

# Konjunkturelle Beobachtungen im bayerischen Einzelhandel im Jahr 2017

Dipl.-Ing. (FH) Martin Feuchtenberger

2017 war für den bayerischen Einzelhandel ein gutes Jahr. Dennoch zeigen die Ergebnisse der monatlichen Erhebung im bayerischen Einzelhandel nach Wirtschaftszweigen<sup>1</sup> unterschiedliche Umsatzentwicklungen auf. Der monatliche Umsatz im Einzelhandel ist keine konstante Größe, sondern unterliegt im Jahresverlauf saisonalen Schwankungen. Das Vorweihnachtsgeschäft ist traditionell die umsatzstärkste Zeit im bayerischen Einzelhandel, aber in einzelnen Gruppen und Klassen der Klassifikation der Wirtschaftszweige<sup>1</sup> im Einzelhandel ist dies nicht der Fall. Eingebunden in den Einzelhandel ist ebenfalls die Umsatzentwicklung im Online-Handel. Bei Betrachtung längerer Zeitintervalle lassen sich Änderungen im Konsumverhalten der privaten Haushalte erkennen. Alle Angaben im folgenden Aufsatz sind zu Preisen des Jahres 2010, die Daten sind preisbereinigt (real).

## Rechtsgrundlage, Abgrenzung Struktur-/Konjunkturerhebung

Die Monatserhebung im Einzelhandel wird in Abgrenzung zur jährlichen Strukturserhebung auch als Konjunkturerhebung bezeichnet. Sie bildet die konjunkturelle Entwicklung im Einzelhandel ab, während die jährliche Erhebung die Struktur des Einzelhandels, also den Aufbau und die Zusammensetzung, darstellt. Die Einzelhandelsstatistiken werden als Repräsentativerhebungen durchgeführt.

Rechtsgrundlage der Einzelhandelsstatistik ist das Handelsstatistikgesetz vom 10. Dezember 2001 (BGBl. I S. 3438) in der jeweiligen gültigen Fassung in Verbindung mit dem Bundesstatistikgesetz vom 22. Januar 1987 (BGBl. I S. 462, 565) in der jeweiligen gültigen Fassung. Die Erhebungsmerkmale legt § 6 Absatz 1 Nummer 1 HdlStatG fest.

Die Erhebungen werden als Stichprobe bei höchstens 8,5% der Unternehmen des Einzelhandels durchgeführt. Dabei sind Unternehmen des Einzelhandels nur dann monatlich auskunftspflichtig, sofern ihr Netto-Jahresumsatz 250 000€ übersteigt. Der Berichtskreis trägt den laufenden Veränderungen Rechnung, die etwa durch Betriebsauflösungen, Bereichswechsel oder Firmenneugründungen eintreten.

## Definitionen Einzelhandel

Einzelhandel (ohne Kraftfahrzeughandel) betreibt, wer Handelswaren überwiegend an private Haushalte absetzt. Dabei wird nach Art der Verkaufsstelle unterschieden in Einzelhandel in Verkaufsräumen und Einzelhandel nicht in Verkaufsräumen.

Als Tätigkeiten des Einzelhandels in Verkaufsräumen zählen auch die der Apotheken, Augenoptik- und Hörgeräteakustikgeschäfte.

Zum Einzelhandel an Verkaufsständen und auf Märkten zählen Kioske, feste Straßenverkaufsstände sowie bewegliche, d.h. nicht an feste Standorte gebundene Verkaufsstände an öffentlichen Straßen oder auf festen Marktplätzen, nicht jedoch der Handel aus Verkaufswagen.

Umsätze aus sonstigem Einzelhandel sind z.B. Umsätze aus Haustürverkauf, Verkauf über mobile Verkaufswagen, Einzelhandel vom Lager (zum Beispiel von Heizöl), Verkauf über Automaten oder Verkauf durch Versandhandelsvertreter.

Neben dem klassischen stationären Handel fließt auch der Onlinehandel in diese Erhebung mit ein.

<sup>1</sup> Klassifikation der Wirtschaftszweige, Ausgabe 2008.

### Wirtschaftszweignklassifikation (WZ 2008)

In den Wirtschaftsstatistiken werden Unternehmen und Betriebe anhand ihres Tätigkeitsschwerpunkts einem Wirtschaftszweig der amtlichen Wirtschaftszweignklassifikation (WZ 2008) zugeordnet. Die WZ-Abteilung 47 umfasst dabei die Einzelhandelsunternehmen. Eine weitere Untergliederung stellen die dritte und die vierte Ebene (Gruppen und Klassen) dar.

