

Deutscher Bundestag

Ausschuss f. Gesundheit
UA Pandemie

Ausschussdrucksache

19(14-2)8(2)

gel VB zur öffentl Anh am
10.06.2021 - Folgen COVID-19
09.06.2021



Stellungnahme

zu den Folgen der COVID-19-Pandemie
für verschiedene Branchen

Öffentliche Anhörung

Deutscher Bundestag

Unterausschuss

Parlamentarisches Begleitgremium COVID-19-Pandemie

Sitzung am Donnerstag, 10. Juni 2021



Aktuelle Rahmenbedingungen für den Einzelhandel

Die Stimmung in der deutschen Wirtschaft hat sich zur Jahresmitte deutlich verbessert. Wesentlicher Grund hierfür ist die aktuelle Lage und Entwicklung des Corona-Infektionsgeschehens. Die Neuinfektionszahlen und damit die Sieben-Tage-Inzidenz sind in den vergangenen Wochen stark zurückgegangen. In allen Bundesländern liegt die Inzidenz unter dem Wert 50.

Nur noch in sehr wenigen Kommunen sind die „Notbremse“-Maßnahmen des Bundes in Kraft. In allen anderen Kommunen regeln wieder die einzelnen Bundesländer die Beschränkungen bzw. die Öffnungen und Lockerungen der Kontaktbeschränkungen. Freizeiteinrichtungen, Museen, Theater sowie ähnliche Einrichtungen und Gaststätten sind wieder geöffnet. Dies betrifft auch den Einzelhandel. In der Kalenderwoche 22 sind die Unternehmen unter Beachtung von Hygieneauflagen und mit unterschiedlichen Öffnungsoptionen wieder für ihre Kunden da.

Die Impfkampagne kommt mit hoher Geschwindigkeit voran. Mit Stand vom 1. Juni haben 42,7 Prozent der Bevölkerung die erste Impfung erhalten, 18 Prozent sind bereits vollständig geimpft. Im Umkehrschluss bedeutet dies allerdings auch, dass die überwiegende Mehrheit noch ohne Corona-Schutzimpfung ist. Insofern bleibt ein gesellschaftliches und wirtschaftliches Risiko bestehen.

Nicht nur die aktuellen Infektionszahlen entwickeln sich günstig, sondern ebenfalls die jüngsten gesamtwirtschaftlichen Kennzahlen. Die Auftragseingänge im Verarbeitenden Gewerbe stiegen trotz Materialknappheit deutlich. Die fehlenden Vorprodukte sind Nachwehen der Coronakrise. Grund ist die abrupte Änderung der globalen Nachfrage und Produktion während der Pandemie. Von Lieferproblemen sind teilweise auch Konsumgüterhersteller und Anbieter von Gebrauchsgütern wie Elektronische Artikel oder Fahrräder und der entsprechende Einzelhandel betroffen.

Ungeachtet dessen wird die Gesamtwirtschaft im zweiten Quartal 2021 im Zuge der auslaufenden Lockdown-Maßnahmen wieder wachsen. Die Maßnahmen seit November 2020 führten allerdings dazu, dass die deutsche Wirtschaft im ersten Quartal dieses Jahres um beachtliche 1,8 Prozent geschrumpft ist. Besonders betroffen davon war der private Konsum, der im ersten Quartal 2021 preis-, saison- und kalenderbereinigt 5,4 Prozent niedriger war, als im 4. Quartal 2020. Die Sparquote stieg im ersten Quartal deutlich auf 23,2 Prozent des verfügbaren Einkommens.

Der Arbeitsmarkt erweist sich als stabil. Hier könnten sich die krisenbedingten Nachwirkungen allerdings noch zeigen, etwa als Folge zunehmender Insolvenzzahlen, die dann auch auf den Arbeitsmarkt durchschlagen könnten. Derzeit ist dies nicht erkennbar. Im Mai verringerte sich die Arbeitslosenzahl im Vergleich zum Vormonat um 84.000 auf eine



Höhe von 2,687 Millionen. Dies sind 126.000 Arbeitslose weniger als vor einem Jahr. Damit beläuft sich die Arbeitslosenquote aktuell auf 5,9 Prozent, 0,1 Prozentpunkte weniger als im Vormonat.

Lage im Non-Food-Einzelhandel

Der von staatlichen Schließungen betroffene Non-Food-Handel umfasst nach Abgrenzung des HDE den Einzelhandel ohne Kraftfahrzeuge, ohne Onlinehandel, ohne Waren des täglichen Bedarfs (Lebensmittel, Drogerieartikel), ohne medizinische und orthopädische Artikel, ohne Tankstellen und ohne Brennstoffe. Betroffen waren danach durch Lockdown-Maßnahmen bis zu 192.000 Unternehmen mit 260.000 Standorten, 200 Mrd. Euro Jahresumsatz und 1,6 Mio. Beschäftigten, darunter im Innenstadthandel mit 560.000 Mitarbeiter/ innen. 99% dieser Unternehmen sind KMU (unter 10 Mio. Euro Jahresumsatz).

Der stationäre Non-Food-Einzelhandel hat seit Beginn der Coronakrise aufgrund der Schließungen seiner Geschäfte weite Teile seines Umsatzes verloren. Die erste Coronawelle im Frühjahr 2020 versetzte die Unternehmen in einen Krisenmodus, der sich im Jahresverlauf 2020 zu einem Kampf um das wirtschaftliche Überleben entwickelte.

