

German Economic Pulse 2024 – Einzelhandel (Non-Food)

Eine Untersuchung von Verian (vorher: Kantar Public) im Auftrag von FTI-Andersch

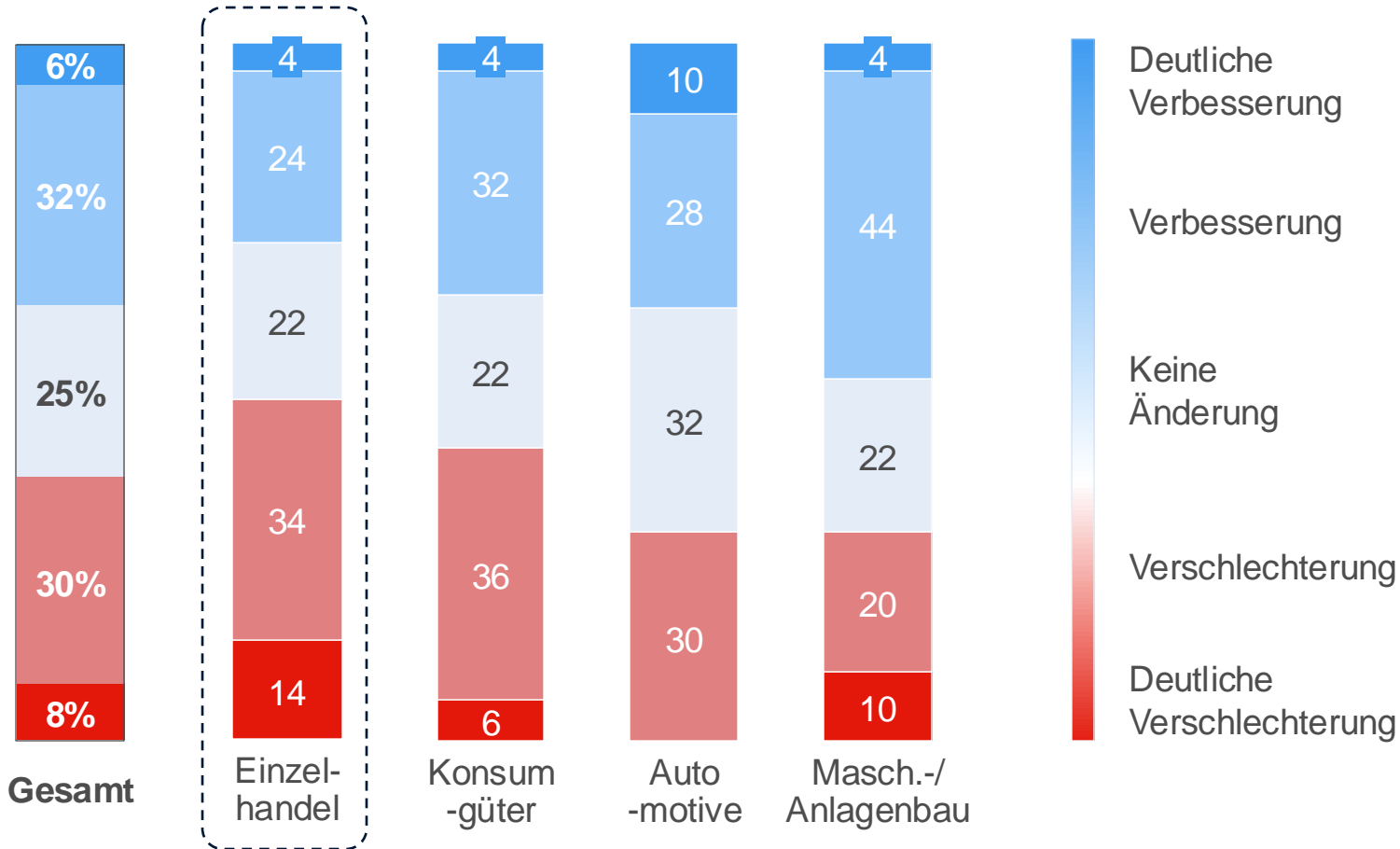
Wirtschaftliche Lage (1/3)

Konsumnahe Branchen stehen besonders unter Druck



Erwartete Geschäftsentwicklung 2024 ggü. VJ

(% der Befragten)



Im direkten Vergleich befürchten **konsumnahe Branchen** (Einzelhandel, Konsumgüterindustrie) eine **negativere Entwicklung** als Industrieunternehmen.

Jedes zweite Handelsunternehmen (48%) erwartet eine **Verschlechterung der Geschäftsentwicklung** gegenüber Vorjahr, in der Industrie (Konsumgüter, Automotive, Maschinen-/Anlagenbau) sind es im Schnitt 34%.

Anm.: Differenz zu 100% = Angabe „Weiß nicht / keine Angabe“
Quelle: FTI-Andersch German Economic Pulse 2024 / Verian

