

## 44. urbanicom Studientagung

### STADTWANDEL UND HANDEL

### Hart am Wind: Handel und handelspolitisches Umfeld

Hamburg | 7. Mai 2024

Stefan Genth  
Hauptgeschäftsführer

# Rahmenbedingungen

Schwieriges Marktumfeld für stationären Einzelhandel

Ukraine

Kaufverhalten

Online-Handel

Geschäftsaufgaben

Stadtumbau

Post-Corona

Nahost-  
Konflikt



# Rahmenbedingungen 2024



## Konjunktur Deutschland

1. Nur leichte gesamtwirtschaftliche Erholung
2. Erwerbstätigkeit auf Rekordniveau
3. Inflation lässt nach, hohes Preisniveau bleibt
4. Konsum wächst nur moderat
5. Realeinkommen steigen, Kaufkraftverluste bleiben
6. Unsicherheit trübt Stimmung
7. Sparquote bleibt hoch
8. Einzelhandel wächst moderat
9. Stabile Beschäftigung
10. Anzahl der Betriebe sinkt, Neugründungen stabil

Quelle: HDE-Prognose



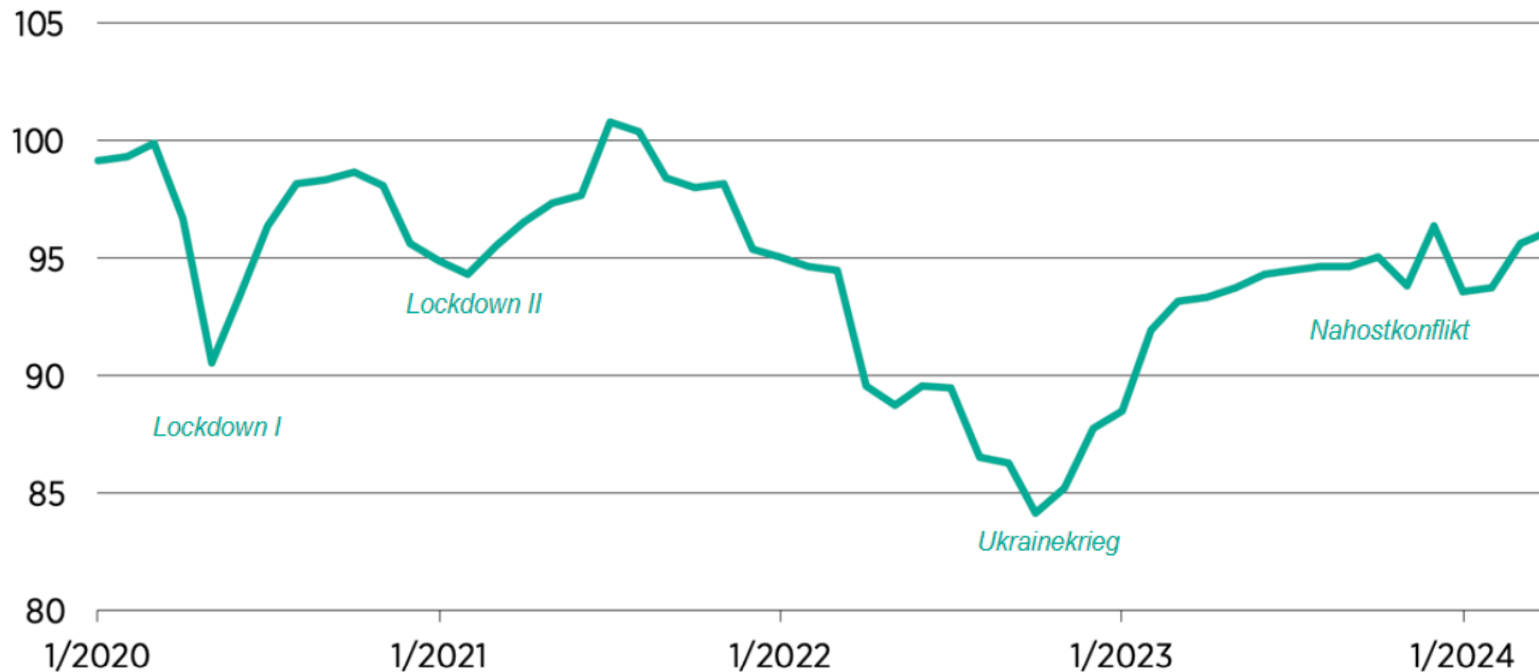
## Geopolitische Risiken

1. Zerreißprobe für Amerikas Demokratie
2. Eskalation des Konflikts im Nahen Osten
3. Die Aufteilung der Ukraine
4. Kontrollverlust über Künstliche Intelligenz
5. Schurkenstaaten schüren neue Konflikte
6. Wachstumslokomotive China geht die Puste aus
7. Wettrennen um wichtige Mineralien
8. Absturzgefahr für die Weltwirtschaft
9. El Niño verschärft die Klimakrise
10. Firmen geraten ins Kreuzfeuer des Kulturkampfes

