



Jahresbilanz 2010 für den Berliner und Brandenburger Einzelhandel: Mit Optimismus und leichtem Umsatzplus aus der Krise

Eigentlich gehört der Einzelhandel zu den Branchen, die durch einen spätzyklischen Charakter geprägt sind. Entsprechend wirkte sich auch die Wirtschaftskrise - zwar moderat - aber mit zeitlicher Verzögerung aus.

Der konjunkturelle wirtschaftliche Aufschwung dagegen ist diesmal fast zeitgleich mit einer wachsenden Erholung des Einzelhandels verbunden. Eine wesentliche Ursache dafür scheint die Tatsache zu sein, dass die Verbraucher in der Regel nicht unmittelbar von der Krise betroffen waren und dass die rasche Erholung der Wirtschaft, die rückläufige Arbeitslosigkeit sowie die moderate Preisentwicklung zu einer deutlichen Verbesserung der Konsumstimmung im Jahresverlauf geführt haben.

Deutschlandweit haben die Einzelhandelsunternehmen 2010 im Vergleich zum Vorjahr im engeren Sinne nominal 1,8 Prozent mehr umgesetzt. Das war zwar der stärkste Anstieg seit 2004. Dennoch reichte dieser konjunkturelle Aufschwung noch nicht aus, um die Auswirkungen des Krisenjahres vollständig zu egalieren.

Auch der Einzelhandel in der Region Berlin-Brandenburg konnte 2010 von der wirtschaftlichen Stabilisierung und der positiven Konsumstimmung profitieren. In der Gesamtbilanz liegt die Region jedoch unter dem Bundesdurchschnitt.

Bilanz 2010

Die Jahresbilanz 2010 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 Jahr 2010 liegen bisher noch nicht vor.

Berlin:

Der vor allem durch die Wirtschaftskrise bedingte moderate Umsatzeinbruch des Berliner Einzelhandels im Vorjahr (nominal -2,3 Prozent / real -1,9 Prozent) konnte 2010 durch ein leichtes Wachstum teilweise wieder ausgeglichen werden.

Der Umsatz im engeren Sinne (innerhalb von Verkaufsräumen ohne Kfz, Tankstellen, Apotheken) ist nach vorläufigen Berechnungen des Amtes für Statistik Berlin-Brandenburg nominal um 1,2 Prozent gegenüber dem Vorjahr gewachsen.

Real, unter Ausschaltung der Preisentwicklung, hat sich der Umsatz um 1,1 Prozent erhöht.

Der geschätzte nominale Gesamtumsatz des Berliner Einzelhandels im engeren Sinne betrug 2010 ca. 12,4 Mrd. Euro.

Die Umsatzentwicklung war mehr oder weniger in fast allen Branchen des Einzelhandels über das gesamte Jahr gesehen positiv. Vor allem profitierten die Bereiche Informations- und Kommunikationstechnik / Haushaltgeräte, Textilien sowie Heimwerker- und Einrichtungsbedarf (+5,0 Prozent). Gute Umsatzergebnisse gab es auch bei Sportbekleidung / Sportausrüstungen sowie bei Spielwaren.

Stark eingebrochen gegenüber dem Vorjahr (teilweise über -8 Prozent) war bis über die Jahresmitte hinweg der Einzelhandel mit Nahrungsmitteln, Getränken und Tabakwaren. Zum



Jahresende hin konnte sich dieser Bereich des Einzelhandels wieder stabilisieren und lag bei der Gesamtjahresbilanz knapp unter dem Vorjahresergebnis.

Brandenburg:

Auch im Land Brandenburg konnte der vor allem krisenbedingte Umsatzrückgang im Vorjahr (nominal -2,5 Prozent / real -2,1 Prozent) 2010 tendenziell wieder umgekehrt werden.

Nach vorläufigen Berechnungen des Amtes für Statistik Berlin-Brandenburg ist der Umsatz im Einzelhandel (im engeren Sinne, d. h. innerhalb von Verkaufsräumen ohne Kfz, Tankstellen, Apotheken) nominal 2010 um 0,9 Prozent und real um 0,3 Prozent gegenüber dem Vorjahr angewachsen.

