

Handelsverband

UMSATZPROGNOSE FÜR 2020

Corona beeinflusst das Konsumverhalten stark: Für den Nicht-Lebensmittelhandel rechnet der Handelsverband Deutschland (HDE) mit einem Umsatzminus von 40 Mrd. Euro – sofern sich die Lage nicht wieder verschlechtert.

Wie hart große Teile des Einzelhandels von der Coronakrise betroffen sind, zeigen aktuelle Daten des Handelsverbandes Deutschland (HDE): Für den Nicht-Lebensmittelhandel rechnet der Verband mit einem Umsatzminus von 40 Mrd. Euro. Insgesamt müsste der Einzelhandel in Deutschland damit einen Umsatzverlust von 4 % im Vergleich zum Vorjahr hinnehmen. „Die Kunden kommen nicht in der gewohnten Zahl, die Umsätze sinken dementsprechend weit unter Normalniveau“, begründet HDE-Hauptgeschäftsführer Stefan Genth die Einschätzung. Der Verband nennt konkrete Zahlen, die

Händler betreffend, die über fünf Wochen komplett schließen mussten: Sie müssen einem aktuellen Szenario zufolge mit rund 22 % Umsatzminus im Vergleich zu 2019 rechnen. Dieses Szenario setzt jedoch voraus, dass es keine zweite Coronawelle gibt. Damit ist das Jahr 2020 das Jahr mit dem stärksten Wirtschaftsrückgang in der Geschichte des Einzelhandels seit dem zweiten Weltkrieg. „Die Coronakrise wird den Handel noch einige Jahre beschäftigen. Denn viele Verbraucher haben ihr Einkaufsverhalten verändert. Darauf müssen die Händler reagieren“, erklärt Genth.

Langfristige Folgen und Forderungen des HDE

Die Daten aus dem HDE-Konsummonitor zeigen, dass in den Monaten März, April und Mai dieses Jahres die Ausgaben pro Einkauf im stationären Handel um 10 % sanken, während sie im Online-Handel um 20 % stiegen. „Diese Entwicklung setzt den Handel unter Druck, seine Geschäftsmodelle sowie Standort- und Investitionsentscheidungen anzupassen“, heißt es in der offiziellen Meldung des HDE.

Der Verband fordert deshalb – insbesondere für kleinere Unternehmen – einen staatlichen Digitalisierungszuschuss. Auch einen leichteren Zugang zu den Überbrückungshilfen und einen Konsumimpuls durch Entlastungen bei den Strompreisen mit der Absenkung der EEG-Umlage hält man für wichtig. Zudem setzt sich der HDE für ein Belastungsmoratorium ein, um die derzeit um ihre Existenz kämpfenden Unternehmen nicht noch durch neue Gesetze und Dokumentationspflichten zusätzlich zu überfordern.

www.einzelhandel.de

HDE-Konsumbarometer: Verbraucherstimmung erholt sich langsam

Nachdem der Höhepunkt der Coronakrise die Verbraucherstimmung auf einen historischen Tiefpunkt absinken ließ, erholte sie sich in den vergangenen Monaten leicht. Auch im August steigt der Wert weiter langsam an, wie das HDE-Konsumbarometer zeigt. Allerdings lässt die Dynamik des Erholungsprozesses spürbar nach – daraus lässt sich folgern, dass die Rückkehr der Wirtschaft und des Konsums auf das Vor-Krisen-Niveau mehr Zeit in Anspruch nehmen wird als zunächst vielerorts erwartet. Insgesamt liegt das HDE-Konsumbarometer noch immer deutlich unter dem entsprechenden Vorjahreswert.

HEMIX

CORONA BESCHERT TV-MARKT ÜBERRASCHENDE ZUWÄCHSE

Trotz der Corona-Pandemie entwickelt sich der Home Electronics Markt (Consumer Electronics und Elektrohaushaltsgeräte) entgegen früherer Prognosen positiv. Besonders gut schneiden die Sparten IT und TV ab.

Für das Gesamtjahr 2020 erwartet die gfu als Herausgeber des Marktindex HEMIX einen Umsatzzuwachs um rund 3 % auf rund 44 Mrd. Euro. Die erste Prognose vom Jahresanfang 2020 belief sich auf rund 43 Mrd. Euro. Dabei soll die Consumer Electronics-Sparte um rund 4 % auf knapp 29 Mrd. Euro, der Elektrohaushaltsgeräte-Bereich (Elektrogroß- und -kleingeräte) um knapp 2 % auf rund 15 Mrd. Euro wachsen.

Hans-Joachim Kamp, Aufsichtsratsvorsitzender der gfu, kommentiert die Entwicklung: „In Zeiten von Corona und Lockdown fokussieren sich die Konsumenten vermehrt auf ihr Zuhause – sie sind bereit, in innovative Technik zu investieren. Die gesteigerte Nutzung von Home Office und Home Schooling schlägt sich in der positiven Entwicklung des IT-Sektors nieder, aber auch die klassische Unterhaltungselektronik profitiert. Im TV-Markt setzt sich der Trend zu größeren und sehr gut ausgestatteten Fernsehgeräten fort.“

Große Zuwachsraten zeigt der Markt für die privat genutzten IT-Produkte mit einem Plus von mehr als 10 % auf mehr als 7,8 Mrd. Euro (ursprüngliche Prognose: +1%). Auch die Sparte der privat genutzten Telekommunikationsprodukte mit Smartphones und Wearables wächst um rund 3 % auf knapp 12,5 Mrd. Euro (vorherige Prognose:

+0,5 %). Im Segment der klassischen Unterhaltungselektronik entwickelt sich die größte Kategorie, der TV-Markt, entgegen dem ursprünglich prognostizierten Umsatzrückgang von 3 % bislang unerwartet positiv. So wurden im ersten Halbjahr 2020 knapp 3,2 Mio. Fernseher in Deutschland verkauft, dies entspricht einer Steigerung von 5 %. Aufgrund eines stabilen Durchschnittspreises von 562 Euro (-1 %) konnte so auch ein Umsatzwachstum von 4 % auf knapp 1,8 Mrd. Euro erzielt werden. Maßgeblich für die positive Entwicklung waren die Verkäufe nach Ende des Lockdowns in den Monaten Mai (Stückzahl und Umsatz jeweils +37 %) und Juni (Stückzahl +21 %, Umsatz +24 %). Die Kategorien Foto und Audio hingegen sind stärker rückläufig als zum Jahresbeginn angenommen. Insgesamt erwartet die gfu für die klassische Unterhaltungselektronik im Gesamtjahr einen leichten Umsatzrückgang um 2,5 % auf knapp 8,6 Mrd. Euro.

Bei Elektrogroß- und -kleingeräten wird sich die seit mehr als zehn Jahren andauernde positive Umsatzentwicklung auch in diesem Jahr fortsetzen. Das prognostizierte Wachstum liegt bei 1 % für Elektrogroßgeräte und 3 % für Kleingeräte.

www.gfu.de

Besonders guten Absatz fanden TV-Geräte nach Ende des Lockdowns im Mai und Juni. Foto: Metz

