



Auswirkungen von COVID-19 auf die deutsche Wirtschaft

3. DIHK-Blitzumfrage Mai 2020

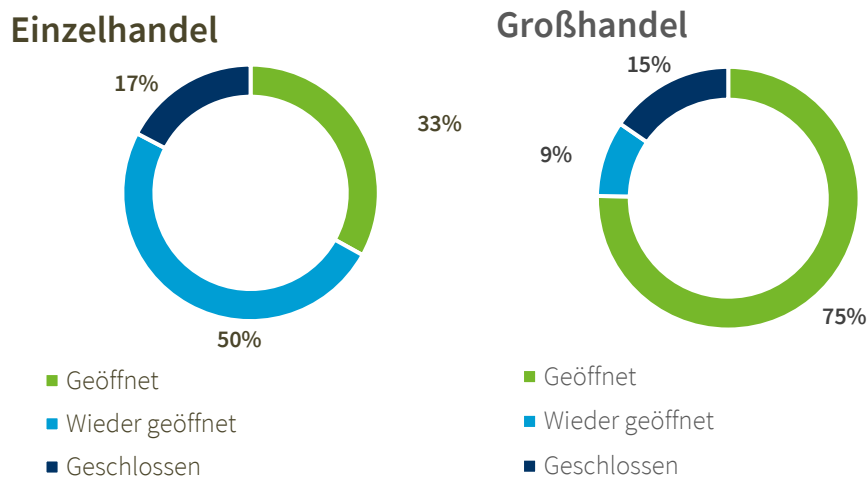
 **GemeinsamWirtschaftStärken**



Sonderauswertung Handel

Handel: Verhaltener Re-Start für die ganze Branche

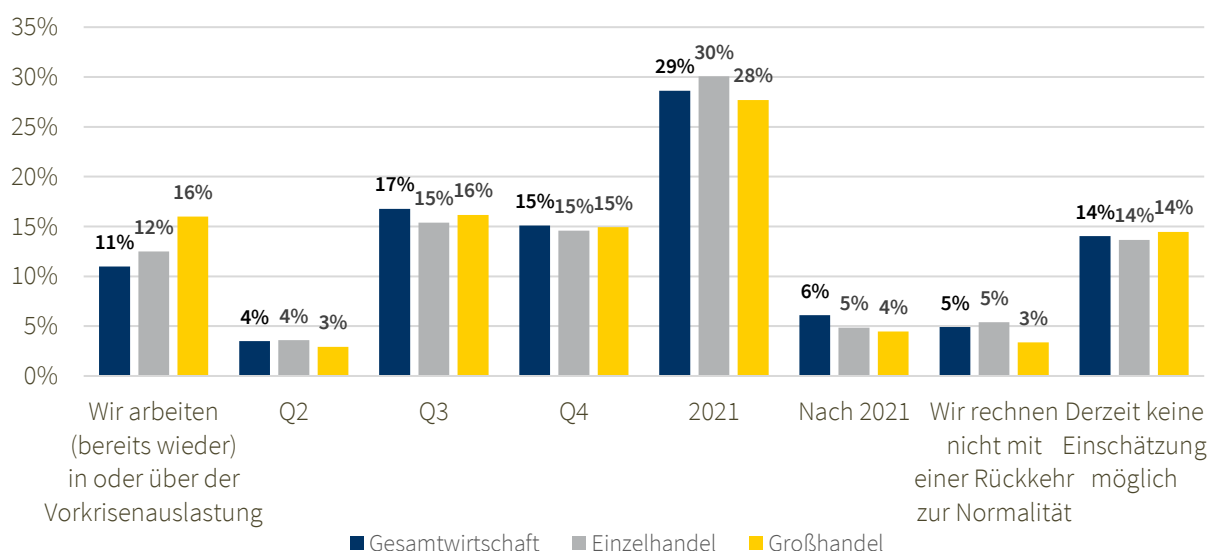
Durch Betriebsschließungen war und ist der Einzelhandel von den Auswirkungen der Krise direkt betroffen. Zwei Drittel der Betriebe mussten ihr Geschäft schließen. Der Großhandel konnte in der Regel weiterarbeiten: 75 % der Betriebe hatten dort ohne Unterbrechung geöffnet. Inzwischen ist die Öffnung aller Geschäfte unter Auflagen zur Hygiene möglich. Einige wenige Betriebe benötigen zur Umsetzung der Vorschriften etwas Vorlauf, aber in der Regel ist eine Öffnung sehr schnell realisierbar.



