

Juli 2022

LAGE UND PERSPEKTIVE IM EINZELHANDEL

Rahmenbedingungen für den Konsum

Die Verringerung der Gaslieferungen der russischen Regierung an Deutschland ist aktuell die wohl gravierendste Folge des anhaltenden Krieges in der Ukraine für die wirtschaftliche Entwicklung Deutschlands und bestimmt maßgeblich die Konjunkturaussichten des Landes.

Neben den steigenden Energiepreisen erweist sich auch die Null-Covid-Strategie der chinesischen Regierung als zusätzliche Belastung für die Weltkonjunktur. Die Lockdowns in China führen immer wieder zu Unterbrechungen der globalen Lieferketten. Schätzungen zufolge steckt derzeit etwa jeder zehnte Schiffscontainer in einem Stau fest. Dies bremst Welthandel und Weltkonjunktur voraussichtlich bis weit in das Jahr 2023 hinein.

Während die deutsche Wirtschaft im gerade zu Ende gegangenen ersten Halbjahr 2022 kaum gewachsen sein dürfte, ist für das zweite Halbjahr zwar mit einer Belebung, nicht aber mit einem Post-Corona-Boom wie im Jahr 2020 zu rechnen. Die BIP-Prognosen der Wirtschaftsforschungsinstitute für das laufende Jahr reichen von 1,6 Prozent (HRI) bis 2,5 Prozent (ifo) und liegen damit noch recht nahe beieinander. Deutlichere Differenzen zeigen sich beim Blick auf die Prognosen für das Jahr 2023. Während das ifo Institut mit 3,7 Prozent, das Kieler Institut für Weltwirtschaft mit 3,3 Prozent und das Essener Leibniz-Institut für Wirtschaftsforschung mit 2,7 Prozent einen signifikanten Wachstumsschub im kommenden Jahr erwartet, rechnet das HRI mit einem Zuwachs von lediglich 0,8 Prozent. Die Folgen der Sanktionen von Russland, die noch unbesiegte Coronapandemie, das Klumpenrisiko China, die Energieknappheit sowie der

Arbeitskräftemangel stellen beachtliches gesamtwirtschaftliches Risikopotenzial dar.

Eher ein Randthema ist derzeit die Coronapandemie. So ist zwar so etwas wie eine „Sommerwelle“ zu beobachten. Allerdings wird dieser nur eine relativ geringe Beachtung geschenkt. Derzeit liegt die Sieben-Tage-Inzidenz (Anzahl der Neuinfektionen pro 100.000 Einwohner in sieben Tagen) bei einem Wert von 646,3 auf (Stand: 29. Juni). Damit hat sich dieser Wert seit Anfang Juni fast verdreifacht. Die Hospitalisierungsrate (Anzahl der Krankenhauseinweisungen pro 100.000 Einwohner in sieben Tagen) erreicht aktuell einen Wert von 4,7 auf (Stand: 29. Juni).

Verbraucherstimmung

Die Verbraucherstimmung ist zu Beginn des Jahres eingebrochen und das aktuelle HDE-Konsumbarometer zeigt, dass es für die Verbraucherstimmung in den kommenden drei Monaten nur wenig Hoffnung auf Verbesserung gibt. Zu groß sind die mit dem weiteren Verlauf der Corona-Pandemie und den Auswirkungen des russischen Krieges in der Ukraine verbundenen Unsicherheiten.

Im Juli sind zwar bei der Verbraucherstimmung in Deutschland faktisch keine Veränderungen zu beobachten, das HDE-Konsumbarometer (www.einzelhandel.de/konsumbarometer) verharrt aber auf einem äußerst niedrigen Niveau. Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ist die Stimmung damit erheblich schlechter. Grund dafür ist vor allem die große Verunsicherung angesichts der geopolitischen sowie der gesamtwirtschaftlichen Lage. Zum negativen oder positiven verändern dürfte sich die Lage absehbar wohl nur, wenn sich neue Rahmenbedingungen im russischen Krieg in der Ukraine oder der Corona-Pandemie ergeben.

