



Jahresbilanz 2006 für den Berliner und Brandenburger Einzelhandel:

Die Talsohle ist durchschritten

Erstmals wieder positive Umsatzzahlen für den Einzelhandel in der Region Berlin-Brandenburg

2006 war ein ereignisreiches und bedeutungsvolles Jahr für den Einzelhandel in der Region Berlin-Brandenburg. Schon allein durch die Abschaffung des Ladenschlussgesetzes und die Freigabe der Ladenöffnungszeiten wird das Jahr 2006 in die Historie des Einzelhandels eingehen.

Wirtschaftlich gesehen war es ein Jahr, das durch den allgemeinen konjunkturellen Aufschwung und die davon abgeleitete wachsende Beschäftigung eine Signalwirkung für den Einzelhandel hat. Konkrete Auswirkungen sind in der Wirtschaftsbranche bislang allerdings nur sehr zaghaft zu spüren.

Bilanz 2006

Zum gegenwärtigen Zeitpunkt gibt es für den Einzelhandel in der Region Berlin-Brandenburg noch keine endgültigen statistischen Daten, die eine exakte Bewertung der Umsatzentwicklung im Jahr 2006 zulassen.

Die vorliegende Jahresbilanz des HBB basiert auf einem Abgleich verschiedener Datenquellen und der sich daraus ergebenden geschätzten Umsatzentwicklung. Als Grundlage dienten insbesondere interne Umfragen und Analysen des HBB sowie die bisher vorliegenden vorläufigen Umsatzzahlen des Amtes für Statistik Berlin-Brandenburg.

Tendenziell zeichnet sich in beiden Bundesländern 2006 eine leichte Verbesserung gegenüber den Vorjahresergebnissen ab, wobei die Situation des Einzelhandels in Berlin und in Brandenburg nach wie vor noch sehr unterschiedlich ist.

Berlin:

Nach Jahren erstmals wieder Umsatzplus

Nach vorläufigen Schätzungen des HBB konnte der Berliner Einzelhandel (im engeren Sinne, d.h. innerhalb von Verkaufsräumen, aber ohne Kfz, Tankstellen, Apotheken u. a.) nach jahrelanger Talfahrt 2006 erstmal wieder ein Umsatzplus von nominal rund 1,9 Prozent (real ca. +1,3 Prozent) erwirtschaften.

Das entspricht auf der Basis der im Vorjahr rückläufig korrigierten Umsatzzahlen einem nominalen Gesamtumsatz (im engeren Sinne) von ca. 12,2 Mrd. Euro.

Damit konnte die im Jahr 2005 erstmals wieder erreichte Stabilisierung im Berliner Einzelhandel weiter untermauert werden.

Die Entwicklung hinsichtlich der einzelnen Branchen, der jeweiligen Unternehmensstrukturen sowie der Standorte gestaltete sich im Einzelnen jedoch weiterhin sehr unterschiedlich. Zentrale Standorte in innerstädtischen Lagen konnten sich weiter profilieren, während sich die Situation für Unternehmen in Randlagen häufig kritisch gestaltet.

Erfreulich ist, dass sich die aufgrund des massiven Wettbewerbes angespannte Situation der kleinen und mittelständischen Unternehmen im Laufe des Jahres leicht verbessern konnte, wie die Auswertung stichprobenartiger, interner Umfragen des HBB ergab. Rund die Hälfte der an der Umfrage beteiligten Berliner Unternehmen bewertete die aktuelle Geschäftslage als „gut“ und 40 Prozent rechnen 2007 mit einem Umsatzzuwachs.



Brandenburg: Stabilisierung erreicht

Im Bundesland Brandenburg konnte 2006 nominal ein leichtes Umsatzplus (im engeren Sinne) von 0,5 Prozent erreicht werden. Real entspricht der Umsatz nach vorläufigen Schätzungen etwa dem Vorjahresergebnis. Insgesamt wurde nominal ein Umsatz (im engeren Sinne ohne Apotheken, Kfz, Tankstellen u. a.) von ca. 6,9 Mrd. Euro erwirtschaftet.