Auf das Gesamtjahr 2020 gesehen sanken die Erlöse im besonders betroffenen Bekleidungseinzelhandel um 25% gegenüber dem Vorjahr. Die von Schließungen betroffenen Betriebe sind wirtschaftlich ausgezehrt und kämpfen um ihre Existenz. Keine nachhaltige Verbesserung der wirtschaftlichen Situation brachten auch die Öffnungsoptionen, wie beispielsweise Click & Meet.

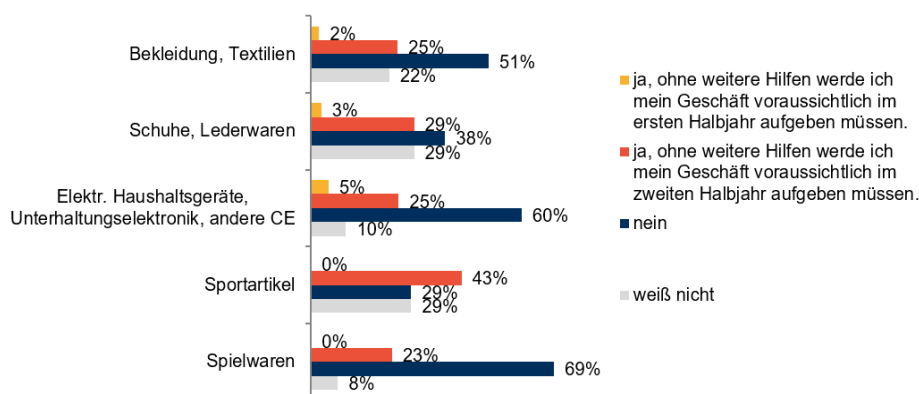
Eine aktuelle HDE-Umfrage aus der Kalenderwoche 22 in 2021 zeigt nun erstmals eine spürbare Verbesserung der Situation angesichts der vorhandenen Öffnungsmöglichkeiten. Dennoch liegen die Umsätze im Durchschnitt der vom HDE befragten Händler immer noch um 16% unter dem Vorkrisenniveau aus 2019. Es erstaunt daher nicht, dass 22% der Befragten ihre unternehmerische Existenz in akuter Gefahr sehen und im laufenden Jahr mit einer Geschäftsaufgabe rechnen.

Besonders betroffen ist der Innenstadthandel, dessen Geschäftsmodell auf hohen Frequenzen beruht. Für die Unternehmen wird es hier angesichts nicht in nennenswertem Maße zu erwartender Nachholeffekte im laufenden Jahr nur darum gehen, die enormen Verluste ein Stück weit zu reduzieren. Das Umsatzminus im Non-Food-Einzelhandel könnte in 2021 ein Volumen von rund 50 Milliarden Euro erreichen.

Ohne weitere Hilfe viele Händler vor dem Aus ausgewählte Branchen, alle Öffnungsoptionen

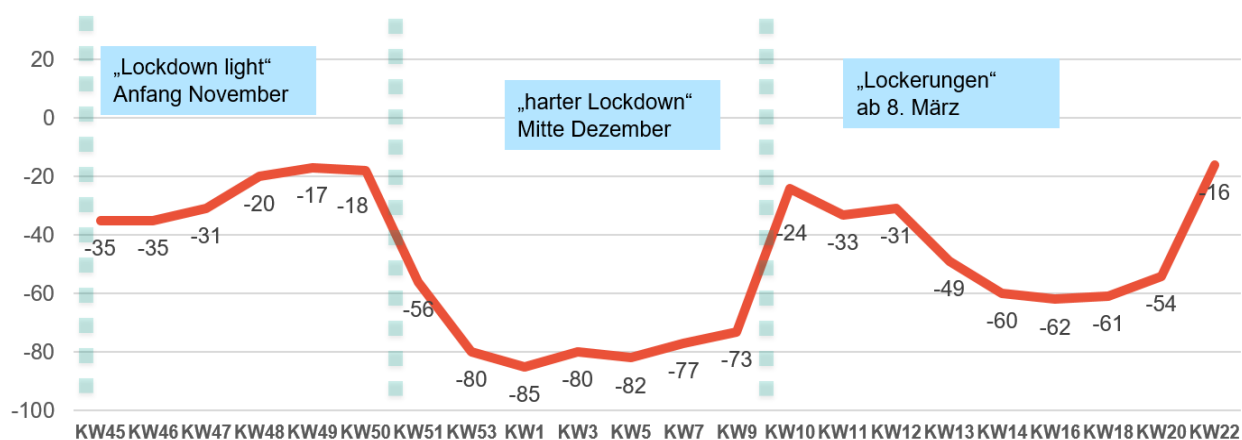
KW22

Sehen Sie Ihre unternehmerische Existenz derzeit in akuter Gefahr?



Quelle: HDE-Umfrage, n=650 (KW22)

Umsatzentwicklung Innenstadthandel Umsatzveränderung zu Vorkrisenniveau in%



Quelle: HDE-Umfragen; durchschnittliche Umsatzveränderung; nicht umsatzgewichtet; Unternehmen geschlossen und mit Öffnungsoptionen

Coronakrise führt zu Investitionslücke

Rund 60 Prozent der Handelsunternehmen in Deutschland können derzeit aufgrund der wirtschaftlichen Auswirkungen der Pandemie und der Corona-Maßnahmen nicht in ihre Zukunft investieren. Das zeigt eine aktuelle Umfrage des Handelsverbandes Deutschland (HDE) unter mehr als 1.100 Händlern.