Die Konsumlaune ist momentan sehr gebremst. Die komplette Rückkehr zu Geschäften wie in der Zeit vor Corona wird daher auf sich warten lassen. Ungefähr die Hälfte der Betriebe rechnet mit einer Normalisierung noch in diesem Jahr – im Großhandel etwas früher, da dort der Anteil der Betriebe, die bereits (wieder) in oder über Vorkrisenauslastung arbeiten, höher ist. Ein Drittel rechnet allerdings erst im nächsten Jahr oder noch später wieder mit normalen Geschäften. Es gibt aber nach wie vor auch viel Unsicherheit und für einen kleinen Anteil der Unternehmen wird es voraussichtlich kein „neues“ Normal geben.

Rückkehr zur normalen Geschäftstätigkeit

in Prozent

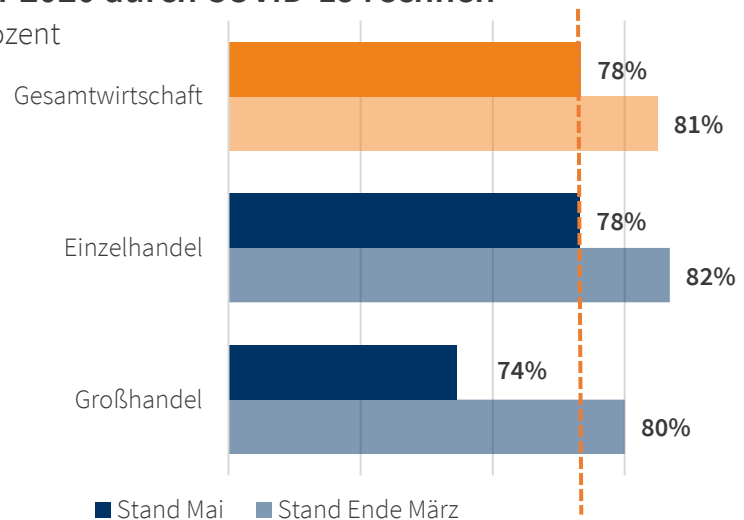


Krisenmodus beim Großteil der Handelsunternehmen

Perspektivisch befürchten deswegen die meisten Händler für das Gesamtjahr 2020 einen Umsatzrückgang. Allerdings hat sich die Situation gegenüber der Blitzumfrage im März leicht verbessert. Damals befürchteten noch 82 Prozent der Einzelhändler und 80 Prozent der Großhändler einen Umsatzrückgang. In der aktuellen Umfrage sind es 78 bzw. 74 Prozent. Trotz der ersten Lockerungen sieht sich jeder zehnte Einzelhändler und sechs Prozent der Großhändler aktuell von einer Insolvenz bedroht.

Anteil der Unternehmen, die mit einem Umsatzrückgang für das Gesamtjahr 2020 durch COVID-19 rechnen