Die Ferienzeit sorgt derweil zumindest für eine leichte Verschiebung vom Sparen zum Konsum. Allerdings kommt zu der marginal verbesserten Konsumlaune eine geschwächte Kaufkraft. Denn stabile Einkommenserwartungen treffen auf eine weiter zunehmende Inflationsrate. Auch deshalb dürfte der private Konsum in den kommenden Wochen hierzulande keine große Dynamik aufweisen.

Auf einem niedrigen Level stabil zeigen sich auch die Erwartungen der Verbraucher hinsichtlich der weiteren gesamtwirtschaftlichen Entwicklung. Diese liegen nahezu auf dem gleichen Niveau wie im Vormonat. Im Vergleich zum Vorjahresmonat wird die konjunkturelle Entwicklung in den kommenden Monaten allerdings deutlich pessimistischer eingeschätzt.

Die deutlich steigenden Preise insbesondere für Energie und Lebensmittel schwächen die Kaufkraft der Menschen in erheblichem Maße. Besonders davon betroffen sind die Haushalte mit einem geringen Einkommen. Die starken Preissteigerungen führen insbesondere hier zu einem deutlich veränderten Konsumverhalten.

Der HDE-Konsummonitor Preise (www.einzelhandel.de/preismonitor) macht deutlich, dass die Kundinnen und Kunden mehr auf Sonderangebote achten und bei bestimmten Produktgruppen eher einmal auf den Kauf verzichten. Zudem bleibt weniger Budget für Einkäufe in anderen Sortimenten wie Bekleidung übrig. Die durch die Auswirkungen der Corona-Pandemie und des russischen Krieges in der Ukraine steigenden Lebenshaltungskosten haben somit weitreichende Folgen für das Verbraucherverhalten. Dies betrifft die Sortimentsstruktur (Nachfrage nach Marken/ Eigenmarken, Preislagen), die Einkaufsstättenwahl (möglichen Wechsel zu Discount), das Branchengefüge (Sparen bei Nonfood) und die Konkurrenz zwischen alternativen Verwendungen des privaten Konsums (Handel vs. Reisen).

Verstärkt werden diese Effekte noch dadurch, dass die wahrgenommene Steigerung der Preise wesentlich höher ist, als die tatsächliche Inflation. Im Ergebnis geraten vor allem auch Mehrwertprodukte unter Druck. Davon sind vor allem Bio-Produkte betroffen, aber auch regionale und Fair-Trade-Sortimente. Die Ausweichstrategien betreffen nicht nur den LEH. Höhere Ausgaben für Lebensmittel und Energie können auch zu Sparen in anderen Bereichen führen.

Lage im Einzelhandel

Die Lage des Einzelhandels im Sommer 2022 wird durch die krisenbedingt steigenden Energie- und Logistikkosten, massive Lieferschwierigkeiten und die Sorge um eine spürbare Kaufzurückhaltung als Folge insbesondere steigender Verbraucherpreise und des Krieges in Ukraine bestimmt. Zudem ist die Coronapandemie noch nicht vorüber und es drohen steigende Infektionszahlen im Herbst und Winter.

Sämtliche Risikofaktoren treffen den Nonfood-Einzelhandel in einer Phase der Erholung nach den teilweise dramatischen Umsatzeinbrüchen in den zurückliegenden beiden Jahren.

Hinsichtlich der aktuellen Lage halten sich positive und negative Einschätzungen noch die Waage. 23% der vom HDE befragten Unternehmen aller Branchen, Vertriebsformate, Größen und Standorte bewerten die aktuelle Geschäftslage als gut, 25% als schlecht. Insbesondere größere und filialisierte Unternehmen berichten oft von

guten Geschäften. Dies gilt auch für freizeitorientierte Branchen wie den Fahrradhandel oder den Sporthandel. Auch der besonders gebeutelte Bekleidungshandel berichtet von Geschäften, die sich gegenüber dem schwachen Vorjahr deutlich belebt haben. Das ist jedoch kein Grund zur Euphorie, da man sich nach zwei verlorenen Jahren lediglich auf dem Weg zurück auf das Vorkrisenniveau befindet.

Auf das zweite Halbjahr blicken weite Teile des Handels mit großer Sorge und bescheidenen Erwartungen. 39% der befragten Händlerinnen und Händler erwarten einen Umsatzrückgang, lediglich 21% rechnen mit steigenden Erlösen.

