

3.4 Konjunkturumfrage Handel

SABINE RUMSCHEIDT

3.4.1 Anfänge und Entwicklung des Panels

Nach dem gelungenen Start der ifo Konjunkturumfrage im Verarbeitenden Gewerbe im Jahr 1949 ergänzte das ifo Institut das Programm an monatlichen Befragungen bereits ein Jahr später (1950) um Erhebungen im Einzelhandel und 1951 im Großhandel. Die Ergebnisse der ifo Konjunkturumfrage im Bereich „Handel“ fließen in die Berechnung des ifo Geschäftsklimaindex für Deutschland ein. Ergebnisse der Umfragen im Handelsgewerbe stehen für den gesamtdeutschen Raum mit 16 Bundesländern ab dem Jahr 1991 zur Verfügung.

3.4.2 Deskriptive Statistiken

Die ifo Konjunkturumfrage im Handel wendet sich, wie die Erhebungen in der Industrie, im Bauhauptgewerbe und bei den Dienstleistern, an Unternehmen im gesamten Bundesgebiet. Handelsunternehmen sind tendenziell schwerer zur Mitarbeit an der Konjunkturumfrage zu bewegen als Industriebetriebe. Dies mag vor allem daran liegen, dass die Unternehmen dieses Sektors größtenteils auf regional eng begrenzten Märkten operieren und damit weniger mit bundesweiten Gesamtergebnissen anfangen können. Dennoch konnte die Teilnehmerzahl im Laufe der Jahre kontinuierlich erhöht werden. Im Durchschnitt des Jahres 2017 wurden im Handel monatlich Fragebögen an rund 3000 Unternehmen versandt. Aus dem gesamten Teilnehmerkreis antworteten im Mittel 2000 Firmen. Das ergibt eine Antwortquote von 67%. Die Anzahl der Firmen verteilt sich je zur Hälfte auf den Groß- und auf den Einzelhandel. Der Tabelle 3.9 ist die durchschnittliche Verteilung der Umsatzgrößenklassen der teilnehmenden Firmen zu entnehmen.

3.4.3 Fragenprogramm

Am Inhalt und an den Formulierungen hat sich im Laufe der Jahre, wie bei den Konjunkturumfragen für die Industrie und das Bauhauptgewerbe, einiges geändert. Eine wesentliche Rolle spielte dabei auch die von der EU geforderte Harmonisierung der Umfragen auf europäischer Ebene. Die Fragen der Standardprogramme beim Groß- und Einzelhandel unterscheiden sich nicht. Bei den Themen der Sonderfragen kann es naturgemäß zu Abweichungen kommen, da hier die Informationsinteressen verschieden sind. Insgesamt umfasst der Fragebogen für den Handel (Groß- und Einzelhandel) neun Standardfragen (vgl. Abb. 3.24).

Die Standardfragen erfassen die aktuelle Situation sowie die Erwartungen bzw. Planungen für die nahe Zukunft. Neben den Standardfragen werden weitere Fragen in regelmäßigen Abständen erhoben. In den Monaten Januar, April, Juli und Oktober befasst sich die Befra-

Tabelle 3.9: Verteilung der teilnehmenden Firmen nach Jahresumsatz

Umsatz/Jahr(Mio. €)	Einzelhandel	Großhandel
< 0,25	1%	0,5%
0,25 < 0,5	3%	0,5%
0,5 < 1,0	7%	2%
1,0 < 2,5	18%	7%
2,5 < 5,0	20%	11%
5,0 < 12,5	24%	23%
12,5 < 25,0	8%	16%
25,0 < 50,0	8%	14%
50,0 < 1 Mrd.	9%	25%
> 1 Mrd.	2%	3%

gung mit Behinderungen der Umsatztätigkeit. Ebenfalls vierteljährlich (März, Juni, September, Dezember) werden die Unternehmen gebeten, die Bereitschaft der Banken zur Kreditvergabe zu beurteilen (vgl. Abschnitt 4.5). Weiterhin wird zweimal jährlich (Mai und November) die tendenzmäßige Entwicklung der Investitionen (im vorangegangenen Jahr und im laufenden Jahr) sowie einmal jährlich (Mai) die voraussichtliche Umsatzentwicklung erfragt. Die Investitionsfrage bezieht sich auf die Gesamtinvestitionen und unterteilt zudem in Bauten und Ausrüstungen (vgl. Abschnitt 5.3). In den Abbildungen 3.25 und 3.26 am Ende des Kapitels ist der genaue Wortlaut der Fragen aufgeführt.

Neben den monatlichen Standardfragen und den sich regelmäßig wiederholenden Fragen werden auch Sonderfragen gestellt, die einen aktuellen Bezug haben oder bestimmte interessierende Aspekte abdecken. Die Sonderfragen können sowohl branchenübergreifender Natur sein (d.h. auch in der Industrie, im Bau und bei den Dienstleistungen gestellt werden) oder sich auf handelsspezifische Fragestellungen beziehen. Sonderfragen werden nach Bedarf gestellt und die Ergebnisse zumeist in Form eines Artikels in der Zeitschrift *ifo Schnelldienst* zusammengefasst. In diesem Handbuch befindet sich ebenfalls ein Kapitel, welches die Sonderfragen behandelt (vgl. Abschnitt 3.8).

Um die Validität der Standardfragen im Handel zu überprüfen, wurde im Jahr 2009 eine sogenannte Metaumfrage durchgeführt. Ziel war es, herauszufinden, welche Faktoren die Beantwortung der einzelnen Fragen beeinflussen und wie die Fragen von den Teilnehmern verstanden werden. Die Ergebnisse der Sonderumfrage *Test des Tests* im Handel zeigten unter anderem, dass die Unternehmen in Abhängigkeit von Branche und Größe unterschiedliche Bewertungskriterien, beispielsweise für die Beantwortung der Fragen zur Geschäftslage und zu den Geschäftserwartungen, zugrunde legen.³ Die Flexibilität der beiden Komponenten, die in den ifo Geschäftsklimaindex eingehen, ist ein entscheidender Vorteil der ifo Konjunkturu-

³ Für detaillierte Ergebnisse der Metaumfrage vgl. Abberger u. a. (2011).

3 Die ifo Konjunkturumfragen

umfrage, da mit ihr eine große Anzahl verschiedener Faktoren abgedeckt und dadurch eine Anpassung an die verschiedenen Branchenbedürfnisse ermöglicht wird. Die Ergebnisse lassen sich schließlich ohne Probleme zu einem Gesamtindikator für Deutschland zusammenfügen (vgl. Abschnitt 4.1).

3.4.4 Methodik, Hierarchien

Der Ablauf der monatlichen Konjunkturumfrage wurde bereits in Kapitel 2 dargestellt. Dort werden auch die Berechnung des Geschäftsklimaindiktors sowie die Bildung der Indizes beschrieben. Die Auswahl der befragten Handelsbranchen und ihre Aggregation richten sich nach der Wirtschaftszweigklassifikation des Statistischen Bundesamtes, Abschnitt G (Handel).⁴ Für die weitere Unterteilung nach Abteilungen, Gruppen, Klassen und Unterklassen werden Ziffern verwendet. Mit jeder weiteren Ziffer, die nicht Null ist, wird angezeigt, dass es sich um eine untergeordnete Stufe handelt (G47.00 ist beispielsweise der Einzelhandel, G47.70 der Einzelhandel mit sonstigen Gütern, G47.77 der Einzelhandel mit Bekleidung). Herangezogen werden Firmen aus den Bereichen

- G45 Kfz-Handel (exklusive Reparatur und Instandhaltung von Kraftfahrzeugen)
- G46 Großhandel (exklusive Handelsvermittlung 46.1)
- G47 Einzelhandel.