Angesichts von Umsatzausfällen in 2021 von bis zu 80 Prozent in einzelnen Wochen gegenüber dem Vorkrisenniveau und den Ausgaben für notwendige Hygienemaßnahmen in den vergangenen Monaten ist die Zukunftsfähigkeit vieler Unternehmen in Gefahr. Gerade mittelständische Handelsunternehmen mit einem Jahresumsatz von weniger als 500.000 Euro sind auch für den Rest des Jahres pessimistisch. Demnach haben 40 Prozent dieser Betriebe für 2021 keine Investitionen geplant. Gleichzeitig halten aber mehr als 70 Prozent der Händler weitere Investitionen in die Zukunftsfähigkeit für wichtig.

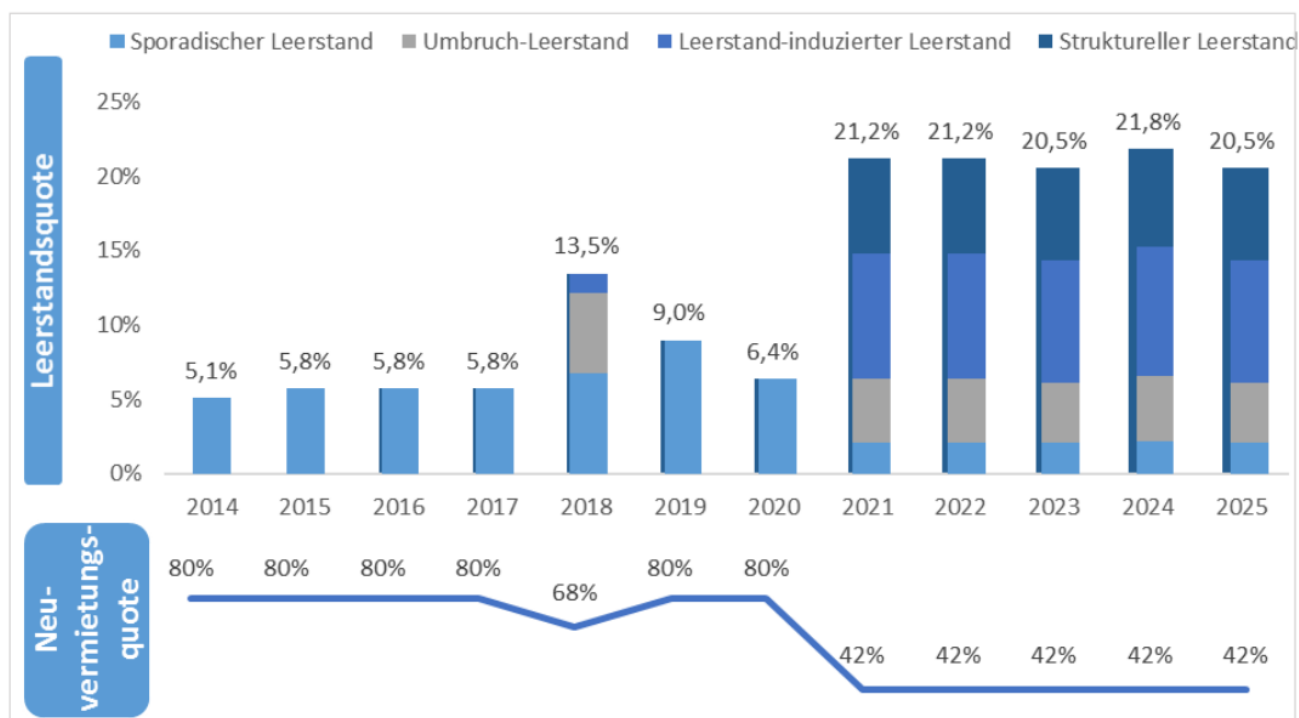


Der HDE fordert deshalb für diese durch die Coronakrise unverschuldet in Not geratenen Handelsunternehmen einen Digitalisierungsfonds in Höhe von 100 Millionen Euro.

Lage in den Innenstädten

Die Innenstädte leiden bereits seit einigen Jahren unter Frequenzrückgängen. Die Coronakrise hat durch die langen Geschäftsschließungen die Lage noch einmal wesentlich verschärft. Durch die pandemiebedingten Schließungen erwartet das Institut für Handelsforschung bis zu 120.000 Geschäftsaufgaben in den kommenden drei Jahren. Dies würde nicht nur die Versorgungsdichte- und Angebotsqualität für die Bürger/innen vor Ort verschlechtern - auch das Bild unserer Innenstädte wird sich durch zunehmende Leerstände negativ verändern.

