Konjunktur-Pressekonferenz

Hauptverband des Deutschen Einzelhandels (HDE)
13. März 2008, Düsseldorf

Statement von HDE-Hauptgeschäftsführer Stefan Genth

Es gilt das gesprochene Wort

Meine Damen und Herren,

drei große Themen beherrschen den Einzelhandel zur Zeit und treiben ihn um. Die stockenden Tarifverhandlungen, der drohende gesetzliche Mindestlohn und auch die Diskussion um Preiserhöhungen, in der dem Handel allzu oft der schwarze Peter zugeschoben wird. Auf alle drei Themen werde ich später noch eingehen. Doch zunächst zur Konjunktur.

Kurz vor Ostern ist ein guter Zeitpunkt, seine Erwartung für das laufende Jahr zu überprüfen, aber auch noch kurz einen Blick auf das vergangene Jahr zu werfen. Die Antwort auf die Frage, was 2007 dem deutschen Einzelhandel gebracht hat, ist mit einem Wort gesagt enttäuschend. Ein reales Plus gab es gerade einmal in zwei Monaten. Zehn Monate endeten im Minus. Der für den Handel so wichtige Dezember bescherte der Branche einen Umsatzrückgang um 7,1 Prozent. Einen derartigen Einbruch hatten selbst Pessimisten nicht erwartet.

Es überrascht also nicht, dass sich dies auch in unserer aktuellen, bundesweiten Konjunkturumfrage unter Unternehmen aller Branchen, Größen und Standorte zeigt. Die Geschäftslage der Einzelhandelsunternehmen trübte sich im zweiten Halbjahr 2007 gegenüber dem Vorjahreszeitraum deutlich ein. 44 Prozent der Händler berichten von einer Verschlechterung. Die Mehrwertsteuererhöhung wirkt hier deutlich nach. Aber immerhin liefen die Geschäfte für ein Drittel der befragten Betriebe besser. Gerade größere Unternehmen und Filialsysteme schnitten überdurchschnittlich ab. Dies ist eine Entwicklung, die wir seit längerem beobachten. Sie spricht für einen Strukturwandel, der tendenziell mit einem sinkenden Marktanteil des klassischen mit-

telständischen Fachhandels einhergeht. Gleichzeitig gewinnt der filialisierte mittelständische Handel hinzu. Insgesamt müssen die Rahmenbedingungen für den Mittelstand verbessert werden. Das ist eine dringende Aufgabe für Städte und Gemeinden. Für lebendige Städte brauchen wir einen ausgewogenen Branchenmix.

Einen Dämpfer gab es auch bei der Gewinnentwicklung. Steigerten im zweiten Halbjahr 2006 noch 34 Prozent der Betriebe ihren Gewinn, konnten dies im gleichen Zeitraum 2007 nur noch 25 Prozent. Das Bild über alle Branchen hinweg ist dabei sehr uneinheitlich und geprägt von speziellen Firmenkonjunkturen.

Mehrwertsteuer, Abgaben und Energiepreise beanspruchen einen immer größeren Teil der privaten Budgets. Das bekam der Handel 2007 in seinen Kassen deutlich zu spüren. Am Ende brachte das Jahr für den klassischen Einzelhandel ohne Kfz-Handel, Apotheken, Tankstellen und Brennstoffe nach Berechnungen des Statistischen Bundesamts ein Umsatzminus von nominal 0,8 Prozent. Real betrug der Rückgang zwei Prozent. Insbesondere Branchen, die 2006 von Vorzieheffekten der Mehrwertsteuerreform profitierten, mussten nun deutliche reale Umsatzeinbußen hinnehmen. Dies betraf vor allem die Bereiche Uhren und Schmuck mit minus 5,8 Prozent, Möbel und Einrichtungsgegenstände mit einem Minus von 6,2 Prozent und Bau- und Heimwerkerbedarf mit minus 3,6 Prozent. Die Entwicklung wird zum Teil von unseren Branchenfachverbänden sogar noch negativer beurteilt.

Es gab jedoch auch Lichtblicke. So konnten die Händler mit Parfümwaren und Körperpflegemitteln mit plus 2,8 Prozent, Mode mit plus 1,4 Prozent sowie elektronische Haushaltsgeräte und Unterhaltungselektronik mit einem satten Plus von 5,6 Prozent das Vorjahresergebnis übertreffen. Soweit das Statistische Bundesamt.

