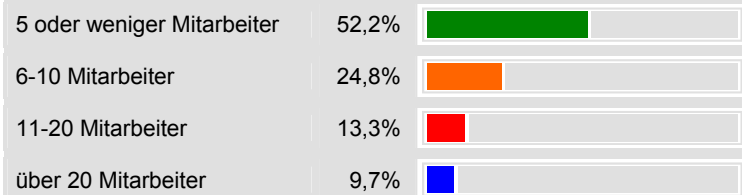




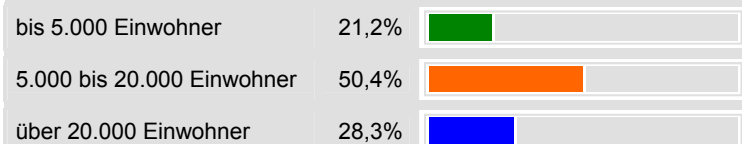
## Ergebnisse einer Umfrage zum Weihnachtsgeschäft im Einzelhandel 2004

Die Umfrage wurde vom 10. bis 15. Dezember 2004 durchgeführt. Insgesamt nahmen 113 BDS-Mitglieder aus dem Bereich Einzelhandel an der Umfrage teil.

### Mitarbeiteranzahl der befragten Unternehmen



### Standort nach Städtegrößen



#### Herausgeber:

Bund der Selbständigen Baden-Württemberg e.V.  
Taubenheimstr. 24  
70372 Stuttgart

Tel: 0711 / 95 46 68 - 0  
Fax: 0711 / 95 46 68 - 33  
Email: [info@bds-bw.de](mailto:info@bds-bw.de)

#### Ansprechpartner:

Wolfgang Becker  
Leiter Mittelstandspolitik & Kommunikation

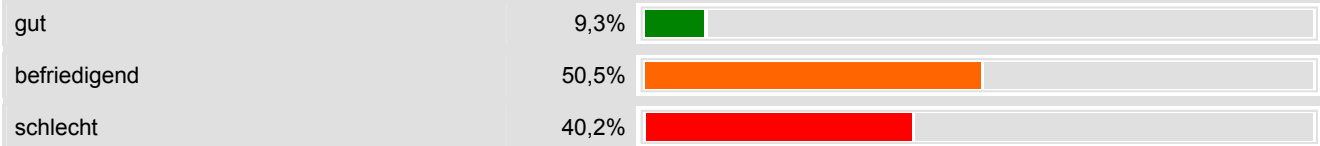
Internet: [www.bds-bw.de](http://www.bds-bw.de)



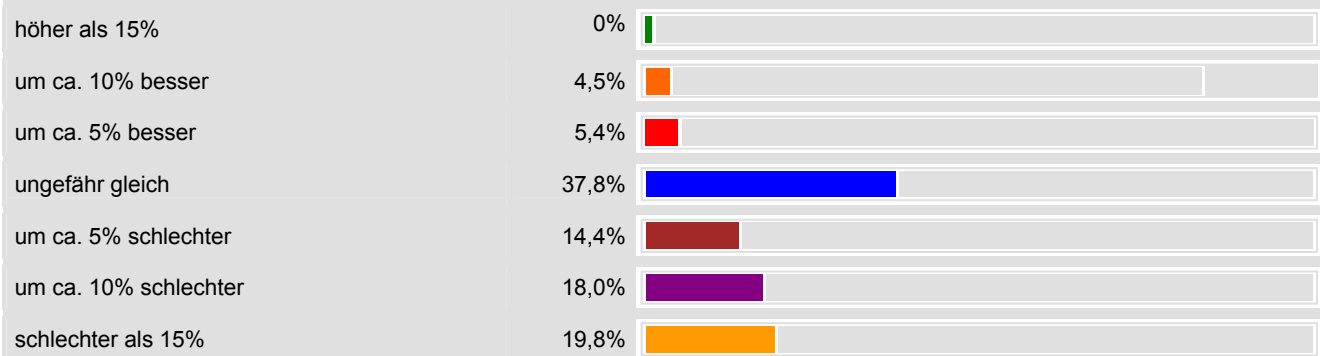
# Ergebnisse einer Umfrage zum Weihnachtsgeschäft im Einzelhandel 2004

