

Der Einzelhandel in der Corona-Krise HDE-Pressekonferenz am 15. Juli 2020



Anfang 2020

- Gesamtwirtschaft wächst moderat
- Arbeitsmarkt in guter Verfassung
- Verfügbare Einkommen legen spürbar zu
- Sparquote stabil
- Wachstum im Einzelhandel setzt sich fort

...dann kam Corona

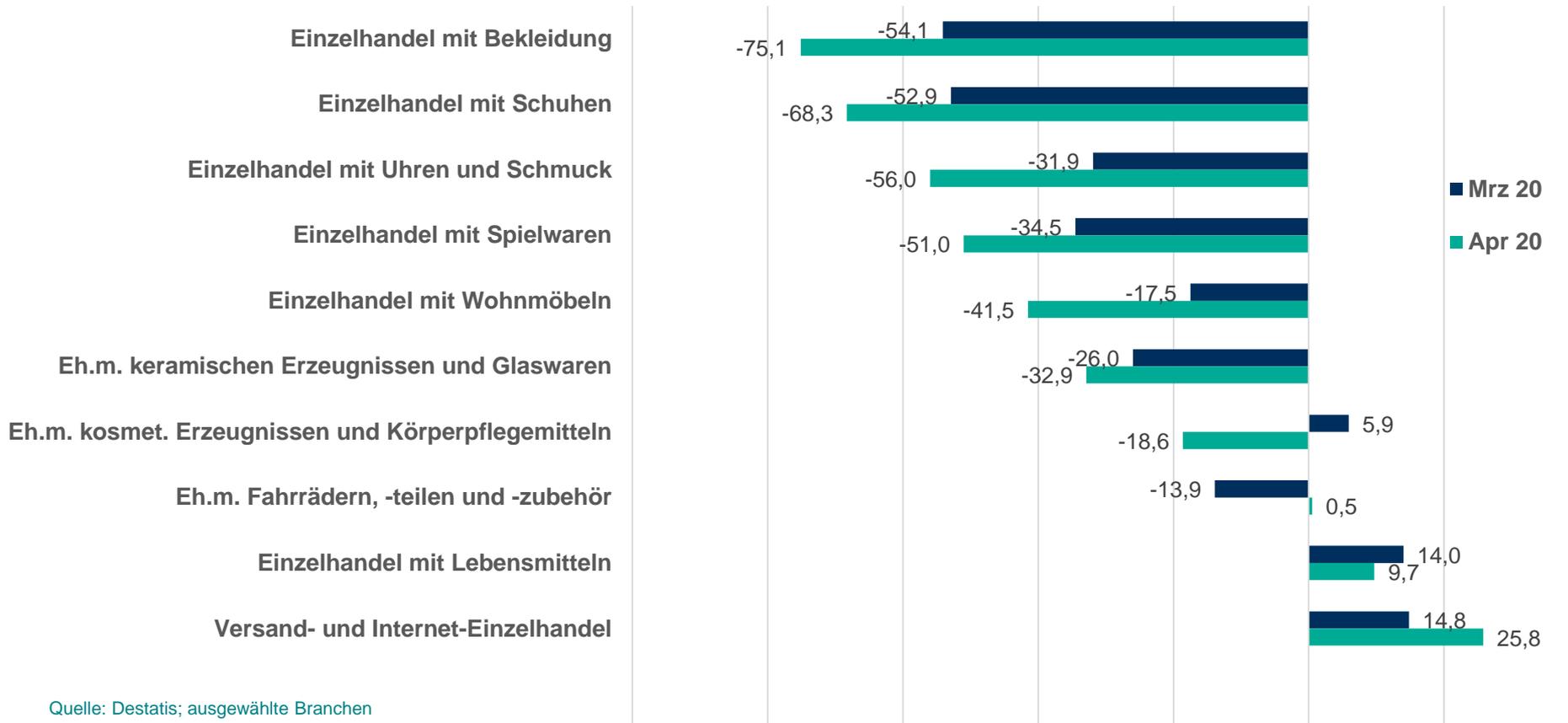
- Gesamtwirtschaft bricht ein
- Arbeitsmarkt unter Druck
- 200.000 Geschäfte im Lockdown
- Historischer Umsatzrückgang im Einzelhandel
- Verbraucher im Krisenmodus
- Unternehmen in Existenznot

Folgen für den privaten Konsum

- Rezession als Folge der Corona-Pandemie
- Wegbrechen des privaten Konsums
- Nachholeffekte nur in begrenztem Ausmaß
- gestiegene Sparquote
- Konjunkturpaket:
 - Kinderbonus stärkt Konsum, fraglich inwieweit davon der Handel profitiert
 - Umsatzsteuersenkung: entlastet Verbraucher, aber kein großer Schub für den Einzelhandel
- Entwicklung am Arbeitsmarkt maßgeblich für weitere Konsumententwicklung

