIEG DER BESCHÄFTIGTENZAHLEN IM EINZELHANDEL 2016: +0,5 %

Die Zahl der unselbstständig Beschäftigten im gesamten Einzelhandel ist 2016 mit +0,5 % ähnlich hoch angestiegen wie 2015 (+0,4 %). In absoluten Zahlen bedeutet der Anstieg 2016 ein Plus von +1.600 MitarbeiterInnen im Einzelhandel.

Die steigenden Beschäftigtenzahlen sind dabei nicht primär auf geringfügige Beschäftigungsverhältnisse zurückzuführen. Von den zusätzlichen 1.600 EinzelhandelsmitarbeiterInnen sind rd. 300 geringfügig beschäftigt.

Der Einzelhandel bietet rd. 329.100 unselbstständig Beschäftigten einen Arbeitsplatz (Jahresdurchschnitt 2016), knapp die Hälfte davon arbeitet Teilzeit.

Grafik 6 Entwicklung der unselbstständig Beschäftigten<sup>1</sup> im gesamten Einzelhandel<sup>2</sup> 2010 – 2016  
Veränderungen in Prozent gegenüber dem Vorjahr



<sup>1</sup> Vollzeit- und Teilzeitbeschäftigte (inkl. geringfügig Beschäftigte)

<sup>2</sup> Gesamter Einzelhandel: stationärer Einzelhandel, Internet-Einzelhandel, sonstiger nicht stationärer Einzelhandel und inkl. Tankstellen

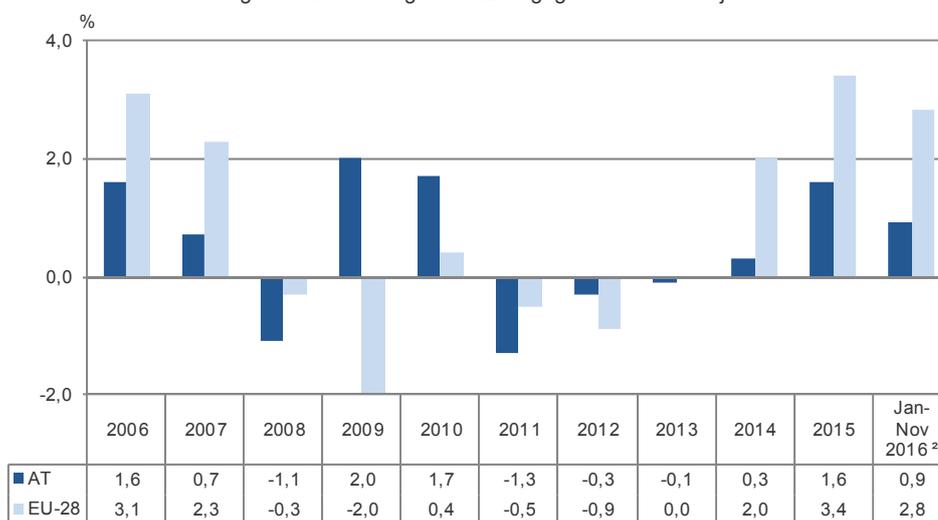
Quelle: Hauptverband der österreichischen Sozialversicherungsträger

## BLICK ÜBER DIE GRENZE: VERLANGSAMUNG DES KONJUNKTURWACHSTUMS IN EU-28

Eine Verlangsamung des Konjunkturaufschwungs zeigt sich 2016 nicht nur im österreichischen Einzelhandel, sondern auch in der EU-28. Laut den aktuellen Konjunkturdaten von Eurostat ist das Einzelhandelsvolumen zwischen Jänner und November 2016 im Durchschnitt der 28 EU-Staaten deflationiert und kalenderbereinigt (=Absatzvolumen) im Vergleich zur Vorjahresperiode um +2,8 % gestiegen (nach +3,4 % im Jahr 2015). Überdurchschnittliche Wachstumsraten weisen 2016 vor allem Polen, Tschechische Republik, Ungarn sowie das Vereinigte Königreich, Irland und Spanien auf.

