

Pressemeldung

Corona trübt guten Jahresstart

ZHH-Umfrage zur Situation im Fachhandel in Zeiten der Corona-Krise

Düsseldorf, 23. April 2020 - Eine Umfrage des Zentralverband Hartwarenhandel e.V. (ZHH) zur Situation im Hartwarenhandel in der Corona-Krise signalisiert, dass der PVH im März ungeachtet drohender Betriebsschließungen, Kontaktbeschränkungen und der allgemeinen Verunsicherung in der Gesellschaft ein Wachstum gegenüber dem Vorjahresmonat erwirtschaften konnte. Trotz der Beeinträchtigungen der internationalen Lieferketten sind bisher nur vereinzelt Probleme bei der Warenversorgung und der eigenen Lieferfähigkeit festzustellen. Hingegen waren im Hartwareneinzelhandel teilweise Betriebsschließungen, ganz oder teilweise, notwendig, die zu deutlichen Umsatzrückgängen führten. Für April rechnet der Hartwarenhandel sowohl im PVH als auch im Einzelhandel mit einer deutlichen Eintrübung der wirtschaftlichen Situation.

Situationsbeurteilung des PVH

Zusammengenommen 53% der befragten PVH-Unternehmen bewerten die Umsatzentwicklung im März als *viel besser* (mehr als 5% Zuwachs) oder *besser* (bis 5% Zuwachs) als im Vorjahresmonat und 29% als *etwa wie* im Vorjahresmonat – dies obwohl deutschlandweit seit dem 16.03. Kontaktbeschränkungen und teilweise Betriebsschließungen angeordnet wurden. Dies kann zum einen darauf zurückgeführt werden, dass über 70% der Befragten ihre stationäre Verkaufsfläche offengehalten haben und das Geschäft im B2B-Bereich von einer intensiven Außen- und Innendienstbetreuung lebt. Zum anderen ging die Arbeit auf Baustellen und in handwerklichen Betrieben nahtlos weiter und es wurden teilweise auch von Seiten der gewerblichen Kundschaft Hamsterkäufe beobachtet. Doch die Unsicherheiten nehmen zu. So fällt die Umsatzprognose für den April deutlich negativer aus. Hier prognostizieren 71% der Fachhändler eine *schlechtere* (bis

Pressekontakt:

Zentralverband Hartwarenhandel e.V.
Hauptgeschäftsführer Thomas Dammann
Geschäftsführer Niklas Schulte

5% Rückgang) oder *viel schlechtere* (mehr als 5% Rückgang) Umsatzentwicklung als im Vorjahresmonat, 24% erwarten eine Entwicklung auf dem Vorjahresniveau für den April. Die Auftrags- und Umsatzentwicklung im Werkstatt-, Montage- und Dienstleistungsgeschäft beschrieb gut die Hälfte der Befragten mit *gleichbleibend*.

Mehr als die Hälfte der teilnehmenden Handelsunternehmen nutzen die derzeitige Situation um den eignen **Onlineshop** auf- oder auszubauen. Auch der Vertrieb über Onlineplattformen (19%) und soziale Netzwerke (33%) sowie digitale Beratungstools (33%) erfreut sich gesteigerter Beliebtheit und wird herangezogen, um kontaktlos Geschäfte abzuwickeln und mit den Kunden im Dialog zu bleiben. Daneben zeigt sich deutlich, dass die klassischen Vertriebs- und Kommunikationskanäle weiterhin eine hohe Bedeutung haben und nach wie vor stark genutzt werden. So haben 67% der PVH-Unternehmen ihr Abhol- und Liefergeschäft ausgebaut und 86% ihre telefonischen Vertriebsaktivitäten ausgeweitet. Die Branche bewegt sich stärker denn je in Richtung **Multi-Channel-Marketing**.

Von den Unterstützungsmaßnahmen von Bund und Ländern haben bisher zwei Drittel der PVH-Unternehmen Gebrauch gemacht. An erster Stelle steht hier die vereinfachte Möglichkeit, Kurzarbeit anzuordnen. 81% der Unternehmen haben Kurzarbeitergeld bereits beantragt oder planen dies zu tun. Betroffen hiervon sind primär Mitarbeiter im engen Kundenkontakt, wie Außendienst- und Thekenpersonal. Entsprechend kann der PVH bisher an seinen Mitarbeitern festhalten. An zweiter Stelle steht die Möglichkeit von Steuerstundungen: Hiervon haben bisher 29% der Fachhändler Gebrauch gemacht und 10% haben dies in Planung. Liquiditäts-/Soforthilfen mussten dagegen bisher lediglich 14% der Handelsunternehmen beantragen und weitere 19% planen dies.

