

Euler Hermes Studie: Insolvenzen im Einzelhandel weltweit um zwei Drittel gestiegen

- Traditionelle Einzelhändler leiden unter Preiskriegen und stehen unter Modernisierungsdruck
- Der Umsatzanteil des Online-Handels wird von 9% bis 2020 auf 15% steigen
- All-Kanal-Vertrieb, Internet-Präsenz und Mobilität werden entscheidende Erfolgskriterien
- Anpassungsdruck in den USA, Großbritannien, Deutschland und Südkorea am höchsten

Hamburg, 9. Juni 2017 – Euler Hermes, der weltweit führende Kreditversicherer, hat in einer aktuellen Studie „Retail, Disrupted – Pressure and Potential in the Digital Age“ die weltweiten Auswirkungen der Digitalisierung und die veränderte Konsumnachfrage auf den Einzelhandel untersucht. Danach ist die Insolvenzquote in diesem Sektor 2016 weltweit um zwei Drittel gestiegen. Die Einschätzung der Risiken, Herausforderungen und Chancen des Einzelhandels im Umfeld der Digitalisierung basiert auf den Informationen von 1.500 hauseigenen Kredit- und Risikoanalysten in zwölf Ländern.¹

Preiskriege setzen etablierten Konzernen weltweit zu

Der nominale Einzelhandelsumsatz ist in der letzten Dekade weltweit um 4,8% pro Jahr gestiegen. 2016 lag der Umsatzanteil des Onlinehandels bei etwa 9%. In den kommenden drei Jahren dürfte die Quote auf 15% weiter deutlich ansteigen. Das lässt die Angebots- und Nachfrageentwicklung erwarten, die durch das geänderte Kaufverhalten der sogenannten „Digital Natives“ sowie neuer elektronischer Plattformen unterstützt wird. Damit wird das System empfindlich gestört und neu definiert.

„Preiskriege haben die finanzielle Lage vieler traditioneller Einzelhändler extrem strapaziert“, meint Ludovic Subran, Chefvolkswirt der Euler Hermes Gruppe. „Viele haben den Digitalisierungsaspekt unterschätzt und hinken nun den Kundenerwartungen hinterher.“ Als Folge ist die Profitabilität weltweit von 8% im Jahr 2011 auf 5,7% im vergangenen Jahr gesunken. Große Einzelhändler mit einem Umsatz von mehr als 10 Millionen USD haben 2016 mit einem Insolvenzanstieg von weltweit mehr als 66% einen stolzen Preis im Zuge dieser Entwicklung bezahlt. „Die aktuellen Diskussionen zum Ladenschlussgesetz in Deutschland ähneln denen in Frankreich vor einem Jahr, die Emmanuel Macron als damaliger Finanzminister angeführt hat. Einkäufe nach Feierabend oder an Sonntagen finden immer häufiger vor dem Computer statt. Damit offenbaren sich Nachteile der gesetzlich geregelten Öffnungszeiten der Kaufhäuser gegenüber Rund-um-die-Uhr zugänglichen Onlineshops immer deutlicher. Aber das ist nur die Spitze des Eisbergs: Der Einzelhandel sollten im Ganzen überdacht und traditionelle Aufteilungen zugunsten eines übergreifenden Kundenerlebnisses on- und offline aufgehoben werden.“

Grenzenlose Shopping-Erfahrung ist die Zukunft

Um der drohenden finanziellen Schieflage vorzubeugen, sind viele Unternehmen vergangenes Jahr auf Einkaufstour gegangen. Rund 2 Billionen USD haben Einzelhändler 2016 in Technologie-Firmen investiert. Das entspricht einem Vielfachen der Summe von 148 Milliarden USD, die 2014 für spezielle Technik-Expertise ausgegeben wurde.

Maxime Lemerle, Leiter der Sektor- und Insolvenzanalyse bei Euler Hermes, erläutert die Situation: "Der Einzelhandel steht vor einem entscheidenden Umbruch. Viele alteingesessene Anbieter müssen ihr gesamtes Geschäftsmodell überdenken.“ Während es beachtliche regionale und lokale Unterschiede gibt, haben die Experten von Euler Hermes übergreifend drei zentrale Herausforderungen für den Einzelhandel in den kommenden Jahren identifiziert:

1. Ein All-Kanal-Vertrieb, der es Kunden jederzeit ermöglicht, grenzenlos online, telefonisch oder in einen physischen Laden einzukaufen.
2. Ein Internet-Auftritt, der aufgrund der signifikanten Kosten eine Hürde für Einzelhändler ohne Wachstumshebel sein kann, um gleichzeitig den Preisdruck auszugleichen.

¹ Brasilien, China, Frankreich, Deutschland, Indien, Italien, Japan, Russland, Südkorea, Spanien, Großbritannien und den USA.

3. Die Gestaltung einer „mobilen Kundenreise“ durch die Digitalisierung des Angebots und die Nutzung des Internets der Dinge (*Internet of Things*).