Betrachtete Wirtschaftszweige im Einzelhandel nach Klassifikation der Wirtschaftszweige, Ausgabe 2008 (WZ 2008):

47	Einzelhandel (ohne Handel mit Kraftfahrzeugen)
47.1	Einzelhandel mit Waren verschiedener Art (in Verkaufsräumen)
47.11	Einzelhandel mit Waren verschiedener Art, Hauptrichtung Nahrungs- und Genussmittel, Getränke und Tabakwaren
47.19	Sonstiger Einzelhandel mit Waren verschiedener Art
47.2	Einzelhandel mit Nahrungs- und Genussmitteln, Getränken und Tabakwaren (in Verkaufsräumen)
47.21	Einzelhandel mit Obst, Gemüse und Kartoffeln
47.25	Einzelhandel mit Getränken (in Verkaufsräumen)
47.3	Tankstellen
47.30.1	Agenturtankstellen
47.30.2	Freie Tankstellen
47.4	Einzelhandel mit Geräten der Informations- und Kommunikationstechnik (in Verkaufsräumen)
47.41	Einzelhandel mit DV-Geräten, peripheren Geräten und Software
47.43	Einzelhandel mit Geräten der Unterhaltungselektronik
47.5	Einzelhandel mit sonstigen Haushaltsgeräten, Textilien, Heimwerker- und Einrichtungsbedarf (in Verkaufsräumen)
47.52	Einzelhandel mit Metallwaren Anstrichmitteln und Bau- und Heimwerkerbedarf
47.59	Einzelhandel mit Möbeln, Einrichtungsgegenständen und sonstigem Hausrat

47.6	Einzelhandel mit Verlagsprodukten, Sportausrüstungen und Spielwaren (in Verkaufsräumen)
47.61	Einzelhandel mit Büchern
47.64	Einzelhandel mit Fahrrädern, Sport- und Campingartikeln
47.65	Einzelhandel mit Spielwaren
47.7	Einzelhandel mit sonstigen Gütern (in Verkaufsräumen)
47.71	Einzelhandel mit Bekleidung
47.72	Einzelhandel mit Schuhen und Lederwaren
47.73	Apotheken
47.75	Einzelhandel mit kosmetischen Erzeugnissen und Körperpflegemitteln
47.76	Einzelhandel mit Blumen, Pflanzen, Sämereien, Düngemitteln, zoologischem Bedarf und lebenden Tieren
47.8	Einzelhandel an Verkaufsständen und auf Märkten
47.9	Einzelhandel, nicht in Verkaufsräumen, an Verkaufsständen oder auf Märkten
47.91	Versand- und Internet-Einzelhandel
47.99	Sonstiger Einzelhandel, nicht in Verkaufsräumen, an Verkaufsständen oder auf Märkten

### Umsatz

Umsatz ist der Gesamtbetrag der abgerechneten Lieferungen und sonstigen Leistungen (ohne Umsatzsteuer) zuzüglich Eigenverbrauch, Verkäufe an Betriebsangehörige sowie einschließlich gesondert in Rechnung gestellter Kosten für Fracht, Porto, Verpackung usw., ohne Rücksicht auf den Zahlungseingang und die Steuerpflicht.

Der Umsatz schließt auch Erlöse aus Kommissions- und Streckengeschäften (Ware geht vom Lieferanten ohne Zwischenlagerung direkt an den Kunden) sowie Provisionen und Kostenvergütungen aus der Vermittlung von Waren (nicht den Wert der vermittelten Waren) sowie Zusatzlöhle ein.

Ab 2017 zählen zum Umsatz auch Erträge aus nicht betriebstypischen Nebengeschäften.

Nicht dazu gehören jedoch (nicht gewerblich besteuerte) Erlöse aus Land- und Forstwirtschaft sowie außerordentliche Erträge (z. B. aus dem Verkauf von Anlagevermögen) und betriebsfremde Erträge (z. B. Einnahmen aus der Vermietung und Verpachtung von betriebsfremd genutzten Gebäuden und Gebäudeteilen, Zinserträge aus nicht betriebsnotwendigem Kapital oder Erträge aus Beteiligungen).

An Kunden gewährte Skonti und Erlösschmälerungen (z. B. Preisnachlässe, Rabatte, Jahresrückvergütungen, Boni) sind bei der Ermittlung des Umsatzes abzusetzen.

### Saisonale Schwankungen

Saisonale Schwankungen sind Datenschwankungen, die auf jahreszeitliche Einflüsse, wie zum Beispiel die Wintermonate, die Urlaubssaison oder die Vorweihnachtszeit, zurückgehen. Der Verbraucher ändert in diesen Zeiten sein Kaufverhalten und hat damit direkten Einfluss auf die Umsatzentwicklung in einzelnen Bereichen des Einzelhandels.

