

Jahres-Pressekonferenz am 31. Januar 2012

Rede des HDE-Hauptgeschäftsführers Stefan Genth

- Es gilt das gesprochene Wort -

Vieles deutet darauf hin: Der private Konsum wird sich auch in diesem Jahr positiv entwickeln und einen Beitrag zur Stabilität der deutschen Volkswirtschaft leisten.

Der Handelsverband Deutschland bewertet die Aussichten für den Handel positiv und stabil! Warum?

Die Rahmenbedingungen für den Einzelhandel sind gut. Nach den ersten Jahresergebnissen ist das Bruttoinlandsprodukt in 2011 preisbereinigt um 3,0 Prozent zum Vorjahr gewachsen und damit doppelt so stark wie in der Eurozone. Das BIP-Wachstum überschritt bereits Mitte letzten Jahres das Vorkrisenniveau. Damit hat Deutschland die Rezession weitaus schneller überwunden, als vorherzusehen war. Wichtiger Wachstumstreiber war die Binnennachfrage. Die Konsumausgaben stiegen preisbereinigt immerhin um 1,4 Prozent (Vorjahr +0,6%). Hierzu trug allerdings insbesondere auch die starke Nachfrage nach Kraftfahrzeugen bei. Ge- und Verbrauchsgüter konnten nur in bescheidenem Maße profitieren. Die Verbraucherstimmung war weitgehend intakt. Vor allem wegen des intakten Arbeitsmarktes und der positiven gesamtwirtschaftlichen Entwicklung. Das verfügbare Einkommen stieg im letzten Jahr um 3,3 Prozent. Die Sparquote sank nach vorläufigen Ergebnissen von 11,3 Prozent des verfügbaren Einkommens auf 10,9 Prozent in 2011.

Es gibt aber auch Risiken. In erster Linie die Eurokrise. Zwar wurden einige wichtige und richtige Weichenstellungen für den Weg aus der Euroschuldenkrise getroffen. Nun kommt es auf deren Umsetzung an. Zwar ist derzeit nicht von einer Rezession auszugehen. Eine Verschärfung der Krise aber könnte die Verbraucher verunsichern und damit dem Konsum erheblich schaden. Der Handel steht uneingeschränkt zum Euro. Es gibt kein Zurück zu den nationalen Währungen. Der Euro ist stabil. An der Inflation trägt nicht in erster Linie unsere Währung schuld, sondern die steigenden Preise für Rohstoffe und Energie. Der Euro hat den Test bestanden. Um so wichtiger ist es, dass die Politik jetzt alle nötigen Schritte unternimmt, um die Situation zu beruhigen.

Die Erwartungen im stationären Einzelhandel für 2012 sind laut aktuellen Ergebnissen des HDE-Handelskonjunkturindex (HANDELSkix) verhalten positiv. Bei der aktuellen Geschäftslage halten sich positive und negative Einschätzungen die Waage. Jeweils ein Drittel der befragten Unternehmen beurteilt seine Geschäftslage im Januar als positiv oder negativ. Das zeigt auch in der Beurteilung der Umsatzentwicklung: 21,1 Prozent berichten im Januar gegenüber dem Vorjahr von einem Umsatzplus von mehr als fünf Prozent, rund 17 Prozent mussten Umsatzeinbußen von über fünf Prozent verkraften.

Die guten Rahmenbedingungen sorgten 2011 für einen robusten Geschäftsverlauf im Einzelhandel mit einer Entwicklung über dem langjährigen Trend. Insgesamt stieg der Umsatz

um 2,4 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Preisbereinigt entspricht das einem Wachstum von 1,2 Prozent. Von einem Konsumrausch kann bei einem Wachstum dieser Größenordnung allerdings nicht die Rede sein – vielmehr sprechen wir von Stabilität beim Umsatz. Das Weihnachtsgeschäft zeigte große Schwankungen. Insbesondere die erste Dezemberhälfte konnte die Erwartungen nicht erfüllen und sorgte für Unruhe in der Branche.

Deutliche Unterschiede zeigten die Verläufe in den einzelnen Marktsegmenten und an den jeweiligen Standorten. So waren im November/Dezember die Händler in größeren Städten zufriedener, als in Städten unter 100.000 Einwohnern. Dies könnte darauf hindeuten, dass das Weihnachtsgeschäft seine volle Anziehungskraft im stationären Handel nur noch dort entfaltet, wo das Erlebnis des Stadtbesuches - etwa in Verbindung mit kulturellen und gastronomischen Angeboten – stimmt (durchaus auch verkaufsoffene Sonntage im Advent). Zudem scheinen die gerade im Weihnachtsgeschäft zunehmenden Online-Einkäufe einige Umsatzspitzen im stationären Handel zu glätten. Besonders der ungewöhnliche Wetterwechsel mit einem zu warmen Herbst und Winter sorgte eben im vergangenen Jahr nicht für die richtigen Kaufimpulse. Der Textil- und Sporthandel war durch diesen Verlauf klar betroffen und wartete auf Kunden und Umsätze, die normalerweise hätten kommen müssen.