## 1. Überblick

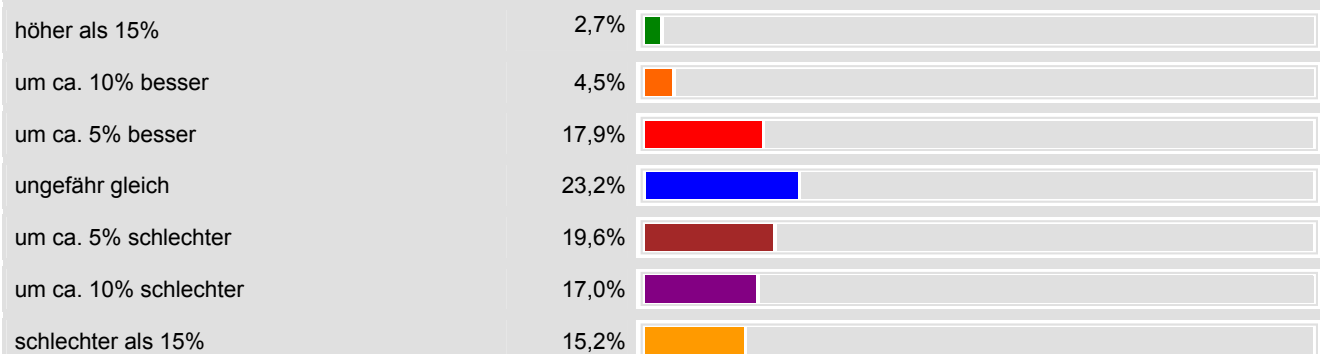
### Beurteilung des Weihnachtsgeschäfts 2004



### Weihnachtsumsatz 2004 im Vergleich zum Vorjahr



### Jahresumsatz 2004 im Vergleich zum Vorjahr



Die Situation im mittelständischen Einzelhandel ist weiterhin angespannt, wenngleich sich die Situation im Vergleich zu den Vorjahren etwas verbessert hat. Das gesamte Weihnachtsgeschäft kann nicht so positiv bewertet werden, wie viele Medienberichte dies bislang vermuten ließen. Nur 9,3% der Befragten beurteilen das Weihnachtsgeschäft als gut. Immerhin rund die Hälfte (50,5%) ist mit dem bisherigen Weihnachtsgeschäft zufrieden. Zusammen ergibt dies eine Mehrheit von knapp 60%, die das Weihnachtsgeschäft bislang als gut oder befriedigend bezeichnen. Dem stehen rund 40% gegenüber, die das Geschäft schlecht beurteilen.

Noch deutlicher wird die Sichtweise an der Umsatzentwicklung im bisherigen Weihnachtsgeschäft. 52,2% aller Befragten bewerten den Weihnachtsumsatz schlechter als im Vorjahr. Über ein Drittel (37,8%) erreicht den Vorjahresumsatz aus dem Weihnachtsgeschäft 2003, während gerade mal knapp 10% einen besseren als den ohnehin mageren Umsatz 2003 realisieren konnten.

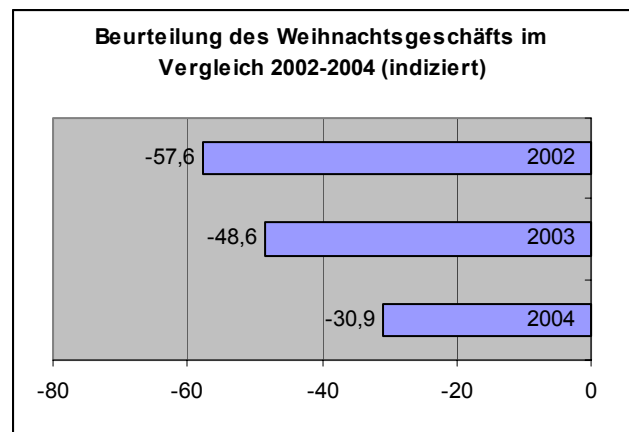
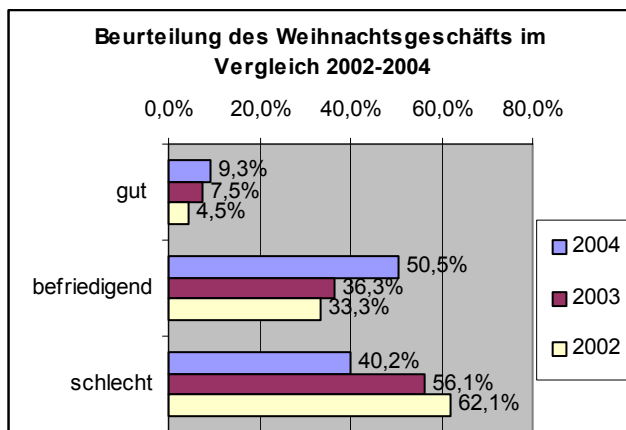
Auch das gesamte Jahr 2004 bleibt für die kleineren Einzelhändler eher unbefriedigend. Sie mussten im Vergleich zum Vorjahr starke Umsatzrückgänge hinnehmen, die auch ein gutes Weihnachtsgeschäft kaum ausgleichen wird.

