

Januar 2023

## LAGE UND PERSPEKTIVE IM EINZELHANDEL

### Rahmenbedingungen für den Konsum

Der Ausblick für die gesamtwirtschaftliche Entwicklung hat sich Anfang 2023 leicht aufgehellt. Die weitere Entwicklung ist jedoch mit erheblichen Risiken behaftet. Dies betrifft auch die Perspektiven für den Einzelhandelskonsum.

Die Prognosen für die deutsche Wirtschaft wurden zuletzt nach oben korrigiert. Wurde vor einem Vierteljahr für das nun begonnene Jahr durchweg ein Rückgang des Bruttoinlandsprodukts (BIP) erwartet, ist das Bild nun merklich aufgehellter.

Zwar prognostizieren die Konjunkturoxperten des Instituts der deutschen Wirtschaft Köln (IW) immer noch einen Rückgang von 0,75 Prozent. Dieser fällt aber nun geringer aus als im September 2022. Damals wurden 1,75 Prozent erwartet. Die weiteren Schätzungen streuen um den Bereich von null Prozent. Anzumerken ist, dass die Erwartung des Sachverständigenrates von minus 0,2 Prozent bereits Anfang November veröffentlicht wurde. Die Konjunkturoxperten des

Handelsblatt Research Institute (HRI) und des IfW gehen sogar von einem minimalen Wachstum um 0,2 bzw. 0,3 Prozent aus.

Prognosen 2023	BIP-Wachstum	Inflationsrate
Handelsblatt Research Institute (HRI)	0,2	5,0
ifo Institut für Wirtschaftsforschung	-0,1	6,4
Institut der deutschen Wirtschaft Köln (IW)	-0,75	7,0
Institut für Weltwirtschaft (IfW)	0,3	5,4
Leibniz-Institut für Wirtschaftsforschung Halle (IWH)	0,0	6,5
Leibniz-Institut für Wirtschaftsforschung Essen (RWI)	-0,1	5,8
Sachverständigenrat	-0,2	7,4

Für den etwas hoffnungsvolleren Blick auf die weitere gesamtwirtschaftliche Entwicklung gibt es verschiedene Gründe. So sind zuletzt die Energiepreise wieder gesunken, die Sorge vor einer Gasmangellage ging zurück und die Situation bei den Lieferketten hat sich verbessert. Im November 2022 gaben noch 60 Prozent der vom ifo Institut befragten Unternehmen an, mit dem Problem fehlender Vorprodukte konfrontiert zu sein. Ein Jahr zuvor waren es noch mehr als 80 Prozent. Trotz des leichten Rückgangs sind die Energiepreise weiterhin hoch und belasten zusammen mit den Unsicherheiten bei der Versorgungssituation noch die konjunkturellen Erwartungen.

In den aktualisierten Konjunkturprognosen wird des Weiteren ein Rückgang bei den Preissteigerungen erwartet. Die Inflationsrate soll in diesem Jahr im Bereich von fünf (HRI) bis 7,4 Prozent (Sachverständigenrat) liegen. Die Inflationsrate im Jahresdurchschnitt 2022 lag bei 7,9 Prozent. Das Maximum bei den Preissteigerungen dürfte im Herbst des vergangenen Jahres erreicht worden sein. Ab März sollte die Inflationsrate noch einmal deutlich sinken. Gründe dafür sind erstens die Wirkungen der Gas- und Strompreisbremsen sowie zweitens die statistischen Basiseffekte bei der Messung der Preisdynamik. Laut dem IfW führen allein die beiden

Preisbremsen zu einem Rückgang der Inflationsrate von etwa 2,4 Prozentpunkten.

Als Folge der höheren Inflationsraten dürften gerade zu Jahresbeginn die real verfügbaren Einkommen der Haushalte weiter sinken und damit den privaten Konsum dämpfen. Ab dem zweiten Quartal erwartet dann beispielsweise das Leibniz-Institut für Wirtschaftsforschung Essen (RWI) eine Belebung des privaten Konsums.

