

08.11.2021

Aktuelle Lage des Einzelhandels

Pressekonferenz des Handelsverbandes Nord

Kiel, 28. September 2022

Dierk Böckenholt



Hauptgeschäftsführer
Handelsverband Nord

Andreas Bartmann



Präsident
Handelsverband Nord

Mareike Petersen



Kay-Uwe Teetz



Brigitte Nolte



Geschäftsführung Handelsverband Nord

Die Lage ist ernst!

Der Handel steht vor einer ganzen Reihe
an Herausforderungen



Gas-Krise

Corona-Krise

Personalmangel

Lieferengpässe

**gedämpfte
Konsumstimmung**

Preissteigerungen

Ukraine-Krieg

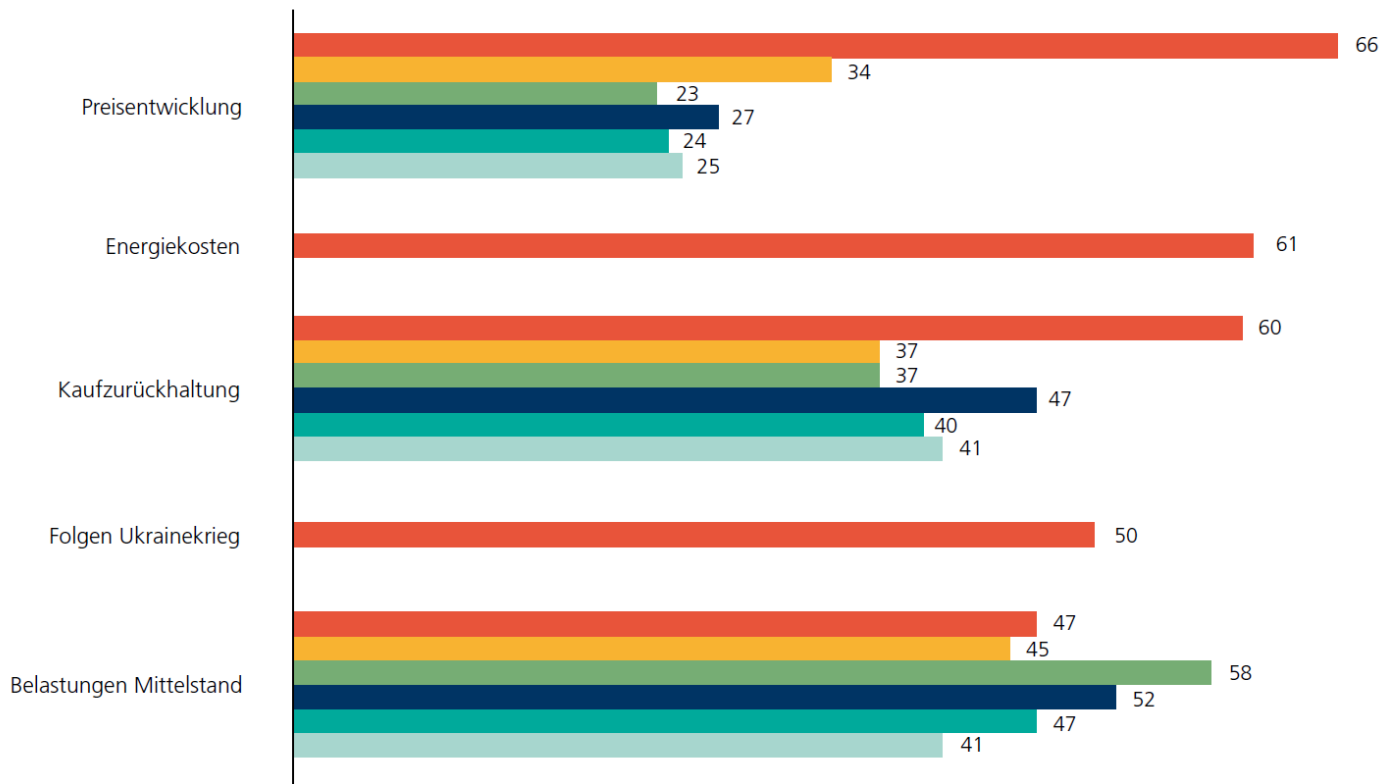
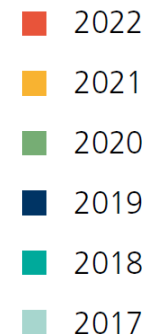
Land am Limit! Die Lage ist ernst!

