



## Jahresbilanz 2013 für den Berliner und Brandenburger Einzelhandel: Umsatzwachstum schafft neue Arbeitsplätze und E-Commerce forciert Strukturwandel

Kaum eine andere Branche ist in Deutschland momentan einem so starken Wandel unterworfen wie der Einzelhandel. E-Commerce, Multi- und Omni-Channel Strategien, veränderte Anforderungen an die Kundenkommunikation und die Folgen der demografischen Entwicklung stellen die Unternehmen permanent vor völlig neue Herausforderungen, denen nicht immer alle gewachsen sind. Hinzu kommt, dass ein großer Teil der Einzelhandelsunternehmen vom wachsenden Konsum kaum profitieren konnte. Der Anteil des Einzelhandels an der Entwicklung des privaten Konsums ist weiter rückläufig und liegt aktuell bei rund 27 Prozent. Bundesweit konnten die Einzelhandelsunternehmen 2013 im Vergleich zum Vorjahr im engeren Sinne nominal 1,1 Prozent mehr umsetzen. Preisbereinigt gingen die Erlöse jedoch um 0,4 Prozent zurück.

**Der Einzelhandel in der Region Berlin-Brandenburg profitierte dagegen auch 2013 stärker von der wirtschaftlichen Stabilisierung, von neuen Rekordzahlen im Tourismus sowie der anhaltend positiven Konsumstimmung. Noch deutlicher als in den Vorjahren hat der stark wachsende interaktive Handel zum Umsatzplus des Berliner Einzelhandels beigetragen.** Das dritte Jahr in Folge liegt die Gesamtbilanz für die Region Berlin-Brandenburg über dem Bundesdurchschnitt.

### Bilanz 2013

Die Jahresbilanz 2013 des HBB basiert auf bisher verfügbaren vorläufigen Umsatzzahlen des Amtes für Statistik Berlin-Brandenburg. Endgültige statistische Daten für das Jahr 2013 liegen bisher noch nicht vor.

### Berlin:

Der Berliner Einzelhandel innerhalb und außerhalb von Verkaufsräumen (inklusive interaktiver Handel, aber ohne Kfz, Tankstellen, Brennstoffhandel und Apotheken)\* erwirtschaftete 2013 **nach vorläufigen Berechnungen des Amtes für Statistik Berlin-Brandenburg ein Umsatzplus von nominal 7,4 Prozent (2012: +4,1 Prozent) und real 6,2 Prozent (2012: +2,1 Prozent) gegenüber dem Vorjahr.**

**Der geschätzte nominale Gesamtumsatz des Berliner Einzelhandels** innerhalb und außerhalb von Verkaufsräumen (inklusive interaktiver Handel, aber ohne Kfz, Tankstellen, Brennstoffhandel und Apotheken)\* **betrug 2013 ca. 14,18 Mrd. Euro.**

(\* entsprechend der bundesweit üblichen statistischen Klassifikation)

**Der interaktive Handel (Versand- und Internethandel) hat in Berlin einen Anteil von schätzungsweise etwa 11 Prozent (bundesweit: ca. 7,6 Prozent laut HDE Jahresbilanz) am Gesamtumsatz des Einzelhandels im engeren Sinne.** Verwertbare statistische Erhebungen zum Anteil des interaktiven Handels liegen für Berlin und Brandenburg nicht vor.

Die geschätzten Wachstumsraten des interaktiven Handels bewegten sich 2013 wieder im zweistelligen Bereich. Darüber hinaus erwirtschafteten auch die in der statistischen Klassifikation zusammengefassten Bereiche Einzelhandel mit Waren verschiedener Art sowie Einzelhandel mit Nahrungsmitteln, Getränken und Tabakwaren insgesamt positive Umsatzergebnisse. Bei Nahrungsmitteln, Getränken und Tabakwaren hat sich der Aufwärtsschwung



vom Vorjahr allerdings deutlich abgeflacht. Hinter dem nominalen Umsatzplus von 3,1 Prozent steht real lediglich eine Umsatzsteigerung von 0,3 Prozent.

Der Bereich Verlagsprodukte, Sportausrüstungen und Spielwaren konnte 2013 kein positives Umsatzergebnis erwirtschaften.

