

Demmelhuber, Katrin; Wohlrabe, Klaus

Article

Branchen im Fokus: Einzelhandel mit Bekleidung

ifo Schnelldienst

Provided in Cooperation with:

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

Suggested Citation: Demmelhuber, Katrin; Wohlrabe, Klaus (2020) : Branchen im Fokus: Einzelhandel mit Bekleidung, ifo Schnelldienst, ISSN 0018-974X, ifo Institut - Leibniz-Institut für Wirtschaftsforschung an der Universität München, München, Vol. 73, Iss. 11, pp. 63-66

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/227453>

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.

Katrin Demmelhuber und Klaus Wohlrabe

Branchen im Fokus: Einzelhandel mit Bekleidung

Der Einzelhandel mit Bekleidung wird in der Gliederung der Klassifikation der Wirtschaftszweige, Ausgabe 2008 (WZ 2008) im Handelsabschnitt G unter dem Viersteller 47.71 gelistet. Er ist dem Bereich »Einzelhandel mit sonstigen Gütern (in Verkaufsräumen)« 47.7 zugeordnet.

STRUKTUR DER BRANCHE

Laut der »Jahresstatistik im Handel 2018« des Statistischen Bundesamts zählte der Bekleidungseinzelhandel im September 2018 ca. 110 000 Unternehmen mit etwa 1,2 Mio. Beschäftigten. Die Branche ist also sehr kleinteilig strukturiert. Die Händler erzielten einen Umsatz von knapp 150 Mrd. Euro. Tabelle 1 zeigt die Branchenstruktur. Zur Ergänzung an dieser Stelle im Folgenden auch die Daten zum entsprechenden Online- und Versandhandelsbereich: Der »Versand- und Internet-Einzelhandel mit Textilien, Bekleidung, Schuhen und Lederwaren« unter der Kennzahl 47.91.1 zählte im September 2018 ca. 5 100 Unternehmen mit knapp 61 000 Beschäftigten und einem Umsatz von 17,5 Mrd. Euro.

Laut den aktuelleren Daten aus der amtlichen Monatsstatistik war im August 2020 gegenüber der Vorjahresperiode beim Umsatz des (stationären) Bekleidungseinzelhandels ein Rückgang in Höhe von 11,8% zu verzeichnen. Während des Lockdown im März und April betrug die Abnahme sogar 56,5% bzw. 78%. Bei der Anzahl der Beschäftigten gab es im August gegenüber dem Vorjahresmonat eine Reduzierung in Höhe von 9,2% (März: - 6,3%, April: - 11,3%). Bedingt durch Verschiebungen in Richtung Online-Shopping steigerte sich demgegenüber der Umsatz im Online-Handel im August um 17,4% (März: - 10,7%, April: + 20,8%). Personalabbau war in diesem Sektor im Vergleich kaum zu beobachten, die Abnahme gegenüber dem Vorjah-

IN KÜRZE

Der Einzelhandel mit Bekleidung zeichnet sich durch eine kleinteilige Struktur aus. Neben den großen Ketten gibt es eine Vielzahl an kleinen, häufig eigentümergeführten Modeläden. Der Einbruch der Geschäfte in Folge der Coronakrise fiel für die stationären Modeeinzelhändler im Vergleich zum gesamten Einzelhandel besonders stark aus. Gegenwärtig gibt es auch wenig Hoffnung unter den Händlern, dass sich die Situation in der nahen Zukunft bessern wird. Die Coronakrise beschleunigt zumindest teilweise den Trend hin zu mehr Online-Verkäufen auf Kosten des stationären Einzelhandels.

resmonat lag aktuell bei 1,6% und fiel in den Vormonaten noch geringer aus.