Situationsbeurteilung des Hartwareneinzelhandels

Im Hartwareneinzelhandel ist aufgrund seiner differenzierten Ausprägung und den damit verbundenen unterschiedlichen Restriktionen seitens der Politik kein einheitliches Bild darzustellen. So musste rund ein Drittel der Händler seine stationären Verkaufsflächen schließen, andere konnten teilweise oder ganz unter den spezifischen Vorgaben geöffnet bleiben. Entsprechend wirkte sich

Pressekontakt:

Zentralverband Hartwarenhandel e.V.
Hauptgeschäftsführer Thomas Dammann
Geschäftsführer Niklas Schulte

dies auf die Umsatzentwicklung im März im Vergleich zum Vorjahr aus. Die Entwicklung ging von deutlichen Zuwächsen bis zu massiven Einbrüchen von über 50%. Im Mittel lagen die Rückgänge im hohen einstelligen Bereich.

Für den April ist die Umsatzprognose negativer. Hier prognostizieren über 60% der Fachhändler eine *schlechtere* (bis 5% Rückgang) oder *viel schlechtere* (mehr als 5% Rückgang) Umsatzentwicklung als im Vorjahresmonat, 26% erwarten eine Entwicklung auf dem Vorjahresniveau und wenige eine Verbesserung. Die Auftrags- und Umsatzentwicklung im Werkstatt-, Montage- und Dienstleistungsgeschäft beschreiben hier gut zwei Drittel der Befragten mit *gleichbleibend* oder *gut*.

Von den Unterstützungsmaßnahmen von Bund und Ländern haben nahezu alle der Hartwareneinzelhändler Gebrauch gemacht. An erster Stelle steht hier die Soforthilfe (72%), gefolgt von der vereinfachten Möglichkeit Kurzarbeit anzuordnen. 59% der Unternehmen haben Kurzarbeitergeld bereits beantragt oder planen dies zu tun. An dritter Stelle folgt die Möglichkeit von Steuerstundungen (49%) sowie der Beantragung von Zuschüssen durch Bund und Länder.

Um den veränderten Vertriebsmöglichkeiten Rechnung zu tragen, hat der Hartwareneinzelhandel gegen die Umsatzrückgänge die telefonische Beratung intensiviert (90%), das Abhol- und Liefergeschäft ausgebaut (72%) und seine Werbemaßnahmen auf verschiedensten Kanälen verstärkt (67%). Auch der Vertrieb über soziale Netzwerke (44%) und lokale Marketing- und Wirtschaftsverbände (36%) wird herangezogen, um kontaktlos Geschäfte abzuwickeln und Kunden zu erreichen. Hingegen werden Onlineplattformen (18%) und der Auf- oder Ausbau des Onlineshop (26%) bisher eher noch verhalten genutzt, was auch an fehlenden Produktdaten oder einem hierauf ausgerichteten Warenwirtschaftssystem liegen könnte. Auch der Facheinzelhandel nutzt andere Kontaktmöglichkeiten zu seinen Kunden, ansatzweise auch in Richtung **Multi-Channel-Vertrieb**.

Ansätze und Zusammenhalt passen

„Gerade jetzt kommt dem Fachhandel, sowohl dem PVH als auch dem Hartwareneinzelhandel, die enge und intensive Kundennähe zugute. Jetzt gilt es diese den aktuellen Gegebenheiten anzupassen und neue Wege auszuprobieren

Pressekontakt:

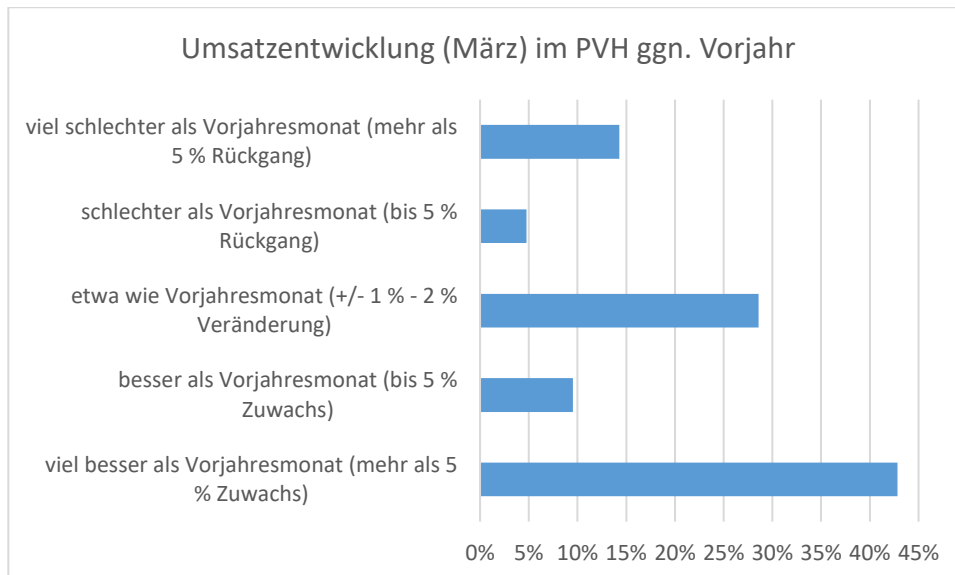
Zentralverband Hartwarenhandel e.V.
Hauptgeschäftsführer Thomas Dammann
Geschäftsführer Niklas Schulte