Umsätze brechen ein

Umsatzveränderung März/ April; nominal in % zu Vorjahr

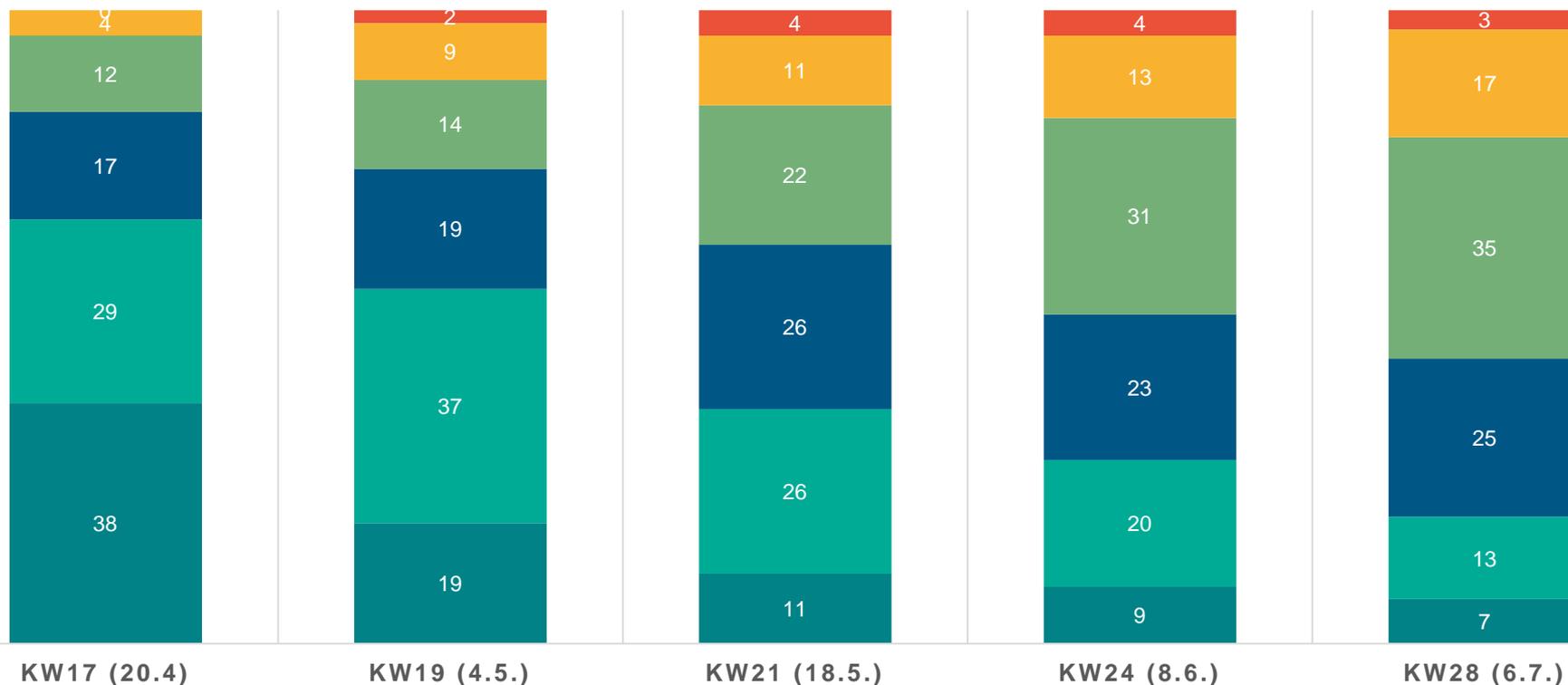


Langsame Umsatzerholung

Umsatzrends Nonfood-Handel; zu Vorjahreswoche

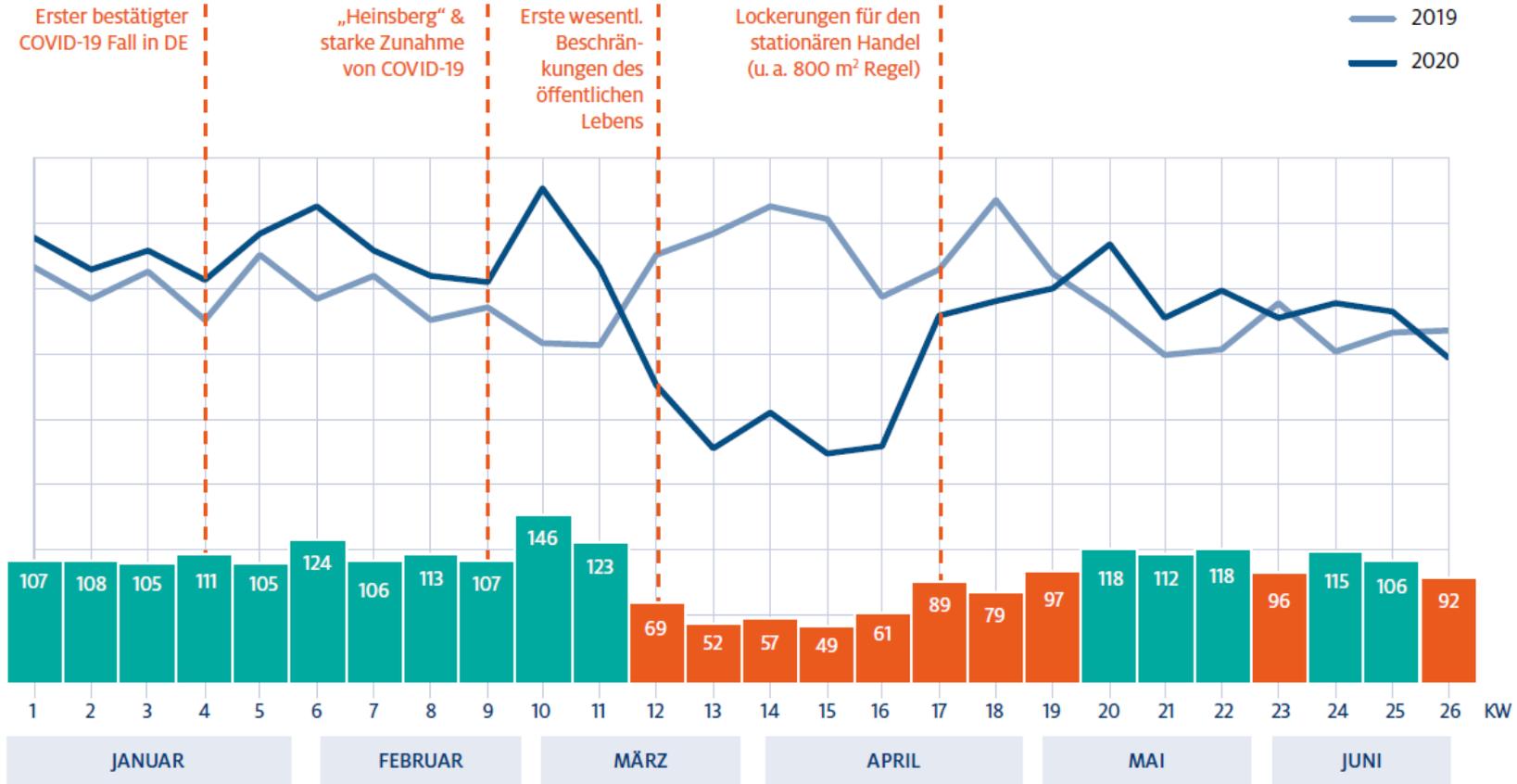


