

Einzelhandel im Vereinigten Königreich erfindet sich neu 26.08.2019

Der wachsende Onlinehandel bleibt nicht die einzige Herausforderung / Von Robert Scheid

London (GTAI) - Der klassische Einzelhandel steht im Vereinigten Königreich zunehmend unter Druck. Aggressive Preismodelle und innovative Formate bieten einen Ausweg.

Der britische stationäre Einzelhandel befindet sich im Umbruch. Für die Haupteinkaufsstraßen, die sogenannten "High Streets", spitzt sich der Überlebenskampf zu. Im Jahr 2018 gab es 7.500 mehr Ladenschließungen als Neueröffnungen. Das ist ein Zuwachs von 36 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Im 1. Halbjahr 2019 waren die Restaurants vom Starkoch Jamie Oliver, Kaufhauskette Debenhams, Modemarke L.K. Bennett und Café-Kette Patisserie Valerie die letzten Opfer.

Umsatzentwicklung im britischen Einzelhandel *)

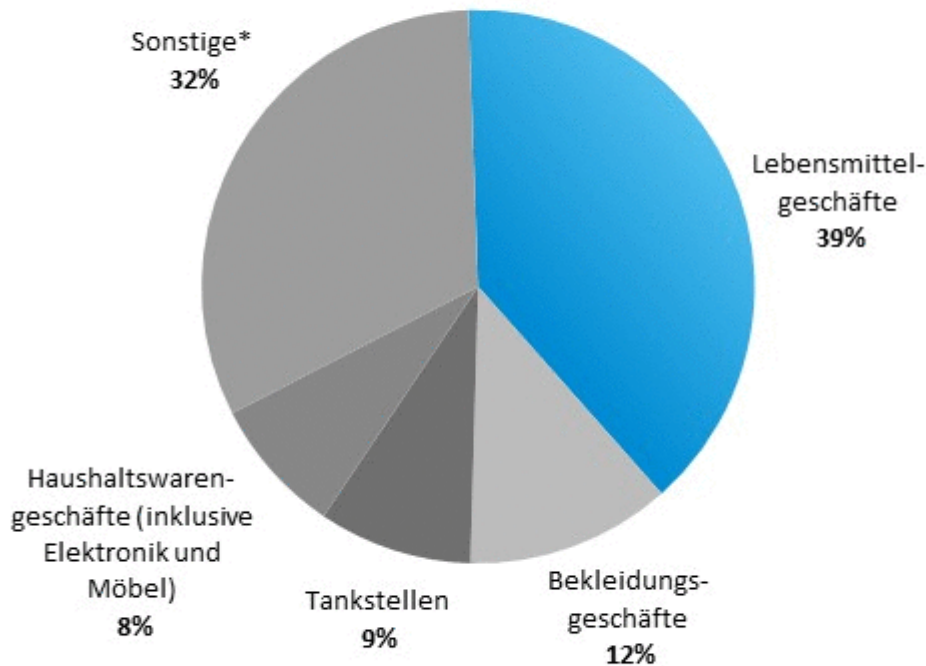
	2016	2017	2018
Umsatz (in Mrd. Euro)	429,1	417,8	430,4
Nominale Veränderung (in %)	3,4	4,4	4,0
Inflationsrate (in %)	0,7	2,7	2,5
Umsatz (in Mrd. £)	350,8	366,1	380,7
Wechselkurs 1 Pfund Sterling (£) = ? Euro	1,2233	1,1413	1,1305

*) ausschließlich Großbritannien (ohne Nordirland) und ohne Kraftfahrzeugtreibstoffe

Quellen: Office for National Statistics; Bank of England

Nahrungsmittel generieren höchsten Umsatz

Umsatzanteile am britischen Einzelhandel, 2017



*Sonstige Geschäfte, nicht-spezialisierte Geschäfte, oder Einzelhandel außerhalb von Verkaufsräumen (wie zum Beispiel Marktstände, Versandhandel, Onlinehandel)

Quelle: House of Commons; © 2019 Germany Trade & Invest

MKT201908238001.14

E-Commerce verdrängt stationären Einzelhandel

Ein Hauptgrund für die Veränderung im klassischen Einzelhandel ist die zunehmende Begeisterung britischer Konsumenten für das Onlineshopping. Der britische Onlinehandel verzeichnet jährlich zweistellige Wachstumsraten, während der Einzelhandel insgesamt nominal nur leicht zunimmt. Inzwischen generiert der E-Commerce fast 20 Prozent des gesamten Einzelhandelsumsatzes im Vereinigten Königreich.

