

Städtler, Arno

Article

Einzelhandel: Enttäuschte Umsatzhoffnungen - verhaltene Investitionstätigkeit

ifo Schnelldienst

Provided in Cooperation with:

Ifo Institute – Leibniz Institute for Economic Research at the University of Munich

Suggested Citation: Städtler, Arno (2001) : Einzelhandel: Enttäuschte Umsatzhoffnungen - verhaltene Investitionstätigkeit, ifo Schnelldienst, ISSN 0018-974X, ifo Institut für Wirtschaftsforschung an der Universität München, München, Vol. 54, Iss. 14, pp. 32-35

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/163663>

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.

Einzelhandel: Enttäuschte Umsatzhoffnungen – verhaltene Investitionstätigkeit

32

Arno Städtler

Die Hoffnungen, dass das Jahr 2001 das beste Jahr nach dem Ausklingen des Wiedervereinigungsbooms (o.V. 2001a) werden würde, sind bisher enttäuscht worden. Das Wachstum der verfügbaren Einkommen der privaten Haushalte, die zum Teil aus Steuerentlastungen resultieren, wurde größtenteils von spürbaren Preiserhöhungen bei Energie und Nahrungsmitteln sowie höheren Aufwendungen für die Alterssicherung aufgezehrt (Nierhaus 2001). Die konjunkturelle Erholung im Einzelhandel lässt daher auf sich warten. Seit dem Frühjahr hat sich das Geschäftsklima im Einzelhandel allmählich verschlechtert, insbesondere in den alten Bundesländern (vgl. Abbildungen). Diese allgemeine Stimmung spiegelt sich auch in einem erhöhten Lagerdruck, in den etwas restriktiveren Orderplänen, in einer merklichen Zurückhaltung bei der Personaldisposition und nicht zuletzt in einer gegenüber dem Jahr 2000 verminderten Investitionsbereitschaft der Teilnehmer am jüngsten ifo Investitionstest wider.

Investitionsausgaben verfehlen das Vorjahresniveau ...

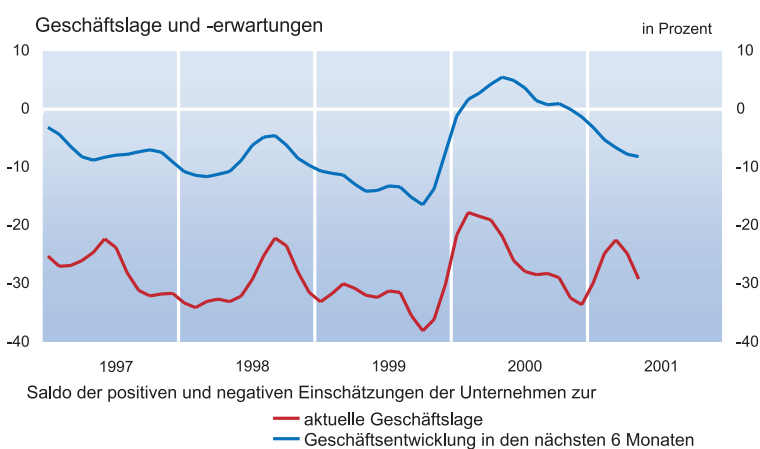
Entgegen den ursprünglichen Erwartungen profitiert der Einzelhandel im laufenden Jahr kaum vom Anstieg der verfügbaren Einkommen der privaten Haushalte. Vor allem die beträchtlichen Ausgabensteigerungen für Energie und Kraftstoffe entziehen den Einzelhandelsunternehmen Kaufkraft. Insgesamt kann daher für das Jahr 2001 nur noch mit einem Umsatzanstieg im Einzelhandel (ohne Kraftfahrzeuge und Tankstellen) von nominal 1,5% gerechnet werden (2000: + 2,6%). Bei Berücksichtigung einer Preissteigerungsrate im Einzelhandel von jahresdurchschnittlich knapp 1,5% ergibt sich daraus eine Stagnation der realen Umsätze (Täger und Weitzel 2001).

Zwar hat sich die Abkoppelung der Umsatzentwicklung im institutionellen Einzelhandel von der Entwicklungsdynamik des privaten Verbrauchs zuletzt im Tempo etwas vermindert, immerhin wurden aber 2000 nur noch 25% der Konsumausgaben der privaten Haushalte vom Einzelhandel abgedeckt gegenüber 32% im Jahr 1991 (Lambertz 2001).