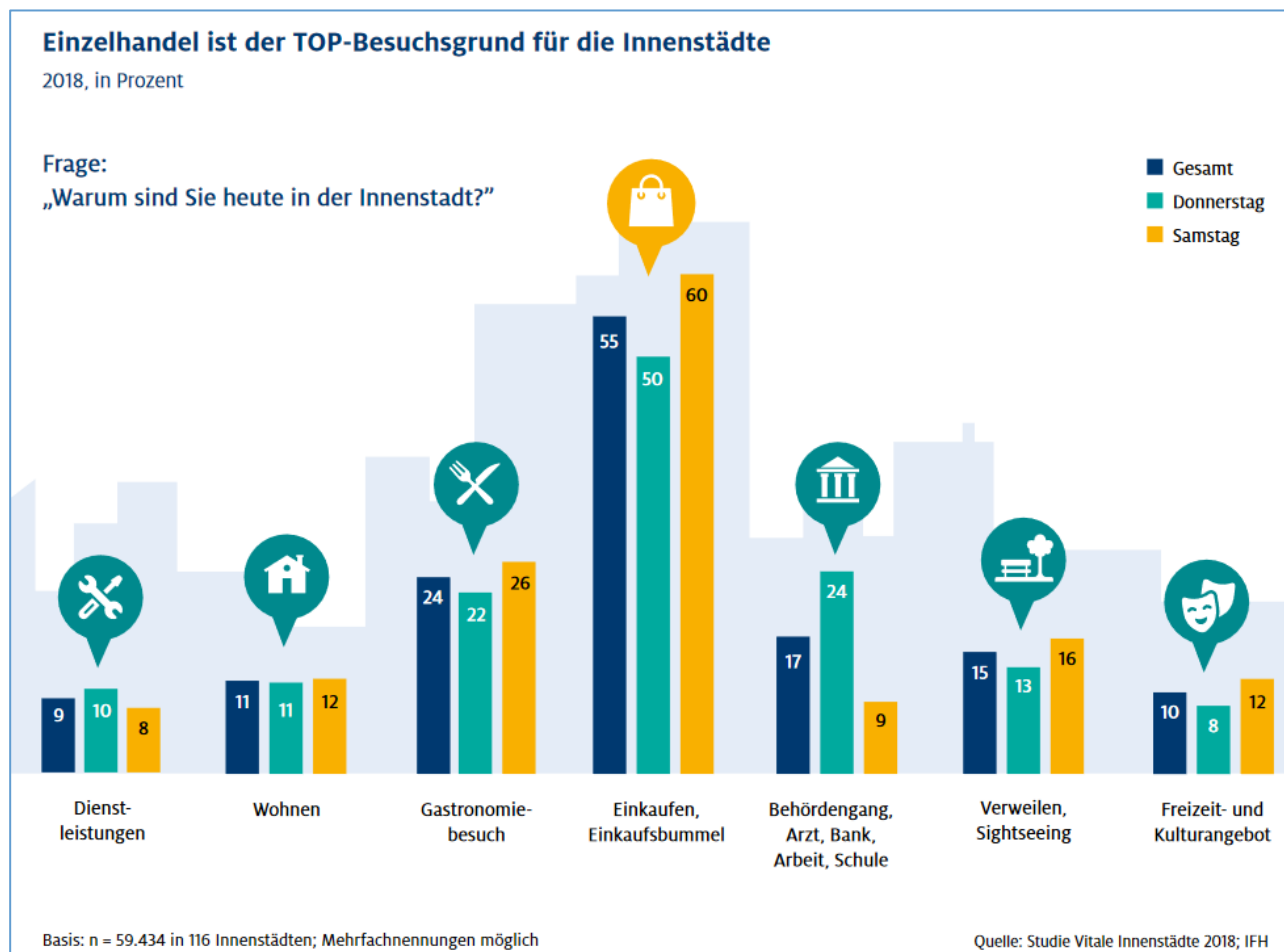
Auch wenn ein Rückgang der Geschäfte bereits in den vergangenen zehn Jahre zu verzeichnen war (minus 35.000 Geschäfte), muss festgestellt werden, dass ein um das nahezu Vierfache gesteigerte Ladensterben in einem Drittel der Zeit nicht zu kompensieren wäre.



(Quelle: BBSR 2017, Seite 55)

Dabei sind unsere Innenstädte nicht nur zentrale Versorgungspunkte einer Stadt - Innenstädte sind auch die emotionalen Zentren einer Stadt. 78% der Bürger/innen gaben 2018 in einer Studie des Instituts für Demoskopie Allensbach an, dass der Verlust von alteingesessenen Geschäften, auch ein Verlust an Heimat ist. Die Bürger/innen haben daher

ein sensibles Gespür dafür, wie sich der auch emotionale Kern ihrer Stadt verändert und sehen eine direkte Abhängigkeit zwischen der Handels- und Stadtentwicklung.



Bisher kommen bis zu 60% der Besucher*innen, weil sie die Angebote der innerstädtischen Geschäfte schätzen. Daher ist Einkauf die Leitfunktion der Innenstädte und das wesentliche Rückgrat der vielzitierten Urbanität. Keine andere Innenstadtfunktion vermag es, tagtäglich tausende Menschen in die Innenstädte zu bewegen. Viele weitere Bereiche der Innenstädte profitieren von dieser Sogwirkung und sind direkt oder indirekt davon abhängig. Das "System Innenstadt" leidet daher als Ganzes, wenn attraktive Geschäfte durch Leerstände ersetzt werden.

Damit es nicht zum dauerhaften, strukturellen Leerstand kommt, müssen die leerstehenden Handelsflächen sofort erfasst und die Wiedernutzungsmöglichkeiten mithilfe eines bundesweit einheitlichen digitalen Leerstandskatasters analysiert werden. Erst dann kann zuverlässig beurteilt werden, wo Handlungsbedarf bestehen. Dazu ist zunächst der Begriff des Leerstandes bundeseinheitlich zu definieren, um unsachgemäße Interpretationen des



Begriffs zu vermeiden und eine Vergleichbarkeit der städtebaulichen Situationen zu gewährleisten.