## Brandenburg:

Nach vorläufigen Berechnungen des Amtes für Statistik Berlin-Brandenburg ist der Einzelhandel innerhalb und außerhalb von Verkaufsräumen (inklusive interaktiver Handel, aber ohne Kfz, Tankstellen, Brennstoffhandel und Apotheken)\* 2013 im Land Brandenburg nominal um 3,7 Prozent (2012: +3,1 Prozent) und real um 2,2 Prozent (2012: +1,3 Prozent) gegenüber dem Vorjahr angewachsen.

**Der geschätzte nominale Gesamtumsatz des Brandenburger Einzelhandels innerhalb und außerhalb von Verkaufsräume (inklusive interaktiver Handel, aber ohne Kfz, Tankstellen, Brennstoffhandel und Apotheken)\* 2013 betrug ca. 7,47 Mrd. Euro.**

(\* entsprechend der bundesweit üblichen statistischen Klassifikation)

Umsatzsteigerungen gab es neben dem interaktiven Handel insbesondere im Bereich Waren verschiedener Art. Bei Nahrungsmitteln, Getränken und Tabakwaren konnte im Gegensatz zum Vorjahr real nur ein Minus von 2,8 Prozent erwirtschaftet werden.

## E-Commerce forciert Strukturwandel

Noch wesentlich stärker als die demografische Entwicklung forciert der Online-Handel den Strukturwandel im Einzelhandel.

In Berlin, wo sich Jahr für Jahr immer mehr IT-Startups ansiedeln, wird diese Entwicklung noch deutlicher als in anderen Bundesländern.

**Bereits jetzt liegt der Umsatzanteil es Onlinehandels mit geschätzten 11 Prozent deut-**

**lich über dem Bundesdurchschnitt und wächst Jahr für Jahr weiter an.**

Rabattaktionen sind da angesichts des massiven Wettbewerbsdrucks für den klassischen stationären Einzelhandel keine sinnvolle Alternative mehr.

Der stationäre Handel befindet sich in einem grundlegenden Wandlungsprozess. Zunächst geht es darum, dass der stationäre Handel seine eigenen Stärken gegenüber dem Internethandel ausbaut wie beispielsweise Beratungs- und Serviceangebot, Shop-Inszenierungen oder Erlebniseinkauf.

Noch viel wichtiger aber ist es, dass auch die stationären Einzelhandelsunternehmen die neuen technischen Möglichkeiten für Verkauf, Kundenkommunikation und Marketing gezielt für ihre Kunden nutzen. Ob Internet, Online-Shop, Soziale Medien oder die Tablet und Smartphone, jedes Unternehmen muss entsprechend seinen Kunden und den Branchen bzw. Produkt spezifischen Gegebenheiten den richtigen Mix finden. Unternehmen, die diesen Weg nicht gehen, werden auf absehbare Zeit keine Perspektive im stationären Einzelhandel haben.

Die höchsten Umsätze im Online-Handel werden an Sonntagen erwirtschaftet, wodurch natürlich auch eine hohe sonntägliche Arbeitsbelastung anfällt. Das ergab eine auf Initiative des HBB durchgeführte Stichprobe des Bundesverbandes des Deutschen Versandhandels.

**Auch aufgrund dieser nicht nachvollziehbaren Wettbewerbsverzerrung im Vergleich zur Situation des stationären Einzelhandels ist das Präsidium des HBB zu der Auffassung gelangt, dass aus Sicht des Verbandes eine staatliche Regulierung der Ladenöffnungszeiten völlig überflüssig geworden ist.**



## Zahl der Arbeitsplätze wächst insbesondere in Berlin

Das zweite Jahr infolge ist 2013 die Anzahl der Beschäftigten im Berliner und Brandenburger Einzelhandel angewachsen.

**Die Zahl der Beschäftigten im Berliner Einzelhandel** innerhalb und außerhalb von Verkaufsräumen (inklusive interaktiver Handel, aber ohne Kfz, Tankstellen, Brennstoffhandel und Apotheken) **hat sich nach Angaben des Amtes für Statistik Berlin-Brandenburg gegenüber dem Vorjahr um 7,2 Prozent erhöht.**

Der Anteil von Vollzeitbeschäftigten ist im Jahresverlauf um 7,1 Prozent und der Anteil von der Teilzeitbeschäftigten um 7,3 Prozent angewachsen.