Insgesamt betrug der nominale Gesamtumsatz des Brandenburger Einzelhandels im engeren Sinne ca. 6,8 Mrd. Euro.

Die positive Umsatzbilanz konnte insbesondere durch den Einzelhandel mit Nahrungsmitteln, Getränken und Tabakwaren (nominal + 5,6 Prozent) sowie mit Verlagsprodukten, Sportausrüstungen und Spielwaren sowie mit sonstigen Gütern (nominal +5.8 Prozent) erreicht werden.

Zahl der Beschäftigten leicht rückläufig

Die Anzahl der Beschäftigten im Berliner Einzelhandel ist 2010 erstmals seit fünf Jahren wieder leicht rückläufig.

Auch im Land Brandenburg ist die Zahl der Beschäftigten noch leicht rückläufig. Gegenüber dem Vorjahr hat sich der Rückgang jedoch deutlich verringert.

Nach Angaben des Amtes für Statistik Berlin-Brandenburg ist die **Zahl der Beschäftigten im Berliner Einzelhandel (im engeren Sinne) im Jahresverlauf insgesamt um 1,1 Prozent**

zurückgegangen. Besonders stark betroffen war der Einzelhandel mit Nahrungsmitteln, Getränken und Tabakwaren (-7,1 Prozent).

Der Anteil von Vollzeitbeschäftigten ist insgesamt um 3,0 Prozent gesunken. Die Zahl der Teilzeitbeschäftigten ist im Jahresverlauf um 0,4 Prozent angewachsen.

In Brandenburg ist die Zahl der Beschäftigten gegenüber dem Vorjahr insgesamt um 0,7 Prozent zurückgegangen. Der Anteil von Vollzeitbeschäftigten ist um 0,4 Prozent angewachsen. Die Zahl der Teilzeitbeschäftigten ist um 1,4 Prozent rückläufig.

Konsumklima kontinuierlich verbessert

Die positive gesamtwirtschaftlich Entwicklung, die rückläufige Arbeitslosigkeit und die moderate Preisentwicklung haben dazu geführt, dass sich die Kauflaune der Verbraucher im Jahresverlauf kontinuierlich verbessert hat. Auch die Anschaffungsneigung ist wieder stark gestiegen. Der GfK-Konsumklima-Index stieg von 3,4 Punkten im Januar 2010 auf 5,5 Punkte zum Jahresende und hat damit etwa wieder das Niveau vor der Wirtschaftskrise erreicht. Auf diesen Stand war das Konsumklima zuletzt unmittelbar vor der Erhöhung der Mehrwertsteuer angewachsen.

Kaufkraft wächst auf niedrigem Niveau

Nach mehreren Jahren der Stagnation bzw. rückläufigen Kaufkraft weist die aktuelle Kaufkraft-Analyse der GfK, die die Summe aller Nettoeinkünfte der Bevölkerung erfasst, erstmals wieder für die Region Berlin-Brandenburg ein leichtes Wachstum aus.

Allerdings liegen Berlin mit einer durchschnittlichen Kaufkraft je Einwohner / Jahr von 17.808 Euro sowie Brandenburg mit einer Kaufkraft je Einwohner / Jahr von 17.606 Euro



nach wie vor nur auf Platz 11 bzw. 12 im Ranking der Bundesländer.

Der aktuelle Kaufkraftindex für Berlin von 90,5 (+1,3 Punkte) und für Brandenburg von 89,4 (+0,7 Punkte) zeigen, dass die Kaufkraft in der Region weiterhin deutlich unter dem Bundesdurchschnitt liegt.

Einzelhandel profitiert von Tourismus

In- und ausländische Touristen sorgen jährlich für einen kräftigen Kaufkraftschub in Berlin sowie in den größeren Städten und touristischen Zentren Brandenburgs. Angesichts der ansonsten vergleichsweise niedrigen Kaufkraft in der Region ist dieser Kaufkraftzufluss für viele Einzelhandelsunternehmen lebenswichtig.

In **Berlin** wurden laut Amt für Statistik Berlin-Brandenburg 2010 mit 9,1 Millionen Gästen aus dem In- und Ausland (+4,8 Prozent) und den insgesamt 20,8 Millionen Übernachtungen (+4,3 Prozent) alle Rekorde gebrochen.