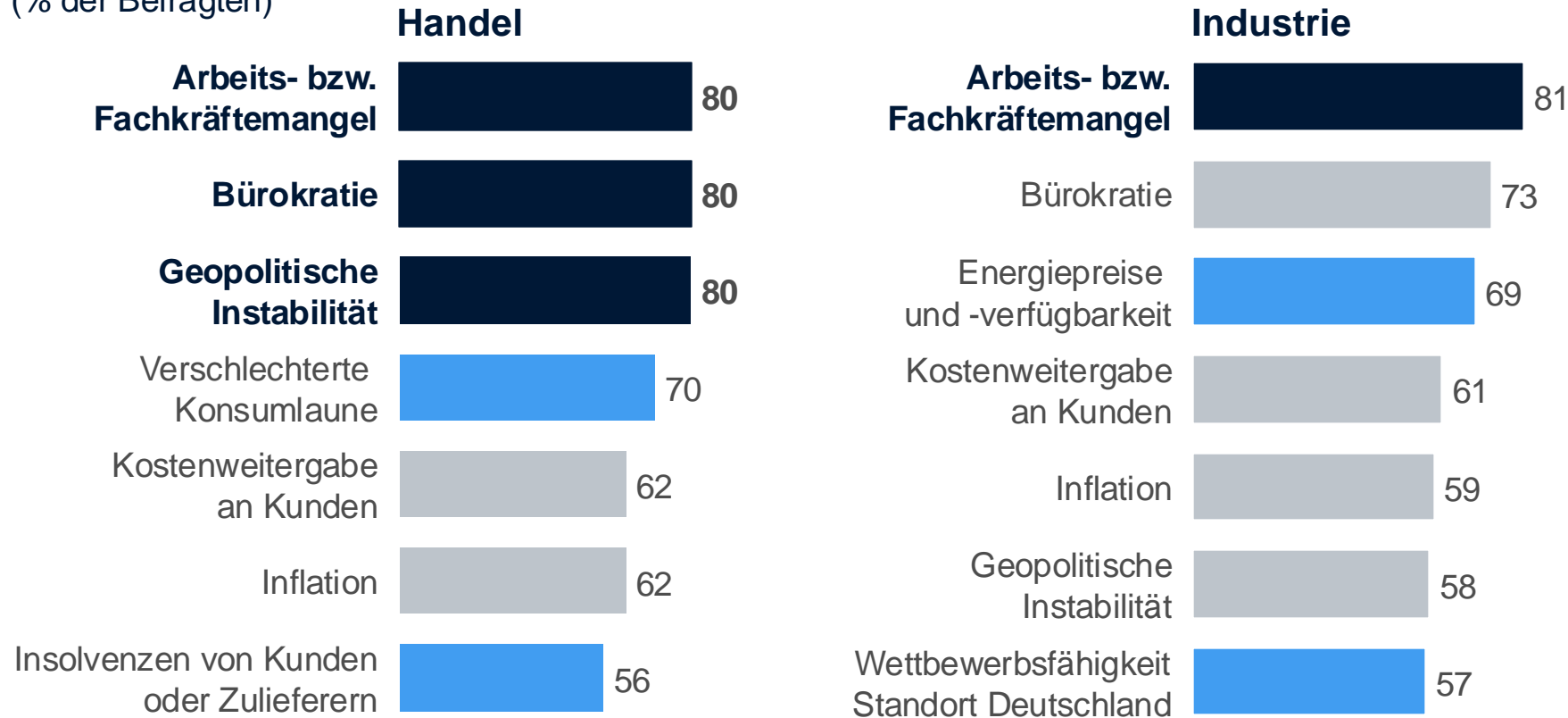
Wirtschaftliche Lage (2/3)

Marktumfeld von strukturellen Herausforderungen geprägt



Top-Herausforderungen im Handel vs. in der Industrie

(% der Befragten)



■ Größte Herausforderung
■ Nicht-deckungsgleiche Herausforderungen

Die Herausforderungen von Handels- und Industrieunternehmen sind weitgehend deckungsgleich, aber z.T. unterschiedlich stark ausgeprägt.

Die größten Herausforderungen im Handel sind **Fachkräftemangel, Bürokratie und geopolitische Instabilität.**

Auch die sich aus **Insolvenzen entlang der Wertschöpfungskette** ergebenden Herausforderungen werden, anders als im Durchschnitt der Industrieunternehmen, unter den größten Herausforderungen der Handelsunternehmen genannt (56%).

In der Industrie stellen die Energiepreise und -verfügbarkeit eine vergleichsweise große Herausforderung dar, die auch die Wettbewerbsfähigkeit des Standorts Deutschland negativ beeinflusst.

Wirtschaftliche Lage (3/3)

Spezifische Herausforderungen zwingen den Handel zu Gegenmaßnahmen



Fokus Handel (Non-Food-Retail)

48% der Handelsunternehmen erwarten eine Verschlechterung der Wirtschaftslage



Handelsspezifische Herausforderungen:

Restrukturierungsmaßnahmen der Händler⁽¹⁾:



70%

Getrübte Konsumlaune der Endverbraucher



Verringerung der Einkaufsmengen (setzen bereits 45% der Händler um)



Verstärkte Abverkaufs-Maßnahmen wie Rabattaktionen (planen 50%)



44%

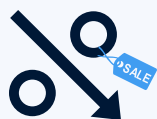
Sinkende Attraktivität der Innenstädte bzw. des stationären Einzelhandels



Filialschließungen (9% setzen bereits um, 17% planen)



Veräußerung oder Schließung von Nicht-Kerngeschäft (planen 25%)



24%

Anhaltende Preis-senkungen und Rabattaktionen



Optimierung des Produktmixes bzw. Portfoliobereinigung (planen 92%)



Strategische Neuausrichtung (setzen 64% bereits um, planen 83%)

Händler bewerten die **Wirtschaftslage negativer** als im Vorjahr und reagieren darauf mit einer Kombination aus konjunkturbezogenen, kurzfristig wirksamen **Sofortmaßnahmen** (u.a. verringerte Einkaufsmengen) sowie **strategischen Maßnahmen** (Neuausrichtung). *[Details siehe Folgeseite]*

Während jeder vierte Händler (24%) die **anhaltenden Preis-senkungen/Rabattaktionen** als große **Herausforderung** benennt, planen 50% der Händler verstärkte Abverkaufsmaßnahmen in **Reaktion** auf die verschlechterte **Wirtschaftslage**.

Anm.: (1) Angaben beziehen sich auf Handelsunternehmen, die eine Restrukturierung durchführen bzw. planen
Quelle: FTI-Andersch German Economic Pulse 2024 / Verian