■ <25% ■ 25-50% ■ 51-75% ■ 76-100% ■ 101-125% ■ >125%



Ausgaben Nonfood-Markt* fallen ab KW12 massiv ab und erholen sich nur langsam

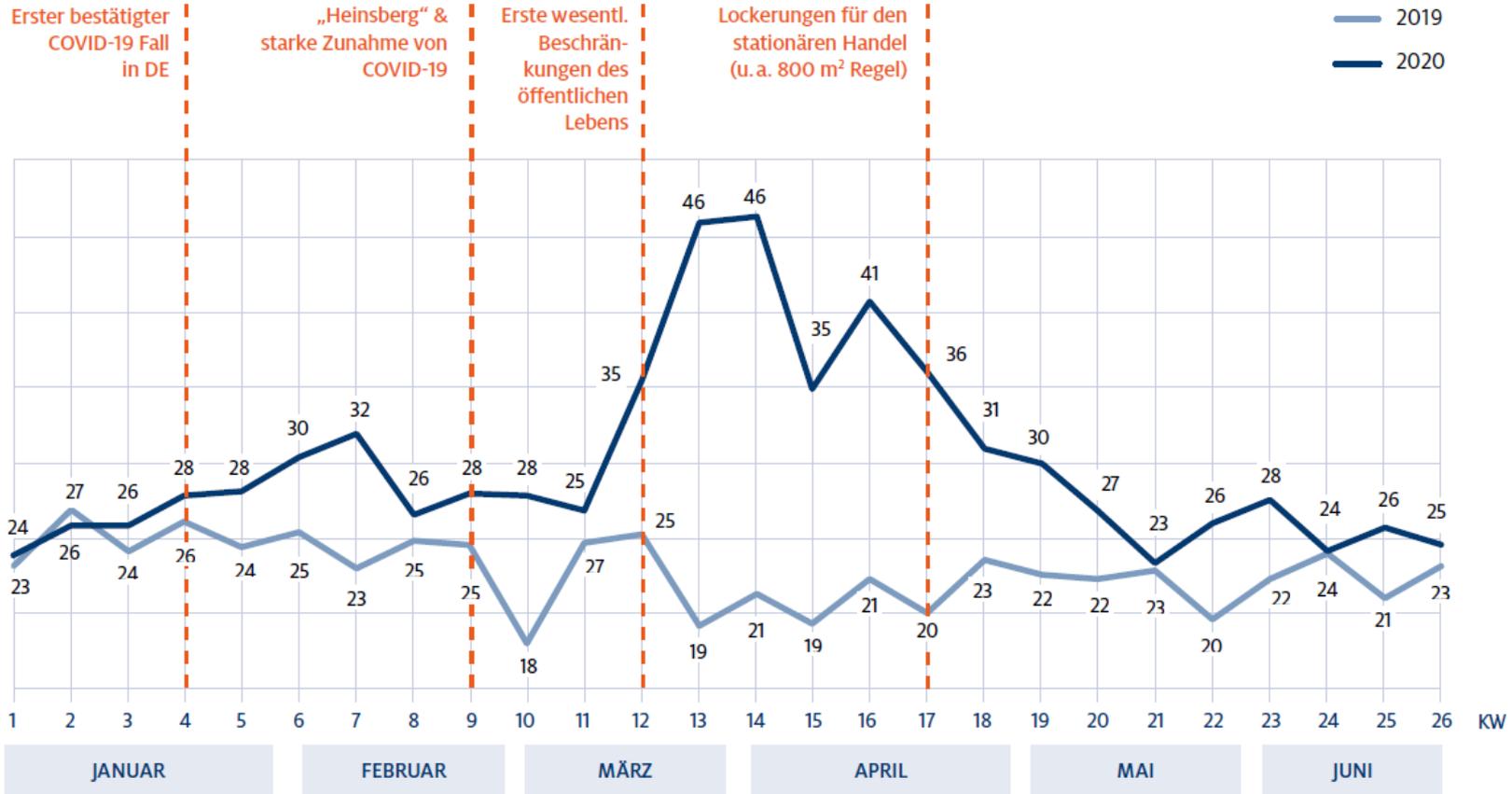
Index, KW 1 BIS KW 26 im Vergleich zum Vorjahr