### Methodik

In der monatlichen Einzelhandelsstatistik wird die Entwicklung der Umsätze statistisch abgebildet. Dafür wird bei repräsentativ ausgewählten Unternehmen des Einzelhandels eine Befragung des Umsatzes durchgeführt. Da die monatliche Handelsstatistik in das System der europäischen Konjunkturstatistiken eingebunden ist, dient sie auf europäischer und nationaler Ebene vor allem währungs- und wirtschaftspolitischen Zwecken.

Wie jede Konjunkturstatistik stellt sie die aktuelle wirtschaftliche Entwicklung dar und ist deswegen besonders als Basis für ökonomische Analysen unerlässlich. Dabei können die Ergebnisse auch helfen, Entwicklungen über verschiedene Zeiträume hinweg zu verfolgen. Aber auch für Verbände und Interessensvertretungen sind diese Daten eine wichtige Informationsquelle über die aktuelle wirtschaftliche Situation der Unternehmen. Ferner fließen die Ergebnisse in die Berechnungen der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnungen ein und leisten so einen entscheidenden Beitrag für die Ermittlung des Wirtschaftswachstums.

Die Ergebnisse der monatlichen Erhebung werden in Form von Messzahlen und Veränderungsraten ausgewiesen. Dabei wird beim Umsatz zwischen nominaler und realer Größe von Messzahlen und Veränderungsraten unterschieden

### Berechnung der Messzahlen des monatlichen nominalen Umsatzes<sup>2</sup>

Die Berechnung der Messzahlen des monatlichen nominalen Umsatzes erfordert Daten des Basisjahres. Aus diesen wird zunächst der durchschnittliche Monatsumsatz des Basisjahres als arithmetisches Mittel der nominalen absoluten Monatsumsätze des Basisjahres gebildet. Anschließend werden die aktuellen Monatswerte jeweils auf den durchschnittlichen Monatsumsatz des Basisjahres bezogen.

Der Jahresdurchschnitt der Messzahlen des Basisjahres muss – bis auf geringfügige Rundungsdifferenzen – immer den Wert 100 ergeben.

Die Berechnung der nominalen Messzahlen für beliebige wirtschaftsfachliche Untergliederungen (WZ-Viersteller, -Dreisteller, -Zweisteller oder andere) erfolgt, indem die Summe der absoluten Werte aller zu der Untergliederung gehörenden WZ-Fünfsteller des Berichtszeitraumes auf den Jahresdurchschnitt der absoluten Werte derselben WZ-Untergliederung im Basisjahr bezogen wird.

### Berechnung der Messzahlen des monatlichen realen Umsatzes<sup>2</sup>

Die Preisbereinigung (Deflationierung) im Rahmen der monatlichen Handels- und Gastgewerbestatistik erfolgt mit verschiedenen Laspeyres-Preisindizes. Für den Einzelhandel wird der Einzelhandelspreisindex verwendet.

Die Preisbereinigung erfolgt sowohl in zeitlicher als auch in wirtschaftszweigsystematischer Hinsicht immer nur auf der untersten Ebene, d. h. monatlich und für WZ-Fünfsteller. Diese werden dann zu WZ-Vier-, Drei- und Zweistellern zusammengefasst. Ebenso können dann die Monate zu größeren Zeiträumen zusammengefasst werden.

<sup>2</sup> Statistisches Bundesamt, Hessisches Statistisches Landesamt, Messzahlen bei den Monatserhebungen im Handel und Gastgewerbe, Wiesbaden 09.09.2009. Internes Dokument; nähere Informationen beim Bayerischen Landesamt für Statistik erhältlich.

Zur Berechnung der realen Umsatzmesszahlen ist zunächst der Jahresdurchschnitt des absoluten realen monatlichen Umsatzes des Basisjahres zu ermitteln.

Durch dieses Berechnungsverfahren ist – wie bei den nominalen Messzahlen – gewährleistet, dass der Jahresdurchschnitt der realen monatlichen Umsatzmesszahlen des Basisjahres – bis auf geringfügige Rundungsdifferenzen – immer gleich 100 ist.

Die Berechnung der realen Messzahlen für beliebige WZ-Untergliederung (WZ-Viersteller, -Dreisteller, -Zweisteller oder andere) erfolgt, indem die Summe der absoluten realen Werte aller zu der Untergliederung gehörenden WZ-Fünfsteller des Berichtszeitraumes auf den Jahresdurchschnitt der absoluten realen Werte der selben WZ-Untergliederung im Basisjahr bezogen wird.

