



Jahresbilanz 2008 für den Berliner und Brandenburger Einzelhandel: Besser als befürchtet – aber nicht so gut wie erhofft

Die allgemeine wirtschaftliche Krise und die Ende 2008 eingeleitete Rezession haben im Einzelhandel der Region Berlin-Brandenburg im Vergleich zu anderen Wirtschaftszweigen bisher deutlich weniger Spuren hinterlassen. Die noch zu Jahresbeginn 2008 geäußerte Hoffnung, dass höhere Lohnabschlüsse und wachsende Beschäftigung zu mehr Konsum führen könnten, bestätigte sich zwar nicht. Der Einzelhandel in Berlin und im Land Brandenburg hat aber das Jahr insgesamt relativ gut überstanden - trotz der auf Rekordniveau gewachsenen Öl- und Energiepreise, Wirtschaftsstagnation und ständig nach unten korrigierter Wachstumsprognosen, stark anwachsender Inflationsraten und einem Tiefpunkt des Konsumklimas.

Bilanz 2008

Die Jahresbilanz 2008 des HBB basiert auf bisher verfügbaren vorläufigen Umsatzzahlen des Amtes für Statistik Berlin-Brandenburg sowie Umfragen und Analysen des HBB. Endgültige statistische Daten für das 2008 liegen bisher noch nicht vor.

Berlin:

Die vorläufige, geschätzte Umsatzentwicklung des Berliner Einzelhandels (im engeren Sinne, d. h. innerhalb von Verkaufsräumen ohne Kfz, Tankstellen, Apotheken) weist gegenüber dem Vorjahr **nominal einen leichten Zuwachs von ca. 0,8 Prozent** aus. Der nominale Gesamtumsatz des Berliner Einzelhandels im engeren Sinne betrug 2008 ca. 12,5 Mrd. Euro.

Real, unter Ausschaltung der Preisentwicklung ist der Umsatz um ca. 1,3 Prozent zurückgegangen.

Die Umsätze des Berliner Einzelhandels 2008 bewegen sich insgesamt auf einem noch stabilen aber doch relativ niedrigen Niveau. Die Jahresbilanz ist besser als befürchtet, aber nicht so gut wie erhofft ausgefallen. Während die Umsätze in den Monaten des ersten Halbjahres ständig zwischen Plus und Minus auf- und abschwankten, gab es nach der Jahresmitte einen regelrechten Einbruch. Das Konsumklima sank aufgrund der aktuellen wirtschaftlichen Entwicklung völlig in eine Talsohle. Erst mit dem Weihnachtsgeschäft verbesserte sich die Konsumneigung wieder und führte zu einer Umsatz-Stabilisierung.

Die Entwicklung an den einzelnen Einzelhandelsstandorten und in den jeweiligen speziellen Einzelhandelsbranchen verlief auch 2008 weiterhin sehr differenziert.

Brandenburg:

In Brandenburg konnte 2008 nach vorläufigen Schätzungen nominal ein **leichtes Umsatzplus (im engeren Sinne, d. h. innerhalb von Verkaufsräumen ohne Kfz, Tankstellen, Apotheken) von ca. 0,4 Prozent** erreicht werden.

Insgesamt betrug der nominale Gesamtumsatz des Brandenburger Einzelhandels im engeren Sinne ca. 6,89 Mrd. Euro.

Nach bisherigen Einschätzungen ist diese positive nominale Umsatzentwicklung gegenüber dem Vorjahr (2007: -1,0 Prozent) vor allem auf den erstmals seit vielen Jahren im Land Brandenburg registrierten leichten Kaufkraftzuwachs zurückzuführen.

Real, unter Ausschaltung der Preisentwicklung, wurde der Vorjahresumsatz allerdings um rund 2,7 Prozent verfehlt.