Insgesamt zeigte sich, dass Impulse verstärkt aus Bereichen kommen, die von Produktneuentwicklungen und Innovationen, modischen Trends und Themen wie Gesundheit und Wellness profitieren.

Erwartungen für 2008, 1. Quartal und Umsatzprognose
Am Konjunkturhimmel sind in den letzten Monaten einige düstere Wolken aufgezogen. Die Bankenkrise und der Taumel der amerikanischen Konjunktur werfen ihre Schatten nach Europa und Deutschland. Der Konsum in Deutschland hängt im Unterschied zu den USA oder Großbritannien nicht unmittelbar von der Entwicklung der Börsen ab. Deshalb werden die Auswirkungen auf den Konsum hierzulande vorerst gering sein. Eine gute Entwicklung am Arbeitsmarkt, steigende Löhne und Gehälter sorgen noch für eine Aufhellung und können den Konsum stimulieren. Der Einzelhandel wird davon 2008 wenn auch in bescheidenem Maß profitieren.

Mit leichtem Optimismus sind die Einzelhandelsunternehmen daher auch in das Jahr 2008 gestartet. Immerhin 35 Prozent der von uns befragten Geschäfte erwarten im ersten Halbjahr 2008 einen Umsatzzuwachs. 42 Prozent rechnen mit einer Entwicklung auf Vorjahresniveau. 23 Prozent gehen von einem Umsatzrückgang aus. Dies deutet eine gegenüber dem Vorjahr etwas bessere Entwicklung an.

Die Zahlen des Statistischen Bundesamts für Januar bestätigen unsere Einschätzung. Demnach hat der Einzelhandel nominal im ersten Monat um 2,7 Prozent zulegen können. Auch wenn wir hierin noch keine Trendwende erkennen können, dürfte sich die positive Entwicklung auch im Februar fortgesetzt haben. Spannend wird der

März mit dem Ostergeschäft. Unter dem Strich wird das erste Quartal besser ausfallen als der von der Mehrwertsteuererhöhung besonders gebeutelte Vorjahreszeitraum.

Deshalb bekräftigen wir unsere Umsatzprognose für 2008. In diesem Jahr erwarten wir für den Einzelhandel ein nominales Umsatzplus von zwei Prozent. Real entspricht das einem bescheidenen Plus von etwa 0,5 Prozent.

Preisentwicklung
Das größte Risiko für die Einzelhandelskonjunktur geht von der Preisentwicklung aus. Ein fortgesetzter, deutlicher Anstieg der Preise könnte die Belebung des Konsums empfindlich stören. Aber wir erwarten, dass der Preisanstieg im Jahresverlauf auch aufgrund des Basiseffekts etwas abflacht. Die Verbraucher werden aber dennoch aufgrund steigender Rohstoff-, Energie- und Transportpreise, die der Einzelhandel nicht beeinflussen kann, damit rechnen müssen, dass die Preise besonders bei Lebensmitteln stärker schwanken. Angesichts des intensiven Wettbewerbs im Einzelhandel können sie sich aber jederzeit auf faire Preise verlassen.

In der Diskussion über die Preisentwicklung wurde auch dem Handel der schwarze Peter zu geschoben. Dabei sorgt gerade der Einzelhandel nach wie vor dafür, dass die Verbraucherpreise nur moderat steigen. Trotz höherer Lebensmittelpreise, die um 3,8 Prozent anstiegen, lagen die Einzelhandelspreise 2007 mit plus 1,6 Prozent deutlich unter den allgemeinen Verbraucherpreisen. Diese legten um 2,3 Prozent zu. Denn etwa zwei Drittel aller im Handel verkauften Waren sind Nicht-Lebensmittel. Hier zogen die Preise nur wenig an oder sanken sogar. Preistreiber waren dagegen neben der Energie die Kfz mit einer Zunahme um 3,5 Prozent, Pauschalreisen mit plus 2,6 Prozent, Restaurants und Cafés mit einem Plus von 2,9 Prozent, Versicherungen mit plus vier Prozent und die vom Staat beeinflussten Preise, die um 2,9 Prozent stiegen.

Wochentägliche Umsätze
In jedem Jahr hat der HDE im Rahmen seiner Frühjahrsumfrage auch einen Blick auf die umsatzstärksten Wochentage geworfen. Was zunächst vielleicht als Zahlenspielerei erscheint, hat Bedeutung etwa für die Personaleinsatzplanung in den Unternehmen oder die Verkehrsplanung in den Städten und Gemeinden.

Freitag und Samstag sind weiterhin die mit Abstand umsatzstärksten Wochentage. Knapp 39 Prozent des Einzelhandelsumsatzes wird an diesen beiden Tagen erzielt. An einem Freitag oder Samstag setzt der Handel etwa ein Drittel mehr um, als an einem Dienstag, dem mit 14,4 Prozent umsatzschwächsten Tag der Woche.

Neu ist, dass der Freitag den Samstag überrundet. Mit 19,5 Prozent Umsatzanteil hat er sich zum umsatzstärksten Tag der Woche gemausert. Der Umsatzanteil des Samstags liegt bei 19,2 Prozent. Der Grund hierfür ist die große Bedeutung des Freitags als Einkaufstag für Lebensmittel. Rund 22 Prozent des Umsatzes im Lebensmitteleinzelhandel werden freitags gemacht. Im Nicht-Lebensmittelhandel ist und bleibt der Samstag der umsatzstärkste Tag. Besonders der Innenstadthandel erzielt an diesem Tag mit knapp 21 Prozent seinen höchsten Wochenumsatz.

Öffnungszeiten

Die Einzelhandelsgeschäfte stellen sich auf die Einkaufsgewohnheiten der Kunden ein und öffnen besonders freitags und samstags länger. Insgesamt verfolgen die Unternehmen sehr differenzierte Ladenöffnungszeiten-Modelle und gestalten diese ihren Vertriebskonzepten, Standorten und Kundenstrukturen entsprechend höchst unterschiedlich aus.

So weist der Lebensmittelhandel mit durchschnittlich 65 Stunden die längsten Wochenöffnungszeiten auf. Spitzenreiter sind die Lebensmittel-Supermärkte mit über 70 Stunden. Daneben bieten vor allem die Warenhäuser ihren Kunden mit mehr als 55 Stunden viel Zeit für den Einkauf.

Die Mehrzahl der Geschäfte öffnet zwischen 51 und 55 Stunden (28 Prozent), jeweils 17 Prozent zwischen 56 und 60 Stunden oder mehr als 60 Stunden. Standortbezogen sind in den Innenstädten und Einkaufszentren erwartungsgemäß die längsten durchschnittlichen Wochenöffnungszeiten anzutreffen. In den Citys sind es im Schnitt 54 Stunden, in den Shoppingcentern 61 Stunden. Der Sonntag als Einkaufstag hat gegenüber dem Vorjahr nur geringfügig an Bedeutung gewonnen. Der Umsatzanteil liegt hier unter einem Prozent.

Öffnungszeiten sind für den Einzelhandel ein wichtiger Erfolgsfaktor. Wichtig ist aber nicht die absolute Stundenzahl. Entscheidend ist es für die Geschäfte, Öffnungsdauer und Lage der Öffnungszeiten so festzulegen, dass sie zu ihren Kunden und zum Standort passen.

Tarifverhandlungen

Die verlängerten Öffnungszeiten und die vielfältigen Ladenöffnungs-Modelle der Geschäfte sind ein Zeichen für die Flexibilität und Modernität unseres Wirtschaftszweigs. Dies verlangt aber auch entsprechende Rahmenbedingungen, gerade auch im Tarifsystem. Hier liegt noch einiges im Argen. In den Tarifverhandlungen für den Einzelhandel konnten wir sehr zu unserem Leidwesen noch keinerlei Fortschritt erzielen. Seit 15 Monaten bemühen wir uns um einen Tarifabschluss, der die Frage der Entgelterhöhung wie auch der Neuregelung der Spät-, Samstags- und Nachtzuschläge umfasst. Sie müssen an die nach der Liberalisierung entstandenen neuen, flexiblen Ladenöffnungszeiten angepasst werden.