## 2. Ergebnisse im Vergleich zu 2002 und 2003

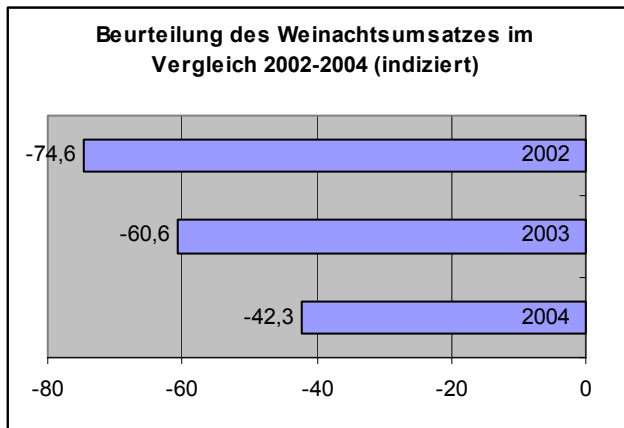
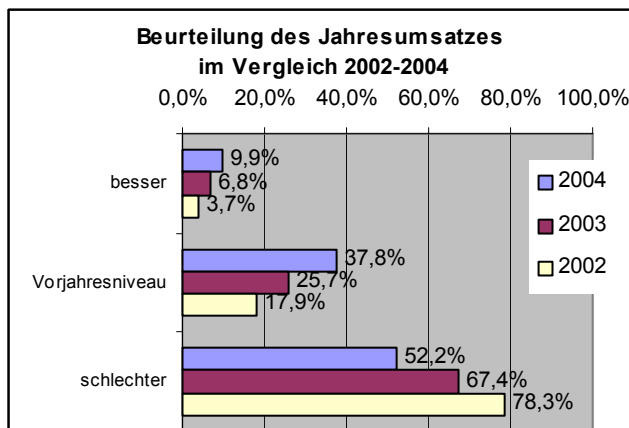
Auch wenn insgesamt das diesjährige Weihnachtsgeschäft ebenso wie das gesamte Geschäftsjahr 2004 von den kleineren und mittleren Einzelhändlern weiterhin negativ beurteilt wird, weißt der Vergleich mit den Jahren 2003 und 2002 eine eindeutige Tendenz nach oben auf. Dies zeigt sich insbesondere an den Indexwerten, die aus dem Saldo der positiven und negativen Bewertungen entstehen<sup>1</sup>. Sowohl die Werte für das Weihnachtsgeschäft wie auch für das Gesamtjahr deuten darauf hin, dass der Einzelhandel langsam aus der tiefen Talsohle herauskommt. So ist der Index für das Weihnachtsgeschäft von 2002 (Indexwert: -57,6) über 2003 ((Indexwert: -48,6) um insgesamt 26,7 Punkte auf nun -30,9 gestiegen. Noch deutlicher ist der Anstieg beim Jahresumsatz, der allein im Vergleich zum Vorjahr um 24,7 Punkte auf -26,7 (2004) gestiegen ist.

Trotz der starken Verbesserungen im Vergleich zum Vorjahr kann man noch nicht von einer Entwarnung für die mittelständischen Einzelhändler sprechen. Erst eine nachhaltige Verbesserung der Binnenkonjunktur, auch im kommenden Jahr 2005, kann zu einer Entlastung der Krise im Einzelhandel führen.

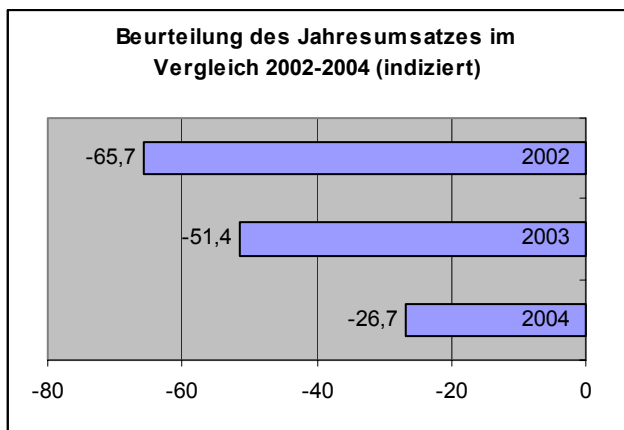
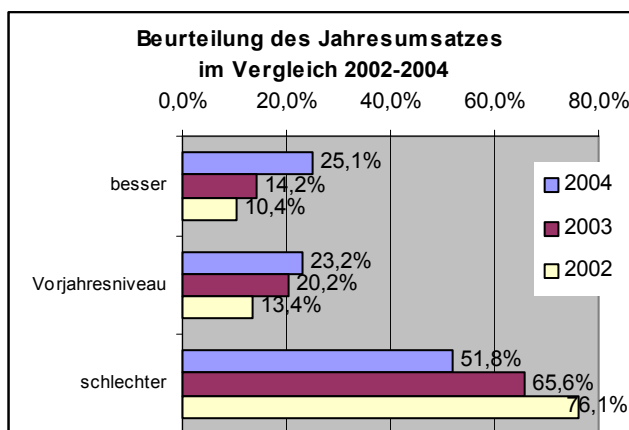
### 2.1 Beurteilung des Weihnachtsgeschäfts / Index