Diese strukturell bedingte Nachfrageverschiebung hat insbesondere die Großunternehmen des Einzelhandels veranlasst, verstärkt Angebote im Freizeit- und Urlaubsbereich aufzubauen. Häufig geschah dies in Kooperation mit anderen Unternehmen z.B. des Luftverkehrs und des Tourismus. Da diese branchenübergreifenden Expansionsaktivitäten der meist größeren Einzelhandelsunternehmen in Form von rechtlich selbständigen Gemeinschaftsunternehmen erfolgen, die aufgrund ihrer handelsfremden Schwerpunktbildung von der amtlichen Statistik nicht dem Einzelhandel zugerechnet werden, wird der Rückgang des Einzelhandelsanteils am privaten Verbrauch ein wenig überzeichnet. Darüber hinaus erfasst die amtliche Statistik auch schätzungsweise nur noch 80% des Umsatzes mit Konsumgütern an Endverbraucher, der Rest wird von Unternehmen anderer Wirtschaftsbereiche getätigt.

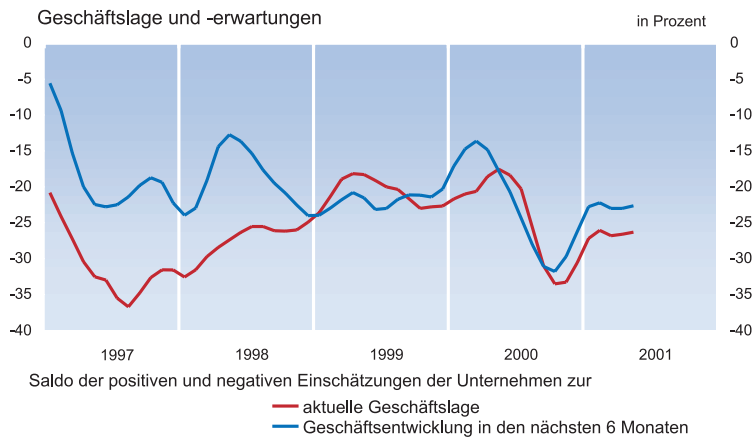
Der anhaltend intensive Preiswettbewerb zehrt an den Erträgen der Einzelhandelsunternehmen, ebenso Personalkostensteigerungen z.B. in Folge der geänderten Rechtssituation für geringfügig Beschäftigte und die Vorbereitungen für die Währungsumstellung. Die Erträge in wei-

Einzelhandel insgesamt - Alte Bundesländer



Quelle : ifo Konjunkturtest (West).

Einzelhandel insgesamt - Neue Bundesländer



Quelle : ifo Konjunkturtest (Ost).

ten Teilen des Einzelhandels haben eine rückläufige Entwicklung genommen, die insbesondere bei kleineren Unternehmen zu einer ernsthaften Existenzgefährdung führen kann. Selbst einige Großfilialisten haben in den letzten Jahren erhebliche Verluste ausgewiesen. Deshalb sind überall Bestrebungen zu merklichen Kostenminderungen zu beobachten, auch durch Schließungen von Standorten und mittels Rationalisierungsinvestitionen. Außerdem dürfte sich nach den aktuellen Planungen der Firmen der seit 1999 zu beobachtende Personalrückgang auch im Jahr 2001 fortsetzen.

... die Investitionsquote bleibt jedoch relativ hoch

Der wirtschaftliche Zwang zur Kostenreduktion dürfte auch einer der Gründe sein, weshalb die Investitionsquote im Einzelhandel noch immer auf einem hohen Niveau bleibt, obwohl bei vielen Einzelhandelsunternehmen angesichts der anhaltend angespannten Ertragslage die Finanzmittel knapp sind und das bisherige Netz von Filialgeschäften rationalisiert wird. Die Dichte des Distributionsnetzes wird sich daher auf mittlere Frist nicht halten lassen. Angesichts des verstärkten Warenangebots in Tankstellenshops, der verbesserten Warenpräsentation im E-Commerce und der hohen Akzeptanz des Fach- und Sortimentsversandhandels wird dies nicht zu einer Gefährdung der Versorgung der Bevölkerung führen.