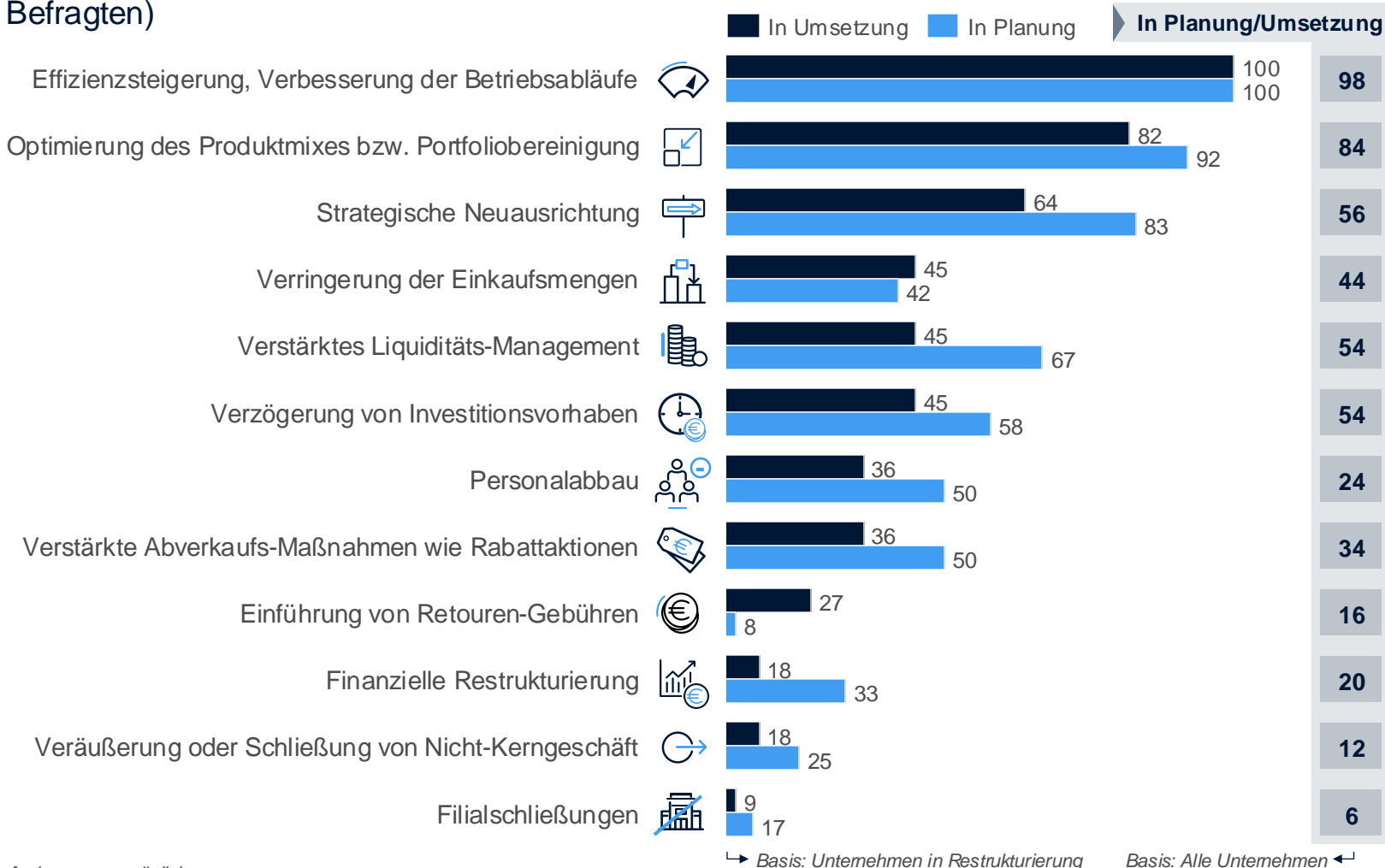
Restrukturierung (1/4): Geplante Maßnahmen – Handel

Operative/strategische Maßnahmen im Vordergrund, Liquidität zunehmend wichtig



Maßnahmen im Zuge (geplanter) Restrukturierungen

(% der Befragten)



Nahezu alle Händler planen die Umsetzung **effizienzsteigernder** Maßnahmen. Ferner planen sie, ihr **Produktportfolio** zu **optimieren**, eine **strategische Neuausrichtung** durchzuführen, **Investitionsvorhaben** zu **verzögern** und **Einkaufsmengen** zu **verringern**.

Vermeehrt sehen sich Händler dazu gezwungen, **Retourengebühren** zu verlangen, was lange als No-Go galt. Auch verstärktes **Liquiditätsmanagement** und eine **finanzielle Restrukturierung** werden nun häufiger in Betracht gezogen.

25% der Händler in Restrukturierung planen eine **Veräußerung oder Schließung** von Nicht-Kerngeschäft, weitere 17% planen **Filialschließungen**.

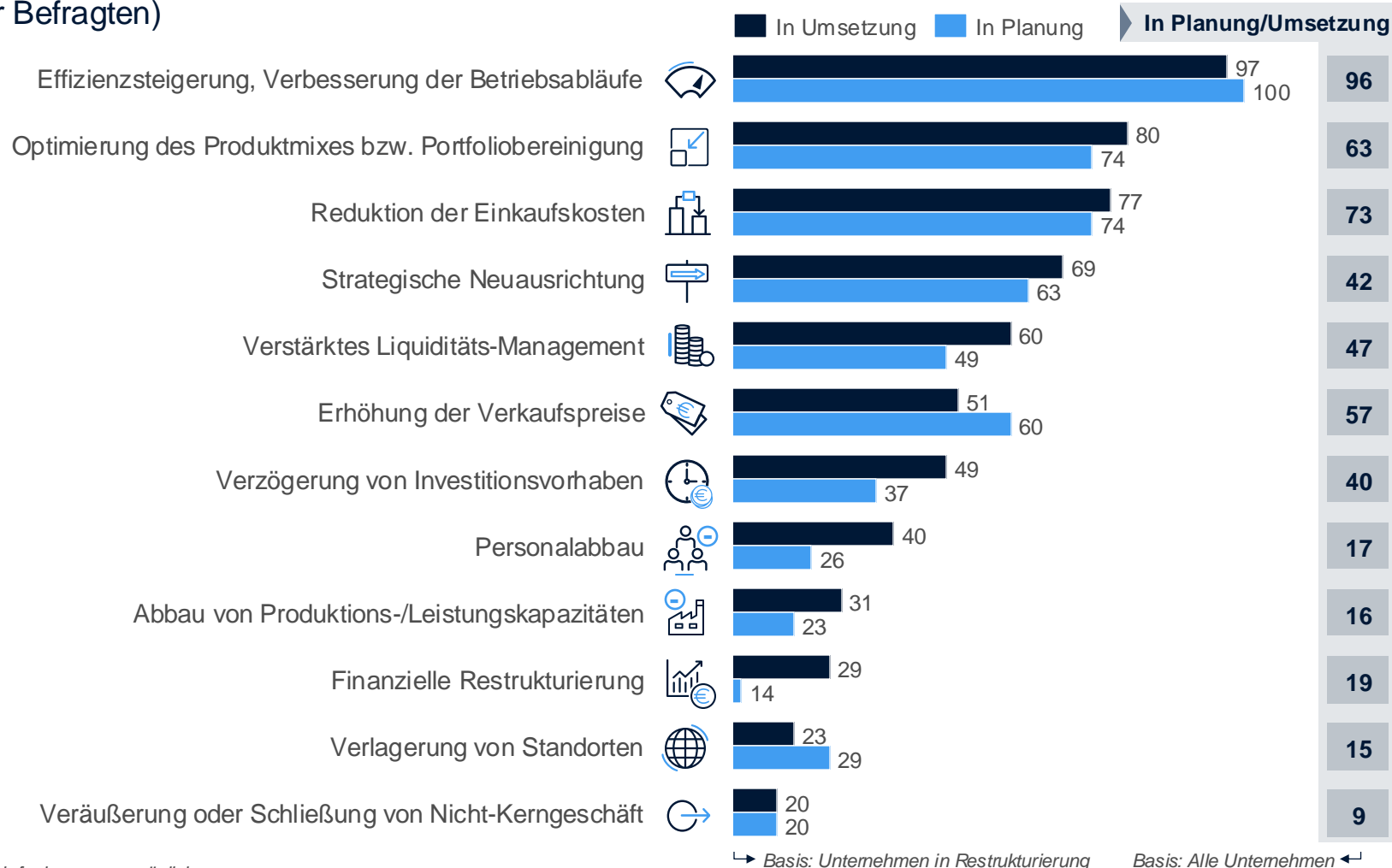
Restrukturierung (2/4): Geplante Maßnahmen – Industrie