In Österreich hinkt die Einzelhandelskonjunktur auch 2016 der EU-28-Entwicklung hinterher und hat lt. aktuellen Daten von Eurostat gegenüber 2015 ebenfalls an Schwung verloren. Von Jänner bis November 2016 ist das Absatzvolumen im heimischen Einzelhandel kalenderbereinigt um +0,9 % gestiegen (2015: +1,6 %). Damit liegt die Wachstumsrate 2016 hinter dem deutschen Einzelhandel (+1,4 %) aber z. B. vor der Entwicklung in Italien und in Belgien. Der Einzelhandel in Belgien weist wie in der Schweiz ein rückläufiges Absatzvolumen auf.

Grafik 7 Deflationierte Umsatzentwicklung (Absatzvolumen)<sup>1</sup> im gesamten Einzelhandel in Österreich und EU-28 2006 – November 2016  
Veränderung kalenderbereinigt in Prozent gegenüber dem Vorjahr



<sup>1</sup> Die Umsatzentwicklung wird von Eurostat deflationiert (=Absatzvolumen) und kalenderbereinigt für den Einzelhandel gesamt (stationärer Einzelhandel inkl. Internet-Einzelhandel, inkl. sonstiger nicht stationärer Einzelhandel und inkl. Tankstellen) dargestellt (revidierte Daten). Darin begründen sich die Unterschiede zu den Konjunkturdaten der KMU Forschung Austria.

<sup>2</sup> vorläufiger Wert für den Durchschnitt der Monate Jänner bis November 2016

Quelle: Eurostat

## AUSBLICK: ANHALTENDES WACHSTUM DER KONSUMAUSGABEN BIS MITTE 2017

Das WIFO prognostiziert eine Beschleunigung des Wirtschaftswachstums bis Mitte 2017 und eine anschließende Abflachung. Im Gesamtjahr 2017 wird das BIP nominell um +2,9 % (real: +1,5%) steigen – nach nominell + 3,0 % (real: +1,5%) im Jahr 2016.

Der private Konsum wächst in Folge der Einkommenssteigerungen durch die Steuerentlastung noch bis Mitte 2017. Mit Auslaufen der Steuerreformeffekte und dem Anstieg der Inflation wird das Wachstum nachlassen. Die Inflation wird 2017 in Folge der anzunehmenden Rohölverteuerung auf 1,7 % steigen (2016: 0,9 %).

Die Konsumausgaben dürften im Jahr 2017 nominell um +2,9 % (real: +1,2 %) wachsen – nach nominell + 2,7 % (real: +1,5%) im Jahr 2016. Das Plus bei den dauerhaften Konsumgütern dürfte 2017 überdurchschnittlich hoch ausfallen. Wie schon das Jahr 2016 gezeigt hat, ist davon auszugehen, dass der stationäre Einzelhandel – auf welchen rund ein Drittel der privaten Konsumausgaben entfallen – nur teilweise vom Anstieg des Konsums profitieren kann. Dazu trägt auch bei, dass die Sparquote weiter von 8,3 % (2016) auf 8,5 % (2017) zunehmen wird. Weiters setzt sich auch der Anstieg der Arbeitslosigkeit fort. Die Arbeitslosenquote wird sich von 9,1 % (2016) auf 9,3 % (2017) erhöhen.<sup>6</sup>

Der Großteil der EinzelhändlerInnen (78 %) erwartet lt. KMU Forschung Austria für die nächsten Monate eine stabilen Geschäftsentwicklung. 9 % rechnen mit einer Verbesserung der Geschäftslage, während 13 % eine Verschlechterung befürchten.

KMU Forschung Austria<sup>7</sup> <sup>8</sup>

Karin Gavac / Ernst Gittenberger

<sup>6</sup> Datenquelle: Österreichisches Institut für Wirtschaftsforschung: Prognose für 2017 und 2018: Kräftige Inlandsnachfrage hält noch etwas an. WIFO, Dezember 2016

<sup>7</sup> Die aktuelle monatliche Konjunkturbeobachtung der KMU Forschung Austria basiert auf den Daten von rd. 4.500 Geschäften. Der Lebensmitteleinzelhandel ist auf Basis Nielsen Umsatzbarometer (inkl. Hofer und Lidl) enthalten.

<sup>8</sup> Die vorliegende Studie - im Auftrag der Wirtschaftskammer / Sparte Handel – wurde nach allen Maßstäben der Sorgfalt erstellt. Die KMU Forschung Austria übernimmt jedoch keine Haftung für Schäden oder Folgeschäden, die auf diese Studie oder auf mögliche fehlerhafte Angaben zurückgehen.