Die Kommunen sollten dazu regelmäßige Austauschformate mit dem Handel und den Immobilieneigentümern ins Leben rufen. Nur in dieser Kooperation besteht die Chance, die Interessen der Innenstadtakteure im Sinne einer zukunftsfähigen Innenstadtentwicklung auszugleichen und den Sachverstand aus den unterschiedlichen Bereichen zu bündeln. Zudem können sich daraus auch neue Mietmodelle in Bezug auf lokal angepasste Gewerbemieten ergeben, die einen langfristigen Erfolg für eine nachhaltige Innenstadtentwicklung versprechen.

Doch obschon der Einzelhandel historische Umsatzeinbußen infolge der pandemiebedingten Schließungen hinnehmen musste, gingen die Spitzenmieten im vergangenen Jahr im Durchschnitt aller Handelsstandorte nur um 4% zurück.

Dieses krasse Missverhältnis zwischen den Umsatzeinbußen des Handels und den nur in Nuancen veränderten Rahmenbedingungen bei der Mietpreisentwicklung ist unangemessen und stellt das Sonderopfer, welches der Handel seit Monaten erbringt, deutlich heraus. Dabei wird sich die Situation in den deutschen Innenstädten nicht überall in gleicher Art und Weise verändern. Dazu sind die Lage im Raum, die funktionale Ausstattung, die städtebauliche Attraktivität, die Kaufkraft oder auch die Konkurrenz mit den Nachbarorten zu unterschiedlich. Allen Städten gemeinsam sind jedoch die dynamischen Veränderungen der Gegenwart durch Umsatzverschiebungen in den Online-Handel sowie die Geschäftsschließungen infolge der Coronakrise. Selbst Großstädte und Metropolen machen sich zunehmend Gedanken über den attraktiven Fortbestand ihrer Stadtteilzentren, die nicht die Ausstrahlungskraft der zentralen Fußgängerzone besitzen.

Als Hemmschuh erweist sich seit Jahren die unregelmäßige Zuständigkeit der Bundesressorts in Fragen der Innenstadtentwicklung. Dies führt bisher zu Doppelarbeit und Synergieverlusten durch mangelnde Abstimmung. Daher müssen in Anbetracht der historischen Herausforderungen bezüglich der anstehenden Innenstadt-Metamorphose die Kompetenzen in einer „Bundesinstitution Allianz für Innenstädte“ gebündelt werden. Aufgabe dieser legislativübergreifend einzurichtenden Bundesinstitution ist es, die vielfältigen Probleme zu analysieren, strukturieren und die Innenstadtakteure vor Ort bei der Umsetzung von Maßnahmen zu unterstützen.

Dabei ist eine enge Anbindung an die Leitfunktion „Handel“ sowie an die kommunalen Spitzenverbände essenziell, um eine werthaltige Stabilisierung und Entwicklung unserer Innenstädte zu garantieren.



Anpassungen der Wirtschaftshilfen

Staatliche Unterstützungsmaßnahmen sind von zentraler Bedeutung für das Überleben zahlreicher Einzelhandelsunternehmen. Bedauerlicherweise haben die staatlichen Rettungspakete die Unternehmen nur begrenzt erreicht und wirksam unterstützt. Zwar haben gut drei Viertel der befragten Unternehmen seit Beginn der Krise staatlichen Unterstützungshilfen erhalten, 53% erwarten jedoch noch ausstehende Zahlungen (KW22). Selbst dort, wo Zahlungen die Unternehmen erreichen, sichern sie nur einen Teil der Ausfälle ab. Da die wirtschaftliche Krise auch mit Öffnung der Geschäfte nicht vorbei ist, hält die Mehrzahl der Unternehmen eine Verlängerung der Überbrückungshilfen bis zum Jahresende für erforderlich.

Fazit

Der HDE sieht in der Folge der Krise zehntausende Geschäfte in Existenzgefahr. Mit den Unternehmen wanken ganze Innenstädte. Es bedarf daher eines Sonderprogramms Innenstadtstabilisierung mit jährlich mindestens 500 Millionen Euro für eine Laufzeit von fünf Jahren. Das Programm soll gemeinschaftliche innovative Konzepte, städtebauliche Aufwertungen sowie kleinteilige Maßnahmen zur Attraktivitätssteigerung und Modernisierung bestehender und neuer Ladengeschäfte, Gastronomie-, Kultur-, Bildungs-, Freizeit- und Sozialeinrichtungen fördern. Bund, Länder und Kommunen müssen hier an einem Strang ziehen.

Weiterhin sind Änderungen bei den Corona-Hilfen für den Einzelhandel dringend erforderlich. So muss die Überbrückungshilfe nochmals angepasst und verlängert werden. Bei den Wirtschaftshilfen muss endlich die Deckelung auf Bundes- und EU-Ebene wegfallen, damit auch größere Händler mit vielen Filialen eine spürbare Entschädigung für die Schließung der Geschäfte erhalten können. Zudem ist eine entsprechende nach EU-Recht mögliche Schadensregulierung zwingend erforderlich. Gelder hierfür sind im Haushalt in ausreichender Höhe vorhanden. Für inhabergeführte Handelsunternehmen ist eine Möglichkeit zur Auszahlung eines Unternehmerlohns von hoher Bedeutung.