Damit ist im Brandenburger Einzelhandel 2006 nach mehreren Jahren mit Umsatzrückgängen erstmals wieder eine Stabilisierung eingetreten. Die Situation kleiner und mittelständischer Unternehmen wie inhabergeführter Fachgeschäfte insbesondere in kleineren Gemeinden und ländlichen Regionen ist im Land Brandenburg allerdings nach wie vor angespannt. Das kommt u. a. auch in der Auswertung der stichprobenartigen Mitglieder-Umfrage des HBB zum Ausdruck: Nur 21 Prozent der Unternehmen schätzen die aktuelle Geschäftslage als „gut“ ein, 49 Prozent als „befriedigend“ und 30 Prozent als „schlecht“. Hinsichtlich der Erwartungen für 2007 gehen über 70 Prozent der Unternehmen von einem weiteren Umsatzrückgang aus.

Neue Chancen für den Einzelhandel durch Freigabe der Öffnungszeiten

Die Verabschiedung der Ladenöffnungsgesetze für Berlin und Brandenburg und die damit verbundene Freigabe der Öffnungszeiten an Werktagen war für den Einzelhandel im Jahr 2006 eines der bedeutendsten Ereignisse. **Endgültig wurde nun ein Schlussstrich unter die jahrzehntelange einseitige Benachteiligung einer ganzen Wirtschaftsbranche gesetzt.**

Die neuen Freiheiten und Chancen werden von den Kaufleuten mit Bedacht und Verantwortungsbewusstsein genutzt. In der Adventszeit des

vergangenen Jahres konnten mit den erweiterten Ladenöffnungszeiten erstmals das Kundenverhalten und die Kundenwünsche getestet werden.

Vor allem die Öffnung an Adventssonntagen und die abendliche Verlängerung der Öffnungszeiten zum Ende der Woche wurden von Kunden der Warenhäuser und Einkaufszentren in Berlin und in größeren Städten Brandenburgs gut angenommen. Kleine mittelständische Unternehmen und insbesondere der inhabergeführte Facheinzelhandel reagierten dagegen bisher eher abwartend und zurückhaltend hinsichtlich einer Erweiterung ihrer Öffnungszeiten. Zukünftig ist hier eine noch bessere Abstimmung unter den Unternehmen vor Ort, insbesondere in den Einkaufstraßen und an zentralen innerstädtischen Standorten, erforderlich.

Wie eine Umfrage unter den Mitgliedunternehmen des HBB ergab, ist die Interessenlage bei kleinen mittelständischen Unternehmen zukünftig eher auf Öffnungsmöglichkeiten an Sonn- und Feiertagen gerichtet. 80 Prozent der an der Umfrage beteiligten Berliner und 44 Prozent der Brandenburger Unternehmen wollen von diesen Möglichkeiten Gebrauch machen.

Eine Erweiterung der Öffnungszeiten in den Abendstunden kommt für die meisten Kaufleute nur zu bestimmten Verkaufsperioden wie der Adventszeit oder aus Anlass lokaler Veranstaltungen oder bei Straßenfesten in Frage.

Große Warenhäuser, Einkaufszentren und Supermärkte sehen dagegen insbesondere in Berlin in verlängerten Öffnungszeiten in den Abendstunden eine neue Chance. Bewährt haben sich dabei vor allem die Werktage zum Ende der Woche (Donnerstag bis Sonnabend).

Zukünftig ist hinsichtlich der Festlegung der Öffnungszeiten vermutlich noch mit einer stärkeren Differenzierung aus Sicht der einzelnen Branchen zu rechnen.



Die ersten Erfahrungen im Umgang mit den neuen Ladenöffnungsgesetzen in Berlin und im Land Brandenburg sind überwiegend positiv. Hinsichtlich einzelner Aspekte gibt es aber dennoch Bedarf an Nachbesserungen.