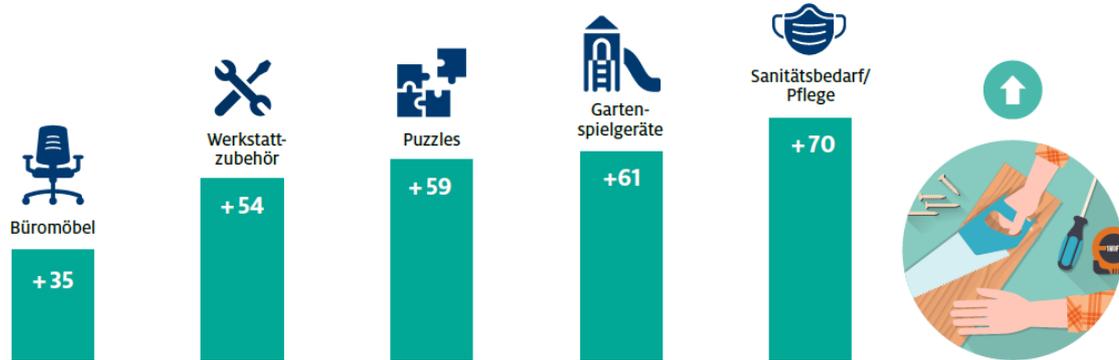
Online-Anteil wächst zeitweise massiv

Basis Ausgaben Nonfood-Markt

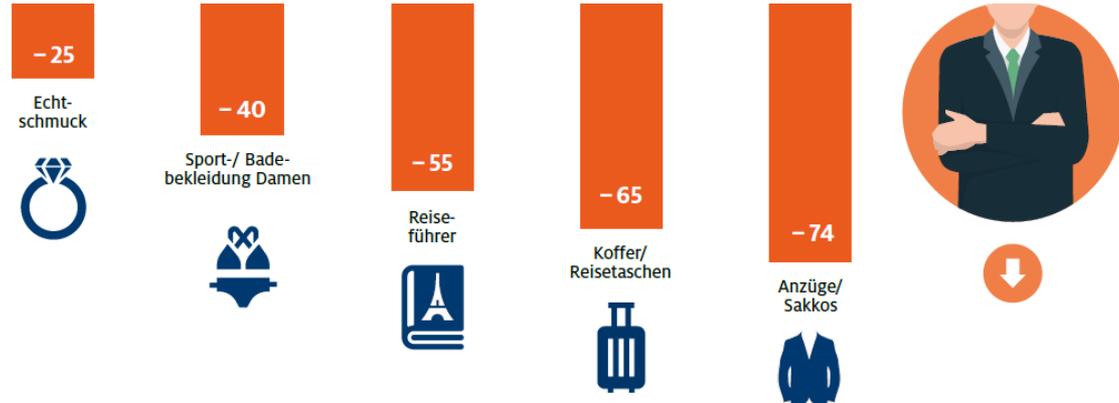
KW 1 BIS KW 26 in Prozent



Gewinner- und Verlierer: Warengruppen während der Corona-Krise



Ausgaben für ausgesuchte Nonfood-Warengruppen, KW 11 - KW 26 2020 ggü. KW 11 - KW 26 2019 in Prozent