Aber auch wenn die gesamtwirtschaftliche Schwächephase angesichts der revidierten Prognosen moderater ausfallen sollte, betonen die Konjunkturoptionen des HRI, dass diese Schwächephase wohl länger anhalten wird als vielfach erhofft.

Etwas positiver entwickelte sich zuletzt die Stimmung in der Wirtschaft. So zeigt der ifo Geschäftsklimaindex eine merkliche Aufhellung im Dezember an. Der Indikator stieg um 2,2 Punkte gegenüber dem Vormonat auf einen Wert von 88,6 Punkten.

Für den Monat Dezember 2022 beläuft sich die Inflationsrate auf voraussichtlich 8,6 Prozent, wie das Statistische Bundesamt am 3. Januar in einer ersten Schätzung bekannt gab. Damit hat die Dynamik der Verbraucherpreissteigerungen den zweiten Monat in Folge nachgelassen.

Einen Rückgang der Inflationsdynamik gibt es auch bei den Erzeugerpreisen. Laut Meldung des Statistischen Bundesamtes vom 20. Dezember 2022 sind die Preise der gewerblichen Produkte im November 2022 um 28,2 Prozent gegenüber November 2021 angestiegen. Damit verlangsamte sich der Preisanstieg auf Erzeugerebene ebenfalls zum zweiten Mal in Folge. Der Sachverständigenrat erwartet dazu, dass diese höheren

Produktionskosten zunehmend an die Konsumenten weitergereicht werden, sodass die Inflationsrate weiterhin hoch sein wird.

Die Preisentwicklung bleibt damit weiter oben auf der Agenda der Europäischen Zentralbank (EZB). Um gegen die markante Inflation in der Eurozone vorzugehen, hat die EZB bei der regulären Sitzung am 15. Dezember 2022 die Leitzinsen um 0,5 Prozentpunkte angehoben. Die Anpassung fiel damit geringer aus als bei den vorausgegangenen Entscheidungen mit Zinsschritten von 0,75 Prozentpunkten. Zugleich kündigte EZB-Präsidentin Christine Lagarde an, dass die Leitzinsen in diesem Jahr weiter angehoben werden.

Der Arbeitsmarkt zeigt sich zu Beginn des neuen Jahres weiterhin äußerst robust. Zwar hat die Arbeitslosigkeit im Dezember zugenommen, wie die aktuellen Zahlen der Bundesagentur für Arbeit (BA) vom 3. Januar zeigen, aber diese Entwicklung ist üblich mit Beginn der Winterpause. Aktuell gibt es 2,454 Arbeitslose. Gegenüber dem Vormonat bedeutet dies einen Anstieg um 20.000. Die Arbeitslosenquote erhöht sich um 0,1 Prozentpunkte auf nun 5,4 Prozent. Verglichen mit dem Dezember des Vorjahres ist die Arbeitslosenzahl um 124.000 höher. Wird die Entwicklung um saisonale Einflüsse bereinigt, sinkt die Arbeitslosenzahl hingegen um 13.000. Und ohne die Berücksichtigung ukrainischer Geflüchteter infolge des russischen Angriffskrieges wäre ebenfalls die Arbeitslosigkeit im Vorjahresvergleich insgesamt zurückgegangen.

