



Jahresbilanz 2009 für den Berliner und Brandenburger Einzelhandel: Verkraftbarer Umsatzeinbruch, aber noch kein Licht am Ende des Tunnels

Die Wirtschafts- und Finanzkrise hat sich 2009 voll entfaltet und in allen Wirtschaftszweigen und anderen Bereichen mehr oder weniger deutlich ihre Spuren hinterlassen.

Auch der Einzelhandel hatte angesichts der krisengeschüttelten Wirtschaft seine Erwartungen für das Jahr 2009 nicht sehr hochgesteckt. Besonders für das zweite Halbjahr befürchtete man bei steigender Arbeitslosigkeit verstärkte Einbrüche. Erfreulicherweise bestätigten sich diese Prognosen nicht. Der Arbeitsmarkt blieb bisher relativ stabil und die Kunden trotzten der Krise, so dass der Einzelhandel in Deutschland das Krisenjahr bisher besser überstanden hat als andere Wirtschaftszweige.

Deutschlandweit betrug der Umsatzrückgang 2009 im Vergleich zum Vorjahr im engeren Sinne nominal 1,6 und real 1,9 Prozent.

Für den Einzelhandel in Berlin und im Land Brandenburg fällt die Jahresbilanz angesichts der wirtschaftlichen Krisensituation insgesamt ebenfalls noch zufriedenstellend aus.

Bilanz 2009

Die Jahresbilanz 2009 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 2009 liegen bisher noch nicht vor.

Berlin:

Die seit 2004 eingeleitete Phase einer stabileren Umsatzentwicklung wurde im vergangenen Jahr erstmals wieder leicht durchbrochen.

Der vorläufige, geschätzte Umsatz des Berliner Einzelhandels (im engeren Sinne, d. h. innerhalb von Verkaufsräumen ohne Kfz, Tankstellen, Apotheken) weist gegenüber dem Vorjahr nominal einen Rückgang von ca. 2,3 Prozent aus.

Der nominale Gesamtumsatz des Berliner Einzelhandels im engeren Sinne betrug 2009 ca. 12,2 Mrd. Euro.

Real, unter Ausschaltung der Preisentwicklung, ist der Umsatz um ca. 1,9 Prozent zurückgegangen.

Über das gesamte Jahr betrachtet mussten alle Branchen leichte Umsatzeinbußen in Kauf nehmen, die angesichts der krisengeschüttelten Wirtschaft von den meisten Unternehmen noch relativ gut verkraftet werden konnten.

Weitaus mehr betroffen war jedoch der Handel mit Nahrungs- und Genussmitteln. Laut Mitteilung des Amtes für Statistik ist der Einzelhandel mit Nahrungsmitteln, Getränken und Tabakwaren 2009 real um 7,3 Prozent (nominal - 5,8 Prozent) eingebrochen.

Verantwortlich für diese Entwicklung scheint weniger die wirtschaftliche Krisensituation zu sein. Neben dem durch Preis- und Steuererhöhungen verursachten Umsatzrückgang bei Tabakwaren sind die Ursachen vor allem in dem starken Anwachsen der Verkaufsfläche im Lebensmitteleinzelhandel und dem verstärkt über den Preis geführte Wettbewerb zu suchen. Betroffen sind mehr oder weniger stark fast alle Betriebsformen - von Discountern, deren Wachstumsmarkt erschöpft ist und neue Marktanteile nur noch von Mitbewerbern abgerungen werden können, bis hin zu selbstständigen Kaufleuten, die am stärksten unter dem Wettbewerbsdruck zu leiden haben.



Sehr deutlich zeigte sich im Verlauf des Jahres, dass die durchgeführten massiven Preissenkungen nicht dazu geeignet waren, neue Marktanteile und Umsatzgewinne zu erzielen, sondern zu einem Umsatzeinbruch geführt haben.

Brandenburg:

Das Land Brandenburg ist in der Jahresbilanz von Umsatzrückgängen insgesamt etwas stärker betroffen als Berlin.