Quelle: Handelsblatt vom 10.1.2024/ Eurasia Group

# Schwache Verbraucherstimmung

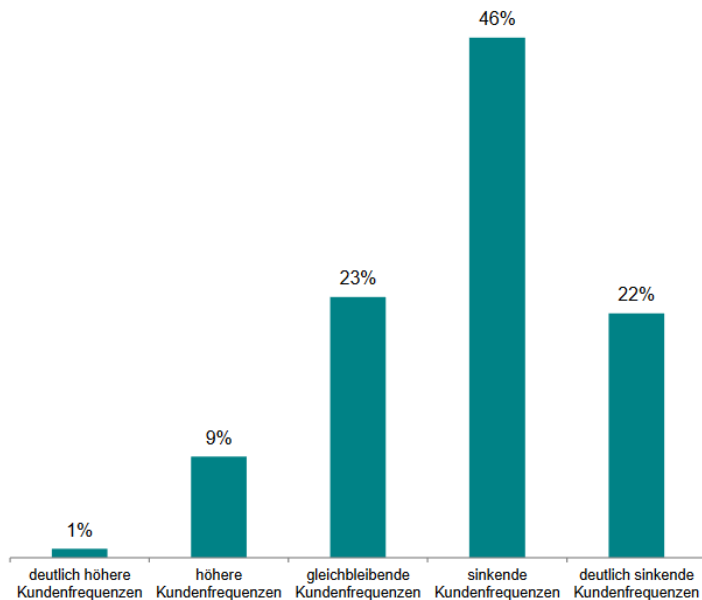
Konsumbarometer mit Aufwärtstrend



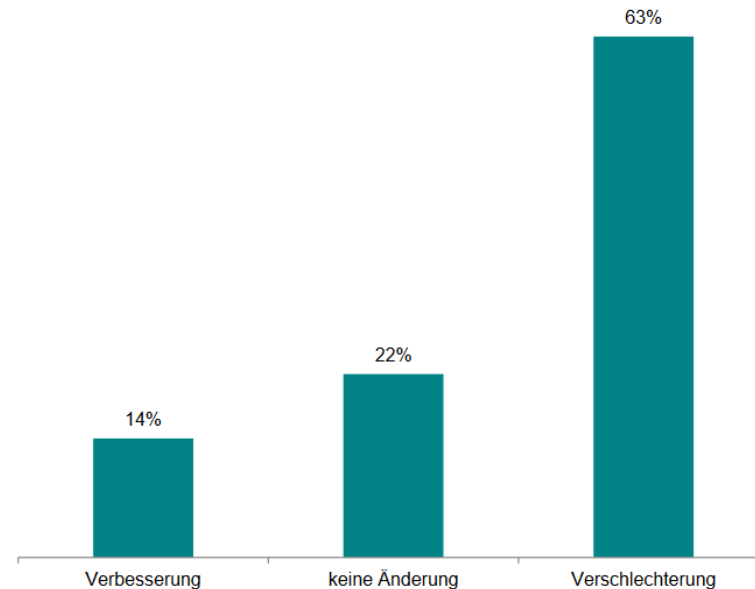
# Topthemen des Einzelhandels

*Sinkende Frequenzen und geringere Gewinne*

Wie entwickeln sich nach Ihrer Einschätzung in den vergangenen 2 Jahren die Kundenfrequenzen an Ihrem/n Standort/en?