### 2.2 Beurteilung des Jahresumsatzes



### 2.3 Beurteilung des Jahresumsatzes

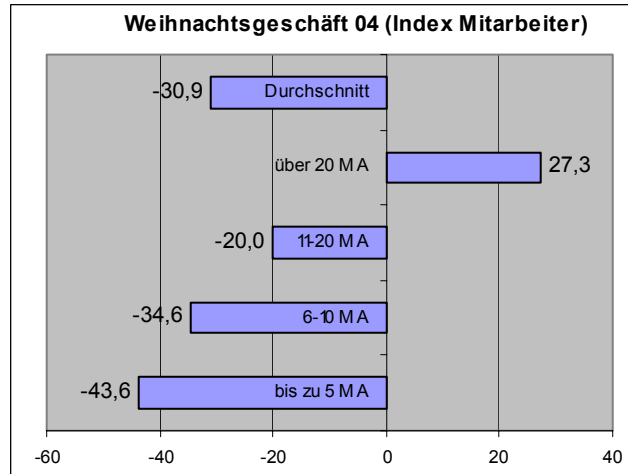
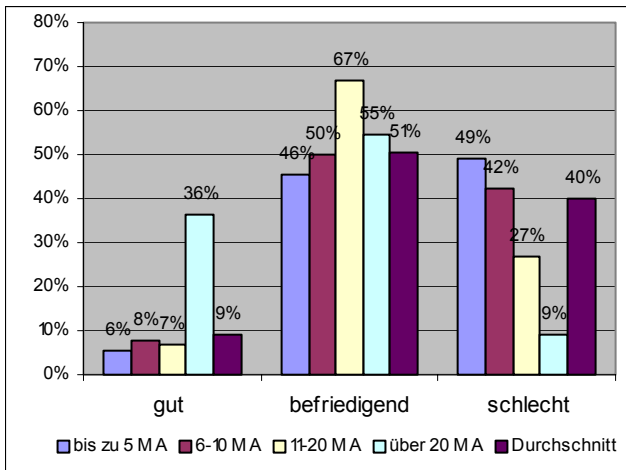


### 3. Einfluss der Betriebsgrößen (Mitarbeiterzahlen)

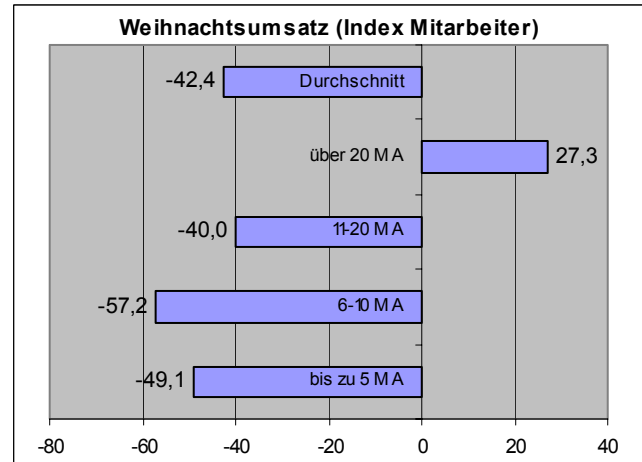
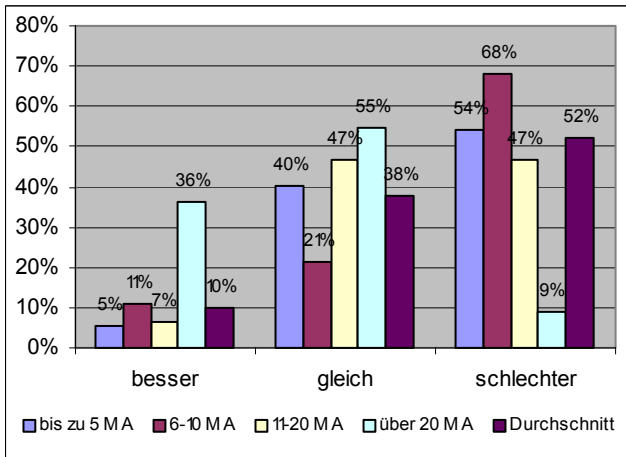
Bei der Bewertung des Weihnachtsgeschäfts 2004 fällt insbesondere eine klare Trendentwicklung bezogen auf die Händlergröße auf, die nach Mitarbeiterzahl erfasst wurde. Es profitieren insbesondere die größeren Einzelhandelsunternehmen und Kaufhäuser. Die Indexwerte für das Weihnachtsgeschäft (Abbildung 1-2) zeigen dies deutlich. Während bei den Kleinstunternehmen bis zu 5 Mitarbeitern ca. die Hälfte (49%) das Weihnachtsgeschäft mit schlecht bewerten, sind dies bei den größeren Unternehmen mit mehr als 20 Mitarbeitern nur 9%. Dies führt bei den Großen sogar zu einem positivem Indexwert von plus 27,3.

