

KOMMENTAR

Geplante Y-Trasse auf dem Abstellgleis

Im Mai hat die Deutsche Bahn (Netz) AG drei Alternativen zur lang geplanten Y-Trasse vorgestellt. Die umstrittene Y-Trasse war ursprünglich als Hochgeschwindigkeitsstrecke im Schienenpersonenverkehr im Dreieck Hamburg/Bremen/Hannover Anfang der 90er Jahre konzipiert und 2003 in den Bundesverkehrswegeplan aufgenommen worden. Durch die Verlagerung des Personenfernverkehrs auf die Y-Trasse sollten auch für den Schienengüterverkehr zusätzliche Kapazitäten auf bestehenden Strecken frei werden. Mit der Vorlage von Alternativen wird die Umsetzung der Y-Trasse selbst immer unwahrscheinlicher. Nun sollen die Alternativen bis Ende des Jahres geprüft werden. Entscheidend für die Bewertung sollte dabei insbesondere die Anbindung an die deutschen Häfen sein, auch und gerade im Nordwesten. Der erst letztes Jahr eröffnete einzige Tiefwasserhafen Deutschlands kann nur dann erfolgreich operieren, wenn eine gut ausgebaute Hinterlandanbindung sichergestellt ist. Die geplante Y-Trasse hätte hierzu beigetragen. Die vorgeschlagene und in den Medien bereits als präferiert dargestellte Trasse von Ashausen im Landkreis Harburg nach Unterlüß im Landkreis Celle hingegen lässt den nordwestdeutschen Raum außen vor. Dies kann nicht im Interesse des Nordens sein. Langfristige Infrastrukturvorhaben müssen dazu genutzt werden, die Weichen frühzeitig zu stellen – und zwar in die richtige Richtung. JW, CBW

IN DIESER AUSGABE

Einzelhandel im Wandel Seite 1/2

Wiederbelebung der deutschen Konjunktur Seite 3

Marktchancen in Indien - Maritime Wirtschaft Seite 4

EINZELHANDEL

Einzelhandel im Wandel

Kaum eine andere Branche ist in Deutschland einem so starken Wandel unterworfen wie der Einzelhandel. Neue luxuriöse Shoppingcenter entstehen in den Innenstädten der Metropolen, während in die Jahre gekommene Einkaufszentren auf der grünen Wiese mit Leerständen kämpfen und langsam verfallen. Kleine TraditionsGeschäfte werden aus den 1A-Lagen verdrängt und durch Filialen und Franchiseunternehmen ersetzt. International tätige Einzelhandelsunternehmen bauen an exponierten Standorten wahre Konsumtempel auf, derweilen große Kauf- und Warenhäuser am gleichen Standort um Kunden kämpfen. Kleine Lebensmittelhändler verschwinden vom Markt, während sich Discounter ausbreiten und in immer großflächigere Läden ziehen. Und: Welcher Verbraucher hätte vor zehn Jahren gedacht, dass Lebensmittelläden bis Mitternacht geöffnet haben und dass sich praktisch jede Einzelhandelsware vom PC aus rund um die Uhr ordern lässt? Von Dörte Nitt-Drießelmann

Als sicher kann gelten: Der Wandel im Einzelhandel geht weiter. Der Kampf um den Kunden und sein Geld wird härter. Eine aktuelle HWWI-Studie beleuchtet, welche Herausforderungen in den nächsten Jahren insbesondere auf den stationären Einzelhandel zukommen werden.

Die Einzelhandelsbranche hat in den letzten Jahren einen starken Strukturwandel

erfahren. Bei nur geringen realen Umsatzsteigerungen ging die Anzahl der Unternehmen zurück, wobei sich der Konzentrationsprozess fortsetzte. Der große Verlierer der letzten Dekade war der filialisierte Fachhandel. Während hier im Jahre 2000 noch fast ein Drittel des Gesamtumsatzes im Einzelhandel (31,9 %) getätigt wurde, sank sein Anteil im Jahre 2011 auf ein gutes Fünftel (21,3 %) ab. Die großen



Gewinner waren die Discounter, deren Umsatzanteile von 10,1 % im Jahre 2000 auf 14,9 % im Jahre 2011 anstiegen, sowie die Fachmärkte, die im gleichen Zeitraum ihren Marktanteil von 11,8 % auf 15,7 % steigern konnten.