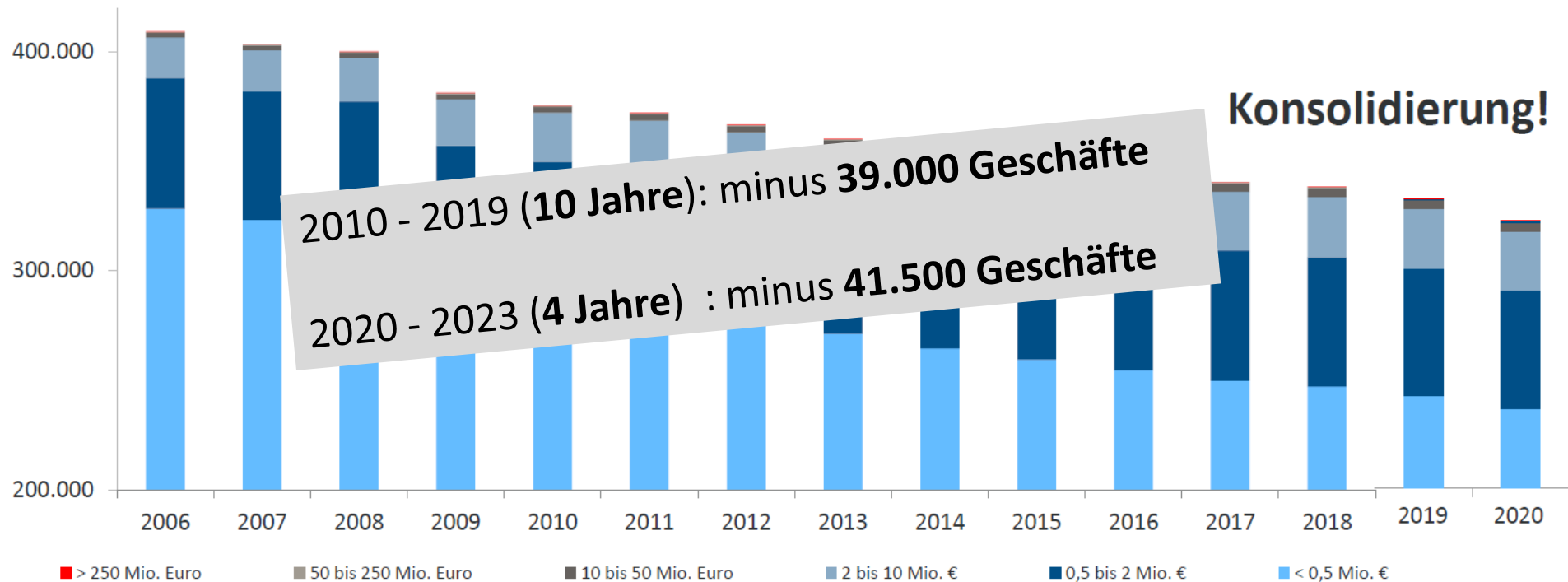


Wie hat sich Ihr Gewinn entwickelt im 2. Halbjahr des Vorjahres? Vergleich zum Vorjahreszeitraum