#### Hinweise

Den Ergebnissen liegen die Angaben der berichtspflichtigen Unternehmen zugrunde, die zum Landesergebnis hochgerechnet wurden. Erfragt wurden der Umsatz und die Anzahl der Voll- und Teilzeitbeschäftigten. Bei Unternehmen mit Arbeitsstätten in mehreren Bundesländern erfolgt auch die Erfassung der Angaben in der Unterteilung nach Bundesländern. Die ermittelten Messzahlen, die in erster Linie der Beobachtung des saisonalen und konjunkturellen Geschäftsverlaufs im Handel dienen, beziehen sich auf das Basisjahr 2010. Die Ergebnisdarstellung erfolgt entsprechend der Systematik der Wirtschaftszweige, Ausgabe 2008 (WZ 2008) in der Gliederung nach Wirtschaftsgruppen sowie nach ausgewählten Wirtschaftsklassen und -unterklassen. Bei den monatlich nachgewiesenen Messzahlen handelt es sich zunächst um vorläufige Ergebnisse, die im Interesse einer möglichst genauen Darstellung anhand verspätet eingehender Firmenmeldungen nochmals korrigiert werden können.

Die Ergebnisse jedes einzelnen Unternehmens der Stichprobe werden auf die Grundgesamtheit hochgerechnet. In der untersten Umsatzgrößenklasse kann der Hochrechnungsfaktor auf ca. 60 steigen, d. h. ein Unternehmen repräsentiert 60 andere. Die Unternehmen in den für eine Stichprobenziehung zu gering besetzten Totalschichten erhalten den Hoch-

rechnungsfaktor 1,0. Durch das Hochrechnungsverfahren treten keine Verzerrungen auf.

#### Änderungen ab Berichtsmonat Juli 2017

Die Ergebnisse basieren auf einem neuen Berichtskreis, der auf der Grundlage einer jährlichen Rotation der meldenden Unternehmen gebildet wurde. Die Meldungen der Unternehmen des neuen Berichtsfirmenkreises sind rückwirkend ab Januar 2016 in die Ergebnisse integriert.

#### Ergebnisse

##### Umsatzentwicklung im Einzelhandel nominal und real

Die Einzelhandelsstatistik zeigt die Umsatzentwicklung im Einzelhandel nach Wirtschaftszweigen in jeweiligen Preisen des Berichtsjahres (nominal) bzw. in Preisen des Jahres 2010 (real) als Messzahlen auf.

Abb. 1  
**Umsatzentwicklung im Einzelhandel (ohne Handel mit Kfz) in Bayern 2010 bis 2017**  
2010  $\hat{=}$  100

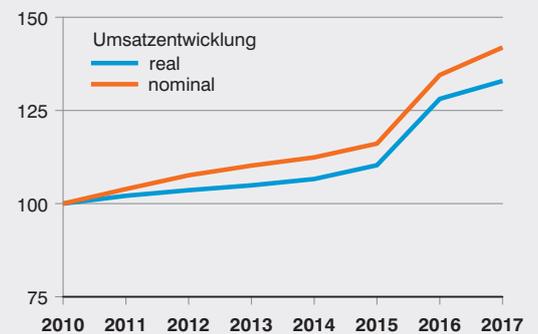


Abbildung 1 zeigt deutlich eine Abweichung der nominalen und realen Ergebnisse. In beiden Fällen liegt für das Basisjahr 2010 die Umsatzmesszahl bei 100. Die Preisbereinigung (Deflationierung) schwächt den Anstieg der realen Umsatzmesszahlen im Vergleich zu nominal ermittelten Messzahlen ab. So stieg der Umsatz nominal auf 141,9 in jeweiligen Preisen und real auf 132,9 in Preisen des Jahres 2010 (Umsatz 2010  $\hat{=}$  100). Tendenziell ist ein stetiger Anstieg beider Messzahlen im Bereich des Einzelhandels erkennbar. Dies ist ein Indikator für die positive Umsatzentwicklung im bayerischen Einzelhandel.

Abb. 2  
Umsatzverteilung im Einzelhandel in Bayern 2017  
in Prozent



#### Aufteilung des Umsatzes im bayerischen Einzelhandel nach Wirtschaftszweigen im Jahr 2017

Der Einzelhandel mit Waren verschiedener Art (in Verkaufsräumen) umfasst den Einzelhandel (in Verkaufsräumen) mit einem breit gefächerten Warensortiment in derselben Einheit, etwa in Supermärkten oder Kaufhäusern. Die Gruppe 47.1 deckte ca. 37,4% des Umsatzes im bayerischen Einzelhandel im Jahr 2017 ab und ist damit die am stärksten vertretene Gruppe innerhalb der WZ-Abteilung 47. Die zur Gruppe 47.1 gehörende Klasse 47.11 „Einzelhandel mit Waren verschiedener Art, Hauptrichtung Nahrungs- und Genussmittel, Getränke und Tabakwaren“ steuerte dazu rund 90% des Gruppenumsatzes bei.