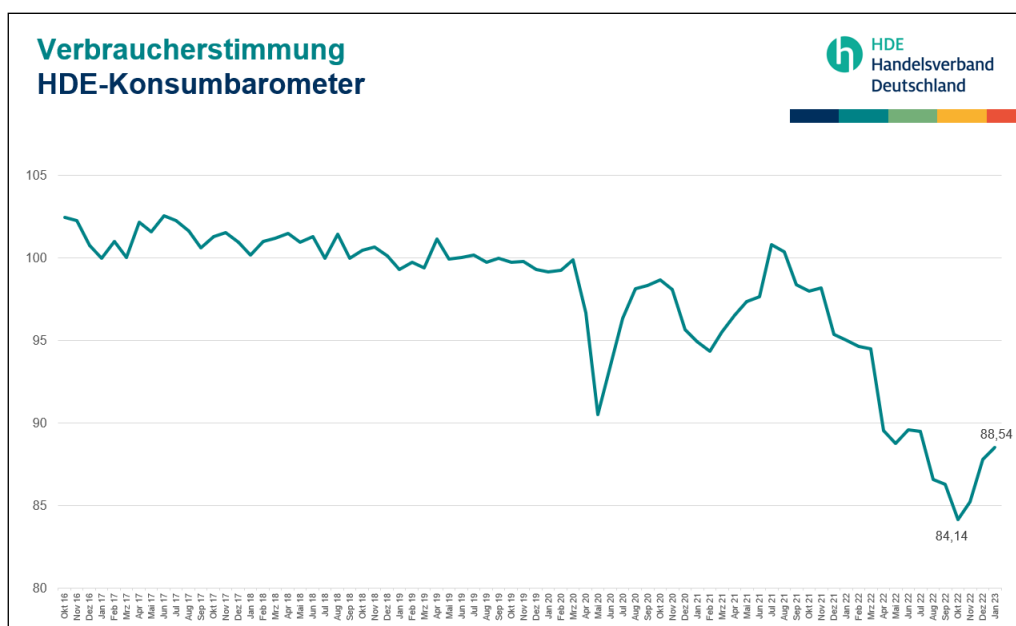
## Verbraucherstimmung

---

Im Gegensatz zu den vergangenen beiden Jahren zeigt sich bei der Verbraucherstimmung in Deutschland zu Beginn des Jahres 2023 eine Verbesserung, allerdings von einem Allzeittief ausgehend. Dieser positive Trend ergänzt das Bild der optimistischeren aktuellen

Konjunkturprognosen sowie der weiter aufgehellten Stimmung in den Unternehmen.

Im Januar 2023 weist das HDE-Konsumbarometer einen Wert von 88,54 Punkten auf. Dies ist ein moderater Anstieg um 0,74 Punkte gegenüber dem Vormonat. Allerdings verläuft die Verbesserung der Verbraucherstimmung weiterhin in recht kleinen Schritten. Das Konsumbarometer befindet sich trotz des dritten Anstiegs in Folge immer noch auf einem niedrigen Niveau. Im Vorjahresvergleich beträgt der Rückstand 6,5 Punkte.



Dies könnte sich in den kommenden Monaten ändern. Sollte die weitere gesamtwirtschaftliche Entwicklung positiver verlaufen als noch vor einigen Monaten erwartet, dürfte ebenfalls der aktuelle Trend bei der Verbraucherstimmung in Deutschland anhalten. Gerade auch dann, wenn die verschiedenen staatlichen Maßnahmen wie beispielsweise Gas- und Strompreisbremse als Entlastung bei der Masse der Verbraucher ankommen.

Bei der Anschaffungsneigung zeigt sich im Januar nahezu keine Veränderung. Der entsprechende Teilindikator liegt mit einem Wert von 74,87 Punkten nur minimal über dem Niveau des Vormonats (74,48 Punkte). Allerdings lässt sich dies durchaus als positive Entwicklung auffassen, da die Anschaffungsneigung in den vergangenen zwei Jahren jeweils zum Jahresbeginn nach dem Weihnachtsgeschäft gesunken war. Anfang 2023 ist dies nicht der Fall. Zugleich ist jedoch anzumerken, dass die Anschaffungsneigung immer noch auf einem sehr geringen Niveau ist. Der aktuelle Wert ist 22,57 Punkte niedriger als im entsprechenden Vorjahresmonat.

In den kommenden Wochen könnte sich dies etwas positiver darstellen, falls die Entwicklungen bei der Anschaffungsneigung sowie der Verbraucherstimmung anhalten. Entscheidend hierfür ist allerdings die weitere Entwicklung der Energiekosten für die Verbraucher, deren steigende Höhe sie zurzeit mit Nachzahlungen und höheren Abschlägen immer mehr vor Augen geführt bekommen.

Dieser Optimismus auf niedrigem Niveau prägt ebenfalls die Konjunkturerwartungen der Verbraucher. Der entsprechende Teilindikator entwickelt sich weiter positiv und liegt aktuell bei 72,15 Punkten, 3,49 Punkte mehr als im Vormonat. Dies ist der höchste Wert seit März 2022. Zugleich befinden sich die Konjunkturerwartungen der Verbraucher immer noch auf einem niedrigen Niveau. Im Vorjahresvergleich weist der Wert aktuell 18,53 Punkte weniger auf.