Nach den vorläufig vorliegenden Zahlen ist der Umsatz im Einzelhandel (im engeren Sinne, d. h. innerhalb von Verkaufsräumen ohne Kfz, Tankstellen, Apotheken) nominal um ca. 2,5 Prozent und real um ca. 2,1 Prozent zurückgegangen.

Insgesamt betrug der nominale Gesamtumsatz des Brandenburger Einzelhandels im engeren Sinne ca. 6,7 Mrd. Euro.

Auch im Land Brandenburg sind fast alle Branchen des Einzelhandels in der Jahresbilanz von Umsatzrückgängen betroffen.

Noch stärker als in Berlin ist der Einzelhandel mit Nahrungsmitteln, Getränken und Tabakwaren aufgrund der bereits genannten Ursachen 2009 real um 12,8 Prozent (nominal -11,4 Prozent) eingebrochen.

Einen leichten Umsatzzuwachs gab es nach Angaben des Amtes für Statistik in den Bereichen Kommunikationstechnik, Heimelektronik, Haushaltsgeräte sowie Heimwerker- und Einrichtungsbedarf (real +0,7 Prozent) sowie bei Verlagsprodukten, Sportausrüstungen und Spielwaren (real +0,5 Prozent).

Insgesamt ist das Krisenjahr 2009 für den Einzelhandel in Berlin-Brandenburg und für die Mehrzahl der Handelsunternehmen in der Region besser verlaufen als zu Jahresbeginn befürchtet.

Wie eine Stichprobenbefragung des HBB Ende 2009 bestätigte, hat sich damit auch die Einschätzung der wirtschaftlichen Lage und die

Stimmung unter den Kaufleuten im Vergleich zum Vorjahreszeitraum deutlich verbessert (siehe Anlage).

Beschäftigungssituation in Berlin stabil, leichter Rückgang in Brandenburg

Die Beschäftigungssituation im Berliner Einzelhandel war auch 2009 aufgrund der ausgebliebenen stärkeren Auswirkungen der Wirtschaftskrise und der positiven Wirkungen von erweiterten Öffnungszeiten und Sonntagsöffnungen relativ stabil.

In Brandenburg setzte sich dagegen der bereits im Vorjahr wieder begonnene leichte Rückgang der Zahl von Arbeitsplätzen fort.

Nach Angaben des Amtes für Statistik Berlin-Brandenburg ist die **Zahl der Beschäftigten im Berliner Einzelhandel (im engeren Sinne) im Jahresverlauf insgesamt leicht um 0,2 Prozent angestiegen.** Der Anteil von Teilzeitbeschäftigten ist um 3,0 Prozent gestiegen. Die Zahl der Vollzeitbeschäftigten ist im Jahresverlauf um 3,2 Prozent zurückgegangen.

In Brandenburg ist die Zahl der Beschäftigten gegenüber dem Vorjahr insgesamt um 1,8 Prozent zurückgegangen. Der Anteil von Teilzeitbeschäftigten ist um 1,4 Prozent angewachsen. Die Zahl der Vollzeitbeschäftigten ist um 6,3 Prozent rückläufig.

Aufgrund der schlechten wirtschaftlichen Bilanz im Einzelhandel mit Nahrungsmitteln, Getränken und Tabakwaren ist der Arbeitsmarkt im Lebensmitteleinzelhandel insbesondere betroffen.

Die Zahl der Beschäftigten in diesem Bereich ging nach Angaben des Amtes für Statistik Berlin-Brandenburg um 15,6 Prozent im Land Brandenburg und um 3,7 Prozent in Berlin zurück.



Sonntagsöffnungen weiterhin möglich

Mit dem Urteil des Bundesverfassungsgerichtes vom 1.12.2009 zum Berliner Ladenöffnungsgesetz wurde Klarheit zu den bundesweiten Rahmenbedingungen für Öffnungszeiten an Sonn- und Feiertagen geschaffen.