Folgende Erwartungen hat der HDE für 2022:

- Die Rahmenbedingungen für den Einzelhandelskonsum sind durch extreme Unsicherheiten geprägt. Lichtblick bleibt vorerst die Entwicklung am Arbeitsmarkt mit steigender Erwerbstätigkeit. Die Sparquote bildet sich zurück. Die Lieferketten bleiben angespannt. Die stationären Frequenzen bleiben unterhalb des Vorkrisenniveaus.
- Der Einzelhandelsumsatz wächst 2022 über höhere Preise. Das nominale Umsatzplus zum Vorjahr liegt bei 3 Prozent. Preisbereinigt verliert der Handel 2 Prozent seiner Erlöse.
- Der stationäre Einzelhandel wächst nominal um 1,4% (preisbereinigt -3,5%).
- Im Jahresverlauf Aufholprozess im Frühjahr, schwächere Entwicklung unter Kriseneinfluss im Sommer, Sonderentwicklung in Herbst/ Winter aufgrund möglicher Coronamaßnahmen und steigender Verbraucherpreise möglich.
- Der Onlinehandel wächst, der Wachstumspfad flacht jedoch in 2022 ab. Marktanteilsgewinne führen in zahlreichen Branchen zu mehr oder weniger deutlichen Umsatzverlusten im stationären Handel, der preisbereinigt deutlich ins Minus rutscht.
- Die Verbraucher ändern ihr Einkaufsverhalten im Zuge starker Kaufkraftverluste durch steigende Preise. Darunter leiden Teile des Nonfoodhandels.
- Das Risiko anhaltend steigender Preise ist hoch. Weitere Risiken durch Pandemieverlauf, Auswirkungen Krieges in der Ukraine und Lieferprobleme.

Wohlstand sichern – was jetzt zu tun ist

Kaufkraftverluste für geringe Einkommen abfedern

Hohe Energie- und Kraftstoffkosten belasten Unternehmen wie Verbraucher. Besonders treffen deutlich steigende Preise die Bezieher niedriger Einkommen. Rund 30% der privaten Haushalte verfügen über

ein monatliches Haushaltsnettoeinkommen von unter 2.000 Euro. Diese Haushalte geben im Schnitt rund 190 Euro pro Monat für Lebensmittel aus. Das entspricht knapp 15% der verfügbaren Einkommen. Bisher wurden in dieser Einkommensklasse zwischen 7 und 9% der Einkommen für Energie ausgegeben, heute und in Zukunft jedoch erheblich mehr.

Hier unterstützen wir temporäre Entlastungsmaßnahmen. Die Energiepreispauschale ist ein geeigneter Weg. Die Senkung der Energiesteuer für Kraftstoffe ist hingegen wenig treffsicher und aus sozialpolitischer, ökonomischer und klimapolitischer Perspektive heraus fragwürdig.

Was fordern wir:

- Gezielte Entlastung von Haushalten mit geringem Einkommen. Direkte Transfers wie die Energiepreispauschale sind sinnvoller als ein Tankrabatt.
- Mehrwertsteuersystem beibehalten - Verbraucher nicht bevormunden: Die Menschen sollen selber entscheiden, wofür sie Ihre Einkommen verwenden. Daher ist die Mehrwertsteuer nicht die richtige Stellschraube, insbesondere um Verbraucherentscheidungen zu beeinflussen.
- Freiwillige, steuer- und abgabenfreie Pauschalzahlungen sind eine Option. Jedoch bedarf es hierfür rechtlicher Voraussetzungen.
- Besteuerung von Einkommen anpassen - der Staat darf nicht von inflationsbedingt höheren Einkommen profitieren. Deshalb muss die sogenannte kalte Progression beseitigt werden.
- Zudem ist der Anpassungsbedarf bei den Sozialleistungen zu prüfen, um Geringverdienerhaushalte zu unterstützen.

Maßnahmen als Reaktion auf die Alarmstufe des Notfallplan Gas

Die Energiepreise steigen in bisher unbekannte Höhe. Für einen modernen Supermarkt mit 1000 m² Verkaufsfläche sind die Stromkosten aufs Jahr gerechnet von 80.000 Euro auf über 140.000 Euro angesprungen.

Es braucht Lösungen, um den Preisanstieg für die Unternehmen abzufedern.

