

Polens Konsumenten greifen tiefer in die Tasche

Onlinehandel verdrängt traditionelle Kanäle / Von Beatrice Repetzki

Warschau (GTAI) - Die Kauflust der Polen hat sich 2019 etwas abgeschwächt. Auftrieb erhält sie nun durch das Weihnachtsgeschäft. Wohnungsausstattungen sind gefragt. Der Einzelhandel konsolidiert sich.

09.12.2019

Die Einzelhandelsumsätze in Polen bekommen gegen Ende 2019 durch das Weihnachtsgeschäft noch einmal einen Schub. Die beliebtesten Geschenke sind Körperpflegemittel und Kosmetika, Bücher, Bekleidung, Juwelierwaren sowie Computerspiele, Spielzeug, Süßigkeiten und andere Kinderwaren. Die Einkaufssaison startete schon im November, die höchste Dynamik weist sie jedoch in der ersten Dezemberhälfte auf. Auch im Weihnachtsgeschäft setzt der Onlinehandel die größten Impulse. Laut einer Umfrage von Deloitte sucht 2019 nur noch die Hälfte aller Konsumenten stationäre Geschäfte auf, um Weihnachtsgeschenke zu kaufen.

Nach einigen Jahren zweistelliger Zuwachsraten bei den Weihnachtsausgaben wollen die von Deloitte befragten Polen ihr Budget dafür 2019 um rund 5 Prozent erhöhen. Demnach betragen die Ausgaben pro Familie durchschnittlich etwa 349 Euro. Davon entfallen 34 Prozent (119 Euro) auf Geschenke. Auch im bisherigen Jahresverlauf war die Kauflust recht groß, wenngleich sie sich nicht mehr ganz so dynamisch wie im Vorjahr entwickelte.

Veränderung der Einzelhandelsumsätze (in %, feste Preise) *)

	2017	2018	Januar bis Oktober 2018	Januar bis Oktober 2019
Insgesamt	7,3	6,2	6,5	5,6
Textilien, Bekleidung, Schuhe	18,7	12,1	12,4	9,1
Medikamente, Kosmetika, Orthopädiebedarf	12,8	11,5	11,8	7,2
Sonstiges	4,7	11,0	10,7	1,3
Brennstoffe	5,6	8,0	7,8	3,4
Möbel, Haus-, Audio-, Videogeräte	9,8	7,1	6,8	15,0
Nicht-spezialisierte Geschäfte	6,7	5,9	6,9	8,8
Kfz, Krafträder, Teile dafür	8,4	6,1	7,1	9,3
Printmedien, andere Fachgeschäfte	9,6	1,3	0,9	3,9
Nahrungsmittel, Getränke, Tabakwaren	3,3	0,9	1,2	0,9

*) spezialisierte Unternehmen mit mindestens zehn Beschäftigten

Quelle: Statistisches Hauptamt GUS

Mehr Supermärkte in Polen

Die Einzelhandelsstruktur konsolidierte sich 2018 zwar weiter, es existieren in Polen aber immer noch zahlreiche kleine Läden. Laut der Analyse "Rynek Wewnętrzny 2018" (Binnenmarkt 2018) des Statistischen Hauptamtes GUS gab es am Jahresende knapp 340.000 Geschäfte. Das waren circa 15.000 weniger als Ende 2017. Die gesamte Verkaufsfläche stieg gleichzeitig minimal (+0,2 Prozent) auf 37,3 Millionen Quadratmeter. Auf ein Geschäft kamen durchschnittlich 113 Einwohner (2017: 108).

Rund 41,1 Prozent dieser Fläche entfielen auf Geschäfte mit maximal 99 Quadratmetern (-2,8 Prozent) und 13,4 Prozent auf solche mit 100 bis 399 Quadratmetern (-0,2 Prozent). Am stärksten an Bedeutung gewannen Supermärkte mit 400 bis 999 Quadratmetern (+5,1 Prozent), deren Anteil an der Gesamtfläche Ende 2018 bei 17,7 Prozent lag. Hypermärkte mit mindestens 1.000 Quadratmetern hatten einen Anteil von 27,8 Prozent (+1,8 Prozent).

Die Anzahl der Super- und Hypermärkte stieg 2018 um 4,4 Prozent, sodass auf jeden solchen Markt durchschnittlich 4.668 Einwohner kamen (Ende 2017: 4.877). Den Anteil dieser Märkte an den gesamten Einzelhandelsumsätzen einschließlich Tankstellen schätzt GUS auf rund ein Viertel. In diesem Segment dominieren große westliche Handelsketten das Geschehen. Die durchschnittliche Fläche der Geschäfte mit ausländischem Kapitalanteil betrug Ende 2018 rund 655,4 Quadratmeter, während die in inländischem Privatbesitz lediglich 192 Quadratmeter boten (jeweils Unternehmen mit mindestens zehn Beschäftigten).

