

planet

l

i

æ

h

7

f

(

h

c

g

n

c

h

h

h

f

v

j

n

e

o

\

h

u

h

t

u

h

h

h

6. Ausgabe

SHOPPER
INDEX

h

h

h

ÜBERSICHT

Nach einem Rekordhoch, sanken die Internationale Einkaufsfaktiviäten in Europa im vierten Quartal 2019

Nach zwei starken Quartalen verlangsamte sich die internationale Einkaufsaktivität in den letzten drei Monaten des Jahres 2019 in ganz Europa. Dies lag hauptsächlich daran, dass die 25 EU-Marktwährungen gegenüber dem Pfund so lange abgewertet wurden bis die politischen Instabilität im Zusammenhang mit dem Brexit nachließen.

Der Medianwert des Index fiel im vierten Quartal 2019 auf 90. Das entspricht einem Rückgang um 13 Punkte gegenüber dem dritten Quartal und war der größte Rückgang in einem Quartal, innerhalb der letzten zwei Jahre. Die internationalen Shopper hatten weniger Geld für Einkäufe zur Verfügung, damit konnten die europäischen Einzelhändler die Vorteile von Weihnachten und der Golden Week nicht nutzen, eine Zeit in der normalerweise viel eingekauft wird.

GLOBALE RANGLISTE: Q4 2019 INDEX

Land	Platzierung	Indexwert	Umsatzplatzierung	Durchschnittl. Transaktionswert	Inflation %	BIP Wachstum %	Währung vs. EUR – vierteljähr. Änderung in %	Währung vs. GBP – vierteljähr. Änderung in %
China	1	491	1	€ 488	4.3	6.0	0.0	-4.7
USA	2	200	2	€ 604	2.1	2.3	0.4	-4.3
Hongkong	3 (2) ▲	141	6	€ 952	3.0	-2.9	0.4	-4.2
Russland	4 (-1) ▼	141	3	€ 482	3.4	1.7	1.8	-2.9
Südkorea	5 (6) ▲	131	4	€ 487	0.3	2.0	1.9	-2.8
VAE	6	130	9	€ 781	-1.6	2.2	0.4	-4.4
Taiwan	7 (2) ▲	108	5	€ 252	0.7	3.0	2.7	-2.1
Saudi-Arabien	8	105	11	€ 592	-0.1	-0.5	0.4	-4.4
Kuwait	9 (1) ▲	104	8	€ 525	1.5	0.4	0.8	-4.1
Thailand	10 (-6) ▼	101	7	€ 307	0.4	2.6	1.8	-2.9
Indonesien	11 (1) ▲	100	14	€ 395	3.0	5.0	0.7	-3.9
Philippinen	12 (1) ▲	92	18	€ 348	1.5	6.0	2.0	-2.7
Brasilien	13 (-7) ▼	90	16	€ 438	3.4	1.2	-3.2	-7.7
Türkei	14 (10) ▲	89	21	€ 516	10.3	0.9	-1.7	-6.2
Singapur	15	89	10	€ 338	0.6	0.7	1.3	-3.4
Malaysia	16	88	13	€ 261	1.0	4.4	0.4	-4.3
Vietnam	17 (-10) ▼	88	22	€ 296	3.7	7.5	0.5	-4.2
Marokko	18 (5) ▲	88	23	€ 448	0.8	2.2	2.1	-2.9
Kanada	19 (1) ▲	85	17	€ 391	2.3	1.7	0.4	-4.2
Indien	20 (-3) ▼	84	19	€ 325	5.8	4.5	-0.8	-5.4
Israel	21 (1) ▲	84	15	€ 266	0.4	3.8	1.4	-3.4
Mexiko	22 (-1) ▼	82	24	€ 445	2.9	0.3	1.2	-3.5
Australien	23 (4) ▲	80	20	€ 357	1.8	1.7	0.1	-4.6
Japan	24 (-10) ▼	71	12	€ 121	0.5	1.7	-0.9	-5.5
Argentinien	25	45	25	€ 219	51.5	-1.7	-15.4	-19.3



DIE AUFSTREBENDEN MÄRKTE SÜDOSTASIENS TRAGEN DIE HAUPTLAST DER US-HANDELSKRIEGE

Die Schwellenländer Südostasiens litten im letzten Quartal 2019. Indonesien, Malaysia, Singapur, die Philippinen, Thailand und Vietnam verzeichneten alle Indexrückgänge von bis zu 27 Punkten. In dieser Zeit trafen sich die Staats- und Regierungschefs, um ein asienweites Handelsabkommen abzuschließen, denn der anhaltende Streit zwischen den USA und China das Wachstum in der Region zu bremsen drohte. Das hat auch die Bereitschaft im Ausland Geld auszugeben gebremst.