Überraschenderweise entwickeln sich die Einkommenserwartungen nicht parallel zu den Konjunkturerwartungen. Der aktuelle Wert von 86,52 bedeutet vielmehr einen Rückgang um 2,02 Punkte im Vergleich zum Vormonat. Verglichen mit dem Vorjahresmonat liegt der Teilindikator auf einem 11,3 Punkte niedrigeren Niveau.

Die Verbraucher gehen insofern davon aus, dass sich die gesamtwirtschaftliche Verbesserung nicht direkt bei ihren verfügbaren, geschweige denn realen Einkommen widerspiegelt. Zwar ist der Arbeitsmarkt weiterhin robust und krisenfest. Und wenn auch die Inflationsrate zuletzt etwas geringer ausfiel, wird unter Umständen immer mehr Verbrauchern bewusst, dass trotz größeren Lohnsteigerungen und Inflationsprämien ihre Reallöhne sinken.

Darüber hinaus nimmt die Anzahl der Haushalte zu, bei denen die Energieversorger gegebenenfalls über die Vermieter die Abschlagszahlungen deutlich nach oben anpassen. Insofern lesen die Verbraucher nicht nur von den steigenden Gas- und Strompreisen, sondern immer mehr sehen sie auch direkt bei ihren Abrechnungen.

Anfang des Jahres 2023 gehen die Verbraucher von einem anhaltenden Rückgang der Inflationsrate aus. Im Dezember ist die Inflationsrate zum zweiten Mal in Folge gesunken. Spätestens ab dem Frühjahr wird sie noch geringer ausfallen. Dies hat in erster Linie statistische Gründe. Denn die nach dem Beginn des Ukraine-Krieges extrem gestiegenen Energiepreise sind dann die Referenzwerte für den Preisindex, wodurch die Zuwachsraten geringer ausfallen.

## Lage im Einzelhandel

---

### **Entwicklung 2022**

Die Gesamtwirtschaft konnte sich 2022 in einem krisengeprägten Umfeld recht gut behaupten. Die Lieferketten waren und sind angespannt, Fachkräfte rar und die Energiekosten haben vielen Handelsunternehmen große Kopfschmerzen bereitet. Die Auswirkungen des russischen Krieges in der Ukraine bremsen die Entwicklung der Wirtschaft bis heute. Das Bruttoinlandsprodukt erreichte 2022 trotz dieser Widrigkeiten ein Plus von 1,9 Prozent, der private Konsum wuchs um 4,6 Prozent und erreichte damit nahezu das Vor-Corona-Niveau aus dem Jahr 2019.

Der Einzelhandel litt zu Jahresbeginn 2022 noch unter den Folgen der Coronakrise, bevor der russische Krieg in der Ukraine insbesondere die Verbraucherstimmung nachhaltig negativ beeinflusste. Neben sinkenden Kundenfrequenzen sorgten deutlich höhere Kosten für eine Verschlechterung der wirtschaftlichen Situation der Unternehmen. Der Blick auf die Entwicklung der Gewinne im zweiten Halbjahr 2022 fällt bei mehr als der Hälfte der Befragten negativ aus: 57 Prozent sprechen für die letzten sechs Monate 2022 von einer Verschlechterung bei ihren Gewinnen.

Legt man diese Entwicklungen zugrunde, ist der Einzelhandel noch ganz gut durch das vergangene Jahr gekommen. Die Umsätze über die gesamte Branche hinweg sind preisbereinigt um 0,8 Prozent im Vorjahresvergleich gesunken, nominal wächst der Einzelhandel über höhere Preise um 7,2 Prozent.