Obwohl der Einzelhandel in der Region Berlin-Brandenburg aus Sicht der Umsatzentwicklung von tieferen Einschnitten 2008 durch die wirtschaftlichen Krise verschont geblieben ist, verspürten kleine und inhabergeführte Unternehmen jedoch bereits wesentlich stärker erste Auswirkungen. Eine Stichprobenbefragung des HBB Ende 2008 unter kleinen und mittelständischen Einzelhandelsbetrieben ergab, dass 59 % der befragten Berliner und Brandenburger Unternehmen von einem Umsatzrückgang im Vergleich zum Vorjahr ausgehen.

Beschäftigungssituation noch relativ stabil

Die weitgehend ausgebliebenen Auswirkungen der wirtschaftlichen Rezession auf den Einzelhandel und der positive Einfluss von erweiterten Öffnungszeiten auf den Arbeitsmarkt haben im vergangenen Jahr insgesamt noch zu einer **relativ stabilen Beschäftigungssituation im Berliner Einzelhandel** geführt. In Brandenburg deutet sich dagegen im Vergleich zum Vorjahr wieder ein zunehmender Verlust von Arbeitsplätzen an.

Nach Angaben des Amtes für Statistik Berlin-Brandenburg ist die Zahl der Beschäftigten im Berliner Einzelhandel (in Verkaufsräumen) sowohl im Dezember als auch im gesamten Jahresverlauf um 0,2 Prozent angestiegen. Dieser Zuwachs ist ausschließlich auf einen gewachsenen Anteil von Teilzeitbeschäftigten (+0,6 Prozent) zurückzuführen. Die Zahl der Vollzeitbeschäftigten ist im Jahresverlauf leicht rückläufig (-0,3 Prozent).

In Brandenburg ist die Zahl der Beschäftigten (Einzelhandel in Verkaufsräumen) gegenüber dem Vorjahr insgesamt um 2,2 Prozent zurückgegangen. Sowohl Voll- als auch Teilzeitbeschäftigte waren davon gleichermaßen betroffen.

Gewinner der Krise: Luxus und Discount

Die sich bereits seit mehreren Jahren im Einzelhandel vollziehende Polarisierung zwischen dem unteren Preissegment einerseits und dem Luxussegment andererseits hat sich mit der wirtschaftlichen Krisensituation weiter ausgeprägt. Fast alle Einzelhandelsbranchen vom Lebensmittelhandel bis zum Textilhandel sind inzwischen betroffen. Sowohl wachsende Umsätze als auch die wachsende Standortnachfrage in beiden Segmenten zeugen von dieser Entwicklung. Das mittlere Preissegment bricht dagegen immer mehr weg. Von dieser Entwicklung betroffen sind insbesondere klassische Einzelhandelsunternehmen wie inhabergeführte Ladengeschäfte.

Sonntagsöffnungen haben sich bewährt

Die durch die neuen Ladenöffnungsgesetze an den Werktagen freigegebenen Öffnungszeiten und die möglichen Sonntagsöffnungen haben sich auch 2008 weiter bewährt und wurden von den Unternehmen verantwortungsbewusst und mit Bedacht genutzt.

Nach Ablauf des Testjahres 2007 zeigte sich im zurückliegenden Jahr anhand der Kundenströme, dass verlängerte Öffnungszeiten zum Ende der Woche bzw. zu bestimmten saisonalen Perioden von besonderem wirtschaftlichem Interesse vor allem für größere Unternehmen sind.

An vielen Standorten ist es inzwischen gelungen, im Interesse unserer Kunden einheitliche (Kern-) Öffnungszeiten abzustimmen.

Einen Nachholbedarf sehen wir noch bei der Ankündigung von Sonderöffnungszeiten insbesondere an Sonntagen. Das ist vor allem für die Unternehmen im Flächenland Brandenburg aufgrund des nach wie vor sehr komplizierten Genehmigungssystems sehr wichtig.

