

Städtler, Arno

Article

Einzelhandel: Rückläufige Umsätze und Investitionen

ifo Schnelldienst

Provided in Cooperation with:

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

Suggested Citation: Städtler, Arno (2002) : Einzelhandel: Rückläufige Umsätze und Investitionen, ifo Schnelldienst, ISSN 0018-974X, ifo Institut für Wirtschaftsforschung an der Universität München, München, Vol. 55, Iss. 14, pp. 37-40

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/163805>

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.

Angesichts der hartnäckigen Umsatzverluste in den ersten Monaten des Jahres 2002 machte sich im Einzelhandel eine depressive Stimmung breit, die sich auch in einer anhaltend negativen Beurteilung der Geschäftslage und der Geschäftserwartungen im ifo Konjunkturtest äußerte (s. Abbildungen). Da auch die Erträge weiter unter Druck stehen, wird für das laufende Jahr mit mindestens 8000 Insolvenzen und mit noch mehr stillen Liquidationen infolge unzureichender Erträge sowie ungeregelter Nachfolge gerechnet. Die Schätzungen für die Jahresumsätze des Einzelhandels wurden von den Verbänden mehrmals nach unten korrigiert und liegen jetzt bei einem preisbereinigten Minus in der Größenordnung von 2,5%. Dies entspricht einem nominalen Rückgang von reichlich 1%. Dabei wird unterstellt, dass nach dem Umsatzeinbruch in den ersten fünf Monaten (real - 5%) im Gefolge der Tarifruhen und der daraus resultierenden Einkommenszuwächse bei den Konsumenten eine langsame Erholung in der zweiten Jahreshälfte eintritt. Die Konjunkturflaute 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 2001 deutlich verminderten Investitionsbereitschaft der Teilnehmer am jüngsten ifo Investitionstest wider.

Investitionsausgaben verfehlen das Vorjahresniveau deutlich ...

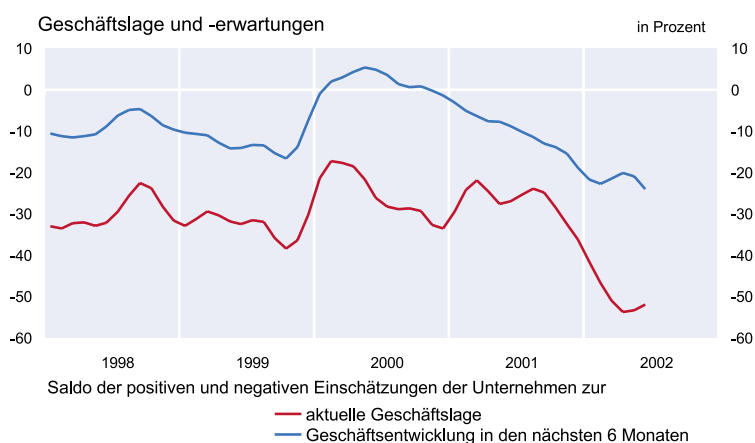
Entgegen den ursprünglichen Erwartungen profitierte der Einzelhandel im laufenden Jahr bisher kaum vom Anstieg der verfügbaren Einkommen der privaten Haushalte (Schätzung für 2002: nominal + 1,6%). Vor allem die beträchtlichen Ausgabensteigerungen für Energie und Kraftstoffe entziehen den Einzelhandelsunternehmen Kaufkraft. Nachdem der langfristige Trend einer Abkoppelung der Umsatzentwicklung im institutionellen Einzelhandel von der Entwicklungsdynamik des privaten Verbrauchs im Jahr 2000 unterbrochen wurde, setzte er sich 2001 wieder fort; nur noch 25% der Konsumausgaben der privaten Haushalte wurden vom Einzelhandel abgedeckt gegenüber 32% im Jahr 1991 (Lambertz 2002, S. 189).

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 zugeordnet 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, wie beispielsweise Tankstellenshops und Betriebstellen des Konsumgütergroßhandels.