Noch immer gibt es **die Pandemie**, auch wenn wir weniger darüber reden. In den Medien wird von **Dürren und gleichzeitig von Überflutungen** berichtet. **Gestörte Handelsbeziehungen** und ein **Krieg in Europa** fordern menschliche und wirtschaftliche Opfer ungeahnten Ausmaßes. Die Lage ist für Deutschland ernst, für unsere Gesellschaft, für die Wirtschaft und damit auch für den Einzelhandel. **Steigende Energie- und Logistikkosten, massive Lieferschwierigkeiten, eine spürbare Kaufzurückhaltung** als Folge insbesondere **steigender Verbraucherpreise, Personalknappheit** und **fehlende Planungssicherheit** belasten die Unternehmen schwer.

Topthemen des Einzelhandels

in % der befragten Unternehmen

Kostensteigerungen und Kaufzurückhaltung sind bestimmende Themen

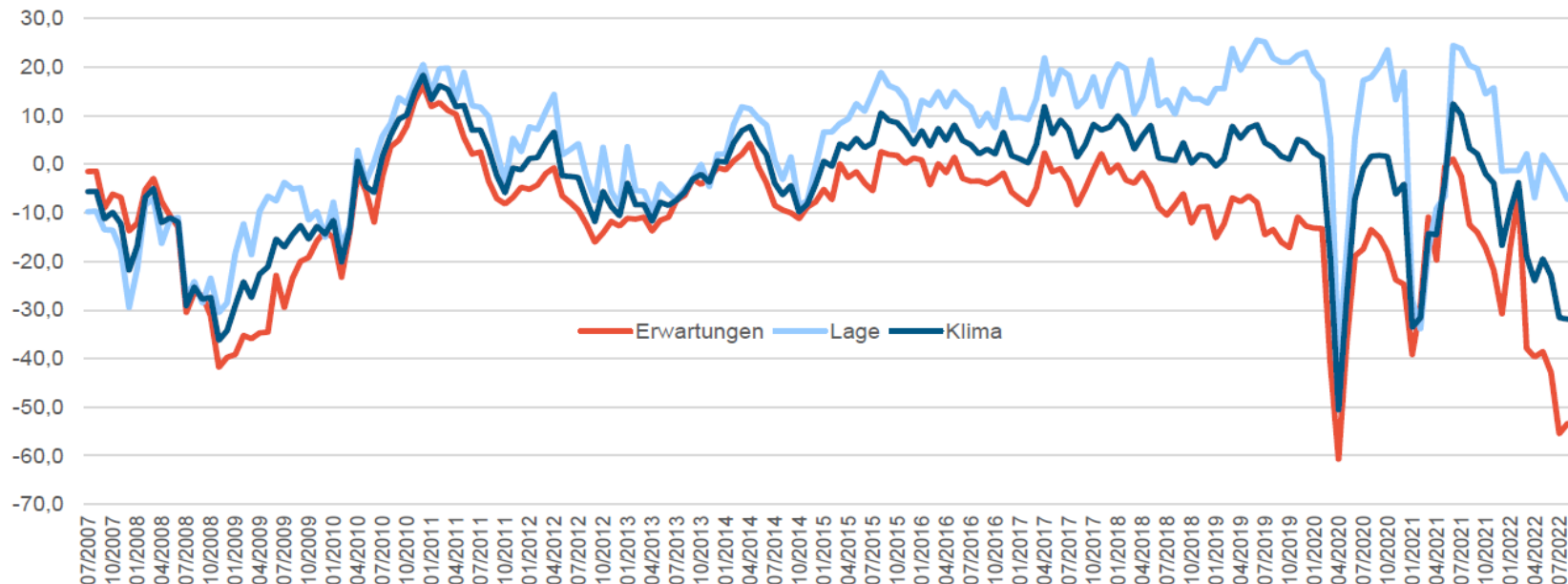


Quelle: Verbandsumfrage Sept. 2022

Geschäftsklima verschlechtert sich deutlich

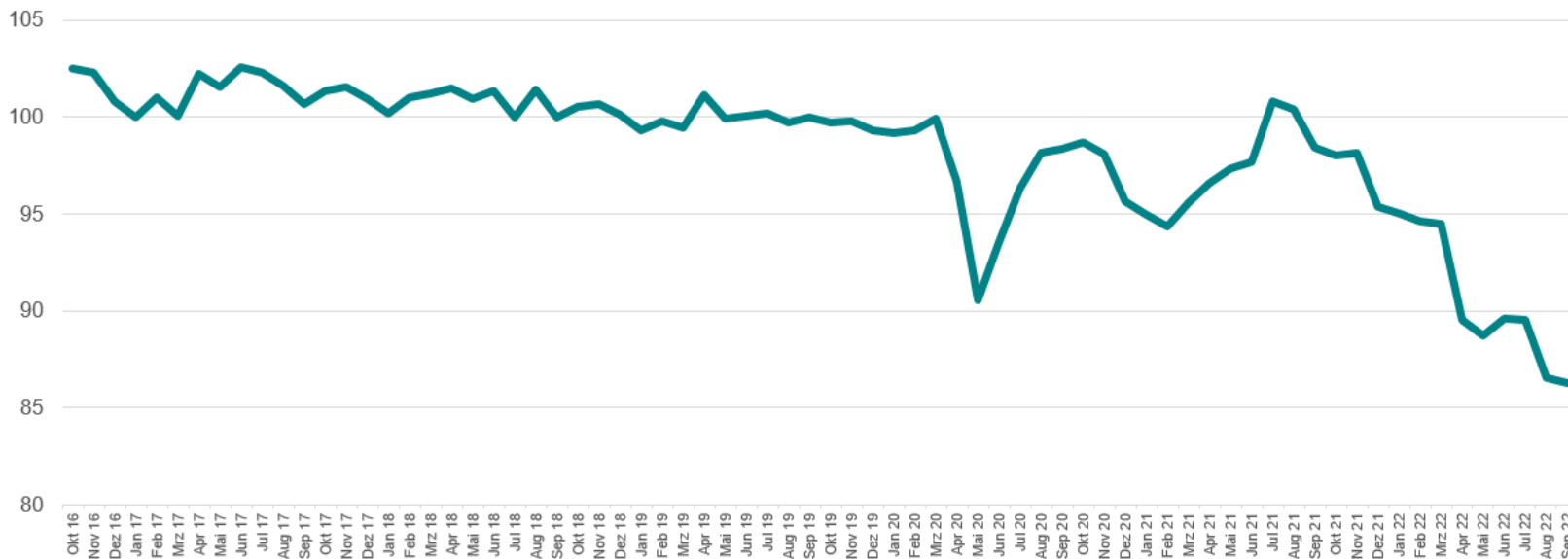
ifo-Geschäftsklimaindex Einzelhandel

- **Geschäftserwartungen** im Einzelhandel brechen seit Jahresbeginn ein.
- **Aktuelle Lage** hat sich zuletzt deutlich verschlechtert.



