STANDPUNKT.

IRE|BS Immobilienakademie
International Real Estate Business School
Universität Regensburg

Ausgabe 148 | 16. Dezember 2025

Der Einzelhandel wird durch die schwache Gesamtwirtschaft belastet

Prof. Dr. Tobias Just, FRICS, Universität Regensburg und IRE|BS Immobilienakademie

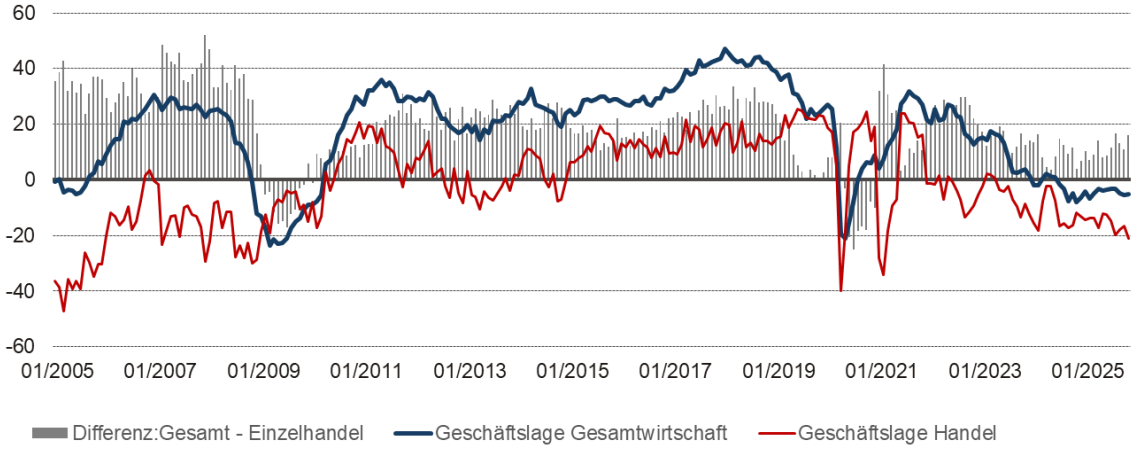
Die Weihnachtszeit ist seit Jahrzehnten die beste Zeit, um sich mit dem Einzelhandel zu beschäftigen, denn unterdessen entfällt ein großer Teil des Jahresumsatzes auf das Weihnachtsgeschäft. Der Umsatz im deutschen Einzelhandel dürfte 2025 bei rund 680 Mrd. Euro landen; davon entfallen über 18 % nach Schätzungen des Handelsverbands HDE auf das Weihnachtsgeschäft (wie auch immer dies genau abgegrenzt wird).

Die Einzelhandelsumsätze dürften zwar 2025 oberhalb des Vorjahres liegen, um nominal rund 2 %, doch nach der Preisbereinigung bleibt davon nicht viel übrig, eine schwarze Null. Und in die Gesamtumsätze fließen die Online-Umsätze ein. Diese machen mittlerweile ein Siebtel aller Einzelhandelsumsätze in Deutschland aus. Das Wachstum im Onlinehandel hat sich zwar weiter verlangsamt, doch auch 2025 wird der Onlinehandel gut doppelt so schnell expandieren wie im Vorjahr.

Und weil Weihnachten nun einmal am Jahresende liegt, folgt der Weihnachtsumsatzanalyse stets der Jahresausblick. Dieser soll hier nicht fehlen, er soll aber eingebettet werden in einen etwas weiter zurückreichenden Blick auf die Geschäftslage im Handel, um diese mit der Geschäftslage in der Gesamtwirtschaft zu vergleichen. Die Abbildung zeigt den ifo-Geschäftslageindex (hier als Differenz aus positiven und negativen Meldungen der Unternehmen) für die Gesamtwirtschaft und für den Einzelhandel, und zusätzlich illustrieren die Säulen in dem Schaubild die Differenz aus beiden Indizes: Positive Säulen signalisieren, dass die Lageeinschätzung für die Gesamtwirtschaft günstiger ist als für den Einzelhandel.

