



EINZELHANDEL

BRANCHENEINBLICK – FOKUS TEXTIL
NOVEMBER 2020

Zwischen den drei großen Säulen des deutschen Einzelhandels (dem Lebensmitteleinzelhandel, dem E-Commerce und dem nicht-essentiellen Einzelhandel) gibt es eine große Kluft – und diese wird auch weiterhin Bestand haben.

- Für den Lebensmitteleinzelhandel war 2020 ein außergewöhnlich gutes Jahr:

Aufgrund der Einschränkungen bei außerhalb des Hauses Alternativen (Restaurants, Betriebskantine, Schulkantinen) und verstärkter Einkäufe bestimmter Artikel (Haushaltspflege; insbesondere Seifen, Waschmittel etc.) ist der Einzelhandelsumsatz von Januar bis August 2020 im Vergleich zum Vorjahr um 8% gestiegen. In einem Szenario, in dem eine zweite Welle nicht mit weitreichenden Einschränkungen der Wirtschaftstätigkeit einhergeht, dürften die Umsätze des Lebensmitteleinzelhandels im gesamten Jahr 2020 um etwa 6% steigen (+2% im Jahr 2019). Die zusätzlichen Kosten für den Betrieb eines Geschäfts inmitten einer Pandemie werden jedoch die Gewinne belasten, die in einem moderateren Tempo wachsen werden.

- **E-Commerce: Die rasante Expansion des E-Commerce hat sich weiter beschleunigt**, wobei die E-Commerce-Umsätze im Zeitraum von Januar bis August im Vergleich zum Vorjahr um 22% gestiegen sind. Eine Normalisierung der Situation hat zu einem langsameren Wachstum seit Juni geführt. Für das gesamte Jahr 2020 dürfte das Umsatzwachstum bei etwa +18% gegenüber +8% im Jahr 2019 liegen.

- Nicht-essentielle Einzelhändler sind der wunde Punkt:

In den meisten Segmenten hat sich die Nachfrage während des Sommers aufgestaut: Geräte, Elektronik, Möbel usw. befinden sich im „grünen Bereich“ und haben die verlorene Zeit von März bis April mehr als ausgeglichen. Eine niedrigere Mehrwertsteuer und die Erwartung einer längeren Krise haben die Verbraucher dazu ermutigt, in ihre Häuser zu investieren, aber wir glauben, dass es sich hierbei um Einzeleffekte handelt, die nicht aufrechterhalten werden können. Die jeweiligen Einzelhandelsumsätze korrelieren stark mit der jeweiligen allgemeinen Wirtschaftsstimmung, was bedeutet, dass die Umsätze im vierten Quartal unter dem Vorkrisenniveau liegen dürften. Der Einzelhandelsverband HDE sagt, dass mehr als zwei Drittel der Einzelhändler mit nicht-essentiellen Produkten im H2 2020 niedrigere Umsätze erwarten. Betrachtet man die bisherigen Daten zu den gefährdeten kleinen bis mittelgroßen Unternehmen, sieht man eine ziemlich starke Korrelation zwischen dem Risikoniveau des Sektors und dem allgemeinen wirtschaftlichen Umfeld.

Mit Blick auf das Jahr 2021 und unter der Annahme, dass es keinen neuen Lockdown bzw. groß angelegte Einschränkungen der Geschäftstätigkeit gibt, erwarten wir folgendes:

- Der **Lebensmitteleinzelhandel** wird aufgrund einer ungünstigen Vergleichsbasis mit dem Jahr 2020 und eines nach wie vor gedämpften wirtschaftlichen

Umfelds weitgehend stagnierende Umsätze verzeichnen.

Ähnlich wie in vergangenen Phasen wirtschaftlicher Unsicherheit dürfte der Preiswettbewerb die Chancen der Discounter gegenüber ihren traditionellen Konkurrenten erhöhen und sie begünstigen.

- Der **E-Commerce** wird sich nach dem Ausnahmejahr 2020 verlangsamen, aber irgendwo um 10% wachsen, was über seinem langfristigen Durchschnitt von 7-8% liegt. Der Nachfrageschub wird sich in noch höheren Investitionen in IT- und Logistikkapazitäten niederschlagen und die Rentabilität der reinen Online-Anbieter belasten, von denen die überwiegende Mehrheit noch immer Schwierigkeiten hat, dauerhaft die Gewinnschwelle zu erreichen.