Nach Schätzung des HBB ist damit der Umsatzanteil in- und ausländischer Touristen am Jahresumsatz des Berliner Einzelhandels im engeren Sinne (ohne Kfz, Tankstellen, Apotheken und Märkte) auf ca. 24,9 Prozent angewachsen.

Je nach Standort und Angebot profitieren die Unternehmen natürlich unterschiedlich von dieser Entwicklung. An zentralen touristischen Standorten in den Hauptzentren werden teilweise 40 bis 60 Prozent des Umsatzes durch in- und ausländische Touristen erwirtschaftet. Die gewachsene Qualität der Berliner Einkaufslandschaft an zahlreichen Standorten außerhalb der Zentren mit ihren Boulevards und Shoppingcentern führt aber auch dort zu immer mehr Besuchern.

Besonders bewährt haben sich auch 2010 wieder die möglichen Sonntagsöffnungen, die insbesondere auch von den in- und ausländischen Gästen der Stadt intensiv genutzt wurden.

Von der Touristikbranche und von vielen Kaufleuten wurde es allerdings als sehr ungünstig empfunden, dass an zwei Sonntagen in der Adventszeit die Läden geschlossen blieben.

Im **Land Brandenburg** hat sich der Tourismus 2010 stabil weiterentwickelt. Gegenüber dem Vorjahr stieg die Zahl der Übernachtungen auf 10,7 Millionen (+4,3 Prozent) und die Zahl der Gäste aus dem In- und Ausland flächendeckend im gesamten Land auf 3,9 Millionen (+4,8 Prozent). Davon konnten wieder zahlreiche, vor allem auch mittelständische Einzelhandelsunternehmen und Fachgeschäfte profitieren.

Das am stärksten frequentierte Reisegebiet ist der Spreewald, gefolgt vom Ruppiner Land und dem Oder-Spree-Seengebiet.

Zu den bedeutenden Einkaufsstädten zählen die Landeshauptstadt Potsdam und die Städte Cottbus, Brandenburg an der Havel und Frankfurt (Oder).

Neue Gesetze zur Sonntagsöffnung

In Folge des Urteils des Bundesverfassungsgerichtes zum Berliner Ladenöffnungsgesetz verabschiedeten Berlin und das Land Brandenburg jeweils eine Gesetzesnovelle.

Das **Berliner Gesetz** geht dabei weiterhin von 10 verkaufsoffenen Sonntagen pro Jahr aus. Acht Sonntage werden jetzt in Verbindung mit berlinweiten Anlässen und nach Abstimmung mit den beteiligten Partnern durch die zuständige Senatsverwaltung festgelegt. Der HBB begrüßt in diesem Zusammenhang, dass über die Forderung des neuen Gesetzes hinaus bereits zum Jahresende 2010 ein Beschluss über die verkaufsoffenen Sonntage im gesamten Jahr 2011 herbeigeführt werden konnte. Diese Praxis sollte im Interesse einer besseren Planungssicherheit der Einzelhandelsunternehmen weiterhin beibehalten werden.



Bedauerlich ist, dass sich die **Novelle des Brandenburger Ladenöffnungsgesetzes** ausschließlich auf die aus dem Urteil von Karlsruhe ableitenden Einschränkungen konzentriert und eine Sonntagsöffnung nur an weiterhin sechs Tagen erlaubt. Das Land Brandenburg hat leider nicht die vom Bundesverfassungsgericht eingeräumten Spielräume bei der Gestaltung von Sonntagsöffnungszeiten ausgeschöpft. Damit wird die Spaltung der Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg zum Nachteil der Brandenburger Kaufleute weiterhin aufrechterhalten.

An- und Abmeldungen beim Gewerbeamt rückläufig

Gegenüber dem Vorjahr hat sich die Tendenz der Gewerbeanmeldungen wiederum ins Gegenteil verkehrt. Während 2009 die Zahl der An- und Abmeldungen angewachsen ist, sind im Berichtsjahr 2010 sowohl die An- als auch die Abmeldungen rückläufig.