Etwas weniger eindeutig ist diese Tendenz bei der Bewertung des gesamten Jahresumsatzes, wobei auch hier zwischen den größeren Einzelhandelsunternehmen über 20 Mitarbeitern und den kleineren klare Unterschiede zu Gunsten der Großen deutlich werden.

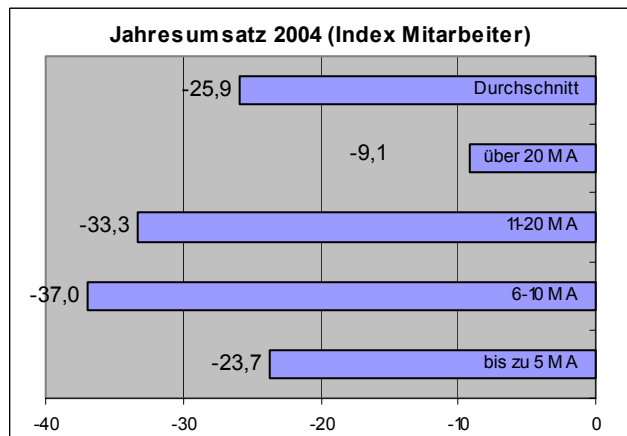
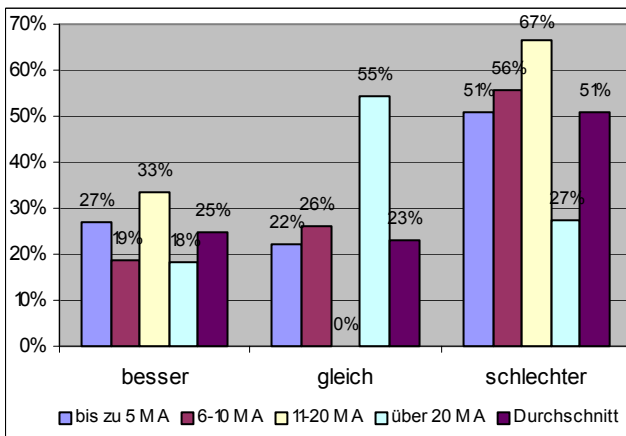
#### 3.1 Die Beurteilung des Weihnachtsgeschäfts nach Betriebsgröße