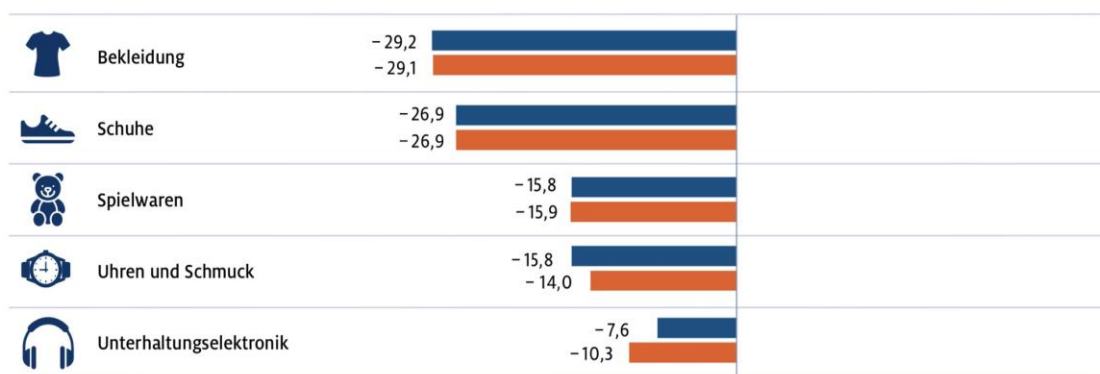
2020 - ein Blick zurück

Zum Jahresbeginn 2020 war die Welt im Einzelhandel noch in Ordnung. Angesichts steigender verfügbarer Einkommen, einer stabilen Sparquote und einer Rekord-Erwerbstätigkeit rechnete die Branche mit einem guten Jahr. Dann erreichte die Coronakrise Deutschland mit aller Wucht.

Einzelhandelsumsatz 2020 (Jan-Juli) stark durch Lockdown betroffene Branchen

Umsatzveränderung im Einzelhandel nach Branchen

Januar – Juli 2020, nominal in Prozent zum Vorjahr



Quelle: Statistisches Bundesamt

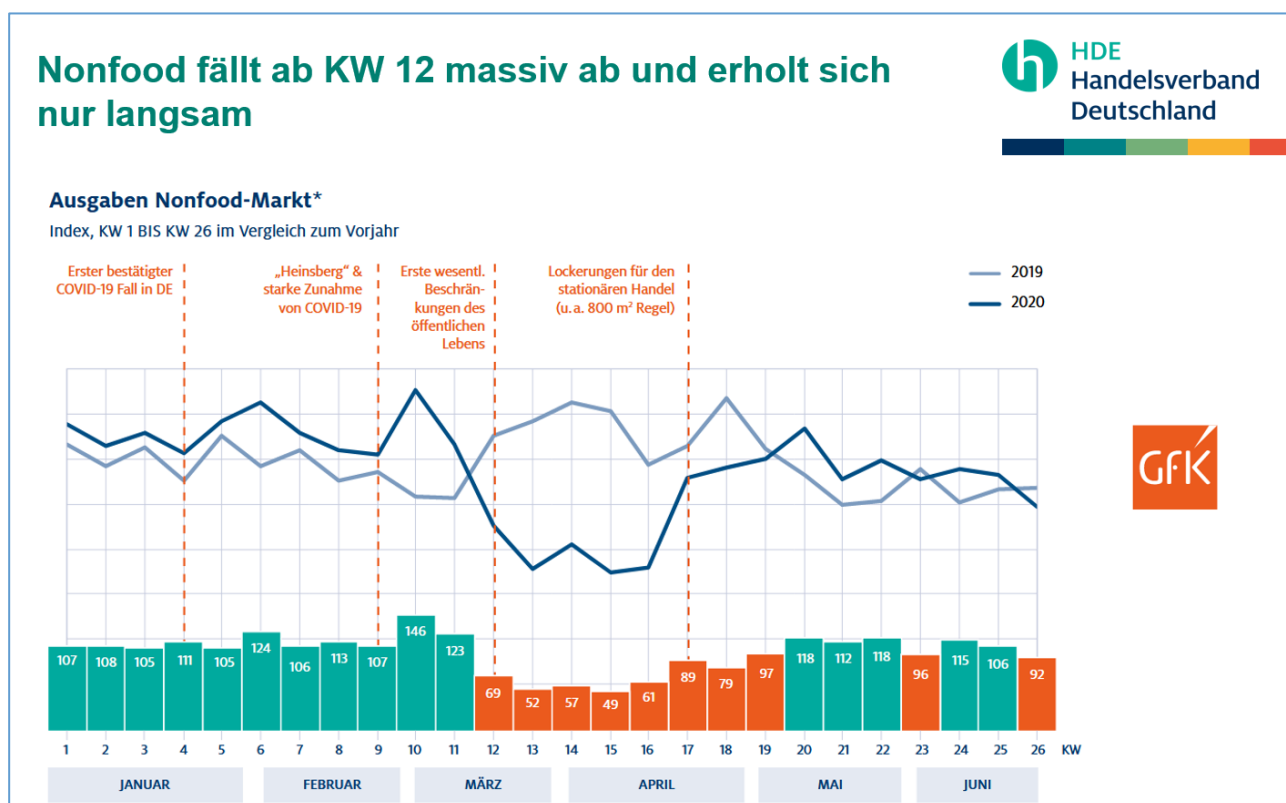
Am 18. März 2020 gingen schätzungsweise knapp 200.000 Einzelhandelsbetriebe in den Lockdown. Folge war ein beispielloser Umsatzrückgang im drittgrößten Wirtschaftszweig. Zahlreiche Unternehmen gerieten von heute auf morgen in Existenznot. Auch nach teilweiser Wiedereröffnung der Geschäfte am 20. April und nach vollständiger Öffnung am 6. Mai war die Krise keinesfalls vorbei. Der stationäre Einzelhandel litt nach wie vor insbesondere unter schwachen Kundenfrequenzen. Die Umsätze erreichten in vielen Branchen bis heute nicht das Niveau der Vorjahre.

