ECONSTOR
*Make Your Publications Visible.*

A Service of

ZBW Leibniz-Informationszentrum Wirtschaft
Leibniz Information Centre for Economics

Birnbrich, Manuel

**Article**

# Einzelhandel: Hoffnung auf den Aufschwung bislang enttäuscht – weiter rückläufige Entwicklung der Investitionen

ifo Schnelldienst

**Provided in Cooperation with:**
Ifo Institute – Leibniz Institute for Economic Research at the University of Munich

*Suggested Citation:* Birnbrich, Manuel (2004) : Einzelhandel: Hoffnung auf den Aufschwung bislang enttäuscht – weiter rückläufige Entwicklung der Investitionen, ifo Schnelldienst, ISSN 0018-974X, ifo Institut für Wirtschaftsforschung an der Universität München, München, Vol. 57, Iss. 14, pp. 24-27

This Version is available at:
https://hdl.handle.net/10419/164082

**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.*

WWW.ECONSTOR.EU

Mitglied der Leibniz-Gemeinschaft

# Einzelhandel: Hoffnung auf den Aufschwung bislang enttäuscht – weiter rückläufige Entwicklung der Investitionen



Manuel Birnbrich

**Der erwartete konjunkturelle Aufschwung hat den deutschen Einzelhandel immer noch nicht erfasst. Signalisierten die Indikatoren für den Einzelhandel zum Jahresbeginn 2004 noch eine leichte Erholung, so ist zur Mitte des Jahres wieder Ernüchterung eingekehrt. Das ifo Geschäftsklima im Einzelhandel zeigte sich im Juni 2004 gegenüber Mai deutlich eingetrübt und sogar schlechter als im Juni 2003. Im Juli besserte es sich saisonbereinigt nur leicht. Die Umsätze gingen laut Statistischem Bundesamt 2003 mit nominal – 0,5% und real – 0,6% zum zweiten Mal in Folge zurück. In den ersten vier Monaten 2004 verzeichnete der Einzelhandel einen Umsatzrückgang gegenüber dem vergleichbaren Vorjahreszeitraum von nominal 1,3% und real 1,0%. Die Steuerreform zu Beginn des Jahres, die den privaten Haushalten in der Regel ein höheres verfügbares Einkommen bescherte, hat nicht zu einer Umsatzbelebung im Einzelhandel geführt. Die Konsumausgaben der privaten Haushalte, die, gemessen in Preisen von 1995, bereits in den letzten beiden Jahren gesunken waren, gingen im ersten Vierteljahr 2004 weiter geringfügig um 0,1% zurück. Während einzelne große Handelsunternehmen sich gegen den Trend behaupten und flächenmäßig weiter expandieren konnten, steht der inhabergeführte Facheinzelhandel immer stärker unter Wettbewerbs- und Kostendruck. Der Hauptverband des Deutschen Einzelhandels (HDE) rechnet, nach 35 000 Geschäftsaufgaben im letzten Jahr, für 2004 mit weiteren 30 000 Schließungen und prognostiziert lediglich 10 000 bis 15 000 Neueröffnungen. Die Ergebnisse des ifo Investitionstests deuten insgesamt auf einen weiteren Rückgang der Investitionen im Einzelhandel hin, der aber nicht so stark ausfallen dürfte wie im vergangenen Jahr.**