Anzahl und Fläche der Geschäfte mit ausländischem Kapitalanteil *)

	Ende 2017	Ende 2018
Anzahl der Geschäfte	16.820	17.297
Anteil an der Gesamtzahl (in %)	4,7	5,1
Fläche der Geschäfte (in 1.000 qm)	10.782,2	11.337,3
Anteil an der Gesamtfläche (in %)	28,9	30,4

*) Unternehmen mit mindestens zehn Beschäftigten

Quelle: Statistisches Hauptamt GUS (Analyse "Binnenmarkt 2018")

Einzelhandel konsolidiert sich weiter

Im Jahr 2018 schlossen etliche Lebensmittelläden, gleichzeitig stieg die Anzahl der Obst- und Gemüseläden. Als Absatzmarkt gewinnen Tankstellen mit ihrem Zusatzsortiment an Bedeutung, zumal sie auch sonntags öffnen dürfen.

Anzahl der Geschäfte gemäß ihrer Spezialisierung (in 1.000, Veränderung in %)

	Ende 2017	Ende 2018	Veränderung
Insgesamt	355,0	340,0	-4,2
.Lebensmittel, allgemein	75,2	69,8	-7,2
.Obst/Gemüse	5,1	5,5	7,8
.Fleisch	10,2	9,9	-2,9

POLENS KONSUMENTEN GREIFEN TIEFER IN DIE TASCHEN

.Fisch	1,1	1,1	0
.Back-/Konditorwaren	8,6	8,5	-1,2
.Alkoholische Getränke	4,4	4,3	-2,3
.Körperpflegemittel/Kosmetika	7,4	7,5	1,4
.Textilien	4,8	5,0	4,2
.Bekleidung	34,0	34,5	1,5
.Schuhe/Lederartikel	7,4	7,3	-1,4
.Möbel/Beleuchtungsgeräte	7,9	8,1	2,5
.Audio-/Video-/Hausgeräte	4,6	4,5	-2,2
.Schreibwaren/Bücher	5,2	5,3	1,9
.Kfz	21,6	20,7	-4,2
.Übrige	157,5	148,0	-6,0
.Tankstellen	9,3	9,3	0

Quelle: Statistisches Hauptamt GUS (Analyse "Binnenmarkt 2018")

Eine Handelserlaubnis an allen Sonntagen haben auch Straßenmärkte. Davon waren 2018 laut GUS landesweit 2.156 als ständige Märkte registriert (-0,8 Prozent gegenüber 2017). Dort wurden bei insgesamt rund 91.500 Ständen Kleinhandelsverkäufe erfasst (-1,5 Prozent), von denen mit 51.500 (-3,4 Prozent) über die Hälfte täglich geöffnet hatten. Hinzu kamen 7.127 saisonal aufgebaute Märkte (-0,9 Prozent).

Handelsunternehmen erwirtschafteten 2018 mit 175 Milliarden Euro 86,5 Prozent der gesamten Einzelhandelsumsätze. Der Rest entfiel auf Produktionsunternehmen mit Werksverkauf und andere Einrichtungen. Zu den Gesamtumsätzen in Höhe von 202,3 Milliarden Euro trug die Gastronomie mit eigener Zubereitung und Verkäufen (ohne übrige Umsätze) 10 Milliarden Euro bei. Über ein Viertel der Einzelhandelsumsätze (28,4 Prozent) wurden in der Woiwodschaft Mazowieckie (Verwaltungsbezirk Masowien, +5,2 Prozent) getätigt, gefolgt von Wielkopolskie (Großpolen) mit 18,3 Prozent (+9,7 Prozent), Malopolskie (Kleinpolen) mit 9,2 Prozent (+5,4 Prozent) und anderen.

Einzelhandelsumsatz (in Mrd. Euro, nominale Veränderung auf Zloty-Basis in %)

	2017	2018	Veränderung
Insgesamt, darunter	190,3	202,3	6,4
.Nahrungsmittel, nichtalkoholische Getränke	50,3	52,3	4,2
.Alkoholische Getränke, Tabakwaren	14,9	15,6	5,0
.Non-Food-Produkte	125,1	134,3	7,5

Quelle: Statistisches Hauptamt GUS (Analyse "Binnenmarkt 2018")

POLENS KONSUMENTEN GREIFEN TIEFER IN DIE TASCHEN

Der gesamte Großhandelsumsatz fiel 2018 (2017) laut GUS mit 332,7 (302,2) Milliarden Euro deutlich höher aus als der Einzelhandelsumsatz. Auf Zloty-Basis entspricht das einer nominalen Steigerung um 10,2 Prozent. Der überwiegende Teil entfiel dabei mit 283,9 (252,3) Milliarden Euro auf Non-Food-Produkte (+12,6 Prozent). Fast die Hälfte des Großhandelsumsatzes (46,9 Prozent) erzielten große Unternehmen mit mindestens 50 Beschäftigten (+11,1 Prozent).

Weitere Informationen zu Polen finden Sie unter: <http://www.gtai.de/Polen>


Mehr zu:

Polen
Groß- Einzelhandel / E-Commerce
Branchen

Kontakt

Fabian Möpert

Wirtschaftsexperte

 +49 30 200 099 209

 [Ihre Frage an uns](#)

Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck – auch teilweise – nur mit vorheriger ausdrücklicher Genehmigung. Trotz größtmöglicher Sorgfalt keine Haftung für den Inhalt.

© 2021 Germany Trade & Invest

Gefördert vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages.