

Weihnachts-Pressekonferenz
Hauptverband des Deutschen Einzelhandels (HDE)
27. November 2008, Berlin

Statement von HDE-Präsident Josef Sanktjohanser

Es gilt das gesprochene Wort.

Sehr geehrte Damen und Herren,

über Aufmerksamkeit muss sich der Einzelhandel im Weihnachtsgeschäft nie beklagen. In diesem Jahr scheint mir das Interesse besonders groß zu sein. Deshalb wollen wir Sie mit unserer Einschätzung und unseren Erwartungen nicht länger auf die Folter spannen. Jetzt beginnt die heiße Phase des Weihnachtsgeschäfts. Nach dem Totensonntag öffnen traditionell die meisten Weihnachtsmärkte. Die festlich illuminierten Einkaufsstraßen und Geschäfte lassen die Städte in einem wunderbaren Glanz erstrahlen. Das Weihnachtsgeschäft lebt vor allem von dieser einmaligen Stimmung, zu der auch das Wetter mit Frost und Schnee in diesen Tagen einen wichtigen Beitrag geleistet hat. Diese Stimmung lassen wir uns nicht durch einseitige Negativmeldungen und Kassandrarufer verderben.

Weihnachten ist das Fest der Überraschungen. Trotz Finanzkrise, Rezession und Hiobsbotschaften aus anderen Branchen hat der Einzelhandel einige gute Gründe, das Weihnachtsgeschäft nicht verloren zu geben. Am Ende könnte es den Geschäften sogar ein kleines Plus in den Kassen bescheren.

Entwicklung 2008

Ein Blick auf den bisherigen Jahresverlauf erklärt, warum. Von Januar bis September 2008 konnten die Einzelhandelsunternehmen ihren Umsatz um nominal 1,6 Prozent steigern. Real entspricht dies einem Rückgang von 0,7 Prozent zum Vorjahr. Damit bewegen wir uns im Rahmen unserer Jahresprognose: Wir gehen weiterhin davon aus, dass der Einzelhandel 2008 ein nominales Umsatzplus von 1,5 Prozent erzielen wird, was preisbereinigt einen realen Umsatzrückgang von etwa einem Prozent bedeutet.

Eine durchaus erfreuliche Entwicklung weist der Einzelhandel mit Nicht-Lebensmitteln auf. Auch hier legten die Umsätze in den ersten neuen Monaten um 1,6 Prozent zu. Das ist zwar ein bescheidenes Wachstum, aber es weist aktuell die höchste Steigerungsrate seit über zehn Jahren auf. Auch preisbereinigt konnten die Unternehmen hier ihre Erlöse um immerhin 1,2 Prozent steigern. Lediglich bei größeren Anschaffungen zeigen sich die Verbraucher zurückhaltend.

Der Lebensmitteleinzelhandel liegt derzeit nominal 1,5 Prozent über dem Vorjahresergebnissen. Preisbereinigt ergibt sich hier ein deutliches Minus von 3,3 Prozent.

Sehr positiv verläuft weiterhin die Entwicklung im Internethandel. 2008 wird sich der Umsatz über das World Wide Web in Deutschland auf cirka 20 Milliarden Euro belaufen. Konkrete Anzeichen dafür, dass der erwartete Konjunkturabschwung oder die Finanzmarktkrise den Online-Handel bereits in diesem Jahr trifft, sehen wir derzeit nicht. Der Umsatzanteil des E-Commerce am gesamten Einzelhandelsumsatz liegt bei etwa 3,5 Prozent, in einzelnen Branchen auch deutlich darüber.

Alles in allem erweist sich die aktuelle Geschäftslage im Einzelhandel insgesamt bisher als widerstandsfähig gegenüber den Folgen der Finanzkrise und des erwarteten Konjunkturabschwungs. Dazu beigetragen hat auch die Entspannung bei den Verbraucherpreisen. Bis zum dritten Quartal dämpfte die Diskussion um deutlich steigende Energie- und Lebensmittelpreise die Stimmung der Verbraucher. Seit einigen Wochen beobachten wir hier eine erfreuliche Trendwende. Die Verbraucherpreise stiegen im Oktober um vergleichsweise moderate 2,4 Prozent zum Vorjahr, die Einzelhandelspreise um 2,5 Prozent. Gerade auch bei den Nahrungsmittelpreisen schwächte sich der Preisanstieg mit plus 4,3 Prozent im vergangenen Monat deutlich ab. Für diese Stimmungsaufhellung hat der Lebensmittelhandel im Wesentlichen selbst gesorgt, indem er die gesunkenen Rohstoff- und Einkaufspreise an die Kunden weitergegeben hat. Die vorläufigen Ergebnisse für November weisen bei den Verbraucherpreisen eine Steigerungsrate von nur noch 1,4 Prozent aus. Die Basis für ein zufrieden stellendes Weihnachtsgeschäft ist also da.

Weihnachtsgeschäft 2008

Jedes Jahr wieder gibt es in der Vorweihnachtszeit Umfragen, nach denen die Verbraucher weniger für Weihnachtsgeschenke ausgeben wollen. Weihnachten 2008 macht da keine Ausnahme. Ich gebe nichts auf diese Umfragen. Denn sie vergessen, dass bei Auswahl und Kauf von Weihnachtsgeschenken für die meisten Leute nicht nur Cent und Euro zählen, sondern Gefühle. Im Übrigen bestätigt die GfK unsere Einschätzung, dass sich die Konsumlaune der Bundesbürger nicht verschlechtert hat.

Außerdem gibt es auch keine konkreten Anhaltspunkte für ein schlechtes Weihnachtsgeschäft. Es haben bisher nur relativ wenige Menschen tatsächlich Geld durch die Finanzkrise verloren. Die Einkommen sind im Vorjahresvergleich gestiegen und auch die Zahl der Erwerbstätigen ist deutlich höher. Zudem ist die Kaufkraft wegen des Rückgangs der Inflation wieder stärker als zur Jahresmitte. Nicht zuletzt erhalten die allermeisten Beschäftigten ihr Weihnachtsgeld in diesem Jahr wieder in voller Höhe. Das sind gute Voraussetzungen für das Weihnachtsgeschäft.

Wo stehen wir aktuell? Der September brachte dem Einzelhandel mit einem nominalen Umsatzplus von 4,1 Prozent und real plus zwei Prozent ein sehr zufrieden stellendes Ergebnis. Eine aktuelle Trendumfrage des HDE deutet nun darauf hin, dass es auch im Oktober und November keinen Umsatzeinbruch gegeben hat. Besonders Händler aus den

Bereichen Elektronik, Foto und Lebensmittel konnten sich im Oktober in einem schwierigen Umfeld recht gut behaupten.

Mit der Entwicklung im November sind die befragten Unternehmen mehrheitlich zwar noch nicht zufrieden. Die Werte sind hier jedoch besser, als im November 2007, der uns ein Minus von 1,1 Prozent brachte. Positive Meldungen erreichen uns aus Branchen wie Uhren-, Schmuck-, Spielwaren- und Haushaltswarenhandel. Es sind die so genannten „geschenkaffinen“ Branchen. Hier werden in der Regel sehr viele der Weihnachtsgeschenke gekauft. Insgesamt zeigt sich auch, dass die aktuelle Geschäftslage von Großbetrieben deutlich besser ist als die kleinerer Geschäfte.

Die GfK hat für viele überraschend eine leichte Verbesserung des Konsumklimas festgestellt. Besonders die für den Einzelhandel wichtige Anschaffungsneigung ist deutlich gestiegen. Ich will diese Zahlen nicht überbewerten. Aber sie sind ein wichtiges Indiz.

Wir halten es also für realistisch, dass das Weihnachtsgeschäft mit einem nominalen Umsatzplus von etwa einem Prozent abschließt. Dies entspräche einem Brutto-Gesamtumsatz im November und Dezember in Höhe von 74,7 Milliarden Euro. Im vergangenen Jahr hatte der Handel mit einem Weihnachtsgeschäft von 74 Milliarden mehr Umsatz verloren, als er 2006 im Vorfeld der Mehrwertsteuererhöhung gewonnen hatte (75,6 Milliarden Euro). Mit 74,7 Milliarden Euro würden wir nun an das Niveau von 2005 anknüpfen.

Viele Weihnachtsgeschenke werden auch in diesem Jahr wieder per Internet gekauft. Die Tendenz ist hier seit Jahren steigend. Besonders beliebt sind Bücher, CDs, DVDs, Elektronik, aber auch Bekleidung und Tickets. In den Weihnachtsmonaten November und Dezember wird der Einzelhandel nach Schätzungen des HDE insgesamt etwa fünf Milliarden Euro online umsetzen.

Von dieser positiven Entwicklung profitieren auch die etwa 50.000 Einzelhändler, die neben ihren Ladengeschäften Webshops betreiben. Knapp 50 Prozent dieser Multi-Channel-Unternehmen rechnen mit einem weiteren Umsatzwachstum bis Mitte 2009. Lediglich elf Prozent der vom HDE befragten Unternehmen erwarten einen Umsatzrückgang.

Wie das Weihnachtsgeschäft verläuft und welche Trends es bei den Geschenken gibt, werden wir in den kommenden Wochen jeweils an den Adventssonntagen über Blitzumfragen bei unseren Einzelhändlern ermitteln.

Ausblick auf 2009

Weihnachten richtet sich der Blick immer auch auf das nahe kommende Jahr. Eine konkrete Umsatzprognose für 2009 kann ich heute noch nicht abgeben. Dafür sind die Folgen der Finanzkrise doch zu unwägbar.

Wir gehen in unserem Szenario für 2009 davon aus, dass das verfügbare Einkommen angesichts steigender Löhne und monetärer Sozialleistungen und trotz Beschäftigungsabbau leicht zunehmen wird. Die Sparquote, die im laufenden Jahr voraussichtlich 11,4 Prozent erreicht, wird nach unserer Einschätzung leicht rückläufig sein. Die Verbraucherpreise werden sich nennenswert unterhalb der Steigerungsrate von 2008 entwickeln.

