

Datenbankdetails

Datenbank:	Länder und Märkte
Titel:	Schwedischer Einzelhandel verbucht Rekordumsätze
Datum:	24.08.2007
Land:	Schweden
Produktkategorie:	Artikel
Ihr Ansprechpartner in der bfai:	Frau Rohde, Ruf: 0221/2057-269

Schwedischer Einzelhandel verbucht Rekordumsätze

Hoher Privatkonsum sorgt für Schubkraft / Expansion ausländischer Einzelhandelskonzerne schreitet voran / Von Christian Tippelt

Stockholm (bfai) - Die Konsumneigung der Schwedinnen und Schweden ist hoch, so eine Untersuchung der schwedischen Forschungsstelle für den Einzelhandel (HUI). Marktbeobachter sprechen sogar von einem Konsumrausch. Dies beschert der Branche trotz des starken Preisdrucks Rekordumsätze. Gleichzeitig ist die Angebotsvielfalt so groß wie nie und die Ansprüche der Verbraucher steigen nach wie vor. Der Markt bietet dabei interessante Geschäftschancen für ausländische Einzelhandelsketten und Lieferanten. (Kontaktanschriften)

Mehr und mehr ausländische Einzelhandelsketten begeben sich nach Schweden. Deutsche Konzerne mischen dabei kräftig mit. Lidl und Bauhaus sind inzwischen landesweit vertreten und verfügen bereits über beachtliche Marktanteile. Beide sind maßgeblich an der dynamischen Entwicklung des Sektors beteiligt, die weitere Akteure über die Ostsee lockt. Mediamarkt, Hornbach, Deichmann und New Yorker haben sich bereits niedergelassen oder treiben ihren Markteintritt voran.

Allein die Schuhladenkette Deichmann plant nach Presseinformationen, 60 neue Geschäfte in Schweden zu eröffnen. Bei Mediamarkt schwanken die Angaben über die geplanten Filialen: Von bis zu 30 Verkaufsmärkten ist zu hören. Die deutsche Modekette New Yorker will mit fünf Läden an den Start gehen. Bauhaus betreibt bereits elf Baumärkte - weitere sind in Planung. Lidl, die kürzlich bekannt gaben, die Filialen des dänischen Konkurrenten Netto im Großraum Stockholm zu übernehmen, verfügt über etwa 120 Discounter im größten skandinavischen Land.

Einer der Impulsgeber für die Expansionspläne der Branche, ist der derzeitige Konsumrausch der schwedischen Verbraucher. Nachdem diese ihre Konsumausgaben im Vorjahr bereits um 2,8% erhöhten, wird in diesem Jahr mit einer Zunahme um über 4,1% gerechnet. Auch 2008 soll die private Nachfrage mit diesen hohen Wachstumsraten steigen.

Von der guten Entwicklung des privaten Verbrauchs profitieren besonders der Einzelhandel und der Dienstleistungssektor. Im gesamten Groß- und Einzelhandel ist 2007 nach Schätzung von HUI mit einem Umsatzplus von 5,5 bis 7% auf etwa 570 Mrd. Schwedische Kronen (skr, circa 60,9 Mrd. Euro, Tageskurs 21.8.07: 1 skr = rund 0,107 Euro) zu rechnen. Im Vorjahr wuchsen die Einzelhandelsumsätze bereits mit 7,4% ebenfalls auf höchstem Niveau. Auch für 2008 prognostiziert HUI anhaltend dynamische Umsatzsteigerungen um über 5%.

Die Marktentwicklung bei den Waren des täglichen Bedarfs zeigt ebenfalls einen deutlichen Geschäftsanstieg - allerdings aufgrund sinkender Preise circa 1 Prozentpunkt unter dem Einzelhandelsdurchschnitt. Die Etablierung des Discountersegments, vorangetrieben von den ausländischen Ketten Lidl und Netto, ein dadurch stärker gewordenen Preisbewusstsein sowie gestiegene Verbraucheransprüche hinsichtlich der Angebotsvielfalt haben zu starken Veränderungen im Lebensmittelhandel geführt.

Die Einzelhandelskonzerne ICA, Coop und Axfood, die lange Zeit den Markt bestimmten, waren und sind gezwungen, sich rasch auf die Marktveränderung einzustellen. "Wachsende Konkurrenz, gehobene Ansprüche und ein stärkerer Preiswettbewerb setzt die Branche unter Druck", sagt Henrik Öhman von HUI. Dies trifft nicht nur auf den Handel mit Waren des täglichen Bedarfs zu, sondern auf den gesamten Einzelhandel, der den Druck größtenteils an seine Lieferanten weitergibt. Die Marktentwicklung eröffnet andererseits interessante Geschäftschancen für neue Lieferanten, die über Preisvorteile oder anderer Herausstellungsmerkmale verfügen. Auch deutsche Zulieferer gehören Marktbeobachtern zufolge zu den Gewinnern dieser Entwicklung. Öhman bestätigt, dass mehr und mehr schwedische Konzerne inzwischen direkt und ohne Zwischenhändler aus dem Ausland importieren beziehungsweise ihre Einkaufsaktivitäten im Ausland forcieren.