Der November brachte auf Basis der vorläufigen Ergebnisse der amtlichen Einzelhandelsstatistik ein beachtliches Umsatzplus von nominal 2,4 Prozent, preisbereinigt von 1,1 Prozent zum starken Vorjahresmonat und übertraf damit alle Erwartungen. Im Dezember erreichte der Handel ein Umsatzplus von 0,4 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Preisbereinigt entspricht das einem Minus um 0,8 Prozent. Das Weihnachtsgeschäft insgesamt legte somit um 1,4 Prozent zu, das entspricht einem Umsatz von 77,8 Milliarden Euro.

Von den Umsatzzuwächsen profitierten die einzelnen Branchen unterschiedlich stark: Auffällig ist, dass besonders der Handel mit langlebigen Konsumgütern gute Geschäfte machte. Viele Verbraucher kauften Uhren, Schmuck, Glas, Keramik oder Möbel ein. Weniger gut lief es im Handel mit elektronischen Haushaltsgeräten, der genauso ein Minus hinnehmen musste wie der stationäre Buchfachhandel.

Das Minus im Buchfachhandel erklärt sich vor allem durch die Abwanderung der Umsätze in den Online-Handel. Dieser ist wie auch schon in den vergangenen Jahren der Gewinner des letzten Jahres. Er steht im Jahr 2011 in Deutschland für einen Gesamtumsatz von schätzungsweise 26,1 Milliarden Euro. Das sind 10,1 Prozent mehr als im Vorjahr. Und die Zeichen stehen eindeutig weiter auf Wachstum.

Auch im Weihnachtsgeschäft kaufen immer mehr Deutsche im Internet ein: Zwischen 2005 und 2010 ist der Online-Umsatz in November und Dezember von 3,6 auf 5,9 Milliarden Euro gestiegen. Insgesamt haben sich die Weihnachtsumsätze im Onlinegeschäft in den letzten sechs Jahren annähernd verdoppelt. Die Kunden schätzen den Service, ein Produkt online zu kaufen, und es kurze Zeit später zuverlässig und pünktlich an die Haustür geliefert zu bekommen. Umtausch und Beratung nach dem Kauf werden aber auch gerne im Geschäft (stationär) wahrgenommen. Online-Handel und stationärer Handel ergänzen sich immer stärker. Viele Verbraucher nutzen das Internet als Informationsquelle für ihre Einkäufe im Laden. Andere informieren sich im stationären Handel, um dann Waren bequem zu bestellen und nach Hause geliefert zu bekommen. Immer mehr stationäre Händler haben die Chancen erkannt und werden selbst im Internet aktiv.

Eine Entwicklung, die weit entwickelte Volkswirtschaften trifft, ist das fehlende Konsumwachstum. Wir haben es in unserer Gesellschaft und damit auch für den Handel mit relativ gesättigten Märkten zu tun! Der Anteil des Einzelhandels als größter Bereich des privaten Konsums schrumpft langsam, aber beständig. Andere Bereiche wie Wohnung, Wasser, Strom und Gas sowie Gesundheitspflege gewinnen in der langjährigen Entwicklung an Bedeutung. Hier steht der Einzelhandel weiterhin in starker Konkurrenz zu alternativen Einkommensverwendungen wie etwa Freizeit, Vorsorge und Telekommunikation. Im letzten

Jahr haben darüber hinaus gestiegene Kosten für Kraftstoffe das Budget für den Konsum im Einzelhandel belastet.

