

Juli 2023

LAGE UND PERSPEKTIVE IM EINZELHANDEL

Rahmenbedingungen für den Konsum

Es besteht nahezu die einhellige Meinung, dass die gesamtwirtschaftliche Leistung der deutschen Volkswirtschaft in diesem Jahr sinken wird. Alle Wirtschaftsforschungsinstitute revidierten ihre jüngsten Prognosen für das Wachstums des Bruttoinlandsprodukts (BIP) für das laufende Jahr nach unten.

Die Ökonomen des HRI, mit denen der HDE im Rahmen des Konsumbarometers zusammenarbeitet, sind mit einem erwarteten BIP-Rückgang um 0,7 Prozent am pessimistischsten. Zwar würde sich nach der Rezession im zurückliegenden Winterhalbjahr die konjunkturelle Entwicklung in Deutschland im weiteren Jahresverlauf verbessern, aber eine kräftige Erholung dürfte – anders als nach früheren Rezessionen – nicht einsetzen.

Prognosen für das BIP-Wachstum in Deutschland	2023	2024
Bundesbank	-0,3	1,2
Handelsblatt Research Institute (HRI)	-0,7	0,8
ifo Institut für Wirtschaftsforschung	-0,4	1,5
Institut für Weltwirtschaft (IfW)	-0,3	1,8
Leibniz-Institut für Wirtschaftsforschung Halle (IWH)	-0,3	1,7
Leibniz-Institut für Wirtschaftsforschung Essen (RWI)	-0,3	2,0
OECD	0,0	1,3

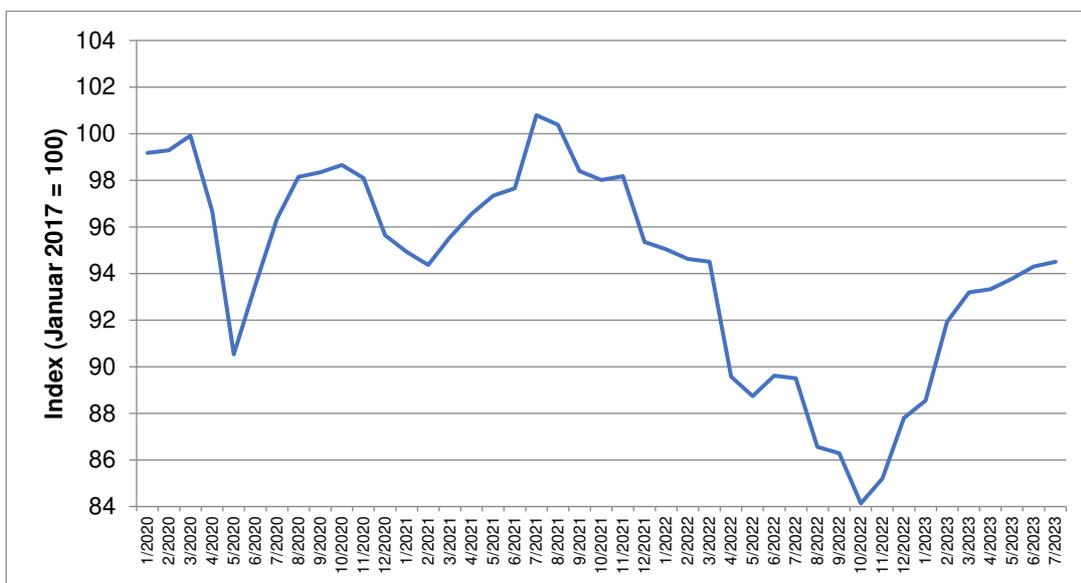
Auch wenn sich die Institute in der prognostizierten Größenordnung des BIP-Rückgangs unterscheiden, so besteht Einigkeit hinsichtlich der maßgeblichen Ursache: die Schwäche des privaten Konsums. Trotz größerer Tariflohnsteigerungen dürften viele Beschäftigte mit Reallohnverlusten konfrontiert und insofern zurückhaltender mit Verbrauchsausgaben sein. Im kommenden Jahr ist eine gesamtwirtschaftliche Erholung zu erwarten. Wie stark diese ausfällt, scheint angesichts zahlreicher Unsicherheitsfaktoren noch nicht verlässlich absehbar.

Angesichts der gesamtwirtschaftlichen Situation und künftigen Entwicklung zeichnet sich aktuell keine merkliche Stimmungsaufhellung in der Wirtschaft ab. Der ifo Geschäftsklimaindex hat sich im Juni beispielweise deutlich eingetrübt. Er sinkt um drei Punkte gegenüber dem Vormonat auf einen Wert von 88,5 Punkte. Die Stimmungswerte für den Einzelhandel bleiben zwar stabil, allerdings auf einem niedrigen Niveau.

Verbraucherstimmung

Der konjunkturelle Ausblick für dieses Jahr hat sich zuletzt – wie es die jüngsten Konjunkturprognosen zeigen – merklich eingetrübt. Dies hat auch einen negativen Effekt auf die Entwicklung der Verbraucherstimmung in Deutschland, die sich zwar bislang nicht weiter verschlechtert, aber eben auch nicht aufhellt. Die positive Entwicklung der letzten Monate kommt faktisch zum Erliegen. Bereits in den vergangenen Monaten hatte der positive Trend an Kraft eingebüßt.