Die Gruppe 47.7 „Einzelhandel mit sonstigen Gütern (in Verkaufsräumen)“ umfasst den Einzelhandel mit bestimmten Produktsortimenten, die in anderen Teilen der Klassifikation nicht genannt sind, wie etwa Bekleidung, Schuhe und Lederwaren, pharmazeutische Erzeugnisse und medizinische Hilfsmittel, Uhren, Andenken, Reinigungsmittel, Waffen, Blumen, Haustiere und dergleichen. Ebenfalls eingeschlossen ist der Einzelhandel mit Gebrauchsgütern. Ca. 22,7% des Einzelhandelsumsatzes werden von dieser Gruppe erreicht. Hierzu gehört auch die Klasse 47.73 „Apotheken“. Diese ist auch zugleich der umsatzstärkste Vertreter dieser Gruppe, gefolgt von 47.71 „Einzelhandel mit Bekleidung“ und 47.75 „Einzelhandel mit kosmetischen Erzeugnissen und Körperpflegemitteln“.

Mit einem Anteil von ca. 18,1% ist die Gruppe 47.9 „Einzelhandel, nicht in Verkaufsräumen, an Verkaufsständen oder auf Märkten“ am Gesamtumsatz beteiligt. Hierzu gehören Einzelhandelstätigkeiten von Versandhäusern, über das Internet, im Haustürverkauf, Automatenverkauf usw. Stark geprägt wird diese Gruppe vom 47.91 „Versand- und Internet-Einzelhandel“ (15,0%) (vgl. Abbildung 2).

Weitere für den Umsatz maßgebende Wirtschaftszweigklassen sind:

- 47.30 Tankstellen (3,6%)
- 47.52 Einzelhandel mit Metallwaren, Anstrichmitteln, Bau- und Heimwerkerbedarf (2,8%)
- 47.59 Einzelhandel mit Möbeln, Einrichtungsgegenständen und sonstigem Hausrat (4,6%)

#### Konjunkturverlauf in den Jahren 2016 und 2017

Für einzelne Branchen wie den Spielwaren- oder Buchhandel in Verkaufsräumen ist der Monat Dezember der wichtigste Monat im Jahresverlauf. Der real ermittelte Umsatz beim Einzelhandel mit Büchern lag im Dezember 2017 bei 153,8 auf der Basis von 2010 = 100 und damit deutlich über dem Jahresdurchschnitt von 83,1. Der Einzelhandel mit Spielwaren lag im Dezember 2017 bei 166,6 und ebenfalls deutlich über dem Jahresdurchschnitt von 87,3. In beiden Branchen beginnt das Vorweihnachtsgeschäft bereits im Oktober, gipfelt im Monat Dezember, um dann im Januar wieder stark zu sinken (vgl. Abbildungen 3 und 4).

Andere Branchen im Einzelhandel werden durch die Jahreszeiten beeinflusst. Betrachtet man die Klassen 47.21 „Einzelhandel mit Obst, Gemüse und Kar-

toffeln“ oder 47.76 „Einzelhandel mit Blumen, Pflanzen, Sämereien, Düngemitteln“ usw. im Verlauf der Jahreszeiten, so haben diese Einzelhandelsklassen

Abb. 3  
**Konjunkturverlauf des bayerischen Einzelhandels mit Spielwaren und des Handels mit Blumen, Pflanzen, Sämereien, Düngemitteln usw. 2016 bis 2017 nach Monaten und Jahreszeiten**  
 Umsatz (2010 ± 100)  
 in Preisen des Jahres 2010