## Weiter sinkende Umsätze und Rückgang der Beschäftigung

Der Einzelhandel befindet sich in einer anhaltend schwierigen konjunkturellen und strukturellen Situation. Sein Umsatz (ohne KFZ, Tankstellen und Apotheken) belief sich im letzten Jahr auf rund 368 Mrd. € und ging damit im zweiten Jahr in Folge zurück (o.V. 2004a). In den ersten vier Monaten dieses Jahres sanken die nominalen Umsätze laut Zahlen des Statistischen Bundesamtes im Vergleich zum entsprechenden Vorjahreszeitraum besonders stark im Versandhandel (speziell bei den Universalversendern: – 10,6%) sowie im Facheinzelhandel mit Rundfunk-, Fernseh-, Phonogeräten und Zubehör (– 7,9%). Betroffen von der Kaufzurückhaltung der privaten Haushalte sind auch die Warenhäuser (– 2,5%), die in ihrer Positionierung gegenüber den Konsumenten wohl noch keine wettbewerbsadäquate Lösung gefunden haben. Einzelne Fachzweige des Einzelhandels verzeichneten aber auch Umsatzzuwächse, so z.B. der Handel mit Kraftwagenteilen und Zubehör (+ 8,0%), der Facheinzelhandel mit Kosmetik- und Körperpflegemitteln (+ 4,0%) sowie der Bereich Bau- und Heimwerkerbedarf (+ 2,9%).

Die Gesamtzahl der Beschäftigten im Einzelhandel (ohne Kfz-Handel und Zubehör, Tankstellen) verringerte sich im Jahr 2003 gegenüber 2002 um 1,8%. In den ersten vier Monaten 2004 betrug der Rückgang gegenüber dem entsprechenden Vorjahreszeitraum 1,1%. Die Entwicklung ist aber differenziert zu betrachten: Während die Zahl der Vollzeitbeschäftigten von Januar bis April 2004 um gut 4% sank, stieg die Zahl der Teilzeitbeschäftigten um 1,5%. In einzelnen Branchen, wie dem Elektrofachhandel und im Bereich Bekleidung, wurden sowohl im Vollzeit- als auch im Teilzeitbereich in besonders starkem Maß Arbeitsplätze abgebaut. Einen Zuwachs an Vollzeitstellen gab es nur in sehr wenigen Branchen, am stärksten noch im Einzelhandel mit Gesundheits- und Körperpflegeartikeln (+ 2,7%). Für dieses Jahr rechnen 41% der Teilnehmer am ifo Investitionstest mit einer Verringerung der Beschäftigtenzahl in ihren Unternehmen, nur gut 4% können sich eine Erhöhung ihres Personalbestandes vorstellen. Die Ergebnisse des monatlichen ifo Konjunkturtests sprechen aber für eine Abschwächung des Personalabbaus gegenüber 2003.

## Geschäfts- und Konsumklima: nur wenige Lichtblicke

Für die ersten Monate des Jahres 2004 deutete der ifo Konjunkturtest für den Ein-

zelhandel zunächst eine leichte Erholung an: Bis einschließlich Mai schätzte der überwiegende Teil der befragten Firmen die Geschäftslage zwar nach wie vor als »schlecht« ein, allerdings wurden die negativen Stimmen sukzessive weniger. Auch die Orderpläne der Unternehmen entwickelten sich weniger restriktiv, trotz eines im zweiten Quartal 2004 wieder gestiegenen Lagerdrucks. Im Juni hat die zaghafte konjunkturelle Erholung aber wieder einen Dämpfer erhalten: Per saldo gut jedes dritte befragte Einzelhandelsunternehmen bezeichnete seine Geschäftslage als »schlecht«. Auch erwarteten im Juni mit per saldo gut 23% wieder mehr Unternehmen eine ungünstigere Geschäftsentwicklung bis zum Ende des Jahres (Mai: 14,4%). Im Juli wurde die Geschäftslage zwar nicht mehr ganz so negativ beurteilt, die Geschäftsaussichten verschlechterten sich aber weiter.