„Es gibt nur die eine Wahl für Einzelhandelsunternehmen, sich anzupassen“, meint Lemerle. „Die Alternative ist die Schließung.“

USA, Großbritannien, Deutschland und Südkorea unter hohem Anpassungsdruck

Regional können die analysierten zwölf Länder in vier Gruppen zusammengefasst werden. Danach ist der Anpassungsdruck für Einzelhändler in den USA, in Großbritannien, Deutschland und Südkorea am höchsten. Bislang seien jedoch viele Unternehmen gut positioniert, um veränderten Rahmenbedingungen gerecht zu werden. Einzelhändler in Frankreich und Japan, in einem geringeren Umfang auch in Italien und Spanien, leiden unter größerem Druck durch die veränderte Kundennachfrage. Die Bereitschaft, diesen Veränderungen Rechnung zu tragen, ist aktuell noch nicht stark ausgeprägt. Dagegen ist man sich China und Indien über die Vorteile der Digitalisierung zum größten Teil bereits bewusst, aber hohe und gut verteidigte Markteintrittsbarrieren vermindern den Anpassungsdruck. Versierte Marktteilnehmer mit einem erhöhten Digitalisierungsbewusstsein haben dennoch das Potenzial, signifikante Marktanteile zu gewinnen. In Brasilien und Russland ist nahezu der gesamte Einzelhandel veraltet, und vor allem große Anbieter haben mit massiven strukturellen Problemen kämpfen.

Speziell in Deutschland haben Einzelhändler innerhalb von fünf Jahren bis 2016 einen dramatischen Rückgang der Profitabilität von 7% auf nur noch knapp 3% erlitten. „Mit der Rückkehr der Inflation und einem verlangsamten Konsum-Wachstum dürfte sich der Gegenwind noch verschärfen. Während Discounter und reine Online-Händler in diesem Umfeld gut positioniert sind, stehen vor allem Einzelhändler in der Mode- und Elektronik-Branche vor großen Herausforderungen“, ergänzt Ron van het Hof, CEO von Euler Hermes in Deutschland, Österreich und der Schweiz.

Die vollständige Studie mit detaillierteren Analysen der zwölf Länder finden Sie im vollständigen Euler Hermes Economic Outlook No. 1233-1234 auf der Euler Hermes Internetseite:

<http://www.eulerhermes.com/economic-research/publications/Pages/retail-disrupted-.aspx?postID=1077>

<http://www.eulerhermes.com/economic-research/publications/Pages/publication.aspx?postID=1075>

<http://www.eulerhermes.com/economic-research/blog/the-retail-survey-a-world-of-challenges.aspx?post=1080>

Pressekontakt:

Euler Hermes Deutschland (Hamburg)
Stefanie Waldeck
Telefon: +49 (0)40 8834-1033
Stefanie.waldeck@eulerhermes.com

Euler Hermes Group
Barry Gardner
Telefon: ++33 (0)6 63 60 43 14
barry.gardner@eulerhermes.com

Über Euler Hermes

Euler Hermes ist weltweiter Marktführer im Kreditversicherungsgeschäft und anerkannter Spezialist in den Bereichen Kautions-, Garantien- und Inkassogeschäft. Das Unternehmen verfügt über 100 Jahre Erfahrung

und bietet seinen Kunden umfassende Finanzdienstleistungen an, um sie im Liquiditäts- und Forderungsmanagement zu unterstützen.

Über das unternehmenseigene Monitoring System verfolgt und analysiert Euler Hermes täglich die Insolvenzentwicklung kleiner, mittlerer und multinationaler Unternehmen. Insgesamt umfassen die Expertenanalysen Märkte, auf die 92% des globalen Bruttoinlandsprodukts (BIP) entfallen.

Das Unternehmen mit Hauptsitz in Paris ist in mehr als 50 Ländern vertreten und beschäftigt mehr als 5.800 Mitarbeiter. Euler Hermes ist eine Tochtergesellschaft der Allianz und ist an der Euronext Paris notiert (ELE.PA). Das Unternehmen wird von Standard & Poor's und Dagong Europe mit einem Rating von AA- bewertet.

2016 wies das Unternehmen einen konsolidierten Umsatz von EUR 2,6 Milliarden aus und versicherte weltweit Geschäftstransaktionen im Wert von mehr als EUR 880 Milliarden.

Euler Hermes beschäftigt in Deutschland rund 1.400 Mitarbeiter, am Hauptsitz in Hamburg sowie in weiteren Niederlassungen in Deutschland.

Weitere Informationen auf www.eulerhermes.de, LinkedIn oder Twitter @eulerhermes

Die Einschätzungen stehen wie immer unter den nachfolgend angegebenen Vorbehalten.

Vorbehalt bei Zukunftsaussagen: So weit wir hierin Prognosen oder Erwartungen äußern oder unsere Aussagen die Zukunft betreffen, können diese Aussagen mit bekannten und unbekanntem Risiken und Ungewissheiten verbunden sein. Die tatsächlichen Ergebnisse und Entwicklungen können daher wesentlich von den geäußerten Erwartungen und Annahmen abweichen. Neben weiteren hier nicht aufgeführten Gründen ergeben sich eventuell Abweichungen aus Veränderungen der allgemeinen wirtschaftlichen Lage und der Wettbewerbssituation, vor allem in Allianz Kerngeschäftsfeldern und -märkten, aus Akquisitionen sowie der anschließenden Integration von Unternehmen und aus Restrukturierungsmaßnahmen. Abweichungen resultieren ferner aus dem Ausmaß oder der Häufigkeit von Versicherungsfällen, Stornoraten, Sterblichkeits- und Krankheitsraten beziehungsweise -tendenzen, und insbesondere im Bankbereich aus dem Ausfall von Kreditnehmern. Auch die Entwicklungen der Finanzmärkte und der Wechselkurse, sowie nationale und internationale Gesetzesänderungen, insbesondere hinsichtlich steuerlicher Regelungen, können einen Einfluss ausüben. Terroranschläge und deren Folgen können die Wahrscheinlichkeit und das Ausmaß von Abweichungen erhöhen. Die Gesellschaft übernimmt keine Verpflichtung, die hierin enthaltenen Aussagen zu aktualisieren.