

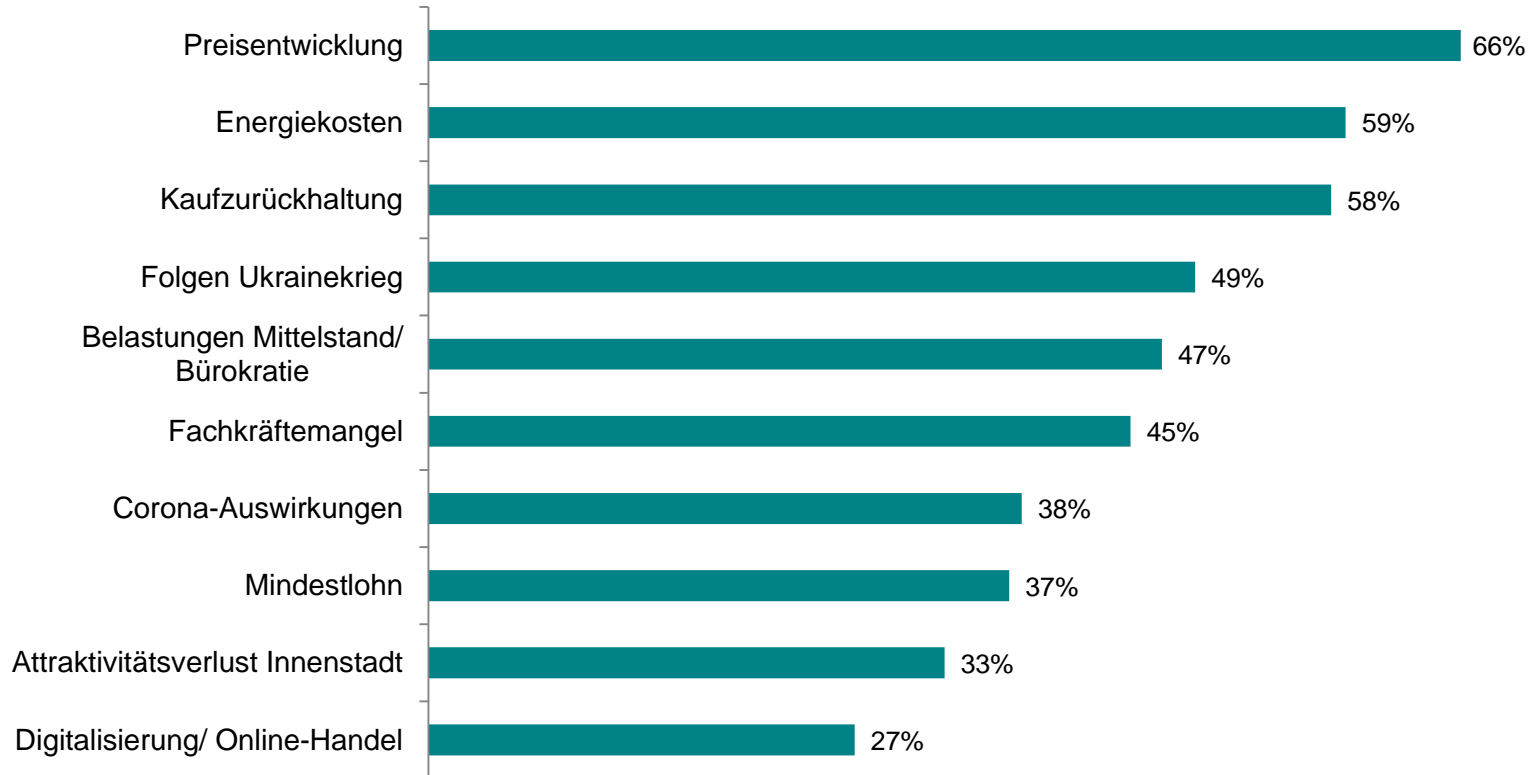
HDE-Halbjahrespressekonferenz

Berlin, 5. Juli 2022

Topthemen des Einzelhandels

Preisentwicklung und Energiekosten im Fokus

*Welches sind für Ihr Unternehmen derzeit die Top-Themen?
Mehrfachnennungen möglich*



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**.