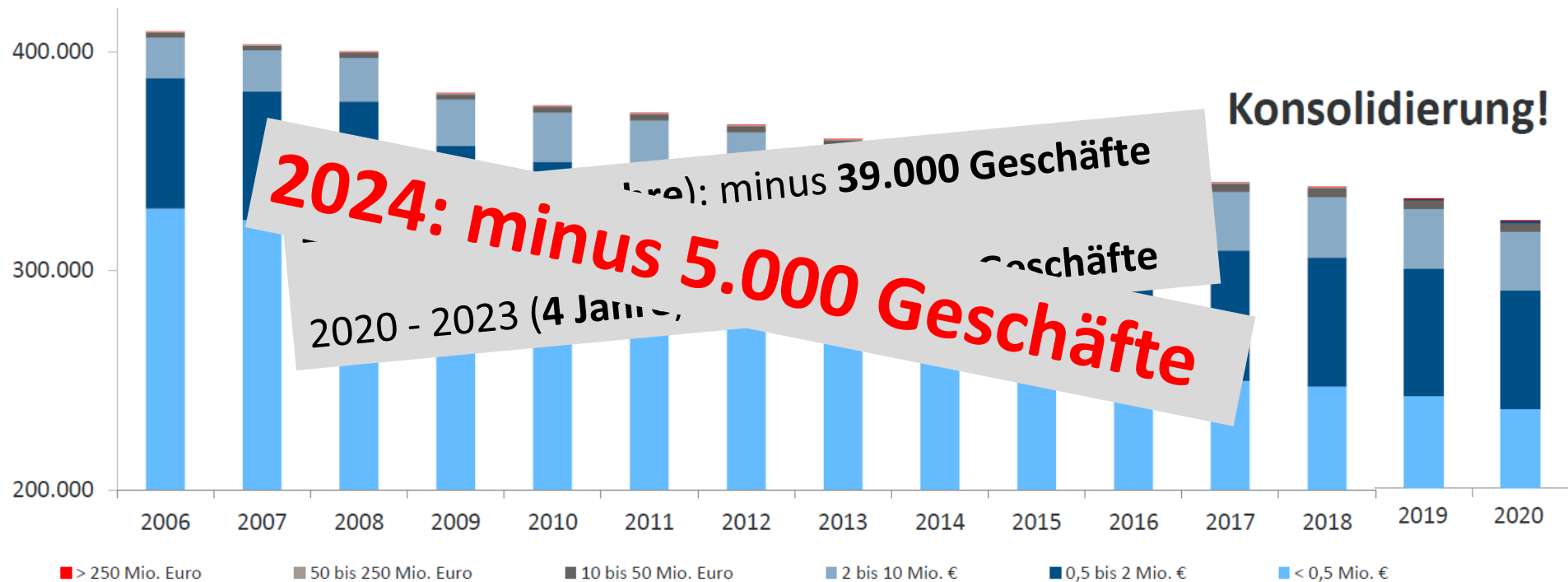
# Anzahl stationäre Geschäfte

Anzahl der Unternehmen im Einzelhandel nach Umsatzgrößen



# Anzahl stationäre Geschäfte

Anzahl der Unternehmen im Einzelhandel nach Umsatzgrößen



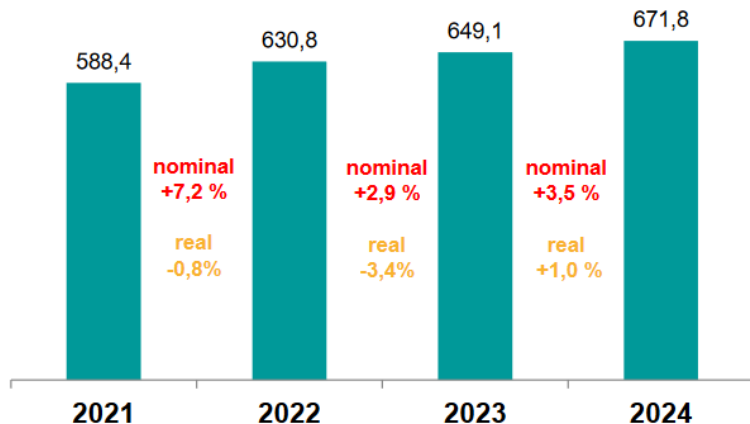
# Einzelhandelsumsatz 2021 bis 2023

Umsatz und Veränderung vom Vorjahr

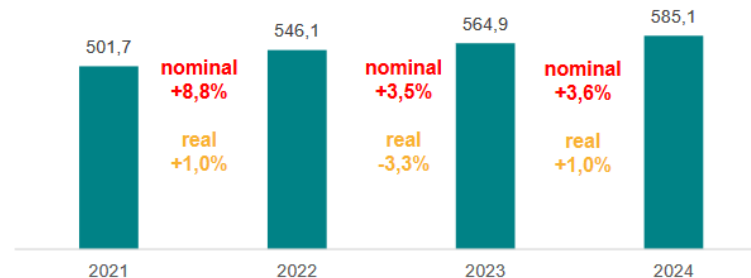


## Einzelhandel insgesamt\*

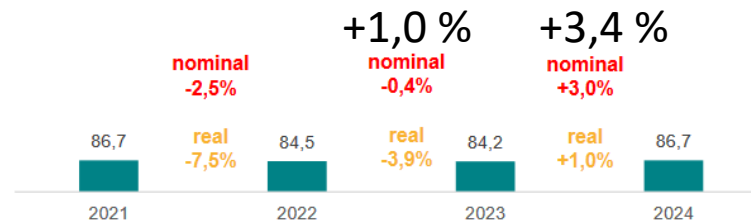
in Mrd. Euro



## Stationärer Handel



## Onlinehandel



85,4 Mrd.€

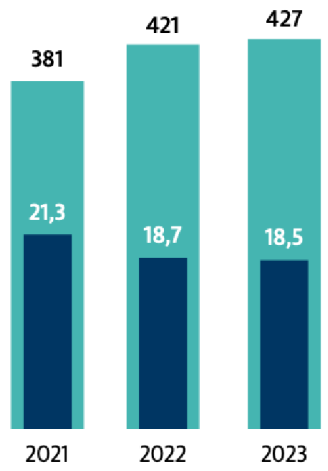


# Onlineanteil Food und Nonfood am Einzelhandel zwei Welten

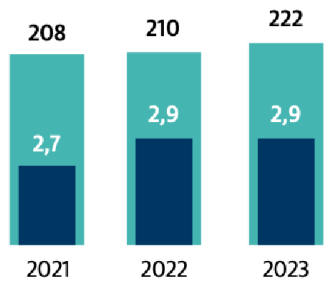


- Onlineanteil
- Umsatzvolumen im gesamtdeutschen Einzelhandel in Mrd. Euro (netto)