nach Sektor, in Prozent



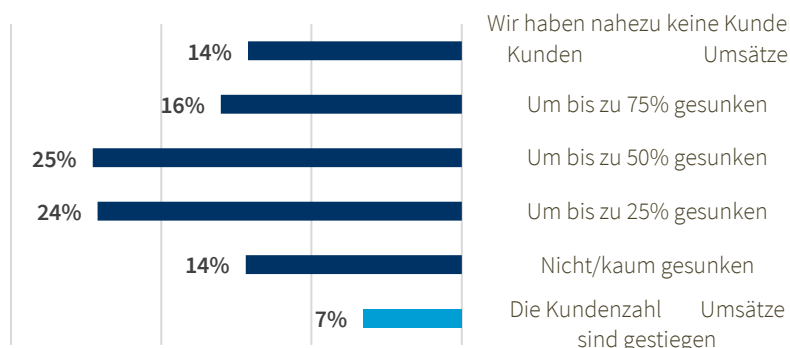
Weniger Umsatz, hohe Kosten

Die Einschätzung der Umsatzentwicklung für 2020 ist vor allem auf die wochenlange Schließung der Läden zurückzuführen: Mehr als drei Viertel der Einzelhändler hatten in dieser Zeit merkliche Umsatzeinbußen bzw. überhaupt keine Umsätze mehr. Auch nach den, in den letzten Wochen, erfolgten Öffnungen der meisten Einzelhandelsgeschäfte, bleibt die Bilanz sehr verhalten. Die Konsumneigung und die Kundenfrequenz in den Innenstädten liegen weit unter Vorjahresniveau. In 65 Prozent der Läden ist die Anzahl der Kunden gesunken, 14 Prozent haben sogar fast gar keine Kunden mehr. Maskenpflicht und viele neue Hygieneregeln, die in den Geschäften zu beachten sind, verunsichern die Konsumenten.

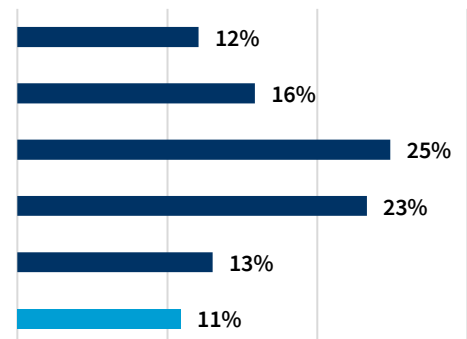
Bei den Anbietern von Mode (Bekleidung, Schuhe) etwa sind die Lager voll mit Frühjahrsware, die Rechnungen der Lieferanten da, aber die Kunden bleiben aus. Durch Online-Aktivitäten konnten einige dieser Händler während der Schließzeit einen Teil der Ware absetzen, aber bei weitem nicht im gewohnten Umfang. Nun drohen außerdem Rabattschlachten, die die Modebranche weiter schwächen werden.

Allerdings gibt es auch Teile des Handels, die in der Krise höhere oder gleichbleibende Kundenzahlen und Umsätze haben. Dazu gehören vor allem der Lebensmittelhandel, Drogeriemärkte, Apotheken und teilweise auch der E-Commerce, je nachdem welche Produkte online verkauft werden. Aber auch Bau- und Gartenmärkte werden aktuell stark frequentiert. Insgesamt haben sieben Prozent der Händler mehr Kunden und 14 Prozent verzeichnen ein gleichbleibendes Niveau. Bei 11 Prozent ist der Umsatz gestiegen, bei 13 Prozent mehr oder weniger gleich geblieben.

