



VORSCHLAG DES GERMAN COUNCIL OF SHOPPING PLACES
ALS DISKUSSIONSEMPFEHLUNGEN ZUR ENTSCHEIDUNGSFINDUNG
19.05.2020

KONJUNKTURPROGRAMM FÜR DEN STATIONÄREN EINZELHANDEL

Vorstand

Christine Hager (Vorsitzende)
Harald Ortner
Markus Trojansky

German Council of Shopping Places

Bahnhofstrasse 29
71638 Ludwigsburg
Tel: +49 .7141 .388083
Fax: +49 .7141 .388084
office@gcsc.de
www.gcsc.de

Repräsentanz Berlin

Leipziger Platz 9
10117 Berlin
Tel: +49 .30 .202158556

Situation

Der stationäre Einzelhandel ist in Deutschland durch die Corona-Krise mehrfach stark betroffen, da zum einen ein totaler Umsatzausfall in den Wochen der behördlich angeordneten Geschäftsschließung entstanden ist und zeitgleich der schon vor der Krise wachsende reine Online-Handel deutlich spürbar den Konsumenten für sich gewinnen konnte.

Daraus ergibt sich folgend Ausgangslage:

- Jetzt schon Umsatzverlust durch den Lockdown in Höhe von 30 – 40 Mrd. Euro, Stand Mai 2020
- Rückgang in 2021 trotz Öffnung der Läden um bis zu 60 – 80 Mrd. Euro zusätzlich möglich (durch Kaufzurückhaltung und Verlagerung ins Internet)
- Folge schon in 2020: Ab spätestens Herbst droht eine Welle von Ladenschließungen im Einzelhandel (analog Gastronomie)

1. Unterschiedliche Ansätze für Unterstützungsmaßnahmen

In den letzten Wochen meldeten sich Vertreter der Verbände, die Einzelhändler selbst oder aber Wirtschaftswissenschaftler zu Wort und präsentierten unterschiedliche Ansätze, wie mit der dramatischen Situation umgegangen werden sollte. Forderungen nach Mietenteilung, ob nach der Forderung des HDE im Verhältnis 50:50 zwischen Vermieter und Mieter oder nach dem skandinavischen Modell unter Beteiligung des Staates, wie der ZIA es fordert, sind publik geworden und zeigen, wie dringend der Hilfsbedarf der Betroffenen auf Mieter- wie auch Vermieterseite ist.

Ansprechpartner

Harald Ortner,
Vorstand, German Council of
Shopping Places

Kontakt

Ingmar Behrens,
Bevollmächtigter des Vorstands
ibehrens@gcsc.de
Tel: +49 .171 .5139239



2. Vorschlag des GCSP

Der GCSP befürwortet ein **zeitlich befristetes Rabattierungsmodell** über die Herabsetzung der Mehrwertsteuer für Einkäufe **im stationären Einzelhandel**, und zwar nur für den Teil der Sortimente und Leistungen, bei denen der Großteil der Abverkaufsstellen im Rahmen des Lockdown durch Ladenschließungen betroffen waren. Somit gilt das Rabattierungsmodell im Bereich Einzelhandel z.B. für die Sortimente Bekleidung, Schuhe, usw., aber auch für Gastronomien und Dienstleister wie z.B. den Schuh- und Schlüsseldienst. Sortimente wie Lebensmittel, Drogeriewaren (FMCG /Fast Moving Consumer Goods), aber auch Baumarktsortimente sind von dem Rabattierungsmodell ausgeschlossen oder haben ohnehin schon niedrigere Steuersätze.

Das Rabattierungsmodell soll nur für Umsätze im stationären Bereich inkl. Click and Collect gelten, nicht für reine Online-Umsätze.

Wir schlagen zur Unterstützung der betroffenen Betriebe im stationären Ladenhandel die Herabsetzung der Mehrwertsteuer für Waren und Leistungen, die einen Satz von 19 % haben wie folgt vor:

Senkung der MwSt. auf 7 % beginnend am 1.7.2020 / endend 31.12.2021.

Die beschlossene Mehrwertsteuerreduktion in der Gastronomie sollte beibehalten werden.