Verbraucherstimmung auf Allzeittief

- Verbraucherstimmung verschlechtert sich unter dem Einfluss der Folgen des Krieges in der Ukraine
- Neben der Sorge um weiter steigende Preise drücken vor allem schwächere Konjunkturerwartungen die Stimmung



Folgen starker Preissteigerungen

aus Sicht der Verbraucher

- Die starken Preissteigerungen führen zu einem **deutlich veränderten Konsumverhalten**. Dabei gibt es deutliche Unterschiede in der Reaktion insbesondere zwischen den Haushaltstypen (Einkommensklassen).
- Preissteigerungen haben **Auswirkungen auf die Sortimentsstruktur** (Marken, Preislagen), auf die **Einkaufsstättenwahl** (Wechsel zu Discount), das **Branchengefüge** (Sparen bei Nonfood) und die Konkurrenz zwischen alternativen Verwendungen des privaten Konsums (Handel vs. Reisen).
- **Wahrgenommene Steigerung der Preise wesentlich höher** als die tatsächliche Steigerung. Dies verstärkt ein **Ausweichverhalten**, bei dem Sonderangebote im Fokus stehen, vereinzelt auch Kaufverzicht.
- **Nachhaltigkeit und Mehrwertprodukte geraten unter Druck**. Davon sind vor allem Bio-Produkte betroffen, aber auch regionale und Fair-Trade-Sortimente.
- Die **Ausweichstrategien** betreffen nicht nur den Lebensmittelhandel. Höhere Ausgaben für Lebensmittel und Energie führen zu **Sparen in anderen Bereichen**.

Energiekosten

Die steigenden Energiekosten bringen Händlerinnen und Händler an ihre finanzielle Belastungsgrenze und schüren Existenzangst in der Branche.

- Die Energiekosten stiegen seit Jahresbeginn durchschnittlich um 147%.
- Der Anteil Energiekosten in % des Umsatzes lag im Durchschnitt der Jahre 2019-2021 bei 1,5%, aktuell in 2022 bei 2,7%, geschätzt für 2023 bei mind. 4,3% im Durchschnitt aller Branchen und Standorte.
- 22% der befragten Händlerinnen und Händler sehen in steigenden Energiekosten bereits kurzfristig (kommende 12 Monate) eine Existenzbedrohung, 48% bei langfristig höheren Preisen.

Umsatzentwicklung

ausgewählter Branchen

WZ08-4771 Einzelhandel mit Bekleidung

1. Halbjahr real		1. Halbjahr nominal	
22 zu 19	-16,2%	22 zu 19	-13,9%
22 zu 21	76,1%	22 zu 21	77,9%

WZ08-47721 Einzelhandel mit Schuhen

1. Halbjahr real		1. Halbjahr nominal	
22 zu 19	-11,1%	22 zu 19	-9,1%
22 zu 21	57,2%	22 zu 21	59,6%

WZ08-4743 Eh.m. Geräten der Unterhaltungselektronik

1. Halbjahr real		1. Halbjahr nominal	
22 zu 19	-9,5%	22 zu 19	-10,5%
22 zu 21	23,8%	22 zu 21	27,8%

WZ08-4765 Einzelhandel mit Spielwaren

1. Halbjahr real		1. Halbjahr nominal	
22 zu 19	-23,6%	22 zu 19	-19,4%
22 zu 21	18,3%	22 zu 21	26,4%

Entwicklung am aktuellen Rand Juni 2022; real zu Vorjahr

-9,6%

-17,0 %

-19,5 %

-12,3 %

- Umsatzplus im 1. Halbjahr 22 zu 21 aufgrund Restriktionen im Vorjahr
- Vorkrisenniveau in einzelnen Branchen noch nicht erreicht
- Am aktuellen Rand schwache Entwicklung