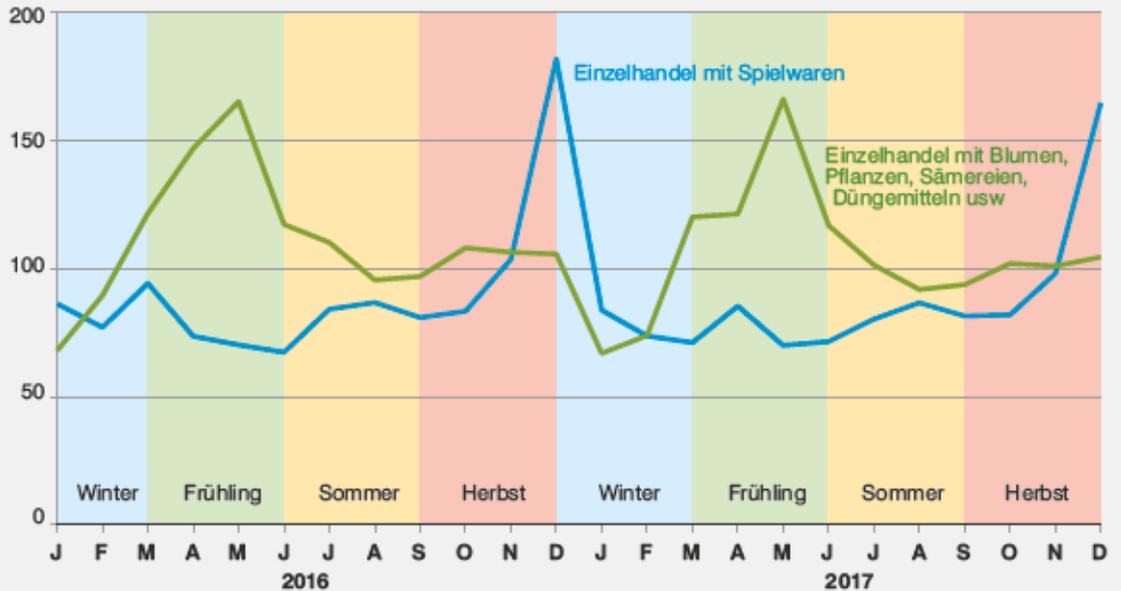


Abb. 4  
**Konjunkturverlauf des bayerischen Einzelhandels mit Büchern und des Handels mit Obst, Gemüse und Kartoffeln 2016 bis 2017 nach Monaten und Jahreszeiten**  
 Umsatz (2010 ± 100)  
 in Preisen des Jahres 2010

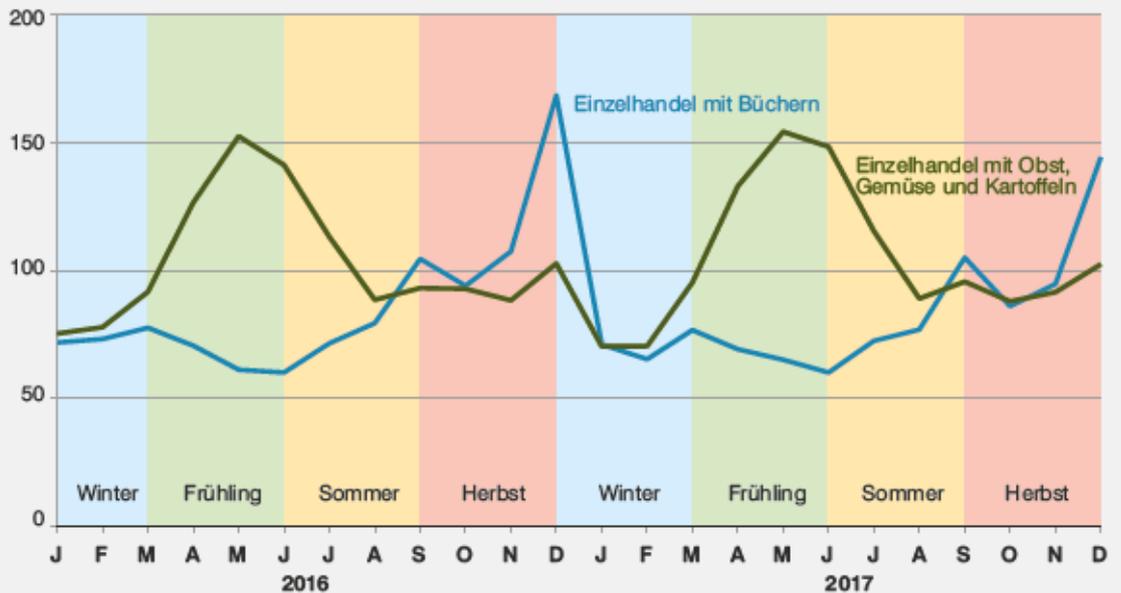
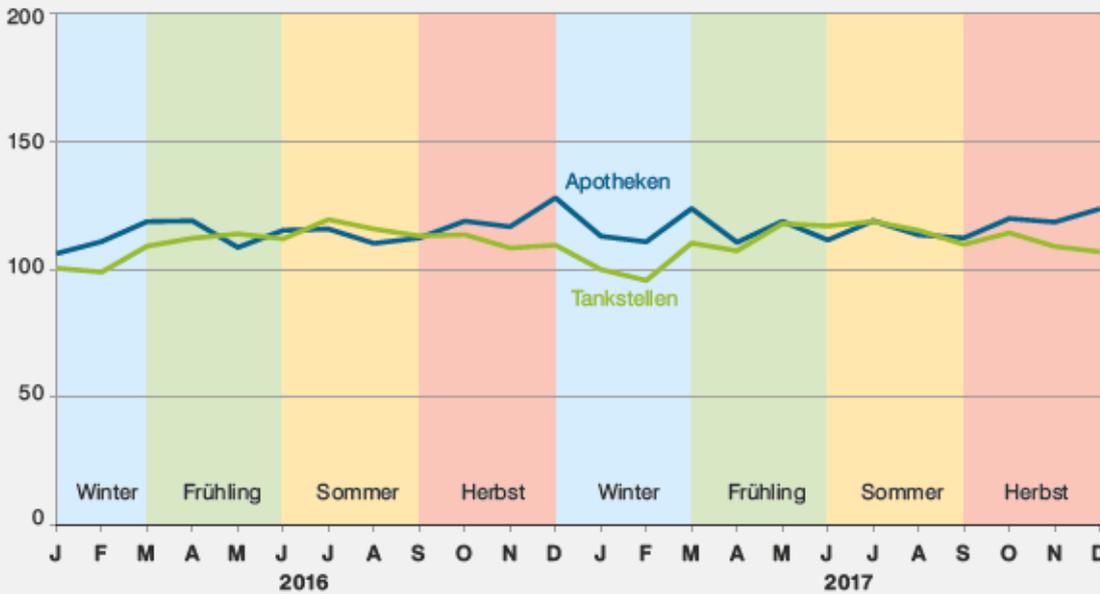