Die Ergebnisse für den Großhandel und den Einzelhandel werden jeweils inklusive und exklusive Kraftfahrzeuge berechnet. Der Bereich *Handelsvermittlung* wird nicht berücksichtigt. Die Firmen werden entsprechend der amtlichen Wirtschaftszweigklassifikation ihrem Warenbereich zugeordnet. Nicht immer ist dieser Bereich eindeutig zu bestimmen, da verschiedene Warengruppen angeboten werden. In diesem Fall wird die Firma entsprechend ihrem Schwerpunkt zugeordnet (Warengruppe, mit welcher der höchste Umsatz erzielt wird). Alternativ können Firmen mehrere Fragebögen beantworten, die den unterschiedlichen Warenarten explizit zugeordnet sind. Die ifo Konjunkturumfrage ist eine Teilerhebung. Da aufgrund der freiwilligen Teilnahme das Ziehen einer zufälligen Stichprobe nicht möglich ist, liegt ein besonderes Augenmerk auf der Wahrung der Repräsentativität. Mit Blick auf die fachliche Repräsentativität wurde darauf geachtet, dass alle relevanten Bereiche des Einzel- und Großhandels erfasst werden. Tabelle 3.10 listet alle erfassten Bereiche (3-Steller) der Umfrage mit dem jeweiligen prozentualen Gewichtsanteil auf. Wegen des großen Umfangs können die einzelnen Warengruppen, aus denen sich die 3-Steller zusammensetzen, hier nicht alle aufgeführt werden.⁵ Die Aggregation der Warengruppen in der nächsthöheren Gruppe orientiert sich, wie beschrieben, an der amtlichen Wirtschaftszweigklassifikation, jedoch werden je nach Bedarf auch eigene Warengruppierungen gebildet. Des Weiteren erfolgt beim Handel auch eine separate Gliederung nach funktionalen Gesichtspunkten (vgl. Tabelle 3.11).

⁴ Aktuell findet die WZ08 aus dem Jahr 2008 Anwendung, vgl. Statistisches Bundesamt (2009).

⁵ Eine detaillierte Auflistung findet sich in der amtlichen Wirtschaftszweigklassifikation, vgl. Statistisches Bundesamt (2009).

Tabelle 3.10: Erfasste Bereiche und prozentuale Gewichtung

2- Steller	3- Steller	Bezeichnung	Anteil exkl. Kfz	Anteil inkl. Kfz	Anteil Gesamt wert Handel
		Handel gesamt inkl. Kfz (GH+EH)			
G45.0100		Großhandel inkl. Großhandel mit Kfz Kfz-Großhandel	100%	100%	61%
	G45.1100	Großhandel mit Kraftwagen	71%	7%	
	G45.3100	Großhandel mit Kraftwagenteilen und Zubehör	27%		
	G45.4100	Großhandel mit Krafträdern, Teilen und Zubehör	2%		
G46.0000		Großhandel (ohne Kfz)	100%	93%	
	G46.2000	Großhandel mit landwirtschaftlichen Grundstoffen und lebenden Tieren	6%		
	G46.3000	Großhandel mit Nahrungs- und Genussmitteln, Getränken und Tabakwaren	2%		
	G46.4000	Großhandel mit Gebrauchs- und Verbrauchsgütern	25%		
	G46.5000	Großhandel mit Geräten der Informations- und Kommunikationstechnik	7%		
	G46.6000	Großhandel mit sonstigen Maschinen, Ausrüstungen und Zubehör	7%		
	G46.7000	Sonstiger Großhandel	36%		
G45.0200		Einzelhandel, inkl. Einzelhandel mit Kfz Kfz-Einzelhandel	100%	100%	39%
	G451.200	Einzelhandel mit Kraftwagen	92%	22%	
	G453.200	Einzelhandel mit Kraftwagenteilen und Zubehör	6%		
	G45.4200	Einzelhandel mit Krafträdern, Teilen und Zubehör	2%		
G47.0000		Einzelhandel (ohne Handel mit Kraftfahrzeugen)	100%	78%	
	G47.1000	Einzelhandel mit Waren verschiedener Art (in Verkaufsräumen) (davon 86% Hauptrichtung Nahrungs- und Genussmittel)	40%		
	G47.2000	Einzelhandel mit Nahrungs- und Genussmitteln, Getränken und Tabakwaren (Facheinzelhandel in Verkaufsräumen)	4%		
	G47.3000	Einzelhandel mit Motorenkraftstoffen (Tankstellen)	3%		
	G47.4000	Einzelhandel mit Geräten der Informations- und Kommunikationstechnik (in Verkaufsräumen)	3%		
	G47.5000	Einzelhandel mit sonstigen Haushaltsgeräten, Textilien, Heimwerker- und Einrichtungsbedarf (in Verkaufsräumen)	12%		
	G47.6000	Einzelhandel mit Verlagsprodukten, Sportausrüstungen und Spielwaren (in Verkaufsräumen)	3%		
	G47.7000	Einzelhandel mit sonstigen Gütern (in Verkaufsräumen)	26%		
	G47.9000	Einzelhandel, nicht in Verkaufsräumen, an Verkaufsständen oder auf Märkten	8%		

3 Die ifo Konjunkturumfragen

Die Gewichtung der einzelnen Meldungen in der Handelsumfrage basiert auf den Firmenum-sätzen. Dazu werden die Handelsunternehmen bei der Neuaufnahme und danach einmal jährlich gebeten, sich in vorgegebene Umsatzgrößenklassen einzuordnen. Diese Größenklassen sind im Großhandel und im Einzelhandel identisch. Das folgende Schema in Tabelle 3.12 zeigt die Beziehung zwischen den Umsatzgrößenklassen und den Gewichtspunkten. Die Gewichtspunkte steigen unterproportional zum Gewichtsmerkmal (Umsatz) an, um die Überzeichnung von Ergebnissen durch große Unternehmen abzuschwächen. Bei den in der Mehrzahl üblichen Fragestellungen mit drei Antwortmöglichkeiten werden die Prozentanteile der darauf entfallenden gewichteten Antworten und der daraus resultierende Saldo für die abgefragten Handelssparten ermittelt. Anschließend werden die einzelnen Spatenergebnisse zu höheren Aggregaten zusammengefasst. Das Gliederungsschema richtet sich dabei – basierend auf der amtlichen Wirtschaftszweigklassifikation – an den in Tabelle 3.10 dargestellten Hierarchien aus. Als Aggregatsgewichte werden die Umsatzanteile der betreffenden Sparten laut amtlicher Statistik herangezogen (Prozente in Tabelle 3.10). Gewichtet wird im Handel ab der 3-Steller-Ebene (d.h. Sparten auf 4- 6-Steller-Ebene sind hier bereits zusammengefasst). Auf der obersten Ebene wird schließlich das Ergebnis für das Gesamttaggregat „Handel“ berechnet. Im April 2018 wurden einige methodische Änderungen an der Berechnung der Ergebnisse vorgenommen, die insbesondere das Aggregationsverfahren und das Basisjahr für den Index betreffen. Gleichzeitig wurde ein übergreifender Indikator für den Handel insgesamt (Groß- und Einzelhandel) eingeführt. Die Zeitreihen im Handel verlaufen nun wesentlich glatter, was klarere konjunkturelle Aussagen ermöglicht. Detaillierte Informationen können dem Artikel von Sauer und Wohlrabe (2018a) entnommen werden.