Personen, die **große Angst** haben, mit dem Geld nicht auszukommen.

27 %

n = 1.000 Personen,
bevölkerungsrepräsentativ
nach Alter und Geschlecht

48 %

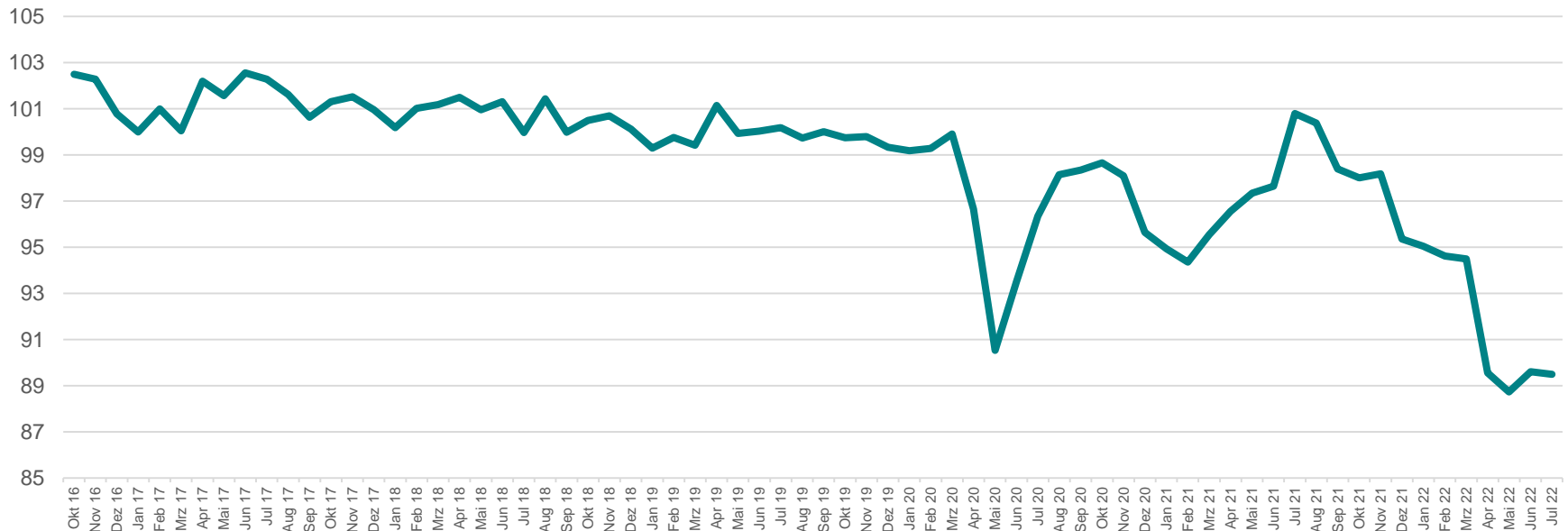
Bei Personen mit einem
Nettohaushaltseinkommen
unter 2.000 Euro.

HDE-Konsumbarometer: Schwache Verbraucherstimmung



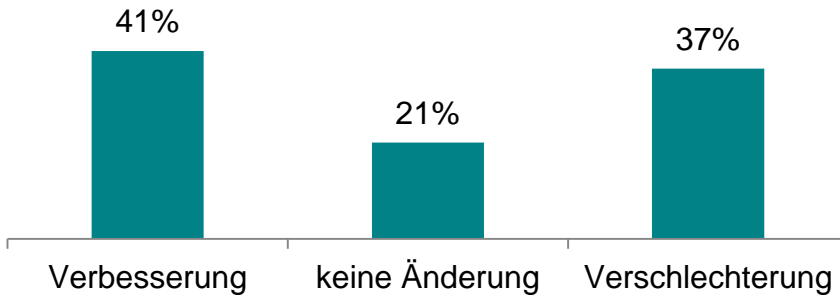
- **Verbraucherstimmung** hat sich unter dem Einfluss der Folgen des Krieges in der Ukraine spürbar verschlechtert. Neben der Sorge um weiter steigende Preise drücken vor allem **schwache Konjunkturerwartungen** die Stimmung.