Berlin:

Von Januar bis November 2010 gab es im Berliner Einzelhandel (ohne Handel mit Kfz) nach Angaben des Amtes für Statistik insgesamt 5.659 Anmeldungen gegenüber 5.346 Abmeldungen.

Die Zahl der Gewerbeanmeldungen ist gegenüber dem Vorjahreszeitraum damit um 4,9 Prozent zurückgegangen (2009: +5,1 %). Die Zahl der Gewerbeabmeldungen hat sich erfreulicherweise um 6,1 Prozent verringert (2009: +6,5 %).

Im Vergleich zu den anderen Branchen ist der Anteil des Einzelhandels an den An- und Abmeldungen stabil geblieben:

Der Anteil des Einzelhandels an der Gesamtzahl der Gewerbeanmeldungen beträgt 14,8 % (2009: 14,3 %) und an der Gesamtzahl der Gewerbeabmeldungen 18,4 % (2009: 18,4 %).

Der Berliner Einzelhandel gehörte 2010 allerdings zu den Bereichen mit den meisten Unternehmensinsolvenzen.

Brandenburg:

Im Land Brandenburg gab es von Januar bis November 2010 laut Angaben des Statistischen Amtes insgesamt 3.246 Gewerbeanmeldungen und 3.396 Gewerbeabmeldungen. **Damit ist die Zahl der Gewerbeanmeldungen gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 2,3 Prozent gesunken (2009: +2,4 %).** Die Zahl der Gewerbeabmeldungen ist erfreulicherweise um 2,4 Prozent zurückgegangen (2009: +2,4 %).

Insgesamt hat der Brandenburger Einzelhandel (ohne Handel mit Kfz) einen Anteil von 15,0 Prozent (2009: 15,5 %) an den Anmeldungen und 17,7 Prozent (2009: 18,4 %) an den Abmeldungen.

Verkaufsfläche moderat angewachsen

Berlin:

Nach vorläufigen Schätzungen des HBB (Verkaufsflächen werden seit 2007 vom FfH-Institut nicht mehr erfasst) ist die Verkaufsfläche 2010 in Berlin um ca. 80.000 Quadratmeter angewachsen.

Den größten Flächenzuwachs gab es durch Neueröffnungen von Fach- und Lebensmittelmärkten.

Die Verkaufsfläche in Berlin betrug zum Jahresende 2010 schätzungsweise 4,92 Mio. Quadratmeter. Damit stehen je Einwohner etwa 1,43 Quadratmeter Verkaufsfläche zur Verfügung (bundesweit: 1,46 Quadratmeter).

Obwohl sich damit das Flächenwachstum in Berlin gegenüber den Vorjahren reduziert hat, besteht weiterhin ein Überhang von mehr als 600.000 Quadratmeter Verkaufsfläche aufgrund der vergleichsweise niedrigen Kaufkraft in der Stadt.



Brandenburg:

Im Land Brandenburg ist die Verkaufsfläche im Jahr 2010 **relativ geringfügig um rund 35 000 Quadratmeter auf insgesamt rund 3,60 Mio. Quadratmeter angewachsen. Je Einwohner stehen somit 1,44 Quadratmeter Verkaufsfläche zur Verfügung.**

Überwiegend gab es die größten Verkaufsfächenzuwächse durch Neuansiedlungen in den Nahversorgungslagen mit Lebensmittelmärkten und durch die Neueröffnung von Fachmärkten.

Die Flächenexpansion wird voraussichtlich im Jahr 2011 aufgrund der allg. wirtschaftlichen Stabilisierung sowie mehrerer im Vorjahr nicht mehr fertig gestellter Projekte insbesondere in Berlin wieder stärker zunehmen.

Zugleich zeigt sich aber auch, dass bereits verschiedene Unternehmen und Betreiber 2010 damit begonnen haben, verstärkt in eine Modernisierung der vorhandenen Einkaufsflächen zu investieren. Das betrifft sowohl große Einkaufszentren als auch kleine Nahversorgungszentren.

Die Auswertung momentan laufender Erhebungen wird es ermöglichen, dass in Kürze vollständig aktualisierte Daten zur Verkaufsfläche in Berlin und Brandenburg vorliegen werden.