2008 hat sich bestätigt, dass die Sonntagsöffnungen in Berlin und insbesondere in den größeren Städten Brandenburgs sehr gut angenommen wurden, vor allem dann, wenn damit zusätzliche Einkaufserlebnisse und Events ein-



hergehen. **Besonders wichtig sind Sonntagsöffnungen aus Sicht der Unternehmen auch für touristische Standorte in Berlin und Brandenburg. Eine Umfrage des HBB unter kleineren Einzelhandelsunternehmen und Fachgeschäften, vorrangig an touristischen Standorten, ergab, dass auch diese Unternehmen zunehmend von in- und ausländischen Touristen profitieren.** 60 Prozent der befragten Unternehmen schätzten ein, dass die gegebenen Möglichkeiten zur Sonntagsöffnung ausreichen. 30 Prozent (insbesondere Berliner Unternehmen) wünschen weitergehende Möglichkeiten und für 20 Prozent der Unternehmen ist die Anzahl der möglichen Sonntagsöffnungen zu umfangreich.

Die erste Änderung des Berliner Ladeneöffnungs-gesetzes hat sich bewährt und ermöglichte eine noch bessere Anpassung an die Kunden- und Dienstleistungsbedürfnisse einzelner Branchen wie beispielsweise des Blumenhandels. Leider konnte trotz aller Bemühungen bisher noch immer keine entsprechende Lösung für das Land Brandenburg gefunden werden.

Gründungen und Gewerbeanmeldungen sind rückläufig

Obwohl der Einzelhandel in Berlin und Brandenburg auch aus Sicht des Gründungsgeschehens zu den bedeutendsten Wirtschaftszweigen zählt, offenbaren die bisher vorliegenden Zahlen einen verstärkten Rückgang. Neben dem Abbau von Fördermaßnahmen, der bereits 2007 zu spürbaren Auswirkungen führte, haben sich die wirtschaftliche Krise und die internationale Finanzkrise 2008 zusätzlich negativ auf das Gründungsgeschehen ausgewirkt

Berlin:

Von Januar bis November 2008 gab es im Berliner Einzelhandel (im engeren Sinne) nach Angaben des Amtes für Statistik insgesamt 5.659 Anmeldungen gegenüber 5.346 Abmeldungen. Die Zahl der Gewerbeanmeldungen ist

gegenüber dem Vorjahreszeitraum damit um 12,4 Prozent zurückgegangen. Erfreulich ist, dass die Zahl der Gewerbeabmeldungen ebenso um 9,1 Prozentpunkte gesunken ist.

Der Anteil des Einzelhandels an der Gesamtzahl der Gewerbeanmeldungen beträgt 14,8 % (2007: 15,5 %) und an der Gesamtzahl der Gewerbeabmeldungen 18,4 % (2007: 19,5 %).

Brandenburg:

Im Land Brandenburg gab es von Januar bis November 2008 laut Angaben des Statistischen Amtes insgesamt 3.246 Gewerbeanmeldungen und 3.396 Gewerbeabmeldungen. Damit ist die Zahl der Gewerbeanmeldungen gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 11,9 % zurückgegangen. Aber auch die Zahl der Gewerbeabmeldungen verringerte sich um 8,7 %. Insgesamt hat der Brandenburger Einzelhandel (im engeren Sinne) einen Anteil von 15 % (2007: 16,8 %) an den Anmeldungen und 17,7% (2007: 18,7 %) an den Abmeldungen.

Tourismus bleibt starke Stütze für den Einzelhandel

Die Zahl der Übernachtungen von in- und ausländischen Gästen ist trotz der internationalen Finanzkrise 2008 in Berlin weiter angewachsen. Nach ersten Einschätzungen muss zwar davon ausgegangen werden, dass insbesondere bei den ausländischen Gästen die Umsätze je Kunde leicht rückläufig sind. **Insgesamt haben aber in- und ausländische Touristen nach Schätzungen des HBB weiterhin einen Anteil von 23-24 Prozent am Jahresumsatz des Berliner Einzelhandels im engeren Sinne** (ohne Tankstellen / Kfz, Apotheken und Märkte).