Renditesituation und Folgen steigender Energiekosten

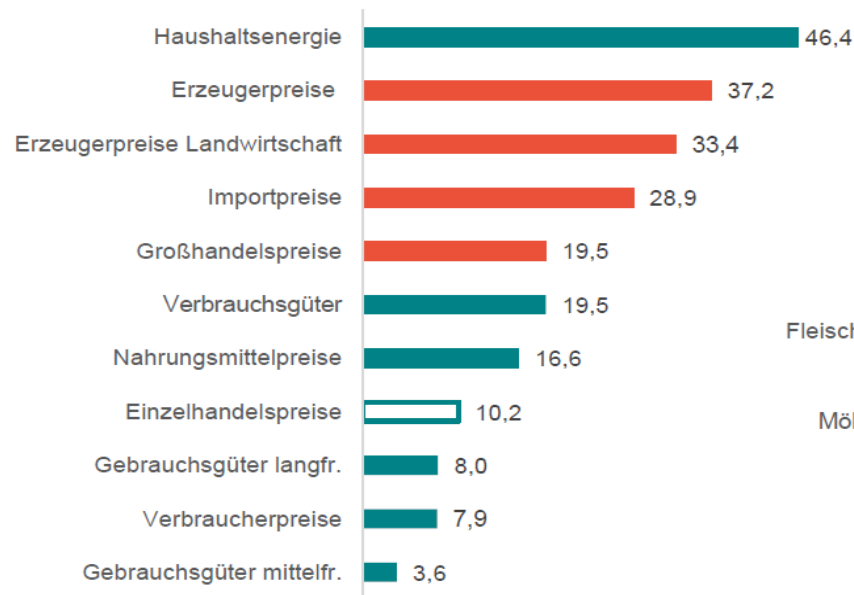
- Bruttobetriebsüberschuss als Anteil am Umsatz liegt beispielsweise im Bekleidungshandel in 2020 bei 2,1 Prozent, im Schuheinzelhandel bei -1,2 Prozent. Aktuell arbeiten weite Teile des Nonfood-Handels an der Grenze ihrer Wirtschaftlichkeit. Rendite im Lebensmittelhandel liegt durchschnittlich bei 2 bis 4 Prozent.
- Bei 1,2 -1,4 Prozent Energiekostenanteil am Umsatz vor der Energiekrise geraten zahlreiche Unternehmen allein aufgrund drastisch steigender Energiekosten in die Verlustzone.
- Weitere Kostensteigerungen etwa bei der Logistik sind hier noch nicht berücksichtigt.
- Zudem wird der Einzelhandel vielfach durch die üblichen Indexmieten belastet, die Mietkosten an die Inflation bindet.