Innenstadtrelevante Branchen massiv betroffen

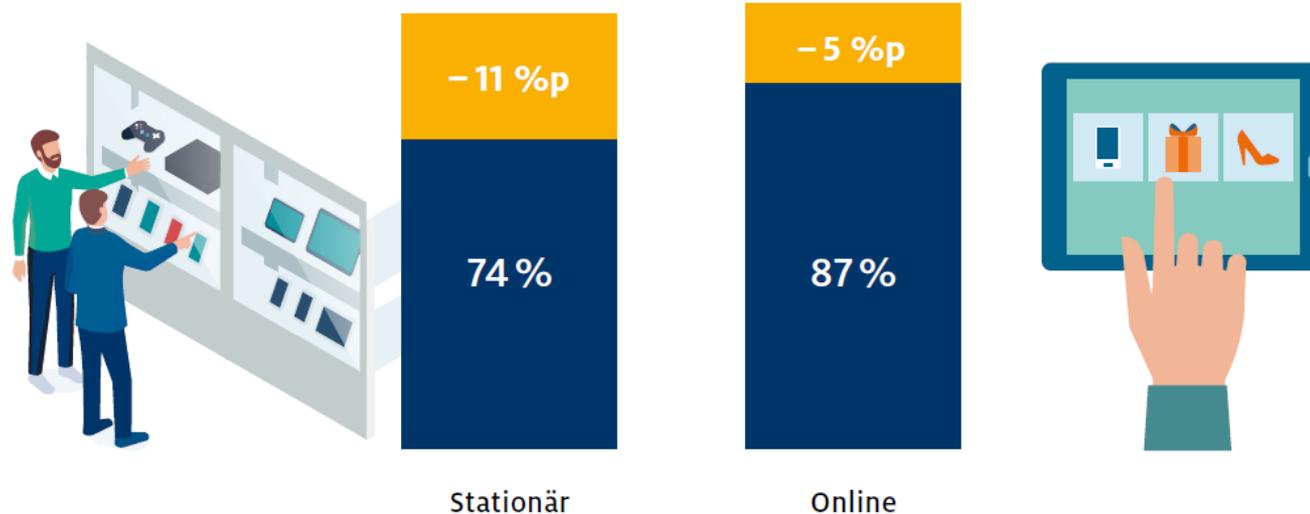
- Umsatzverlust des stationären Handels in den innenstadtrelevanten Branchen 2020 zwischen -21 und -39 Mrd. Euro.
- Das Umsatzniveau von 2019 wird nur unter sehr günstigen Bedingungen in den kommenden zwei Jahren wieder erreicht werden.
- Die Kanalverschiebung in den Onlinehandel wird deutlich beschleunigt und Folgen für die Innenstädte mit sich bringen.
- Der Onlinehandel kann Umsatzverluste bei weitem nicht kompensieren, aber deutlich Anteile hinzu gewinnen.



Fokus Verbraucher 1

Weniger Käufe in der Krise

Anteil Nonfood-Käufer*innen in den letzten drei Monaten im Vergleich zu 2019



Weniger Käufer*innen gibt es vor allem im stationären Handel: Nur drei von vier Befragten haben in den letzten drei Monaten Nonfood-Käufe in einem Ladengeschäft getätigt – und damit elf Prozentpunkte weniger als im Vorjahreszeitraum. Der Verlust an Käufer*innen im Onlinehandel ist dagegen nur halb so groß – aber genauso vorhanden.