Tabelle 3.11: Gliederung der Handelssparten

Großhandel	Einzelhandel
Produktionsverbindungshandel	Gebrauchsgüter
• Vorprodukte	Verbrauchsgüter
• Investitionsgüter	Nahrungs- und Genussmittel
Konsumgüter	
• Gebrauchsgüter	
• Verbrauchsgüter	
• Nahrungs- und Genussmittel	

3.4.5 Ergebnisse

Die ersten Ergebnisse der Konjunkturumfrage im Handel wurden 1950 (Einzelhandel) bzw. 1951 (Großhandel) veröffentlicht. Die Zahlen stoßen seither auf ein breites Interesse, u.a. bei wirtschaftlichen Entscheidungsträgern, Presse, Handelsfirmen bzw. Verbänden. Die Ergebnisse werden in unterschiedlicher Form dargestellt (z.B. Grafiken, Tabellen), kommentiert (z.B. Pressemitteilungen, ifo Konjunkturperspektiven) und ausgewertet (z.B. ifo-Schnelldienst-Artikel).

Tabelle 3.12: Gewichtung im Handel nach Umsatzgrößenklassen

Umsatz/Jahr(Mio. €)			Gewichtungspunkte
unter 0,25			1
0,25	bis unter	0,5	2
0,5	bis unter	1,0	3
1,0	bis unter	2,5	4
2,5	bis unter	5,0	5
5,0	bis unter	12,5	6
12,5	bis unter	25,0	7
25,0	bis unter	50,0	8
50,0	bis unter	1 Mrd.	9
über 1 Mrd.			10

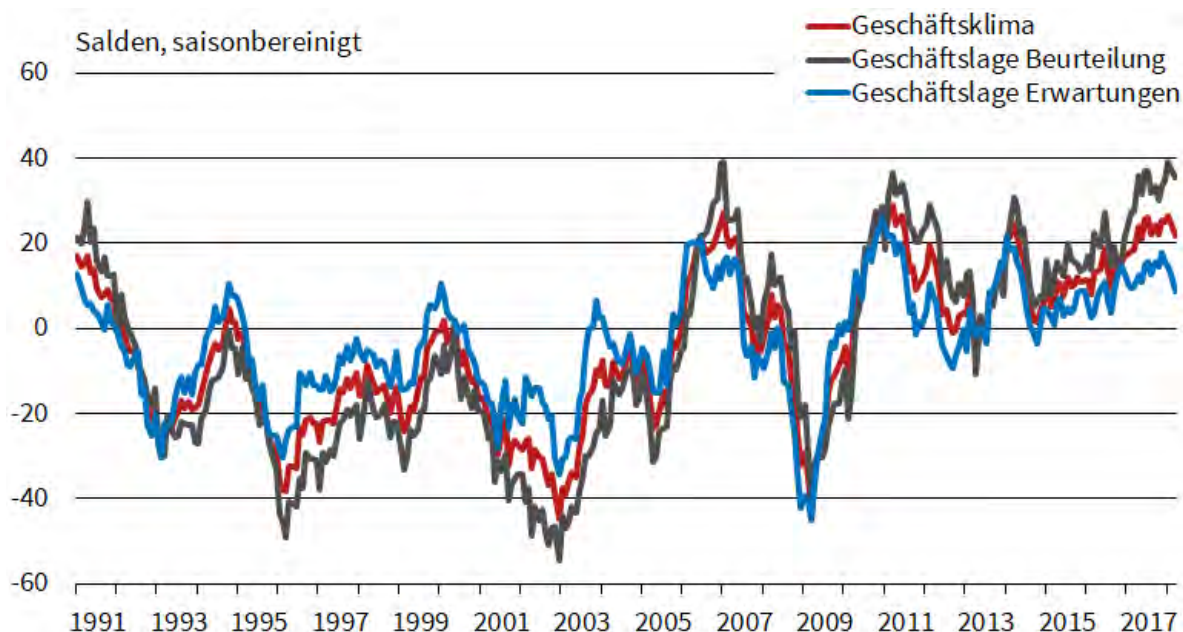
Die teilnehmenden Firmen erhalten monatlich eine graphische und tabellarische Übersicht zu den branchenspezifischen Ergebnissen, in der alle acht Standardfragen und das Geschäftsklima aufgeführt sind. Eine Auswahl von Branchen wird jeweils in der monatlich erscheinenden Zeitschrift *ifo Konjunkturperspektiven* kommentiert. Daneben werden dort einzelne Ergebnisse graphisch und tabellarisch dargestellt.

Die Ergebnisse der ifo Konjunkturumfrage im Großhandel und im Einzelhandel für den gesamtdeutschen Raum stehen ab 1991 zur Verfügung. Abbildung 3.17 zeigt den Verlauf der Ergebnisse im Großhandel von 1991 bis März 2018. Dargestellt sind die Salden für die aktuelle und die zu erwartende Geschäftslage sowie das aus diesen Werten berechnete Geschäftsklima. Nach einer kurzen Hochphase infolge der Wiedervereinigung pendelten sich die Ergebnisse wieder (wie vor der Wiedervereinigung in Westdeutschland) unterhalb der Nulllinie ein. Dabei bewerteten die befragten Großhändler ihre Geschäftslage und Geschäftserwartungen bis etwa 2006 häufiger als "schlecht" bzw. "ungünstiger" und weniger häufig als "gut" bzw. "günstiger". Ab 2005 ist ein Anstieg der positiven Einschätzungen zu erkennen, zwischen 2006 und 2007 erreichten alle dargestellten Werte ein positives Vorzeichen. Die Wirtschaftskrise ist deutlich in der Entwicklung des Geschäftsklimas bzw. dessen Teilindikatoren - "aktuelle Geschäftslage" und "Geschäftserwartungen" - zu erkennen. Insbesondere die Geschäftserwartungen sinken im Vorlauf zur aktuellen Lage: Hier wurde bereits im November 2007 ein negativer Wert erreicht, während die aktuelle Geschäftslage per saldo noch bis Herbst 2008 im positiven Bereich blieb. Im Frühjahr 2010 drehte das Geschäftsklima wieder in den positiven Bereich, und die Antworten pendelten sich insgesamt auf einem höheren Niveau ein.

Des Weiteren fällt auf, dass sich das Verhältnis zwischen Geschäftslage und Geschäftserwartungen seither gewendet hat: Während die Geschäftsaussichten vor der Wirtschaftskrise per saldo stets besser eingeschätzt wurden als die aktuelle Lage, wird nun die Geschäftslage häufiger besser bewertet. Die Umkehr dieses Verhältnisses lässt sich damit erklären, dass die Firmen bei einer guten allgemeinen Geschäftslage in der Tendenz eher nicht davon ausgehen,

3 Die ifo Konjunkturumfragen

Abbildung 3.17: Großhandel: Geschäftsklima, Lage und Erwartungen



Quelle: ifo Konjunkturumfrage Handel.