Preisentwicklung am aktuellen Rand

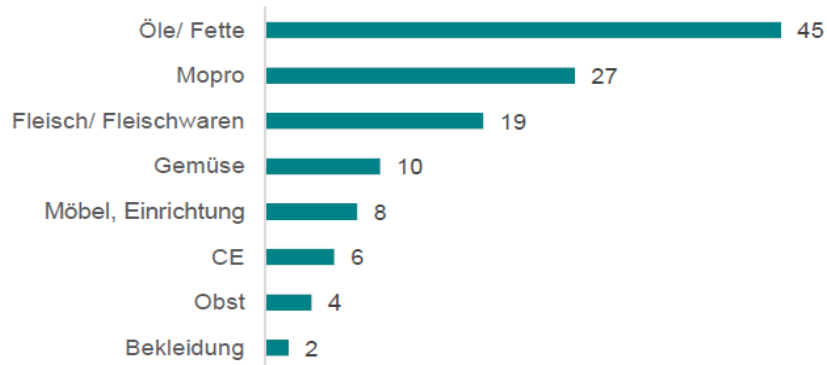
Veränderungen zu Vorjahr



Preisentwicklung (Jul/ Aug22) in %



ausgewählte Warengruppen (Aug22) in %



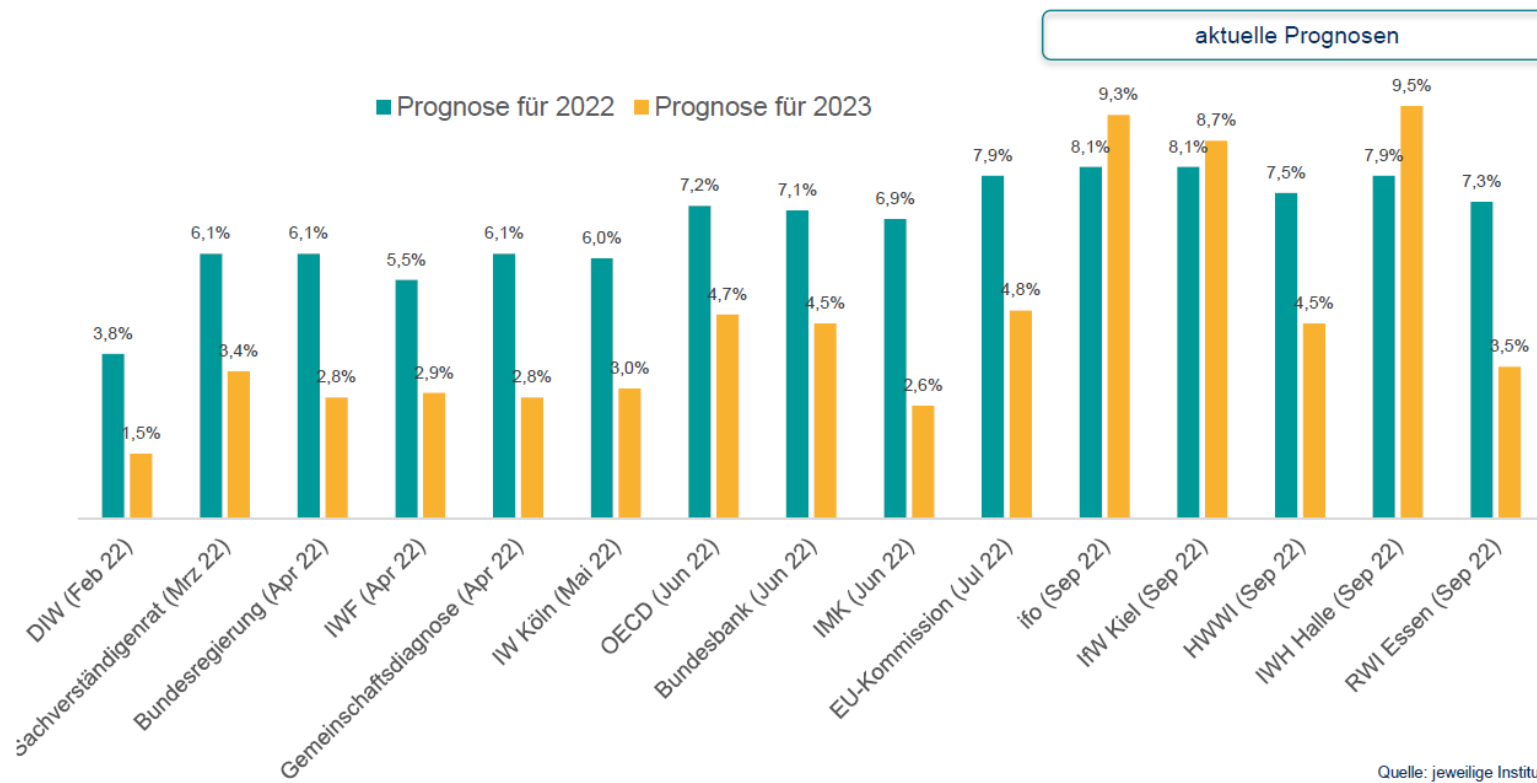
Prognose Inflation

2022/ 2023



Handelsverband
Nord

Hamburg · Schleswig-Holstein
Mecklenburg-Vorpommern



Quelle: jeweilige Institutionen

Rahmenbedingungen und Erwartungen für 2022

Mittleres Szenario

- Die **Rahmenbedingungen** für den Einzelhandelkonsum sind durch extreme **Unsicherheiten** geprägt und haben sich zuletzt deutlich eingetrübt. Lichtblick bleibt vorerst die Entwicklung am Arbeitsmarkt mit stabiler Erwerbstätigkeit. Die Sparquote bildet sich zurück. Die Lieferketten bleiben angespannt. Drastisch steigende **Energiekosten** belasten Unternehmen massiv.
- **Schwache Verbraucherstimmung**. Verändertes Einkaufsverhalten im Zuge inflationsbedingt starker. Darunter leiden insbesondere Teile des Nonfoodhandels.
- **Verbraucherpreise** steigen 2022 stark. Das Risiko auch in 2023 deutlich **steigender Preise** ist hoch. Weitere Risiken durch **Pandemieverlauf**, Auswirkungen **Kriege in der Ukraine** und **Lieferprobleme**.
- Im Jahresverlauf 2022 **Sonderentwicklung** bei Umsatz vor allem 1. im 4. Quartal aufgrund Corona-Maßnahmen im Vorjahr, schwächere Entwicklung unter **Kriseneinfluss** ab Frühjahr.
- Der **Onlinehandel** wächst weiter, der Wachstumspfad flacht jedoch in 2022 deutlich ab.