Die verfügbaren Einkommen der privaten Haushalte nahmen 2003 um 1% zu, im ersten Quartal 2004 um 1,5%. Die jüngste ifo Konjunkturprognose 2004/2005 geht für 2004 von einer Zunahme des verfügbaren Einkommens von nominal 2,3%, real aber nur 0,5% aus. Die realen Konsumausgaben der privaten Haushalte werden voraussichtlich ebenfalls um 0,5% steigen (vgl. Flaig, Nierhaus, Kuntze et al. 2004). Es ist aber fraglich, inwieweit der leichte Anstieg dieser Ausgaben positive Impulse auf den Einzelhandel haben wird, da ein immer kleinerer Teil der Ausgaben für privaten Konsum in seine Kassen fließt. Inzwischen tätigen die privaten Haushalte nur noch knapp ein Drittel ihrer gesamten Konsumausgaben im Einzelhandel. 1991 waren es noch gut 43% (Täger 2003). Ein wachsender Teil des privaten Konsums entfällt auf Dienstleistungen verschiedenster Art, Mieten, Energiekosten, Altersvorsorge und Gesundheitspflege. Zunehmend werden Waren, insbesondere von jüngeren Konsumenten, im Internet oder in Verkaufsstellen gekauft, die nicht zum klassischen Einzelhandel gehören, z.B. in Tankstellenshops mit ihrem immer umfangreicheren Warensortiment.

Die Sparquote der privaten Haushalte stieg von 10,6% (2002) auf nunmehr 10,9% und wird wegen der Unsicherheit hinsichtlich des Arbeitsmarktes und der zukünftigen finanziellen Belastungen durch Renten- und Krankenversicherung sowie wegen der notwendigen privaten Altersvorsorge etwa so hoch bleiben wie im Vorjahr (Arbeitsgemeinschaft deutscher wirtschaftswissenschaftlicher Forschungsinstitute e.V. 2004). Durch die anhaltend hohe Arbeitslosigkeit und die bestehende Unsicherheit über die Zukunft des Arbeitsplatzes üben viele Verbraucher große Zurückhaltung in ihrem Kaufverhalten, insbesondere bei langfristigen Konsumgütern. Die Anschaffungsneigung der Verbraucher ist zwar, laut Untersuchungen der GfK, seit Beginn des Jahres etwas gestiegen. Diese leichte Verbesserung muss allerdings vor dem Hintergrund betrachtet werden, dass per saldo immer noch etwa jeder vierte Verbraucher es in Anbetracht der allgemeinen Wirtschaftslage derzeit nicht für ratsam hält, größere Anschaffungen zu tätigen. Langfristig dürfte auch die demographische Entwicklung mit einer bevorstehenden Schrumpfung der Bevölkerungszahl und einem geringer werdenden Anteil jüngerer, konsumfreudiger Bevölkerungsteile dem Einzelhandel stärker zu schaffen machen. Zu einer durchgreifenden Besserung für den Einzelhandel dürfte es mittelfristig erst mit einer deutlichen Erhöhung der Erwerbstätigen am ersten Arbeitsmarkt kommen.

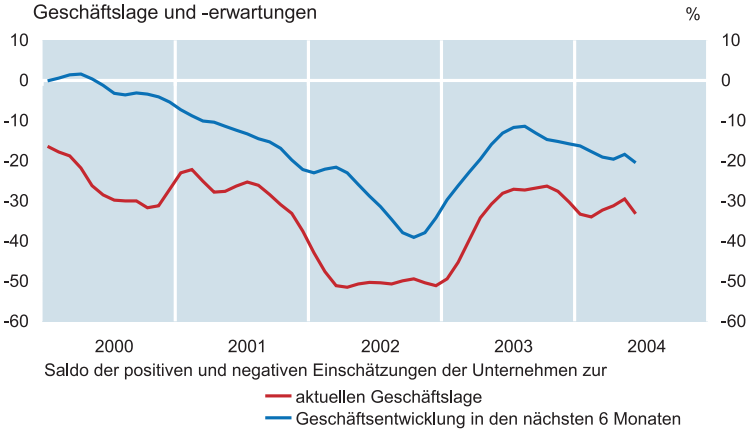
Von den Teilnehmern am ifo Investitionstest rechnen für das laufende Jahr mehr als 50% mit einer Verringerung ihres Umsatzes gegenüber 2003, knapp 15% sind der Auffassung, 2004 höhere Umsätze als im letzten Jahr erzielen zu können. Im Jahr 2004 ist im Einzelhandel mit einer nominalen Umsatzstagnation zu rechnen.

