

Sajtóközlemény

2020. június 10.

Sztupár Andrea
Kereskedelmi igazgató

T +36 1 452 3060
andrea.sztupar@gfk.com

A többi európaihoz képest a németek arányosan kevesebbet költenek a hagyományos bolti kiskereskedelemben

GfK tanulmány a 2019-es európai kiskereskedelemről

Nürnberg, 2020. június 4. - 2019-ben az EU-27 országában a magánfogyasztás kiskereskedelmi forgalma 1,0% -kal csökkent. Így az EU fogyasztók pénzüiknek átlagosan 29,9 százalékát költik el a hagyományos bolti kiskereskedelemben. Ebben Németország az utolsó helyen áll, mivel fogyasztóik a pénzeszközöknek mindössze 23,7% -át költik a hagyományos bolti kiskereskedelemben. Ezek az eredmények a GfK nemrégiben kiadott ingyenes, az európai kiskereskedelemről szóló tanulmányából származnak.

Számos európai országban az online kereskedelem erősnek bizonyult, ami tükröződik a fogyasztók csökkenő arányú hagyományos bolti kiskereskedelmi költségeiben.

„Európában a hagyományos bolti kiskereskedelem új kihívásokkal néz szembe” - **magyarázza Dr. Johannes Schamel, a GfK kiskereskedelmi szakértője.** „A fogyasztók körében új környezettudatosság alakul ki, és a fenntarthatóság kérdése egyre fontosabb szerepet játszik. A hagyományos bolti kiskereskedőknek erre az elvárásra olyan módon kell válaszolniuk, amely lehetővé teszi számukra, hogy versenyelőnyt szerezzenek az online kiskereskedelemmel szemben.”

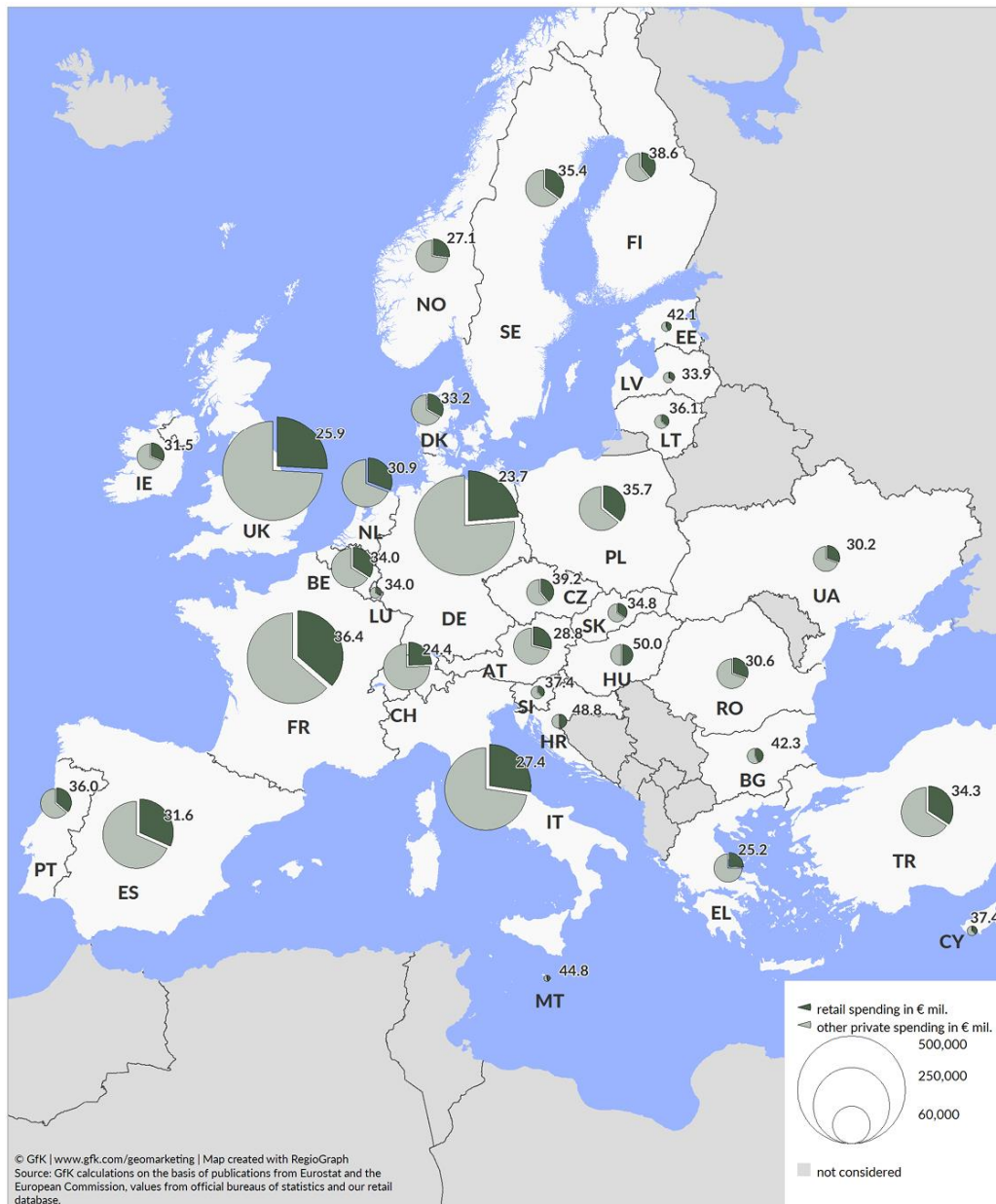
Mindezek fényében a GfK Geomarketing megoldási területe kiértékelte az 2019-es év legfontosabb piaci mutatóit, és azoknak az európai kiskereskedelemre gyakorolt hatását. A COVID-19 kiskereskedelemre gyakorolt hatásának felmérése mellett a GfK Kiskereskedelmi Tanulmánya tartalmazza a 32 európai országban látható trendek átfogó elemzését is, amely értékes referenciapontot kínál a kiskereskedők, a befektetők és a projektfejlesztők számára.