In den letzten beiden Monaten des Vorjahres, dem Weihnachtsgeschäft im weiteren Sinne, sanken die Umsätze preisbereinigt deutlich um 4,5 Prozent, was einem nominalen Plus von knapp fünf Prozent entspricht. Dabei endet die Corona-Sonderkonjunktur für den Online-Handel, der erstmals in seiner Geschichte ein Jahr mit einem Minus beendet: Die Umsätze sinken dort über das ganze Jahr gesehen im Vorjahresvergleich um nominal zwei Prozent, preisbereinigt entspricht das einem Minus von knapp sieben Prozent. Im Weihnachtsgeschäft verliert der Internethandel preisbereinigt 4,5 Prozent, nominal entspricht das einem Plus von 1,4 Prozent.

Im E-Commerce zeigt sich damit aber keine grundlegende Schwäche, sondern eine Normalisierung nach zwei extrem umsatzstarken Jahren, in denen der Online-Handel angesichts des Lockdowns mit Geschäftsschließungen in weiten Teilen des Nonfood-Handels deutlich profitieren konnte.



## Erwartungen 2023

Die Lage Anfang 2023 ist herausfordernd. Gesamtwirtschaftlich ist für das laufende Jahr mit einer Stagnation oder nur leichten Rezession zu rechnen. Die Inflation wird hoch bleiben, das schwächt die Kaufkraft. In der Folge ist mit einem stagnierenden Konsum zu rechnen. Die Nachzahlungswelle bei den Energiekosten wird die privaten Haushalte nach und nach treffen.

Positive Faktoren aus Sicht des Handels sind die bereits umgesetzten Entlastungen der Privatverbraucher durch die Politik, der nach wie vor stabile Arbeitsmarkt, die hohen Sparguthaben, die dem Konsum zugute kommen könnten und die zumindest im Nonfoodhandel moderate Preisentwicklung.

Insgesamt aber ist auch dieses Jahr für den Einzelhandel von großen Risiken gekennzeichnet. Die mit dem russischen Krieg in der Ukraine verbundenen Unsicherheiten bleiben, niemand kann zuverlässig absehen, welchen Einfluss weitere Corona-Entwicklungen etwa in China haben werden und auch die Lieferschwierigkeiten bei vielen Produkten sind weiterhin relevant.

Und auch die steigenden Preise werden in diesem Jahr weiter eine große Rolle spielen. Die höheren Kosten über die gesamte Lieferkette schlagen sich auch in den Regalen des Handels nieder. Bisher waren vor allem Energie und Lebensmittel von den Preiserhöhungen betroffen, im Jahresverlauf könnte das auch stärker den Nonfoodhandel treffen. Insgesamt ist in der zweiten Jahreshälfte auch angesichts des Basiseffekts mit einer moderateren Entwicklung zu rechnen.

Die hohe Inflation macht sich deutlich in einem verändertem Kundenverhalten bemerkbar. Dabei schränken sich auch Haushalte ein,

die über ein ausreichendes Einkommen verfügen oder sie schichten ihre Budgets zwischen den verschiedenen Verwendungszwecken um. Die Karten im Konsum werden derzeit neu gemischt. Die Kaufzurückhaltung könnte damit auch die Mittelschicht erreichen. In den vergangenen Monaten war bereits zu beobachten, was das bedeuten kann. So sank beispielsweise die Nachfrage nach Mehrwertprodukten etwa Biolebensmitteln oder auch Markenprodukten. Angesichts sinkender Realeinkommen wird es zu Wohlstandsverlusten kommen, die viele Haushalte teils deutlich treffen werden.

Das HDE-Konsumbarometer stieg zwar zuletzt an, das Niveau bleibt aber unweit des Allzeittiefs und noch immer unterhalb des starken Stimmungseinbruchs beim Corona-Schock im April 2020.

Diese Rahmenbedingungen schlagen voll auf die Stimmung der Handelsunternehmen durch. Im Januar schätzen zwar 53 Prozent der Händlerinnen und Händler die aktuelle Geschäftslage als befriedigend ein, der Blick in die Zukunft ist aber überwiegend von Pessimismus geprägt. 51 Prozent der Befragten rechnen für 2023 mit Umsätzen leicht oder deutlich unter Vorjahr.

Unter dem Strich rechnet der HDE für das laufende Jahr damit, dass der Einzelhandel leicht an Boden verlieren wird. Die Zahl der Betriebe im Handel wird weiter sinken, ein nennenswerter Flächenzuwachs ist unwahrscheinlich.