Fokus: Operative Exzellenz, Profitabilitätssteigerung, aber auch Konsolidierung



Maßnahmen im Zuge (geplanter) Restrukturierungen

(% der Befragten)



Auch in der Industrie stehen **effizienzsteigernde** Maßnahmen und die **Optimierung** des **Produktportfolios** im Vordergrund.

Die Folgen der gestiegenen Inflation wirken sich zunehmend auf die Profitabilität aus – relevante Maßnahmen sind aktuell die **Senkung** der **Einkaufskosten** sowie die **Erhöhung** der **Verkaufspreise**.

Auch **Konsolidierungstendenzen** sind erkennbar: 40% der in Restrukturierung befindlichen Unternehmen setzen **Personalabbau** um, 29% planen die **Verlagerung** von **Standorten** und weitere 20% die **Veräußerung/Schließung** von **Nicht-Kerngeschäft**.

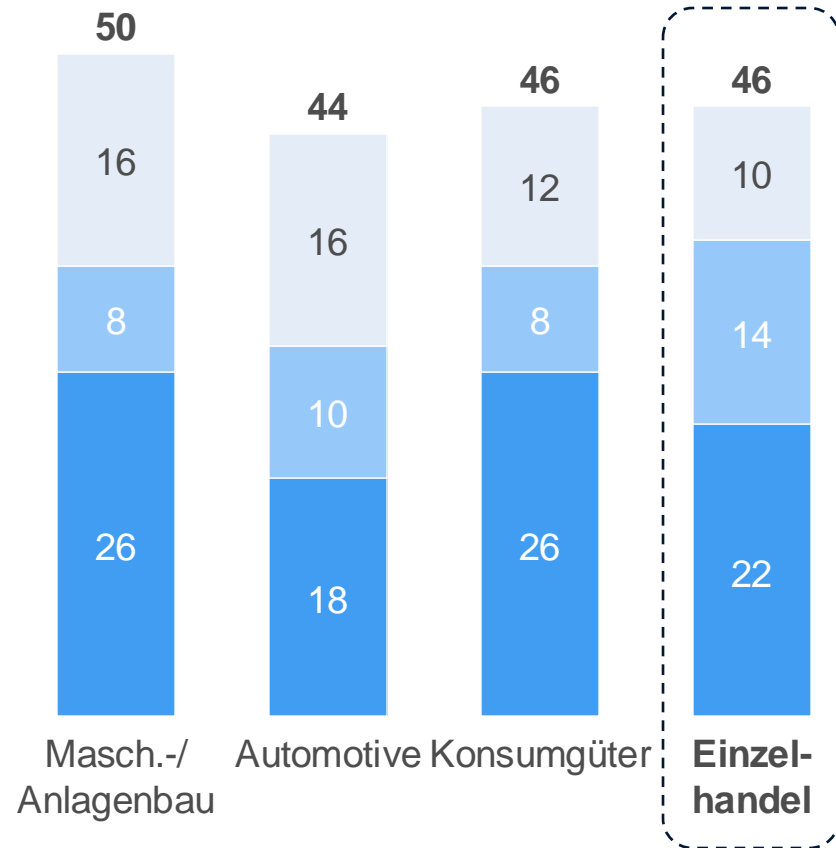
Restrukturierung (3/4)

Jeder zweite Händler führt eine Restrukturierung durch oder plant diese



(Geplante) Restrukturierungsvorhaben

(% der Befragten)

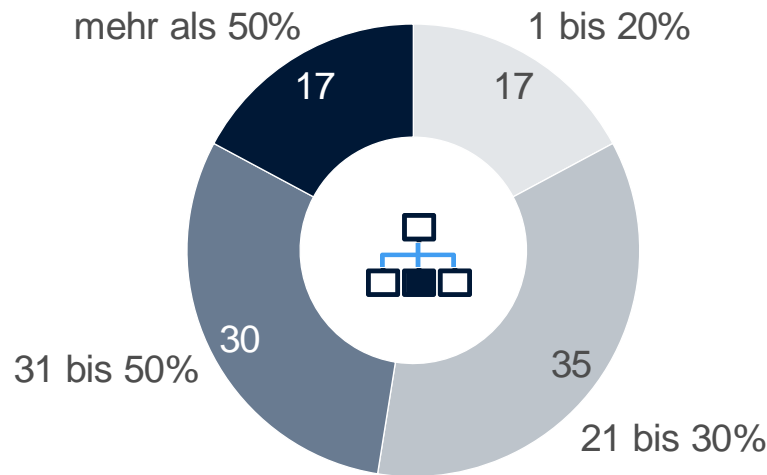


■ Restrukturierung wird durchgeführt ■ Für 2024 geplant ■ Mittelfristig geplant

Betroffene Geschäftsbereiche (Anteile)

(% der Befragten)

Fokus Einzelhandel



In Ø 38% der Geschäftsbereiche werden Restrukturierungsmaßnahmen durchgeführt

Jedes zweite Handelsunternehmen (46%) plant eine Restrukturierung. Mehr als jeder dritte Händler (36%) setzt diese bereits um bzw. will sie bis Ende 2024 umgesetzt haben.