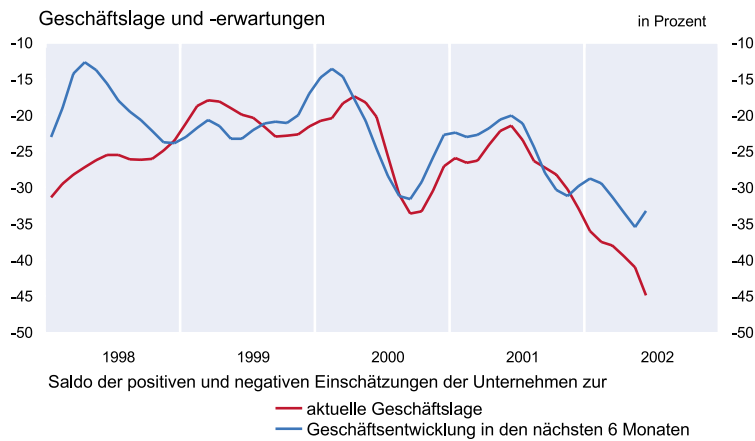
Der anhaltend intensive Preiswettbewerb zehrt an den Erträgen der Einzelhandels-

Einzelhandel insgesamt - Alte Bundesländer



Quelle: ifo Konjunkturtest.

Einzelhandel insgesamt - Neue Bundesländer



Quelle : ifo Konjunkturtest.

unternehmen, ebenso Personalkostensteigerungen z. B. in Folge der geänderten Rechtssituation für geringfügig Beschäftigte. Die Erträge in weiten Teilen des Einzelhandels haben eine rückläufige Entwicklung genommen, die insbesondere bei einer zunehmenden Zahl von kleineren und stark personengeprägten Unternehmen zu einer ernsthaften Existenzgefährdung führen kann. Selbst einige Großfilialisten haben in den letzten Jahren erhebliche Verluste ausgewiesen. Deshalb sind überall Aktivitäten zur Realisierung von 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 Personalarückgang auch im Jahr 2002 fortsetzen.

... die Investitionsquote bleibt dennoch erstaunlich hoch

Der wirtschaftliche Zwang zu spürbaren Kostenreduktionen dürfte auch einer der Gründe dafür sein, weshalb die Investitionsausgaben derzeit nicht noch stärker einbrechen und die Investitionsquote im Einzelhandel noch immer auf einem relativ hohen Niveau bleibt. Angesichts der Umsatzverluste, der Verschlechterung der Abschreibungssätze, der anhaltend angespannten Ertragslage und der Knappheit der Finanzmittel bei vielen Einzelhandelsunternehmen wäre auch eine Reduzierung der Investitionsbudgets um über 20% – wie etwa 1974 – vorstellbar gewesen.

Die Pläne der am diesjährigen ifo Investitionstest beteiligten Firmen lassen erwarten, dass die Einzelhandelsinvestitionen in 2002 wertmäßig um etwa 10% niedriger ausfallen werden als im Vorjahr, die Veränderungsrate liegt damit deutlich unter dem Durchschnitt der gesamten Wirtschaft (knapp – 2%). Damit werden die nominalen Investitionsausgaben des Einzelhandels einschließlich des

Fahrzeughandels voraussichtlich etwa 10,5 Mrd. € erreichen, und die Investitionsquote wird bei einer Realisierung dieser Pläne von 2,7 auf 2,5% zurückgehen; sie läge damit jedoch noch immer weit über dem Durchschnitt der achtziger Jahre (2,1%). Diese Pläne dürften aber nur umgesetzt werden, wenn der Abwärtstrend zur Jahresmitte – wie vom Einzelhandel erhofft (o.V. 2002a) – ausläuft und in einen zumindest moderaten Umsatzzuwachs übergeht. Nach den Plänen zu schließen, gibt es bei der Investitionsbereitschaft zwischen den Großunternehmen und dem mittelständischen Einzelhandel, im Gegensatz zum Vorjahr, keine gravierenden Unterschiede; dies gilt auch für west- und ostdeutsche Unternehmen.