Struktur des Einzelhandelsmarktes (2006)

Sparte	Marktanteil (in %)
Waren des täglichen Bedarfs	51,4
.Lebensmittel	36,9
.Drogeriewaren	5,8
.Tabak und Zeitungen	5,4
.Sonstige Waren	3,3
Sonderwaren	48,6
.Bekleidung	16,4
.Sport-, Freizeit- und Elektronikartikel	14,6
.Möbel und Einrichtungswaren	9,8
.Bau- und Heimwerkerbedarf	7,8

Quelle: Butikskalender 2007

Ein interessantes Wachstumssegment ist das Geschäft mit Biolebensmitteln. In Schweden nehmen die Marktanteile von ökologisch produzierten Waren seit mehreren Jahren stark zu. Aufgrund der Bemühungen von Verbraucherorganisationen und der Regierung ist ein Ende des Öko-Trends nicht absehbar. Die Handels- und die Verbraucherstrukturen sind für den Absatz und die Vermarktung von Biolebensmitteln nach Einschätzung von Branchenkennern günstig. Auch für deutsche Lebensmittelhersteller bestehen gute Lieferchancen.

Laut Plänen der schwedischen Regierung sollen im öffentlichen Sektor (Krankenhäuser, Schulen oder Kindergärten) bis 2010 im Schnitt 25% der dort verwendeten Lebensmittel aus ökologischer Produktion stammen. Ein weiteres Ziel bis 2010 ist, rund 20% der landwirtschaftlich genutzten Flächen auf Öko-Produktion umzustellen. Zurzeit liegt der Anteil bei 7%. Auch die Einführung der staatlichen Förderung an den Zertifizierungskosten im Jahr 2005 spiegelt die Bemühungen der Regierung in diesem Bereich wieder.

Die Lebensmittelgruppen mit den höchsten Anteilen an Bio-Waren sind Molkereiprodukte, gefolgt von Säuglingsnahrung, Kaffee sowie Obst und Gemüse. Fisch und Fleisch mit Biosiegel haben deutlich geringere Marktanteile. Fachleute sehen hierfür aber weniger das Konsumentenverhalten als Ursache, sondern das unzureichende Angebot beziehungsweise die fehlenden Lieferquellen. Der Importanteil bei Biolebensmitteln liegt nach Schätzungen von KRAV, der führenden Zertifizierungsstelle für ökologische Lebensmittel, derzeit bei etwas über 20%. Dieser Anteil nimmt weiter zu.

Auch der Versandhandel ist auf Wachstumskurs. Die Sparte erreichte 2006 laut HUI einen Umsatzzuwachs von 13% auf 16,7 Mrd. skr, was einem Anteil von 2,5% am gesamten Einzelhandel entsprach. Die Branche ist von kleinen Anbietern geprägt. Marktbeobachter bewerten die Marktchancen für große ausländische - vor allem deutsche - Anbieter in diesem Segment als außerordentlich gut. "Betreiber von Internet-Bestellportalen für Spezialwaren, die im großen deutschen Markt gute Geschäfte machen, könnten sich aufgrund vermeintlicher Größenvorteile und besserer Einkaufsressourcen auch erfolgreich in Schweden etablieren", so ein Brancheninsider.

Die von HUI regelmäßig abgefragten Geschäftserwartungen des Einzelhandels sind entsprechend dem guten Konsumklima und den günstigen Gesamtprognosen überdurchschnittlich positiv. 68% der befragten Unternehmen rechnen mit weiterhin hohen Zuwächsen. Lediglich 2% der Probanden erwarten abnehmende Verkaufszahlen.

Kontaktanschriften

AB Handelns Utredningsinstitut (HUI)

Regeringsgatan 60, 10329 Stockholm

Tel.: 0046 8/7 62 72 80, Fax: -6 79 76 06

Internet: www.hui.se

Praktiskt Butiksarbete (Bezugsadresse für die Publikation "Butikskalender")

ICA Förlaget AB / Forma Publishing Group

72185 Västerås

Tel.: 0046 21/19 40 00; Fax: -19 41 36

Internet: www.formapg.se

Livsmedelsverket / National Food Administration

Hamnesplanaden 5, Box 622, 75126 Uppsala

Tel.: 0046 18/17 55 00, Fax: -10 58 48

Internet: www.slv.se

KRAV

Box 1940, 751 49 Uppsala

Tel.: 0046 18/10 02 90, Fax: -10 03 66

Internet: www.krav.se

(C.T.)