HDE-Konsumbarometer



Das HDE-Konsumbarometer (www.einzelhandel.de/konsumbarometer) steigt im Juli nur noch um marginale 0,22 Punkte im Vergleich zum Vormonat. Der Wert beläuft sich damit auf 94,51 Punkte.

Angesichts dieser Entwicklung ist eine deutlich von Optimismus geprägte Verbraucherstimmung in den kommenden Monaten unwahrscheinlich. Zwar hat das HDE-Konsumbarometer den Einbruch nach Beginn des Krieges in der Ukraine wieder aufgeholt, aber der aktuelle Wert ist dennoch von früheren Höchstständen noch weit entfernt. Wenn sich dies nicht signifikant ändert, dürfte die zuletzt in vielen Konjunkturprognosen

skizzierte Schwäche des privaten Konsums im zweiten Halbjahr anhalten.

Viel wird von der Entwicklung der Inflation abhängen. Hier erwarten die Verbraucher in den kommenden Monaten eine rückläufige Entwicklung und damit einen möglichen positiven Effekt für das verfügbare Realeinkommen. Angesichts sinkender Preise auf den Vorstufen des Handels, könnten sich die Einzelhandelspreise in der zweiten Jahreshälfte auch moderater entwickeln. Dies könnte einen positiven Einfluss auf den Konsum haben.

Lage im Einzelhandel

Entwicklung 2023

Deutlich höhere Kosten für Energie und Wareneinkauf sowie ein schwacher privater Konsum haben den Einzelhandel im ersten Halbjahr unter Druck gesetzt. 43 Prozent der vom HDE befragten Unternehmen berichten von einer schwächeren Geschäftslage im ersten Halbjahr.

Düster sieht es bei der Entwicklung der Gewinne aus. Bei 55 Prozent der Händlerinnen und Händler hat sich die Situation hier verschlechtert. Dies gilt insbesondere für den Nonfoodhandel. Auch die Onlineaktivitäten der Multichannel-Unternehmen gerieten in schwieriges Fahrwasser. Über alle Formate hinweg bremsten Lieferschwierigkeiten das Geschäft, wenn auch in den meisten Fällen nur einzelne Produkte betroffen waren oder es zu Lieferverzögerungen kam.

Teile des stationären Einzelhandels leiden daneben unter sinkenden Kundenfrequenzen. Fast ein Viertel der Betriebe verzeichnen aktuell deutlich sinkende Besucherzahlen an ihren Standorten, weitere 44 Prozent sinkende Frequenzen. Insbesondere auch in den Innenstädten geraten damit Geschäftsmodelle unter Druck. Betroffen hiervon ist auch der mittelständische Nonfood-Fachhandel. Ein Großteil der 9.000

Standorte, die in diesem Jahr nach HDE-Schätzung schließen werden, ist diesem Segment zuzurechnen.

Die Rahmenbedingungen für den Konsum bleiben insgesamt schwierig. Vor allem eine hohe, wenn auch im Jahresverlauf sich abschwächende Inflation beeinflusst die Kaufkraft der Kunden über sinkende Realeinkommen. Einige Haushalte versuchen mit einer Reduzierung ihrer Sparquote entgegenzuwirken, um ihren Konsum aufrecht zu erhalten. Dem Handel hilft dies aber nur begrenzt. Die Konsumstimmung bleibt trotz Erholungsprozess schwach.

Im bisherigen Jahresverlauf wächst der Einzelhandel nur über höhere Preise. Aufgelaufen bis Mai liegt das Plus bei 3,2 Prozent. Preisbereinigt sinken die Erlöse kräftig um 5,9 Prozent, im Lebensmittelhandel um 7,3 Prozent, im Nonfoodhandel um 4,8 Prozent.

Erwartungen 2023

Auch wenn die Inflation ihren Höhepunkt zur Jahresmitte überschritten hat, wird das hohe Preisniveau den Konsum im laufenden Jahr deutlich belasten. Im Jahresdurchschnitt werden die Verbraucherpreise voraussichtlich knapp unter 6 Prozent steigen. Der Konsum der privaten Haushalte, aus dem sich der Einzelhandel speist, dürfte im laufenden Jahr um 1,5 Prozent sinken.

Daneben bleiben weitere Risiken bestehen insbesondere die mit dem russischen Krieg in der Ukraine verbundenen Unsicherheiten und weiterhin bestehende Lieferschwierigkeiten.

Diese schwierigen Rahmenbedingungen bleiben nicht ohne Folgen für die Erwartungen der Handelsunternehmen. Für das zweite Halbjahr rechnen 35 Prozent der befragten Unternehmen mit Umsatzrückgängen. Für das Gesamtjahr erwartet nur gut jeder Dritte Händler steigende Erlöse im Vergleich zum Vorjahr.

Für das Gesamtjahr prognostiziert der HDE preisbereinigt ein Minus von 4,0 Prozent. Nominal steigen die Umsätze um 3,0 Prozent. Der stationäre Handel verliert real 5,0 Prozent, der Onlinehandel 2,0 Prozent seiner Umsätze.

Deutlich positiver könnte die Entwicklung im kommenden Jahr bei nachlassender Inflation und steigenden Realeinkommen verlaufen.

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