## NONFOOD



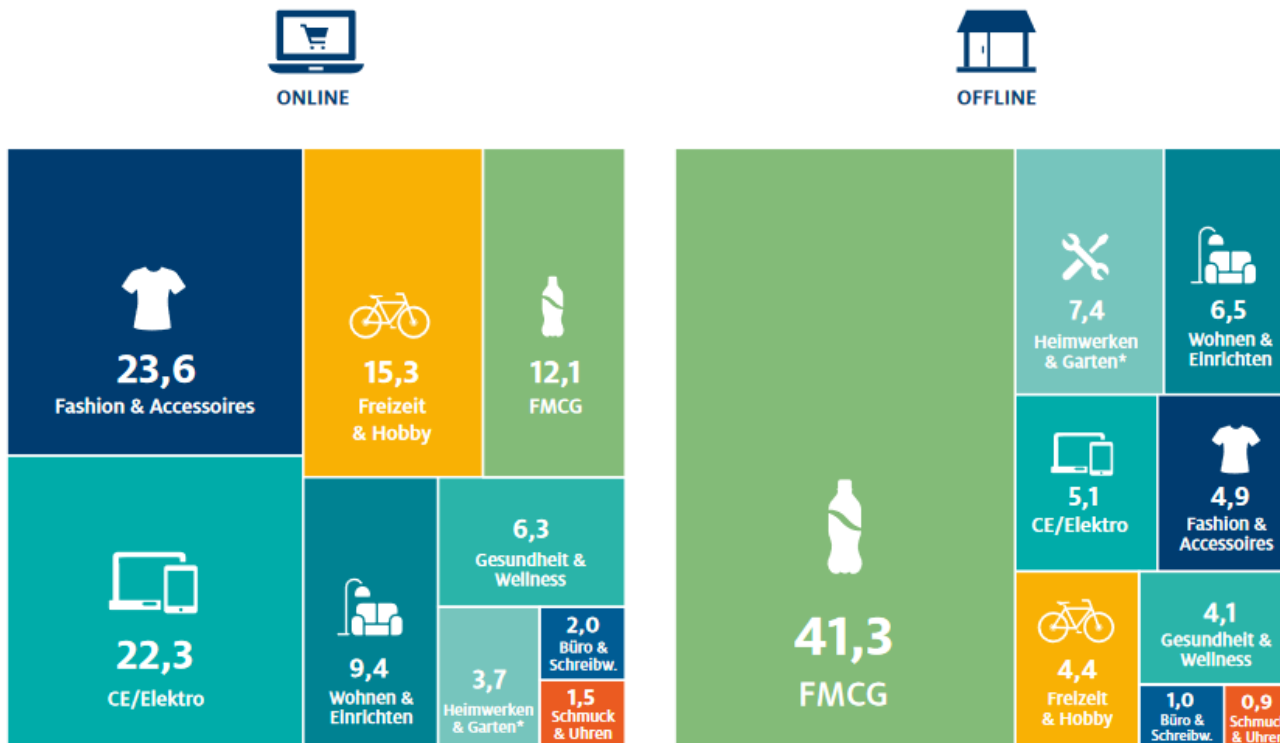
## FOOD\*\*



\*\* Food: Lebensmittel inkl. Getränke und Tabakwaren

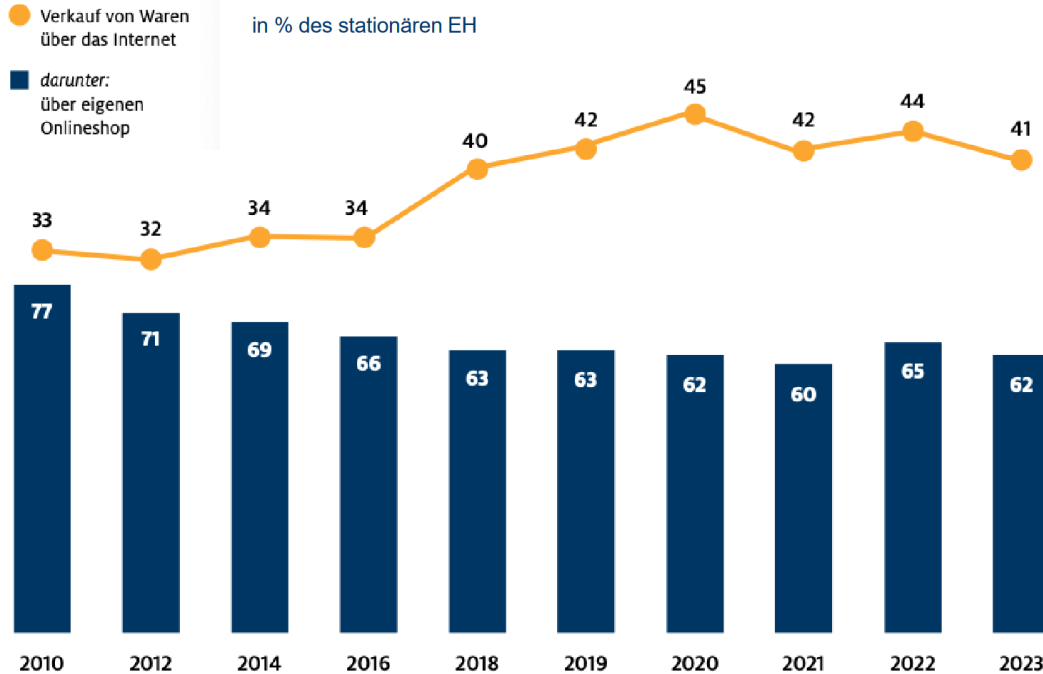
# Topthemen des Einzelhandels

Anteile