Tägliche Kundenzahl im Einzelhandel

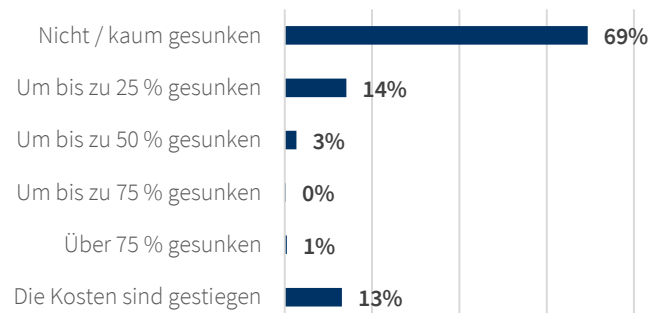


Täglicher Umsatz im Einzelhandel



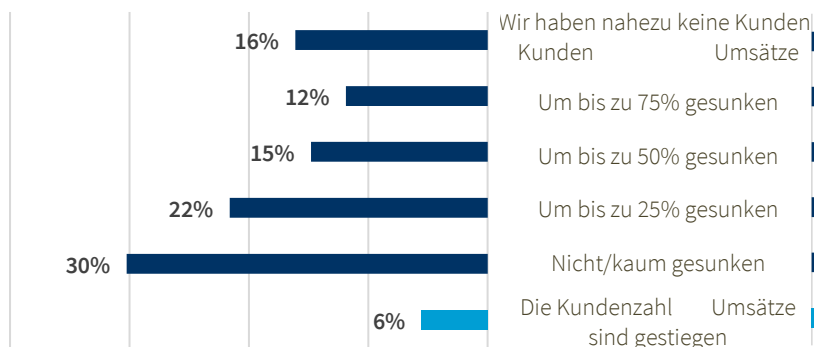
Problematisch für viele Einzelhändler: Obwohl die Umsätze deutlich eingebrochen sind, bleiben die Kosten hoch. Nur 18 Prozent der Unternehmer konnten die Kosten senken. Nach wie vor sind die Fixkosten in Form von Gewerbemieten oder fälligen Zahlungen für eingekaufte Waren, die nun aber nicht abgesetzt werden können, eine große Herausforderung. Der Dialog mit Vermietern und Lieferanten bleibt daher wichtig, um die Folgen der Krise zu dämpfen und Liquidität zu sichern.

Durchschnittliche Kosten des Geschäfts

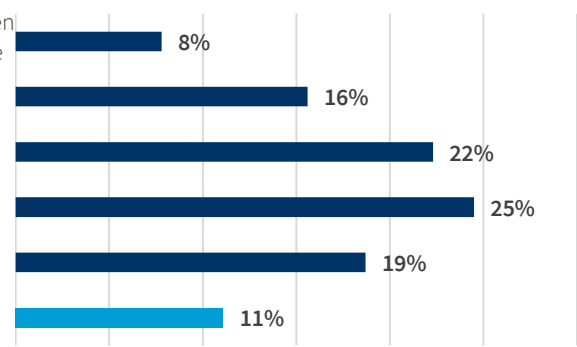


Auch der Großhandel ist von den Auswirkungen der Corona-Krise betroffen. Zwar gab es hier kaum Betriebsschließungen. Aber vor allem Anbieter im konsumnahen Bereich, also z.B. Lieferanten von Gastronomie oder Großmärkte, haben mit Kunden- und Umsatzrückgängen zu kämpfen. Auch im Bereich Büromaterial ist die Nachfrage rückläufig. Es gibt aber auch einige Branchen, die deutlich mehr zu tun haben. Das ist unter anderem der Chemikalien-Großhandel, der ein wichtiger Zulieferer für die Hersteller von Desinfektionsmittel ist. Auch die Nachfrage nach Versand- und Verpackungsmaterial ist gestiegen, da der Warenversand zugenommen hat. DHL etwa befördert aktuell fast doppelt so viele Pakete wie normalerweise. Insgesamt sind die Auswirkungen der Krise auf Kundenzahl und Umsätze nicht so stark wie im Einzelhandel. Die Kostensituation stellt sich ähnlich dar wie im Einzelhandel: Der Großteil hat trotz gesunkener Einnahmen gleichbleibende oder sogar gestiegene Kosten.