Zur Bewältigung der Krise waren bzw. sind viele Einzelhändler auf Kurzarbeit angewiesen. Die gesetzlichen Hürden zur Inanspruchnahme von Kurzarbeit wurden in den vergangenen Monaten stark gesenkt. Im Einzelhandel dürfte der Anteil der Kurzarbeiter im September nach Schätzungen des ifo Instituts bei etwa 7% gelegen haben (vgl. Tab. 2), ein deutlicher Rückgang im Vergleich zu den Vormonaten, insbesondere zum Mai, als zahlreiche Geschäfte aufgrund der Eindämmungsmaßnahmen noch nicht wieder geöffnet hatten und die Quote noch 28,2% betragen hatte.¹ Nach den Monatszahlen zur realisierten Kurzarbeit der Bundesagentur für Arbeit (Stand: September 2020) gab es im Bereich 47 »Einzelhandel (ohne Handel mit Kfz)« im Juni 2020 rund 42 000 Betriebe,

¹ Diese Schätzungen beruhen auf regelmäßigen Sonderfragen in der monatlichen Konjunkturumfrage. Für die Hintergründe der Schätzungen siehe Link und Sauer (2020a; 2020b; 2020c).

Tab. 1

Branchenstruktur Einzelhandel mit sonstigen Gütern (in Verkaufsräumen) 2018

WZ 2008		Unternehmen	Beschäftigte	Umsatz	Umsatz aus E-Commerce
		Anzahl		Mio. Euro	%
47.7	Einzelhandel mit sonstigen Gütern (in Verkaufsräumen)	109 232	1 166 961	149 728	2,7
45.71	Einzelhandel mit Bekleidung	24 346	353 772	36 502	4,9
45.72	Einzelhandel mit Schuhen und Lederwaren	5 593	85 272	9 062	4,8

Quelle: Statistisches Bundesamt, Jahresstatistik im Handel.

Tab. 2

ifo-Schätzung der Kurzarbeit nach Wirtschaftsbereichen

			Gesamtwirtschaft	Handel	Kfz-Handel	Großhandel	Einzelhandel
Mai 2020	Kurzarbeiter	KUA ^a	7 276 250	1 333 999	289 363	361 915	682 721
		Anteil ^b in %	21,8	29,7	43,6	25,7	28,2
Juni 2020	Kurzarbeiter	KUA ^a	6 721 490	963 392	215 274	331 151	416 967
		Anteil ^b in %	20,1	21,4	32,5	23,5	17,2
Juli 2020	Kurzarbeiter	KUA ^a	5 552 289	636 570	139 595	256 608	240 367
		Anteil ^b in %	17	14	21	18	10
	Arbeitsausfall	je KUA in %	43	39	39	41	37
		gesamt in %	7	5	7	7	4
August 2020	Kurzarbeiter	KUA ^a	4 653 719	515 407	103 152	227 391	184 864
		Anteil ^b in %	14	11	16	16	8
	Arbeitsausfall	je KUA in %	41	38	37	38	37
		gesamt in %	6	4	5	6	3
September 2020	Kurzarbeiter	KUA ^a	3 733 009	406 081	64 987	180 733	160 361
		Anteil ^b in %	11	9	10	13	7
	Arbeitsausfall	je KUA in %	39	35	35	36	34
		Gesamt in %	5	3	3	4	2

^a Schätzung des ifo Instituts. ^b Anteil Kurzarbeiter an sozialversicherungspflichtig Beschäftigten.

Quelle: Bundesagentur für Arbeit; Schätzungen des ifo Instituts.

die Kurzarbeit angeordnet hatten (Mai: ca. 53 000, April: 71 000, März: 46 500).

KONJUNKTURELLE ENTWICKLUNG

Wie ist es aktuell um den Bekleidungseinzelhandel bestellt? Abbildung 1 zeigt den Indikator zur aktuellen Geschäftslage der Branche im Vergleich zum gesamten Einzelhandel (ohne Kfz). Die Einschätzungen der Händler mit Bekleidung liegen per saldo beständig unter denen des gesamten Einzelhandels. Eine deutliche Verschlechterung bei den Modehändlern zeichnete sich schon im März ab. Der Tiefpunkt wurde im April erreicht, alle an der Umfrage teilnehmenden Unternehmen sprachen von einer schlechten Geschäftslage. Dies war nicht überraschend, da alle Geschäfte geschlossen werden mussten. Der Einbruch der Lagebeurteilung im gesamten Einzelhandel fiel zwar auch massiv, aber nicht ganz so stark wie