Verbraucher verwenden steigende Anteile am Konsum für das Wohnen (einschließlich Strom, Wasser, Gas). In der Folge reduzierte sich der Anteil des Einzelhandels an den privaten Konsumausgaben von fast 40 % im Jahr 1991 auf gut 30 % im Jahr 2011. Insbesondere die Bereiche Nahrungsmittel und Bekleidung sowie Schuhe verlieren seit zwanzig Jahren fortgesetzt Konsumentanteile. In diesen Warengruppen machen sich Sättigungstendenzen bemerkbar. Auch Möbel und Haushaltsgegenstände sind anteilig rückläufig, da die Haushalte ausreichend mit diesen Waren ausgestattet sind.

Wer was wo kauft, hängt von verschiedenen Faktoren ab. So sind im stationären Einzelhandel die Einwohnerzahl am Standort des Unternehmens, das verfügbare Einkommen der privaten Haushalte, die Konsumquoten und Konsumpräferenzen der Verbraucher, die ihrerseits wiederum von Faktoren wie Haushaltgröße und Alter geprägt sind, relevant für die zu erzielenden Umsätze. Zusätzliche Nachfrage für den Einzelhandel vor Ort kann darüber hinaus durch Berufspendler, Touristen und Tagesbesucher entstehen. Von einem solchen Umsatzplus profitieren jedoch nur Orte, die für das Umland eine zentrale Einkaufsfunktion erfüllen. So verbucht beispielsweise Hamburg höhere Einzelhandelsumsätze, als es der Kaufkraft der Hamburger entsprechen würde.

Bei den potenziellen Kunden des Einzelhandels wird es starke demografische Veränderungen geben. Prognosen gehen davon aus, dass die Bevölkerung von derzeit 81,8 Mio. bis 2030 auf 77,4 Mio. zurückgehen wird. Zeitgleich steigt der Anteil der Senioren und der Personen mit Migrationshintergrund. Außerdem wächst die Anzahl der Ein- und Zweipersonenhaushalte, da die Versingelung der Gesellschaft voran-

schreitet. Schon heute bestehende regionale Unterschiede in der Bevölkerungsstruktur werden sich im Zeitablauf weiter verstärken. Städte und Großräume gewinnen teilweise zweistellig Bevölkerung hinzu und bleiben „jung“, während sich der Osten und die Mitte Deutschlands zusehends entvölkert und „stark altert“.

Insgesamt muss als Folge der demografischen Entwicklungen von nur gering steigenden beziehungsweise stagnierenden verfügbaren Einkommen ausgegangen werden. Somit sind auch einem möglichen Umsatzwachstum im Einzelhandel sehr enge Grenzen gesetzt. Für den stationären Einzelhandel bedeutet dies in der Konsequenz, dass die Umsätze insgesamt zurückgehen werden. Einerseits wird ein steigender Anteil der Umsätze – insbesondere in den Bereichen Bekleidung/Lederwaren/Schuhe sowie Unterhaltungselektronik/Haushaltsgeräte – über das Internet abgewickelt werden. Andererseits ist davon auszugehen, dass sich bei alternder Bevölkerung die Sättigungstendenzen in den Bereichen Nahrungsmittel, Bekleidung/Schuhe sowie Möbel/Haushaltsgeräte weiter verstärken. Hinzu kommt, dass kleinere Haushalte und ältere Menschen in Zukunft mit hoher Wahrscheinlichkeit einen noch höheren Anteil ihres Konsums für Wohnen ausgeben werden. Dies gilt insbesondere in den wachsenden Regionen.

