

Es gilt das gesprochene Wort!

Guten Morgen, meine sehr verehrten Damen und Herren,

in dieser Woche startet der Einzelhandel offiziell in das Weihnachtsgeschäft. Wir fassen darunter die Umsätze in den Monaten November und Dezember, die für die Branche von immenser Bedeutung sind: Im Durchschnitt machen diese beiden Monate ein Fünftel des Jahresumsatzes eines Handelsunternehmens aus. In einigen Branchen – Spielzeug, Bücher und Schmuck etwa – liegt der Anteil deutlich darüber.

Das Weihnachtsgeschäft ist für die Branche der absolute Höhepunkt eines Geschäftsjahres. Angesichts der HDE-Prognose für 2013 – plus 1,2 Prozent nominal – zählt für den Einzelhandel jeder Einkauf und jeder Kunde. Daher hat jedes Störfeuer empfindliche Auswirkungen. Ob nun Streiks, steigende Energiekosten, höhere Steuern oder auch Verunsicherungen, die aus der anhaltenden Krise im Euroraum her rühren: Der Kunde entscheidet immer wieder neu, ob er den Euro im Einzelhandel ausgibt oder auf dem Sparsbuch lässt. Oder ob er sein Geld doch lieber in Immobilien anlegt.

Es liegt somit stark in der Hand der Politik, die richtigen Weichen zu stellen für die Binnenkonjunktur. Angesichts der Risiken auf den internationalen Märkten warnen wir davor, nur die exportierende Wirtschaft im Auge zu behalten. Der Handel ist mit seiner Wirtschaftsleistung und Arbeitsplätzen ein wesentlicher Stabilitätsfaktor.

Herausforderungen und Risiken 2013

Die Ergebnisse der laufenden Koalitionsverhandlungen werden daher einen entscheidenden Einfluss darauf haben, ob der Einzelhandel auch weiterhin seine Rolle als Stabilitätsanker der deutschen Volkswirtschaft spielen kann. Es ist zu befürchten, dass Unternehmen, Verbraucher, aber auch Arbeitnehmer einen hohen Preis zahlen für eine große Koalition:

- Ein einheitlicher Mindestlohn von 8,50 Euro ist nach unserer Auffassung in vielen Regionen Deutschlands nicht darstellbar. Es muss weiterhin Sache der Tarifpartner bleiben, über Löhne zu verhandeln. Regionalen Unterschieden muss bei der Lohnfindung weiter Rechnung getragen werden.

- Die Haushaltskonsolidierung muss weiter höchste Priorität haben. Doch die gute Konjunktur in Deutschland hat Spielräume geschaffen. Steuererhöhungen darf es nicht geben. Sie sind Gift für die Kaufkraft. Außerdem sind sie angesichts von Rekordsteuereinnahmen auch nicht erforderlich, um dringend notwendige Investitionen – u.a. in Bildung und Infrastruktur - vorzunehmen.
- Die Energiewende muss schnellstmöglich nach marktwirtschaftlichen Prinzipien erfolgen. Der Handel fordert deshalb, das EEG in seiner jetzigen Form abzuschaffen. Es kann nicht sein, dass Verbraucher und kleinere Unternehmen die Kosten der garantierten Einspeisevergütung und der Ausnahmen von der Umlage tragen müssen.

Last but not least: Der Handel braucht faire Wettbewerbsbedingungen. Die Ladenschluss-Debatte ist in Zeiten des E-Commerce zum Anachronismus geworden! Wir brauchen Tarifverträge und gesetzliche Rahmenbedingungen, die dem größten Wandel im Handel gerecht werden.

Moderner Handel braucht neue Tarifverträge

Auch für die Beschäftigten des Einzelhandels ist das Weihnachtsgeschäft die größte Herausforderung des Jahres. Wenn Verdi diese Zeit mit Streiks belastet, hat die Gewerkschaft den Boden für eine faire Tarifpartnerschaft längst verlassen. Jeder Streik hält die Kunden aus Geschäften und Innenstädten fern. Einkäufe werden dann im Netz oder gar nicht getätigt.

Ich möchte mein größtes Unverständnis dafür zum Ausdruck bringen, dass es nicht gelungen ist, im Laufe dieses Jahres zu einem Tarifabschluss zu kommen. Wir wollen nicht, dass die Beschäftigten des Einzelhandels die festgefahrene Situation ausbaden müssen und haben deshalb unseren Unternehmen eine Vorab-Erhöhung des Entgelts um 2,5 Prozent empfohlen. Die meisten haben diesen Vorschlag bereits umgesetzt.