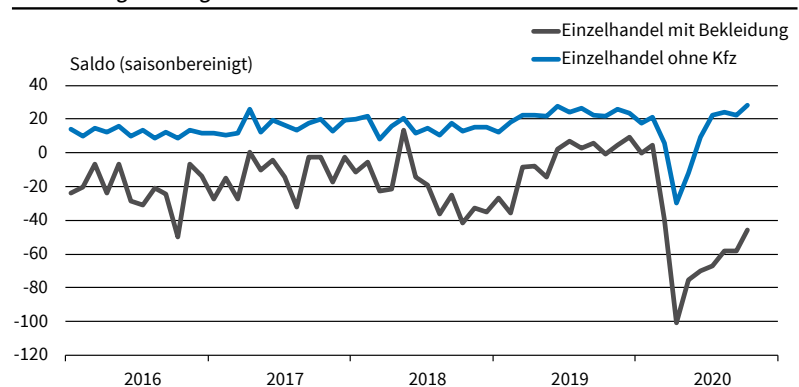
im Modeeinzelhandel aus. Dies lag vor allem daran, dass Supermärkte und Drogerien offenbleiben durften und in dieser Zeit ein starkes Umsatzwachstum erlebten. Zudem berichteten die Bekleidungseinzelhändler in der monatlichen Umfrage von viel zu hohen Lagerbeständen. Der Abverkauf lag deutlich unter den Erwartungen. Den Einbruch bei den Verkäufen versuchten die Händler mit Preissenkungen abzufedern. Und es gab vermehrt Beschäftigungsabbau beim Verkaufspersonal.

Die Ergebnisse in Abbildung 1 werden durch die Entwicklung der realen Umsätze bestätigt (vgl. Abb. 2). Die Umsatzverluste waren im Bekleidungseinzelhandel in den vergangenen Monaten erheblich. Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum betrugen sie während des Lockdown im März knapp 57% und im April sogar 78%. Im August lag der Rückgang noch bei knapp 12 Prozentpunkten. Neben der Schließung der Geschäfte gab es auch andere Ursachen. So hatten Beschäftigte in Kurzarbeit weniger Geld zur Verfügung. Auch das Interesse an Modekäufen dürfte aufgrund der unsicheren Wirtschaftslage bei vielen Konsumenten zurückgegangen sein. Zumal viele sonst übliche Kaufanlässe fehlten, wie z.B. Familientreffen, Urlaubsreisen oder gesellschaftliche und kulturelle Veranstaltungen.

Laut dem Google-Mobility-Report vom 15. Oktober 2020 (vgl. Abb. 3) hat die Mobilität in Deutschland im Bereich Einzelhandel und Freizeit (dieser umfasst Mobilitätstrends für Orte wie Einkaufszentren, Restaurants, Freizeitparks, Museen und Kinos) im Vergleich zum Referenzwert² am aktuellen Rand um rund

² Der Referenzwert ist der Medianwert für den entsprechenden Wochentag im Zeitraum vom 3. Januar bis zum 6. Februar 2020. Durch den Vergleich mit dem jeweils gleichen Wochentag in der Referenz-

Abb. 1
Geschäftslage im Vergleich



Quelle: ifo Konjunkturumfragen.

© ifo Institut

9% abgenommen. Bei Geschäften für den täglichen Bedarf (Lebensmittel und Apotheken) war hingegen eine Zunahme um ca. 5% zu verzeichnen. Ein massiver Einbruch war während des Shutdown im März und April sichtbar.

Nach Angaben des Handelsverbands Deutschland (HDE) ist die Situation für viele Bekleidungseinzelhändler gerade in den Stadtzentren weiterhin kritisch, auch aufgrund der Mietkosten. So sei bei einem Drittel der Bekleidungshändler eine Anpassung des Mietzinses bzw. der Kaltmiete notwendig geworden, knapp ein Viertel habe Stundungen der Miete ausgehandelt (vgl. Hertel 2020).