Je nach Standort und Angebot profitieren die einzelnen Unternehmen dabei sehr unterschiedlich. An zentralen innerstädtischen Standorten, die von der Mehrzahl der Touristen aufgesucht werden, sind Umsatzanteile von über 50 Prozent durchaus realistisch. Besonders bewährt



haben sich auch 2008 wieder die möglichen Sonntagsöffnungen, die insbesondere auch von den in- und ausländischen Gästen der Stadt genutzt wurden.

Auch im Land Brandenburg gehört der Einzelhandel neben dem Gastgewerbe zu den Hauptprofiteuren des wachsenden Tourismus.

Der Brandenburg-Tourismus entwickelte sich 2008 zunehmend und konnte erstmals mehr als 10 Mio. Übernachtungen verzeichnen. Dabei steht der Tagestourismus mit über 1,5 Mrd. Euro Umsatz in Brandenburg an der Spitze. **Zu den bedeutenden Einkaufsstädten zählen die Landeshauptstadt Potsdam und die Städte Cottbus, Brandenburg an der Havel und Frankfurt (Oder).**

Zahlreiche Touristen kommen aus Berlin nach Potsdam oder in andere Brandenburger Städte. Aus Sicht des Einzelhandels wäre eine gemeinsame Vermarktung der Gesamtregion wirtschaftlich deshalb sehr sinnvoll.

Eine zum Jahresende durchgeführte Stichproben-Befragung des HBB bestätigte, dass auch mittelständische Einzelhandelsunternehmen und Fachgeschäfte vom wachsenden Tourismus in der Region Berlin-Brandenburg immer stärker profitieren.

Verkaufsfläche gemäßigt angewachsen

Berlin:

Nach vorläufigen Schätzungen des HBB (Verkaufsflächen werden seit 2007 vom FfH-Institut nicht mehr erfasst) ist die Verkaufsfläche **2008 in Berlin um mindestens 140.000 Quadratmeter angewachsen.** Das Wachstum hat sich damit um ca. 35 Prozent gegenüber dem Vorjahr verringert. Den größten Flächenzuwachs gab es im Bereich der Discounter sowie territorial in den westlichen Stadtbezirken.

Die Verkaufsfläche in Berlin betrug zum Jahresende 2008 schätzungsweise 4,7 Mio. Quadratmeter. Damit stehen je Einwohner

etwa 1,37 Quadratmeter Verkaufsfläche zur Verfügung.

Obwohl Berlin damit weiterhin unter dem Bundesdurchschnitt liegt, gibt es nach wie vor einen Überhang von mehr als 600.000 Quadratmeter Verkaufsfläche aufgrund der vergleichsweise niedrigen Kaufkraft in der Stadt.

Da mehrere Einkaufszentren und andere Großprojekte kurz vor ihrer Fertigstellung stehen, wird das Flächenwachstum 2009 voraussichtlich wieder stärker zunehmen.

Brandenburg:

Im Land Brandenburg ist die Verkaufsfläche im Jahr **2008 um rund 85 000 Quadratmeter auf insgesamt rund 3,53 Mio. Quadratmeter angewachsen. Je Einwohner stehen somit 1,39 Quadratmeter Verkaufsfläche zur Verfügung.**

In den Oberzentren Potsdam und Cottbus gab es 2008 die größten Verkaufsflächenzuwächse an integrierten Standorten. Der entstandene Fachmarkt und das innerstädtische Einkaufszentrum sollen zur Zentralitätssteigerung der Städte beitragen.

Kaufkraft stagniert

Lohnerhöhungen und wachsende Beschäftigung haben 2008 zu einem leichten Kaufkraftzuwachs im Land Brandenburg geführt, das im GfK-Ranking der 16 Bundesländer jetzt auf Platz 12 hinter Berlin liegt. Insgesamt ist die Kaufkraftverteilung in Brandenburg sehr unterschiedlich. Während die Landkreise rund um Berlin die kaufkraftstärkste Region der ostdeutschen Bundesländer bilden (insbesondere um Potsdam), sinkt der Kaufkraftindex vor allem in den östlichen und nordöstlichen Teilen Brandenburgs auf unter 80 Prozent und an einzelnen Standorten sogar unter 70 Prozent des Bundesdurchschnitts ab. In den Städten Südbrandenburgs ist die Kaufkraft dagegen gewachsen und nähert sich der 90 Prozent-Marke.