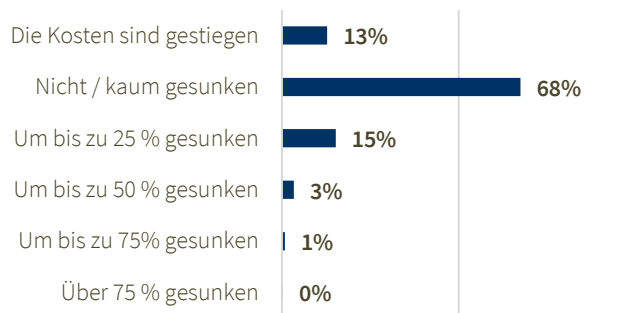
Tägliche Kundenzahl im Großhandel



Täglicher Umsatz im Großhandel



Durchschnittliche Kosten des Geschäfts im Großhandel



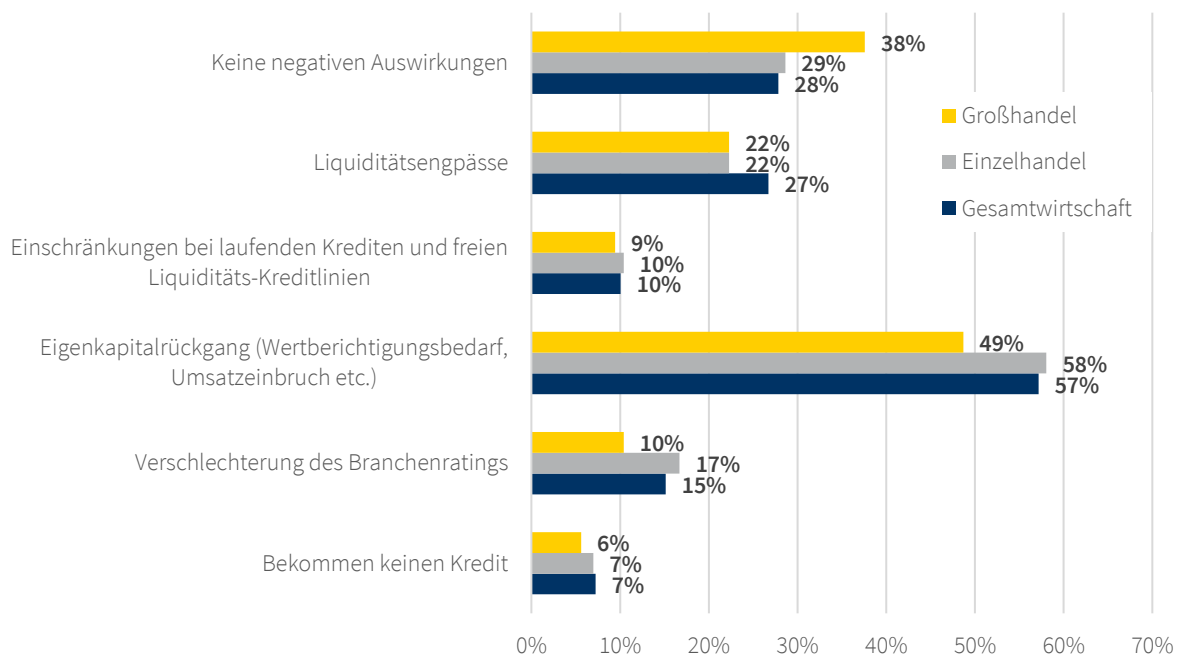
Eigenkapital schrumpft

Die Umsatz- und Kostensituation wirkt sich vor allem auf das Eigenkapital der Betriebe aus. Der Einzelhandel ist dabei stärker betroffen als der Großhandel. Bei jedem fünften Handelsunternehmen kommt es zu Liquiditätsengpässen. Das sind aber weniger Betriebe als in der Gesamtwirtschaft.

Die Finanzierungssituation ist insgesamt angespannt. Unternehmen berichten, dass sie auf Schwierigkeiten, wie langwierige Prüfungen und unattraktive Konditionen stoßen. Für viele Handelsunternehmen ist eine Verschuldung nur schwer zu verkraften, da damit in den nächsten Jahren keinerlei Geld für Investitionen zur Verfügung steht.