Das Bundesverfassungsgericht erklärte zwar die in Berlin bisher mögliche Ladenöffnung an den vier aufeinanderfolgenden Adventssonntagen als verfassungswidrig. Generell bestätigte es aber, dass Sonntags- und Feiertagsöffnungen ausnahmsweise bei entsprechend nachhaltiger Begründung zulässig sind. Das Gericht hat dabei keine zahlenmäßige Beschränkung der Sonntagsöffnungen vorgenommen und gegen die Zahl der in Berlin bis zu zehn möglichen Sonntagsöffnungen keine Einwände erhoben.

Aus Sicht des Berliner Einzelhandels ist diese Entscheidung sehr wichtig. Aufgrund der geringen Kaufkraft in der Stadt einerseits und der vielen Touristen andererseits sind gelegentliche Sonntagsöffnungen unverzichtbar.

Im Interesse der Handlungs- und Planungssicherheit der Unternehmen ist der Berliner Senat jetzt gefordert, schnellstmöglich das Berliner Ladenöffnungsgesetz zu aktualisieren. Der HBB hat im Januar an einer Anhörung im Abgeordnetenhaus teilgenommen und ist in den Prozess der Neufassung des Berliner Gesetzes einbezogen.

Wünschenswert wäre außerdem eine baldmöglichste Angleichung der Regelungen für die Öffnung an Sonn- und Feiertagen zwischen Berlin und dem Land Brandenburg.

Wieder wachsende Dynamik im Gründungsgeschehen

Die Dynamik im Gründungsgeschehen und bei den Gewerbeanmeldungen hat in der Region Berlin Brandenburg zugenommen.

Gegenüber dem Vorjahr hat sich die Entwicklungstendenz wieder ins Gegenteil verkehrt.

Sowohl die Zahl der An- als auch der Abmeldungen sind angewachsen.

Berlin:

Von Januar bis November 2009 gab es im Berliner Einzelhandel (im engeren Sinne) nach Angaben des Amtes für Statistik insgesamt 5.949 Anmeldungen gegenüber 5.693 Abmeldungen. **Die Zahl der Gewerbeanmeldungen hat gegenüber dem Vorjahreszeitraum damit erfreulicherweise wieder um 5,1 Prozent zugenommen (2008: -12,4 %).** Allerdings ist die Zahl der Gewerbeabmeldungen ebenso um 6,5 Prozent angewachsen (2008: -9,1 %).

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 14,3 % (2008: 14,8 %) und an der Gesamtzahl der Gewerbeabmeldungen 18,4 % (2008: 18,4 %).

Betrachtet man ausschließlich die im Gründerindex der BBB Bürgschaftsbank zu Berlin ausgewiesenen „echten Betriebsgründungen“ (ohne Kleingewerbe, Ummeldungen o. ä.), liegt der Einzelhandel mit einem Anteil von 13,7 Prozent im 1. Halbjahr 2009 auf dem ersten Platz. Ebenso liegt er allerdings mit einem Anteil von 17,8 % auch an der Spitze der Stilllegungen. Bezogen auf die Zahl der echten Betriebsgründungen weist der Einzelhandel damit ein Negativsaldo von 17,7 Prozent aus.

Brandenburg:

Im Land Brandenburg gab es von Januar bis November 2009 laut Angaben des Statistischen Amtes insgesamt 3.323 Gewerbeanmeldungen und 3.478 Gewerbeabmeldungen. **Damit ist die Zahl der Gewerbeanmeldungen gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 2,4 Prozent angewachsen (2008: -11,9 %).** Die Zahl der Gewerbeabmeldungen ist gegenüber dem Vorjahr



ebenfalls um 2,4 Prozent angewachsen (2008: - 8,7 %).

Insgesamt hat der Brandenburger Einzelhandel (im engeren Sinne) einen Anteil von 15,5 Prozent (2008: 15,0 %) an den Anmeldungen und 18,4 Prozent (2008: 17,7 %) an den Abmeldungen.