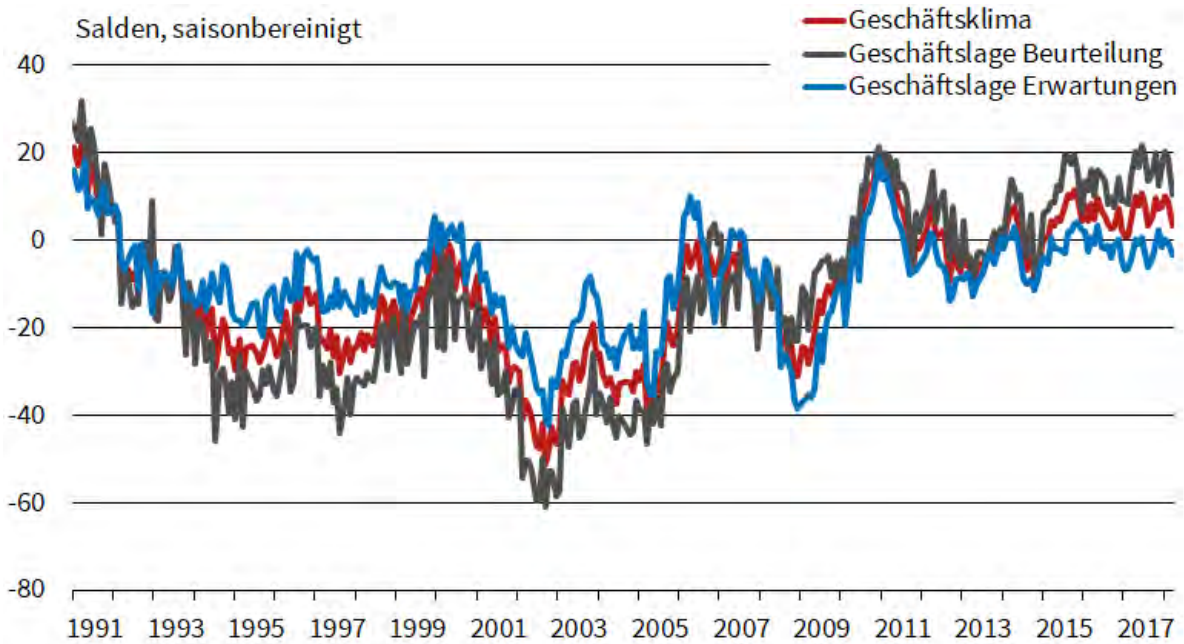
© ifo Institut

dass sich ihre Lage noch zusätzlich in größerem Maße verbessern kann. Es bedeutet daher nicht zwangsläufig, dass die Firmen eine Verschlechterung erwarten würden.

Zwischen den Ergebnissen des Großhandels und des Einzelhandels besteht eine enge Korrelation (0,801). Die Ergebnisse der ifo Konjunkturumfrage im Einzelhandel sind in Abbildung 3.18 dargestellt und zeigen einen sehr ähnlichen Verlauf wie im Großhandel. Auch hier pendelten sich die Ergebnisse nach der Finanz- und Wirtschaftskrise ab 2010 auf einem deutlich höheren Niveau wieder ein. Ebenso wurde die aktuelle Geschäftslage nach diesem Wendepunkt durchweg besser bewertet als die Geschäftserwartungen (vor der Krise galt der umgekehrte Fall).

Abbildung 3.19 zeigt die Entwicklung des Geschäftsklimas im Großhandel und Einzelhandel seit 1991 im Vergleich. Hier sind einige interessante Trends zu erkennen: Zu Beginn der 1990er Jahre (nach der Hochphase infolge der Wiedervereinigung) verlief das Geschäftsklima beim Groß- und Einzelhandel in die gleiche Richtung. Relativ rasch zeigte sich danach die Tendenz einer gegenläufigen Entwicklung. Zwischen 1999 und 2002 (während der Dotcom-Krise) gliederten sich die Einschätzungen wieder an, um zwischen 2003 und 2005 wieder auseinander zu gehen. Ab der Hochphase vor und mit Beginn der Wirtschaftskrise 2007/2008 ist ein insgesamt recht harmonischer Verlauf zu erkennen, die Einschätzungen im Groß- und im Einzelhandel tendieren wieder in die gleiche Richtung. Die Bewegung am aktuellen Rand könnte jedoch gegebenenfalls erneut auf eine gegenläufige Entwicklung hindeuten.

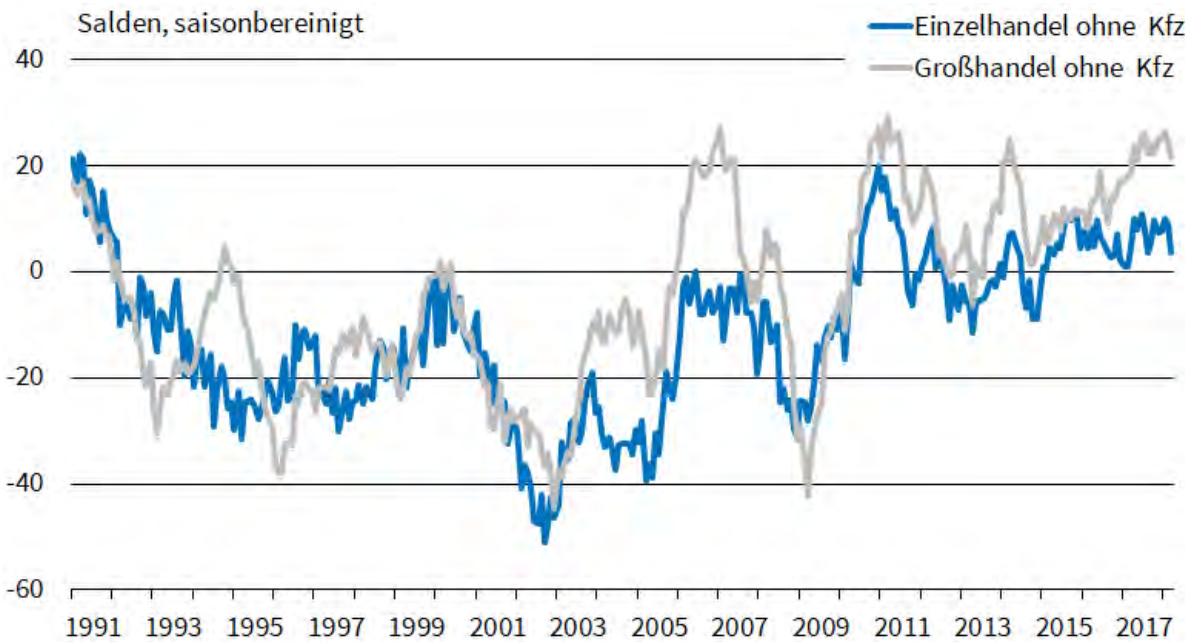
Abbildung 3.18: Einzelhandel: Geschäftsklima, Lage und Erwartungen



Quelle: ifo Konjunkturumfrage Handel.

© ifo Institut

Abbildung 3.19: Geschäftsklima Groß- und Einzelhandel



Quelle: ifo Konjunkturumfrage Handel.

© ifo Institut

3.4.6 Zusammenhang zwischen den Standardfragen

Abbildung 3.20 zeigt den zeitlichen Verlauf der folgenden Indikatoren für den Groß- und den Einzelhandel: Lagerbeurteilung, Preis-, Bestell- und Beschäftigterwartungen. Die Bestellerwartungen und Beschäftigterwartungen nehmen einen tendenziell ähnlichen Verlauf. Der Lagerbestand wird den Ergebnissen der ifo Konjunkturumfrage zufolge in der Tendenz eher dann als "zu hoch" eingeschätzt, wenn die Befragten mit sinkenden Verkaufspreisen rechnen. Ebenso sinken die Bestellneigung sowie die Bereitschaft, Mitarbeiter einzustellen, tendenziell wenn der Lagerbestand als "zu hoch" eingeschätzt wird (und vice versa).