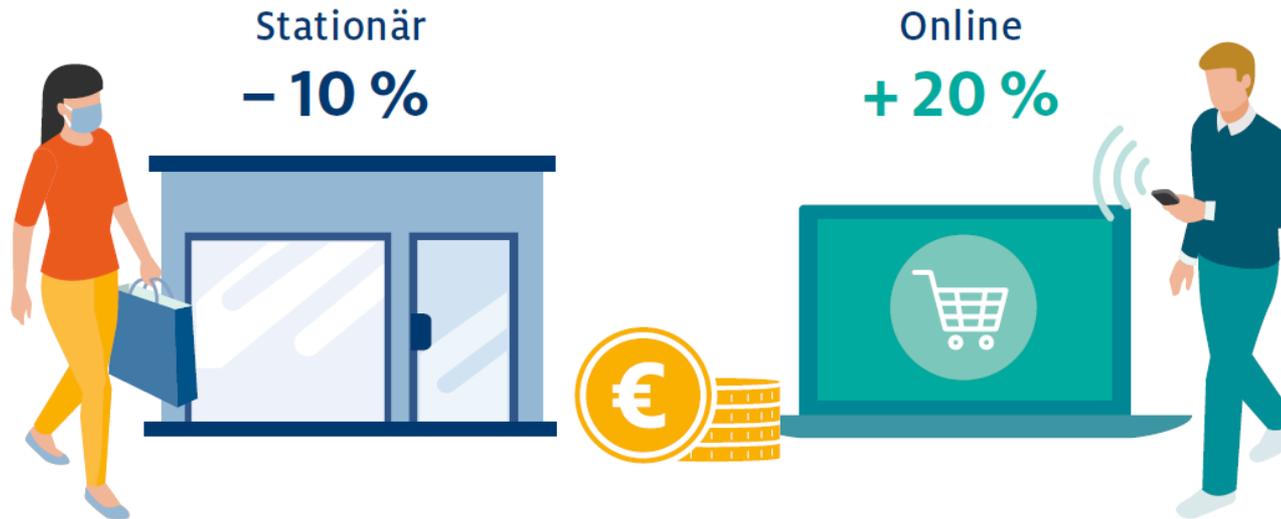


Fokus Verbraucher 2

Ausgaben je Kauf – Online gewinnt

Entwicklung der Ausgaben für Käufe online und stationär im Vergleich zu 2019

Durchschnittliche Ausgaben je Kauf



Als Folge der Corona-Krise beschleunigt sich das Wachstum des Onlinehandels. So war der Onlinehandel nicht nur während des Shutdowns eine beliebte Anlaufstelle, sondern das gesteigerte Onlinekaufinteresse setzt sich weiter fort. Im Vergleich zum Frühjahr 2019 werden so pro Kauf online 20 Prozent mehr ausgegeben, während die durchschnittlichen Ausgaben im Ladengeschäft um 10 Prozent gesunken sind.

n = 2.000 Internetnutzer*innen
Quelle: IFH Köln 2020



Fokus Verbraucher 3

Bedarfsdeckung vor Erlebniseinkauf

Entwicklung gezielter Einkäufe/allgemeiner Shoppingausflüge im stationären Nonfood-Handel 2017 vs. 2020



Gezielte Einkäufe

63 % vs. 84 %
2017 vs. 2020

Gerade bei den stationären Käufen herrschen in der Corona-Krise ganz andere Rahmenbedingungen: Aufgrund von Sicherheitsbestimmungen und Hygienekonzepten ist Shoppen (vor allem) zielgerichtete Bedarfsdeckung – vom Erlebniskauf in der Innenstadt ist somit keine Rede. Damit wird dem Handel die Umsatzgrundlage entzogen, denn nur durch gezielte Bedarfseinkäufe kann er nicht überleben.

Wie könnte es weitergehen?