SÜDKOREA ENTGEHT DEN REGIONALEN SPANNUNGEN, DIE KÄUFER GEBEN MEHR GELD DENN JE AUS

Die südkoreanischen Käufer hielten den zunehmenden politischen Spannungen mit Japan stand und verzeichneten die bisher höchste Punktzahl. Die Einkaufsaktivitäten südkoreanischer Staatsangehöriger stieg um 21 Punkte - knapp hinter China Hongkong und der Türkei, die die größten Aufsteiger des vierten Quartals waren. Der durchschnittliche Transaktionswert (ATV) südkoreanischer Käufer verzeichnete ebenfalls deutliche Zuwächse und stieg auf den achten Platz - neun Plätze höher als im dritten Quartal.



DIE KÄUFER IN DEN VAE SETZTEN IHREN KAUFRAUSCH INMITTEN DER GEDÄMPFTEN AUSGABEN DER GCC-NACHBARN FORT

Trotz der vielversprechend hohen Einkaufsbereitschaft im dritten Quartal, waren Käufer aus Ländern des Nahen Ostens im letzten Quartal 2019 zurückhaltender. Kuwait und Saudi-Arabien sanken um sieben Punkte. Anders die VAE, Sie verzeichneten einen Zuwachs von 12 Punkten. In Bezug auf ihre Durchschnittseinkaufsbeträge fielen die VAE jedoch knapp hinter China Hongkong zurück und stiegen gegenüber dem dritten Quartal nur um zwei Plätze.

MÄRKTE IM BLICKPUNKT

GRÖSSTER AUFSTEIGER: CHINA HONG KONG

Die internationale Einkaufsaktivität von China Hongkong stieg im vierten Quartal mit der gleichen Geschwindigkeit, mit der sie im dritten Quartal zurückfiel. Mit einer Steigerung um 22 Punkte erhöhte China Hong Kong seinen Rang im Planet Shopper Index von Platz 5 auf Platz 3 im vierten Quartal.

Diese Erholung ging mit einer Entspannung der politischen Unruhen im ganzen Land einher. Der BIP blieb stabil und die Inflation verlangsamte sich um 0,3%, das fiel in die Zeit des Nationalfeiertags und die Golden Week, die normalerweise für vermehrte Auslandsreisen genutzt wird. Infolgedessen lag der durchschnittliche Transaktionswert (ATV) von China Hong Kong mit 952 € an der Spitze des Index und erreichte durchschnittlich um 171 € mehr als der nächsthöhere Markt, die VAE.



MARKT IM BLICKPUNKT: TÜRKEI

Die Türkei kletterte in der jüngsten Ausgabe des Planet Shopper Index um beeindruckende 10 Plätze nach oben und erreichte damit seine stärkste Platzierung in den letzten fünf Quartalen.

Die türkische Wirtschaft erholt sich nach der Rezession stetig. Im Dezember 2019 senkte die türkische Zentralbank den Leitzins, um das Wirtschaftswachstum des Landes anzukurbeln. Nach dem Absturz der Lira stieg die Inflation im Juni 2018 sprunghaft an und erreichte 2018 einen Höchststand von 25,2%, pendelte sich aber im 4. Quartal auf 10,3% ein².

Der Finanzminister Berat Albayrak verpflichtete sich in seiner Rede zum Haushalt 2020 im vergangenen Jahr, die türkische Wirtschaft zu stärken, mit dem Ziel, in den nächsten drei Jahren ein jährliches Wachstum von jeweils 5% zu erreichen³. Dies sollte eine anhaltende Phase der wirtschaftlichen Erholung markieren und die Türkei im Jahr 2020 als einen wachsenden Quellmarkt für den Einzelhandel positionieren.