Im Schnitt sind ein Drittel (38%) der Geschäftsbereiche von Restrukturierungsmaßnahmen betroffen, bei 17% sogar mehr als 50% der Bereiche.

Die Hauptimpulse für eine Restrukturierung von Handelsunternehmen gibt überwiegend die Geschäftsführung (82%), in geringerem Umfang der Kreis der Gesellschafter (18%).

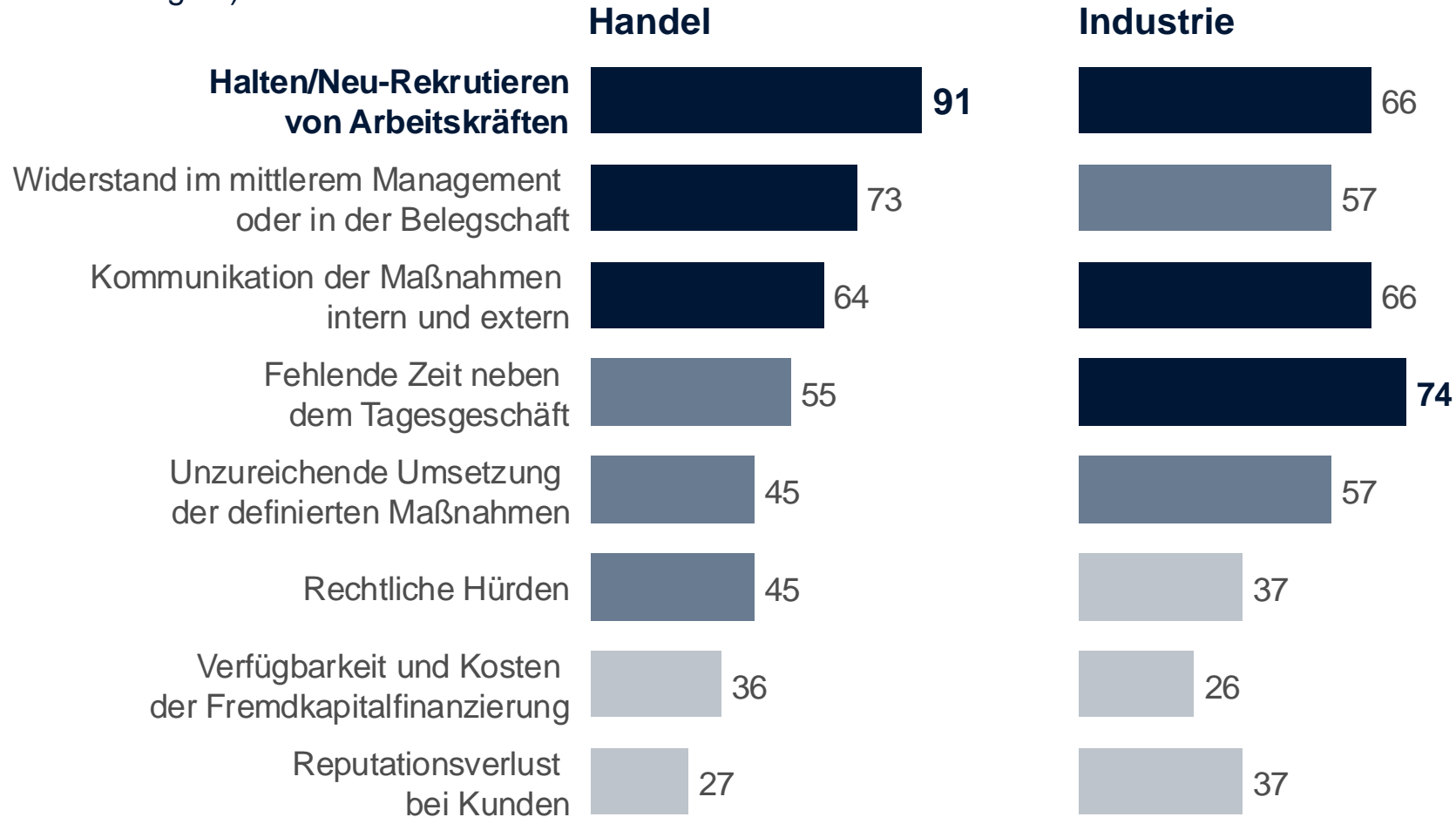
Restrukturierung (4/4)

In Restrukturierung befindliche Unternehmen begegnen Herausforderungen



Herausforderungen im Rahmen einer Restrukturierung im Handel vs. in der Industrie

(% der Befragten)



Die Hälfte (50%) der befragten Händler, die eine Restrukturierung ins Auge fassen, plant eine **Personalreduktion**. Aber: Die größte Hürde für eine erfolgreiche Neuausrichtung ist das **Halten und Rekrutieren von Arbeitskräften** – das haben 91% der Handelsunternehmen angegeben, die aktuell eine Restrukturierung durchführen. In der Industrie sehen das Problem mit 66% weniger Unternehmen.

Weitere zentrale Herausforderungen stellen für Händler **interne Widerstände** sowie die **Kommunikation** der Restrukturierung (intern und extern) dar.

Fachkräftemangel im Handel

Viele Händler stoßen Maßnahmen zur Verringerung des Personalmangels an

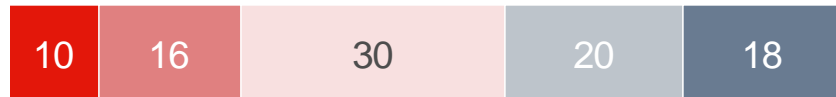


Demografischer Arbeitskräfteverlust

(% der Befragten)

Geschätzter Anteil der Mitarbeitenden (%), den Handelsunternehmen bis 2030 circa aus demografischen Gründen verlieren

>30% 21-30% 11-20% 6-10% 0-5%



Σ 26% verlieren über 20% der Mitarbeitenden

davon kompensierbar (%) mit neuen MA (nach Einschätzung der Unternehmen)