WIE GEHT ES WEITER?

Die Corona-Pandemie hat die Weltwirtschaft im ersten Halbjahr 2020 in eine tiefe Rezession gestürzt. Mit der schrittweisen Lockerung der Shutdown-Maßnahmen setzte zum Sommer die Erholung ein. In Deutschland wird die Wirtschaftsleistung laut der ifo Konjunkturprognose für Herbst 2020 im Jahresdurchschnitt um 5,2% niedriger ausfallen als im Jahr 2019. Das Bruttoinlandsprodukt wird voraussichtlich erst im vierten Quartal 2021 sein Vorkrisenniveau erreichen. Die jahresdurchschnittliche Wachstumsrate liegt dann im kommenden Jahr bei 5,1% (Wollmershäuser 2020).

Abbildung 4 stellt die Geschäftserwartungen für den gesamten Einzelhandel (ohne Kfz) sowie für den Bekleidungseinzelhandel dar.³ Für ersteren zeigt sich ein gewisser Pessimismus. Insgesamt gehen die Einzelhändler tendenziell von schlechter laufenden Geschäften in den kommenden sechs Monaten aus. Deutlich pessimistischer sehen die Modeeinzelhändler ihre wirtschaftliche Zukunft. Der Saldo vom Oktober liegt bei -50 Punkten. Nur vereinzelt erhofft man sich eine deutliche Verbesserung in der nahen Zukunft, und die Bestellaktivität der Händler ist deutlich restriktiv ausgerichtet. Es ist davon auszugehen, dass dies auch in den kommenden Monaten so bleiben wird. Zuvor war schon von den Preissenkungen in der jüngeren Vergangenheit berichtet worden. Im September gaben die Händler per saldo an, dass weitere Senkungen nicht vorgesehen waren. Im Oktober berichtete jedoch wieder eine Mehrheit, dass Preisnachlässe wohl weiter ein Mittel der Wahl sind, um die Kundenfrequenz zu erhöhen und die Umsätze wieder anzukurbeln. Es sind zudem weitere Reduzierungen der Mitarbeiterzahl geplant.

Generell sorgt die Corona-Pandemie für weitere Verschiebungen vom stationären Einzelhandel in

periode werden gewisse Verzerrungen behoben, die sich durch regelmäßige Veränderung im Wochenablauf ergeben (starker Pendelverkehr, Einkaufsverhalten an Samstagen). Typische Saisonmuster sind jedoch in den Daten enthalten.

³ Die Konjunkturumfrage im Oktober lief bis einschließlich 23. Oktober, d.h., sie endete vor den Ankündigungen der Einschränkungen für den November.