oder stärker zu nutzen. Hier sind erfreuliche Ansätze zu beobachten, die es weiter zu verfolgen gilt“, so Thomas Dammann, Hauptgeschäftsführer des ZHH.

In beiden Handelsbereichen wird der Zusammenhalt der Branche in der Krise positiv bewertet: Über 80% der PVH-Unternehmen und Hartwareneinzelhändler zeigen sich mit der Unterstützung durch die Branchenverbände und Verbundgruppen zufrieden.

Abbildungen

Abbildung 1: Umsatzentwicklung im PVH



Pressekontakt:

Zentralverband Hartwarenhandel e.V.
Hauptgeschäftsführer Thomas Dammann
Geschäftsführer Niklas Schulte

T: +49 2 11 – 47 050 0

M: zhh@zhh.de

www.zhh.de

Abbildung 2: Maßnahmen gegen Umsatzrückgänge

**Maßnahmen des PVH gegen Umsatzrückgänge
(März/April 2020)**

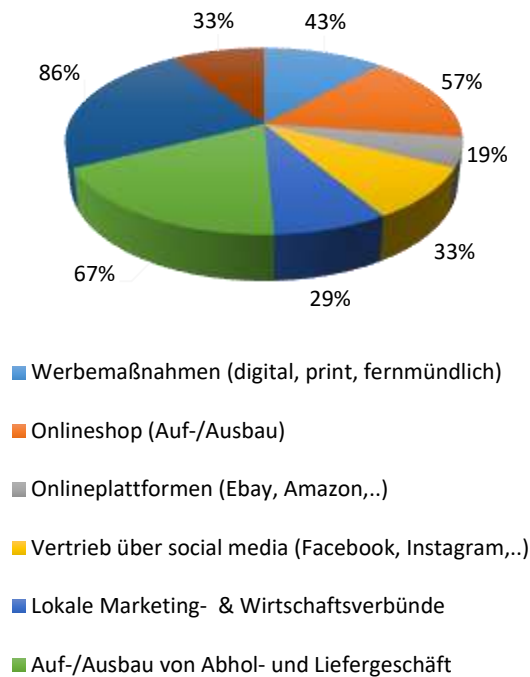
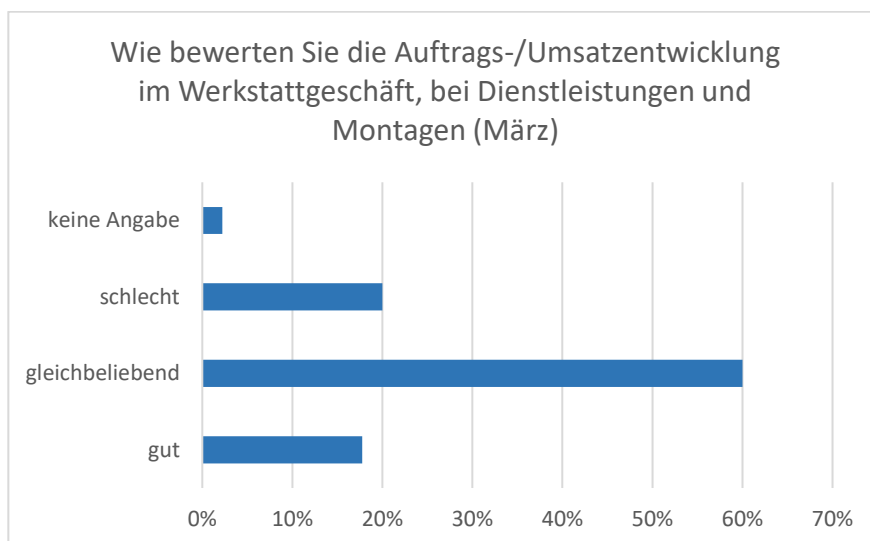


