

Einzelhandel: „Der Kostendruck nimmt erheblich zu“

26.02.2021 [MARTIN THALER](#) [BERATER](#) [VERSICHERUNGEN](#) [TOP NEWS](#)

Seit Monaten sind die Fußgängerzonen in Deutschland verwaist, die Geschäfte haben weiterhin geschlossen. Über die derzeitige Situation des Handels, den erhöhten Kostendruck und den starken Wintereinbruch der vergangenen Wochen sprach proontra mit Spezialmakler Björn Haag.



Verzeichnet bei seinen Kunden eine erhöhte Preissensibilität: Versicherungsmakler Björn Haag von der Richard Böck Versicherungsmakler GmbH. Bild: Richard Böck Versicherungsmakler GmbH

proontra: Herr Haag, seit November gilt für den deutschen Einzelhandel ein weitgehender Lockdown. Wie ist die Situation bei Ihnen?

Björn Haag: Noch beobachten wir weitgehend die sprichwörtliche Ruhe vor dem Sturm – das liegt aber wohl auch daran, dass die Insolvenzantragspflicht aufgrund der Pandemie derzeit ausgesetzt ist. Das dicke Ende kommt also erst noch – wie dick es ausfallen wird, bleibt abzuwarten. Von unseren Kunden hören wir jedoch, dass es bei vielen finanziell kurz vor knapp steht: Ein über den März hinausgehender Lockdown dürfte für viele nicht zu stemmen sein, zumal die staatlichen Transferleistungen bislang auch nicht so fließen, wie sie eigentlich sollten.

proontra: Durch die Corona-Pandemie steht auf einmal ein Versicherungsprodukt im Scheinwerferlicht, das zuvor wohl nur Experten ein Begriff gewesen sein dürfte: die Betriebsschließungsversicherung. War diese auch für Ihre Kunden im Einzelhandel ein Thema?

Haag: Lediglich im Lebensmittelhandel spielten diese Policen eine Rolle, für andere Branchen war das Thema irrelevant: Wenn beispielsweise bei einem Schuheinzelhändler bei einem Mitarbeiter eine infektiöse Krankheit festgestellt worden wäre, hätte der Betrieb ja bestenfalls kurzfristig geschlossen werden müssen. Eine Desinfizierung des Betriebs hätte nicht erfolgen, die Ware nicht entsorgt werden müssen. Letztlich fehlte es bei den meisten Einzelhändlern vor der Pandemie am entsprechenden Risikobewusstsein, gleichzeitig aber auch an für sie passenden Produkten.

proontra: Hat sich das Risikobewusstsein durch die Pandemie denn geändert?

Haag: Definitiv, zumindest im Hinblick auf Betriebsschließungsversicherungen. Hier haben wir im Spätsommer und Herbst, als ein zweiter Lockdown sich bereits abzeichnete, eine Vielzahl von Anfragen bekommen. Allerdings haben die Versicherer ihre Betriebsschließungslösungen entweder vom Markt genommen oder so überarbeitet, dass bei Allgemeinverfügungen oder Pandemien der Versicherungsschutz ausgeschlossen wird – hier sind die Ausschlüsse teilweise länger als die übrigen Versicherungsbedingungen. Unter diesen Voraussetzungen ist eine Betriebsschließungsversicherung für einen Schuhhändler oder ein Möbelhaus jedoch vollkommen uninteressant.

procontra: Und abseits der Betriebsschließungsversicherung?

Haag: Aufgrund der wegbrechenden Einnahmen in den vergangenen Monaten erleben wir eine erhöhte Preissensibilität bei unseren Kunden. Diese stellen sich derzeit die Fragen, wie und wo sie sparen können, was sie sich noch leisten wollen und können und was aus ihrer Sicht verzichtbar erscheint. Der Kostendruck nimmt erheblich zu, wodurch auch der Versicherungsschutz verstärkt infrage gestellt wird – eine riskante Entwicklung.

procontra: Also eher eine Reduzierung des Versicherungsschutzes als ein Ausbau?

Haag: Das hängt immer vom jeweiligen Unternehmen ab. Bei größeren Firmen mit angestelltem Geschäftsführer verzeichnen wir beispielsweise ein verstärktes Interesse an D&O-Versicherungen. Das liegt daran, dass sich durch die Corona-Krise die Zahl der Klageanlässe erhöht hat: Wurde es seitens der Geschäftsführung verpasst, staatliche Hilfen zu beantragen? Wurde zu spät auf Kurzarbeit umgestellt oder ein Online-Shop aufgesetzt? Für die Fremdgeschäftsführer und Vorstände besteht hier derzeit ein erhöhtes Haftungspotential, da die Anspruchsgrundlagen mittlerweile sehr vielfältig sind. Hier spüren wir seitens der Betroffenen mittlerweile eine deutlich höhere Sensibilität.

procontra: Stichwort Online-Shop. Viele Einzelhändler haben ja – um ihre Waren überhaupt noch losschlagen zu können – in den vergangenen Monaten ihr Geschäft ins Netz verlagert. Welche Gefahren entstehen für sie hieraus?