**Im Brandenburger Einzelhandel** innerhalb und außerhalb von Verkaufsräumen (inklusive interaktiver Handel, aber ohne Kfz, Tankstellen, Brennstoffhandel und Apotheken) **ist die Zahl der Beschäftigten gegenüber dem Vorjahr insgesamt um 1,0 Prozent angewachsen.** Der Anteil von Vollzeitbeschäftigten ist um 0,3 Prozent angewachsen. Die Zahl der Teilzeitbeschäftigten hat um 1,4 Prozent zugenommen.

## Unterschiedliche Kaufkraftentwicklung

Die Entwicklung der Kaufkraft ist in der Region Berlin-Brandenburg 2013 sehr unterschiedlich verlaufen. Das liegt einerseits vor allem an der unterschiedlichen Entwicklung der Löhne und Gehälter und andererseits an der Verbraucherpreisentwicklung.

Laut Angaben des Amtes für Statistik lag im dritten Quartal 2013 in Berlin der durchschnittliche Bruttomonatsverdienst aufgrund der gesunkenen Vollzeitbeschäftigung 0,3 Prozent und damit bereits das zweite Jahr infolge unter dem Vorjahreszeitraum. Die Verbraucherpreise sind dagegen um 2,2 Prozent angestiegen (sie-

he: Verbraucherpreise steigen kontinuierlich). Daraus ergibt sich für Berlin im Jahr 2013 ein vor allem für den Einzelhandel deutlicher Kaufkraftverlust.

In Brandenburg sind die durchschnittlichen Bruttomonatsverdienste dagegen um 2,8 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum angewachsen. Damit lag die Veränderungsrate der Bruttomonatsverdienste deutlich über der Steigerungsrate des Verbraucherpreisindex von 1,4 Prozent.

## Verbraucherpreise steigen differenziert

Das Land Brandenburg hat 2013 von allen Bundesländern die niedrigste Teuerungsrate zu verzeichnen. In Berlin sind dagegen die Verbraucherpreise höher als in allen anderen Bundesländern angestiegen.

Wie das Amt für Statistik Berlin-Brandenburg mitteilt, haben sich die Verbraucherpreise in **Berlin im Jahresdurchschnitt 2013 um 2,2 Prozent erhöht.**

Der Preisauftrieb wurde neben den gestiegenen Preisen für Strom (+16,8 %) und feste Brennstoffe (+6,9 %) vor allem auch durch Nahrungsmittel (+3,2 %) verursacht. Mehr als vor einem Jahr mussten die Verbraucher hauptsächlich für Speisefette und -öle (+11,6 %) sowie für Molkereiprodukte und Eier (+8,8 Prozent) zahlen. Teurer geworden sind u. a. auch Zeitungen und Zeitschriften (+4,3 %) sowie Bücher (+3,5 %). Die Kaffeepreise sind dagegen um 5,6 Prozent gefallen. Während auch Bekleidung gegenüber dem Vorjahr um 1,1 Prozent günstiger war, wurden Schuhe im November 2013 zu deutlich höheren Preisen (+3,3 %) verkauft.

Für das **Land Brandenburg** ermittelte das Amt für Statistik für das Jahr **2013 eine durchschnittliche Steigerung der Verbraucherpreise von lediglich 1,3 Prozent.**



Die Abschwächung der jährlichen Teuerungsrate erfolgte vor allem durch die gesunkenen Preise für Heizöl und Kraftstoffe, während dagegen Strom 9,4 Prozent teurer war als im Vorjahr. Die jährliche Preisentwicklung für Nahrungsmittel lag mit +3,9 Prozent wieder deutlich über der Gesamtentwicklung. Erheblich mehr als vor einem Jahr mussten die Verbraucher hauptsächlich für Speisefette und -öle (+12,6 Prozent), Molkereiprodukte und Eier (+9,7 Prozent), Obst (+6,2 Prozent) und Gemüse (+6,0 Prozent) zahlen.

