

Jahresbilanz 2020 für den Berliner und Brandenburger Einzelhandel: Dramatische Verluste für Teile des Einzelhandels – Gewinne für die Lebensmittelbranche

In der Region Berlin-Brandenburg schafft es der Einzelhandel nun seit zwar bereits seit 10 Jahren eine positive Umsatzbilanz zu erwirtschaften, auf dem Jahr 2020 liegt allerdings ein großer Schatten. Durch die Coronapandemie verlieren insbesondere die innenstadtrelevanten Sortimente zum Teil dramatisch. Der Onlinehandel und der Handel mit Lebensmitteln dagegen profitiert.

Der Blick auf die reinen Zahlen stellt zunächst ein Wachstum in beiden Ländern fest. Im Vergleich zum Bundesdurchschnitt, der 2020 bei +5,7 Prozent lag, war die Entwicklung in Berlin unter dem Durchschnitt, während sie in Brandenburg darüber lag.

Bemerkenswert sind die teils extrem unterschiedlichen Entwicklungen der einzelnen Branchen. 2020 war für viele Unternehmen aus den Bereichen Online-Handel und Lebensmittel ein gutes Jahr, bei Möbeln und Baumärkte lief es besser als erwartet. Für die meisten Modehändler dagegen bleibt das vergangene Jahr als Katastrophe in Erinnerung. Allein im Dezember verlor der geschlossene Modehandel etwa 40 Prozent seiner Umsätze, während der Onlinehandel im gleichen Zeitraum um mehr als 30 Prozent wuchs.

Für die innenstadtrelevanten Sortimente bedarf es einer langfristigen Strategie zur Wiederbelebung.

Bilanz 2020

Die Jahresbilanz 2020 des HBB basiert auf den Umsatzzahlen des Amtes für Statistik Berlin-Brandenburg.

Berlin:

Der Berliner Einzelhandel innerhalb und außerhalb von Verkaufsräumen (inklusive interaktiver Handel, aber ohne Kfz, Tankstellen, Brennstoffhandel und Apotheken)* erwirtschaftete **2020 nach Berechnungen des Amtes für Statistik Berlin-Brandenburg ein Umsatzplus von nominal 2,1 Prozent und real 0,9 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 2020 ca. 19,12 Mrd. Euro.**

(* entsprechend der bundesweit üblichen statistischen Klassifikation)

Vor allem der Lebensmittelhandel (+7,7 Prozent) die zahlreichen, inzwischen international agierenden Start-ups im Internet- und Versandhandel (+18,8 Prozent) haben in Berlin zum Wachstum des Gesamtumsatzes beigetragen.

Brandenburg:

Nach 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)* **2020 im Land Brandenburg nominal um 9,2 Prozent**

und real um 7,8 Prozent gegenüber dem Vorjahr angewachsen.

Der geschätzte Gesamtumsatz des Brandenburger Einzelhandels innerhalb und außerhalb von Verkaufsräumen (inklusive interaktiver Handel, aber ohne Kfz, Tankstellen, Brennstoffhandel und Apotheken)* **2020 betrug ca. 9,55 Mrd. Euro.**

(* entsprechend der bundesweit üblichen statistischen Klassifikation)

Strukturwandel erfordert Chancengleichheit

Der grundlegende Wandlungsprozess im Einzelhandel wird mit dem Fortschritt der Digitalisierung von Jahr zu Jahr deutlicher. Diese fortlaufende Entwicklung hat durch die Coronapandemie in 2020 einen großen Sprung gemacht. Die Wachstumsraten des Onlinehandels haben sich nahezu verdoppelt. Insgesamt verzeichnet der Onlinehandel bundesweit ein Wachstum von über 20 Prozent in 2020. In Berlin, wo sich Jahr für Jahr immer mehr IT-Startups ansiedeln, wird diese Entwicklung besonders deutlich.

Die Zukunft des stationären Einzelhandels und der hier agierenden Unternehmen wird in erster Linie davon bestimmt, wie es ihnen gelingt, die neuen technischen Möglichkeiten für Verkauf, Kundenkommunikation und Marketing gezielt für ihre Kunden nutzen. Ob Internet, Online-Shop, Soziale Medien oder Tablet und Smartphone, jedes Unternehmen muss entsprechend seinen Kunden und den Branchen bzw. Produkt spezifischen Gegebenheiten den richtigen Mix finden. Corona hat hier den Druck noch einmal massiv erhöht.