Abb. 5  
**Konjunkturverlauf der bayerischen Apotheken und Tankstellen 2016 bis 2017**  
 nach Monaten und Jahreszeiten  
 Umsatz (2010 = 100)  
 in Preisen des Jahres 2010



ihren Umsatzschwerpunkt im Frühling, also in den Monaten März, April und Mai. In beiden Klassen wurde im Jahresvergleich der höchste Umsatz im Monat Mai erreicht. Im Einzelhandel mit Obst, Gemüse und Kartoffeln lag er 2017 bei 154,2 und im Einzelhandel mit Blumen, Pflanzen, Sämereien, Düngemitteln usw. bei 166,2 (vgl. Abbildungen 3 und 4).

Kaum saisonalen Einflüssen unterliegen hingegen die Klassen 47.73 „Apotheken“ und 47.30 „Tankstellen.“ Beide Klassen warten eher mit einem unaufgeregten Konjunkturverlauf bei der zweijährigen Zeitreihe auf. Was jedoch nicht bedeutet, dass keine Einflüsse erkennbar wären. Diese sind aber im Vergleich zu den vorgenannten von geringerer Ausprägung (vgl. Abbildung 5).

#### Entwicklung der Einzelhandelsumsätze von 2010 bis 2017

Für das Aufzeigen von unterschiedlichen Entwicklungen der Einzelhandelsumsätze wurden drei Wirtschaftszweiggruppen betrachtet.

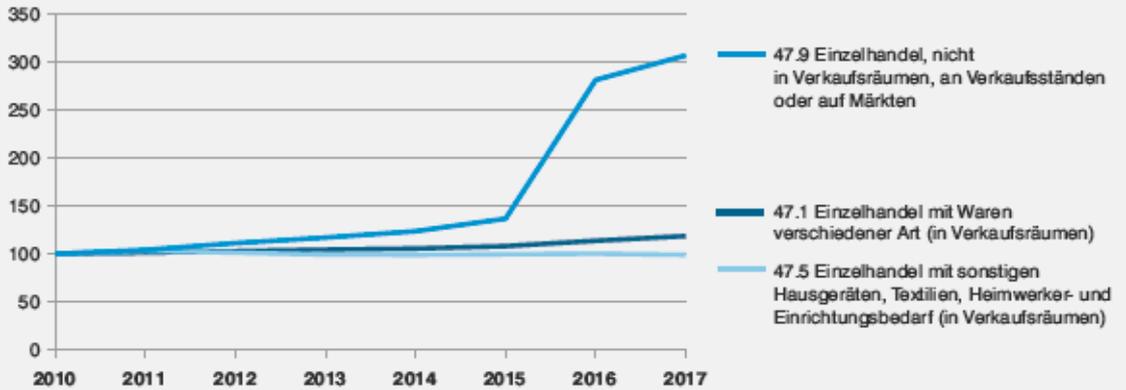
Zur Gruppe 47.1 „Einzelhandel mit Waren verschiedener Art (in Verkaufsräumen)“ gehört der Einzelhandel mit Waren verschiedener Art, Haupttrichtung

Nahrungs- und Genussmittel, Getränke und Tabakwaren. In dieser Gruppe stieg der Umsatz im Zeitraum 2010 bis 2017 auf real 118,4.

In der Gruppe 47.5 „Einzelhandel mit sonstigen Hausgeräten, Textilien, Heimwerker- und Einrichtungsbedarf (in Verkaufsräumen)“, dazu gehört der Einzelhandel mit Möbeln, Einrichtungsgegenständen und sonstigem Hausrat sowie der Einzelhandel mit Metallwaren, Anstrichmitteln, Bau- und Heimwerkerbedarf, sind im Betrachtungszeitraum von 2010 bis 2017 weder Zunahmen noch Abnahmen des Umsatzes klar erkennbar (vgl. Abbildung 6). Die Umsätze bewegten sich um die Basis 100.