HDE-Konsumbarometer

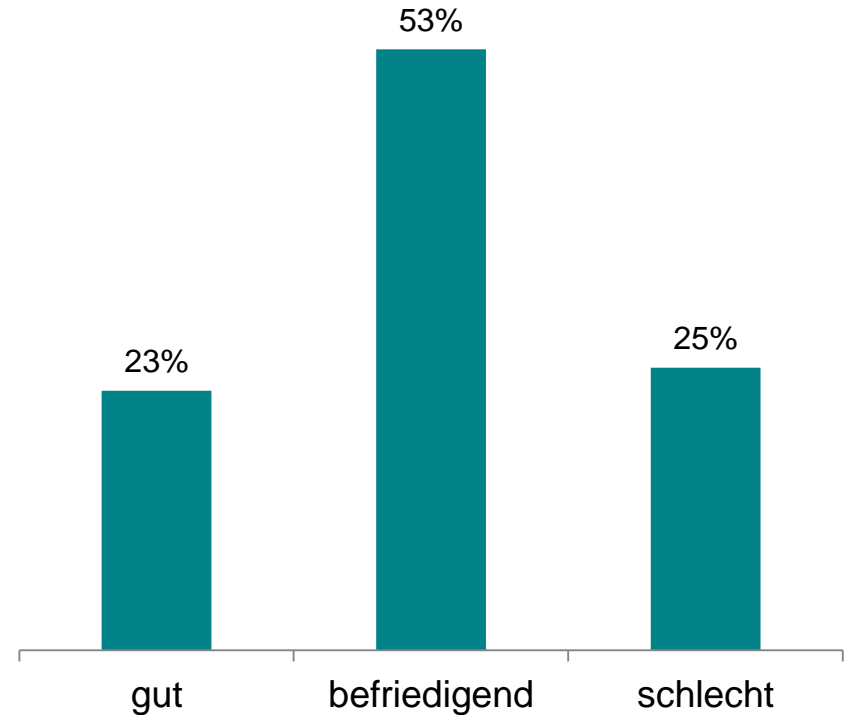


Geschäftslage: Erwartungen trüben sich ein

Wie hat sich die Geschäftslage Ihres Unternehmens im 1. Halbjahr bisher im Vergleich zum Vorjahreszeitraum entwickelt?



Wie schätzen Sie die Geschäftslage Ihres Unternehmens aktuell ein?

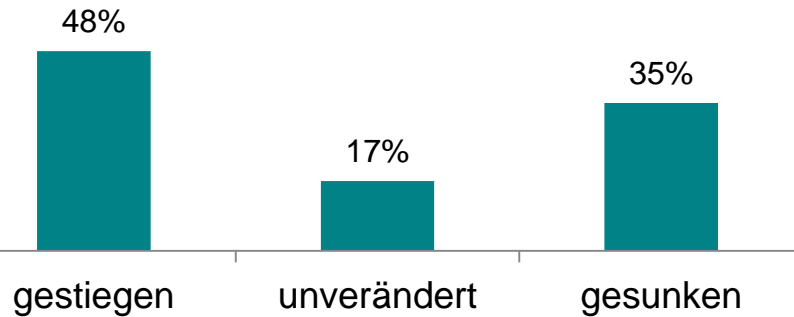


Welche Erwartungen im Hinblick auf die Geschäftslage Ihres Unternehmens haben Sie für das 2. Halbjahr im Vergleich zum Vorjahreszeitraum?