Daher ist nicht zuletzt auch beim Thema Ladenöffnung eine Chancengleichheit für den stationären Handel zwingend erforderlich. Die höchsten Umsätze im Online-Handel werden an Sonntagen erwirtschaftet, wo die stationären Ladengeschäfte in der Regel verschlossen bleiben müssen.

Zahl der Arbeitsplätze

Das neunte Jahr infolge ist 2020 die Anzahl der Beschäftigten Brandenburger Einzelhandel insgesamt angewachsen, Berlin verzeichnet erstmals seit 2010 einen kleinen Rückgang, der durch die Coronapandemie bedingt ist.

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 0,5 Prozent verringert.**

Insgesamt beschäftigte der Einzelhandel damit etwa 78.350 Menschen in Berlin und sichert über 100.000 Arbeits- und Ausbildungsplätze sowie Existenzen.

Im Brandenburger Einzelhandel innerhalb und außerhalb von Verkaufsräumen (inklusive interaktiver Handel, aber ohne Kfz, Tankstellen, Brennstoffhandel und Apotheken) **hat sich die Zahl der Beschäftigten gegenüber dem Vorjahr um 1,9 Prozent erhöht.**

Insgesamt beschäftigte der Einzelhandel damit etwa 53.100 Menschen in Brandenburg.

Positive Kaufkraftentwicklung

Die Kaufkraft in der Region Berlin-Brandenburg bleibt laut GfK insgesamt stabil. Für 2020 wird je Einwohner eine Kaufkraft von 21.687 Euro in Berlin prognostiziert. Im GfK Ranking liegt Berlin damit auf Platz elf. Brandenburg liegt auf Platz 10 kommt auf 21.718 Euro. Damit liegen Berlin und Brandenburg mit einem Kaufkraftindex von 91,3 bzw. 91,4 nach wie vor unter dem Bundesdurchschnitt.

Fehlende Kaufkraft durch Touristen in Berlin und Brandenburg

Die durch in- und ausländische Touristen getätigten Einkäufe im Berliner und Brandenburger Einzelhandel sind inzwischen zu einem bedeutenden Umsatzfaktor geworden.

Absagen von Großveranstaltungen und vor allem das Verbot der Vermietung zu touristischen Zwecken für einen Zeitraum von fünf Monaten sorgten für starke Rückgänge im Berliner Beherbergungsgewerbe 2020. Nach vorläufigen Berechnungen des Amtes für Statistik Berlin-Brandenburg kamen mit **4,9 Millionen genauso viele Gäste in die Hauptstadt wie im Jahr 2001 und damit 64,6 Prozent weniger als im Jahr 2019. Die Zahl der Übernachtungen sank gegenüber dem Vorjahr um 64,0 Prozent auf 12,3 Millionen.** Dieser Rückgang ist besonders für touristische Lagen existenzbedrohend.

Im Land Brandenburg fiel die Zahl der Übernachtungen 2020 auf das Niveau von 2008. Mit 10,1 Millionen Übernachtungen meldeten die Beherbergungsbetriebe ein Minus von einem Drittel. Die Zahl der Gäste sank gegenüber dem Vorjahr um 37,7 Prozent auf 3,3 Millionen.

In allen Reisegebieten ging sowohl die Zahl der Gäste als auch die der Übernachtungen zurück. Besonders betroffen war das Reisegebiet Dahme-Seenland, wo nur halb so viele Gäste wie 2019 begrüßt wurden.

Gewerbemeldungen: Weniger Anmeldungen

2020 wurden sowohl in Berlin als auch in Brandenburg mehr Gewerbe an- als abgemeldet. Da-

bei gilt es zu berücksichtigen, dass das Insolvenzrecht während der Coronapandemie zeitweise gelockert war.

Berlin:

Im Jahr 2020 nahmen die Berliner Gewerbeämter 40.982 Gewerbeanmeldungen entgegen. Damit wurde das Vorjahresergebnis um 1,9 Prozent unterschritten. Der Gesamtbereich Handel (mit Kfz) ist mit insgesamt 7.967 Gewerbeanmeldungen und 5.626 Gewerbeabmeldungen die Branche mit der meisten Marktbewegung.

Brandenburg:

Im Land Brandenburg sind die Gewerbeanmeldungen 2020 leicht gesunken. Mit 17.069 Gewerbeanmeldungen wurde 2020 das Vorjahresergebnis um 2,2 Prozent unterschritten. Gleichzeitig wurden 15.675 Gewerbe abgemeldet – 7,1 Prozent weniger als 2019.