Die wachsende Dominanz des Onlinehandels ist nicht die einzige Herausforderung der traditionellen "Brick and Mortar"-Händler. Die stationären Einzelhändler müssen auch mit höheren Kosten rechnen. Die niedrige Arbeitslosigkeit treibt die Lohnkosten für Angestellte nach oben und verringert die Mitarbeiterloyalität. Die Personalfluktuation nimmt zu. Auch die Grundsteuer für Geschäftsflächen ("business rates") sind laut Unternehmern zu hoch. Onlinehändler zahlen auf den gleichen Umsatz eine deutlich niedrigere Grundsteuer als Läden auf den britischen High Streets.

Neben höheren Kosten stellt auch der durch den Brexit verursachte Nachfrageeinbruch ein wachsendes Problem dar. Konsumenten sind vor dem geplanten Ausstieg des Vereinigten Königreichs aus der Europäischen Union (EU) am 31. Oktober 2019 verunsichert. Das Verbrauchervertrauen ist dementsprechend getrübt. Die starke Ab-

EINZELHANDEL IM VEREINIGTEN KÖNIGREICH ERFINDET SICH NEU

wertung des Pfund-Sterling seit dem Brexit-Referendum 2016 verteuert zudem importierte Waren. Davon betroffen sind vor allem Produkte wie Unterhaltungselektronik und Nahrungsmittel.

Discounter bleiben auf Expansionskurs

Auch wenn die Stimmung im britischen Einzelhandel insgesamt schlecht ist, sind mehrere positive Trends erkennbar. Allen voran die Discounter setzen ihren Expansionskurs fort. Besonders hervorzuheben sind die deutschen Lebensmittelketten. Während die großen britischen Supermärkte an Marktanteil verlieren, bauen Aldi und Lidl ihr Filialnetz im Vereinigten Königreich weiter erfolgreich aus.

Lidl gab im Juni 2019 bekannt, bis 2025 rund 500 Millionen Pfund Sterling (circa 550 Millionen Euro) in London investieren zu wollen. Bislang hat Lidl 760 Filialen im Vereinigten Königreich, davon 88 in der britischen Hauptstadt. Mit einem Marktanteil von 5,8 Prozent im Juli 2019 rangiert der Discounter noch vor dem Premiumsupermarkt Waitrose auf Platz 7. Aldi erzielte mit 8,1 Prozent Marktanteil und 827 Läden den 5. Platz. Das Unternehmen konnte seine Umsätze im Vereinigten Königreich 2018 um fast 10 Prozent steigern. Vor diesem Hintergrund wird die Expansion weiter vorangetrieben. Bis 2025 will Aldi sein Filialnetz auf 1.200 Läden ausbauen.

Das Discounter-Modell funktioniert auch in anderen Einzelhandelssparten. Britische Ketten wie B&M und Home Bargains sind auf Wachstumskurs. In diesen Fällen spielt der Online-Kanal eine wichtige Rolle. Die irisch-britische "Fast Fashion"-Kette Primark wiederum ist durch ihr Niedrigpreismodell ohne Onlineshop im Vereinigten Königreich und weltweit erfolgreich.