Keine Stellplatzobergrenzen bei Neubau
Die vom Berliner Senat beabsichtigte Beschränkung des Autoverkehrs durch die Verabschiedung einer „Stellplatzobergrenzenverordnung“ würde im Einzelhandel zu katastrophalen Folgen führen.

Wenn zukünftig ein Supermarkt pro 75 Quadratmeter Verkaufsfläche nur noch einen Parkplatz vorhalten darf, werden damit die Kunden wieder auf die „grüne Wiese“ getrieben und jeder Investor wird sich sehr überlegen, in

wieweit es dann noch sinnvoll ist, sich auf innerstädtische Standorte zu orientieren.

Der Einzelhandel ist auf die Mobilität seiner Kunden angewiesen. Dazu gehört die gute Erreichbarkeit zu Fuß, per Fahrrad oder mit öffentlichen Verkehrsmitteln genauso wie mit dem eigenen Pkw. Wer das ignoriert, gefährdet die weitere Entfaltung innerstädtischer Standorte.

Baustellen besser koordinieren

Gefährdet werden innerstädtische Einzelhandelsstandorte aber auch immer wieder durch mangelhaft koordinierte und zeitlich übermäßig andauernde Baustellen. Hinzu kommt, dass die Anlieger und Gewerbetreibenden vor Ort oft viel zu spät und nur unzureichend über das jeweilige Bauvorhaben informiert werden.

Ein aktuelles Beispiel dafür ist das Berliner Nikolaiviertel, das aufgrund der dortigen Baumaßnahmen zurzeit völlig von der Außenwelt abgeschnitten ist und von Touristen, Reisegruppen und Busunternehmen gemieden wird. Für die Kaufleute eine Existenz bedrohende Situation. Seit November 2010 sind die Umsätze drastisch eingebrochen, so dass bereits drei Unternehmen in die Insolvenz gehen mussten und über 60 Arbeitnehmer entlassen wurden. Die Gewerbetreibenden im Nikolaiviertel haben sowohl den Bezirk als auch die zuständige Senatsverwaltung mehrfach auf diese Probleme aufmerksam gemacht. Es ist an der Zeit, schnellstmöglich eine Lösung zu finden!

Verbraucherpreise steigen

Die Verbraucherpreise sind insgesamt in Berlin und im Land Brandenburg gegenüber 2009 wieder deutlich angestiegen, liegen aber noch unter dem Niveau der Jahre davor.

Wie das Amt für Statistik Berlin-Brandenburg mitteilt, wurde für das gesamte Jahr 2010 gegenüber 2009 für **Berlin** eine durchschnittliche Entwicklung des **Verbraucherpreisindex von +1,3 Prozent** ermittelt (2009: +0,3 Prozent).



Den stärksten Preisauftrieb gab es zum Jahresende vor allem bedingt durch starke Preissteigerungen für Energieprodukte wie Heizöl und Kraftstoff sowie für Gas und Strom.

Spürbare Preissteigerungen im Einzelhandel gab es lediglich bei Nahrungsmitteln, die im Dezember 2010 um 3,4 Prozent über dem Vorjahresmonat lagen. Die Preistreiber waren dabei vor allem Obst und Gemüse.

Wesentlich günstiger als im Dezember 2009 wurden dagegen Bekleidung (-2,9 Prozent) und Schuhe (-1,8 Prozent) angeboten.

Für das **Land Brandenburg** ermittelte das Amt für Statistik für das Jahr 2010 gegenüber 2009 eine durchschnittliche Entwicklung des **Verbraucherpreisindex von +0,9 Prozent** (2009: +0,2 Prozent). Der Preisauftrieb wurde wie in Berlin insbesondere durch die Preissteigerungen für Energieprodukte verursacht. Spürbare Preissteigerungen im Einzelhandel von 3,6 Prozent gab es bei Nahrungsmitteln, verursacht durch die Obst- und Gemüsepreise. Bekleidung und Schuhe wurden dagegen im Vergleich zum Dezember des Vorjahres um 0,9 Prozent günstiger angeboten.

Die Verbraucherpreise haben damit insgesamt deutlich weniger zugelegt als die Großhandelspreise, die 2010 bundesweit um 5,9 Prozent gestiegen sind.