So ist beispielsweise die nach der Regelung des alten Ladenschlussgesetzes für Blumenläden möglich Öffnung an bestimmten Feiertagen (1. Weihnachtsfeiertag, Oster- und Pfingstsonntag) jetzt nicht mehr erlaubt. Das hat zu Irritationen in der Branche geführt und man befürchtet dadurch Kunden zu verlieren.

Höhepunkt Fußball-WM 2006

Ein weiterer Höhepunkt für den Einzelhandel der Region Berlin-Brandenburg war die Fußballweltmeisterschaft. Erstmals konnten die Unternehmen in Berlin und an einzelnen Standorten des Landes Brandenburg über ihre Öffnungszeiten frei entscheiden.

Profitiert haben von der WM insbesondere einzelne Unternehmen an zentralen Standorten sowie spezielle Branchen wie Fan- und Sportartikel sowie Getränke und Nahrungsmittel.

Insgesamt wurden die Erwartungen der Kaufleute jedoch nicht erfüllt. Wesentliche Umsatzsteigerungen konnten durch die verlängerten Öffnungszeiten kaum erzielt werden. Das heiße Sommerwetter und die hohe Anziehungskraft des Public Viewing sowie die jeweiligen Spieltage der deutschen Mannschaft wirkten sich insbesondere negativ für den Einzelhandel aus.

Den größten Gewinn sehen die Unternehmen eher langfristig in einer kundenfreundlichen Präsentation des Einzelhandels. Dieser Imagegewinn insbesondere auch hinsichtlich der Touristen aus aller Welt wird sich zukünftig erst auszahlen.

Berlin auf dem Weg zur Einkaufsmetropole

Sowohl innerhalb Deutschlands als auch international etabliert sich Berlin immer stärker zu einer attraktiven Shoppingmetropole. Diese Entwicklung ist nicht nur der Vielzahl großer Warenhäuser und Shoppingcenter zu verdanken, die sich über die ganze Stadt verteilen. Vor allem durch den weiteren qualitativen Ausbau innerstädtischer Geschäftslagen und attraktiver Einkaufsstraßen, durch die verstärkte Ansiedlung junger, kreativer und innovativer Unternehmen und das im internationalen Vergleich attraktive Preis-Leistungs-Verhältnis im Einzelhandel werden immer mehr Shopping-Touristen aus dem In- und Ausland angelockt.

So hat beispielsweise die Werbeaktion „WinterZauber Berlin“, die von Unternehmen des Einzelhandels aktiv unterstützt wird, auch in diesem Jahr dazu beigetragen, die Gesamtbilanz zum Jahresende wesentlich aufzubessern.

Nach Schätzungen des HBB erwirtschaftet der Berliner Einzelhandel in den Monaten November und Dezember rund 500 Millionen Euro alleine durch in- und ausländische Touristen. Insgesamt haben sie am Jahresumsatz bereits einen Anteil von fast 20 Prozent.

Stark zugenommen haben 2006 die Umsätze von Touristen aus Nicht-EU-Ländern. Der Finanzdienstleister Global Refund Deutschland, der die beim Einkauf entrichtete Mehrwertsteuer zurückerstattet, ermittelte für die ersten sieben Monate des vergangenen Jahres in Berlin eine Umsatzsteigerung von 52 Prozent gegenüber dem Vorjahr.

WinterZauber Berlin erstmals mit Beteiligung Potsdamer Unternehmen

Die Marketingaktion „WinterZauber Berlin“ zog 2006 wieder Touristen, und damit zusätzliche Kunden für den Einzelhandel, aus dem In-



und Ausland an. Von Jahr zu Jahr gibt es neue Rekordzahlen, die sich auch in den Kassen vieler Einzelhandelsunternehmen widerspiegeln. **Im Rahmen unseres Coupon-Heftes für den Einzelhandel beteiligten sich erstmals auch Potsdamer Unternehmen an dieser Aktion. Damit konnten wir einen weiteren Schritt im gemeinsamen Interesse der gesamten Wirtschaftsbranche der Region Berlin-Brandenburg gehen.**

Tourismus – ein wichtiger Wirtschaftsfaktor im Land Brandenburg

Der Brandenburg-Tourismus weist insgesamt im Jahr 2006 eine leicht steigende Tendenz im Vergleich zum Vorjahr aus.

Der Tagestourismus hat für Brandenburg eine außerordentlich hohe Bedeutung. Von den Ausgaben der Touristen profitiert eine Vielzahl von Einzelhandelsunternehmen.

Laut statistischer Angaben fließen rund 40 Prozent der Ausgaben von Touristen in den Einzelhandel. Damit gehört die Wirtschaftsbranche neben dem Brandenburger Gastgewerbe zu den Hauptprofiteuren des Tourismus.

Die stärksten Zuwächse bei den Gästen verzeichnete die Landeshauptstadt Potsdam (+8,9 Prozent). Durch zahlreiche Marketingmaßnahmen sowie Großevents in Städten und in den ländlichen Regionen konnte der Einzelhandel zusätzliche Umsätze erzielen.

Auch eine Erhöhung der touristischen Attraktivität durch regelmäßige Bundes-/ Landesgartenschauen (Rathenow 2006) mit hohen Besucherzahlen konnte erreicht werden. Hier gab es gute Ansätze für die Vernetzung von Kultur, Gastronomie, Einzelhandel u. a.. Auch grenzübergreifende Tourismuskonzepte der Stadt Frankfurt (Oder) mit Polen wurden im Jahr 2006 weiter entwickelt.

Stabilisierung der Zahl der Arbeitsplätze

Nach vorläufigen Einschätzungen ist es 2006 in Berlin erstmals seit vielen Jahren wieder gelungen, den Rückgang von Arbeitsplätzen zu stoppen und die Zahl von 62.000 Beschäftigten (Einzelhandel im engeren Sinne) zu halten. Seit 1992 sind über 40.000 Arbeitsplätze verlorengegangen. Das sind durchschnittlich 3.000 Arbeitsplätze pro Jahr. **Durch einen maßvollen Tarifabschluss war es möglich, diesen Trend zu stoppen und nach 14 Jahren erstmals wieder eine Stabilisierung hinsichtlich der Zahl der Arbeitsplätze zu erreichen**

Allerdings gab es 2006 weiterhin noch eine Reduzierung von Vollzeitstellen und eine verstärkte Zunahme von Teilzeitstellen. Die verschärfte Wettbewerbssituation hat vor allem bei kleineren und mittleren Unternehmen wie inhabergeführten Geschäften zum Abbau von Vollzeitarbeitsplätzen geführt. Durch Umstrukturierungen sind auch bei großen Unternehmen Arbeitsplätze verlorengegangen.

Aufgrund der neuen Öffnungsmöglichkeiten ist im Berliner Einzelhandel zukünftig mit einem wachsenden Bedarf flexibler Teilzeitarbeitskräfte zu rechnen. Große Einzelhandelsunternehmen haben in Verbindung mit den erweiterten Öffnungszeiten bereits auch zusätzliche Vollzeitstellen geschaffen.

Wie die ersten Erfahrungen mit erweiterten Öffnungszeiten zur Adventszeit 2006 gezeigt haben, war es für die Unternehmen teilweise schwierig, in kurzer Zeit geeignete Arbeitskräfte zu finden.

Die Zahl der Arbeitsplätze im Brandenburger Einzelhandel (im engeren Sinne) ist im Jahr 2006 nach vorläufigen Einschätzungen des HBB um ca. ein Prozent auf etwa 50.800 Beschäftigte gestiegen. Dieses hervorragende Ergebnis konnte ebenso nur durch einen maßvollen Tarifabschluss zustande kommen.



Dabei verringerte sich die Zahl der Vollzeitstellen geringfügig, während sich die Zahl der Teilzeitstellen erhöhte.