Die Pläne der am diesjährigen ifo Investitionstest beteiligten Firmen lassen erwarten, dass die Einzelhandelsinvestitionen in 2001 um rund 2% niedriger ausfallen werden als im Vorjahr, die Veränderungsrate liegt damit deutlich unter dem Durchschnitt des gesamten Dienstleistungssektors, der voraussichtlich ein Plus von 1,3% erreichen wird (Müller und Städtler 2001). Damit werden die nominalen Investitionsausgaben des Einzelhandels einschließlich des

Fahrzeughandels voraussichtlich etwa 23,5 Mrd. DM erreichen, und die Investitionsquote wird bei einer Realisierung dieser Pläne leicht von 2,9% auf 2,8% zurückgehen; sie läge damit jedoch noch immer weit über dem Durchschnitt der siebziger und achtziger Jahre (2,5%). Nach den Plänen zu schließen, ist die Investitionsbereitschaft im Jahr 2001 bei den Großunternehmen wesentlich höher als im mittelständischen Einzelhandel. Bei letzterem sind die Investitionsbudgets häufig reduziert worden. Das kann u.a. auch daran liegen, dass kleine und mittlere Handelsunternehmen mit zunehmenden Schwierigkeiten bei der Kreditfinanzierung durch die Banken rechnen müssen und sich bei ihren Investitionsvorhaben nach der vorhandenen Liquiditätsdecke strecken (Städtler 2001) bzw. noch stärker auf Leasing ausweichen werden. Zumindest werden die Mittelstandskredite teurer, da diese Finanzierungsart für die Banken nicht mehr profitabel genug ist (o.V. 2001b). Hinzu kommt, dass die ab Januar gültigen verschlechterten Abschreibungssätze die Liquidität dieser Firmen zusätzlich einschränken.

Ausrüstungs- und Fahrzeuginvestitionen wachsen weiter

Der Schwerpunkt der Investitionstätigkeit verlagert sich auch 2001 stärker hin zu Betriebs- und Geschäftsausstattungen sowie Fahrzeugen, die Ausgaben hierfür werden wohl um etwa 3% steigen, und ihr Anteil an den gesamten Einzelhandelsinvestitionen wird dann mit 63,5% so hoch sein wie noch nie. Dieses Investitionsverhalten zeigt, dass sich im Einzelhandel der Einsatz moderner Informations- und Kommunikationstechniken – wie schon in den letzten Jahren – weiter durchsetzt und Rationalisierungspotentiale ausgeschöpft werden. Die insgesamt höhere Technisierung der Warendistribution, nicht zuletzt auch wegen der Fortschritte beim E-Commerce, treibt auch die Investitionsausgaben in die Höhe. In den USA arbeiten einige Marktführer bereits mit eigenen Satelliten für die Datenübertragung zu ihren internen Computersystemen. Mit Hilfe dieser Anlagen haben sich die Unternehmen umfangreiche Datenbanken aufgebaut (Data Warehouses), die alle verfügbaren Informationen über das Kaufverhalten in verschiedenen Absatzmärkten aufzeichnen und verknüpfen. Damit werden eine industriennahe Just-in-Time-Logistik betrieben und konkrete Entscheidungshilfen für die Preispolitik, das Marketing und den Service gewonnen. Auch deutsche Unternehmen beschäftigen sich inzwischen intensiv mit diesen Verfahren, nicht zuletzt, weil sich angelsächsische Handelskonzerne in Deutschland eingekauft haben und mit ihren Systemen auch hier Marktanteile erkämpfen wollen.

Nicht alle Investitionsausgaben tätigen die Einzelhandelsunternehmen freiwillig. Jüngste Beispiele hierfür sind die Installationen für die Währungsumstellung und das heftig diskutierte Dosenpfand. Letzteres wird eventuell 2002 eingeführt. Vertreter des Handels schätzen, dass in ihren Geschäften über 80 000 Rücknahmeautomaten installiert werden müssten, die einen Investitionsaufwand von 2 bis 3 Mrd. DM erfordern würden. Auch die laufende Unterhaltung dieser Rücknahmeeinrichtungen und die Verrechnung des Pfandentgelts wird zu einer Erhöhung der Betriebskosten in den betroffenen Handelsunternehmen führen.