- Der **nicht-essentielle Einzelhandel** wird 2021 ein gemischtes Bild abgeben – wir gehen davon aus, dass der Umsatz in den meisten Segmenten nach einem sehr ungewöhnlichen Jahr 2020 (guter Start > Lockdown > Nachholbedarf > Normalisierung) um einen bescheidenen Bruchteil (-5% bis -10% in allen Segmenten) unter dem Niveau von 2019 liegen wird. Die Notwendigkeit, in den E-Commerce zu investieren, um mit den webbasierten Konkurrenten Schritt halten zu können, wird die Cashflows der stationären Einzelhändler belasten.

FOKUSTHEMA: TEXTIL

2020 war für die meisten textilen Einzelhändler durch den drastischen Einbruch während des Lockdowns ein weitestgehend verlorenes Jahr. Trotz zahlreicher Sofortmaßnahmen und einem umfangreichen Konjunkturprogramm der Bundesregierung wurde dies einigen Unternehmen in der Branche, die bereits seit vielen Jahren zum Teil am seidenen Faden hängt, zum Verhängnis.

Gegen den Trend: Rasanter Anstieg bei Großinsolvenzen im textilen Einzelhandel

Zwar gingen die Fallzahlen bei den Insolvenzen im bisherigen Jahresverlauf deutlich zurück*, allerdings sprechen Großinsolvenzen im textilen Einzelhandel eine gänzlich andere Sprache. Gegen den allgemeinen Trend sind die großen Pleiten im textilen Einzelhandel um rund 166% in den ersten neun Monaten 2020 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum angestiegen: von drei Fällen im vergangenen Jahr auf acht im laufenden Jahr. Hinzu kommen vier weitere große Insolvenzen bei Non-Food Einzelhändlern (2019: 5), die teilweise ebenfalls im textilen Einzelhandel tätig sind.

Tops & Flops: Covid-19 wirkt wie Brennglas und verstärkt Effekte in beide Richtungen

Seit Jahren kämpft die Branche mit dem Strukturwandel und geringen Margen – unter erschwerten Bedingungen, denn die Bonität der Branchen ist seit Jahren unterdurchschnittlich. Die Covid-19-Pandemie wirkt aktuell wie ein Katalysator und verstärkt Stärken, aber auch Schwächen der einzelnen Unternehmen. Wie in allen Krisen gibt es aktuell viele Verlierer – aber auch einige Gewinner. Zu den Gewinnern gehören Unternehmen, die ihre Strategie, Zielgruppe und Kostenstruktur kennen und deren Geschäftsmodell nicht nur auf einem Standbein steht. Wer sich schon vor der Pandemie gut auf den Strukturwandel vorbereitet und investiert hatte, konnte vom Online-Boom in Zeiten von Covid profitieren. Wer diesen Trend verpasst hat, dürfte noch weiter abgehängt werden und hängt erst recht am seidenen Faden.

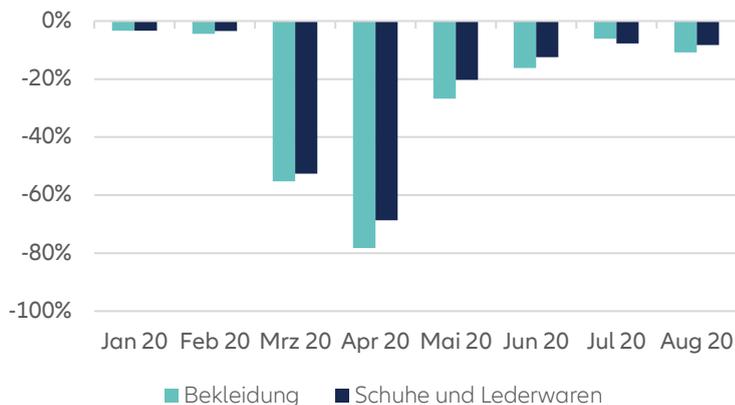
Umsatzverluste im Bekleidungseinzelhandel 2020: 12 Mrd. EUR

Insgesamt muss der Bekleidungseinzelhandel 2020 voraussichtlich Umsatzverluste von geschätzten rund 12 Milliarden Euro wegstecken. Nach dem drastischen Einbruch während des Lockdowns im März und April, haben sich die Umsätze zwar sukzessive erholt, allerdings sind sie mit -26% zwischen Januar und September 2020 deutlich unter dem Vorjahresniveau. Unterschiede zwischen Bekleidung und Accessoires gibt es dabei kaum. Geht man für den restlichen Jahresverlauf davon aus, dass der Umsatz weiterhin rund 10% unter Vorjahresniveau bleibt, ergibt sich für das Gesamtjahr ein Minus beim Umsatz von etwa 19% zurückgehen, das entspricht etwa 12 Mrd. EUR.