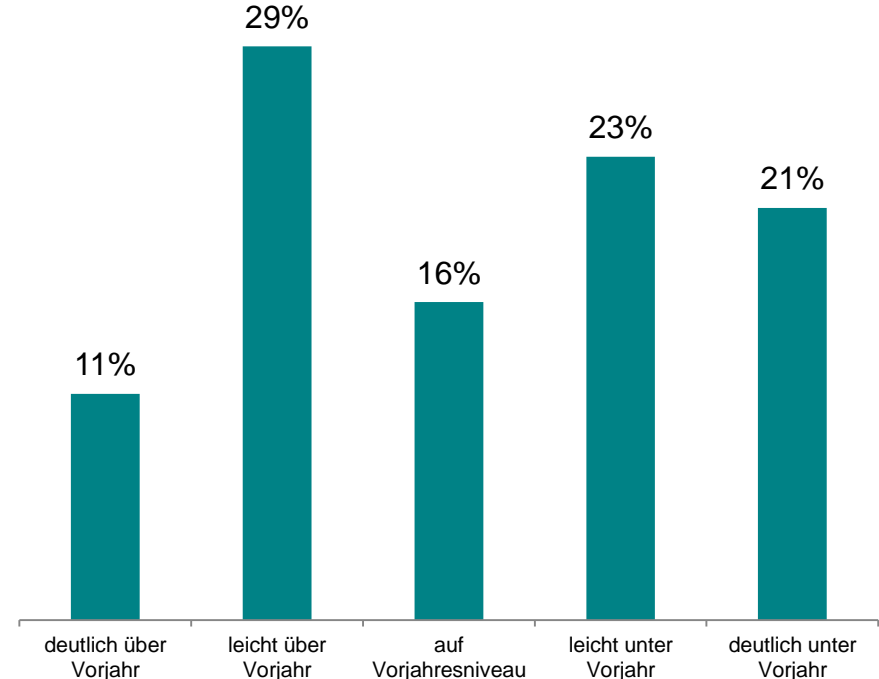


Gemischte Umsatzerwartungen für 2022

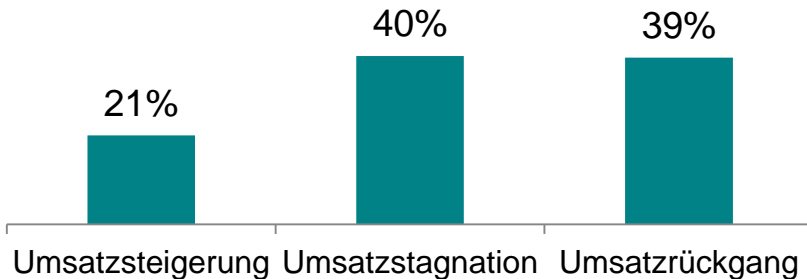
Wie haben sich Ihre Umsätze bisher nominal im 1. Halbjahr im Vergleich zum Vorjahreszeitraum entwickelt?



Welche Umsatzentwicklung erwarten Sie für das Gesamtjahr?



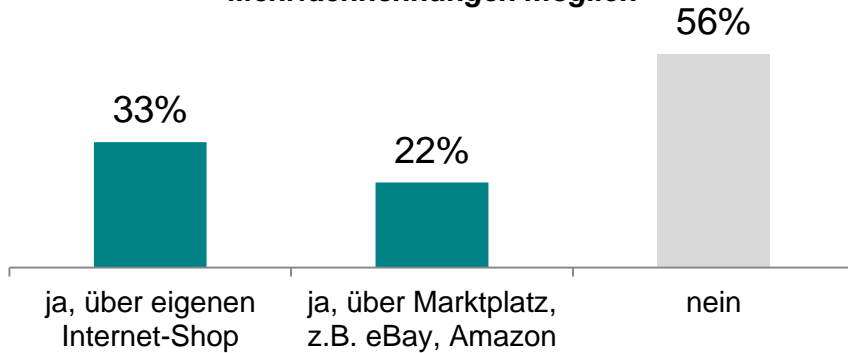
Welche Umsatzentwicklung erwarten Sie für das 2. Halbjahr im Vergleich zum Vorjahreszeitraum?