Auswirkungen auf die Finanzierungssituation

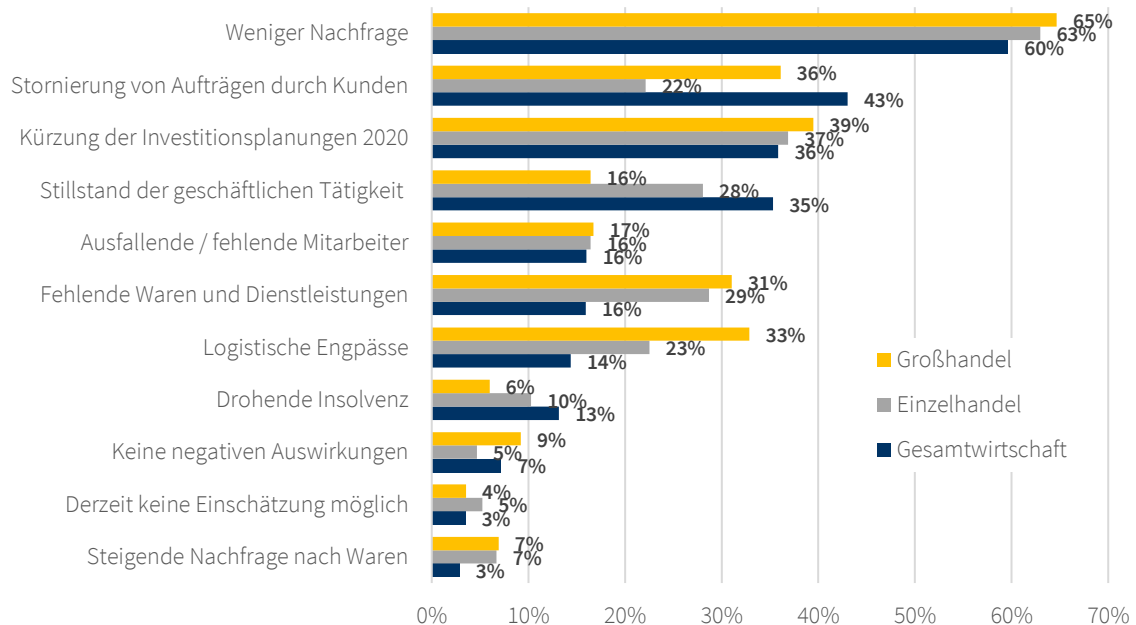
in Prozent, Mehrfachantworten möglich



Nachfrage und Lieferketten bereiten Probleme

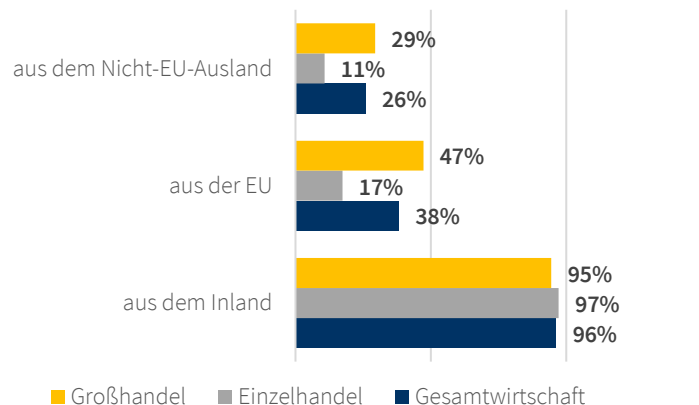
Auswirkungen der COVID-19 Pandemie auf Geschäfte der Handelsunternehmen

in Prozent, Mehrfachantworten möglich



Die geringere Nachfrage bzw. die Stornierung von Kundenaufträgen sind die größten Sorgen des Handels. Dem Großhandel fehlen dabei zwar hauptsächlich die deutschen Abnehmer, aber auch bei den Kunden aus der EU- und aus Drittstaaten sind deutliche Rückgänge zu verzeichnen. Im Einzelhandel sind die ausländischen Märkte weniger relevant, in Grenzregionen zu den Nachbarländern, vor allem zur Schweiz und zu Frankreich, brechen aber ebenfalls erhebliche Umsätze weg.

Weniger Nachfrage



Vor allem für den Großhandel, aber auch teilweise im Einzelhandel, sind fehlende Waren und logistische Engpässe ein Problem. So ist z.B. die Nachfrage nach PC-Zubehör und nach Artikeln für den Outdoor-Bereich sehr hoch. Dort gibt es teilweise bereits lange Lieferfristen und Lücken in den Sortimenten. Auch im Automobilhandel gibt es Probleme bei den Lieferketten: Durch Werkschließungen fehlt der Nachschub an Neuwagen. Außerdem können aktuell viele Ersatzteile, die oft aus Italien und Spanien kommen, nicht geliefert werden. Das gilt teilweise auch für andere Produkte, die aus diesen Ländern stammen, z.B. werden Weine aus den südlichen Ländern aktuell kaum nachgeliefert.