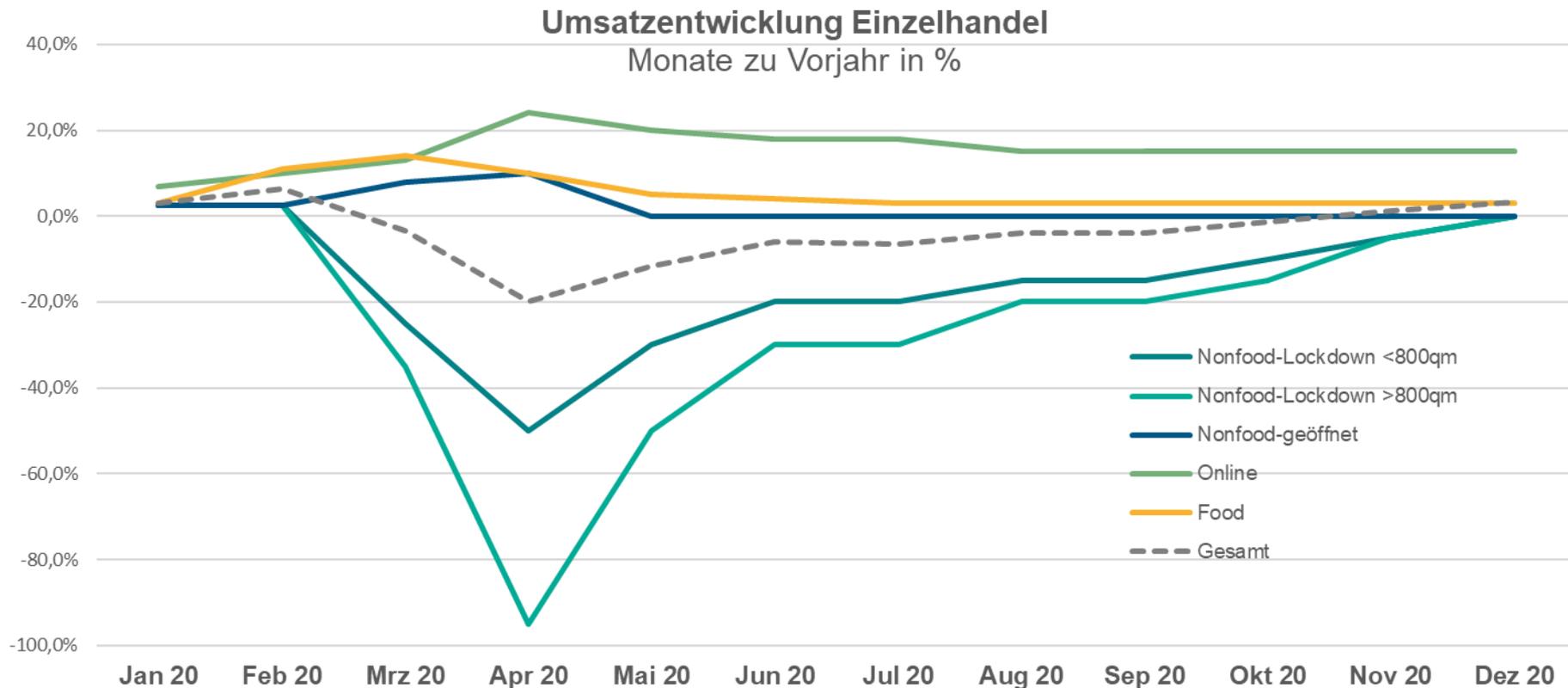
Annahmen L-Szenario 2020

- Keine zweite Welle
- Arbeitsmarkt unter Druck; hohe Inanspruchnahme von Kurzarbeit
- Gastronomie, Kultur, Freizeit, Verwaltung mit Lockerungen
- Rettungspakete stützen Unternehmen wirkungsvoll
- Konjunkturpaket sorgt für marginale Konsumbelebung
- gestiegene Sparquote
- Onlinehandel wächst stark, Dynamik lässt im Jahresverlauf wieder etwas nach
- Verbraucher justieren Einkaufsverhalten neu
- langsame, aber kontinuierliche Umsatzerholung im Lockdown-Handel



Beispiel für ein verhalten optimistisches Szenario

L-Szenario „Langsame Erholung“



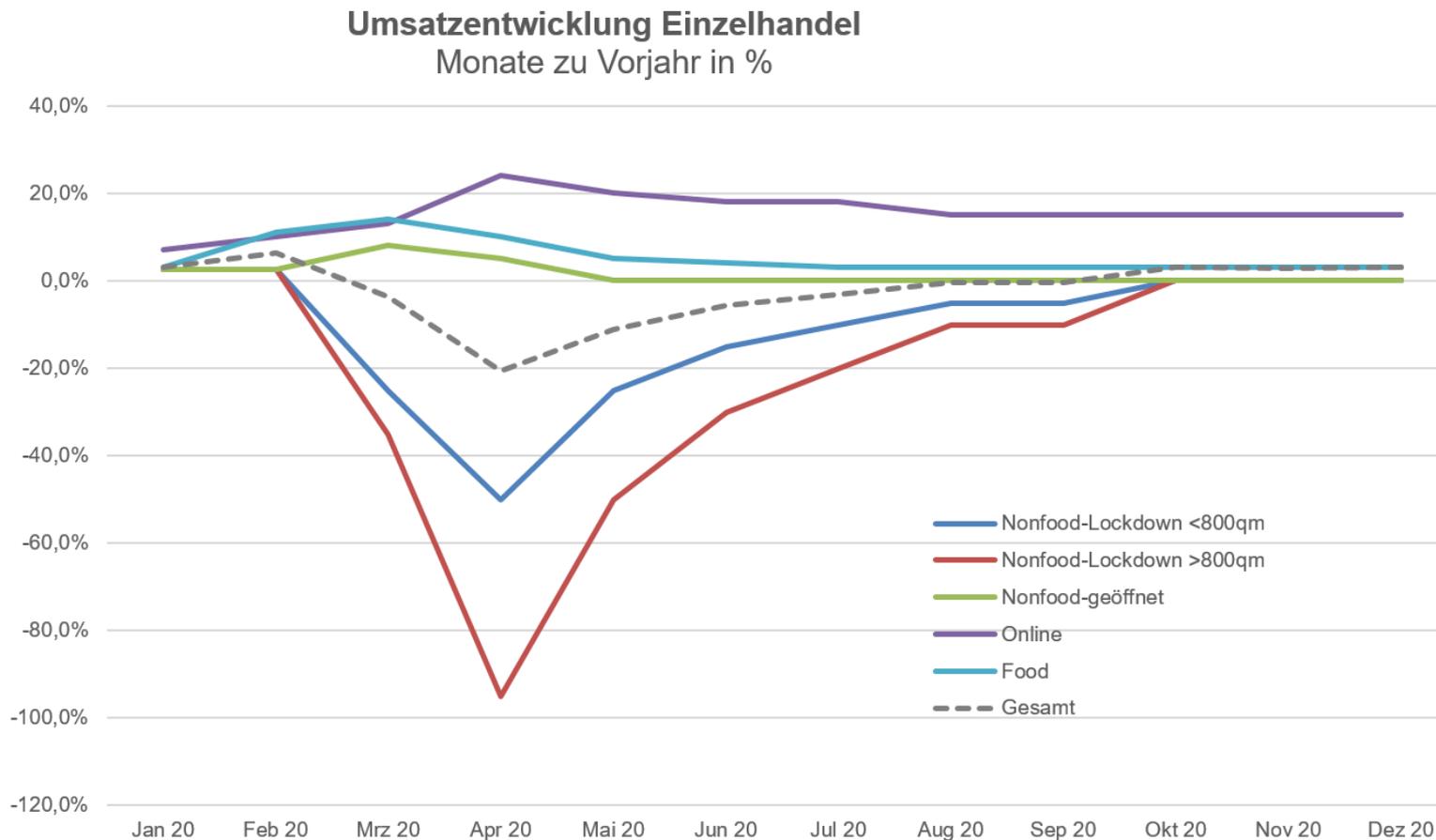
Was bedeutet das für die Branche?