In dieser längsten Tarifrunde im deutschen Einzelhandel ist es seit dem Spätsommer 2007 nicht mehr zu echten Verhandlungen gekommen. Verdi brach damals die vereinbarten Pilottarifverhandlungen bereits am zweiten Verhandlungstag ab und versucht seitdem, ein Verhandlungsergebnis nur über Streiks zu erzwingen. Zwischenzeitlich hat Verdi nun einseitig das verabredete Pilotverfahren vollständig aufgekündigt.

Angesichts der lang andauernden Tarifrunde haben wir es unseren Mitgliedsunternehmen freigestellt, in der Zwischenzeit vorläufige Zahlungen an die Mitarbeiter zu leisten. Wir sind jederzeit zu Verhandlungen und zum Neuabschluss eines Tarifvertrages bereit – allerdings nur unter der Voraussetzung, dass dies auch die notwendige Neuregelung der Zuschlagsregelungen mit einschließt.

Mindestlohn

Wir stehen zu einem modernen Tarifsystem und zum flächendeckenden Tarifvertrag. Einen staatlichen Mindestlohn brauchen wir nicht. Wir haben eine hohe Tarifbindung. Herr Scholz weiß, dass es vom Einzelhandel keinen Antrag auf Aufnahme in das Entsendegesetz geben wird. Ein gesetzlicher Mindestlohn wäre der Anfang vom Ende der Tarifautonomie.

Ausbildung und Beschäftigung
Der Einzelhandel ist ein Wirtschaftsbereich, der stark von der Motivation und Kompetenz seiner Mitarbeiter abhängt. Deshalb engagieren sich unsere Unternehmen auch so stark bei der Ausbildung. Die Zahl der Ausbildungsbetriebe im Handel stieg innerhalb von drei Jahren um 7,5 Prozent. In der gesamten Wirtschaft waren es nur 1,5 Prozent. Und die zwei Kernberufe des Einzelhandels liegen in der Liste der beliebtesten Ausbildungsberufe auf den Plätzen eins und drei. Platz eins belegt der Beruf „Kaufleute im Einzelhandel“ mit 34.030 und Platz drei der Beruf „Verkäufer“ mit 24.660 neuen Ausbildungsverträgen im vergangenen Jahr.

Und trotz stockender Einzelhandelskonjunktur stellten die Einzelhandelsunternehmen 2007 wieder mehr Mitarbeiter ein. Nach Daten des Statistischen Bundesamtes nahm die Zahl der im klassischen Einzelhandel Beschäftigten um 0,4 Prozent zu. Gefragt waren vor allem Teilzeitarbeitsverhältnisse. Sie legten um ein Prozent zu, während es bei den Vollzeitjobs einen leichten Rückgang um 0,3 Prozent gab. Damit belief sich die Zahl der im Einzelhandel Beschäftigten auf insgesamt rund 2,7 Millionen, davon über 1,5 Millionen in Teilzeit und etwa 1,2 Millionen in Vollzeit. In diesem Jahr wird die Beschäftigungssituation wohl weitgehend unverändert bleiben. Der Trend zu Teilzeitjobs wird sich fortsetzen.

Damit ist und bleibt der Einzelhandel eine der flexibelsten Branchen. Ein Vorteil, der besonders viele Frauen und Mütter zugute kommt. Denn gerade Müttern bietet der Handel durch unterschiedlichste Teilzeitmodelle die Möglichkeit, Kontakt zum Job zu halten und Beruf und Familie relativ problemlos zu vereinbaren. Daher kann unsere Branche eine vorbildliche Frauenquote vorweisen. In keiner anderen Branche sind so viele Frauen beschäftigt. Rund 1,8 Millionen der insgesamt 2,7 Millionen Beschäftigten sind weiblich. Die meisten von ihnen arbeiten im Kernbereich der Branche, direkt im Verkauf.

Qualifizierte und engagierte Mitarbeiter sind für den Einzelhandel der Schlüssel zum Erfolg. Sie sind es letztlich, die die Kunden von den herausragenden Leistungen der Unternehmen überzeugen müssen. Neben den allgemeinen konjunkturellen Rahmenbedingungen ist das die wichtigste Voraussetzung für eine bessere Zukunft des Einzelhandels.