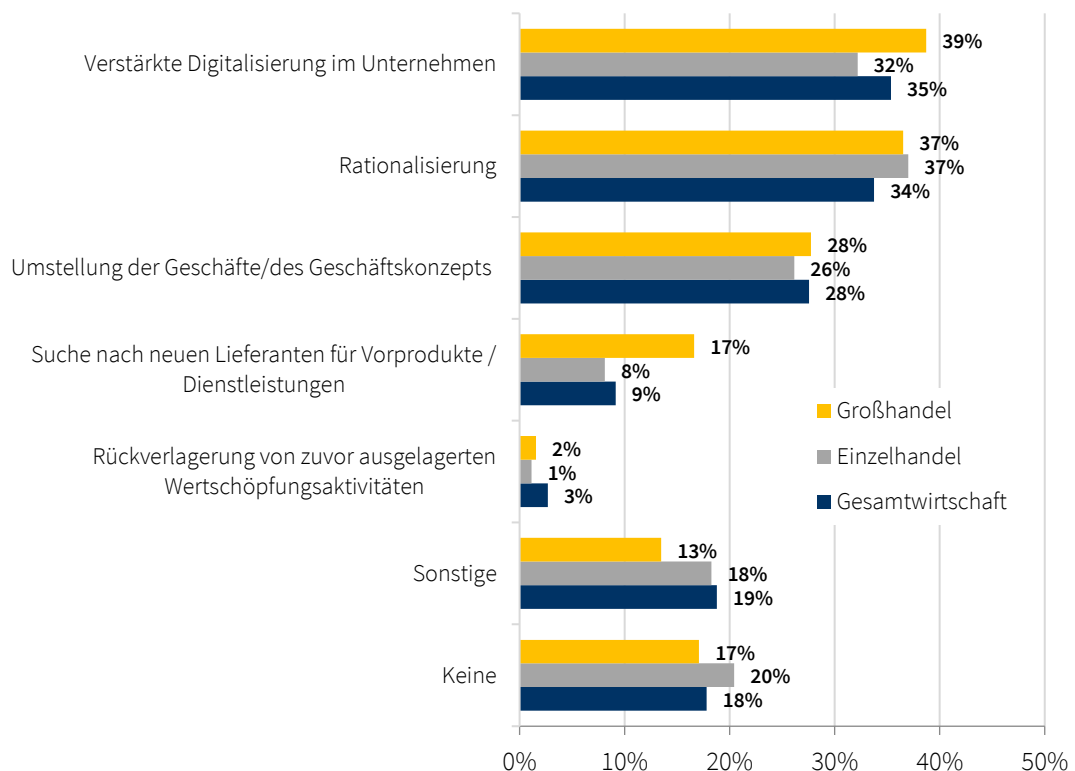
Zudem kommt es zu logistischen Engpässen und Verteuerungen im internationalen Geschäft, da ungefähr die Hälfte der Kapazität im Luftfrachtbereich durch die fehlenden Passagiermaschinen weggebrochen ist. Bei der Seefracht sind die Schiffe und Container wieder unterwegs. Noch ist offen, ob es in Kürze zu einem Container-Stau in den deutschen Häfen kommen wird, wenn bestellte Ware eintrifft, aber nicht sofort abgeholt wird, da die Lager teilweise noch voll sind.