Abbildung 3: Auftrags-/Umsatzentwicklung im Facheinzelhandel

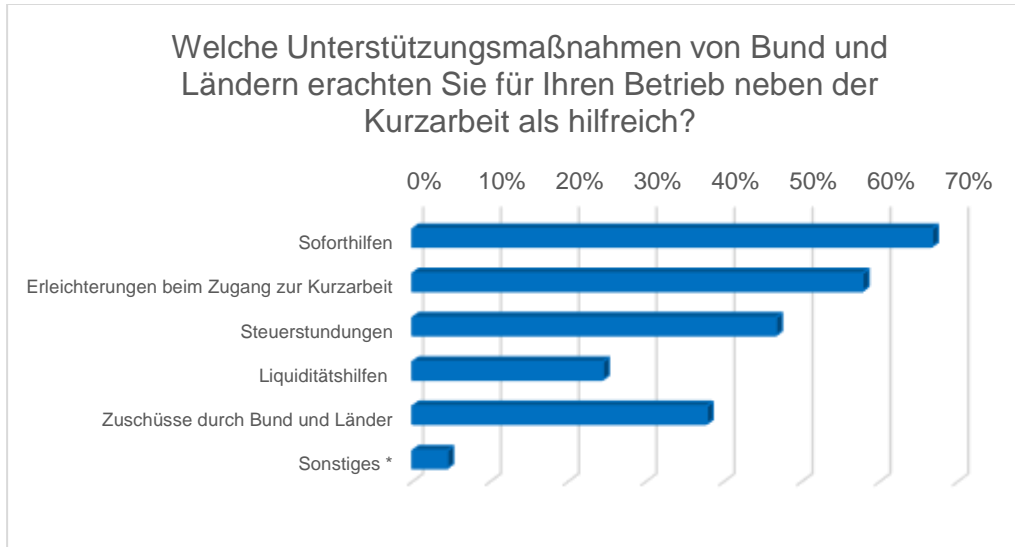


Pressekontakt:

Zentralverband Hartwarenhandel e.V.
Hauptgeschäftsführer Thomas Dammann
Geschäftsführer Niklas Schulte

T: +49 2 11 – 47 050 0
M: zhh@zhh.de
www.zhh.de

Abbildung 4: Unterstützungsmaßnahmen für den Facheinzelhandel



Pressekontakt:

Zentralverband Hartwarenhandel e.V.
Hauptgeschäftsführer Thomas Dammann
Geschäftsführer Niklas Schulte

T: +49 2 11 – 47 050 0

M: zhh@zhh.de

www.zhh.de



Über den ZHH

Der Zentralverband Hartwarenhandel e.V. (ZHH) ist seit mehr als 120 Jahren die Branchenvertretung des mittelständischen Hartwarenfachhandels, der sich aus Facheinzelhandel und Produktionsverbindungshandel (PVH), zusammensetzt. Hartwaren ist der Sammelbegriff für eine Vielzahl von Waren und Warengruppen, worunter vor allem die Sortimente Eisenwaren, Werkzeug, Beschläge, Bauelemente, Sicherheitstechnik, Motorgeräte, Haushaltswaren, Heimwerkerbedarf, Einbauküchen sowie Haushaltsgroß- und Elektrokleingeräte fallen. Die verschiedenen Sortimente werden im ZHH durch Arbeitskreise und Verbände vertreten. Als Branchenverband ist der ZHH der Förderung des mittelständischen Handels verpflichtet. Im Rahmen der Spitzenverbände vertritt er die fachlichen Interessen des Hartwarenhandels und ist im internationalen Kontext in der International Federation of Hardware and Housewares Association (IHA) aktiv.

Arbeitskreise des ZHH e.V.:

- Arbeitskreis Baubeschlag (AKB)
- Arbeitskreis Werkzeuge (AKW)
- Bundesverband Mittelständischer Küchenfachhandel (BMK)
- Fachverband des Deutschen Eisenwaren- und Hausrathandels (FDE)
- Fachkreis Hausrat/GPK (FHG)
- Bundesverband Produktionsverbindungshandel (multitec)
- Verband der Motoristen (VdM)
- Arbeitskreis Hartwarenhandel Berlin/Brandenburg (AHB)

Pressekontakt:

Zentralverband Hartwarenhandel e.V.
Hauptgeschäftsführer Thomas Dammann
Geschäftsführer Niklas Schulte

T: +49 2 11 – 47 050 0
M: zhh@zhh.de
www.zhh.de