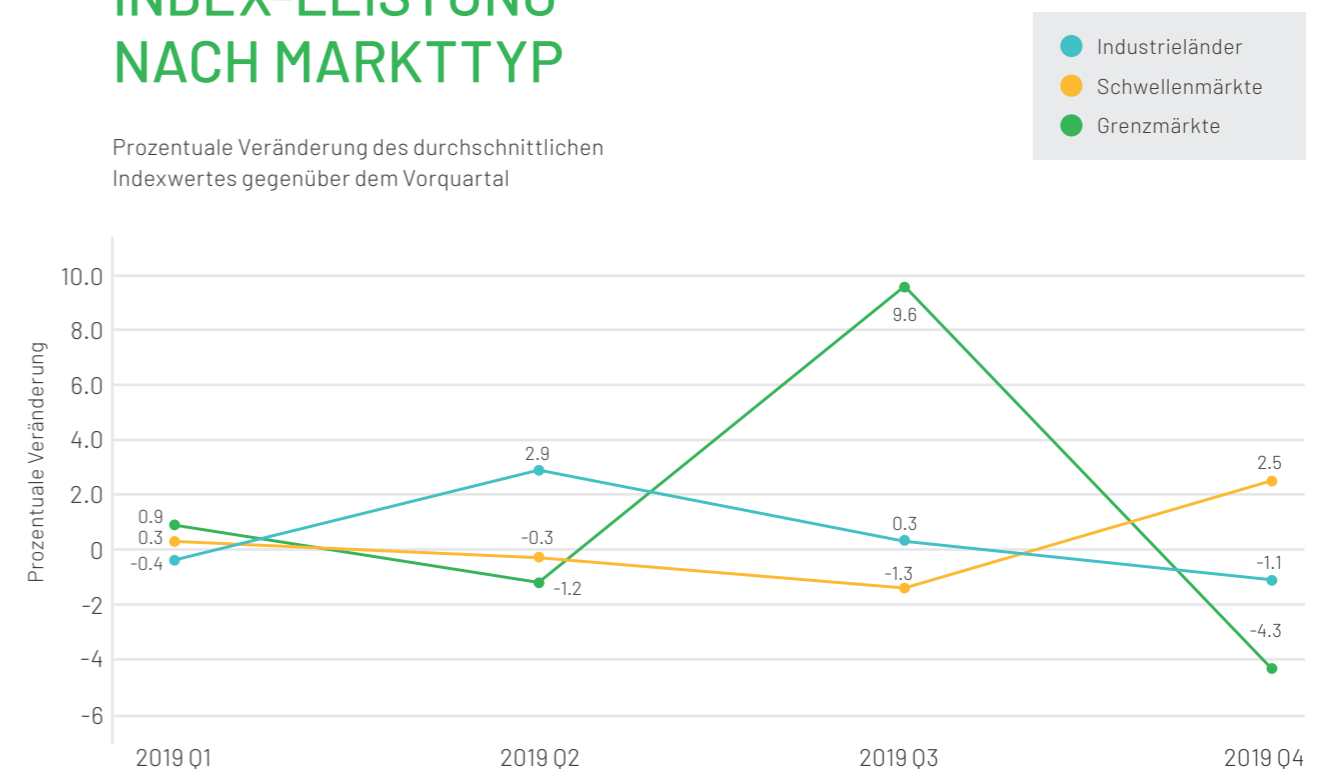
GRÖSSTER ABSTIEG: JAPAN

Japans Wirtschaft ist im letzten Quartal 2019 inmitten von Handelsspannungen weiter geschrumpft und wahrscheinlich durch die Auswirkungen des Taifuns während der Rugby-Weltmeisterschaft weiter gedämpft worden. Diese Zeit der Unruhen fiel mit einem Rückgang der Bereitschaft der Verbraucher zusammen, im Ausland zu konsumieren. Der Rückgang um 27 Punkte ist der stärkste Rückgang des Landes seit der Einführung des Planet Shopper Index.

In dieser Folge fiel Japans ATV-Ranking innerhalb von drei Monaten von Platz 9 auf Platz 25, und auch die Währungsstärke nahm verstärkt ab. Dies steht im Einklang mit Regierungsberichten, nach denen die japanischen Haushalte ihre Ausgaben im Oktober letzten Jahres um 5,1% gekürzt hatten - teilweise als Reaktion auf eine Erhöhung der Umsatzsteuer, die die Verbraucher zu Zurückhaltung von Ausgaben veranlasste. Das letzte Mal, als die Ausgaben der Haushalte so stark zurückgingen, dauerte es mehr als ein Jahr, bis sie wieder das frühere Niveau erreichten¹.

INDEX-LEISTUNG NACH MARKTTYP

Prozentuale Veränderung des durchschnittlichen Indexwertes gegenüber dem Vorquartal



1 <https://www.nytimes.com/2019/11/13/business/japan-economy.html>
 2 http://www.xinhuanet.com/english/2019-12/14/c_138629576.htm
 3 <https://www.ft.com/content/e60f872c-e35f-11e9-9743-db5a370481bc>