Reaktionen auf die Krise: Prozesse digitalisieren und straffen

Die Handelsunternehmen setzen bei ihrer Reaktion auf die Krise nicht nur auf Einsparungen. Zwar stehen für 37 Prozent Rationalisierungsmaßnahmen im Vordergrund, allerdings ist durch die Krise auch die Digitalisierung in den Fokus gerückt. Viele Einzelhändler haben die Zeit während der Betriebsschließung eingesetzt und ihre Aktivitäten in der Online-Kommunikation und im Online-Verkauf verstärkt oder sogar neue Instrumente aufgebaut. Das geht teilweise mit Veränderungen im Geschäftskonzept einher – so werden zum Beispiel Instagram-Stories zum neuen Vertriebskanal für Modehändler oder lokale Lieferservices sichern zumindest einen Teil des Verkaufs vor Ort. Allerdings sind Investitionen in nächster Zeit bei vielen Händlern erst einmal zurückgestellt. Knapp 40 Prozent kürzen angesichts der momentanen wirtschaftlichen Situation ihre Investitionspläne für 2020.

Betriebliche Maßnahmen zur Begegnung der Krise

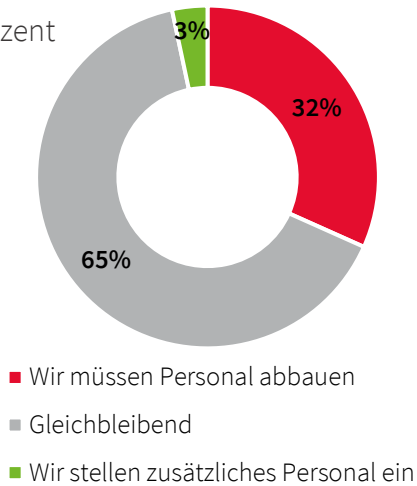
in Prozent, Mehrfachnennung möglich



Die Rationalisierungspläne treffen auch die Mitarbeiter. Ein knappes Drittel der Einzelhändler und 27 Prozent der Großhändler sind so stark von der Krise betroffen, dass sie planen Personal abzubauen. Nur sehr wenige Unternehmen im Handel planen dagegen mehr Mitarbeiter zu beschäftigen.

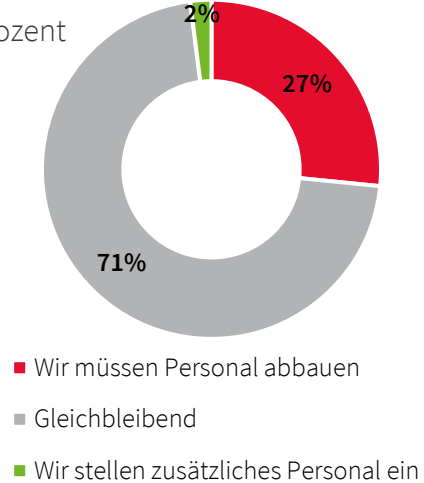
Beschäftigungspläne im Einzelhandel

in Prozent



Beschäftigungspläne im Großhandel

in Prozent



Methodik

Die Umfrage hat vom 4. bis 6. Mai 2020 stattgefunden. Rund 10.000 Unternehmen haben an der Umfrage teilgenommen, davon waren 12% aus dem Einzelhandel (12%) und 6% aus dem Großhandel (6%).

Impressum

Deutscher Industrie- und Handelskammertag e. V.

Bereich Internationale Wirtschaftspolitik, Außenwirtschaftsrecht
Bereich Digitale Wirtschaft, Infrastruktur, Regionalpolitik

Herausgeber und Copyright

© Deutscher Industrie- und Handelskammertag e. V.

Postanschrift: 11052 Berlin | Hausanschrift: Breite Straße 29 | Berlin-Mitte

Telefon 030 20308-0 | Fax 030 20308-1000

DIHK Brüssel

Vertretung des Deutschen Industrie- und Handelskammertages bei der Europäischen Union

19 A-D, Avenue des Arts | B-1000 Bruxelles

Telefon : +32 2 286-1611 | Fax +32 2 286-1605

Internet

www.dihk.de

Facebook

www.facebook.com/DIHKBerlin

Twitter

http://twitter.com/DIHK_News

Redaktion

Katharina Huhn, Dr. Ulrike Regele, Daphne Grathwohl

Grafik

Katharina Huhn, Dr. Ulrike Regele

Bildnachweis

<https://www.gettyimages.de/>

Stand

Mai 2020