Warenwirtschaftssysteme, Leergutrücknahmeautomaten, Scanner und Datenkassen stehen auf der Anschaffungsliste im deutschen Einzelhandel weit oben, wie überhaupt der gesamte Bereich der Logistik, die ein wettbewerbsentscheidender Faktor geworden ist. Kürzlich haben einige Lebensmittel-Discounter ihre Kassenplätze flächendeckend auf Scanner umgestellt. Wie sich dieses Instrument weiterentwickeln lässt, ist in Großbritannien zu beobachten. Die vier großen Einzelhandelskonzerne haben firmeneigene Supermarktbanken gegründet. Diese verfügen über eine Banklizenz, d.h. das Angebot beschränkt sich nicht alleine auf die Vorfinanzierung von Einkäufen oder die Ausgabe eigener Kreditkarten. Die Aufhebung des Rabattgesetzes in Deutschland hat dazu geführt, dass jetzt auch mittelständische Handelsunternehmen Kunden- oder sog. Pay-back-Karten einführen.

Aber nicht nur im technischen Bereich wird von den Unternehmen erheblich investiert, auch die Gestaltung der Geschäftsräume sowie die Ladenoptik erhielten in den letzten Jahren eine noch höhere Priorität. Da sich die Struktur der Konsumausgaben seit geraumer Zeit zu Gunsten von Dienstleistungen, Freizeit und gehobenem Bedarf verschiebt, gewinnen im Einzelhandel Modernisierungen, Umbauten und Diversifikationsprojekte erheblich an Bedeutung. Hierbei werden sowohl bestehende Flächen mit einem neuen »Marktauftritt« bzw. Erscheinungsbild versehen, es werden »Erlebniswelten« geschaffen, Dienstleistungen angeboten, Produktgruppen in funktionalem Zusammenhang präsentiert als auch fachhandelsähnliche großflächige Fachmarkttypen geschaffen, neuerdings wird sogar mit Stromkontrakten gehandelt, um weiteren Verlusten beim Anteil an den Konsumausgaben der Verbraucher Einhalt zu gebieten. Darunter ist auch das sog. »Theme-Retailing-Konzept« (Themenbündelung) zu finden, das zuerst in den USA entwickelt wurde. Im Unterschied zu herkömmlichen Konzepten von Einkaufszentren und -passagen werden hier Geschäfte mit bedarfsaffinen Waren- und Dienstleistungsangeboten in räumlicher Nähe angeordnet. Schließlich werden die umstrittenen Fabrikverkaufszentren (Factory-Outlet-Center) nun wohl nach und nach auch in Deutschland realisiert werden, teilweise auch von angelsächsischen Investorengruppen.

Bauinvestitionen stark rückläufig

Gemessen an der Einwohnerzahl sind großflächige Fachmärkte (Retail Warehouses) beispielsweise in Belgien, Frankreich und Großbritannien wesentlich weiter verbreitet als in Deutschland. Die Möglichkeiten hier aufzuholen, hängen jedoch auch wesentlich von der Genehmigungspraxis der Kommunen ab. Dies gilt auch für die von den Handelsketten geforderten Supermärkte mit mehr als 700 Quadratmeter Verkaufsfläche.

Die bilanzierten Bauinvestitionen werden nach den Planungen 2001 in allen Unternehmensgrößenklassen zurückgehen, insbesondere jedoch bei den kleinen und mittleren Firmen. Der Bauanteil an den gesamten Investitionsausgaben des Einzelhandels wird damit von 40% auf 36,5% sinken. Das ist ein neuer Tiefstand, so niedrig war dieser Wert seit Bestehen der Bundesrepublik noch nie. Inzwischen werden überwiegend Baumaßnahmen im Bestand durchgeführt. Dieses Verhalten ist verständlich, da man in Deutschland »Overstoring« diagnostizieren kann. Kürzlich beurteilte eine US-Handelskette in Deutschland die Situation folgendermaßen: Nirgendwo auf der Welt gibt es so viele Quadratmeter Verkaufsfläche je Kunde wie in Deutschland, nirgendwo wird so intensiv mit Kampfpreisen gearbeitet, und nirgendwo ist der Wettbewerb insgesamt so hart (Jaspart 2000).