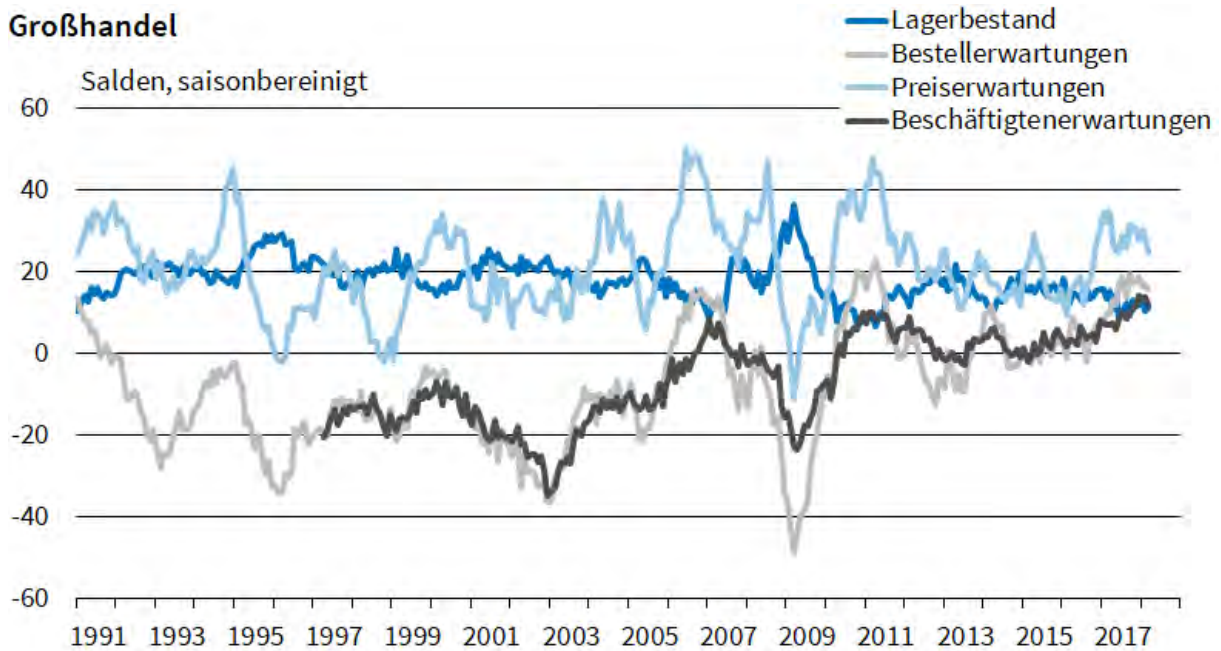
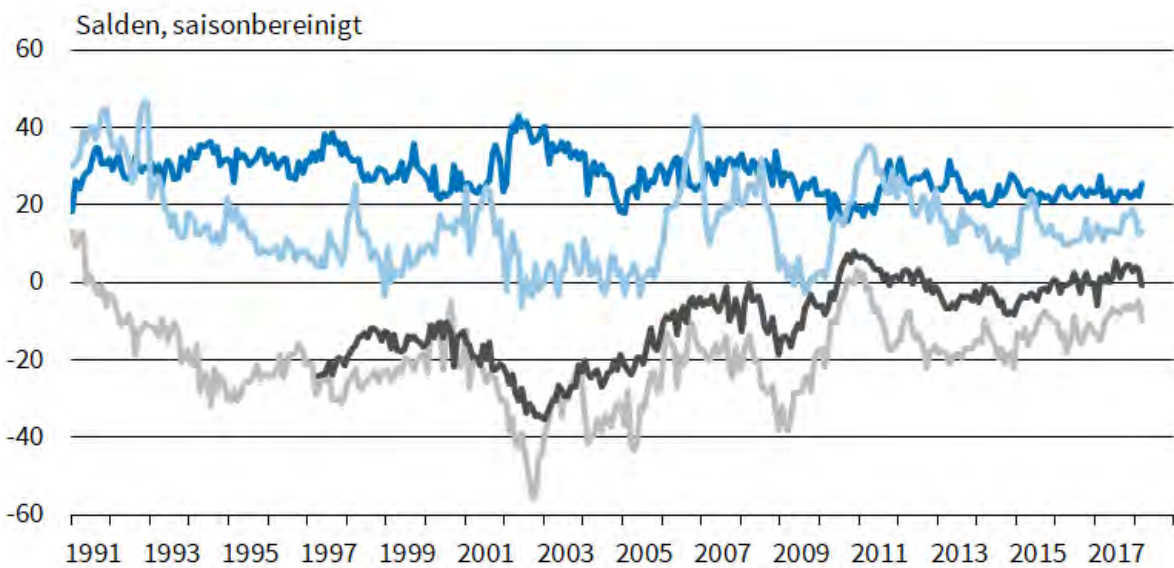
Tabelle 3.13 zeigt die Kreuzkorrelation zwischen den Hauptindikatoren der ifo Konjunkturumfrage im Groß- und im Einzelhandel. Daraus wird ersichtlich, dass zwischen den meisten Indikatoren ein sehr starker Zusammenhang besteht. Hervorzuheben ist die starke Korrelation zwischen der aktuellen Geschäftslage, den Bestellerwartungen und den Beschäftigterwartungen im Großhandel. Ein ähnliches Bild ergibt sich im Einzelhandel.

Tabelle 3.13: Kreuzkorrelationen zwischen den Hauptindikatoren der ifo Konjunkturumfrage im Handel

		Großhandel							
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
(1)	Beurteilung Geschäftslage	1.000							
(2)	Geschäftslage Erwartung	0.826	1.000						
(3)	Umsatz	0.826	0.744	1.000					
(4)	Lagerbestände	-0.684	-0.701	-0.698	1.000				
(5)	Bestellerwartungen	0.901	0.916	0.839	-0.739	1.000			
(6)	Preisentwicklung	0.561	0.572	0.623	-0.565	0.620	1.000		
(7)	Preiserwartung	0.612	0.615	0.670	-0.562	0.684	0.831	1.000	
(8)	Beschäftigterwartung	0.935	0.800	0.726	-0.596	0.848	0.517	0.569	1.000
		Einzelhandel							
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
(1)	Beurteilung Geschäftslage	1.000							
(2)	Geschäftslage Erwartung	0.730	1.000						
(3)	Umsatz	0.881	0.654	1.000					
(4)	Lagerbestände	-0.628	-0.393	-0.509	1.000				
(5)	Bestellerwartungen	0.867	0.868	0.778	-0.535	1.000			
(6)	Preisentwicklung	0.424	0.512	0.408	-0.161	0.556	1.000		
(7)	Preiserwartung	0.460	0.566	0.444	-0.142	0.571	0.846	1.000	
(8)	Beschäftigterwartung	0.932	0.806	0.814	-0.688	0.904	0.516	0.572	1.000

Quelle: ifo Konjunkturumfrage, Berechnungen des ifo Instituts.

Abbildung 3.20: Lagerbeurteilung, Preis-, Bestell- und Beschäftigterwartungen

**Einzelhandel**

Quelle: ifo Konjunkturumfrage Handel.

© ifo Institut

3.4.7 Sonderauswertungen und -analysen

Die Ergebnisse der ifo Konjunkturumfrage werden regelmäßig in der Zeitschrift *ifo Schnelldienst* zusammengefasst und analysiert. Dabei werden in der Reihe *Konjunkturumfrage im*