der Branchen am Offline- und Onlinevolumen in Prozent



# Onlineaktivitäten stationärer Händler

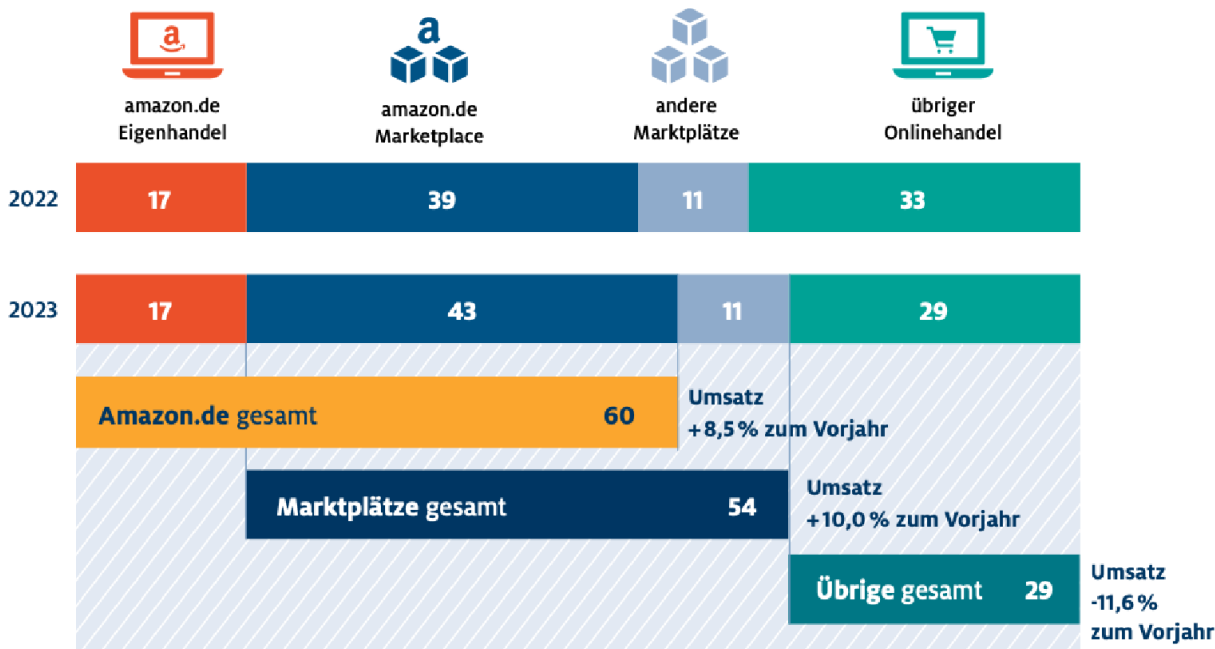
## Stationärer Einzelhandel starker Player im Onlinemarkt