Für das zweite Halbjahr rechnen wir für den Einzelhandel insgesamt mit einem realen durchschnittlichen Umsatzrückgang von 5 % zum Vorjahr. In einzelnen Branchen, insbesondere dem innerstädtischen Nonfoodhandel, liegt der Umsatz jedoch immer noch um bis zu 20 % unter dem Vorkrisenniveau aus 2019!

Energiekosten

Die steigenden Energiekosten bringen Händlerinnen und Händler an ihre finanzielle Belastungsgrenze und schüren Existenzangst in der Branche.

- viele Verträge der Unternehmen über Strom/ Gas laufen im kommenden Jahr aus
- Händler berichten von Problemen bei der Verlängerung bestehender Verträge oder bei Neuabschluss
- 86% der Händler geben an, sie können steigende Energiekosten nicht oder nicht vollständig auf Verbraucherpreise aufschlagen
- 93% der Händler rechnen dauerhaft mit höheren Energiekosten
- 54% der Händler sehen ihre wirtschaftliche Existenz ohne staatliche Wirtschaftshilfen bedroht
- 22% der Händler sehen in steigenden Energiekosten bereits kurzfristig (kommende 12 Monate) eine Existenzbedrohung, 48% langfristig

Wir fordern von der Politik

Energieangebot maximal ausweiten:

Alle Möglichkeiten zur Ausweitung des Energieangebots müssen ausgeschöpft werden. Hierzu gehören die Stromerzeugung über Kohle und Kernenergie ebenso wie der beschleunigte Ausbau der Erneuerbaren. Die strukturellen Versäumnisse der letzten Jahre bei der Energieversorgung müssen endlich beseitigt werden.

Strompreis temporär deckeln:

Wir brauchen einen zeitlich befristeten Strompreisdeckel, wie ihn die Europäische Kommission ausdrücklich als zweckmäßiges Mittel einstuft. Dieser muss so gestaltet werden, dass der Staat einspringt, wenn der Marktpreis über dem Deckel liegt. Zahlreiche EU-Staaten haben diesen bereits, was aktuell zu gefährlichen Wettbewerbsverzerrungen im Binnenmarkt führt. Hier hinkt Deutschland hinterher. Nur mit einem Strompreisdeckel wird den Endverbrauchern ein bezahlbarer Grundbedarf ermöglicht und private Haushalte und Unternehmen in der aktuellen krisenhaften Ausnahmesituation substanziell entlastet.

Wir fordern von der Politik

Wirksame Härtefallhilfen für besonders betroffene Unternehmen:

Wir brauchen kurzfristig wirksame Wirtschaftshilfen, die für alle betroffenen Unternehmen gelten, die jetzt und in den kommenden Monaten aufgrund steigender Energiekosten das Kriterium eines 3 Prozent-Anteils der Energiekosten am aktuellen Umsatz erfüllt.

Absenkung der Stromsteuer:

Auf das EU-Minimum (0,5 Euro/Mwh statt derzeit 20,50 Euro/Mwh)

Anpassung des Merit-Order-Prinzips:

Teure Gaskraftwerke dürfen für die Zeit der Krise nicht mehr als preissetzende Kraftwerke für die Strombepreisung genutzt werden

Gasumlage stoppen!

Ansonsten wandern Arbeitsplätze ins Ausland ab und unsere wirtschaftliche Basis wird weiter geschwächt.

Vielen Dank