Hintergrund: Die Tarifbindung im Einzelhandel bröckelt und liegt mittlerweile unter 50 Prozent. Ursache sind veraltete Tarifverträge, teils aus den Zwanzigern des letzten Jahrhunderts. Der aktuellen Tarifverträge in den Ländern machen das Dilemma deutlich: Es gibt darin Berufsgruppen wie den Fahrstuhlführer, den Kaffeebeleser, die Repassiererin, den Obertankwart oder den Oberheizer, IT-Berufe dagegen nicht.

Die Eingruppierungen und Arbeitszeiten haben nichts mit der Realität des modernen Handels zu tun. Es gibt keine Regelung für flexible Arbeitszeiten, die wir gerade im Weihnachtsgeschäft dringend gebraucht hätten. Verdi war 2012 nach zehn Jahren aus dem

gemeinsamen Reformprojekt ausgestiegen. Deshalb hatten die Arbeitgeber die Tarifverträge gekündigt und die Verhandlungen über das Entgelt in der aktuellen Tarifrunde an wichtige Reformschritte im Mantel geknüpft.

Neue HDE-Umsatzprognose 2013: +1,2 Prozent

Die Lage im Einzelhandel ist weiterhin stabil. Hohe Erwerbstätigkeit, steigende Einkommen, niedrige Zinsen und moderate Preissteigerungen sorgen für eine gute Verbraucherstimmung und eine hohe Neigung, insbesondere größere Anschaffungen zu tätigen. Dies sind gute Voraussetzungen für eine positive Entwicklung im 4. Quartal.

Aufgelaufen bis September erzielten die Unternehmen Erlöse, die um nominal 1,2 Prozent auf nun 315,6 Milliarden Euro stiegen (+3,7 Milliarden Euro). Preisbereinigt sanken die Erlöse um 0,3 Prozent. Die Branche konnte bisher die Erwartungen erfüllen: Die HDE-Prognose liegt bei plus 1,2 Prozent für das Gesamtjahr.

Erfreulich läuft es derzeit vor allem für den Lebensmitteleinzelhandel. Die Umsätze konnten aufgelaufen bis September um nominal 3,4 Prozent, preisbereinigt um immerhin 0,6 Prozent gesteigert werden. Dahinter verbirgt sich weniger ein Mengenwachstum, als vielmehr eine stärkere Bereitschaft der Verbraucher für Auswahl, Frische, Convenience mehr auszugeben. Im Non-Food-Einzelhandel konnte insbesondere der Bekleidungshandel die witterungsbedingten Verluste der ersten Jahreshälfte abbauen und liegt wieder leicht im Plus. Wesentlicher Störfaktor sind weiterhin die deutlich gestiegenen Kosten insbesondere für Haushaltsenergie (Strom, Gas, Brennstoffe). Die Preise sind im Vergleich zu 2010 um rund 21 Prozent, seit 2005 um rund 53 Prozent gestiegen. Dies belastet die Kaufkraft der Haushalte.

Weihnachtsgeschäft 2013 leicht über Vorjahr

Die Verbraucher sind in guter Stimmung. Das bestätigt auch eine aktuelle Trendumfrage des HDE bei rund 400 Einzelhandelsunternehmen mit ersten Einschätzungen für den Oktober. Demnach verlief die Entwicklung auf hoher Vorjahresbasis (+3 %) recht gut. Immerhin 40 Prozent der befragten Unternehmen zeigten sich mit dem Oktoberverlauf zufrieden oder sehr zufrieden. Besonders gut fiel die Beurteilung in den Branchen Lebensmittel und Haushaltswaren aus.

Die Erwartungen des Einzelhandels für das Weihnachtsgeschäft in den Monaten November und Dezember sind allerdings trotz des guten Konsumklimas insgesamt nur verhalten. Jeweils ein Drittel der Händler erwartet eine Entwicklung über, bzw. unter Vorjahresniveau.

Die Bewertung fällt dabei nach Branche, Standort und Größe des Unternehmens sehr unterschiedlich aus. Überdurchschnittlich hoch sind die Erwartungen danach bei größeren Unternehmen und solchen in den Innenstädten und Einkaufszentren. Hier erhofft man sich, von den hohen Besucherzahlen an den Topstandorten der Städte und Gemeinden zu profitieren.

Der HDE rechnet insgesamt mit einem Weihnachtsgeschäft, das nominal um 1,2 Prozent über dem Vorjahr liegen wird. Dies entspricht einem Gesamtumsatz von 80,6 Milliarden Euro in den Monaten November und Dezember. Der Mehrumsatz liegt damit bei einer Milliarde Euro gegenüber dem Vorjahr. In den zurückliegenden Jahren konnte die Branche um 2,0 Prozent (2011) bzw. 0,2 Prozent (2012) zulegen. Insgesamt erwarten wir damit in den beiden letzten Monaten des Jahres eine Umsatzentwicklung, die den Jahresverlauf bestätigt. Der große Schub zum Jahresende wird wohl ausbleiben, das moderate Wachstums setzt sich fort.