Der Kaufkraftindex für Berlin liegt bei 90,3 Prozent und ist damit gegenüber dem Vorjahr leicht gesunken.

Preissteigerungen, insbesondere für Öl und Energie sowie für Nahrungsmittel, haben trotz Lohnzuwächsen und gestiegener Beschäftigung dazu geführt, dass die für den Einzelhandel relevante Kaufkraft in der Region Berlin-Brandenburg 2008 insgesamt stagniert bzw. teilweise weiterhin leicht rückläufig ist.

Preisentwicklung 2008

Die Verbraucherpreise stiegen nach Angaben des Amtes für Statistik in Berlin und im Land Brandenburg im Jahresdurchschnitt 2008 im Vergleich zum Vorjahr um 2,5 Prozent.

Die Preisentwicklung wurde vor allem im ersten Halbjahr durch erhöhte Preise für Energie und Nahrungsmittel sowie alkoholische Getränke forciert. Im zweiten Halbjahr gab es durch gesunkene Öl- und Rohstoffpreise wieder eine teilweise Entlastung. Bei den Einzelhandelspreisen verlangsamte sich der Preisanstieg bei Nahrungsmitteln. Bei Bekleidung und Schuhen sanken die Preise zum Jahresende gegenüber dem Vorjahresniveau sogar um 0,7 Prozent. Ebenso sanken die Preise für Waren der Unterhaltungselektronik und der Informationsverarbeitung (Telefone, Faxgeräte) zum Jahresende unter das Vorjahresniveau.

Da der Anteil von Nahrungsmitteln und alkoholischen Getränken an den Verbraucherpreisen nur etwa zehn Prozent beträgt, liegt die Entwicklung der Einzelhandelspreise insgesamt in Berlin und Brandenburg wesentlich unter der durchschnittlichen Erhöhung der Verbraucherpreise.

Konsumklima erreichte niedrigsten Wert

Wachsende Rezessionsängste, Rekordpreise für Öl und Benzin und die Finanzmarktkrise führten nach Jahresmitte 2008 das Konsumklima auf einen historischen Tiefstand. Nach Angaben

der GfK sank der Konsumklima-Index im September auf 1,5 Punkte (September 2007: 7,4 Punkte).

Erfreulicherweise erholte sich das Konsumklima bis zum Jahresende wieder leicht und erreichte im Dezember 2,1 Punkte (Dezember 2007: 4,4 Punkte). Entsprechend verlief auch die Umsatzkurve im Berliner und Brandenburger Einzelhandel. Das Weihnachtsgeschäft erbrachte zwar nicht die gewünschten Umsätze, konnte aber besser als befürchtet abgeschlossen werden.

Sicherheit und Prävention – ein ständiges Thema im Einzelhandel

Das Engagement für eine erhöhte Sicherheit und Prävention im Berliner und Brandenburger Einzelhandel ist angesichts der nach wie vor Besorgnis erregenden Situation weiterhin zwingend erforderlich. Vor allem durch den Ladendiebstahl und die erforderlichen Präventionsmaßnahmen geht den Unternehmen jährlich fast ein Prozent des Jahresumsatzes verloren.

Statistische Daten zum Ladendiebstahl und zu weiteren kriminellen Vergehen im Einzelhandel liegen für das Jahr 2008 bisher noch nicht vor und können erst zu einem späteren Zeitpunkt nachgereicht werden.

Der HBB wird sich in enger Zusammenarbeit mit den Landeskriminalämtern auch zukünftig für eine weitere Aufklärung und Information der Unternehmen engagieren.

Demografischer Wandel: Herausforderung und Chance für den Einzelhandel

Die Prognose der soziodemografischen Entwicklung der nächsten 20 Jahre in der Region Berlin-Brandenburg geht von einem teilweise massiven Rückgang der Bevölkerung und wachsenden Anteilen älterer Generationen und Menschen mit Migrationshintergrund aus.