Eine weitere Herausforderung für den Einzelhandel ergibt sich aus Veränderungen und Trends im Konsumentenverhalten. So muss beispielsweise damit gerechnet werden, dass sich preisbewusste und durch das Internet sehr gut informierte Kunden weiterhin „hybrid“ verhalten. Der soziale Status des Einzelnen spiegelt nicht mehr wie in den Jahren zuvor das individuelle Kaufverhalten wider. So beziehen auch solvente Kunden ihre Lebensmittel aus dem Billigdiscounter, während umgekehrt einkommensschwächere Schichten zu Luxusgütern greifen. Das Streben nach Individualität und Abhebung von der Masse wird bei den Verbrauchern ebenso wie die Suche nach sozialen Kontakten und Gesel-

ligkeit zunehmen. Da zusätzlich für immer mehr Kunden beim Einkauf die Komponenten „Freizeit“ und „Erlebnis“ wichtig werden, wird das Flächenwachstum im Einzelhandel ungebremst weitergehen, damit „Shopping-Erlebnisse“ entsprechend inszeniert werden können.

Die Grafik auf Seite 1 zeigt im Überblick die wesentlichen Herausforderungen, denen sich der stationäre Einzelhandel in Zukunft zu stellen hat. Vor dem Hintergrund sinkender Umsätze bei schrumpfender, alternder Bevölkerung mit starken regionalen Disparitäten muss er den veränderten Konsumgewohnheiten und Ansprüchen der verschiedenen Konsumentengruppen Rechnung tragen. Obendrein muss er Erträge für die Deckung der Kosten zusätzlicher Ladenflächen erwirtschaften und den Vertriebskanal „Internet“ (Multi-Channel) neu aufbauen beziehungsweise verstärken. Als wichtigste Voraussetzung für die nachhaltige Sicherung des stationären Vertriebskanals wird sich dabei die Wahl des richtigen, „zukunftssicheren“ Standortes erweisen. Während davon auszugehen ist, dass Lebensmittel weiterhin überwiegend wohnortnah nachgefragt werden, wird sich die Nachfrage in den sonstigen Warengruppen verstärkt in die wachsenden Regionen und Städte verlagern.

Wenn jedoch der stationäre Einzelhandel beweglich und ideenreich agiert, hat er alle Chancen, Umsätze zu halten oder gar zu steigern. Die Konzentrationsprozesse im Einzelhandel werden sich zwar fortsetzen, jedoch werden sich angesichts der Vielfalt der Wandlungsprozesse Marktnischen für kleine und mittelständische Unternehmen eröffnen, die von den großen Filialkonzernen nicht abgedeckt werden.

PARTNERPUBLIKATION

Nitt-Drießelmann, D. (2013): Einzelhandel im Wandel, Studie im Auftrag der HSH Nordbank AG, Hamburg.

Die Studie steht zum Download zur Verfügung unter: http://www.hwwi.org/fileadmin/hwwi/Publikationen/Partnerpublikationen/HSH/2013_05_23_HSH_HWWI_Einzelhandel.pdf

Wiederbelebung der deutschen Konjunktur

Nach dem spürbaren Rückgang des Bruttoinlandsprodukts gegen Ende vergangenen Jahres, hat sich die deutsche Wirtschaft in den ersten Monaten dieses Jahres trotz durch den strengen Winter verursachten Produktionsbehinderungen stabilisiert. Die anhaltende Rezession im Euroraum wirkte weiterhin dämpfend auf die deutsche Konjunktur. Die Ankündigung der EZB, im Notfall unbegrenzt Staatsanleihen aufzukaufen, hat bislang lediglich zu einer Beruhigung an den Finanzmärkten geführt. *Von Anja Rossen*

Insbesondere die Investitionstätigkeit der Unternehmen blieb im ersten Quartal 2013 schwach. Konjunkturstütze war der private Konsum. Steigende Löhne bei gleichzeitig geringem Preisanstieg ließen die realen Einkommen fortwährend expandieren und stärkten so die inländische Nachfrage. Die Unternehmen waren trotz der konjunkturellen Schwäche bestrebt, ihre Beschäftigung aufrecht zu erhalten. Mit der Beruhigung der Eurokrise sind auch vom Außenhandel wieder positivere Impulse zu erkennen. Die Auftragseingänge aus dem Ausland, auch aus der Eurozone, sind jüngst wieder gestiegen. Die Weltkonjunktur nimmt inzwischen wieder an Fahrt auf, so dass auch aus der übrigen Welt stützende Signale für die deutsche Wirtschaft zu erwarten sind.

