**Es gilt das gesprochene Wort!**

**Rede**

des

Vize-Präsidenten

des Handelsverbands Bayern (HBE)

und

Vorsitzenden der Fachgemeinschaft

Lebensmittel

**Matthias Zwingel**

anlässlich

der Lebensmittel-Pressekonferenz

des Bayerischen Einzelhandels 2016

am 3. Februar 2016

in München

Sehr geehrte Damen und Herren,

herzlich Willkommen zu unserer traditionellen Lebensmittel-Pressekonferenz zu Beginn des neuen Jahres. Wie immer, wollen wir einen Ausblick auf das laufende Jahr werfen und zugleich die Bilanz für 2015 präsentieren.

Das vergangene Jahr hat dem bayerischen Lebensmitteleinzelhandel sehr viel Freude gemacht. Der stabile Arbeitsmarkt und die ungebrochene Konsumlust der Verbraucher halten unsere Branche auf Kurs.

Und auch die Aussichten für 2016 sind insgesamt gut. Die Konsumstimmung der Verbraucher ist bestens. Der Arbeitsmarkt in Bayern ist stabil.

Der Lebensmitteleinzelhandel in Bayern konnte seinen Umsatz 2015 auf rund 26,8 Mrd. Euro steigern. Das ist gegenüber 2014 eine Zunahme um 3 Prozent. Und es ist das sechste Jahr in Folge, in dem wir beim Umsatz zugelegt haben.

Das Weihnachtsgeschäft war ordentlich. Unsere Erwartungen sind erfüllt worden. Wir haben keinen Grund vor Freude an die Decke zu springen. Aber wir haben auch keinen Grund über das Weihnachtsgeschäft 2015 zu jammern.

Meine Damen und Herren,

im vergangenen Jahr feierte das Erfolgsformat Supermarkt sein 100-jähriges Bestehen. Ich konnte somit einen Großteil dieser Entwicklung 50 Jahre selbst - beginnend im elterlichen Geschäft miterleben.

1915 revolutionierte die Erfindung der Selbstbedienung die damalige Handelslandschaft.

Die klassischen Supermärkte entwickeln sich mittlerweile hin zu kompletten Marktplätzen durch Aufnahme weiterer Sortimentsangebote und Dienstleister wie zum Beispiel Postagenturen, Reinigungen, Lotto/Toto und Gastronomie.

Und der Supermarkt ist auch weiterhin ein Erfolgsmodell. Im vergangenen Jahr waren es wieder die klassischen Supermärkte, die auf der Gewinnerseite waren. Verloren haben die kleinen Supermärkte mit einer Verkaufsfläche bis 800 Quadratmeter und die Discounter, sowie Teile der Großfläche.

Discounter liegen in Bayern zwar immer noch bei einem Marktanteil von rund 40 Prozent. Aber Umsatzrückgänge haben die Vertriebsschiene mächtig unter Druck gesetzt.

Trotzdem wäre es verfrüht einen Abgesang auf die Discounter anzustimmen. Denn diese reagieren mit mehr Kundenservice, einer attraktiveren Ladengestaltung und der Erweiterung des Sortiments um Markenartikel zur Frequenzerhöhung.

Dies führt bei den Eckpreisen im Marken- und Handelsmarkengeschäft zu Preiseinbrüchen, welche wieder dem Verbraucher zu Gute kommen.

Kunden finden in den Regalen der Discounter schon seit einigen Jahren ein umfangreiches Angebot an Bio-Produkten. Und das Sortiment wird ständig erweitert.

Biologisch angebaute Lebensmittel haben auch im vergangenen Jahr quer über alle Vertriebsformen weiter zugelegt. 2015 hat die bayerische Bio-Branche rund 1,25 Mrd. umgesetzt. Das sind 4 Prozent mehr als noch 2014.

Nicht nur Naturkostläden und Bio-Supermärkte profitieren von dem Boom, sondern auch die konventionellen Supermärkte und Discounter profilieren sich mit dem Bio-Sortiment.

Gründe für die anhaltend starke Nachfrage nach Bio-Produkten sind der Wunsch vieler Verbraucher nach sicheren Lebensmitteln und der anhaltende Wellness-Trend.

Allerdings bewegen sich die Umsätze mit ökologisch angebauten Produkten immer noch auf einem insgesamt niedrigen Niveau. Der Anteil von Bio-Produkten am gesamten Umsatz im bayerischen Lebensmitteleinzelhandel lag 2015 nur bei 4,7 Prozent. Daher unterstützen wir ausdrücklich die Initiative "Regio-Bio" von Landwirtschaftsminister Brunner.

Allerdings ist bei der Umsatzentwicklung noch lange nicht das Ende der Fahnenstange erreicht. Geschmack und Qualität sind immer mehr angesagt und hier können gerade Bio-Produkte beim Verbraucher punkten.

Übrigens: Ein Lifestyle überlagert bereits den Bio-Konsum: Die Nachhaltigkeitswelle. Der Verbraucher unterscheidet nicht in allen Sortimentsbereichen gleich (Stichwort: Hybrider Verbraucher) und stellt Bio auf die gleiche Wertstufe wie z.B. Fair Trade, vegan, lokal, bis hin zu Superfoods.