Diese Zunahme der Teilzeitstellen konnte insbesondere im Monat Dezember im Rahmen des neuen Ladenöffnungsgesetzes erreicht werden.

Konjunkturelle Entwicklung spiegelt sich im Gründungsgeschehen wider

Der Einzelhandel in Berlin und im Land Brandenburg gehört nach wie vor auch aus der Sicht des Gründungsgeschehens und der Gewerbeanmeldungen zu den bedeutendsten Wirtschaftszweigen der Region. Die statistischen Erhebungen zeigen aber gleichzeitig, dass der Einzelhandel im Jahresverlauf nicht in dem Maße von der konjunkturellen Entwicklung profitieren konnte wie andere Wirtschaftsbranchen.

Berlin:

Bei den Gewerbean- und Abmeldungen verzeichnete der Berliner Einzelhandel 2006 im Zeitraum Januar bis November einen positiven Saldo von 627 Anmeldungen. Nach Angaben des Amtes für Statistik wurden im genannten Zeitraum 6.697 Gewerbe angemeldet und 6.070 abgemeldet.

Der Anteil des Einzelhandels an der Gesamtzahl der Gewerbeanmeldungen beträgt 15,6 Prozent und ist damit um ca. 1,4 Prozentpunkte (Stand November 2006) gegenüber dem Vorjahr zurückgegangen. Der Anteil des Einzelhandels an den Abmeldungen ist um einen Prozentpunkt auf ca. 21 Prozent angewachsen.

Laut Gründerindex der Bürgerschaftsbank Berlin, der das Gründungsklima der einzelnen Branchen in der Stadt widerspiegelt, hat der Handel ebenso einen positiven Gründungssaldo und liegt mit einem Anteil von rund 21 Prozent am Gründungsgeschehen der ersten neun Monate im Jahr 2006 weiterhin auf dem zweiten Platz. Gegenüber dem gleichen Vorjahreszeitraum ist

jedoch ein Rückgang um mehr als drei Prozentpunkte zu verzeichnen. Andere Branchen, bei denen sich die konjunkturelle Entwicklung deutlicher widerspiegelt, haben bei den Betriebsgründungen inzwischen aufgeholt. Bei den Stilllegungen, die im Branchenvergleich der letzten Jahre immer vom Handel angeführt wurden, ist der Anteil um zwei Prozentpunkte gesunken. Mit rund 28 Prozent rangiert der Wirtschaftszweig aber noch immer auf dem ersten Platz.

Brandenburg:

Im Land Brandenburg gab es mit Stand Oktober 2006 (Angaben des Statistischen Amtes) insgesamt 4159 Gewerbeanmeldungen im Einzelhandel und 3706 Gewerbeabmeldungen. Somit verzeichnet der Brandenburger Einzelhandel in diesem Zeitraum 453 Anmeldungen mehr als Abmeldungen und liegt nach dem Dienstleistungsbereich an zweiter Stelle bei den Gewerbeanzeigen im Land Brandenburg.

Verkaufsfläche leicht angewachsen

2006 ist die Verkaufsfläche in Berlin um rund 100.000 Quadratmeter auf etwa 4,35 Mio. Quadratmeter angewachsen. Die je Einwohner zur Verfügung stehende Verkaufsfläche liegt aufgrund des Bevölkerungszuwachses statistisch gesehen weiterhin bei knapp 1,3 Quadratmeter.

Auch wenn sich das Wachstum der Verkaufsfläche seit der Jahrhundertwende wesentlich verlangsamt hat, sind in den vergangenen fünf Jahren insgesamt zehn Prozent Fläche hinzugekommen. Diese Entwicklung steht nach wie vor im Gegensatz zur Entwicklung der Bevölkerung und der zur Verfügung stehenden Kaufkraft. Der Berliner Einzelhandel ist mit einem Überhang von fast 0,6 Millionen Quadratmeter Verkaufsfläche konfrontiert, dem keine relevante Kaufkraft gegenübersteht.