Finanzierung wird immer schwieriger

Einzelhandelsunternehmen fällt es immer schwerer, Investitionsvorhaben und insbesondere die Überbrückung schwieriger Situationen durch zusätzliche Betriebsmittel über Bankkredite zu finanzieren. Wie eine Stichprobenerhebung des HBB (siehe Anlage) ergab, sind nicht mehr nur kleine Unternehmen aufgrund des meist geringen Kreditbedarfs und fehlender Sicherheiten vorrangig davon betroffen. Auch größere Unternehmen scheinen zunehmend mit den gleichen Problemen belastet zu sein wie Ablehnung von Kreditanträgen, überhöhten Sicherheitsverlangen der Banken u. ä.

Rund 64 Prozent der befragten Berliner und Brandenburger Unternehmen schätzte ein, dass sich die Konditionen für eine Kreditaufnahme im Verlauf des Jahres 2009 verschlechtert haben.

Auch für 2010 muss davon ausgegangen werden, dass sich die Kreditkonditionen für die Mehrzahl der Einzelhandelsunternehmen weiter verschlechtern. Die Umsatzrückgänge im vergangenen Jahr wirken sich auf die Betriebsergebnisse und damit auch auf das Bankrating bei einer Kreditanfrage unmittelbar aus.

Tourismus stützt Einzelhandel der Region

Angesichts der rückläufigen Kaufkraft in der Region Berlin-Brandenburg stellt der Tourismus eine wichtige Stütze für den Einzelhandel dar.

In **Berlin** hat die Zahl der Gäste aus dem In- und Ausland und die Zahl der Übernachtungen

2009 trotz der weltweiten Wirtschaftskrise ein neues Rekordniveau erreicht, wovon auch zahlreiche Einzelhandelsunternehmen direkt profitieren konnten. Der Umsatzanteil von in- und ausländischen Touristen bewegt sich in den Hauptzentren an zentralen touristischen Standorten teilweise zwischen 40 und 60 Prozent. Berücksichtigt man, dass bei den Berlin-Besuchern die Ausgaben je Kunde gegenüber den Vorjahren aufgrund der Wirtschaftskrise leicht rückgängig sind, kann nach Schätzung des HBB von einem **Anteil von ca. 24 Prozent am Jahresumsatz des Berliner Einzelhandels** im engeren Sinne (ohne Tankstellen / Kfz, Apotheken und Märkte) ausgegangen werden. Besonders bewährt haben sich auch 2009 wieder die möglichen Sonntagsöffnungen, die insbesondere auch von den in- und ausländischen Gästen der Stadt genutzt wurden.

Auch im **Land Brandenburg** hat sich der Tourismus 2009 stabil weiterentwickelt und zahlreiche vor allem auch mittelständische Einzelhandelsunternehmen und Fachgeschäfte können davon immer mehr profitieren.

Zu den bedeutenden Einkaufsstädten zählen die Landeshauptstadt Potsdam und die Städte Cottbus, Brandenburg an der Havel und Frankfurt (Oder). Aber auch der Spreewald, das Oder-Spree-Seengebiet und das Ruppiner Land sind inzwischen zu Tourismusmagneten geworden. Erhebungen im Rahmen einer Studie der Stadt Frankfurt (Oder) ergaben beispielsweise, dass 56 Prozent der Umsätze von Tagesgästen im Ausflugsverkehr auf den Einzelhandel, 33 Prozent auf das Gastgewerbe und 11 Prozent auf den Dienstleistungssektor entfallen. In der Landeshauptstadt Potsdam fließen 46 Prozent der touristischen Ausgaben von Tagesgästen direkt in den Einzelhandel.

Verkaufsfläche weiter angewachsen Berlin:



Nach vorläufigen Schätzungen des HBB (Verkaufsflächen werden seit 2007 vom FfH-Institut nicht mehr erfasst) ist die Verkaufsfläche 2009 in Berlin um ca. 140.000 Quadratmeter angewachsen.