Das Bild der Region stellt sich insgesamt aber sehr gegensätzlich dar. Der Speckgürtel um Berlin u. a. mit den Landkreisen Oberhavel und Barnim und die Landeshauptstadt Potsdam werden weiter stark wachsen. In den von Berlin abgelegenen und peripheren Landkreisen sowie in den kreisfreien Städten Brandenburg, Cottbus und Frankfurt / Oder könnte laut bisheriger Prognosen die Einwohnerzahl um etwa ¼ sinken.

Die Bevölkerungsprognose für Berlin geht davon aus, dass bis zum Jahr 2030 mit einem leichten Zuwachs gerechnet wird. Obwohl die Stadt insbesondere junge Menschen anzieht, wird sich auch in Berlin das Durchschnittsalter aufgrund der demographischen Entwicklung in den nächsten 20 Jahren um rund drei Jahre erhöhen. Insbesondere wächst der Anteil der älteren Bürger. Dabei werden sich in den einzelnen Bezirken hinsichtlich der Bevölkerungsentwicklung teilweise sehr gegensätzliche Tendenzen ergeben.

Für die Unternehmen des Einzelhandels bedeutet dass, sich ausgehend von den konkreten Bedingungen vor Ort auf die zukünftigen Anforderungen einzustellen und individuelle Konzepte anhand der jeweiligen demografischen Prognosen zu entwickeln. Vor allem für kleine und mittelständische Unternehmen ergibt sich die Chance, sehr schnell und flexibel auf diese Veränderungen zu reagieren.

Ausgehend von diesen Überlegungen unterstützt der HBB die im Rahmen des „Demografie-Konzepts für Berlin“ 2008 vom Berliner Senat angeregten Projekte und Foren in Kooperation mit weiteren Partnern sowie die von der Brandenburger Landesregierung angeregten Initiativen.

2009- ein Jahr gedämpfter Erwartungen

Obwohl der Einzelhandel in Berlin und Brandenburg das Jahr 2008 relativ unbeschadet überstanden hat, sind die Erwartungen für dieses Jahr angesichts der wirtschaftlichen Rezession eher gedämpft. Wie eine Umfrage des HBB insbesondere unter mittelständischen Unternehmen zum Jahresende 2008 ergab, ist der Anteil von Unternehmen, die ihre aktuelle Geschäftslage als „schlecht“ bewerten im Vergleich zum Vorjahr von 5 auf 35 Prozent angewachsen. Weit über die Hälfte der befragten Unternehmen rechnet 2009 mit sinkenden Umsätzen. Vor allem ein Beschäftigungseinbruch und die damit verbundene Kaufkraftabsenkung würden für den Einzelhandel zu gravierenden Umsatzeinbrüchen führen.

Unsere Erfahrungen besagen aber, dass der Einzelhandel oft besser durch Krisensituationen hindurchgekommen ist als andere Wirtschaftsbranchen. Und die Vorzeichen, zumindest für das erste Halbjahr 2009, sind nicht unbedingt schlecht. Steigende Löhne und nur mäßig ansteigende Verbraucherpreise könnten den Konsum weiter beflügeln. Auch die kürzlich vorgestellte Studie der GfK Geo-Marketing geht von einer stabilen Umsatzentwicklung aus. Zusätzlich positiv für den Berliner Einzelhandel wirkt sich zudem aus, dass die Stadt insgesamt von der Wirtschaftskrise weniger stark betroffen ist im Vergleich zu anderen Regionen Deutschlands.

So hoffen wir, dass der überwiegende Teil der in der in Berlin und im Land Brandenburg vertretenen großen und kleinen Einzelhandelsunternehmen dieses noch vor uns liegende schwierige Jahr möglichst unbeschadet übersteht.

„Wir handeln, ...damit Sie besser handeln können!“ – Entsprechend diesem Leitmotiv wird sich der Handelsverband Berlin-Brandenburg auch 2009 für die Kaufleute der Region einsetzen.