Haag: Viele dieser Online-Shops wurden in aller Schnelle hochgezogen – das impliziert natürlich eine höhere Fehlerdichte. Dies schlägt sich jedoch nicht nur in einer mangelhaften IT-Sicherheit nieder, die von Cyberkriminellen ausgenutzt werden kann. Viele Händler machen sich durch Fehler wie ein falsches Impressum, die Verwendung markenrechtlich geschützter Begriffe oder das Fehlen von Pflichtangaben auch angreifbar für Abmahnungen. Hier beobachten wir in der letzten Zeit wieder verstärkt, dass Anwaltskanzleien systematisch nach solchen Verfehlungen das Internet durchsuchen und die Händler schließlich verklagen.

procontra: Einige Cyber-Versicherungen bieten ja durchaus Schutz hiergegen.

Haag: Wir sehen bei unseren Kunden mittlerweile auch durchaus ein höheres Risikobewusstsein, nur fehlt es derzeit schlicht und einfach bei vielen am Geld, um sich diesen Schutz leisten zu wollen.

procontra: In den vergangenen Wochen erlebte Deutschland zudem einen harten Wintereinbruch – und das in einer Zeit, in der viele Ladengeschäfte geschlossen waren. Inwieweit hat das für zusätzliche Probleme gesorgt?

Haag: Ein großes Problem waren in den vergangenen Tagen Leistungswasserschäden – allein in dieser Woche haben wir bereits vier massive Schäden verzeichnet. Auch hier zeichnet sich der Kostendruck vieler Händler ab: Händler, die ein Ladenlokal von beispielsweise 800 Quadratmetern Fläche derzeit nicht betreiben können, haben entsprechend wenig Interesse, dieses auf 25 Grad zu beheizen – schließlich kommen dann zum Umsatzausfall auch noch die Heizkosten hinzu. In manchen Fällen wird die Heizung dann aber offenbar zu weit heruntergefahren. Ein Beispiel: Wenn der Laden mit 23 Grad beheizt wird, reicht das in der Regel aus, dass auch bei Außentemperaturen von minus 15 Grad die Leitungen in den Außenwänden nicht gefrieren. Wird die Innentemperatur aber auf acht Grad gesenkt, reicht das eventuell nicht mehr aus, um das in der Regel schlecht isolierte Rohr vor der Kälte von außen zu schützen.

procontra: Wie können Sie als Makler hier unterstützend tätig werden?

Haag: Die normalen Geschäftsversicherungen setzen ja einen Betrieb des Geschäfts voraus. Wir konnten mit den Versicherern nun eine Vereinbarung erzielen, dass der Versicherungsschutz trotz Gefahrerhöhung auch ganz normal für die Zeit des Lockdowns gilt. In diesem Zusammenhang haben wir unsere Kunden auf ihre Obliegenheiten hingewiesen – sprich das Geschäft weiter zu beheizen, aber auch regelmäßig zu begehen. Es reicht nämlich nicht, das Geschäft hinter sich abzuschließen und das Ende des Lockdowns abzuwarten – stattdessen gilt es regelmäßig zu kontrollieren, ob alles in Ordnung ist oder eine Scheibe eingeworfen wurde, das Dach undicht oder ein Rohr geplatzt ist.

procontra: Gibt es denn eine von den Versicherern festgeschriebene Temperatur?

Haag: Nein, der Kunde ist nur verpflichtet, das Geschäft weiter zu beheizen. Die genaue Temperatur ist in den Versicherungsbedingungen jedoch nicht festgelegt. Kommentare zum Sachversicherungsrecht sagen aber, dass die Räume ausreichend beheizt werden müssen, um ein Einfrieren der Leitungen zu vermeiden. Es könnte also auch zu einem Problem werden, wenn der Kunde zum Beispiel die Heizungsanlage über längere Zeit nur auf Frostschutz stellt und die Rohre trotzdem einfrieren. Was konkret als ausreichend definiert wird, ist immer im Einzelfall zu sehen.

Zum Gesprächspartner: Björn Guido Haag ist Geschäftsführer der Richard Böck Versicherungsmakler GmbH, die sich auf den Versicherungsschutz für Textil-Einzelhändler spezialisiert hat.