Weihnachtsgeschäft in einzelnen Branchen

Die Umsätze liegen in den beiden letzten Monaten des Jahres um rund 15 Prozent, in einzelnen Branchen aber auch um bis zu 100 Prozent über dem Durchschnitt der anderen Monate. Spielwarenhändler etwa machen fast 30 Prozent, Buchhändler rund ein Viertel ihres Umsatzes in den letzten beiden Monaten des Jahres. Dies zeigt die Bedeutung des Weihnachtsgeschäfts für den Einzelhandel. Traditionell laufen zu Weihnachten Kosmetik und Parfums, Uhren und Schmuck, Unterhaltungselektronik, Dekorationsartikel, Bücher und DVDs, sowie Lebensmittel und Spielzeug gut. Aber auch der Textilhandel profitiert. Viele Kunden verschenken Winterbekleidung wie Mäntel oder Jacken, oft wird auch zu Mützen oder Handschuhen gegriffen. Im Sporthandel verkaufen sich Skier, Snowboards oder Schlitten samt passender Ausrüstung sehr gut. Außerdem auf vielen Wunschzetteln: Ultra HD Fernseher, Ultrabooks oder Smartphones. Bei den Spielwaren geht der Trend in Richtung Verschmelzung von Spielzeug und Technik: So sind für die Kinder beispielsweise sprechende und sich bewegende, batteriegetriebene Plüschtierchen, fliegende Feen, Autorennbahnen ohne Schienen oder Roboter-Tiere gefragt.

Gutscheine: drei Prozent Umsatzanteil

Geschenk-Gutscheine haben für den Einzelhandel mittlerweile eine größere Bedeutung. Den Gutscheinanteil am Gesamtumsatz im Weihnachtsgeschäft schätzt der HDE auf etwa drei Prozent, damit stehen Gutscheine für einen Umsatz um die zwei Milliarden Euro. Dabei erwarten nach einer HDE-Umfrage sechs Prozent der befragten Händler, dass sie zehn Prozent oder mehr ihres Umsatzes zum Jahresende über Gutscheine erzielen. Fast 80

Prozent der Unternehmen rechnen mit einem Gutscheinanteil von unter fünf Prozent. Die größte Rolle spielen Gutscheine in den Bereichen Bekleidung und Elektronik.

Online-Handel wächst überdurchschnittlich

Der Online-Handel ist weiterhin ein der wichtigster Wachstumstreiber im Einzelhandel. Es sind nicht nur die Pure Player, die zu dieser Entwicklung beitragen: Nach dem HDE-Handelskonjunkturindex HANDELSkix betreiben bereits 30 Prozent der stationären Händler einen eigenen Online-Shop. Das Wachstum im E-Commerce verläuft weiterhin dynamisch. Der HDE erwartet für das Gesamtjahr 2013 ein Umsatzplus von zwölf Prozent auf rund 33 Milliarden Euro. Aktuell erreicht der Internethandel einen Anteil von rund 7,5 Prozent am Gesamtumsatz des deutschen Einzelhandels. Der Online-Handel ist gerade auch in „geschenkkaffinen“ Warengruppen wie Bücher, Tonträger, Elektronik und Bekleidung besonders stark. Dies erklärt auch die herausragende Bedeutung des Weihnachtsgeschäftes für Online-Händler. Den Umsatz des Online-Weihnachtsgeschäfts erwarten wir bei etwa 8,5 Milliarden Euro.

Verbraucher kaufen vor Weihnachten überproportional viel im Internet

Die Verbraucher geben vor Weihnachten überproportional viel im Internet aus. Dies zeigt die Entwicklung in den zurückliegenden Jahren im Nonfood-Bereich deutlich. Die Umsätze liegen insbesondere im Dezember um mehr als 50 Prozent über dem Jahresdurchschnitt. Davon profitieren nicht nur reine Online-Händler, sondern auch Unternehmen, die neben ihrem stationären Geschäft online präsent sind. Eine aktuelle HDE-Umfrage unter diesen Multichannel-Händlern zeigt, dass diese Betriebe mehrheitlich mit einem guten Weihnachtsgeschäft rechnen.

Online-Anteile in einzelnen Branchen

Wie wichtig der Online-Handel mittlerweile für das Weihnachtsgeschäft ist, kann man an den Online-Anteilen bei vielen Warengruppen erkennen. Lässt man den Lebensmittelhandel - hier liegt der Anteil unter einem Prozent - außer Betracht, liegen die Online-Anteile in den Monaten November und Dezember in den einzelnen Kategorien auf einem beachtlichen Niveau. Bereits im letzten Jahr wurden teilweise mehr als 25 Prozent des Umsatzvolumens im Nonfood-Bereich online erzielt.