Erhebung der Verkaufsfläche in Berlin

Von Juni 2014 bis Januar 2015 wurde eine durch die Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Umwelt veranlasste Einzelhandelserhebung in Berlin durchgeführt, auf deren Grundlage die bisher vorliegenden Verkaufsflächendaten deutlich nach unten korrigiert werden mussten:

Laut dieser Erhebung hat Berlin zu Jahresbeginn 2015 rund 20.400 Betriebsstätten (Läden), die über eine Verkaufsfläche von 4,42 Mio. Quadratmeter verfügen. Damit standen je Einwohner 1,26 Quadratmeter Verkaufsfläche zur Verfügung.

Bis Ende 2020 sind schätzungsweise weitere 120.000 Quadratmeter hinzukommen. Damit stehen in Berlin aktuell knapp 4,65 Mio. Quadratmeter zur Verfügung. Damit stehen je Einwohner aktuell ca. 1,25 Quadratmeter Verkaufsfläche zur Verfügung.

In den einzelnen Bezirken ist die Verkaufsflächenausstattung sehr unterschiedlich. Der Bezirk Mitte verfügt beispielsweise über eine weit überdurchschnittliche VKF-Ausstattung und Friedrichshain-Kreuzberg weist dagegen weit unterdurchschnittliche Werte auf.

Die bisherige Zahlenreihe des HBB zur Entwicklung der Verkaufsfläche in Berlin basierte auf einer Bestandserfassung der BBE / FfH von 2006, die sich aber hinsichtlich der Erhebungsmethoden und der Begriffsbestimmung der Verkaufsfläche deutlich von der aktuellen Erhebung unterscheidet. Die aktuell durchgeführte Erhebung orientierte sich strikt an der durch das Bundesverfassungsgericht vorgegebenen Definition der Verkaufsfläche. Dadurch ergaben sich bei großen Unternehmen wie beispielsweise bei Einkaufszentren teilweise erhebliche Differenzen zwischen den erfassten und veröffentlichten Daten.

Aufgrund der bei der Erhebung 2014/15 in Berlin angelegten Maßstäbe ist ein Vergleich der vorliegenden Daten mit anderen regionalen und bundesweiten Erhebungen (GfK, HDE sowie VKF-Angaben zu Brandenburg in dieser Jahresbilanz) methodisch schwierig und erklärungsbedürftig, da diese nicht auf vergleichbaren Primärerhebungen basieren.

Verkausflächenerhebung in Brandenburg

Im Land Brandenburg wurde 2016 eine Fortschreibung der Einzelhandelserfassung von insgesamt 15867 Einzelhandelsbetrieben durchgeführt.

Damit stehen für Brandenburg neue vollständig aktualisierte, flächendeckende Angaben zur Größe, Lage und Sortimentsstruktur von Einzelhandelsbetrieben zur Verfügung.

Insgesamt erbrachte die Erhebung eine Verkaufsfläche von 4,34 Millionen Quadratmeter.

Auf jeden Einwohner des Landes Brandenburg entfielen 2016 rechnerisch 1,75 Quadratmeter bei einem Bundesdurchschnitt von aktuell 1,50 Quadratmeter Verkaufsfläche pro Person.

2019 und 2020 ist nach Schätzung des HBB die Verkaufsfläche in Brandenburg um ca. 15.000 Quadratmeter angewachsen. Das Land verfügt somit über eine Verkaufsfläche von 4.39 Millionen Quadratmeter. Damit stehen je Einwohner etwa 1,8 Quadratmeter Verkaufsfläche zur Verfügung.

Überwiegend gab es die größten Verkaufsfächenzuwächse durch Erweiterungen und Neuan siedlungen in den Nahversorgungslagen mit Lebensmittelmärkten/Discountern.

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

- Energiespartnetzwerk des Berliner Handels
- Runder Tisch Tourismus
- Initiative „Service in the City“ in Berlin
- "Mittendrin Berlin! Die Zentren-Initiative"
- Initiative "Handeln statt wegsehen"
- Netzwerk "Berlin-gegen-Nazis.de"
- Berliner Ratschlag für Demokratie
- Aktion "Berlin barrierefrei"
- Berlin weite Kampagne „Na klar – unabhängig von Alkohol!“
- Initiative FairWelcome

- Schulungs- und Zertifizierungssystem "Service Qualität Deutschland"
- Handlungskonzept "Tolerantes Brandenburg"
- Aktion "Bernau barrierefrei"
- City-Offensive Ostbrandenburg
- City-Offensive Westbrandenburg
- Projektgruppe „Ehrenamtskarte des Landes Brandenburg“

sowie in weiteren lokalen und temporären Aktionen.