Trotz gewisser Beruhigungstendenzen im Euroraum ist die Krise noch nicht überwunden und die EZB hält sich die Möglichkeit offen, den Leitzins, der seit Anfang Mai auf einem neuen Rekordtief von 0,5 % liegt, weiter zu senken. Bei weiterer Verschlechterung der Wirtschaftslage im Euroraum, zieht die EZB auch einen negativen Einlagezins in Betracht. In den USA signalisieren verbesserte Arbeitsmarktzahlen und ein steigender privater Konsum ein moderates Wachstum, das sich auch im Laufe des Jahres fortsetzen sollte. In China hat sich das Wachstum zuletzt etwas verlangsamt, gleichwohl gehen auch hiervon weiterhin positive Impulse für den deutschen Außenhandel aus. Mit allmählicher Stabilisierung der wirtschaftlichen Entwicklung im Euroraum sollten sich ebenfalls die Absatzaussichten verbessern. Dann dürfte auch die Investitionszurückhaltung der Unternehmen nachlassen und die deutschen Exporte werden im Laufe des Jahres wieder zunehmen. Der Preisanstieg wird gering

	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Bruttoinlandsprodukt ¹	-5,1	4,2	3,0	0,7	0,5	1,7
Private Konsumausgaben	0,1	0,9	1,7	0,8	0,9	1,1
Konsumausgaben des Staates	3,0	1,7	1,0	1,2	0,9	1,2
Anlageinvestitionen	-11,6	5,9	6,2	-2,5	-1,3	3,1
Ausrüstungen	-22,5	10,3	7,0	-4,8	-2,8	5,0
Bauten	-3,2	3,2	5,8	-1,5	-0,5	1,0
Sonstige Anlagen	-2,9	3,3	3,9	3,1	1,2	6,5
Inlandsnachfrage	-2,5	2,6	2,6	-0,3	0,4	1,4
Ausfuhr	-12,8	13,7	7,8	3,8	0,2	6,5
Einfuhr	-8,0	11,1	7,4	2,2	0,0	6,6
Arbeitsmarkt						
Erwerbstätige	0,1	0,6	1,4	1,1	0,5	0,4
Arbeitslose (Mill. Personen)	3,41	3,24	2,98	2,90	2,95	2,84
Arbeitslosenquote ² (in %)	7,8	7,4	6,7	6,5	6,6	6,3
Verbraucherpreise	0,3	1,1	2,1	2,0	1,4	1,9
Finanzierungssaldo des Staates (in % des BIP)	-3,1	-4,1	-0,8	0,1	-0,1	0,3
Leistungsbilanzsaldo ³ (in % des BIP)	6,0	6,2	6,2	7,0	7,4	7,5

¹ Preisbereinigt. ² Arbeitslose in % der inländischen Erwerbspersonen (Wohnortkonzept). ³ In der Abgrenzung der Zahlungsbilanzstatistik.
Quellen: Statistisches Bundesamt; Deutsche Bundesbank; Bundesagentur für Arbeit; ab 2013: Prognose des HWWI.

bleiben. Bei gleichzeitig stärker steigenden Löhnen dürften die realen verfügbaren Einkommen expandieren und den privaten Konsum ankurbeln. Nachdem der öffentliche Bau nach Auslaufen der Hilfsprogramme nach der Finanzkrise 2008/2009 im letzten Jahr noch stark zurückgegangen ist, wird er sich dieses Jahr wieder stabilisieren. Aufgrund der gestiegenen Nachfrage nach Immobilien ist zudem eine weitere Expansion der Wohnbautätigkeit zu erwarten, wenn auch mit geringerem Tempo.