#### 3.2 Die Beurteilung des Weihnachtsgeschäfts (Umsatzentwicklung) nach Betriebsgröße



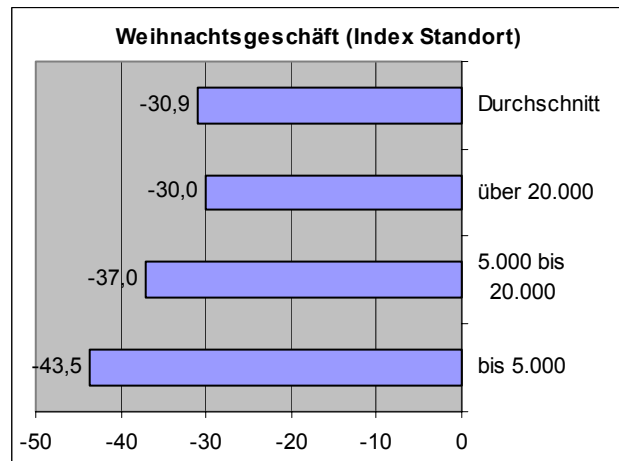
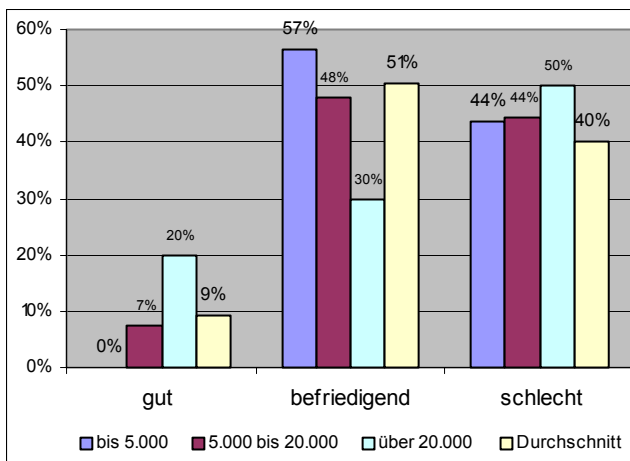
#### 3.3 Die Beurteilung des Jahresumsatzes nach Betriebsgröße



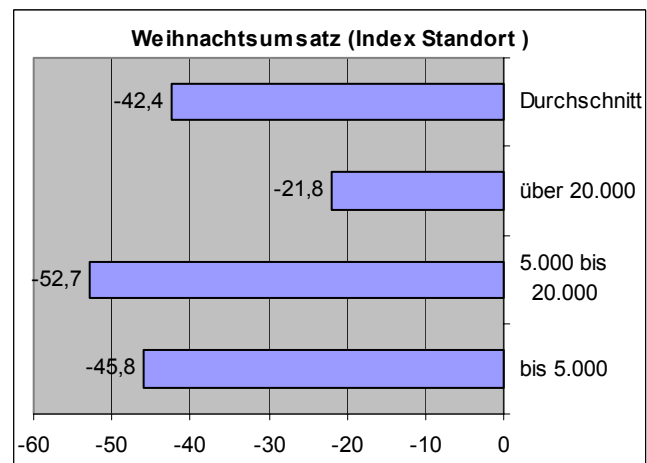
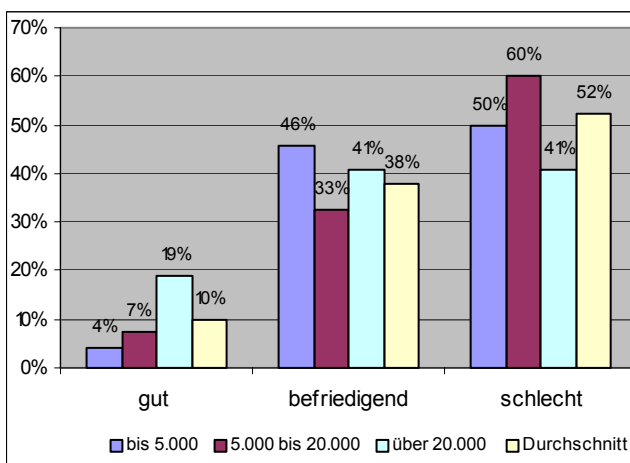
## 4. Einfluss des Standorts (Einwohnerzahl der Gemeinde)

Nicht nur die Größe der Einzelhändler spielt eine große Rolle bei der Bewertung des Weihnachtsgeschäfts, sondern auch der Unternehmensstandort ist ein wichtiger Einflussfaktor. Hier zeigt sich, dass sich das Weihnachtsgeschäft insbesondere in den größeren Städten ab 20.000 Einwohnern abspielt. In den kleineren Gemeinden bis 5000 Einwohnern kann man so gut wie gar nicht von einem Weihnachtsgeschäft reden. Mit zunehmender Gemeindegröße verbessert sich diese Sichtweise der befragten Einzelhändler. Diese Tendenz zeichnet sich sowohl für die Bewertung des Weihnachtsgeschäfts, als auch für die Beurteilung des Jahresumsatzes 2004 ab.