## Der Einzelhandel partizipiert kaum an gesamtwirtschaftlich steigenden Investitionen

Die Gemeinschaftsdiagnose der sechs großen deutschen Wirtschaftsforschungsinstitute vom April 2004 prognostiziert für dieses Jahr, nach mehrjähriger rückläufiger Entwicklung, gesamtwirtschaftlich wieder eine teilweise zunehmende Investitionstätigkeit. Danach werden die Investitionen in Ausrüstungen und sonstige Anlagen, arbeitstäglich bereinigt, um 1,4% (real) steigen. Die Bauinvestitionen dagegen werden voraussichtlich um 0,8% sinken, im gewerblichen Bau sogar um 3,4% (vgl. Arbeitsgemeinschaft deutscher wirtschaftswissenschaftlicher Forschungsinstitute e.V. 2004).

**Abb. 1**

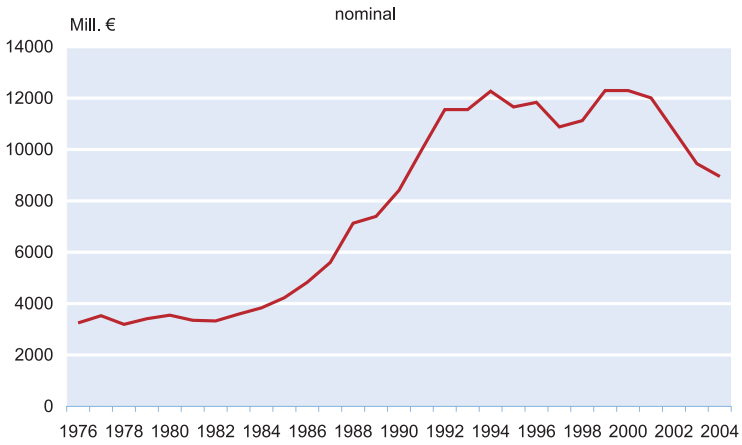
**Einzelhandel insgesamt**




Quelle: ifo Konjunkturtest.

Abb. 2

**Investitionen im Einzelhandel**




Quelle: ifo Investitionstest.

Die Ergebnisse des diesjährigen ifo Investitionstests im Einzelhandel deuten darauf hin, dass – im Gegensatz zur gesamtwirtschaftlichen Prognose – die Investitionen in dieser Branche auch 2004 weiter sinken werden, allerdings nicht so stark wie im Vorjahr. Ein Drittel der befragten Firmen plant für 2004 eine Verringerung der **Bruttoanlageinvestitionen** gegenüber 2003. Die Unternehmen, die ihre Investitionen erhöhen wollen, sind zwar immer noch in der Minderheit, allerdings ist ihr Anteil im Vergleich zu 2003 von 8 auf 12,6% gestiegen. Eine deutlich höhere Investitionsbereitschaft zeigt sich bei den größeren Unternehmen mit mehr als 25 Mill. € Jahresumsatz: Im Vergleich zum Vorjahr ist der Anteil der Unternehmen aus dieser Größenklasse, die höhere Bruttoanlageinvestitionen planen, von 12,5 auf 32% gestiegen. Kleine und mittlere Unternehmen, die durchaus investitionsbereit sind, aber vermutlich nicht über genügend finanzielle Mittel verfügen, dürften durch die zurzeit restriktive Kreditpolitik der Banken beeinflusst werden. Insgesamt ist mit einem Rückgang der Investitionen in der Größenordnung von – 5% zu rechnen. Die Investitionsquote dürfte nochmals sinken und nur noch bei gut 2% liegen, gegenüber dem Rekordjahr 1996 mit 3% ist dies ein beachtlicher Niveauverlust.

