

## Die Folgen von Corona - eine erste Zwischenbilanz im Einzelhandel

Österreich hat umfassende Maßnahmen gegen die Ausbreitung des Coronavirus gesetzt. Diese Regelungen treffen in besonderem Maße auch den stationären Einzelhandel. Geschäfte, die nicht explizit der Grundversorgung der Bevölkerung dienen (wie Lebensmittel, Drogerien, Trafiken, Telekommunikation, medizinische Artikel, Apotheken sowie Zoobedarf), müssen geschlossen halten. Österreichweit sind im Einzelhandel seit Montag, 16.03.2020 insgesamt **23.000 Geschäfte** (Outlets) mit einer Verkaufsfläche von fast **10 Mio m<sup>2</sup>** geschlossen. Dies sind 61 % der österreichischen Einzelhandelsgeschäfte mit 69 % der Verkaufsfläche. Folglich ist der Großteil der Einzelhandelsbranchen von starken Umsatzrückgängen betroffen.

In vielen umsatzstarken Branchen wie dem Einzelhandel mit **Bekleidung**, dem Einzelhandel mit **Möbeln** sowie der Einzelhandel mit **Bau- und Heimwerkerbedarf** ist davon auszugehen, dass in den beiden März-Wochen (16.-28. März) hohe Umsätze verloren gegangen sind: Pro Branche ist mit einem Wert zwischen € 150 Mio und € 200 Mio zu rechnen. Fraglich ist, ob die Österreicher\_innen z. B. die Einkäufe der neuesten Frühlingmode oder von Gartenpflanzen und Gartenbedarf später nachholen werden. Das kommt vielfach auf die weitere Dauer der Geschäftsschließungen an.

Besonders stark betroffen von den Geschäftsschließungen sind Branchen wie der Einzelhandel mit **Sportartikeln** sowie der Einzelhandel mit **Spielwaren**. In diesen beiden Branchen zählt der März zu einem der umsatzstärksten Monate. Es ist davon auszugehen, dass die Einkäufe aufgrund des fehlenden Ostergeschäfts (z.B. Sport und Spielwaren) und der fehlenden Tourist\_innen (Sport) nicht nachgeholt werden.

Die KMU Forschung Austria schätzt den **Umsatzentgang** der von den **Geschäftsschließungen** betroffenen Branchen in den beiden vergangenen Wochen (16.-28. März) auf insgesamt mehr als **€ 1 Mrd (netto)**.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Als Ausgangsbasis dienen die Umsätze des Einzelhandels im Gesamtjahr 2019. Mittels einer Saisonkurve wird jener Umsatz ermittelt, der üblicherweise im März erzielt wird. Im Laufe der letzten drei Jahre entfielen durchschnittlich 8,2 % des Jahresumsatzes auf März. Dieser Märzumsatz wird dann auf die Einkaufswochen aufgeteilt.

Viele der betroffenen Unternehmen haben versucht, ihren **Internethandel** zu forcieren. Doch selbst unter Annahme einer Verdoppelung, würde das die Umsatzverluste nur um rund **€ 50 Mio<sup>2</sup>** vermindern. Dazu kommt, dass viele kleine inhaber- und familiengeführte Geschäfte noch nicht über Onlineshops etc. verfügen. Das legt weitere Umsatzverschiebungen hin zu großen Handelsunternehmen, welche über eine entsprechende digitale Infrastruktur verfügen.

#### Für Rückfragen:

##### **KMU Forschung Austria**

Wolfgang Ziniel, Karin Gavac

w.ziniel@kmuforschung.ac.at; k.gavac@kmuforschung.ac.at

+43 1 505 97 61

www.kmuforschung.ac.at

---

<sup>2</sup> Diese Abschätzung erfolgt unter der Annahme, dass der Online-Anteil im März jenem des Jahres entspricht.