L-Szenario

- Lockdown-Nonfood-Handel verliert 2020 schätzungsweise 40 Mrd. Euro Umsatz (-22%)
- Einzelhandel insgesamt verliert rund 4% seines Vorjahresumsatzes
- Umsätze werden weitgehend nicht aufgeholt
- steigende Insolvenzzahlen
- Krisenbewältigung dauert 2021ff an
- Druck, die Geschäftsmodelle sowie Standort- und Investitionsentscheidungen anzupassen
- Digitalisierungsschub in den Unternehmen

Beispiel für ein optimisches Szenario

V-Szenario „Schnelle Erholung“

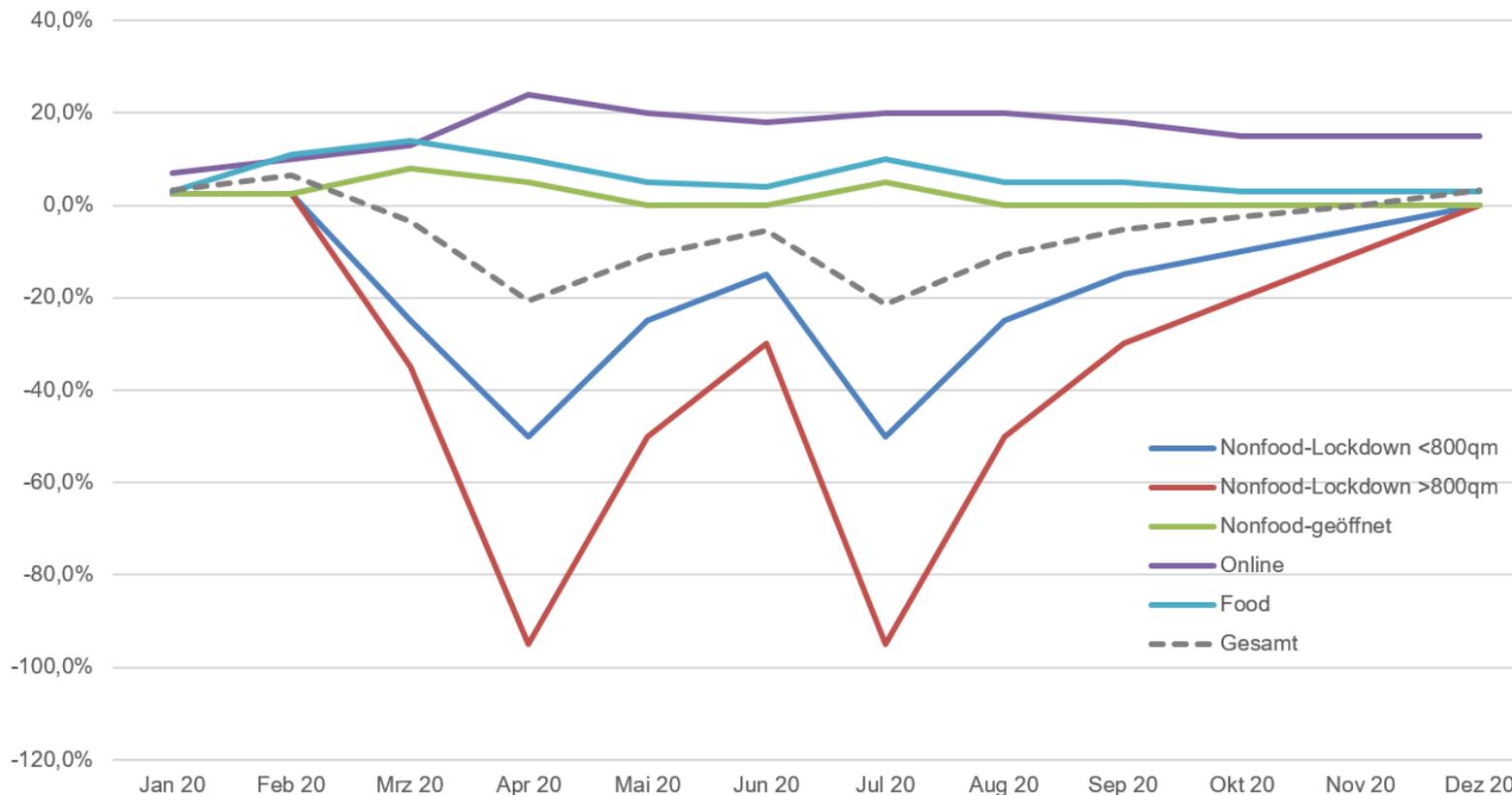


Beispiel für ein pessimistische Szenario

W-Szenario „Zweite Welle“



Umsatzentwicklung Einzelhandel
Monate zu Vorjahr in %



Was braucht der Handel?

Überbrückungshilfen ausbauen

Konsumimpuls für die Binnennachfrage

Innenstadtfonds zur Unterstützung der Städte und Gemeinden

Belastungsmoratorium zur Unterstützung der Wirtschaft

Digitalisierungszuschuss, besonders für kleine und mittlere Unternehmen

Investitionsoffensive zur Stärkung des Wirtschaftsstandortes

EU-Binnenmarkt: Rückkehr zu einem voll funktionsfähigen Markt

HDE-Konsummonitor Corona

www.einzelhandel.de/konsummonitor