In unserer Umsatz-Prognose für 2023 gehen wir von einem realen Umsatz-Minus von drei Prozent für den gesamten Einzelhandel aus. Das entspricht einem nominalen Plus von zwei Prozent. Dabei bleibt der Online-Handel der Wachstumstreiber für die gesamte Branche. Die Prognose geht für diesen Teilbereich von einem nominalen Plus von acht Prozent im Vorjahresvergleich aus. Damit wächst der Online-Handel

weiter, das Tempo aber verlangsamt sich. Die Jahre des zweistelligen Umsatzzuwachses sind erst einmal vorbei.

Die enorm erfolgreichen Online-Handelsmodelle bringen auch immer mehr ursprünglich rein stationäre Händlerinnen und Händler dazu, sich ein zusätzliches Standbein aufzubauen und ihre Waren im Internet anzubieten. Die vergangenen schwierigen Jahre mit den coronabedingten Ladenschließungen haben der Digitalisierung in der Branche dabei einen echten Schub verliehen.

So geben 36 Prozent der Handelsunternehmen an, einen eigenen Online-Shop zu betreiben, 19 Prozent verkaufen Waren über Online-Marktplätze – manche nutzen auch beide Modelle parallel. Die Stimmung dieser Multichannelhändler ist überdurchschnittlich gut. Aktuell erwarten 28 Prozent der Befragten steigende Online-Umsätze, 45 Prozent kalkulieren in diesem Bereich auf Vorjahresniveau.

Die Digitalisierung im Einzelhandel nimmt Fahrt auf. Im Fokus stehen dabei vor allen Dingen auch interne Geschäftsprozesse. So geben 52 Prozent der in unserer Umfrage befragten Unternehmen an, in den vergangenen vier Jahren in diesen Bereich investiert zu haben. Vorne dabei sind mit 37 Prozent außerdem Investitionen in das Online-Marketing, mit 28 Prozent in den Online-Vertrieb und mit 27 Prozent in die Digitalisierung des Wareneinkaufs. Nur 18 Prozent haben seit 2018 nicht in digitale Lösungen investiert. Die Digitalisierung im Einzelhandel schreitet weiter voran. Heute ist der Handel auch eine Technologiebranche.

Der Schlüssel zu erfolgreichem Handel liegt heute mehr denn je in Investitionen und Fachkräften. Es ist erfreulich, dass die Unternehmen trotz Krise nach den Zahlen der Bundesagentur für Arbeit zum Stichtag 30. Juni 2022 mehr als 3,1 Millionen Personen beschäftigen. Das ist ein Plus von 1,6 Prozent im Vergleich zum Juni 2021. Nimmt man das

Vorkrisenjahr 2019, dann hat die Branche die sozialversicherungspflichtige Beschäftigung um mehr als drei Prozent und damit um knapp 70.000 Stellen gesteigert. Davon sind knapp 30.000 neue Vollzeitstellen. Die Zahl der Minijobs geht im gleichen Zeitraum um rund 24.000 Stellen zurück.

So viele Arbeitsplätze der Einzelhandel auch neu geschaffen hat, die Branche spürt den Fachkräftemangel trotzdem deutlich. Die Unternehmen würden gerne noch deutlich mehr Personal aufbauen. Doch die HDE-Umfrage zeigt, dass 63 Prozent der Händlerinnen und Händler unter Arbeitskräftemangel leiden. Die Probleme, für das Unternehmen geeignete Arbeitskräfte zu gewinnen, sind riesig. Aktuelle Zahlen der Bundesagentur für Arbeit machen deutlich, dass zuletzt mehr als 50.000 Stellen in der Branche offen waren.

*Quellen und weitere Information:*

[www.einzelhandel.de/konsumbarometer](http://www.einzelhandel.de/konsumbarometer)

[www.einzelhandel.de/zahlenspiegel](http://www.einzelhandel.de/zahlenspiegel)

[www.einzelhandel.de/preismonitor](http://www.einzelhandel.de/preismonitor)

[www.einzelhandel.de/online-monitor](http://www.einzelhandel.de/online-monitor)

HDE-2023