Insgesamt rechnen wir daher damit, dass die privaten Konsumausgaben im Vergleich zum Vorjahr wohl nicht zurückgehen werden. Der Sachverständigenrat rechnet mit einem leichten Anstieg um 0,4 Prozent und damit mit einer gegenüber 2008 besseren Entwicklung.

Die Bundesagentur für Arbeit geht davon aus, dass der Beschäftigungsabbau im kommenden Jahr nur leicht zunehmen wird. Genügend Kaufkraft sollte also vorhanden sein. Und der Spielraum für eine Entwicklung des Einzelhandels auf Vorjahresniveau ist daher gegeben. Entscheidend wird die Entwicklung auf dem Arbeitsmarkt sein. Sie wird nicht nur die Bundestagswahl bestimmen, sondern auch den Einzelhandelsumsatz.

Der Umsatz des Einzelhandels hat sich in den vergangenen zehn Jahren weitgehend in einem engen Korridor von Plus-Minus zwei Prozent um die Nulllinie entwickelt. Der Einzelhandel hat sich damit im Guten wie im Schlechten von der Entwicklung der Gesamtwirtschaft ein Stück weit abgekoppelt und dabei auch krisengestärkt gezeigt. Dies könnte uns im kommenden Jahr zugute kommen.

Positive Impulse erwarten wir vom Online-Handel. Er wird 2009 nach HDE-Prognose ein Umsatzvolumen von voraussichtlich 21,9 Milliarden Euro erzielen. Damit steigen die Online-Shopping-Umsätze im Vergleich zu 2008 um 9,5 Prozent. Der Wachstumstrend beim Internet-Shopping bleibt damit zwar erhalten, flacht sich jedoch weiter leicht ab.

Der Konsum hat das Potenzial, tatsächlich zu einer Stütze der Konjunktur zu werden. Diese Erkenntnis scheint sich auch in Ministerien und bei Wirtschaftsforschern durchzusetzen. Jedenfalls regnet es Vorschläge, wie der Konsum belebt werden könnte. Die neuesten sind eine Senkung der Mehrwertsteuer und Konsum-Gutscheine. Allen gemein ist die für die Bundesregierung neue Erkenntnis, dass der Konsum gestärkt werden muss.

Die Mehrwertsteuererhöhung war der schwerste wirtschaftspolitische Fehler der großen Koalition. Die größte Steuererhöhung in der Geschichte hat dem Handel die Früchte des Aufschwungs geraubt. Zweifellos würde eine Senkung der Mehrwertsteuer die Binnen- nachfrage ankurbeln. Der Handel würde die Steuerermäßigung sicher an seine Kunden weiterreichen. Hierzu zwingt schon der scharfe Wettbewerb. Anders lautende Unterstellungen wie die von Frau Künast weise ich entschieden zurück. Die entscheidende Frage ist jedoch, wie wahrscheinlich die Verwirklichung solcher Vorschläge ist. Ich sehe die Gefahr, dass wir uns auf eine realitätsferne Diskussion einlassen, die am Ende nur die Verbraucher verunsichert.

Wir brauchen keinen kurzatmigen Aktionismus. Wichtig ist mir eine dauerhafte Entlastung, die den Konsum stabilisiert. Das geht am nachhaltigsten, indem der Staat den Bürgern mehr von ihrem Verdienst lässt. Für die privaten Haushalte muss die Einkommensteuer, insbesondere für die unteren und mittleren Einkommen, spürbar gesenkt werden. Im unteren Einkommensbereich steigt die Steuerprogression am stärksten an. Ab dem Grundfreibetrag von 7.664 Euro schnellert der Grenzsteuersatz von 15 Prozent bis zu einem Einkommen von 12.739 Euro auf 24 Prozent hoch. Aber hier gibt es das größte Potenzial für höhere Konsumausgaben. Die kalte Progression macht Bezieher durchschnittlicher Einkommen zu Spitzensteuerzahlern. Auch die Sozialabgaben müssen deutlich runterschraubt werden.

Darauf können wir nicht bis nach der Bundestagswahl warten. Wichtig ist, dass es schon im nächsten Jahr ein klares Steuersenkungssignal gibt. Hierzu eignet sich am besten der Solidaritätszuschlag, der schon lange nichts mehr mit der Unterstützung für die neuen Bundesländer zu tun hat. Die Abschaffung des Soli ist kurzfristig zu machen und würde Privathaushalte und Unternehmen gleichermaßen entlasten. Die Abschaffung würde etwa 13 Milliarden Euro bringen. Das ist die Hälfte dessen, was die Bundesregierung im Rahmen der Steuererhöhungen 2007 eingenommen hat. Die Soli-Abschaffung wäre genau die richtige Antwort auf die Herausforderungen des kommenden Jahres.