Mit Nachlassen der kontraktiven Effekte aus der Eurozone werden insgesamt die positiven Impulse die Überhand gewinnen, so dass im Laufe des Jahres zwar nicht mit einem rasanten Aufschwung, aber mit einer Wiederbelebung der Konjunktur in Deutschland zu rechnen ist. Im Durchschnitt von 2013 ist für die deutsche Wirtschaft im Vergleich zum Vorjahr ein moderates Wachstum von 0,5 % zu erwarten. Dabei ist allerdings noch nicht absehbar, inwieweit das Wachstum durch die aktuelle Flut gedämpft wird. Nach einem leichten Anstieg der Arbeitslosenzahlen An-

fang des Jahres dürfte sich im Laufe der zweiten Jahreshälfte die Lage auf dem Arbeitsmarkt stabilisieren. Die Zahl der Arbeitslosen wird ähnlich wie im Vorjahr bei etwas über 2,9 Mio. Personen liegen. Der Preisanstieg dürfte mit 1 ½ % deutlich unter der 2-Prozent-Stabilitäts-Marke bleiben. Das wohl größte Risiko besteht zurzeit in einem Wiederaufflammen der europäischen Schuldenkrise. Unsicherheiten bestehen aber auch in der übrigen Welt, sollte sich zum Beispiel das Wachstum in China weiter verlangsamen.

Ist der moderate Anstieg der Weltkonjunktur von anhaltender Dauer und flackert die Eurokrise nicht wieder auf, ist 2014 mit einer weiteren Aufwärtsentwicklung zu rechnen; dann wäre ein Wirtschaftswachstum zwischen 1 ½ % und 2 % möglich. Der Arbeitsmarkt sollte sich dann wieder verbessern, so dass hier ein Druck auf die Löhne entstehen wird. Bei dieser Entwicklung wäre mit einem leicht zunehmenden Preisauftrieb zu rechnen, der jedoch im Jahresdurchschnitt mit 1,9 % knapp unter der 2-Prozentmarke bleiben dürfte.

Marktchancen in Indien – Maritime Wirtschaft

Um international konkurrenzfähig zu bleiben, ist für deutsche Unternehmen die Erschließung neuer Absatzmärkte essenziell. Im Rahmen des Projekts „Servicestelle für KMU – Marktzutritt Indien“ untersucht eine aktuelle HWWI-Studie, inwieweit Indien als eine der größten Volkswirtschaften der Welt für maritime mittelständische Unternehmen ein Zukunftsmarkt sein kann. Von Franziska Biermann, Raphaela Cordes und Gunnar Geyer

Die deutschen Exporte Richtung Indien (10,38 Mrd. EUR) haben derzeit einen Anteil von 0,95 % an den gesamten deutschen Ausfuhren. Als Absatzmarkt spielt das Land, auch aufgrund des niedrigen Pro-Kopf Einkommens, noch eine vergleichsweise geringe Rolle. Dennoch ergeben sich mittel- bis langfristig große Wachstumsschancen, vor allem aufgrund der Marktgröße und der noch geringen Marktsättigung.

Circa 80 % des weltweiten Warenvolumens werden über den Seeweg transportiert und in internationalen Häfen umgeschlagen. Die globale Nachfrage nach Gütern und Rohstoffen beeinflusst somit in hohem Maße alle Sektoren der maritimen Wirtschaft – die Schifffahrt, die Hafenvirtschaft inklusive Hinterlandlogistik, die Werften mit ihren Zulieferindustrien sowie alle maritimen Dienstleistungen. In den 13 indischen *Major Ports* ist der Umschlag zwischen 2005 und 2011 insgesamt um 32 % gestiegen, der Containerumschlag um etwa 40 %. Die größten Häfen sind Mumbai, inklusive des Containerhafens Jawaharlal Nehru Port, Kandla, Chennai und Visakhapatnam.

Der Containerverkehr zwischen Europa und Indien ist derzeit gering. Nach dem von der UNCTAD veröffentlichten Liner Shipping Connectivity Index, der die Einbindung eines Landes in das globale Containerschiffahrts-Netzwerk misst, liegt Indien nur auf Platz 32 und hat gegenüber dem Vorjahr 10 Plätze eingebüßt. Neben den – absolut betrachtet – geringen Ein- und Ausfuhren von Industrieerzeugnissen trägt hierzu auch die vergleichsweise schlechte Infrastruktur der Häfen bei.