EINZELHANDEL IM VEREINIGTEN KÖNIGREICH ERFINDET SICH NEU

Auswahl der führenden Einzelhandelsgruppen im Vereinigten Königreich, 2018

Handelskette	Portfolio	Umsatz (in Mio. £) 1)	Veränderung (in %) 2)	Anzahl der Filialen
Tesco Plc	Supermärkte, Hypermärkte, Onlinehandel, Finanzierung- und Versicherungsdienstleistungen, Tankstellen	63.911	11,2	3.787
J Sainsbury Plc, dazu gehören: Argos (Kataloghandel), Habitat (Möbel)	Supermärkte, Onlinehandel, Kataloghandel, Finanzdienstleistungen, Tankstellen	29.007	1,9	2.300
Asda Stores Ltd (Walmart, USA) 3)	Supermärkte, Hypermärkte, Tankstellen	21.952	2,5	630
WM Morrison Supermarkets Plc	Supermärkte, Onlinehandel, Großhandel, Tankstellen	17.735	2,7	494
Marks & Spencer Plc	Kaufhäuser, Finanzdienstleistungen	10.377	-3,0	1.035
Aldi Stores Ltd 3)	Discounter	10.181	16,4	827
Co-operative Group Ltd	Supermärkte, Großhandel, Finanz- und Versicherungsdienstleistungen, Rechtsberatung Bestattungsinstitute, Tankstellen	10.162	13,6	2.582
Boots UK Ltd 4)	Drogerien, Apotheken, Hörakustik und Augenoptik, Impfservice	6.790	-2,3	2.486
Waitrose & Partners (gehört zu John Lewis)	Supermärkte	6.430	1,2	349
Kingfisher Plc 5)	Baumärkte	5.061	1,2	923
John Lewis Partnership	Kaufhäuser	3.887	0,7	51

1) Geschäftsjahr endet vorwiegend im 1. Quartal 2019; 2) Veränderung in Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum; 3) Geschäftsjahr endet am 31.12.2017; 4) Geschäftsjahr endet am 31.08.2018; 5) Umsatz Vereinigtes Königreich und Republik Irland; Jahresdurchschnittskurs 2018: 1 GBP (£) = 1,1305 Euro

Quellen: Recherchen von Germany Trade & Invest; Statista; Bank of England

Clicks and Mortar und Re-Commerce sind die neuen Schlagwörter

Auch die Verflechtung zwischen stationärem Einzelhandel und Onlinehandel, das sogenannte Multi-Channel-Retailing oder auch "Clicks and Mortar" genannt, gewinnt an Bedeutung. Online-Riesen wie Amazon und Ebay experimentieren mit Pop-up-Shops und der Eröffnung von Ladenlokalen. Amazon hat im Juni 2019 in Manchester den ersten "Clicks and Mortar"-Laden in Großbritannien eröffnet. Kleine Onlineunternehmen erhalten hier die Chance, ihre Produkte in einem Geschäft anzubieten. Insgesamt sind zehn Amazon-Läden geplant. Bereits im Oktober 2018 hat Amazon in London ein Pop-up-Modegeschäft aufgemacht.

EINZELHANDEL IM VEREINIGTEN KÖNIGREICH ERFINDET SICH NEU

Ein weiterer Trend ist das gesteigerte Umweltbewusstsein unter britischen Konsumenten. Neue Geschäftsmodelle wie das "Re-Commerce", aber auch Secondhandläden, sogenannte Thrift Stores, bedienen die Nachfrage nach nachhaltigen Konsumgütern.

Weitere Informationen zum Vereinigten Königreich finden Sie unter <http://www.gtai.de/vk>. ▶

Über den geplanten Brexit informiert Germany Trade & Invest regelmäßig auf der Sonderseite <http://www.gtai.de/brexit>. ▶

Den Artikel "E-Commerce im Vereinigten Königreich trotz Brexit-Unsicherheiten" finden Sie unter <http://www.gtai.de/MKT201908218007> ▶

KONTAKT

Charlotte Schneider

☎ +49 228 249 93 279

✉ [Ihre Frage an uns](#)

Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck – auch teilweise – nur mit vorheriger ausdrücklicher Genehmigung. Trotz größtmöglicher Sorgfalt keine Haftung für den Inhalt.

© 2019 Germany Trade & Invest

Gefördert vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages.