

Der angerichtete Schaden und der Elefant im Raum für den dahinsiechenden Handel im Lockdown 3.

Lockdown #3 verursacht € 3,7 Mrd. Umsatzentgang in den geschlossenen Einzelhandelsbranchen

Im Lockdown #1 hat der stationäre Einzelhandel in Österreich bereits rd. € 3,8 Mrd. (brutto) „verloren“ bzw. nicht erwirtschaften können. Im Lockdown #2 sind nochmals rd. € 2,2 Mrd. hinzugekommen. Die Verlängerung des Lockdowns #3 bis zur geplanten Öffnung der zurzeit geschlossenen Non-Food-Branche am 8. Februar, verursacht weitere rd. € 3,7 Mrd. Umsatzentgang.

Sind die täglichen Umsatzverluste im Lockdown #1 vor Ostern bei rd. € 110 Mio. gelegen und durch die teilweise Öffnung einzelner Branchen bzw. kleiner Einzelhandelsgeschäfte nach Ostern auf rd. € 80 Mio. pro Tag gesunken, hat der Lockdown #2 Umsatzverluste in Höhe von rd. € 130 Mio./Tag verursacht.

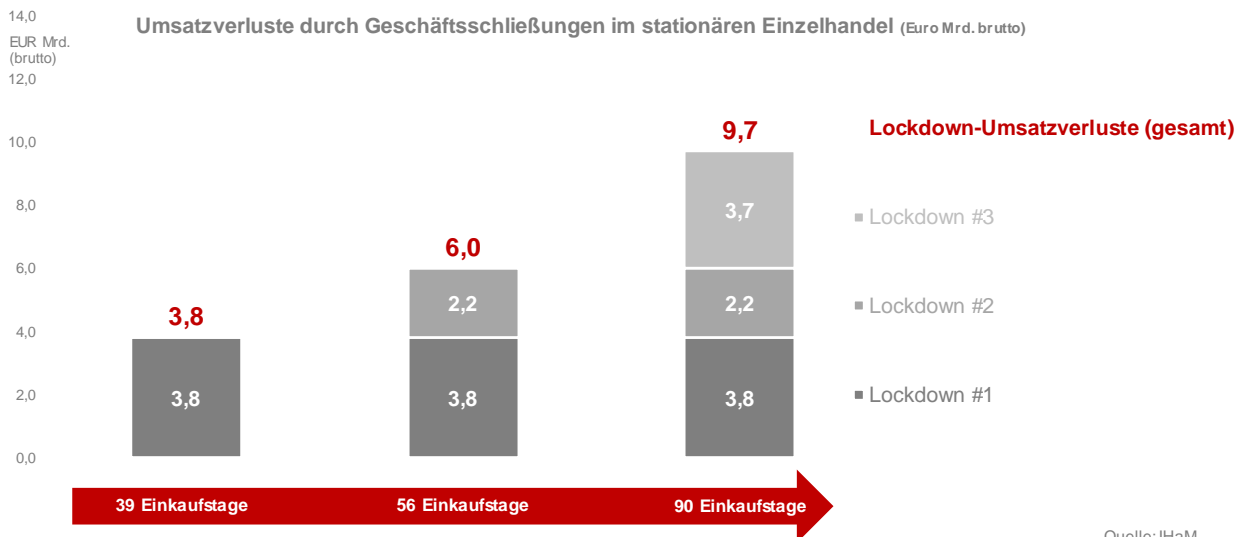
Besonders schwer getroffen haben den stationären Einzelhandel die Geschäftsschließungen in den umsatzstarken Einkaufstagen nach Weihnachten, die mit täglichen Verlusten von rd. € 140 Mio. einhergegangen sind. Für Jänner und Februar muss mit Umsatzausfällen in Höhe von mehr als rd. € 100 Mio. (brutto) pro geschlossenem Einkaufstag gerechnet werden. Das bedeutet, dass die Verlängerung des aktuellen Lockdowns um 2 Wochen (Öffnung der betroffenen Non-Food-Einzelhandelsgeschäfte nicht am 18. Jänner, sondern geplanter Weise erst am 8. Februar) mehr als € 1,2 Mrd. (brutto) Umsatzverlust verursacht.

Die unterschiedlichen Umsatzausfälle pro Tag in den Lockdowns #1, #2 und #3 ergeben sich rechnerisch durch die unterschiedlich hohen Umsätze, die in den einzelnen Monaten in den geschlossenen Non-Food-Branche üblicherweise realisiert werden.

Lockdown-Verluste summieren sich bei geschlossenen 90 Einkaufstagen auf € 9,7 Mrd. bzw. 30 % eines Jahresumsatzes.

Durch die Verlängerung des Lockdowns #3 (bis zur geplanten Öffnung am 8. Februar) summieren sich die Geschäftsschließungen auf Grund der Covid-19-Pandemie mittlerweile auf 90 Einkaufstage.

Auf Basis der jeweiligen Vorjahresumsätze konnten bzw. können dadurch die geschlossenen Non-Food-Branche in Summe rd. € 9,7 Mrd. Brutto-Umsätze nicht erwirtschaften. Rein rechnerisch entspricht dies rd. 30 % eines kompletten Jahresumsatzes im Durchschnitt der betroffenen Einzelhandelsbranchen.



Anmerkung: Hochrechnung/Prognose, gerundete Durchschnittswerte

Quelle: IHaM Institut für Handel, Absatz und Marketing

Resümee: Der Schaden ist angerichtet aber immer noch nicht ganz klar.

Der schleichende Entzug der österreichischen Konsument*innen hinsichtlich des stationären Handels geht in die Verlängerung und der Schaden akkumuliert sich. Die Sparquote freut sich und die neuen Verschärfungen hinsichtlich der Maskenpflicht werden zusätzlich dem Einkaufserlebnis im Ladengeschäft die Luft nehmen. Tatsache ist, dass unsere Zahlen nur einen Teil der unsäglichen Geschichte (Anm. Lockdown-Verlängerungen) zeigen. Der Elefant im Raum ist die Ungewissheit darüber, wann und ob es wie viele Nachziehkäufe über den stationären Handel geben wird. Nachdem die Konsumstimmung weiterhin im Keller bleibt, wird das Ausmaß, das Versäumte nachzuholen, nach der nochmaligen Verlängerung wohl zusehends geringer bzw. wird sich weiterhin über den Online-Handel entladen.

IHaM Institut für Handel, Absatz und Marketing

Linz, 18. Jänner 2021

Dr. Ernst Gittenberger

Leitung CRCR Centre of Retail and Consumer Research
IHaM Institut für Handel, Absatz und Marketing
JKU Johannes Kepler Universität Linz
[T] +43 699 19 29 49 89
[E] ernst.gittenberger@jku.at
[W] www.jku.at/ham

Univ. Prof. Dr. Christoph Teller

Institutsvorstand
IHaM Institut für Handel, Absatz und Marketing
JKU Johannes Kepler Universität Linz
[T] +43 732 2468 7025
[E] christoph.teller@jku.at
[W] www.jku.at/ham

Methodik:

Die Hochrechnungen des Instituts für Handel, Absatz und Marketing (IHaM) der Johannes Kepler Universität Linz (JKU) zu den Umsatzverlusten im stationären Einzelhandel während der Lockdowns #1, #2 und #3 (im Vergleich zum Vorjahr) basieren auf Daten von Statistik Austria. Die Ergebnisse sind als Abschätzung zu verstehen und berücksichtigen nicht etwaige Umsätze in den geschlossenen Non-Food-Branchen, die während der Lockdowns online bzw. durch „Click & Collect“ erzielt werden.