Den größten Flächenzuwachs gab es durch neu eröffnete Einkaufszentren (u. a. Die Mitte und Tempelhofer Hafen) und Fachmärkte sowie im Bereich der Discounter.

Die Verkaufsfläche in Berlin betrug zum Jahresende 2009 schätzungsweise 4,84 Mio. Quadratmeter. Damit stehen je Einwohner etwa 1,41 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.

Brandenburg:

Im Land Brandenburg ist die Verkaufsfläche im Jahr 2009 **relativ geringfügig um rund 35 000 Quadratmeter auf insgesamt rund 3,57 Mio. Quadratmeter angewachsen. Je Einwohner stehen somit 1,42 Quadratmeter Verkaufsfläche zur Verfügung.**

In den Oberzentren Potsdam und Brandenburg an der Havel gab es 2009 die größten Verkaufsflächenzuwächse an integrierten Standorten. Der höchste Flächenzuwachs entstand durch das neu eröffnete innerstädtische Einkaufszentrum in Brandenburg an der Havel.

Potsdam verfügt insgesamt über eine Verkaufsfläche von etwas weniger als 200.000 Quadratmeter. Das entspricht etwa 1,47 Quadratmeter je Einwohner.

Kaufkraft bleibt vergleichsweise niedrig

Laut GfK Kaufkraft-Analyse, die die Summe aller Nettoeinkünfte der Bevölkerung erfasst, rangieren Berlin mit einer Kaufkraft je Ein-

wohner / Jahr von 16.880 Euro und Brandenburg mit 16.645 Euro je Einwohner auf Platz 11 bzw. 12 der Bundesländer.

Der Kaufkraftindex von Brandenburg beträgt im Vergleich zum Bundesdurchschnitt 88,7 Prozent. Insgesamt ist die Kaufkraftverteilung und -entwicklung in Brandenburg sehr unterschiedlich. Während Potsdam-Mittelmark bundesweit zu den Kreisen mit dem höchsten Kaufkraftzuwachs (+ 1,6 %) gehört und einen Kaufkraftindex von 97,3 hat, sinkt der Kaufkraftindex vor allem in den östlichen und nord-östlichen Teilen Brandenburgs auf unter 80 und an einzelnen Standorten sogar unter 70 Prozent des Bundesdurchschnitts ab.

Der Kaufkraftindex von Berlin ist gegenüber dem Vorjahr wiederum um 0,3 Prozentpunkte gesunken und beträgt laut GfK 89,3 Prozent.

Verbraucherpreise kaum angestiegen

2009 ist das Jahr mit der bisher niedrigsten Jahresteuersatzrate (0,4 %) im wiedervereinigten Deutschland.

Der Verbraucherpreisindex für Berlin ist im Jahresdurchschnitt 2009 gegenüber 2008 um 0,3 Prozent und für Brandenburg um 0,14 Prozent gestiegen. Die Einzelhandelspreise bewegten sich 2009 deutschlandweit und auch in der Region Berlin-Brandenburg insgesamt deutlich unter dem Niveau des Vorjahres.

Neben den starken Preisrückgängen bei Mineralölprodukten haben insbesondere auch die Lebensmittelpreise diese Entwicklung beeinflusst. Laut vorläufigen Angaben des Amtes für Statistik Berlin-Brandenburg sind beispielsweise die Preise für Nahrungsmittel gegenüber dem Vorjahr im Land Brandenburg um 2,6 Prozent und in Berlin um 0,7 Prozent gesunken. Vor allem bei Gemüse und Molkereiprodukten gab es die größten Preisrückgänge. Bei Fisch und Fischwaren sind dagegen die Preise angestiegen. Ebenso bei alkoholischen Getränken und Tabakwaren.