- KfW-Kreditprogramm für Handelsunternehmen öffnen: Die Zugangsvoraussetzung für eine besonders hohe Betroffenheit durch die gestiegenen Energiekosten schreibt konkret einen Energiekostenanteil in Höhe von drei Prozent vom Umsatz vor. Dies schließt in der Praxis Einzelhandelsunternehmen weitgehend aus.

- Klarstellung beim Kurzarbeitergeld: Es muss sichergestellt sein, dass auch bei vorübergehender Schließung von Handelsgeschäften aufgrund stark gestiegener Energiepreise ein unbürokratischer Anspruch auf Kurzarbeitergeld besteht.
- Preisdeckel durch öffentliche Subventionen: Um einen unbegrenzten Preisanstieg zu begrenzen, sollten die Europäische Union oder einzelne Mitgliedstaaten einen Preisdeckel für Erdgas für private Haushalte und Unternehmen in der EU einführen. Dieser Preisdeckel muss von staatlicher Seite gegenfinanziert werden. Spanien und Portugal haben einen solchen Preisdeckel für Gas seit Mai für zwölf Monate eingeführt und damit den Großhandelspreis von ca. 100 Euro pro Megawattstunde auf etwa die Hälfte abgesenkt.
- Gemeinsame Beschaffung von Gas: Die Bundesregierung muss sich für einen europäischen Einkaufsverbund für Gas einsetzen. Dieser könnte die Größe des europäischen Marktes als Hebel für einen günstigeren Einkauf nutzen.
- Stromsteuer auf das europäische Minimum setzen: Die Steuer soll in normalen Zeiten zu Effizienzmaßnahmen anreizen. Dieser Anreiz ist aufgrund der aktuellen erheblichen Preissteigerungen unnötig. Deshalb sollte die Stromsteuer zumindest für die Zeit der Krise abgesenkt werden.
- Solidarische Kostenverteilung: Die Bundesregierung sollte eine solidarische Möglichkeit zur Risikoreduktion für Gaslieferanten schaffen. Der § 24 EnSiG ermöglicht es, Gaslieferanten Kostensteigerungen trotz bestehender Verträge direkt an die Verbraucher weiterzugeben. Damit wird eine einseitige Risikoverteilung zu Lasten aller Endverbraucher ermöglicht, die so nicht hinnehmbar ist.

Wettbewerbspolitischen Kompass nicht verlieren

Wir dürfen in der Krise unsere ordnungspolitischen Überzeugungen nicht verlieren. Intensiver Wettbewerb sorgt für günstige Preise, Angebotsvielfalt und guten Service. Damit leistet der Wettbewerb einen unverzichtbaren Beitrag zur Förderung der Verbraucherwohlfahrt. Die Gewährleistung eines freien Wettbewerbs muss daher ein zentrales Anliegen der Politik bleiben. Auf kurzfristige Eingriffe in die Vertragsfreiheit und Änderungen des wettbewerbsrechtlichen Rahmens ist auch angesichts herausfordernder politischer Rahmenbedingungen zu verzichten.

Was fordern wir:

- Auf Eingriffe in die Preissetzungsfreiheit der Unternehmen sollte der Gesetzgeber verzichten, soweit kein nachgewiesener Marktmachtmissbrauch vorliegt. Preise bilden sich am Markt. Die Preisbildung ist daher zu Recht der staatlichen Kontrolle entzogen.