Nicht zuletzt um den privaten Konsum zu stützen, hatte die Bundesregierung ein umfassendes Konjunkturpakets auf den Weg gebracht. Der Kinderbonus von 300 Euro pro Kind im zweiten Halbjahr 2020 sowie die befristete Mehrwertsteuersenkung sorgten jedoch nur für eine marginale Stützung des privaten Konsums. Der Einzelhandel profitierte nur in geringem Maße und in einzelnen Sortimentsbereichen. Ein Rettungspaket für den stationären Handel in den Städten und Gemeinden waren diese Maßnahmen kaum.

Die Coronakrise beschleunigte den Strukturwandel im Einzelhandel weiter. Die Kunden justierten ihr Einkaufsverhalten neu. Der stationäre Non-Food-Handel verlor in großem Umfang Marktanteile. Angesichts geschlossener stationärer Geschäfte stieg der Online-Anteil in den Lockdown-Wochen 2020 im Non-Food-Markt zeitweise auf fast 50 Prozent. Auch



in den Folgemonaten setzte sich bisher ein überdurchschnittliches Umsatzwachstum im Onlinehandel fort, das vor allem durch höhere Einkaufsbeträge getrieben wird.



Nach dem Lockdown im Frühjahr, der im Einzelhandel zu einem beispiellosen Umsatzrückgang führte, verbesserte sich die Geschäftslage der Unternehmen nach und nach. Allerdings erreichen die Umsätze in vielen Branchen im Sommer 2020 nicht das Niveau der Vorjahre. Durch Umsatzeinbußen aufgrund der Corona-Pandemie war und ist insbesondere der Innenstadthandel als Folge schwacher Kundenfrequenzen betroffen. Prägend für diesen Standort ist u.a. der Einzelhandel mit Bekleidung, Schuhen, Uhren/Schmuck, Spielwaren und Unterhaltungselektronik.

Allein in den genannten fünf Bereichen sind insgesamt rund 45.000 Unternehmen mit knapp 80.000 Standorten, 560.000 Beschäftigten und 64 Mrd. Euro Jahresumsatz tätig. Diese Unternehmen sind in der Mehrzahl mittelständisch geprägt und erzielen durchschnittliche Jahresumsätze, die zwischen 0,5 und 2 Millionen Euro liegen. Branchentypisch ist der hohe Anteil des Wareneinsatzes, der bei einer Vielzahl der Unternehmen zwischen 55 und 75% des Umsatzes liegt.

In den ersten 9 Monaten des Jahres 2020 verloren diese Branchen zusammengenommen knapp 11 Mrd. Euro ihres Vorjahresumsatzes. Zu betonen ist hier, dass es sich dabei in der



Regel um gut geführte, erfolgreiche Unternehmen handelt, die aufgrund der Corona-Pandemie in Not geraten sind. Im Ergebnis führte dies dazu, dass diese Unternehmen bereits wirtschaftlich ausgezehrt in die zweite Lockdownphase ab November 2020 gehen mussten.

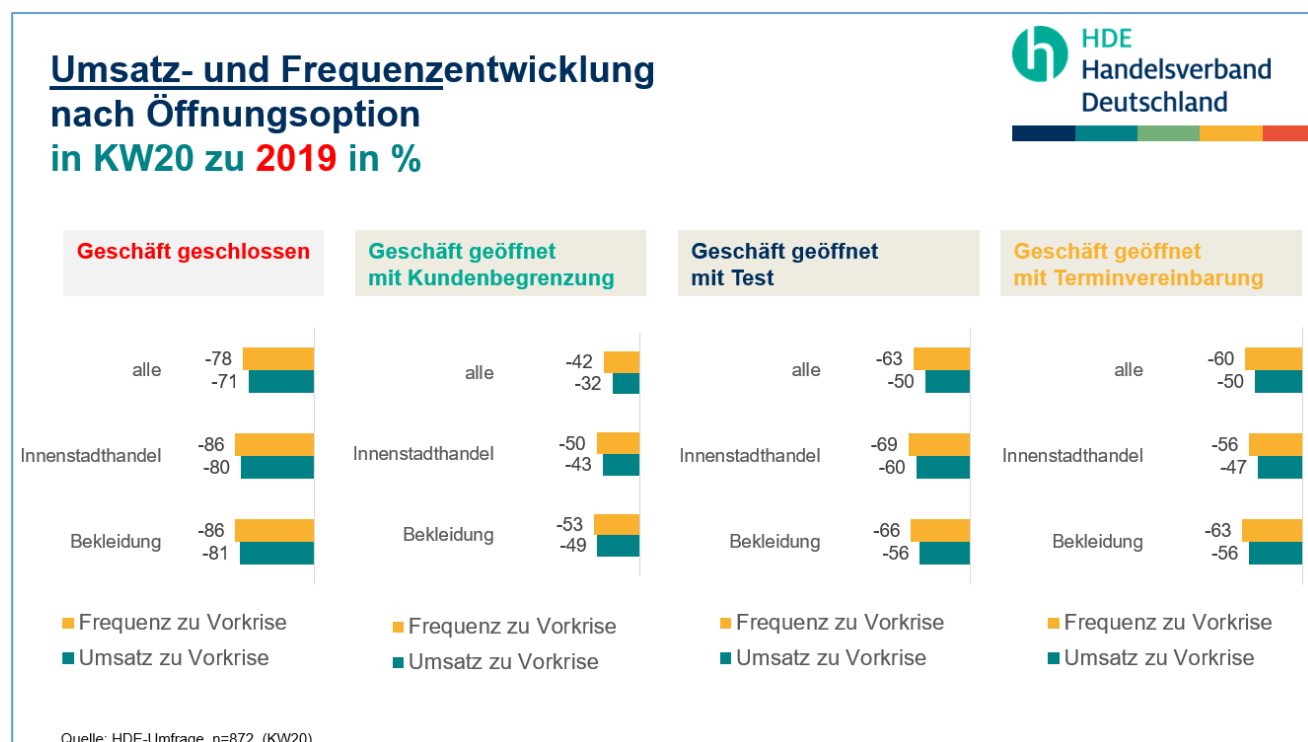
Der faktische Lockdown im November und der harte Lockdown ab Mitte Dezember traf den Einzelhandel zudem in der mit Abstand umsatzstärksten Zeit des Jahres - dem Weihnachtsgeschäft. Dies verschärfte die Lage vieler Unternehmen weiter.