Billiger als im Vorjahr waren beispielsweise Kaffee (-10,9 Prozent) und Geräte der Unterhaltungselektronik (-8,3 Prozent),

## Zusätzliche Kaufkraft durch Touristen

**In Berlin beträgt nach HBB-Schätzungen der Umsatzanteil in- und ausländischer Touristen am Jahresumsatz 2013 im engeren Sinne (innerhalb und außerhalb von Verkaufsräumen, inklusive interaktiver Handel, ohne Kfz, Tankstellen, Apotheken und Märkte) ca. 26 Prozent.**

Aufgrund der in den vergangenen Jahren häufig stagnierenden oder wie 2012 / 2013 sogar sinkenden Kaufkraftentwicklung bei der Berliner Bevölkerung ist der durch in- und ausländische Touristen über das Jahr hinweg erzielte Umsatz für viele Kaufleute und Einzelhandelsunternehmen der Region inzwischen zu einem Existenz entscheidenden Faktor geworden.

Über 26 Millionen Übernachtungen und mehr als elf Millionen Gäste zählten 2013 alleine die Hotels der deutschen Hauptstadt. Hinzu kommen zahlreiche Gäste, die privat bei Verwandten oder in Ferienwohnungen übernachtet haben. Berlin ist mit einem Wachstum von mehr als acht Prozent im vergangenen Jahr die am schnellsten wachsende Top-Destination in Europa. Der Berliner Einzelhandel kann dadurch jährlich zusätzliche Umsätze erwirtschaften, die zugleich den Rückgang der innerstädtischen Kaufkraft ausgleichen.

Je nach Standort und Angebot profitieren die Unternehmen allerdings unterschiedlich von dieser Entwicklung. In den City-Lagen werden teilweise 40 bis 60 Prozent des Umsatzes durch in- und ausländische Touristen erwirtschaftet. Verkaufsoffene Sonntage spielen hierbei eine bedeutende Rolle, vor allem auch um Berlin als Top-Shopping-Destination weiter zu profilieren. Die sehr hohen Kundenfrequenzen in den City-Lagen im Weihnachtsgeschäft 2013 haben verdeutlicht, dass vier verkaufsoffene Sonntage an den Adventswochenenden zu einer deutlichen Entspannung und einem angenehmeren Einkaufserlebnis beitragen würden.

Auch im **Land Brandenburg** hat sich der Tourismus 2013 stabil weiterentwickelt, und zahlreiche Kaufleute und Unternehmen insbesondere im mittelständischen Einzelhandel konnten überwiegend in den Regionen mit einem reichen Kulturerbe und mit wassertouristischen Angeboten davon profitieren. Diese Reiseziele standen auch 2013 sehr hoch in der Gunst der Touristen.

Mit 11.5 Millionen Übernachtungen im Land Brandenburg im Jahr 2013 wurde der Rekord vom Vorjahr eingestellt. Die Zahl der Gäste stieg im gleichen Zeitraum auf 4.2 Millionen. (Amt für Statistik Berlin-Brandenburg)

Die am stärksten frequentierten Reisegebiete sind das Seenland Oder-Spree, der Spreewald und das Ruppiner Seenland.

Die Landeshauptstadt Potsdam schaffte es nach 2012 auch 2013 wieder, die Eine-Million-Marke bei den Übernachtungen zu überspringen (1.003.250). Nach einer aktuellen Gästebefragung in Potsdam im Jahr 2013 ist das häufigste Besucherziel der Tagesgäste die historische Innenstadt gefolgt von einem Besuch der „Schlösser und Parks“. Auch die Städte Brandenburg an der Havel (+10,1 Prozent), Frankfurt Oder (+20,7 Prozent) und Cottbus (+5,6 Prozent) verzeichneten bei den Urlauberzahlen eine Steigerung zum Vorjahr.





Die Entwicklung zeigt, dass auch 2013 der Städtetourismus in Vernetzung des städtischen Angebots mit anderen touristischen Themen an Bedeutung gewonnen hat.

Erfreulich ist, dass Brandenburg auch bei ausländischen Gästen (+1,1 Prozent) wiederum punkten konnte. Die Gäste kamen vor allem aus Polen und den Niederlanden.