- Unnötige und EU-rechtlich nicht erforderliche Regulierungen der Vertragsbeziehungen in der Lebensmittellieferkette müssen zurückgenommen werden. Gesetzliche Einschränkungen der Vertragsfreiheit verhindern eine effiziente Vertragsgestaltung. Zuletzt hat der Gesetzgeber mit der UTP-Umsetzung unverhältnismäßig in die Vertragsgestaltungsfreiheit der Unternehmen in der Lebensmittellieferkette eingegriffen. Als Resultat dieser staatlichen Eingriffe zeichnet sich bereits jetzt eine Verschlechterung der Wettbewerbsposition von KMU im Verhältnis zu ihren großen Konkurrenten ab. Konzentrationstendenzen bei der Lebensmittelindustrie mit negativen Auswirkungen auf die Wettbewerbsintensivität werden auf diese Weise verstärkt.
- Auf neue Entflechtungsmöglichkeiten ohne Nachweis eines missbräuchlichen Verhaltens und verschuldensunabhängige Gewinnabschöpfungsansprüche ohne nachgewiesenem Rechtsverstoß sollte der Gesetzgeber verzichten. Das Kartellrecht verhindert bereits auf effiziente Weise den Marktmachtmissbrauch. Bei Kartellrechtsverstößen kann das Bundeskartellamt schon heute strukturelle Maßnahmen wie Entflechtungen anordnen und rechtswidrig erzielte Gewinne abschöpfen. Unternehmen mit einer marktstarken Position dürfen aber nicht unter Generalverdacht gestellt werden. Wenn aus eigener Kraft gewonnene Marktstärke dazu führt, dass Unternehmen trotz rechtskonformen Verhaltens zerschlagen und Gewinne ohne Nachweis eines Rechtsverstoßes abgeschöpft werden können, erlahmt das Engagement von Unternehmen auf dem Markt, denn das Erreichen einer marktstarken Position verliert unter diesen Rahmenbedingungen an Attraktivität. Im Ergebnis wird der Wettbewerb zu Lasten der Verbraucher gedämpft.

Tarifpolitik mit Augenmaß

In dieser schwierigen Situation gemeinsam mit Gewerkschaften und Politik über die aktuellen Herausforderungen zu sprechen, ist sehr zu begrüßen. Klar ist aber auch, Tarifpolitik ist und bleibt Kernaufgabe allein der Sozialpartner. Übertriebene Lohnforderungen der Gewerkschaften sind jetzt kontraproduktiv, es droht eine Lohn-Preis-Spirale in Deutschland.

Der Einzelhandel hat besonders in der Daseinsvorsorge eine große Verantwortung für die Menschen. In der Corona-Krise hat die Branche den sozialen Frieden in der Gesellschaft durch Preisstabilität und verlässliche Versorgung stabilisiert, sprunghaft steigende Personalkosten können aufgrund der besonderen Verantwortung der Branche – anders als in anderen Wirtschaftsbereichen – nicht einfach durch höhere Preise an die Kunden weitergegeben werden.

Wir fordern:

- Tarifpolitik ist und bleibt allein Aufgabe der Sozialpartner
- Gestaltungsfreiheit für Arbeitgeber temporär fördern
- Erwartungshaltung der Gewerkschaften bei Lohnsteigerung bremsen

Investitionen und Innovationen fördern

Viele Einzelhandelsunternehmen sind aktuell nicht in der Lage, notwendige Zukunftsinvestitionen, etwa in die digitale Transformation, den Klimaschutz oder ihre Standorte aus eigener Kraft zu stemmen. Wenngleich sich die Händler der Investitionsnotwendigkeiten bewusst sind, lässt die wirtschaftliche Situation vielfach keinen Spielraum, um in die Zukunftsfähigkeit des Geschäfts zu investieren.

Grund hierfür sind die Auswirkungen der Coronapandemie. Die Maßnahmen zur Eindämmung der Corona-Pandemie und die monatelange Schließung weiter Teile des Nonfood-Einzelhandels oder Zugangsbeschränkungen treffen die betroffenen Unternehmen bis heute hart. Die Rahmenbedingungen haben sich zudem durch die Folgen des schrecklichen Krieges in der Ukraine und die damit verbundenen Auswirkungen auf die Energiepreise und Beschaffungsmärkte weiter verschlechtert.

Damit vor allem der mittelständische Einzelhandel und damit hunderttausende von gesunden und gut geführten Unternehmen in Folge der Krisen nicht unverschuldet den Anschluss verlieren, braucht es eine breit angelegte Investitionsoffensive.

Wir fordern die Unterstützung und Begleitung von:

- Investitionen in Digitalisierung
- Investitionen in Klimaschutz
- Investitionen in Innenstädte
- Investitionen in Bildung & Personal

Weitere Informationen unter www.einzelhandel.de/investitionen

Quellen und weitere Information:
www.einzelhandel.de/konsumbarometer
www.einzelhandel.de/zahlenspiegel
www.einzelhandel.de/preismonitor
www.einzelhandel.de/online-monitor