Auch das Land Brandenburg verzeichnete im Jahr 2006 eine Zunahme der Verkaufsfläche insbesondere in der Hauptbranche „Waren des täglichen Bedarfs“. **Laut einer aktuellen Studie beträgt die Verkaufsfläche im Land Brandenburg insgesamt ca. 3,4 Mio. Quadratmeter. Je Einwohner stehen damit 1,34 Quadratmeter Verkaufsfläche zur Verfügung.**

Einzelhandel leidet weiter unter mangelnder Kaufkraft

Das größte Problem für den Einzelhandel in der Region Berlin-Brandenburg stellt nach wie vor die mangelnde und weiter rückläufige Kaufkraft dar. Sie ist sowohl absolut als auch im Vergleich zum Bundesdurchschnitt rückläufig. In Berlin und Potsdam beträgt die vorhandene Kaufkraft nur wenig über 90 Prozent des Bundesdurchschnitts. In den ländlichen Regionen Brandenburgs sieht es noch weitaus schlechter aus. Im Ranking von rund 440 Stadt- und Landkreisen nach ihrer Kaufkraftstärke, das von der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) Ende vergangenen Jahres aufgestellt wurde, rangieren Potsdam mittlerweile auf dem 258 und Berlin auf dem 297. Rang.

Diese Kaufkraftdelle konnte bisher vor allem im Berliner Einzelhandel zu einem großen Teil noch durch den jährlich gewachsenen Umsatzanteil der Shopping-Touristen aus dem In- und Ausland abgefangen werden. Langfristig kann sich der Einzelhandel in der ganzen Region aber nur stabilisieren, wenn der konjunkturelle Aufschwung und die zunehmende Beschäftigung auch zu einem entsprechenden Kaufkraftwachstum in Berlin und Brandenburg führen.

2007 - Ein Jahr begleitet von gemischten Gefühlen

Was das Jahr 2007 bringen wird, ist für viele Unternehmen noch mit zahlreichen Fragezeichen behaftet.

Erstens geht es um die weitere Gestaltung der Ladenöffnungszeiten. Um die Kundenströme richtig einschätzen zu können und entsprechend betriebswirtschaftlich sinnvolle Öffnungszeiten zu finden, müssen die Unternehmen an den einzelnen Standorten über das Jahr hinweg noch weitere Erfahrungen sammeln.

Zweitens hat die Erhöhung der Mehrwertsteuer bereits im Januar zu ersten Umsatzeinbrüchen geführt. Die weiteren Auswirkungen auf das Kaufverhalten sind bislang noch schwer zu kalkulieren. Da in vielen Branchen und insbesondere bei den kleinen Unternehmen die Margen oft sehr niedrig sind, kann der Einzelhandel auf Dauer die erhöhte Mehrwertsteuer nicht vollständig tragen. In zahlreichen Einzelhandelsbereichen werden die Kunden deshalb in den folgenden Monaten mit leichten Preiserhöhungen konfrontiert sein.

Drittens wird die Kaufkraft im laufenden Jahr durch Preiserhöhungen für andere Dienstleistungen (u. a. auch durch die volle Umlage der Mehrwertsteuer) sowie zum Teil erhöhte Steuern und Abgaben weiter sinken. In wieweit das zu einer erneuten Kaufzurückhaltung führen wird, ist gegenwärtig schwer einzuschätzen.

Viertens hoffen wir, dass die vom konjunkturellen Aufschwung und der zunehmenden Beschäftigung ausgehenden positiven Signale baldmöglichst auch ihre Auswirkungen hinsichtlich der Entwicklung des Einzelhandels in der ganzen Region Berlin-Brandenburg zu Tage bringen.

„Wir handeln, ...damit Sie besser handeln können!“ – Entsprechend diesem Leitmotiv wird sich der Handelsverband Berlin-Brandenburg auch 2007 für die Kaufleute der Region einsetzen.