Generationenfreundlichkeit – ein neuer Maßstab für den Wettbewerb

Der sich bereits vollziehende demografische Wandel in unserer Gesellschaft ist für den Einzelhandel Herausforderung und Chance zugleich. Viele Unternehmen haben das erkannt und damit begonnen, entsprechende Konzepte zu entwickeln, um sich auf die Folgen der demografischen Entwicklung besser einstellen zu können.

Einen guten Ansatz bietet dabei das vom Handelsverband Deutschland (HDE) entwickelte Qualitätszeichen „Ausgezeichnet generationenfreundlich“.

Über 120 Unternehmen an mehr als 50 Handelsstandorten in Berlin und Brandenburg wurden bisher erfolgreich für die Auszeichnung mit dem HDE-Qualitätszeichen getestet. Dazu gehören u. a. die Galeria Kaufhof mit drei Niederlassungen, die Kaiser's Tengelmann AG mit ca. 40 Märkten, E Reichelt mit sechs Märkten sowie drei Filialbetriebe von Penny. Als erstes Einkaufszentrum hat das Gesundbrunnen-Center der ECE das Qualitätszeichen erhalten, in dem ca. 70 Läden erfolgreich getestet wurden.

2011 – Licht und Schatten

Was wird das Jahr 2011 dem Einzelhandel in der Region Berlin-Brandenburg bringen?

Die aktuellen Vorzeichen sind widersprüchlich und lassen unterschiedliche Szenarien zu:

Gestiegene Rohstoffpreise, die sich bereits 2010 in erhöhten Großhandelspreisen niedergeschlagen haben, können durch den Einzelhandel in diesem Jahr nicht mehr vollständig abgefangen werden.

Vor allem in den Bereichen Nahrungsmittel und Bekleidung deuten sich für das 2. Halbjahr schon jetzt entsprechende Preisentwicklungen an.

Außerdem besteht aufgrund der gegenwärtigen Entwicklung die Gefahr, dass die leicht angewachsene Kaufkraft durch erhöhte Steuern und Abgaben sowie durch die vor allem außerhalb von Deutschland wachsenden inflationären Tendenzen wieder abgeschmolzen wird. Aus konjunktureller Sicht wäre das für den Einzelhandel am Ende der Kette kein gutes Omen.

Die Kaufleute in Berlin und Brandenburg sind jedoch mit Optimismus in das Jahr gestartet. Eine vom HBB Ende 2010 durchgeführte



stichprobenartige Mitglieder-Umfrage (siehe Anlage) ergab, dass die 42 Prozent der Unternehmen in diesem Jahr eine Umsatzsteigerung erwarten und nur noch 4 Prozent mit einem Umsatzrückgang rechnen. Damit haben sich die Erwartungen im Vergleich zur Umfrage 2009 deutlich verbessert.

Gestützt wird diese positive Stimmung vor allem durch die wirtschaftliche Stabilisierung, die kontinuierliche Verbesserung des Konsumklimas und das leichte Wachstum der Kaufkraft.

Wir hoffen, dass diese positiven Vorzeichen das Geschäftsjahr 2011 dominieren werden und wünschen allen Kaufleuten in der Region Berlin-Brandenburg einen erfolgreichen Jahresverlauf.

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

Der Handelsverband Berlin-Brandenburg und Mitgliedsunternehmen des Verbandes engagieren sich im Rahmen folgender Initiativen und Aktionen:

- der Initiative „Service in the City“ in Berlin und ihrem Sprachportal
- der Freundlichkeitsinitiative „Berliner mit herz & schnauze“
- "Mittendrin Berlin! Die Zentren-Initiative"
- der Initiative "Handeln statt wegsehen"
- dem Berliner Ratschlag für Demokratie
- der Aktion "Berlin barrierefrei"
- dem Schulungs- und Zertifizierungssystem "ServiceQualität Deutschland"
- der Berlin weiten Kampagne „Na klar – unabhängig von Alkohol!“
- dem Handlungskonzept "Tolerantes Brandenburg“
- der Aktion „Fahrradfreundliches Geschäft 2011“ in Potsdam
- der Aktion "Bernau barrierefrei"
- der City-Offensive Ostbrandenburg 2011 sowie weiteren lokalen und temporären Aktionen.