Neben der Infrastruktur entspricht auch die Hinterlandanbindung noch nicht den internationalen Standards. Im Zuge der „*Maritime Agenda 2010–2020*“ plant die indische Regierung Investitionen in den *Major Ports* in Höhe von 1,1 Bio. Indische Rupien (INR) (circa 15,6 Mrd. EUR), davon etwa zwei Drittel privat finanziert. Unter anderem sind die Vertiefung von Kanälen und Hafenbecken, der Aus- und Neubau der Hafenanlagen und die Bereitstellung von Infrastruktur vorgesehen. Nahezu ausschließlich staatlich finanziert wird die Anbindung der Häfen an das Straßen- und Schienennetz. Bis 2019/2020 rechnet die indische Regierung mit einer Zunahme des seewärtigen Güterverkehrs um rund 140 % auf 2,5 Mrd. Tonnen, knapp die Hälfte hiervon in den *Major Ports*. Insbesondere der Umschlag von containerisierten Gütern, Kohle und Düngemitteln wird demnach zunehmen.

Dem indischen Schiffbau kommt im globalen Vergleich eine untergeordnete Rolle zu. Im Jahr 2012 nahm Indien Rang neun unter den Schiffbaunationen ein, gemessen am Volumen, dem Arbeitsaufwand sowie der Wertschöpfung der Schiffsproduktion. Nur 0,9 % der weltweiten Auftragsbestände Anfang 2013 entfielen auf indische Auftragsbücher. Der Schwerpunkt der indischen Werften liegt auf dem Bau von Massengutfrachtern, die beispielsweise Kohle, Erze oder Getreide transportieren, während für den Bau von Containerschiffen und Tankern keine beziehungsweise nur geringe Auftragsbestände existieren. Im Zuge der weltweiten Auftragseinbrüche 2008/2009 ging die Zahl der indischen Werften von 32 auf nunmehr 27 zurück, davon acht in staatlicher Hand. Die beiden größten Schiffbauunternehmen, gemessen an den Schiffbau-

kapazitäten, sind die Pipavav Defence and Offshore Engineering Company und die Larsen & Toubro Ltd.. Im Jahr 2012 wurden in Schiffbau und Schiffreparatur zusammen 197 Mrd. INR (2,8 Mrd. EUR) erwirtschaftet, davon 83,4 % im Schiffbausektor und 16,6 % im Schiffsreparatursektor.

Trotz der geplanten und teilweise schon umgesetzten Investitionen ist nicht abzusehen, dass Indien zu den großen Schiffbaunationen aufsteigt. Potenziale bieten eine Spezialisierung auf den Bau von nicht-konventionellen Schiffen für den Offshore-Sektor sowie der marine Schiffbau. Für deutsche Unternehmer bieten die technologie- und wissensintensive Exploration der Rohstofffelder im Tiefseebereich des Indischen Ozeans sowie die Planungen, der Bau und die Installation der Offshore-Anlagen Potenziale, sowohl maritime Technologien als auch Dienstleistungen nach Indien zu exportieren. Im Bereich Unterwassertechnik stellt das Land bereits den wichtigsten außereuropäischen Markt für die Bundesrepublik dar.

Noch in diesem Jahrzehnt wird die indische Wirtschaft nach Prognosen des Internationalen Währungsfonds ein Wachstum von bis zu 7 % pro Jahr aufweisen. Wenn die staatlichen Reformen und Investitionsvorhaben wie geplant umgesetzt werden, wird sich Indien mittel- bis langfristig zu einem wichtigen Investitionsstandort entwickeln.

POLICY PAPER

Biermann, F.; Cordes, R.; Geyer, G. (2013): Marktchancen in Indien – Maritime Wirtschaft, *HWWI Policy Paper 77*, Hamburg. Download des Policy Papers unter: http://www.hwwi.org/uploads/tx_wilpubdb/HWWI_Policy_Paper_77.pdf