Abb. 2

Reale Umsatzentwicklung im Einzelhandel mit Bekleidung

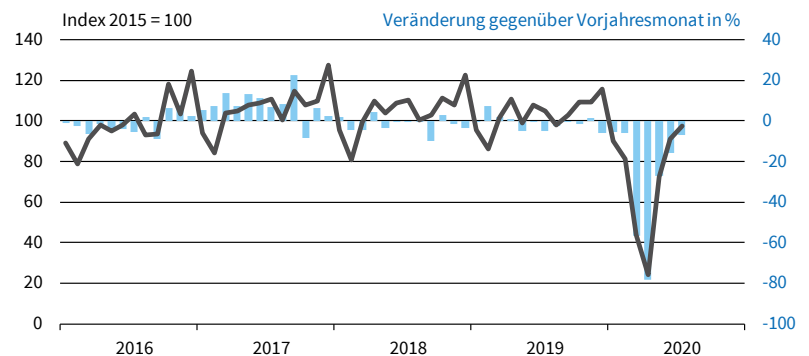


Abb. 3

Mobilitätstrends in Deutschland

Wochendurchschnitt

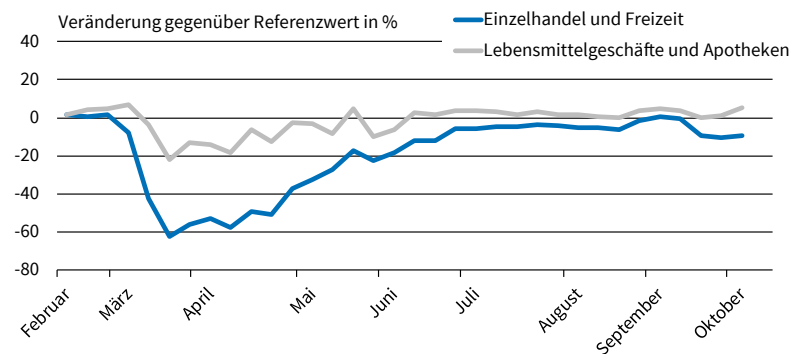
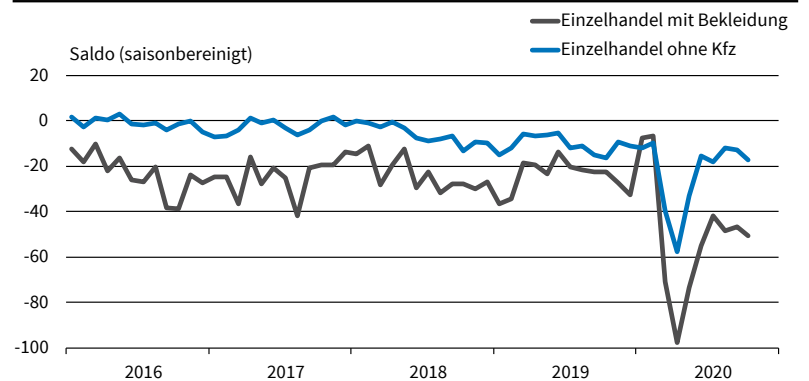


Abb. 4

Geschäftserwartungen im Vergleich



Richtung Online-Shopping. Dabei gewinnt die Zahlungsform als Servicefaktor an Bedeutung, z.B. der Ratenkauf. Dieser ist vor allem bei Spontankäufern und Konsumenten ohne ausgeprägtes Sparverhalten ein wichtiger Faktor (Meier 2020). Gleichzeitig gibt es nach wie vor ein großes Bedürfnis nach dem Einkaufserlebnis am »Point of Sale«. Um in Zukunft relevant für die Konsumenten zu bleiben, sind sicherlich Cross-Channel-Lösungen ein Mittel der Wahl für Einzelhandelsunternehmen.

LITERATUR

Hertel, S. (2020), »Bekleidungshändler und Innenstädte leiden unter Corona-Krise«, Pressemitteilung des HDE, 22. September, verfügbar unter: https://einzelhandel.de/index.php?option=com_content&view=article&id=12922, aufgerufen am 19. Oktober 2020.

Link, S. und S. Sauer (2020a), *Monatlicher Nowcast der realisierten Kurzarbeit auf Basis von Unternehmensbefragungen*, ifo Forschungsberichte Nr. 114, ifo Institut, München.

Link, S. und S. Sauer (2020b), »Umfang der Kurzarbeit steigt in Corona-Krise auf historischen Höchststand«, *ifo Schnelldienst* 73(7), 63–67.

Link, S. und S. Sauer (2020c), »Jeder neunte Beschäftigte in Deutschland in Kurzarbeit – Entwicklung jedoch deutlich rückläufig«, *ifo Schnelldienst* 73(10), 68–72.

Meier, J. (2020), »Ratenkauf bei Konsument*innen immer beliebter«, Pressemitteilung des IFH Köln, 14. Oktober, verfügbar unter: https://www.ifhkoeln.de/wp-content/uploads/2020/10/201014_Ratenkauf_bei_KonsumentInnen_immer_beliebter.pdf, aufgerufen am 19. Oktober 2020.

Wollmershäuser, T. (2020), »ifo Konjunkturprognose Herbst 2020: Deutsche Wirtschaft weiter auf Erholungskurs«, *ifo Schnelldienst Digital* 1(11).