## Bilanz der Gewerbeanmeldungen hat sich verbessert

Die Gewerbeanmeldungen sind in Berlin und in Brandenburg sowohl bei den An- als auch bei den Abmeldungen rückläufig. Das Negativsaldo hat sich im Vergleich zum Vorjahr aber deutlich verringert und in Brandenburg ist die Gewerbestatistik sogar wieder ausgeglichen.

### Berlin:

Von Januar bis November 2013 gab es im Berliner Einzelhandel (ohne Handel mit Kfz) nach Angaben des Amtes für Statistik insgesamt 4.583 Anmeldungen gegenüber 4.876 Abmeldungen. **Die Zahl der Gewerbeanmeldungen ist gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 3,5 Prozent zurückgegangen (2012: -5,4 %).** **Die Zahl der Gewerbeabmeldungen hat sich um 6,9 Prozent verringert (2012: -1,3 %).**

Der Anteil des Einzelhandels an der Gesamtzahl der Gewerbeanmeldungen beträgt wie im Vorjahr 10,5 Prozent und an der Gesamtzahl der Gewerbeabmeldungen 15,2 Prozent (2012: 15,6 %).

**Berlin hat bei der Gewerbestatistik das dritte Jahr in Folge wieder ein Negativsaldo von allerdings nur noch 293 Meldungen (2012: 489) zu verzeichnen.**

### Brandenburg:

Im Land Brandenburg gab es von Januar bis November 2013 laut Angaben des Statistischen Amtes insgesamt 2.624 Gewerbeanmeldungen und 2.627 Gewerbeabmeldungen. **Damit ist die Zahl der Gewerbeanmeldungen gegenüber**

**dem Vorjahreszeitraum um 4,9 Prozent gesunken (2012: -5,3 %).** **Die Zahl der Gewerbeabmeldungen ist im Gegensatz zum Vorjahr um 4,2 Prozent zurückgegangen (2012: +9,4 %).**

Mit einem Negativsaldo von nur noch 3 Meldungen bei den Gewerbeanmeldungen in Brandenburg hat sich die Situation 2013 gegenüber dem Vorjahr deutlich verbessert (2012: -303).

Insgesamt hat der Brandenburger Einzelhandel (ohne Handel mit Kfz) einen Anteil von 15,5 Prozent (2012: 16,3 %) an den Anmeldungen und 16,4 Prozent (2012: 18,1 %) an den Abmeldungen.

Die Ursachen für die nun schon das dritte Jahr rückläufigen Gewerbeanmeldungen sind nach Einschätzung des HBB einerseits bedingt durch die Stabilisierung der Situation auf dem Arbeitsmarkt und dem damit zusammenhängenden starken Rückgang von Existenzgründungen aus der Arbeitslosigkeit heraus.

Andererseits führen auch die Staatsschulden- und Finanzkrise in der Europäischen Union zu einer wachsenden Zurückhaltung und Unsicherheit insbesondere bei kleinen Existenzgründungsvorhaben.

## Erhebung der Verkaufsfläche in Berlin

**Die Erhebung der Einzelhandelsverkaufsfläche in Berlin ist bisher noch nicht abgeschlossen, so dass keine aktualisierten Daten zur Verfügung stehen und nur von Schätzungen ausgegangen werden kann.**

Nach einer vorläufigen Schätzung des HBB ist die Verkaufsfläche in Berlin 2013 insbesondere durch die die Eröffnung neuer Bau- und Fachmärkte sowie Verbraucher- und Lebensmittelmärkte um ca. 80.000 Quadratmeter angewachsen. Zu den größten Neueröffnungen gehört u. a. der Bauhaus-Baumarkt am S-Bahnhof Halensee mit 19.000 Quadratmeter Verkaufsfläche. Auch Kaufland, Edeka, Rewe und die Bio



Company haben neben anderen in Berlin weitere Filialen eröffnet.