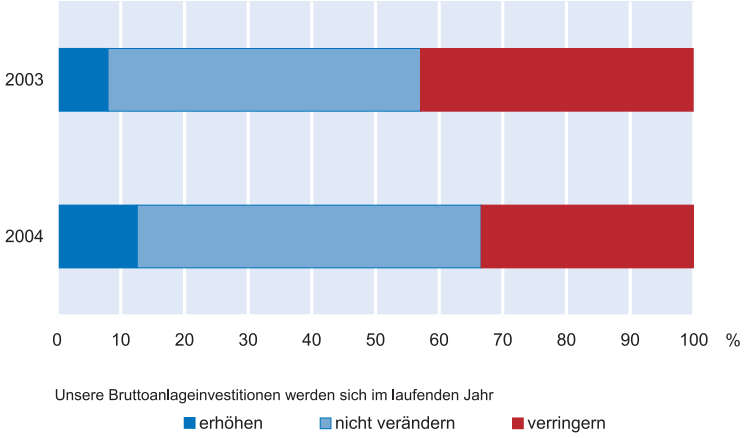
## Flächenexpansion setzt sich fort

Die **Bauinvestitionen** im Einzelhandel werden nach den Planungen der Teilnehmer am ifo Investitionstest auch in diesem Jahr zurückgehen. Mehr als 22% der Unternehmen rechnen mit geringeren Investitionen, und nur 9% wollen 2004 mehr für Bauten ausgeben. Von den größeren Unternehmen plant dagegen mehr als jedes vierte eine Erhöhung seiner Bauinvestitionen. Insgesamt dürfte der Bauanteil an den Gesamtinvestitionen bestenfalls bei etwa 35% stagnieren.

Trotz der seit Jahren rückläufigen Bauinvestitionen wächst die gesamte Verkaufsfläche in Deutschland immer weiter an. Dieser scheinbare Widerspruch erklärt sich dadurch, dass ein beträchtlicher Teil der Bauinvestitionen nicht in den Bilanzen der Einzelhandelsunternehmen auftaucht, da dieser geleast, anderweitig gemietet oder in eigene Immobiliengesellschaften ausgegliedert ist. So entstehen beispielsweise zahlreiche große Bauinvestitionen *für* den Handel (z.B. Shopping-Center), die aber nicht *vom* Handel selbst getätigt werden, sondern von speziellen Projektentwicklungsgesellschaften oder ausgegliederten Tochterunternehmen, die in der amtlichen Statistik nicht zum Handel gezählt werden. Es sind hauptsächlich die Großunternehmen des filialisierten Konsumgüterhandels, die ihre Verkaufsflächen deutlich erweitern. Vor allem die Discounter und sonstige Fachmarkt-Filialsysteme haben in standortgünstigen Lagen neue, flächenintensive Geschäfte eröffnet. Die Flächenexpansion wird auch durch die Neueröffnung moderner, großflächiger Einkaufszentren vorangetrieben. Inzwischen verfügt Deutschland mit rund 1,4 m² pro Einwohner über mehr Verkaufsfläche als jedes andere Land in Europa. Trotz eines bereits jetzt diagnostizierten »Overstoring« wird sich das Flächenwachstum wegen des anhaltenden Trends zu großzügiger und ansprechender Warenpräsentation fortsetzen. Noch immer investieren spezielle Immobilienfonds ungebremst in große Einzelhandelsobjekte (Weber 2004). Die Zahl der Shopping-Center ab 15 000 m² ist in den letzten Jahren stetig gewachsen und wird sich bis Ende 2005 voraussichtlich weiter von derzeit 308 auf 325 er-

Abb. 3

**Investitionsplanungen im Einzelhandel**




Quelle: ifo Investitionstest.

höhen (o.V. 2004b). In manchen Regionen, z.B. im Ruhrgebiet, findet eine Art »Wettrüsten« benachbarter Städte um die Ansiedlung von Einzelhandelsgroßprojekten statt, weil die Städte unter allen Umständen Kaufkraftabflüsse in die Nachbargemeinden verhindern wollen. Da nicht in gleichem Umfang Flächen aus dem Markt genommen werden wie neue entstehen, verschlechtert sich wegen der allgemein rückläufigen Umsatzentwicklung die Flächenproduktivität weiter. Für viele mittelständische Handelsbetriebe wird es deshalb zu existenzgefährdenden Ertragsverschlechterungen kommen.