REGIONALE MOMENTAUFNAHME

Durchschnittliche Veränderung des Indexwertes gegenüber dem letzten Quartal

NORDAMERIKA

Durchschnittliche Veränderung des Indexwertes gegenüber dem letzten Quartal

▼ -0.7%

EUROPA

Durchschnittliche Veränderung des Indexwertes gegenüber dem letzten Quartal

▲ 6.8%

MITTEL- UND SÜDAMERIKA

Durchschnittliche Veränderung des Indexwertes gegenüber dem letzten Quartal

▲ 1.5%

MENA

Durchschnittliche Veränderung des Indexwertes gegenüber dem letzten Quartal

▲ 11.1%

ASIEN UND PAZIFISCHER RAUM

Durchschnittliche Veränderung des Indexwertes gegenüber dem letzten Quartal

▼ -5.1%

METHODOLOGIE

Der Planet Shopper Index ermittelt die Tax-Free-Ausgaben der 25 führenden Märkte und verfolgt über einen längeren Zeitraum die Kaufkraft ihrer Touristen.

Er umfasst sowohl interne als auch externe Daten und kombiniert die vierteljährlichen Bewegungen von fünf Schlüsselkennzahlen:

- Tax Free-Umsätze
- Durchschnittl. Transaktionswert (ATV)
- Inflation
- BIP-Wachstum
- Währungsstärke sowohl gegenüber dem Euro als auch gegenüber dem Britischen Pfund

Der Index soll eine ausgewogene Messgröße bieten, mit der die Ausgaben-Trends internationaler Käufer antizipiert werden.

Hierfür wird folgendes kombiniert: die Metrik des tatsächlichen Einkaufsverhaltens von Touristen und die Metriken, die sich direkt auf die Entscheidungsfindungsprozesse zukünftiger Touristen auswirken.

Die Tax Free-Umsätze gehören dabei zu den wichtigsten Kennzahlen. Sie gewähren einen Einblick in die Gesamtbedeutung internationaler Touristen eines Landes und zeigen, welche Auswirkungen deren Ausgaben auf die Umsätze eines Geschäftes oder Einzelhändlers haben können.

Der durchschnittliche Transaktionswert ist ebenfalls entscheidend, da er den Kundenkontext darstellt und die tatsächlichen Konsumgewohnheiten der einzelnen Touristen aufzeigt. Die Inflation wurde in den Index aufgenommen, da sich diese auf die inländische Kaufkraft auswirkt und somit auch auf die Fähigkeit der Touristen zu reisen.

Das BIP-Wachstum dient dazu, den Gesamtzustand einer Volkswirtschaft zu erfassen und bietet eine hervorragende Möglichkeit, die zukünftigen Aussichten auf Touristen zu betrachten.

Zu guter Letzt gibt es die Währungsstärke, mit der die vierteljährliche Bewegung der Währung eines Landes

erfasst wird. Sie zeigt die Richtung der internationalen Kaufkraft der Touristen eines Landes im Vergleich zu anderen Ländern an. (Touristen aus Ländern mit einer Zunahme der Währungsstärke können im Vergleich zum Vorquartal mehr im Ausland kaufen).

Um den Planet Shopper Index zu berechnen, wird zunächst der Wert für jede Schlüsselkennzahl für jedes Land berechnet. Dies ermöglicht es uns, die stärksten und schwächsten Performer zu sehen sowie die Relativität zwischen den einzelnen Ländern für jede Kennzahl zu ermitteln.

Die Werte werden schließlich mit einem gewichteten Algorithmus kombiniert. Dieser gewichtete Algorithmus legt den Schwerpunkt auf die Tax Free-Umsätze und den durchschnittlichen Transaktionswert, da die Auswirkungen dieser beiden Kennzahlen am ehesten direkt am Kaufort zu spüren sind. Gefolgt werden diese von der Stärke der Währung, der Inflation und des BIP-Wachstums.

ÜBER UNS

Planet ist ein internationaler Zahlungsdienstleister, der Unternehmen dabei unterstützt, die Wünsche ihrer internationalen Kunden noch zu übertreffen.

Mit über 1.500 Experten in 60+ Ländern ermöglicht Planet 500.000+ Händlern und über 100 Partnerbanken auf fünf Kontinenten bessere internationale Zahlungs- und Serviceerfahrungen. Planet ist auch Teil des Eurazeo-Portfolios von Wachstumsunternehmen.

Hier erfahren Sie mehr: www.planetpayment.com

Ansprechpartner:

Planet Payment Germany GmbH
Sapporobogen 6-8
80637 München
Germany
T +49 89 2441 098 10



planetpayment.com

planet

Diese Veröffentlichung soll lediglich als allgemeiner Überblick über die behandelten Themen dienen. Planet übernimmt keine Haftung für Handlungen, die auf der Grundlage dieser Veröffentlichung unternommen werden. Frühere Ergebnisse sind keine Garantie für ähnliche Ergebnisse.