**Die Verkaufsfläche betrug in Berlin zum Jahresende 2013 schätzungsweise 5,22 Mio. Quadratmeter. Damit stehen je Einwohner etwa 1,48 Quadratmeter Verkaufsfläche zur Verfügung.**

### Verkausflächenzuwachs in Brandenburg

**Im Land Brandenburg ist die Verkaufsfläche im Jahr 2013 relativ geringfügig um rund 40.000 Quadratmeter auf insgesamt rund 4,58 Millionen Quadratmeter angewachsen.**

**Je Einwohner stehen somit 1,87 Quadratmeter Verkaufsfläche zur Verfügung.**

Überwiegend gab es die größten Verkaufszuwächse durch Neuansiedlungen in den Nahversorgungslagen der Städte mit Lebensmittelmärkten und durch die Neueröffnung des Fachmarktzentrums Spremberg mit 10.600 Quadratmeter.

### Ausgezeichnet Generationenfreundlich

**830 Geschäfte und Unternehmen an rund 300 Handelsstandorten in Berlin und Brandenburg wurden in den vergangenen drei Jahren erfolgreich für die Auszeichnung mit dem HDE-Qualitätszeichen „Ausgezeichnet Generationenfreundlich“ getestet.**

Eine Auflistung aller in Berlin und Brandenburg mit dem Qualitätszeichen ausgezeichneten Unternehmen steht auf der HBB-Internetseite unter folgendem Link zur Verfügung:

[www.hbb-ev.de/Seiten/QZ\\_Uebergabe.htm](http://www.hbb-ev.de/Seiten/QZ_Uebergabe.htm)

Nach einer Umstrukturierung und der Schulung neuer Tester-Teams im vergangenen Jahr werden die Tests jetzt fortgesetzt, und für die ersten Unternehmen steht auch bereits eine Nachprüfung an.

### Erwartungen 2014

Laut einer aktuellen Prognose der GfK sollen die Ausgaben der privaten Haushalte in Deutschland in diesem Jahr um 1,5 Prozent steigen. Die Konsumstimmung der Verbraucher ist nach wie vor positiv und auch der Preisanstieg wird sich laut GfK 2014 abschwächen. Für den Einzelhandel sind das positive Signale, auch wenn die Auswirkungen in einzelnen Bereichen des Handels unterschiedlich sein werden. Deutlich steigende Umsätze prognostiziert GfK für den Lebensmittelhandel. Dagegen wird der restliche Einzelhandel voraussichtlich nur moderat wachsen.

Auch der Einzelhandel in der Region Berlin-Brandenburg ist laut einer Stichprobenbefragung des HBB mit positiven Erwartungen in das neue Geschäftsjahr gestartet, wobei die Ergebnisse nicht mehr ganz so positiv ausfallen wie im Vorjahr. Rund 85 Prozent der befragten Berliner und Brandenburger Unternehmen sind davon überzeugt, dass im laufenden Geschäftsjahr gleichbleibende bzw. leicht wachsende Umsatzergebnisse erzielt werden können. Die Erwartungen liegen dabei bei den Berliner Unternehmen deutlich höher als bei den Brandenburger Unternehmen.

Der Anteil der Unternehmen, die die aktuelle Geschäftslage in der Region als gut bewerten, hat aber gegenüber dem Vorjahr um 12 Prozent abgenommen. Neben einer Reihe weiterhin bestehender Unsicherheitsfaktoren wie die wachsenden Energiekosten oder die wachsende Belastung der Verbraucher hat sicherlich auch die Entwicklung des Onlinehandels dazu wesentlich beigetragen.

„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:

- Runder Tisch Tourismus
- Initiative „Service in the City“ in Berlin und ihrem Sprachportal
- "Mittendrin Berlin! Die Zentren-Initiative"
- Initiative "Handeln statt wegsehen"
- Netzwerk "Berlin-gegen-Nazis.de"
- Berliner Ratschlag für Demokratie
- Aktion "Berlin barrierefrei"
- Runder Tisch „Barrierefreie Stadt“
- Berlin weite Kampagne „Na klar – unabhängig von Alkohol!“
- Schulungs- und Zertifizierungssystem "ServiceQualität Deutschland"
- Handlungskonzept "Tolerantes Brandenburg“
- Aktion „Fahrradfreundliches Geschäft 2013“ in Potsdam
- Aktion "Bernau barrierefrei"
- City-Offensive Ostbrandenburg 2012
- City-Offensive Westbrandenburg 2013
- Projektgruppe „Ehrenamtskarte des Landes Brandenburg“

sowie in weiteren lokalen und temporären Aktionen.