Ebenso wie die Bauinvestitionen dürften sich auch die Investitionen in Ausrüstungen (einschl. Kfz und sonst. Anlagen), entgegen der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung, weiter verringern: 28% der für den ifo Investitionstest befragten Einzelhandelsunternehmen rechnen für dieses Jahr mit einem Rückgang ihrer Ausgaben für Ausrüstungen. Eine Ausweitung der Ausrüstungsinvestitionen ist bei gut 14% der Firmen geplant, bei den größeren Unternehmen sind es sogar 29%. Auch in diesem Bereich werden die tatsächlichen Investitionen im Einzelhandel von der amtlichen Statistik unterschätzt, da insbesondere wertintensive Ausrüstungsgüter wie Fahrzeuge, EDV-Anlagen sowie Logistik- und Lagereinrichtungen oft geleast werden.

Die Investitionen im Einzelhandel konzentrieren sich nach Untersuchungen des EuroHandelsinstituts (EHI) momentan vor allem auf eine moderne Warenpräsentation, insbesondere Umbaumaßnahmen für eine kundengerechtere Warenanordnung. Investiert wird zum Beispiel in höherwertiges Material sowie im Lebensmittelbereich in den letzten Jahren verstärkt in moderne Kühlanlagen. Die Renovierungszyklen im Einzelhandel haben sich verlängert, und zwar im Lebensmittelhandel um ein Jahr auf durchschnittlich 9,7 Jahre, im Non-Food-Bereich um 1,5 Jahre auf 8,5 Jahre. Wegen der sich ausbreitenden »Modulbauweise« in vielen Einzelhandelsbranchen werden seltener komplette Ladenumbaumaßnahmen nötig. Stattdessen können nach und nach einzelne Module den jeweils modernen Erfordernissen an die Warenpräsentation angepasst werden (Horbert 2004). Die Investitionen der Großunternehmen des Handels, die in den letzten Jahren gegenüber dem inhabergeführten Facheinzelhandel kontinuierlich an Marktterrain gewonnen haben, konzentrieren sich auf die Verdichtung des Filialnetzes sowie die Modernisierung einzelner Filialen im Inland und in zunehmendem Maß auf ausländische Märkte, welche sich durch ein hohes Wachstum der Konsumausgaben auszeichnen.

## Literatur

Arbeitsgemeinschaft deutscher wirtschaftswissenschaftlicher Forschungsinstitute e.V. (2004), »Die Lage der Weltwirtschaft und der deutschen Wirtschaft im Frühjahr 2004« (»Gemeinschaftsdiagnose«), *ifo Schnelldienst* 57(8), 3–46.

Decker, J. (2004), »Entwicklung im Einzelhandel im Jahr 2003«, *Wirtschaft und Statistik* (3), 308–314.

Flaig, G., W. Nierhaus, O.-E. Kuntze et al. (2004), »ifo Konjunkturprognose 2004/2005: Konjunktur gewinnt an Fahrt«, *ifo Schnelldienst* 57(12), 10–36.

Horbert, C. (2004), »Easy Shopping am POS«, ***Handelsjournal*** (6), 42–43.

o.V. (2004a), Einzelhandel dämpft Hoffnung. Aufschwung kommt erst 2005«, *Handelsblatt* vom 9. März, 1.

o.V. (2004b), »Shopping Center expandieren weiter«, ***Handelsjournal*** (6), 32.

Täger, U.Chr. (2003), »Strukturwandel im Handel beschleunigt sich weiter«, *ifo Schnelldienst* 56(11), 10–21.

Weber, St. (2004), »Fonds investieren in neue Verkaufsflächen«, *Süddeutsche Zeitung* vom 22. März, 20.