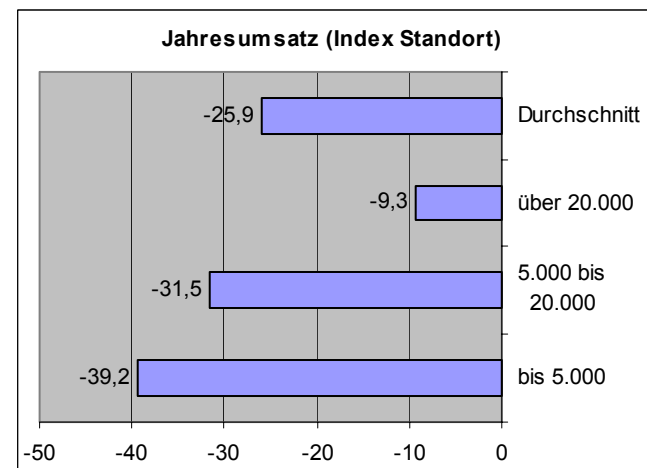
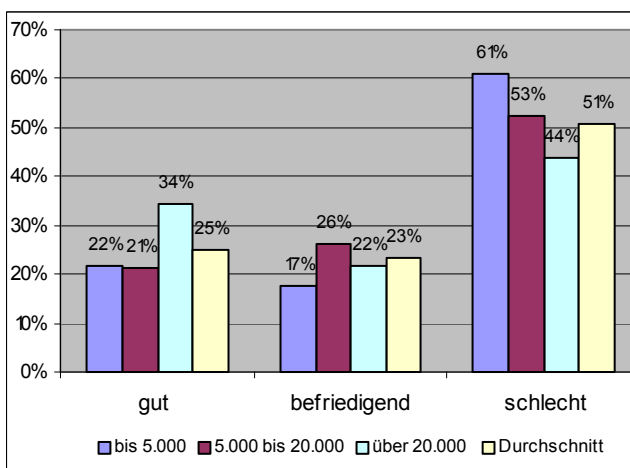
### 4.1 Die Beurteilung des Weihnachtsgeschäfts nach Standort (Einwohnerzahlen)



### 4.2: Die Beurteilung des Weihnachtsgeschäfts (Umsatzentwicklung) nach Standort



### 4.3 Die Beurteilung des Jahresumsatzes nach Standort



## 5. Zusammenfassung

Abschließend lässt sich feststellen, dass die Situation im Einzelhandel weiterhin sehr schwierig ist. Das Weihnachtsgeschäft bleibt auch in diesem Jahr hinter den Erwartungen zurück, hat sich aber im Vergleich zu den Vorjahren eindeutig verbessert. Davon profitieren insbesondere größere Unternehmen in den großen Städten. Während teilweise in der Öffentlichkeit insbesondere von den großen Kaufhäusern in den Zentren der Großstädte große Zufriedenheit mit dem Weihnachtsgeschäft 2004 ausgedrückt wurde, können viele kleinere Einzelhändler in den kleineren Städten und Gemeinden von dem Aufschwung nur bedingt profitieren.

Kurz zusammengefasst könnte man sagen: Je kleiner der Einzelhändler und je kleiner seine Standortgemeinde, desto schwieriger bleibt seine Situation insgesamt und umso weniger profitiert er vom Weihnachtsgeschäft. Je größer der Handelsbetrieb und je größer seine Standortgemeinde, desto besser ist seine Situation.

Die vielen positiven Meldungen vom Weihnachtsgeschäft 2004, deuten auf eine bevorzugte Einschätzung der großen Handelsunternehmen und Kaufhäuser hin, während sich die kleineren Einzelhändler über diesen großen Optimismus aufgrund der eigenen Zahlen wundern.

Dies wird auch in den Kommentaren (siehe Anhang) ausgedrückt, die dieser Studie beigelegt sind. Die Einzelhändler verschaffen sich hier teilweise Luft. Die Antworten reichen von Frustration bis Resignation.

---

### <sup>1</sup> Zum Index

Die jeweiligen Indexwerte werden aus dem Saldo zwischen den positiven Antworten (gut/besser) und den negativen Beurteilungen (schlecht/er) gebildet. Bei den Umsatzzahlen wurden jeweils die drei „besser“-Bewertungen und die „schlechter“-Bewertung ohne Gewichtung saldiert.