0-25% 26-50% 51-75% 76-100%

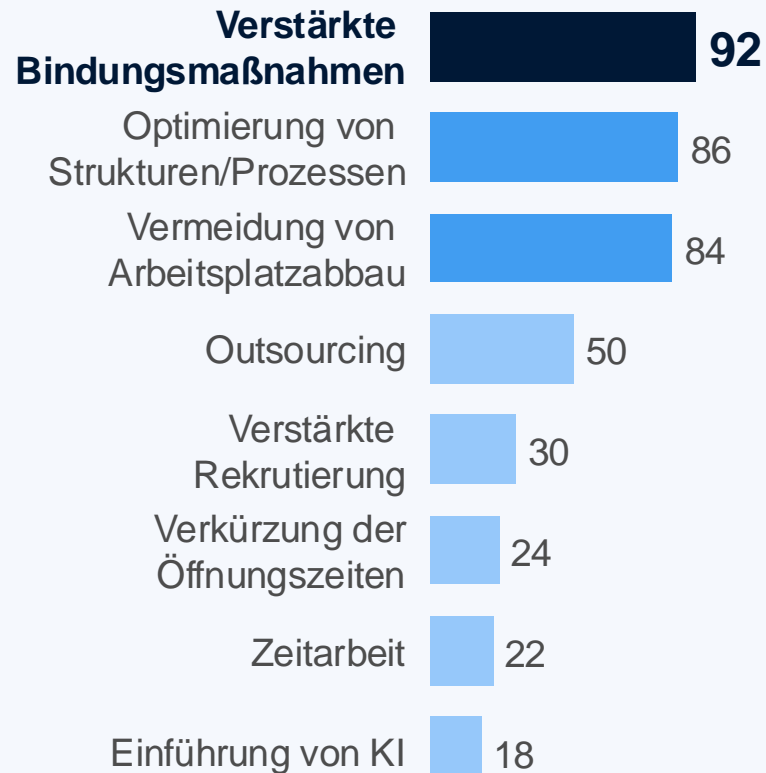


Σ 24% können weniger als die Hälfte der MA ersetzen

Maßnahmen gegen Fachkräftemangel

(% der Befragten)

Maßnahmen in Umsetzung bzw. Planung



Der **Personalmangel** wurde im Zuge der Coronapandemie nachhaltig verschärft, hinzu kommen Effekte **des demografischen Wandels**: Bis 2030 verlieren 26% der Handelsunternehmen mehr als 20% der Beschäftigten. Diese Stellen können durch Neurekrutierung **teilweise nachbesetzt** werden. Doch jeder vierte Händler (24%) gibt an, vorauss. weniger als die Hälfte der pensionierten Mitarbeitenden ersetzen zu können.

Um so wichtiger ist die **Verringerung von Fluktuation**. Zentrale Maßnahmen gegen den Fachkräftemangel umfassen daher u.a. verstärkte **Bindungsmaßnahmen** (92%), aber auch **Prozessoptimierung** (86%) und **Vermeidung von Personalabbau**.

Erschwerte Refinanzierung

Aktuelles Zinsumfeld und gestiegene Anforderungen als Herausforderungen



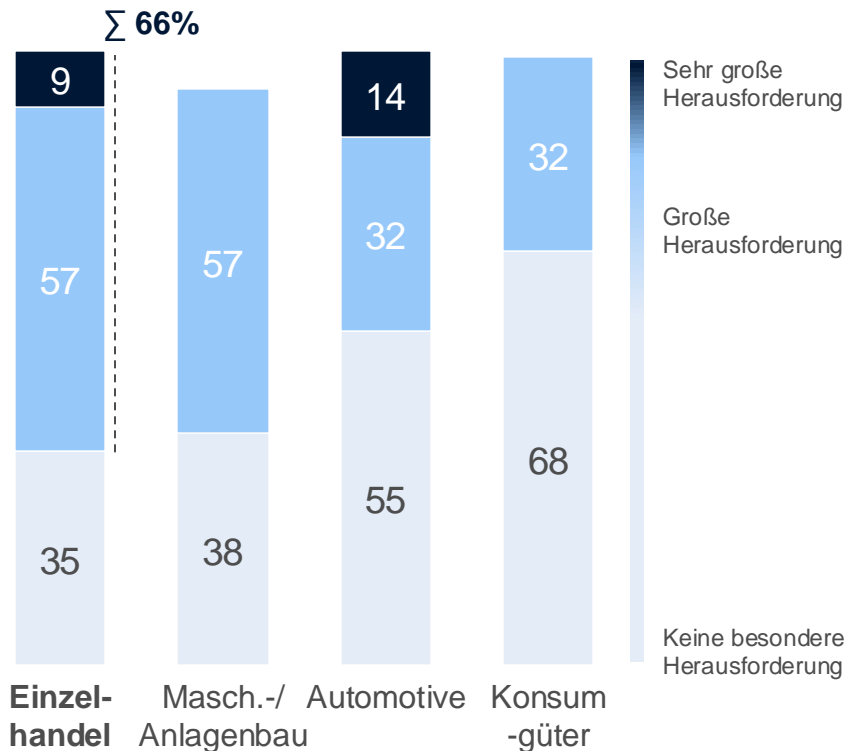
Aktuelles Zinsumfeld

(% der Befragten)

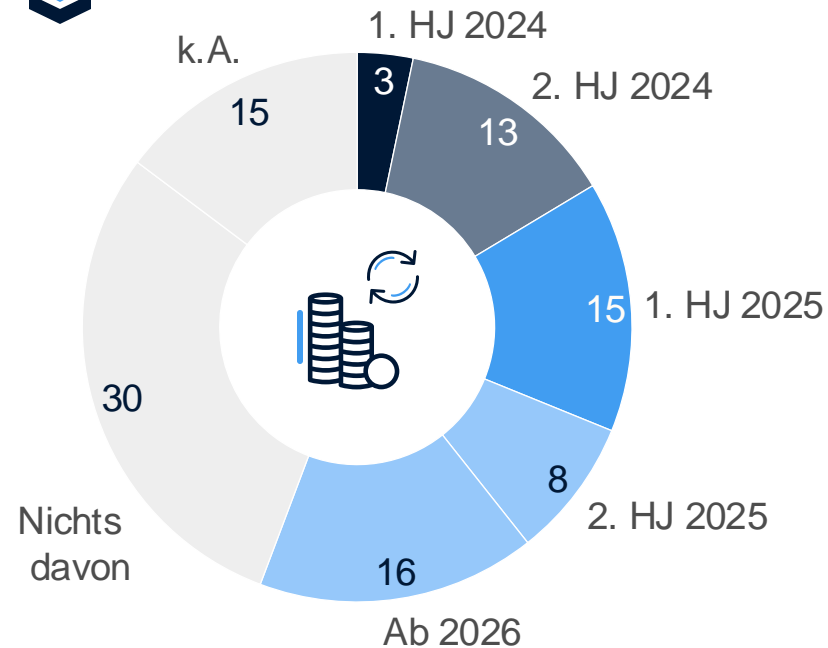
Zeitpunkt der Refinanzierung

(% der Befragten)

Refinanzierungen im aktuellen Zinsumfeld als (sehr) große Herausforderung



Fokus Einzelhandel



Eine Refinanzierung steht an: 46%

Das **Zinsumfeld** stellt bei anstehenden Refinanzierungen branchenübergreifend eine **Herausforderung** dar.