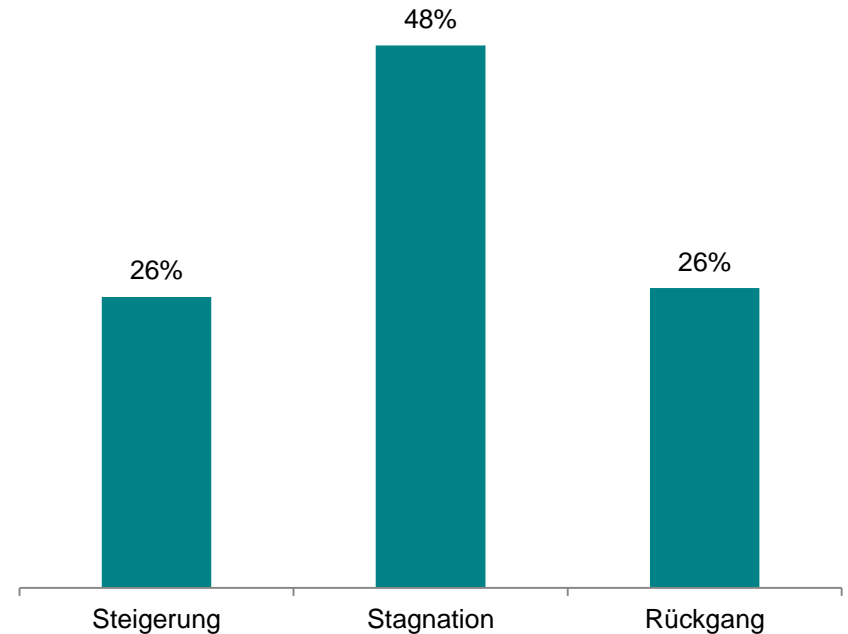
Multichannelhandel – online & stationär



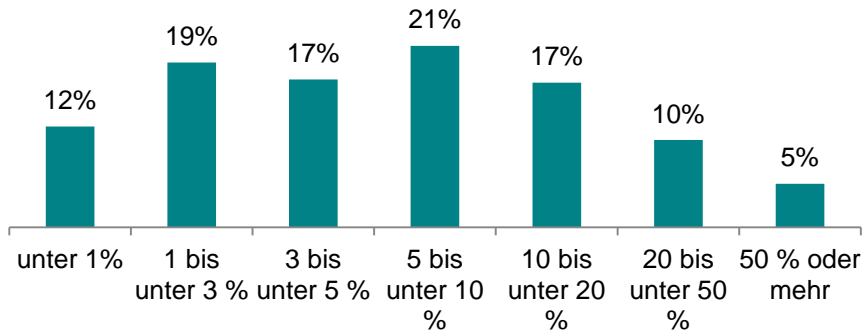
Verkaufen Sie Waren über das Internet?
Mehrfachnennungen möglich



Welche Entwicklung der Online-Umsätze erwarten Sie für das laufende Jahr im Vergleich zum Vorjahr?



Welchen Anteil Ihres Gesamtumsatzes erzielen Sie über Online-Handel?