Auch in Ostdeutschland ist der Bauboom bei Einzelhandelsimmobilien zum Erliegen gekommen. Die am Investitionstest beteiligten Firmen wollen ihre Bauinvestitionen abermals wesentlich stärker reduzieren als die Handelsunternehmen in Westdeutschland. Angesichts regionaler und lokaler Überangebote an Einzelhandelsflächen, insbesondere in peripheren Lagen, kommt es bereits zu Ladenschließungen und vermehrten Leerständen. Nicht wenige Stimmen aus dem Handel warnen vor weiteren neuen Verkaufsflächen und den damit verbundenen negativen Auswirkungen auf die Flächenproduktivität. Außerdem dürften die in Ostdeutschland zahlreich errichteten Handelsimmobilien nicht selten eine über die Steuer- und Abschreibungspolitik gesteuerte Fehlleitung öffentlicher Mittel darstellen. Neuerdings wird – sozusagen als Ausgleich für das so geschaffene Ungleichgewicht – der innerörtliche mittelständische Einzelhandel z.B. mit der Investitionszulage verstärkt gefördert.

Großprojekte, wie Mega-Märkte oder Einkaufszentren, werden nur selten im Namen der künftigen Betreiber gebaut, sondern von handelsfremden Vermietungs- bzw. Vermögensverwaltungsgesellschaften. Diese Investitionsalternative wird aus diversen betriebswirtschaftlichen und steuerrechtlichen Gründen auch in Westdeutschland des Öfteren gewählt, in den neuen Bundesländern scheinen sie noch wesentlich häufiger zum Einsatz gekommen zu sein, bei den großen Ein-

kaufszentren und -»Parks« sogar ausschließlich. Derartige Objekte erscheinen – ebenso wie Leasinginvestitionen – nicht in den Bilanzen der Einzelhandelsunternehmen.

Dank seiner vielfältigen Investitions- und Modernisierungsaktivitäten verfügt der Einzelhandel in Deutschland heute weltweit über eines der leistungsfähigsten und modernsten Distributionssysteme. In den letzten Jahren haben sich auch verstärkt ausländische Handelsunternehmen in Deutschland – dem größten Markt in Europa – engagiert, die hier auch neue Akzente in der Einzelhandelslandschaft setzen wollen, z.B. in einer stärkeren Betonung der Servicekomponente und einer anderen Konstruktion der Wertschöpfungskette. Einige Newcomer hatten offensichtlich Schwierigkeiten mit dem scharfen Verdrängungswettbewerb auf dem hiesigen Markt und haben sich bereits wieder zurückgezogen.

Weil die Expansionsmöglichkeiten in Deutschland langsam an Grenzen stoßen, internationalisieren immer mehr deutsche Unternehmen ihr Geschäft. Je nach der Art der organisatorischen Einbindung der Auslandstöchter und der gewählten Bilanzierungspraxis handelt es sich hierbei um Investitionsprojekte im Inland oder im Ausland. Ein weiterer Grund für die Überschreitung der Grenzen sind die – im Vergleich zu Deutschland – meist höheren Renditen, die zurzeit noch auf ausländischen Märkten zu erzielen sind. Einige deutsche Handelsgruppen erwirtschaften inzwischen mehr als ein Fünftel ihres Gesamtumsatzes jenseits der deutschen Grenzen.

Literatur

- Jaspert, W. (2000), »Wal-Mart hat in Deutschland große Probleme«, *Süddeutsche Zeitung* vom 19. Dezember, 23.
- Lambertz, J.E. (2001), »Entwicklung im Einzelhandel im Jahr 2000«, *Wirtschaft und Statistik* (4), 263.
- Müller, A. und A. Städtler (2001), »Wer bestimmt bis 2002 die Richtung? – Investitionskonjunkturen im Produzierenden Gewerbe und im Dienstleistungssektor«, *ifo Schnelldienst* 54 (10), 17–19.
- Nierhaus, W. (2001), »Verpufft die Steuersenkung in den Preisen?«, *ifo Schnelldienst* 54 (12), 49–51.
- O.V. (2001a), »Was ist drin für den Handel im Jahr 2001?«, *Einzelhandelsberater* (1), 18–19.
- O.V. (2001b), »Banken könnten Sparkassen übernehmen«, *Süddeutsche Zeitung* vom 20. Juli, 20.
- Städtler, A. (2001), »Kreditvergabe an den Mittelstand auf dem Prüfstand«, *Handelsblatt* vom 24. April, B 2.
- Täger, U.Ch. und G. Weitzel (2001), »Einzelhandelskonjunktur: Entwicklung 2000 und Perspektiven 2001«, *ifo Schnelldienst* 54 (12), 30–36.