Kosten und Verfügbarkeit von Fremdkapitalfinanzierungen stellen vor allem Handelsunternehmen vor große bzw. sehr große Herausforderungen (66%), zumal sie mit gestiegenen Anforderungen der Finanzierer konfrontiert sind (Industrie: 45%).

Dennoch **kommuniziert die Hälfte** (48%) der kurzfristig zu refinanzierenden Handelsunternehmen **nicht verstärkt** mit den jeweiligen **Finanzierern**.

Jeder zweite Händler (52%) **stellt** infolge der erschwerten Finanzierung **geplante Investitionen zurück**.

Insolvenzgeschehen (1/2)

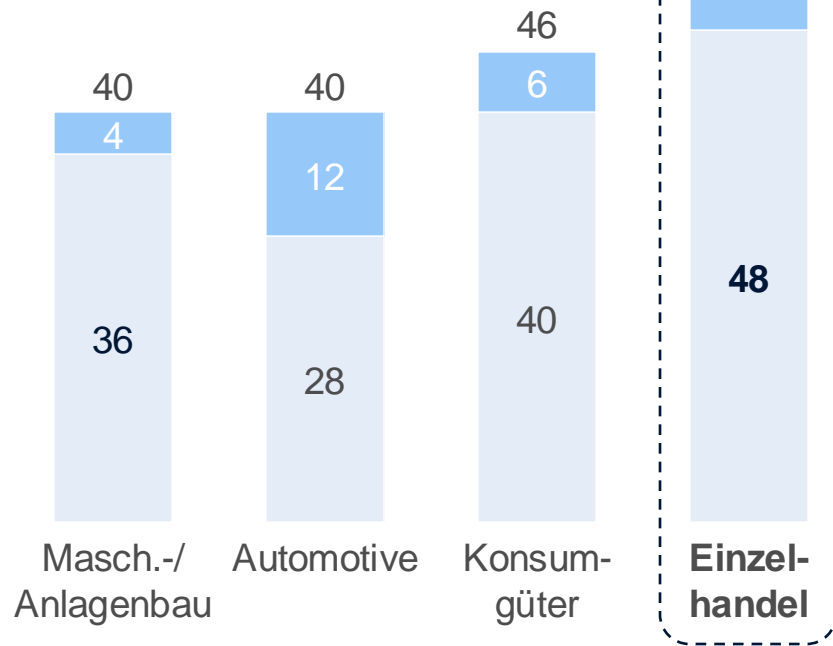
Handel besonders stark betroffen



Wahrnehmung von Insolvenzen (gesamt)

(% der Befragten)

Inwiefern nehmen Sie in Ihrer Branche und Wertschöpfungskette gegenüber den Vorjahren Insolvenzen wahr?

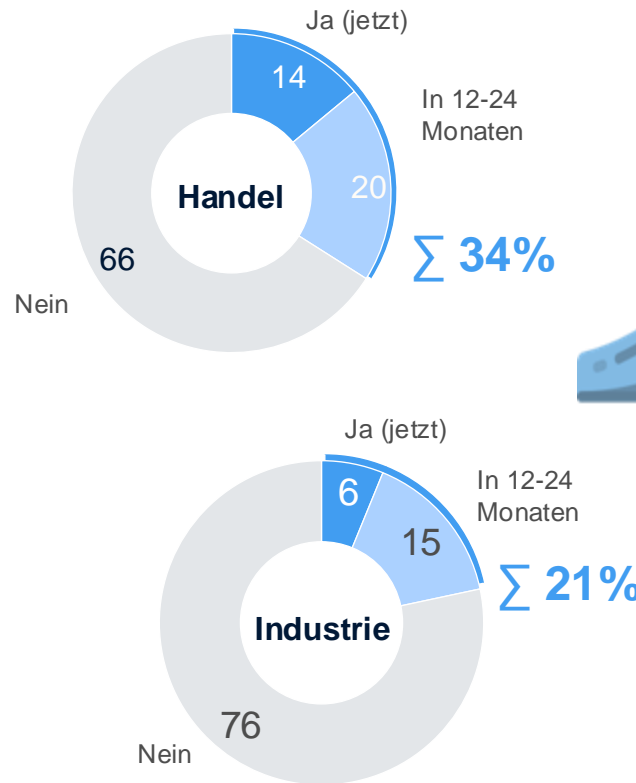


■ Deutlich häufiger als in den Vorjahren ■ Häufiger als in den Vorjahren

Anm.: Differenz zu 100% = Angabe „Weiß nicht / keine Angabe“
Quelle: FTI-Andersch German Economic Pulse 2024 / Verian

„Insolvenzwelle“ im Handel

Würden Sie von einer „Insolvenzwelle“ in Ihrer Branche sprechen?



Jedes fünfte Industrieunternehmen (21%) erwartet eine „**Insolvenzwelle**“. Im Handel erwartet dies sogar jedes dritte Unternehmen (34%).

Zwei von drei Handelsunternehmen (60%) nehmen vermehrte bzw. deutlich **vermehrte Insolvenzen** in ihrer Branche wahr (Industrie: Ø 42%).