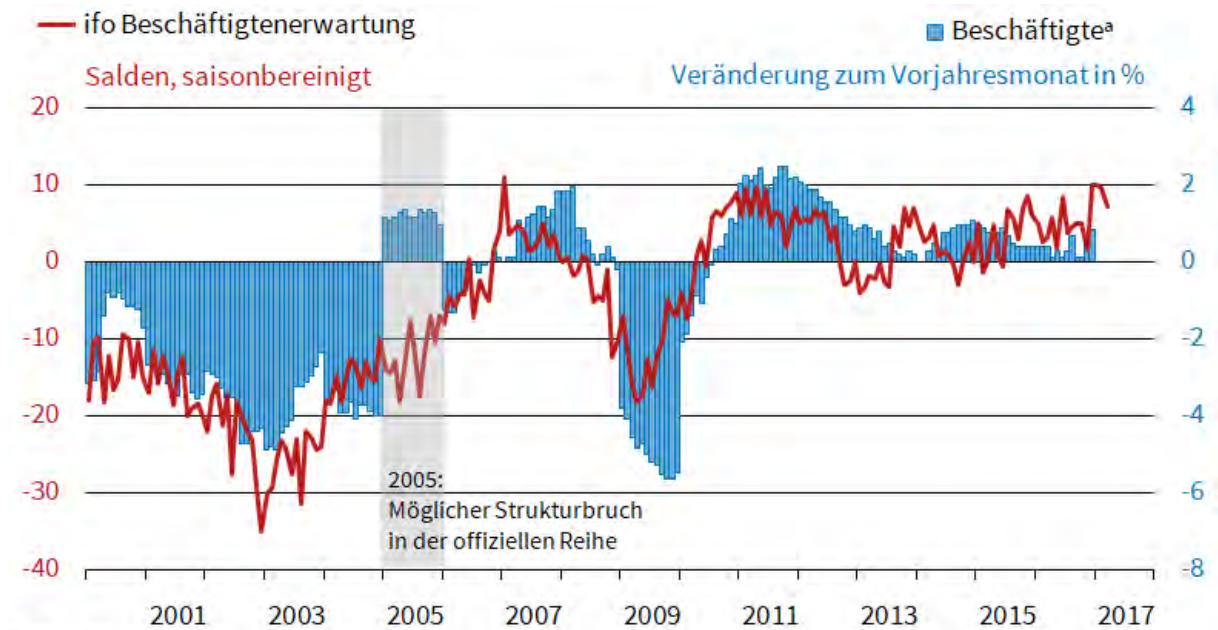
3 Die ifo Konjunkturumfragen

Fokus einzelne Branchen genauer beleuchtet (z.B. Orhan und Sauer 2015) oder im Rahmen der Konjunkturumfrage gestellte Sonderfragen ausgewertet (z.B. vgl. Rumscheidt 2016 oder Rumscheidt 2018).

Rumscheidt (2017a) beschäftigte sich mit dem Vergleich der Indikatoren der ifo Konjunkturumfrage im Großhandel mit den offiziellen Monatsstatistiken des Statistischen Bundesamtes. Es wurde geprüft, ob die vom ifo Institut erhobenen Daten die realwirtschaftliche Entwicklung im Großhandel gut abbilden können. Mit Hilfe einer Korrelationsanalyse wurde untersucht, wie stark die ifo-Indikatoren mit den offiziellen Monatsstatistiken übereinstimmen. Da der große Vorteil der ifo-Daten die äußerst zeitnahe Veröffentlichung der Ergebnisse ist (zum Ende des aktuellen Monats), wurde untersucht, ob die in der ifo Konjunkturumfrage erhobenen Großhandelsdaten gute Vorlaufeigenschaften aufweisen und den ifo-Daten damit eine gute Eignung als Frühindikator zugesprochen werden kann. Dazu wurden die Zeitreihen zeitlich zueinander verschoben, um festzustellen, ob die Korrelation stärker ausfällt, wenn beispielsweise ein Vorlauf der ifo-Zeitreihen (ein bis drei Monate) gegenüber den offiziellen Daten angenommen wird.

Die Analyse ergab, dass die Qualität der vom ifo Institut erhobenen Indikatoren für den Großhandel hoch ist und sie die realwirtschaftliche Entwicklung gut und frühzeitig abbilden. Wie in den Abbildungen 3.21, 3.22, 3.23 zu erkennen ist, zeigen viele der vom ifo Institut erhobenen Zeitreihen im Großhandel jeweils einen ähnlichen Verlauf wie die offiziellen Monatsstatistiken des Großhandel auf, wie die hier dargestellte Beschäftigtenanzahl im Großhandel (Abb. 3.21), die Großhandelsverkaufspreise (Abb. 3.22) und der Umsatz im Großhandel (Abb. 3.23). In den Tabellen 3.14, 3.15, 3.16 sind die jeweils berechneten Korrelationsmaße dargestellt. Wie ersichtlich wurden teilweise sehr starke Zusammenhänge mit den vom ifo Institut erhobenen Daten festgestellt.

Abbildung 3.21: Beschäftigte im Großhandel

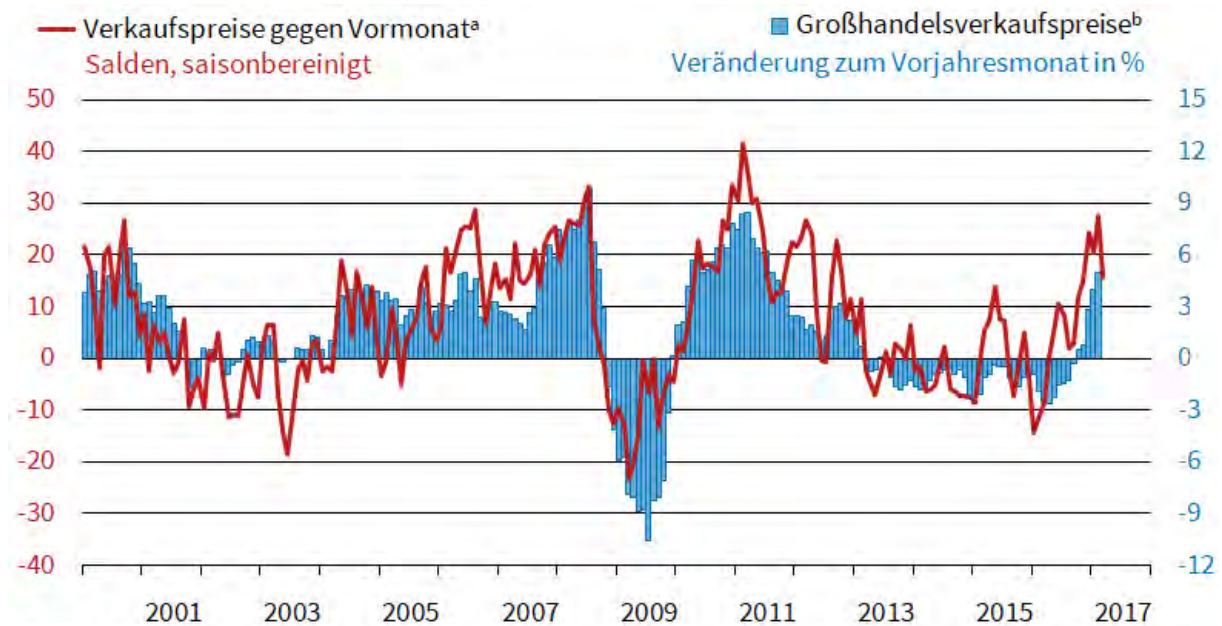


^a Offizielle Zahlen.

Quelle: Statistisches Bundesamt; ifo Konjunkturumfrage Handel; Berechnungen des ifo Instituts.