## 6. Anhang: Kommentare von Teilnehmern der Umfrage

- [ Eine Erfahrung, die ich schon das ganze Jahr mache, auch jetzt zur Weihnachtszeit: Kaufinteresse von Kunden durchaus vorhanden (!) - nur es werden vorwiegend sehr preisgünstige Artikel gekauft. Der "Normalbürger" hat momentan einfach zu wenig flüssiges Geld in der Tasche. Bereits mehrere Kunden haben mir gesagt, dass sie gar kein oder nur die Hälfte vom Weihnachtsgeld des Vorjahres erhalten. Merke: für Manager ist Geld da - beim Arbeiter und Angestellten muss gespart werden und das Ganze nennt man dann Globalisierung!
- [ Geiz ist geil! Ich bin doch nicht blöd! Werbung der Märkte
- [ Jedes Jahr höre ich von traumhaften Pluszahlen in der Weihnachtszeit, vor allem aus dem Metro/ Kaufhof-Lager und von Karstadt/ Quelle. Würden diese Meldungen so stimmen, müssten diese Konzerne in den letzten 10 Jahren ihren Weihnachtsumsatz verdoppelt haben. Allein diese Zahlen hätten Karstadt/Quelle genügen müssen, um locker ohne Bankenhilfe über die Runden zu kommen.
- [ Durch einen Öffnungstag mehr, als 2003, haben wir die Hoffnung, dass wir das Vorjahresniveau erreichen!
- [ Sprachlos, hoffentlich hat der Geiz bald ein Ende.
- [ Am Stadtrand von Stuttgart spüre ich wenig von dem Boom. Meine Stärke ist die Beratung.
- [ Der Kunde ist sehr preisbewusst, kritisch und nicht mehr so spontan.
- [ Schlechte Stimmung bei den Kunden. Nur durch beste Fachberatung sind die Kunden bei der Stange zu halten.
- [ Großstädte profitieren, Kleinere verlieren.
- [ Die Einkaufszentren oder Aldi und Lidl nehmen uns den Umsatz weg.
- [ Unsere Investitionen in schlechten Jahren haben sich gelohnt.
- [ Ich habe das Gefühl, dass das Weihnachtsgeschäft nur noch in den Großstädten, in den großen Kaufhäusern und Mediamärkten stattfindet. Der Verlierer ist für mich der kleine Einzelhandel.
- [ 2004 = das "Killer-Jahr" für den Einzelhandel. Zunehmende Internetkäufe, Beratungsklau und Zeitraub auf Kosten des Einzelhandels. Quo vadis Deutschland?
- [ Wir hoffen auf die nächsten 2 Wochen und die Weihnachtsferien.
- [ Die Wirtschaftslage ist schlecht. Besonders für Branchen wie Blumen, Friseure usw. alles was unter Luxus fällt. "Geiz ist geil".
- [ Bei uns auf dem Land wird es immer schwieriger sich zu behaupten, weil der Trend zu den Großmärkten immer mehr verstärkt wird. Die Stadt X hat jetzt ein normales Gewerbegebiet zum Sondergebiet erklärt, damit ein großflächiger Markt mit 3000 m<sup>2</sup> entstehen kann. Wie es uns " Kleinen" geht, ist der Kommune und auch den Bürgern egal, Hauptsache billig eingekauft.
- [ Der Privat-Verbraucher hält sich weiterhin zurück!
- [ Wir wären sehr froh, wenn wir denselben Umsatz wie letztes Jahr im Weihnachtsgeschäft schaffen könnten, ohne den Umsatzträger des Vorjahres Harry Potter.
- [ Die Kundschaft erwartet, dass man zwischen 20% und 50% reduziert hat. Man ist nur an Qualität interessiert, wenn reduziert ist oder Rabatt gewährt wird. Ansonsten: Hauptsache billig. Nur die ältere Generation schaut noch gezielt nach Qualität.
- [ Mehr Sicherheit von Seiten der Politik, könnte für die Konjunktur hilfreich sein.
- [ Die Menschen entwickeln ein neues Kaufverhalten. Die Medien übermitteln das den Käufern. Angefangen bei den Öffnungszeiten. Die Menschen fahren in die Städte z.B. Stuttgart. Der erlebnishungrige Fan ist in. Für uns in den kleineren Ortschaften/Städten ist das sehr bitter, wir können nicht dagegen halten. Zwar bieten wir auch verkaufsoffene Sonntage, trotzdem: der Kaffee beim Nachbar schmeckt besser.
- [ Starke Verunsicherung beim Verbraucher. Angst vor Kündigung. Keine Zukunftsperspektiven.
- [ Die Massen strömen in die Großstädte und in die Einkaufszentren.
- [ Es ist erstaunlich mit welchen Zahlen der Einzelhandelsverband in Deutschland, aber auch in Baden-Württemberg die Presse informiert. Auch in den großen Häusern in Stuttgart ist außer am Samstag laut Aussage von Abt.-Leitern nichts los. Die Kundenfrequenz ist wesentlich geringer wie im letzten Jahr (bei uns im Sportfachhandel). Das Wetter ist hier natürlich auch mitbeteiligt.
- [ Das Geschäft ist zurückhaltend, die Kunden konzentrieren sich auf das Nötigste. Es sind selten Spontankäufe - meist wird gezielt nach dem jeweiligen Bedarf eingekauft.