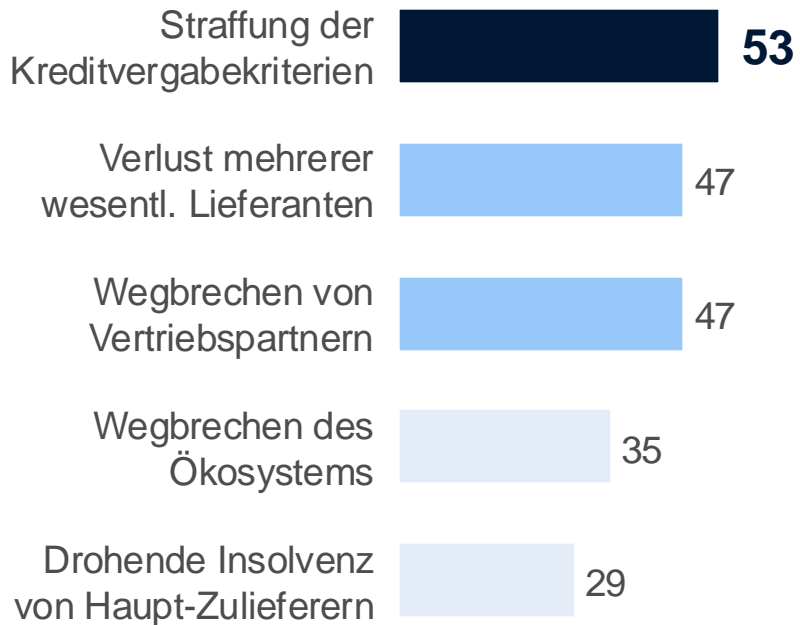
Insolvenzgeschehen (2/2)

Händler bereiten sich auf ein vermehrtes Insolvenzgeschehen vor



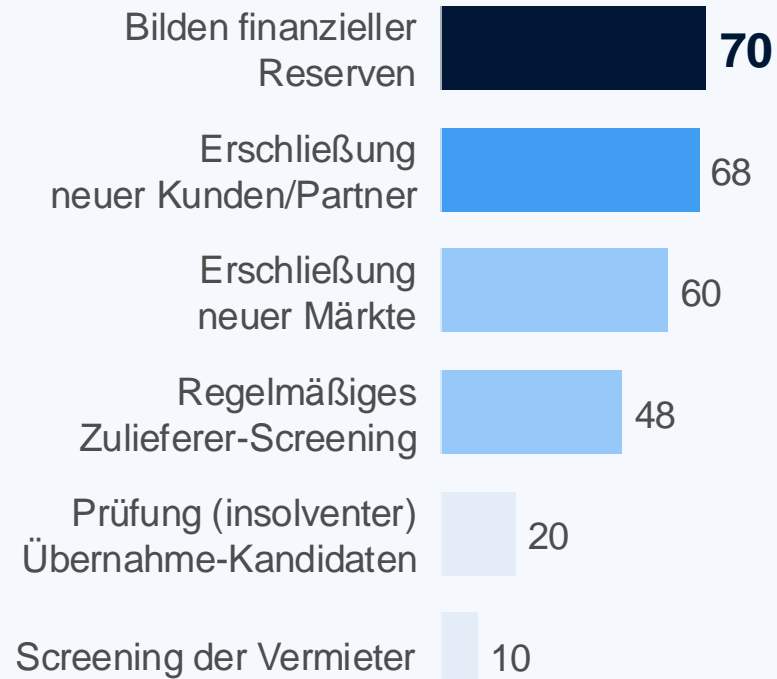
Auswirkungen drohender branchenweiter Insolvenzen auf Handelsunternehmen

(% der Befragten)



24% der Handelsunternehmen sehen die **eigene Existenz** bei Eintreten der befürchteten Insolvenzen **bedroht**.

Maßnahmen zur Begegnung möglicher Insolvenzen in der Branche



Als Resultat der zunehmenden Insolvenzen befürchten 53% der Handelsunternehmen eine **Straffung der Kreditvergabekriterien** durch finanzierende Banken.

Das **Wegbrechen wesentlicher Teile der Wertschöpfungskette** (Lieferanten und Vertriebspartner) wird von der Hälfte der Unternehmen (jeweils 47%) als Risiko erachtet.

70% der Handelsunternehmen reagieren mit **Bilden finanzieller Reserven**, um potenzielle Umsatzverluste auszugleichen.

Jeder fünfte Händler (20%) prüft bereits **eine potenzielle Übernahme strachelnder Wettbewerber/Lieferanten**.

Künstliche Intelligenz

In KI investiert der Handel noch nicht in wesentlichem Umfang



Relevanz von KI

Handel

18%

Industrie

27%

» (Nur) jedes fünfte **Handelsunternehmen** (18%) sieht KI **als relevant bzw. sehr relevant** an. Im **Industriesektor** ist es bereits 27% der Unternehmen.

KI-Kompetenzaufbau (Top 3 Maßnahmen)

(% der Befragten)



Schulung und Weiterbildung der IT- und Digital-Spezialisten im Unternehmen



Schulung und Weiterbildung des Managements



Konkrete KI-Experimente nach Identifikation möglicher Anwendungsfälle



■ Handel ■ Industrie

Die **Potenziale** der Künstlichen Intelligenz sehen Handelsunternehmen in deutlich geringerem Umfang als die Industrie.

Die größten Vorteile der KI sehen Händler in **Effizienzsteigerung** (78%), einer erhöhten **Cyber-sicherheit** (52%) und optimierten Vertriebssteuerung (48%).

Nur jeder dritte Händler schult eigene IT- und Digitalexperten – in der Industrie sind es etwa doppelt so viele Unternehmen. Auch auf Ebene des Managements erfolgt der **Kompetenzaufbau** in der Industrie (48%) breiter als im Handel (24%).

Weitere Maßnahmen zum Kompetenzaufbau sind u.a. die Beauftragung externer Experten sowie eine **Zusammenarbeit** mit Forschung und Wissenschaft.

Die Befragung

Datenbasis und Methodik des German Economic Pulse 2024



Telefonische Interviews

n = 200

Durchgeführt durch Verian (vorher: Kantar Public)



Branchen

Maschinen- und Anlagenbau, Automotive, Konsumgüter, Einzelhandel (Non-Food)

(jeweils 50)



Mitarbeiterzahl

< 1.000 (142)

> 1.000 (58)



Umsatz

< €100 Mio. (96) €100-500 Mio. (62) €500 Mio. (42)

FTI-Andersch AG

www.fti-andersch.com

Frankfurt

Berlin

Düsseldorf

Hamburg

München