© ifo Institut

Abbildung 3.22: Verkaufspreise im Großhandel



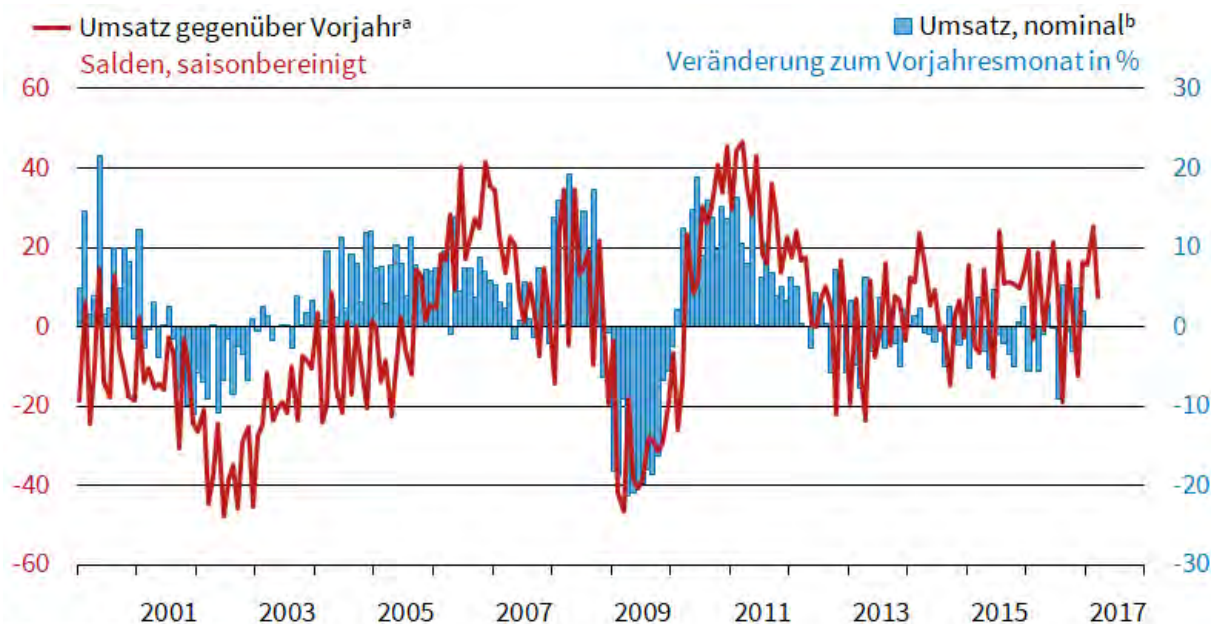
^a ifo Institut. ^b Offizielle Zahlen.

Quelle: Statistisches Bundesamt; ifo Konjunkturumfragen; Berechnungen des ifo Instituts.

© ifo Institut

3 Die ifo Konjunkturumfragen

Abbildung 3.23: Umsatz im Großhandel



^a ifo Institut. ^b Offizielle Zahlen.

Quelle: Statistisches Bundesamt; ifo Konjunkturumfrage Handel; Berechnungen des ifo Instituts.

© ifo Institut

Tabelle 3.14: Kreuzkorrelation Beschäftigte im Großhandel (offizielle Zeitreihe) und ifo Konjunkturumfrage im Großhandel

		Vorlauf			Gleichlauf	Nachlauf	
	-3	-2	-1	0	1	2	
Geschäftsklima	0.847	0.836	0.817	0.797	0.761	0.722	
Geschäftslage	0.834	0.833	0.826	0.819	0.794	0.766	
Geschäftserwartungen	0.777	0.752	0.718	0.678	0.630	0.579	
Umsatz gegen Vorjahresmonat	0.717	0.720	0.709	0.696	0.671	0.629	
Lagerbeurteilung	-0.611	-0.566	-0.509	-0.458	-0.410	-0.351	
Bestellerwartungen	0.833	0.820	0.800	0.767	0.722	0.674	
Preise gegen Vormonat	0.495	0.481	0.459	0.442	0.415	0.378	
Preiserwartung	0.583	0.580	0.573	0.561	0.533	0.498	
Beschäftigtenerwartungen	0.798	0.797	0.788	0.778	0.764	0.744	

Höchster Wert in Fettdruck.

Quelle: Statistisches Bundesamt und ifo Konjunkturumfragen, Berechnungen des ifo Instituts.

Tabelle 3.15: Kreuzkorrelation Großhandelsverkaufspreise (offizielle Zeitreihe) und ifo Konjunkturumfrage im Großhandel

	Vorlauf			Gleichlauf		Nachlauf	
	-3	-2	-1	0	1	2	
Geschäftsklima	0.340	0.3481	0.351	0.346	0.319	0.290	
Geschäftslage	0.240	0.259	0.279	0.292	0.283	0.275	
Geschäftserwartungen	0.462	0.453	0.428	0.393	0.341	0.283	
Umsatz gegen Vorjahresmonat	0.379	0.418	0.460	0.487	0.487	0.484	
Lagerbeurteilung	-0.471	-0.457	-0.434	-0.399	-0.347	-0.293	
Bestellerwartungen	0.450	0.467	0.474	0.467	0.443	0.411	
Preise gegen Vormonat	0.685	0.721	0.748	0.745	0.690	0.623	
Preiserwartung	0.619	0.668	0.692	0.696	0.652	0.610	
Beschäftigtenerwartungen	0.225	0.239	0.244	0.246	0.228	0.211	

Höchster Wert in Fettdruck.

Quelle: Statistisches Bundesamt und ifo Konjunkturumfragen, Berechnungen des ifo Instituts.

Tabelle 3.16: Kreuzkorrelation Umsatz im Großhandel (nominal, offizielle Zeitreihe) und ifo Konjunkturumfrage im Großhandel

	Vorlauf			Gleichlauf		Nachlauf	
	-3	-2	-1	0	1	2	
Geschäftsklima	0.558	0.593	0.585	0.546	0.565	0.486	
Geschäftslage	0.480	0.534	0.550	0.563	0.621	0.567	
Geschäftserwartungen	0.584	0.599	0.568	0.485	0.466	0.369	
Umsatz gegen Vorjahresmonat	0.409	0.665	0.580	0.551	0.886	0.622	
Lagerbeurteilung	-0.588	-0.645	-0.535	-0.454	-0.508	-0.287	
Bestellerwartungen	0.619	0.673	0.666	0.646	0.661	0.580	
Preise gegen Vormonat	0.613	0.674	0.655	0.663	0.653	0.617	
Preiserwartung	0.621	0.691	0.662	0.697	0.696	0.632	
Beschäftigtenerwartungen	0.484	0.570	0.548	0.532	0.589	0.498	

Höchster Wert in Fettdruck.

Quelle: Statistisches Bundesamt und ifo Konjunkturumfragen, Berechnungen des ifo Instituts.

3 Die ifo Konjunkturumfragen

Abbildung 3.24: Standardfrageprogramm im Handel

ifo - Konjunkturumfrage Einzel-/Großhandel

ifo Institut – Zentrum für Makroökonomik und Befragungen

Rücksendung erbeten bis 12. November 2019

Rückfragen bitte an: kt-handel@ifo.de

Tel: 089 9224-1329 Frau Zieglmeier Fax: 089 9224-1463

Tel: 089 9224-1263 Frau Rumscheidt Fax: 089 9810-8116

Ihr aktueller Informationsstand November 2019

Fragen bitte nur für inländische Standorte und unter Ausschaltung rein saisonaler Schwankungen beantworten.

Bereich: **123456 Einzelhandel bzw. Großhandel mit xxxx**

ifo INSTITUT

Leibniz-Institut für Wirtschaftsforschung
an der Universität München e.V.

Postfach 86 04 60
81631 München

Kenn-Nr. 6123456-12.34/12-1234

AKTUELLE SITUATION

1. Wir beurteilen unsere derzeitige **Geschäftslage** als

- gut
- befriedigend
- schlecht

2. Wir beurteilen unsere **Lagerbestände** als

- zu klein
- ausreichend
- zu groß
- Lagerhaltung nicht üblich

RÜCKBLICK – TENDENZEN IM OKTOBER

3. Unser **Umsatz** ist im Oktober 2019 gegenüber Oktober 2018

- gestiegen
- unverändert geblieben
- gesunken

4. Unsere **Verkaufspreise** wurden im Vergleich zum September

- erhöht
- nicht verändert
- gesenkt

5. Die Zahl unserer **Beschäftigten** ist im Vergleich zum September

- gestiegen
- etwa gleich geblieben
- gesunken

PLÄNE UND ERWARTUNGEN FÜR DIE NÄCHSTEN 3 MONATE

6. Unsere **Verkaufspreise** werden voraussichtlich

- steigen
- etwa gleich bleiben
- sinken

7. Unsere **Bestellungen** werden voraussichtlich

- erhöht
- nicht verändert
- verringert

8. Die Zahl unserer **Beschäftigten** wird voraussichtlich

- steigen
- etwa gleich bleiben
- sinken

ERWARTUNGEN FÜR DIE NÄCHSTEN 6 MONATE

9. Unsere **Geschäftslage** wird voraussichtlich

- eher günstiger
- eher gleich bleiben
- eher ungünstiger

10. Die **Entwicklung** unserer Geschäftslage **vorherzusagen**, fällt uns derzeit

- leicht
- eher leicht
- eher schwer
- schwer

Ihre Angaben werden streng vertraulich behandelt. Der gesetzliche Datenschutz ist voll gewährleistet.
Datenschutzerklärung: www.ifo.de/Datenschutz-Umfragen

Vielen Dank für Ihre Teilnahme!