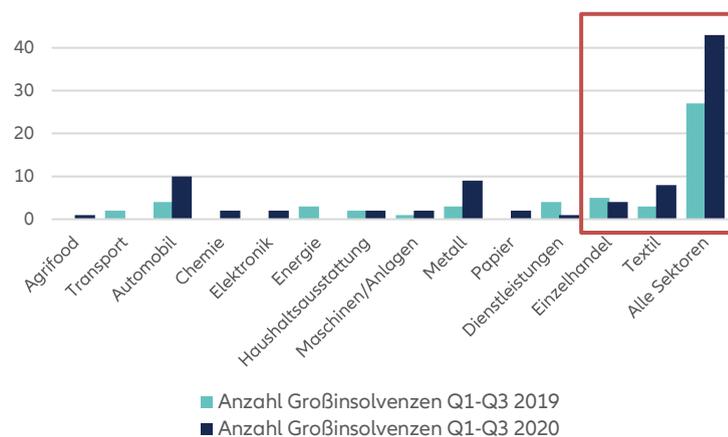
*Das Statistische Bundesamt hat bisher nur Zahlen bis inklusive Juli 2020 veröffentlicht. Die vorläufigen Zahlen für August und September bestätigen jedoch den bisherigen Trend.

TEXTIL IM FOKUS

JÄHRLICHE VERÄNDERUNG DES MONATLICHEN UMSATZES IN %



GROSSINSOLVENZEN NACH SEKTOREN Q1-Q3 2020 IM VERGLEICH ZUM VORJAHRESZEITRAUM



Quellen: Destatis, Euler Hermes, Allianz Research

Weihnachtsgeschäft und „Saure-Gurken-Zeit“ als ZerreiÙprobe

Ob der seidene Faden reiÙt oder nicht, hängt nun also vor allem am Weihnachtsgeschäft, denn der bisherige Jahresverlauf hat bereits deutliche Spuren in der Branche hinterlassen. Die Unternehmen setzen nach dem verlorenen Jahr jetzt auf das Weihnachtsgeschäft und 2021. Nur wer jetzt wenigstens im Weihnachtsgeschäft ein kleines Polster zulegen kann, wird sich bis zum Frühjahrsgeschäft über Wasser halten können. Denn traditionell eher umsatzschwache ‚Saure-Gurken-Zeit‘ von Januar bis März ist lang und wird für einige Unternehmen entsprechend zu einer ZerreiÙprobe. Weihnachtsgeschenke werden in diesem Jahr voraussichtlich auch eher online gekauft als im Laden. Es wird also weiterhin Insolvenzen geben – aber auch einige, die sich mit dem Weihnachtsgeschäft in eine gute Ausgangssituation für das kommende Jahr bringen können.

Euler Hermes Deutschland Niederlassung der Euler Hermes SA

Gasstraße 29
22761 Hamburg
info.de@eulerhermes.com
www.eulerhermes.de

DISCLAIMER

Die Einschätzungen stehen wie immer unter den nachfolgend angegebenen Vorbehalten.

Dieses Dokument wird von Euler Hermes SA, einer Gesellschaft der Allianz, ausschließlich zu Informationszwecken veröffentlicht und darf nicht als gezielte Beratung ausgelegt werden. Die Leser sollten sich ihr eigenes unabhängiges Urteil über die in diesem Dokument enthaltenen Informationen bilden, das nicht als alleinige Entscheidungsgrundlage zugrunde zu legen ist. Dieses Dokument darf ohne unsere Zustimmung weder vervielfältigt noch weitergegeben werden und ist nicht zum Vertrieb in Gerichtsbarkeiten, in denen dieser untersagt ist, zugelassen. Obwohl diese Informationen als zuverlässig gelten, wurden sie von Euler Hermes keiner unabhängigen Prüfung unterzogen, so dass Euler Hermes weder eine beliebige (ausdrückliche oder stillschweigende) Zusicherung oder Gewährleistung bezüglich der Richtigkeit oder Vollständigkeit dieser Informationen abgibt noch eine Haftung oder Verpflichtung für Verluste oder Schäden übernimmt, die auf beliebige Art und Weise aus der Verwendung oder Zugrundelegung dieser Informationen entstehen. Sofern nicht anders angegeben, gelten jegliche Meinungsäußerungen, Prognosen und Einschätzungen lediglich zum Datum der Veröffentlichung dieses Dokuments und können sich jederzeit ohne Ankündigung ändern.

© Urheberrecht 2020 Euler Hermes. Alle Rechte vorbehalten.