Konjunktureffekt dominiert

ifo-Einschätzung zur Wirtschaftslage, Diffusionsindex
(Differenz aus pos. und neg. Meldungen)



Quelle: ifo-Institut, eigene Darstellung

In den letzten zwanzig Jahren gab es nur zwei kurze Phasen, in denen die Lageeinschätzung im Einzelhandel vorteilhafter ausfiel als für die deutsche Wirtschaft insgesamt. Dies waren die Krisenjahre der Finanz- und Wirtschaftskrise 2009 und ein paar Monate während der Coronapandemie, als zumindest einige Läden öffnen durften und der Onlinehandel brummte. Von den insgesamt 231 Monaten, die für das Schaubild einflossen, lag der Lageindex für den Handel nur in 21 Monaten oberhalb jenem für die Gesamtwirtschaft, aber immerhin – und das mag vielleicht überraschen – lag der Lageindex für den Einzelhandel in 134 Monaten, also in mehr als der Hälfte aller Monate, oberhalb der Nulllinie; das heißt, in diesen Monaten berichteten mehr Unternehmen über ein positives Marktumfeld. Es lohnt daher ein zweiter Blick auf das Schaubild, und dieser Blick zeigt, dass sich der Untersuchungszeitraum in drei grobe Zeitabschnitte unterteilen lässt: Bis zum Ende der „heißen“ Phase der Finanz- und Wirtschaftskrise war die Stimmung und Lage im Einzelhandel überwiegend getrübt, und der Abstand zur Einschätzung für die Gesamtwirtschaft war erheblich. Hier wirkte die Strukturbelastung für den Handel am stärksten, positive konjunkturelle Effekte kamen im Handel nur unzureichend an. Diese Strukturbelastung hielt in den Jahren bis zur Coronapandemie offenbar an, denn das Delta zwischen der Lagebewertung der Gesamtwirtschaft im Vergleich zum Handel blieb ausgeprägt, wenngleich kleiner als in den Jahren zuvor. Dass diese Differenz etwas kleiner ausfiel, dürfte daran gelegen haben, dass der Einzelhandel in hohem Maße von der Zuwanderung, die in diesen Jahren nach Deutschland kam, profitierte.

Die dritte Phase wurde nach dem verdauten Corona-Schock eingeläutet: Zunehmend leidet die deutsche Industrie unter den geopolitischen Verwerfungen und die Bau- und Immobilienwirtschaft unter den Zins- und Baukostensteigerungen. Ablesbar ist dies an der erodierenden Lageeinschätzung der Gesamtwirtschaft. Der Einzelhandel kann sich diesem Druck nicht entziehen. Aktuell überwiegt dieser konjunkturelle Abwärtsdruck sogar die strukturellen Probleme, denn die Differenz der Lagebewertungen ist seit Monaten unterdurchschnittlich gering – noch nicht zugunsten des Handels, aber immerhin vergleichsweise klein. Es wäre leider falsch zu hoffen, dass die Strukturanpassungen für den Handel damit vorüber sind, sie wirken nur aktuell weniger schwer als die Konjunktursorgen. Und weil endlich intensiver über Transformation und Erneuerung von Innenstädten auf kommunaler Ebene – zum Teil sogar auf nationaler Ebene – diskutiert wird, besteht Hoffnung, dass der stationäre Einzelhandel mehr Unterstützung bei den Strukturproblemen erhält. Diese Unterstützung wird nicht in Form von Subventionen erfolgen; es wäre schon viel geholfen, wenn mehr Experimentierbereitschaft, mehr Umbaumöglichkeiten und mehr Stärkung von Wohnen in den Kernstädten bewilligt würde, damit der stationäre Einzelhandel eine seiner Hauptstärken häufiger ausspielen kann: die niedrigen Transaktionskosten für jene Käufer, die mehrere Geschäfte ansteuern wollen und die sich inspirieren lassen.

Nach vorne schauend würde dies dadurch flankiert, dass die Konjunkturprognosen der Forschungsinstitute für 2026 und 2027 etwas positiver ausfallen als für die zurückliegenden Jahre. Dies wäre dann auch für den Handel eine bescheiden positive Nachricht.

Prof. Dr. Tobias Just FRICS

IRE|BS Immobilienakademie GmbH
Kloster Eberbach
65346 Eltville
Telefon: 06723 9950-30
E-Mail: tobias.just@irebs.academy
www.irebs.academy

Prof. Dr. Tobias Just FRICS ist Wissenschaftlicher Leiter und Geschäftsführer der IRE|BS Immobilienakademie und Lehrstuhlinhaber für Immobilienwirtschaft an der Universität Regensburg.