Immer mehr punkten können vegane Produkte. Das Umsatzplus in Bayern liegt für 2015 bei immerhin rund 25 Prozent. Zwar ist die Umsatzsteigerung deutlich. Doch liegt der Anteil am gesamten Umsatz im bayerischen Lebensmittelanteil mit 135 Mio. Euro bei nur 0,5 Prozent.

Meine Damen und Herren,

bedingt durch den steigenden Außer-Haus-Verzehr und der Kundennachfrage nach Vollsortimentern mit mindesten 30.000 Artikeln, steigen die Anforderungen an die Verkaufsfläche mit mindestens 2.000 qm.

Selbst Discounter definieren ihre Mindestverkaufsfläche inzwischen mit 1.400 qm. Diese marktgegebenen Notwendigkeiten führen zu einer höheren Konzentration der Mittelflächen.

Dies hat zur Folge, dass die Zahl der Lebensmittelgeschäfte in Bayern immer weiter abnimmt. Derzeit sind es noch etwa 9.000. Das Sterben der kleinen Supermärkte und der Tante-Emma-Läden wird zusätzlich beschleunigt durch den Online-Handel.

Betroffen sind davon zwar vor allen Dingen kleine Orte in ländlichen Regionen. Doch auch in bayerischen Großstädten klagen Bewohner, dass in ihrem Viertel der Lebensmittelhändler geschlossen hat.

Meine Damen und Herren,

der wachsende Online-Handel hat die Spielregeln im Handel radikal verändert.

Effizienz, Kosten und Steuervorteile werden das Wachstum von Online weiter beschleunigen. Wenn der lebendige Markplatz vor Ort nicht vollständig in das Netz verlagert werden soll, müssen die politischen, gesetzlichen und steuerlichen Rahmenbedingungen geändert werden.

Die einzige Reaktion des stationären Handels ist die Konzentration in größere Einheiten - wie oben beschrieben. Bereits jetzt zeigen sich die fatalen Folgen des Online-Handels in Form von Umsatz- und Frequenzrückgängen in den stationären – vor allem kleineren – Geschäften.

Im Gegensatz zu vielen anderen Branchen lässt der Durchbruch beim Online-Handel mit Lebensmitteln aber nach wie vor auf sich warten.

Der Anteil des Online-Handels am Gesamtumsatz im Bereich Lebensmittel ist

auf 0,6 Prozent gewachsen. Aber er ist immer noch verschwindend gering.

Ein Beispiel: Während im vergangenen Jahr nur 11 Prozent der Deutschen online Lebensmittel eingekauft haben, waren es in Großbritannien immerhin 27 Prozent.

Mit Spannung beobachten wir deshalb den kommenden Markteintritt von Amazon. Der Markt in Deutschland ist hart umkämpft und die Deutschen lieben ihre Supermärkte.

Die noch hohe Verdichtung von kleinen Supermärkten und Tante-Emma-Läden verhindern einen schnelleren Eintritt von Online. Dies wird sich aber – wie gerade beschrieben – noch ändern.

Meine Damen und Herren,

lassen Sie mich an dieser Stelle noch kurz auf den Vorwurf eingehen, der Lebensmitteleinzelhandel sei ein Preistreiber.

Richtig ist, dass die Verbraucher in diesem Jahr zwar mit steigenden Preisen für Lebensmittel rechnen müssen. Allerdings werden dies keine Preissprünge sein, sondern nur moderate Anpassungen.

Die Preissteigerungen bei einigen Lebensmitteln im vergangenen Jahr hatten ihre Ursache in den Nachfrageschwankungen auf den Weltmärkten und den Wetterkapriolen. Schlechte Ernten weltweit wirken sich genauso wie die gestiegenen Anforderungen an die Lebensmittelsicherheit direkt auf die Verbraucherpreise aus.

Aber der wachsende Wettbewerb in Deutschland und der harte Preiskampf im Handel führen dazu, dass Lebensmittel in Deutschland so günstig wie in kaum einem anderen europäischen Land sind.

Meine Damen und Herren,

zum Schluss möchte ich noch auf ein Thema eingehen, was nicht nur unsere Branche beschäftigt hat: Die Übernahme von Tengelmann durch Edeka.

Unabhängig davon, wie man zur Entscheidung von Wirtschaftsminister Gabriel steht, darf man gespannt sein, wie sich die Übernahme konkret auswirken wird.

In Bayern gibt es momentan 130 Tengelmann-Filialen. Davon entfallen allein auf München 85 Geschäfte.

Für die Beschäftigten ist das von Gabriel verhängte Moratorium von fünf Jahren eine Perspektive auf eine sichere Zukunft und damit ein Erfolg.

Allerdings spätestens nach Ablauf dieser Frist wird entschieden, welche Standorte wirtschaftlich betrieben werden können und welche aufgegeben werden müssen. Die Entscheidung über die Zukunft ist nur aufgeschoben, nicht aber aufgehoben.

Welche Auswirkungen dies für die Nahversorgung hat, wird sich spätestens dann zeigen.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.