Neben der Eurostaatenkrise und den möglichen Folgen für den Konsum wird die Verteuerung von Energie für den Handel die größte Herausforderung der Zukunft darstellen. Und dies sowohl durch drohende Kostensteigerungen in den Läden als auch in den Vorstufen (Produktion) sowie durch eine Einengung des Konsums beim Verbraucher, der aus seinem Budget höhere Aufwendungen für Energie finanzieren muss. Dennoch ist der Handel einer der wichtigsten Wirtschaftszweige unserer Volkswirtschaft. Der Einzelhandel hat einen Anteil am Bruttoinlandsprodukt von 16 %. Damit ist der Handel insgesamt eine der drei größten Wirtschaftsbranchen in Deutschland. Der private Konsum ist mit einem Anteil von rund 58 Prozent am Bruttoinlandsprodukt die wichtigste binnenwirtschaftliche Größe. Ihn nachhaltig zu stärken, sollte daher Priorität haben. Dazu zählt vor allem die Schaffung eines stabilen Umfelds. Denn wie wohl kein anderer Wirtschaftszweig ist der Einzelhandel auf klare Signale und Verlässlichkeit politischer Entscheidungen angewiesen.

Die Einzelhandelspreise legten im zurückliegenden Jahr um 2,0 Prozent zu und blieben hinter den Verbraucherpreisen zurück. Insgesamt trugen die Gebrauchsgüter mit mittlerer (+1,4%) und langer Lebensdauer (-0,1%) deutlich zur Preisstabilität bei. Preistreiber waren vor allen Dingen die Energiepreise mit einer Steigerung von 9,5 Prozent. Die Verbrauchsgüter verteuerten sich mit +4,7 Prozent ebenfalls spürbar. Die Nahrungsmittelpreise legten im vergangenen Jahr um 2,8 Prozent im Vergleich zu 2010 zu. Die Ursache sind gestiegene Rohstoffpreise, insbesondere für Kaffee, Kakao und Butter. Weitere Gründe für höhere Preise sind die wegen steigender Energiepreise höheren Kosten der Vorstufen. Insgesamt hat der Einzelhandel damit im vergangenen Jahr zur Preisstabilität in Deutschland beigetragen. Kunden und Verbraucher können sich auch in diesem Jahr darauf verlassen, wobei Preisschwankungen aufgrund der Volatilität von Rohstoffpreisen wohl häufiger vorkommen werden. Die Preisentwicklung zeigt in den einzelnen Branchen des Einzelhandels unterschiedliche Trends. Überproportional stiegen Lebensmittel.

Der Einzelhandel bleibt ein wichtiger Motor für den Arbeitsmarkt. Die Branche konnte die Zahl der Beschäftigten in ihren Unternehmen erneut wesentlich erhöhen. Innerhalb eines Jahres (Stichtag 30. Juni 2011) gelang es, fast 62.000 sozialversicherungspflichtige Stellen zu schaffen (BfA). Dazu kommen rund 1.500 Minijobs. Dabei wächst lediglich die Zahl der Minijobs, die neben einer anderen Tätigkeit ausgeübt werden. Einen deutlichen Rückgang gab es dagegen bei geringfügiger Beschäftigung, die ausschließlich ausgeübt wird. Der Anstieg bei Minijobbern ist damit fast zum Stillstand gekommen. Das zeigt deutlich, dass die bestehenden sozialversicherungspflichtigen Stellen nicht durch geringfügige Beschäftigung verdrängt wird. Minijobs machen lediglich rund 15 Prozent des Arbeitszeitvolumens im Einzelhandels aus. Sehr gering ist mit zwei Prozent auch der Anteil der Leiharbeiter im Einzelhandel. Zu den Werkverträgen: Im Rahmen geltenden Rechts entscheiden die Unternehmen, ob sie bestimmte Tätigkeiten (nicht im Einzelhandel, sondern besonders in der Logistik und im Warenlager) über Werkverträge outsourcen. Sie kaufen Spezialistenwissen/ Spezialdienstleistungen bei Werkunternehmern gezielt ein und können sich somit auf ihre Kernkompetenzen beschränken. Die Werkleistungen werden vom Werkunternehmer selbst administriert und organisiert. Dies kann für die Unternehmen mit Effizienzvorteilen verbunden sein.

Der HDE vertritt die Auffassung, dass die gesetzlichen Spielregeln von den Unternehmen eingehalten werden müssen. Das heißt unter anderem, dass es keine Weisungen des Auftraggebers gegenüber Werkvertragsarbeitnehmern geben darf. Für die Werksunternehmer ist der Handelsverband Deutschland nicht tarifpolitisch zuständig, er kann auf diese Unternehmen daher auch keinen Einfluss ausüben. Für diese Unternehmen bestehen eigene tarifliche Strukturen mit eigenen Arbeitgeberverbänden und Tarifverträgen.

Viele Unternehmen gewährleisten allerdings durch Vorgaben bei der Auftragsvergabe und organisatorische Maßnahmen eine Mindestvergütung durch den Werksunternehmer. Die Einhaltung von Mindestvergütungen durch die Werksunternehmer wird teilweise zum Beispiel dadurch gewährleistet, dass die Einhaltung bestehender tariflicher Standards der jeweiligen Werkvertragsbranche vereinbart und durch die Auftraggeber kontrolliert wird.

Im letzten Jahr lagen die Tarifierhöhungen mit einem Plus von drei Prozent oberhalb des Umsatzwachstums. Die Entgelte der Beschäftigten im Einzelhandel sind also stärker gestiegen als die Umsätze der Unternehmer. Eine ähnliche Entwicklung zeichnet sich auch für 2012 ab: Dieses Jahr werden die Beschäftigten eine Lohnerhöhung um zwei Prozent verzeichnen können. Eine an die wirtschaftliche Entwicklung der Branche angepasste Entwicklung der Tarifentgelte ist gerade in Krisenzeiten das beste Beschäftigungssicherungsprogramm für die Arbeitnehmer im deutschen Einzelhandel. Die Zahlen zeigen, dass der Einzelhandel auch in schwierigeren Zeiten bis an die Grenze der Belastung gegangen ist.

Einen staatlichen Mindestlohn lehnen wir ab. Wir setzen uns für einen tariflichen Mindestlohn ein. Eine gesetzliche Einheitsregelung über alle Branchen hinweg ist entweder wirkungslos, wenn sie für die Branche zu niedrig ansetzt oder sie gefährdet Arbeitsplätze, wenn sie zu hoch ansetzt. Außerdem unterminieren gesetzliche Mindestlöhne den Flächentarifvertrag. Es ist naiv zu glauben, dass eine Gewerkschaft Tarifabschlüsse unterhalb einer gesetzlichen Mindestlohngrenze akzeptieren wird (wie es Überlegungen von CDU, CSU und SPD vorsehen).

Wir haben deshalb ver.di Verhandlungen zu bundesweiten, regional differenzierten verbindlichen tariflichen Entgeltuntergrenzen auf Basis der untersten Tarifentgelte für den Einzelhandel angeboten. Leider müssen wir feststellen, dass wir von ver.di mit fadenscheinigen Argumenten hingehalten werden. Es scheint, dass ver.di einen tariflichen Mindestlohn gezielt behindert, um ein Argument für einen gesetzlichen Mindestlohn zu haben. Äußerungen aus dem ver.di-Landesbezirk Baden-Württemberg lassen den Eindruck zu, dass man keinen tariflichen Mindestlohn will. Diese Verweigerungshaltung darf nicht mit gesetzlichen Mindestlohnregelungen "belohnt" werden.

Trotz aller Verunsicherung durch die Euro-Krise scheint es wahrscheinlich, dass sich einige wesentliche konsumrelevante Faktoren 2012 zumindest gut behaupten werden. Dies gilt insbesondere für die Entwicklung am Arbeitsmarkt. Hier ist mit einem weiteren Rückgang der Arbeitslosenzahl und einem Anstieg der Zahl der Erwerbstätigen zu rechnen. Der Anstieg der Verbraucherpreise wird angesichts schwächerer Konjunktur und vor allem aufgrund nachlassender Energiesteuerung spürbar niedriger ausfallen, als noch 2011. Ein Risiko ist dabei allerdings eine Eskalation in der Golfregion.

Nachdem es in 2011 eine starke Nachfrage nach Kraftfahrzeugen und anderen langlebigen Gebrauchsgütern wie Möbeln und Uhren und Schmuck gab, ist fraglich, ob dieser Effekt 2012 anhalten wird. Wesentliche Nachholeffekte aus dem Krisenjahr 2009 dürften von den Verbrauchern im Hinblick auf größere Anschaffungen 2010 und 2011 realisiert worden sein.

Der HDE erwartet daher für 2012 eine insgesamt gute Geschäftslage auf Vorjahresniveau. Der Umsatz wird sich nach Einschätzung des HDE nominal um 1,5 Prozent über dem Vorjahr entwickeln. Preisbereinigt rechnen wir mit einem Umsatz 0,5 Prozent über Vorjahresniveau. Dies würde immerhin bedeuten, dass der Einzelhandel seinen Umsatz preisbereinigt im dritten Jahr nacheinander steigern könnte.

Der Online-Handel wird auch 2012 weiter wachsen. Dafür sorgt allein schon die große Verbreitung internetfähiger Smartphones und Tablet-PCs. 2012 wird der Umsatz des Online-Handels bei 29,5 Milliarden Euro liegen. Das ist im Vergleich zum Vorjahr erneut eine deutliche Steigerung um 13 Prozent.