GfK Hungaria
Wesselényi u. 16.
1077 Budapest
Magyarország

T +36 1 452 3060

Management
Sztupár Andrea
kereskedelmi igazgató

Retail share (%) of private consumption in 2019



A tanulmány legfontosabb megállapításainak áttekintése

Vásárlóerő: 2019-ben az EU-27 országokban a fogyasztók átlagos vásárlóereje 16 888 euró volt, ami 3,4% -os nominális növekedést jelent az előző évhez képest. Az erőteljes gazdasági növekedés, az adócsökkentések és a minimálbér-növekedés hatására az EU-ban a legnagyobb vásárlóerő-

növekedés Lettorszában (+8,5 százalék), Litvániában (+7,6 százalék) és Észtországban (+6,0 százalék) történt.

Infláció: A szolgáltatások költségeinek növekedése miatt a tavalyi év végén az árak kissé gyorsabban emelkedtek. De figyelembe véve 2019 egészét, az EU-27 országokban az infláció mindössze 1,4 százalék volt, azaz jelentősen elmarad az Európai Központi Bank 2 százalékos célkitűzésétől.

Hagyományos bolti kiskereskedelem forgalma: 2019-ben az EU-27 országokban a hagyományos bolti kiskereskedelem 2,1 százalékos nominális forgalommnövekedést ért el, ami kismértékben meghaladta az inflációt. A legdinamikusabb piacok ismét Kelet-Európában és a balti államokban voltak. Románia (+9,5%) fenntartotta magas növekedési ütemét, amely majdnem kétszerese a szomszédos Bulgáriáénak (+5,4%). Észtországban (+6,6 százalék) és Litvániában (+6,5 százalék) volt a növekedés, köszönhetően a vásárlóerő régóta fennálló növekedésének.

A magánfogyasztás kiskereskedelmi forgalmának részaránya: Az online kiskereskedelem által okozott verseny, valamint a fogyasztói szokások alapvető változásai, azaz a nagyobb összegű költségek a szolgáltatásokra az EU-27 magáncélú fogyasztás kiskereskedelmi forgalmának egy százalékkal történő 29,9% -ra való csökkenését eredményezte. A németek fordították költségeik legkisebb részét (23,7%) a hagyományos bolti kiskereskedelemre, ezt részben az online kiskereskedelem viszonylag erős pozíciója magyarázza.

FMCG kiskereskedelem: 2019-ben az EU-27 országokban a hagyományos bolti kiskereskedelem 55% -a származott az FMCG kiskereskedelemből. Ez a szegmens a horvátországi teljes hagyományos bolti kiskereskedelmi forgalom 60,4% -át teszi ki, ami a tanulmányban szereplő országok között az első helyen áll. Az FMCG kiskereskedelem nagyon erős Romániában (59,7%), Cipruson (58,5%) és Görögországban (58,3%).

A kutatásról

A GfK 32 európai országban elemezte a vásárlóerőt, a kiskereskedelmi forgalmat és a fogyasztók kiskereskedelmi részesedését 2019-re vonatkozóan. Tekintettel a jelenlegi ingatag körülményekre, és a tanulmány áprilisi leadási határidejére, a hagyományos bolti kiskereskedelem forgalmának 2020-ra vonatkozó előrejelzését az ideai tanulmány nem tartalmazza. Ezen tartalom helyett a tanulmányban szerepel elemzés a COVID-19 kiskereskedelemre gyakorolt hatásáról, értékelés az európai FMCG kiskereskedelemről, a Black Friday, mint a legfontosabb éves vásárlási eseményről, a Visegrádi országok fővárosainak kiskereskedelmének jelentőségéről és a bútor kiskereskedelem

teljesítményéről a Cseh Köztársaságban. A GfK kalkulációi a forgalomról és a vásárlóerőről euróban készültek és a 2020. április leadási határidő szerinti értékeket mutatják.

A tanulmány ingyenes, 22 oldalas PDF formátumban érhető el angolul a <http://www.gfk-geomarketing.com/european-retail> és németül a www.gfk-geomarketing.de/handel-europa oldalon.

GfK. Growth from Knowledge.

A több, mint 85 éves múlttal rendelkező GfK világszerte tech-alapú adatszolgáltatásaival segíti ügyfeleit üzleti kérdéseik megoldásában. A mesterséges intelligenciát felhasználva képes ügyfelei számára megbízható ajánlásokat adni döntéseikhez, legyen szó a marketing és értékesítés hatékonyságát tükröző fogyasztói elégedettségekről, piacokról, márkákról vagy akár a médiáról.

A GfK ígérete ezért: „Growth from knowledge” vagyis „Tudás alapú növekedés”.

További információért, kérjük látogasson el: www.gfk.com honlapra, vagy kövessen minket a Twitteren: <https://twitter.com/GfK>