

Januar 2026

LAGE UND PERSPEKTIVE IM EINZELHANDEL

Rahmenbedingungen für den Konsum

Nach zwei Jahren mit einem Rückgang des Bruttoinlandsprodukts (BIP) war im Jahr 2025 wieder ein – wenn auch äußerst schwaches – gesamtwirtschaftliches Wachstum zu verzeichnen. Die gesamtwirtschaftliche Leistung nahm im vergangenen Jahr um 0,2 Prozent zu. Das Wachstum ist vor allem auf die gestiegenen Konsumausgaben der privaten Haushalte und des Staates zurückzuführen. Die Exporte entwickelten sich hingegen wie die Investitionen schwach. Deutschland kann seine Wachstumsschwäche nicht überwinden.

Die Unsicherheit bleibt hoch und erweist sich als Gift für die Konjunktur. Das geopolitische Umfeld sorgt für permanente Unruhe und hemmt Investitionen. Zugleich zeigen Europäische Kommission und Europäischer Rat auf der einen Seite sowie Europäisches Parlament auf der anderen Seite keinen einheitlichen Kurs bezüglich der Stärkung des Außenhandels durch das Mercosur-Abkommen.

In Deutschland warten die Unternehmen weiter auf eine Verbesserung der Standortattraktivität. Die Konjunkturprognosen für 2026 fallen bescheiden aus und erwarten nur einen Mini-Aufschwung. Ein selbsttragendes Wachstum ist nicht in Sicht. Nur die erhöhten Staatsausgaben für Infrastruktur und Verteidigung sowie ein positiver Kalendereffekt sorgen für ein leichtes BIP-Wachstum.

Verbraucherstimmung

Die Verbraucherstimmung in Deutschland hellt sich im Februar etwas auf. Der positive Trend aus dem Vormonat hält damit an. Die Konsumenten haben immerhin Hoffnung, sind aber keinesfalls enthusiastisch. Eine spürbare Erholung des privaten Konsums wird erst dann einsetzen, wenn die Verbraucher an einen anhaltend positiven konjunkturellen Trend glauben. Dies ist eine notwendige Voraussetzung für ein stärkeres gesamtwirtschaftliches Wachstum.

Lage im Einzelhandel

Die Spielräume für den Einzelhandelskonsum werden auch im laufenden Jahr überschaubar bleiben. Eine etwas bessere Verbrauchstimmung, eine hohe Erwerbstätigkeit, leicht steigenden Realeinkommen und eine konstante Sparquote stützen den Konsum. Am Ende dürften die privaten Konsumausgaben allerdings nur um rund 0,5 Prozent zulegen. Das ist zu wenig, um zu einer deutlichen Belebung im Einzelhandel zu führen.

Bei den Unternehmen bleibt die Stimmung nicht nur aufgrund schwacher Umsatzentwicklung, sondern vor allem wegen hoher Kosten deutlich eingetrübt. Der ifo-Geschäftsklimaindex für den Einzelhandel steigt zwar, aber dies nur von einem niedrigem Niveau aus. Der jüngste Anstieg kann

damit nicht darüber hinwegtäuschen, dass bei den Handelsunternehmen die schlechte Stimmung überwiegt.

Nach der aktuellen HDE-Umfrage bei rund 600 Unternehmen bewerten 37 Prozent der befragten Betriebe ihre derzeitige Geschäftslage als schlecht. Das sind vier Prozentpunkte mehr als noch im Vorjahr. 49 Prozent schätzen die eigene Geschäftslage als befriedigend, 14 Prozent als gut ein. Bescheiden fallen auch die Erwartungen an die Umsatzentwicklung für das laufende Jahr insgesamt aus. 49 Prozent der Befragten rechnen mit Umsätzen leicht oder deutlich unter Vorjahr. 29 Prozent gehen von Umsätzen auf Vorjahresniveau aus, nur 23 Prozent rechnen mit Umsatzsteigerungen im Vergleich zu 2025. Dabei ist der Optimismus in den Branchen Lebensmittel, Drogerieartikel, Möbel und Spielwaren überdurchschnittlich groß, die Bereiche Bekleidung, Schuhe und Baumärkte sind besonders pessimistisch.

Der HDE geht für das laufende Jahr von einem nominalen Umsatzplus im Einzelhandel in Deutschland von zwei Prozent im Vergleich zum Vorjahr aus. Wachstumstreiber ist Online-Handel. In diesem Bereich werden die Umsätze nach der HDE-Prognose im Vorjahresvergleich um 4,4 Prozent zulegen – auf dann 96,3 Milliarden Euro. Eine wachsende Zahl von Onlineshoppern und steigende Durchschnittsausgaben sorgen hier für das Plus.

Insgesamt wird der Einzelhandel in diesem Jahr nach der HDE-Prognose 697,4 Milliarden Euro umsetzen. Davon entfallen 601,1 Milliarden Euro auf den stationären Einzelhandel und 96,3 Milliarden Euro auf den Online-Handel.

Quellen und weitere Information:
www.einzelhandel.de/konsumbarometer
www.einzelhandel.de/zahlenspiegel
www.einzelhandel.de/preismonitor
www.einzelhandel.de/online-monitor