Nominales Wachstum, reales Minus - Rahmenbedingungen und Erwartungen für 2022

Mittleres Szenario

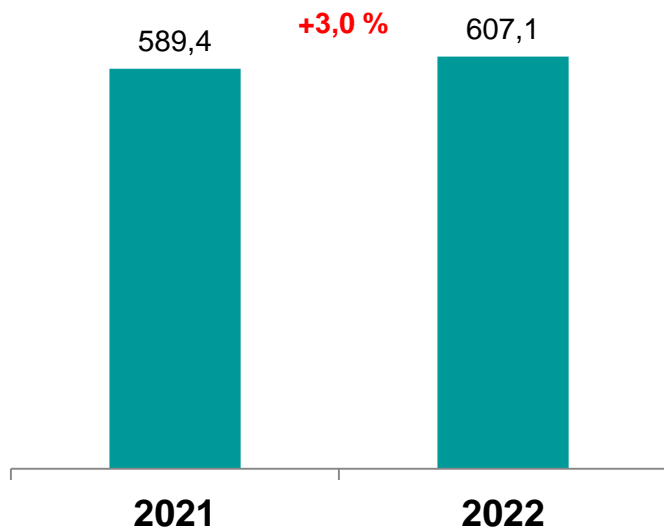
- Die **Rahmenbedingungen** für den Einzelhandelskonsum sind durch extreme Unsicherheiten geprägt. Lichtblick bleibt vorerst die Entwicklung am Arbeitsmarkt mit steigender Erwerbstätigkeit. Die Sparquote bildet sich zurück. Die Lieferketten bleiben angespannt.
- Die Verbraucher ändern ihr Einkaufsverhalten im Zuge starker **Kaufkraftverluste** durch steigende Preise. Darunter leiden Teile des Nonfoodhandels.
- Das Risiko **anhaltend steigender Preise** ist hoch, auch wenn sich die Entwicklung zum Jahresende hin verlangsamen könnte. Weitere Risiken durch **Pandemieverlauf**, Auswirkungen **Krieges in der Ukraine** und **Lieferprobleme**.
- Im Jahresverlauf **Aufholprozess** im Frühjahr, schwächere Entwicklung unter **Kriseneinfluss** im Sommer, **Sonderentwicklung** im 4. Quartal aufgrund Corona-Maßnahmen im Vorjahr.
- Der **Onlinehandel** wächst, der Wachstumspfad flacht jedoch in 2022 ab.

Einzelhandelsumsatz wächst 2022 über höhere Preise nominal um drei Prozent zum Vorjahr. Preisbereinigt verliert der Handel zwei Prozent seiner Erlöse.

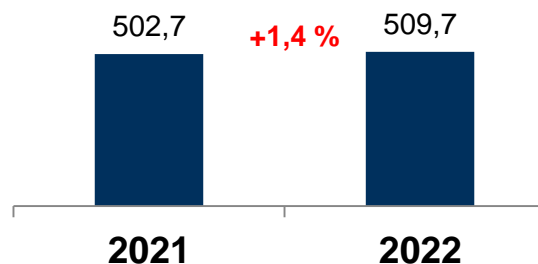
Nominale Umsatzentwicklung 2022



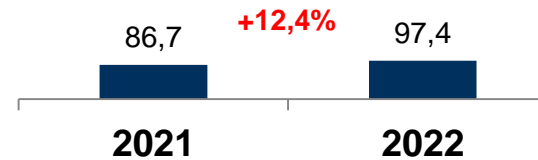
Einzelhandel insgesamt* in Mrd. Euro



Stationärer Handel



Onlinehandel



Kaufkraftverluste für geringe Einkommen abfedern

- 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 der Unternehmen 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 Vklf. sind die Stromkosten aufs Jahr gerechnet von 80.000 € auf über 140.000 € 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 einseitig Risikoverteilung zu Lasten aller Endverbraucher ermöglicht, die so nicht hinnehmbar ist.

Tarifpolitik mit Augenmaß

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.

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

Wettbewerbspolitischen Kompass nicht verlieren

- Auf Eingriffe in die Preissetzungsfreiheit der Unternehmen sollte der Gesetzgeber verzichten, soweit kein nachgewiesener Marktmachtmissbrauch vorliegt. Preise bilden sich am Markt.
- 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.
- Kartellrecht: 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. 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.