Abbildung 3.25: Sonderfragen im Handel, Teil 1

ifo - Konjunkturumfrage Einzel-/Großhandel

ifo Institut – Zentrum für Makroökonomik und Befragungen

Rücksendung erbeten bis ...

kthandel@ifo.de

Rückfragen bitte an:

F: 089 9224-1463 Frau Ziegler T: 089 9224-1329
 F: 089 9810-8116 Frau Rumscheidt T: 089 9224-1263

Ihr aktueller Informationsstand ...

Fragen bitte nur für inländische Standorte und unter Ausschaltung rein saisonaler Schwankungen beantworten.

Bereich: **123456 Einzelhandel mit xxx**



Leibniz-Institut für Wirtschaftsforschung
 an der Universität München e. V.

Postfach 86 04 60
 81631 München

Kenn-Nr. 6123456-12.34/12-1234

SONDERFRAGEN	
VIERTELJÄHRLICH	JÄHRLICH
JANUAR - APRIL - JULI - OKTOBER	FEBRUAR
<p>A.) Unsere Umsatztätigkeit wird zurzeit behindert</p> <p><input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein</p> <p>A2) wenn ja, durch:</p> <p><input type="checkbox"/> schwache Nachfrage <input type="checkbox"/> Mangel an Arbeitskräften insgesamt <input type="checkbox"/> Mangel an Fachkräften <input type="checkbox"/> Finanzierungsengpässe <input type="checkbox"/> Mangel an geeigneten Räumlichkeiten/Gewerbeflächen <input type="checkbox"/> unzureichende Geschäftsausstattung, Fahrzeuge etc. <input type="checkbox"/> ungünstige Wetterlage <input type="checkbox"/> sonstige Faktoren</p>	<p>A1) Anzahl der beschäftigten Personen Wir beschäftigen in unserem Betrieb (einschl. Auszubildende, Aushilfen)</p> <p>Personen</p> <p>A2) Unser Gesamtumsatz (in Euro) betrug im letzten Geschäftsjahr</p> <p><input type="checkbox"/> unter 0,25 Mio. <input type="checkbox"/> 5 - 12,5 Mio. <input type="checkbox"/> 0,25 - 0,5 Mio. <input type="checkbox"/> 12,5 - 25 Mio. <input type="checkbox"/> 0,5 - 1 Mio. <input type="checkbox"/> 25 - 50 Mio. <input type="checkbox"/> 1 - 2,5 Mio. <input type="checkbox"/> 50 Mio. - 1 Mrd. <input type="checkbox"/> 2,5 - 5 Mio. <input type="checkbox"/> über 1 Mrd.</p>
JANUAR - APRIL - JULI - OKTOBER - NUR IM EINZELHANDEL	MAI
<p>B) Die Kundenfrequenz war im Durchschnitt des abgelaufenen Quartals ...</p> <p>a) Lokaler Standort b) Online-Präsenz</p> <p><input type="checkbox"/> hoch <input type="checkbox"/> hoch <input type="checkbox"/> saisonüblich <input type="checkbox"/> saisonüblich <input type="checkbox"/> niedrig <input type="checkbox"/> niedrig <input type="checkbox"/> kein lokaler Standort <input type="checkbox"/> keine Online-Präsenz</p>	<p>A1) Investitionen Unsere Investitionen waren im vergangenen Jahr (2017 gegenüber 2016)</p> <p>a) Gesamtinvestitionen</p> <p><input type="checkbox"/> höher <input type="checkbox"/> etwa gleich <input type="checkbox"/> geringer</p> <p>Davon in:</p> <p>b) Bauten c) Ausrüstungen d) Software/Datenbanken</p> <p><input type="checkbox"/> höher <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> etwa gleich <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> geringer <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p> <p>A2) Unsere Investitionen werden voraussichtlich im laufenden Jahr (2018 gegenüber 2017)</p> <p>a) Gesamtinvestitionen</p> <p><input type="checkbox"/> höher sein <input type="checkbox"/> etwa gleich bleiben <input type="checkbox"/> geringer sein</p> <p>Davon in:</p> <p>b) Bauten c) Ausrüstungen d) Software/Datenbanken</p> <p><input type="checkbox"/> höher sein <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> etwa gleich bleiben <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> geringer sein <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p> <p>B) Unser Jahresumsatz wird sich im Vergleich zum Vorjahr voraussichtlich</p> <p><input type="checkbox"/> erhöhen <input type="checkbox"/> nicht verändern <input type="checkbox"/> verringern</p>
MÄRZ - JUNI - SEPTEMBER - DEZEMBER	

3 Die ifo Konjunkturumfragen

Abbildung 3.26: Sonderfragen im Handel, Teil 2

ifo - Konjunkturumfrage Einzel-/Großhandel
ifo Institut – Zentrum für Makroökonomik und Befragungen

Rücksendung erbeten bis ...

kthandel@ifo.de

Rückfragen bitte an:

F: 089 9224-1463 Frau Zieglmeier T: 089 9224-1329
F: 089 9810-8116 Frau Rumscheidt T: 089 9224-1263

Ihr aktueller Informationsstand ...

Fragen bitte nur für inländische Standorte und unter Ausschaltung rein saisonaler Schwankungen beantworten.

Bereich: 123456 Einzelhandel mit xxxx

ifo INSTITUT

Leibniz-Institut für Wirtschaftsforschung
an der Universität München e. V.

Postfach 86 04 60
81631 München

Kenn-Nr. 6123456-12.34/12-1234

SONDERFRAGEN

JÄHRLICH

AUGUST - NUR IM GROSSHANDEL

A) Beteiligung an Messen

Ist Ihr Unternehmen als Aussteller auf internationalen Fachmessen vertreten?

- ja
 nein

wenn ja, auf internationalen Fachmessen

- in Deutschland
 im europäischen Ausland
 im außereuropäischen Ausland

NOVEMBER

A1) Investitionen

Unsere Investitionen sind im laufenden Jahr (2018 gegenüber 2017)

a) Gesamtinvestitionen

- höher
 etwa gleich
 geringer

Davon in:

b) Bauten c) Ausrüstungen d) Software/Datenbanken

- | | | |
|--------------------------------------|--------------------------|--------------------------|
| <input type="checkbox"/> höher | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> etwa gleich | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> geringer | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

A2) Unsere Investitionen werden voraussichtlich im kommenden Jahr (2019 gegenüber 2018)

a) Gesamtinvestitionen

- höher sein
 etwa gleich bleiben
 geringer sein

Davon in:

b) Bauten c) Ausrüstungen d) Software/Datenbanken

- | | | |
|--|--------------------------|--------------------------|
| <input type="checkbox"/> höher sein | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> etwa gleich bleiben | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> geringer sein | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Ihre Angaben werden streng vertraulich behandelt. Der gesetzliche Datenschutz ist voll gewährleistet.
Datenschutzerklärung: www.cesifo-group.de/de/ifoHome/Legal/Datenschutz.html

Vielen Dank für Ihre Teilnahme!