Obwohl sich die Preise für Bekleidung und Schuhe im Dezember wieder leicht erhöht haben, gab es im Jahresdurchschnitt kaum eine Verteuerung.

Konsumklima erstaunlich stabil

Während des gesamten Jahres zeigte sich das Konsumklima erstaunlich stabil – wenn auch auf relativ niedrigem Niveau. Trotz Wirtschaftskrise und einer Flut negativer Meldungen zur konjunkturellen Entwicklung veränderte sich die Stimmung bei den Verbrauchern nur unwesentlich.

Mit Jahresmitte begann sogar ein leichter Aufwärtstrend des Konsumklimas, der sich zum Herbstanfang weiter fortsetzte. Konjunktur- und Einkommenserwartung legten zu. Auch die Anschaffungsneigung verbesserte sich weiter. Vor allem haben auch die über das ganze Jahr hinweg niedrigen Einzelhandelspreise für eine anhaltende Kauflaune gesorgt.

Sicherheitstag 2009

In Zusammenarbeit mit den Landeskriminalämtern und der Berufsgenossenschaft Handel und Warendistribution BGHW organisierte der HBB 2009 den 4. Sicherheitstag für den Einzelhandel in der Region Berlin-Brandenburg. Die Veranstaltung bot den beteiligten Unternehmen die Möglichkeit, sich mit aktuellen rechtlichen Fragen sowie den neuesten Erkenntnissen bei der Prävention und Bekämpfung von Ladendiebstahl und anderen Delikten vertraut zu machen. Eine große Rolle spielte dabei auch das vorbeugende und sichere Verhalten während eines Überfalls und die Behandlung psychischer Folgen von Raubüberfällen.

Das Engagement für eine erhöhte Sicherheit und Prävention im Berliner und Brandenburger Einzelhandel ist angesichts der nach wie vor Besorgnis erregenden Situation weiterhin zwin-

gend erforderlich. Vor allem durch den Ladendiebstahl und die dagegen 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 2009 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.

2010 – Hoffen auf Licht am Ende des Tunnels

Die Kaufleute in Berlin und Brandenburg sind mit Optimismus in das Jahr gestartet. Eine vom HBB Ende des vergangenen Jahres durchgeführte stichprobenartige Mitglieder-Umfrage (siehe Anlage) ergab, dass die Mehrzahl der Unternehmen von stabilen Umsatzerwartungen für 2010 ausgeht und nur noch 24 Prozent mit einem Umsatzrückgang rechnen. Damit haben sich die Erwartungen im Vergleich zur Umfrage 2008 deutlich verbessert.

Laut dem ifo Institut für Wirtschaftsforschung hat sich im Februar das Geschäftsklima im Einzelhandel jedoch spürbar abgekühlt. Verantwortlich dafür ist die im Vergleich zum Januar deutlich schlechtere Geschäftslage der Branche. Auch das Konsumklima hat laut GfK aufgrund der rückläufigen Konjunkturerwartungen einen Dämpfer abbekommen. Stagnierende Einkommenserwartungen, der in den kommenden Monaten zu erwartende Anstieg der Arbeitslosigkeit und die wachsende Angst vor einem Jobverlust bremsen die Anschaffungsneigung und führen zu einem verstärkten Sparverhalten. Damit wird das Jahr 2010 für den Einzelhandel voraussichtlich noch etwas schwieriger werden als das vergangene Jahr.



Wir wünschen deshalb allen in Berlin und im Land Brandenburg ansässigen großen und kleinen Einzelhandelsunternehmen, dass sie dieses noch vor uns liegende komplizierte Jahr möglichst unbeschadet überstehen werden.

„Wir handeln, ...damit Sie besser handeln können!“ – Entsprechend diesem Leitmotiv wird sich der Handelsverband Berlin-Brandenburg auch 2009 für die 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 2010“ in Potsdam
 - dem lokalen Aktionstag für unternehmerisches Engagement in Frankfurt (Oder)
- sowie weiteren lokalen und temporären Aktionen.