Mit einer sehr hohen Umsatzentwicklung wartet die Gruppe 47.9 „Einzelhandel, nicht in Verkaufsräumen, an Verkaufsständen oder auf Märkten“ auf. Einzelhandelstätigkeiten von Versandhäusern, über das Internet, im Haustürverkauf, Automatenverkauf usw. sind dieser Gruppen zugeordnet. Bei zunächst stetig ansteigender Umsatzentwicklung bis ins Jahr 2015 (real 136,4) erfolgte 2016 ein Sprung auf 280,5 und 2017 eine weniger stark ansteigende Entwicklung auf 305,8.

Abb. 6  
**Entwicklung der Einzelhandelsumsätze ausgewählter Gruppen in Bayern 2010 bis 2017**  
 2010 = 100  
 in Preisen des Jahres 2010



**Umsatz im Versand- und Internet-Handel steigt stark an**

Der Einzelhandel, nicht in Verkaufsräumen, an Verkaufsständen oder Märkten zeigt die stärkste Umsatzentwicklung im Einzelhandel auf. Dazu gehören die Klassen 47.91 und 47.99.

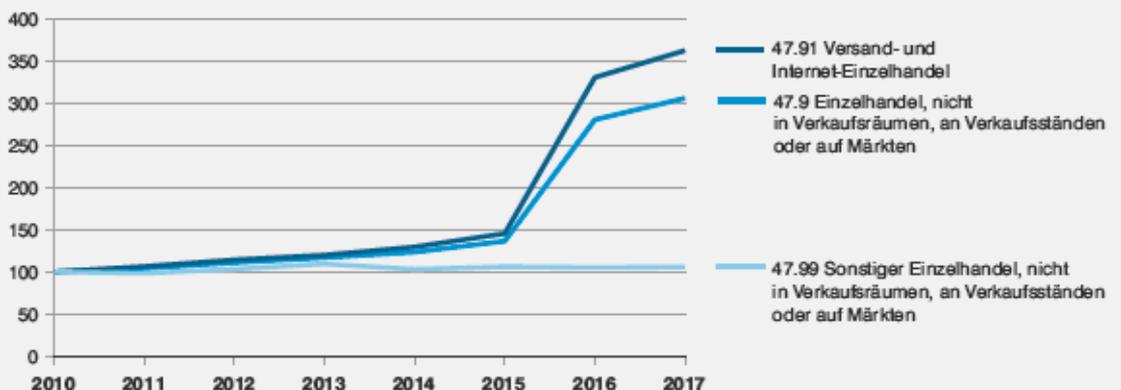
Die Klasse 47.99 „Sonstiger Einzelhandel, nicht in Verkaufsräumen, an Verkaufsständen oder auf Märkten“ ist nicht für die Umsatzentwicklung in der Gruppe 47.9 verantwortlich, denn mit einem maximalen Wert von 109,3 liegt diese Klasse weit unter dem Durchschnitt der Gruppe 47.9.

Der Versand- und Internet-Einzelhandel (47.91) ist Spitzenreiter bei der Umsatzentwicklung im Einzelhandel. So stieg die Umsatzmesszahl von 2010 bis 2015 auf 145,4 an. 2016 erfolgte ein sprunghafter Anstieg auf 330,7 und 2017 lag sie sogar bei 362,5 (vgl. Abbildung 7).

**Fazit und Ausblick**

Saisonale Umsatzschwankungen in einzelnen Bereichen der monatlichen Einzelhandelsstatistik sind anhand der gelieferten Ergebnisse erkennbar. Im Frühling werden von den Verbrauchern die Gärten und Balkone neu bepflanzt oder bestehende Pflan-

Abb. 7  
**Entwicklung des Umsatzes im Einzelhandel, nicht in Verkaufsräumen, an Verkaufsständen oder auf Märkten in Bayern 2010 bis 2017**  
 2010 = 100  
 in Preisen des Jahres 2010



zungen gepflegt und gedüngt. Auch steigt in dieser Jahreszeit der Konsum von Obst und Gemüse an, da im Einzelhandel frisches Gemüse das Wintergemüse ersetzt. Bücher und Spielwaren gehören schon seit Jahren zu den Geschenken, die am Weihnachtsfest unter den Baum gelegt werden.

Der Betrachtungszeitraum von 2010 bis 2017 zeigt auf, dass es Bereiche mit beträchtlicher Umsatzentwicklung gibt. Auch wenn das Umsatzvolumen noch

nicht den des Nahrungsmittelsektors erreicht hat, zeigt die Umsatzentwicklung im Bereich Versand- und Internet-Einzelhandel einen enormen Anstieg auf.

Wie sich der Einzelhandel in Verkaufsräumen weiter entwickelt und ob der Online-Handel den stationären Handel eventuell verdrängt, wird sich in den nächsten Jahren zeigen.