Die Überwindung der Corona-Pandemie mit konkreten Maßnahmen lag auch immer im Kerninteresse des Einzelhandels. Denn nur, wenn die Menschen wieder ohne Angst vor Ansteckung in den Innenstädten einkaufen gehen, kann der Einzelhandel wieder wirtschaftlich arbeiten und aus eigener Kraft am Markt bestehen. Damit wir alle gemeinsam aber diese Pandemie so rasch wie möglich hinter uns lassen können, muss die Politik treffsichere und effektive Maßnahmen gegen die Pandemie erlassen. Die Regeln müssen folglich vor allen Dingen dort verschärft werden, wo es wissenschaftlich nachgewiesen ein erhöhtes Infektionsrisiko gibt. Das ist nach aktuellen Erkenntnissen beim Einkauf nicht der Fall. Im Einzelhandel ist die Infektionsgefahr gering. (Siehe auch Robert-Koch-Institut: https://www.rki.de/DE/Content/InfAZ/N/Neuartiges_Coronavirus/Downloads/Stufenplan.pdf?__blob=publicationFile, Berufsgenossenschaft (BGHW) und Bundesanstalt für Arbeitsschutz und Arbeitsmedizin (BAuA): <https://www.bghw.de/ueber-uns/presse/studie-zu-corona-risiko-im-einzelhandel> und TU Berlin.

DER HANDEL IST SICHER



Auch wenn das Infektionsschutzrisiko beim Einkaufen als gering eingeschätzt wird, wurden die staatlichen Maßnahmen mit einer Schließung der Nonfood-Geschäfte nochmals verschärft. Erst ab dem 8. März 2021 gab es dann erste Lockerungen, jedoch weiter mit erheblichen Umsatzverlusten in den Unternehmen, besonders in den Innenstädten.



Dadurch wurden für die Unternehmen verschiedene Öffnungsmodelle möglich. Im Rahmen von Click & Collect, Click & Meet oder Test & Meet war der Nonfood-Handel wieder für seine Kunden da. Die entsprechenden Öffnungsoptionen trugen dazu bei, die Folgen des Lockdowns zumindest ein Stück weit abzufedern. Im Mittelpunkt standen dabei allerdings die Faktoren Kundenbindung und Kundenpflege. Denn trotz einer Teilaufnahme des Geschäftsbetriebs blieben die Umsätze weit hinter dem Vorkrisenniveau zurück und ermöglichten in der Regel keinen wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb. Bei Click & Meet etwa lagen die Umsatzverluste weiterhin über 50%, in vielen Bereichen auch deutlich darüber. Bei vielen Händlern übersteigen bei Click & Meet die Kosten für das Personal und die Nebenkosten für die Geschäfte den Unternehmensgewinn. Entsprechende Modelle sind insofern nur als Übergangslösung sinnvoll und können nicht annähernd verlorene Umsätze kompensieren.



Die Entwicklung 2020 in Stichworten:

- Erste Coronawelle im Frühjahr – Unternehmen im Krisenmodus
- Relativ schnelle Erholung nach Ende des Lockdown im Sommer
- Konjunkturpaket sorgt nur für marginale Konsumbelebung
- Rettungspakete stützen Unternehmen nur begrenzt
- Arbeitsmarkt unter Druck, hohe Inanspruchnahme von Kurzarbeit
- Zweite Coronawelle im Herbst/ Winter
- Lockdownhandel in akuter Existenznot

Weitere Information zur Entwicklung im Einzelhandel:

www.einzelhandel.de/zahlenspiegel

www.einzelhandel.de/konsummonitor

www.einzelhandel.de/online-monitor

www.einzelhandel.de/konsumbarometer

www.einzelhandel.de/coronavirus

Handelsverband Deutschland e. V. (HDE)

Stefan Genth, Hauptgeschäftsführer | E-Mail: genth@hde.de

Am Weidendamm 1A, 10117 Berlin | Telefon: 030 / 72 62 50-10 | Fax: 030 / 72 62 50-19

HDE -2021