# Online-Marktplätze wachsen

## Chancen für den Mittelstand, aber auch neue Wettbewerber aus dem Ausland

Anteile Amazon\* und Marktplätze am Onlinehandel  
in Prozent



### Direktversand über chinesische Plattformen

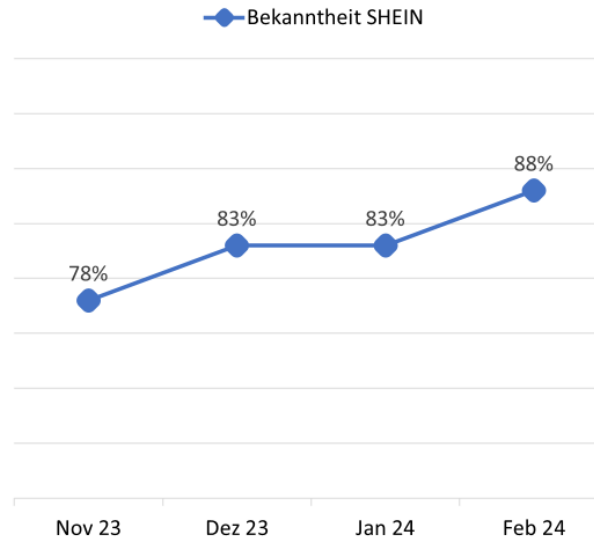
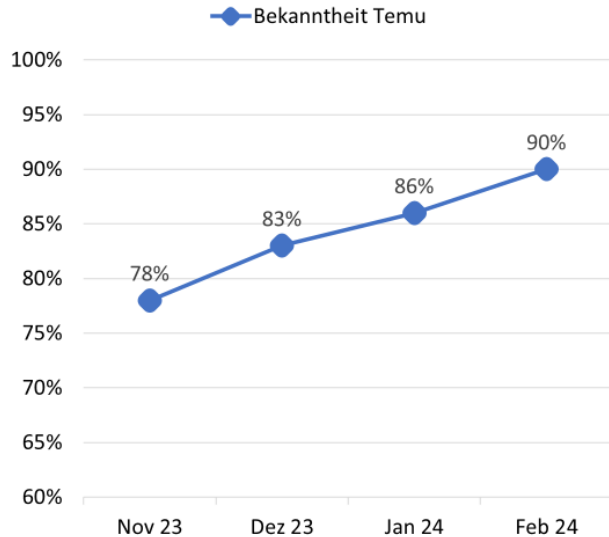
HDE fordert **Durchsetzung** des geltenden Rechts.

**Anforderungen des europäischen Produkt-, Verbraucher- und Lauterkeitsrechts** beim Direktversand von Waren über chinesische Plattformen wie Temu und Shein an Verbraucher in der EU **müssen eingehalten werden.**

# Online-Marktplätze wachsen

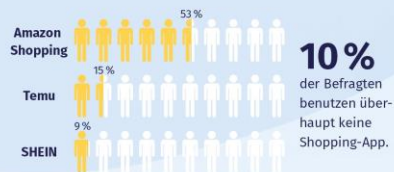
## Temu und Shein

Die Bekanntheit von Temu & SHEIN hat in den letzten Monaten deutlich zugenommen



### Amazon, Temu, SHEIN – Wo liegt der Kundennutzen?

Über die Hälfte der Konsument:innen benutzt die Amazon Shopping-App.



#### Wo liegen die Unterschiede der Anbieter?

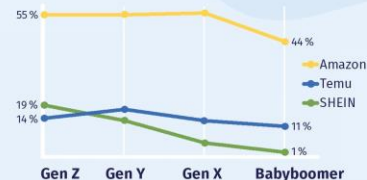
„In vielen Bereichen schneiden Temu und SHEIN schlechter ab als Amazon – bei der Wiederbestellabsicht und Weiterempfehlung sind die Unterschiede aber nicht sehr groß.“



Werte: Summe aus Kundenbewertung „hoch“ und „sehr hoch“



Temu und SHEIN sind vor allem bei den jüngeren Generationen beliebt.



Insgesamt zeigen sich die Befragten zufrieden mit den Erfahrungen in den Online-Shops.

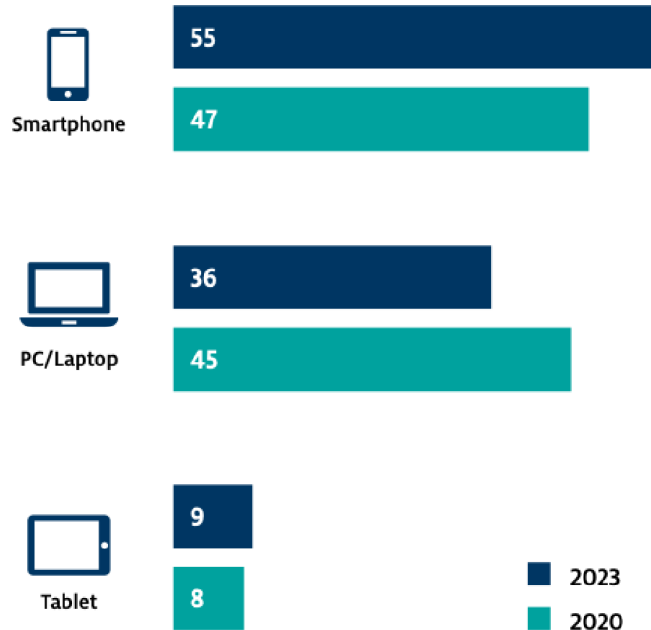
Mehr als die Hälfte plant, wieder bei den Anbietern einzukaufen – und würde sie Freunden & Familie weiterempfehlen.

„Da kaufe ich nochmal ein!“



# Verteilung der Onlineumsätze auf Endgeräte „Einkaufen nicht ohne mein Smartphone“

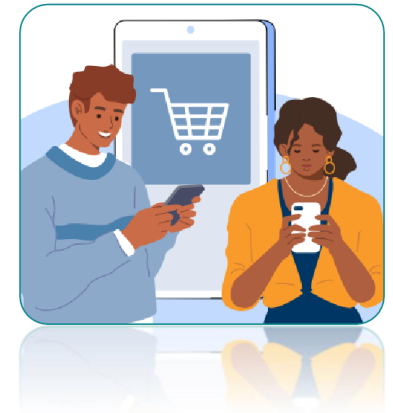
in Prozent



Onlineumsatz über das Smartphone



Onlineumsatz über andere Geräte

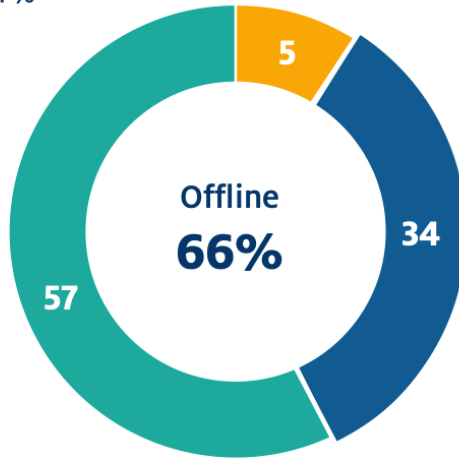





# Innenstädte haben Zukunft

## Junge Zielgruppen (16-29 Jahre) kaufen häufig stationär, wenn das Angebot stimmt

### Präferierte Einkaufsstätte

in %



-  Geschäfte in der Innenstadt
-  Geschäfte außerhalb der Innenstadt
-  Online

Insgesamt sind die Befragten **sehr zufrieden mit der Attraktivität ihrer Innenstädte.**

- **86% fühlen sich sehr wohl** in ihrer Stadt
- **92% kommen immer wieder gerne**
- **85% finden, dass es schöne Plätze, Gebäude und Parks** gibt



## Ausblick 2024

*Wirtschaft in weiterhin herausforderndem Umfeld*

- Einzelhandel wächst moderat, auch preisbereinigt leichtes Plus
- Stabile Beschäftigung
- Anzahl der Betriebe sinkt, Neugründungen stabil
- Kaum Flächenzuwachs
- Onlineumsätze auf hohem Niveau nach Coronaboom – aber Entwicklung ohne große Dynamik
- Umsatzentwicklung für den Onlinehandel 2023 leicht nach oben korrigiert (+1,0 statt -0,4)
- Umsatzerwartungen online für 2024 ebenfalls etwas optimistischer (+3,4 statt 3,0)
- Food & Co (FMCG) mit geringem Onlineanteil, aber deutlichem Wachstum (+9% in 2023)
- Händler mit stationärer DNA starke Player im Onlinemarkt – 1/3
- Online-Marktplätze wachsen auf 54% - Chancen für den Mittelstand, neue internationale Wettbewerber
- Rekordanteil von 55 Prozent der Onlineumsätze über Smartphones



**Stefan Genth**  
**Hauptgeschäftsführer**

**Handelsverband Deutschland - HDE - e.V.**  
Am Weidendamm 1A  
10117 Berlin

Telefon: 030 / 72 62 50-10  
Fax: 030 / 72 62 50-19

[genth@hde.de](mailto:genth@hde.de)  
[www.einzelhandel.de](http://www.einzelhandel.de)