3. Vorteile des Modells

Unser Vorschlag orientiert sich daran, dass es sinnvoll ist, die Betriebe zu fördern, die förderungswürdig sind. Dies spiegelt sich in den folgenden Überlegungen wieder:

- das Rabattierungsmodell greift nur bei getätigten Umsätzen, insofern kommt die Förderung den Betrieben zugute, die die Motivation mitbringen, ihren Betrieb zu erhalten;
- das Modell lässt weiteres Spiel für Vereinbarungen zwischen Mietern und Vermietern, die sich an den Modellen von HDE und ZIA oder aber an Zwischenformen orientieren können;
- das Modell kommt im Gegensatz zu Gutscheinsystemen, die oft von den größten Betrieben mit der größten Werbemacht vereinnahmt werden, allen Betrieben zugute;
- es werden die Sortimente und Betriebe gefördert, die am meisten durch die Krise in Mitleidenschaft gezogen wurden, bietet aber gleichzeitig auch den sog. Systemrelevanten eine Unterstützung über deren Randsortimente;

Vorstand

Christine Hager (Vorsitzende)
Harald Ortner
Markus Trojansky

German Council of Shopping Places

Bahnhofstrasse 29
71638 Ludwigsburg
Tel: +49.7141.388083
Fax: +49.7141.388084
office@gcsc.de
www.gcsc.de

Repräsentanz Berlin

Leipziger Platz 9
10117 Berlin
Tel: +49.30.202158556

Ansprechpartner

Harald Ortner,
Vorstand, German Council of
Shopping Places

Kontakt

Ingmar Behrens,
Bevollmächtigter des Vorstands
ibehrens@gcsc.de
Tel: +49.171.5139239



- die Unterstützung wird für die Betriebe kalkulierbarer, da sie die Rabattierung zur Kostenentlastung, aber auch zur Kundenakquise nutzen können, je nachdem, wie sie mit dem Vorteil umgehen;
- auf der Nachfrageseite ist das Modell ein Treiber, der die Konsumenten von der Couch in den stationären Ladenhandel lockt.

4. Volkswirtschaftliche Kosten des Modells

Der HDE prognostiziert einen Umsatz im stationären Einzelhandel (ohne Online-Handel) für 2020 von ca. 494 Mrd. Euro. Diese Summe ist um die Umsatzverluste der Lockdown-Wochen in Höhe von ca. 30 Mrd. Euro zu reduzieren, sodass es in 2020 zu einem geschätzten Umsatz von ca. 464 Mrd. kommen könnte. Davon entfällt ein Betrag in Höhe von etwa 232 Mrd. Euro für die Zeit ab Juli 2020. Für das Jahr 2021 prognostiziert bulwiengesa auf Basis der HDE Prognose einen Umsatz in Höhe von ca. 470 Mrd. Euro.

Insgesamt werden damit nach Expertenmeinung ab Juli dieses Jahres bis Ende nächsten Jahres rund 702 Mrd. Euro im stationären Ladenhandel umgesetzt.

Aus diesem Umsatz muss für den vergleichbaren Zeitraum der Umsatz der FMCG (Fast Moving Consumer Goods) herausgerechnet werden, da diese keine Rabattierung erhalten sollen bzw. schon mit dem niedrigen Steuersatz belegt sind. bulwiengesa schätzt hier für das zweite Halbjahr 2020 einen Betrag von 105 Mrd. Euro, für 2021 insgesamt dann rund 211 Mrd. Euro. Insgesamt sind also 316 Mrd. Euro zu subtrahieren.

Damit verbleiben über den genannten Zeitraum Umsätze in Höhe von insgesamt 386 Mrd. Euro, die der von uns vorgeschlagenen Rabattierung unterliegen.

Die Reduktion des Mehrwertsteuersatzes um 12 % verursacht insofern volkswirtschaftliche Kosten in Höhe von 38,92 Mrd. Euro.

Hinzu kämen die Kosten, die entstehen, wenn das Modell analog auf Umsätze in der Gastronomie und bei den Dienstleistungen angewendet wird.

In der Modellrechnung nicht berücksichtigt sind Steuereinnahmen, die durch einen Impuls auf Nachfrageseite geschaffen werden. Dies können nach unserer Auffassung bei 5 – 10 Mrd. Euro in dem betroffenen Zeitraum liegen.

Vorstand

Christine Hager (Vorsitzende)
Harald Ortner
Markus Trojansky

German Council of Shopping Places

Bahnhofstrasse 29
71638 Ludwigsburg
Tel: +49 .7141 .388083
Fax: +49 .7141 .388084
office@gcsc.de
www.gcsc.de

Repräsentanz Berlin

Leipziger Platz 9
10117 Berlin
Tel: +49 .30 .202158556

Ansprechpartner

Harald Ortner,
Vorstand, German Council of
Shopping Places

Kontakt

Ingmar Behrens,
Bevollmächtigter des Vorstands
ibehrens@gcsc.de
Tel: +49 .171 .5139239