Bau- und Ausrüstungsinvestitionen schrumpfen fast im Gleichschritt

Der Schwerpunkt der Investitionstätigkeit lag auch 2002 bei Betriebs- und Geschäftsausstattungen sowie Fahrzeugen, die Ausgaben hierfür werden wohl einen Anteil an den gesamten Einzelhandelsinvestitionen von rund 64% erreichen, so hoch war er noch nie. Dieses Investitionsverhalten zeigt, dass sich im Einzelhandel der Einsatz moderner Informations- und Kommunikationstechniken flächendeckend durchgesetzt hat und Rationalisierungspotentiale konsequent ausgeschöpft werden. Die insgesamt höhere Technisierung der Warendistribution, nicht zuletzt auch aufgrund der Fortschritte beim E-Commerce, hält auch die Investitionsausgaben hoch. 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 US-Handelsgruppen 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 wohl im Januar 2003 eingeführt. Vertreter des Handels schätzen, dass in ihren Geschäften über 80 000 Rücknahmeautomaten in-

stalliert werden müssten, die einen Investitionsaufwand von bis zu 1,5 Mrd. € erfordern würden. Auch die laufende Unterhaltung dieser Rücknahmeeinrichtungen und die Verrechnung des Pfandentgelts werden 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, der ein wettbewerbsentscheidender Faktor geworden ist. Die Aufhebung des Rabattgesetzes in Deutschland hat dazu geführt, dass jetzt auch mittelständische Handelsunternehmen Kunden- oder sog. Pay-back-Karten zusammen mit der erforderlichen Technik 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. Inzwischen wird jedoch auch versucht, dieses Ziel möglichst kostengünstig zu erreichen (o.V. 2002b). 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 für diese z.T. anspruchsvollen und beratungsintensiven Produkte 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, um weiteren Verlusten beim Anteil an den Konsumausgaben der Verbraucher nachhaltig 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 äußerst umstrittenen Fabrikverkaufszentren (Factory-Outlet-Center) nun wohl nach und nach auch in Deutschland realisiert werden, teilweise auch von angelsächsischen Investorengruppen. Infolge der restriktiven Begrenzung der Verkaufsflächen dieser neuen herstellergesteuerten Betriebstypen wird ihre Wettbewerbswirkung indessen wohl nicht so bedeutend sein, wie oft befürchtet.

Bauinvestitionen weiter rückläufig

Gemessen an der Einwohnerzahl sind großflächige Fachmärkte (Retail Warehouses) beispielsweise in Belgien, Frank-

reich 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 der Teilnehmer am ifo Investitionstest 2002 in allen Unternehmensgrößenklassen zurückgehen, insbesondere jedoch bei den kleinen und mittleren Firmen. Der Bauanteil an den gesamten Investitionsausgaben des Einzelhandels wird damit auf 36% 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. 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 intensiv.

Auch in Ostdeutschland ist der Bauboom bei Einzelhandelsimmobilien zum Erliegen gekommen. Die am Investitionstest beteiligten Firmen wollen ihre Bauinvestitionen abermals reduzieren. Angesichts regionaler und lokaler Überangebote an Einzelhandelsflächen, insbesondere in peripheren Lagen, kommt es bereits relativ häufig zu Ladenschließungen und vermehrten Leerständen. Nicht wenige Stimmen aus dem Handel warnen vor weiteren neuen Verkaufsflächen und den damit verbundenen negativen Auswirkungen auf die ohnehin schon rückläufige Flächenproduktivität. Für die dringend erforderliche Steigerung der Rendite sind in Deutschland umfangreiche Stilllegungen von Einzelhandelsflächen erforderlich. Es gibt Studien, die nachweisen, dass Deutschland 36% mehr Verkaufsfläche je Einwohner aufweist als Frankreich und sogar 53% mehr als Großbritannien. Die Flächenproduktivität soll in beiden Ländern doppelt so hoch sein wie in der Bundesrepublik (Weber 2002).

Infolge 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 nun 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

- Lambertz, J.E. (2002), »Entwicklung im Einzelhandel im Jahr 2001«, *Wirtschaft und Statistik* (3), 189–194.
O.V. (2002a), »Einzelhandel hofft auf Stimmungsumschwung«, *Süddeutsche Zeitung* vom 1. Juli.
O.V. (2002b), »Wasserrohr statt Wandregal«, *HandelsBerater* (5).
Weber, S. (2002), »Einzelhandel tief in der Krise«, *Süddeutsche Zeitung* vom 21. Mai.