



## Jahresbilanz 2012 für den Berliner und Brandenburger Einzelhandel: Drittes Jahr in Folge mit leichten Umsatzsteigerungen

2012 war ein Jahr für den deutschen Einzelhandel, das durch eine sehr starke Dynamik geprägt war. Immer deutlicher wird der tiefgreifende Umbruch, der sich gegenwärtig im Einzelhandel vollzieht. E-Commerce, Multi Channel Strategien, veränderte Anforderungen an die Kundenkommunikation und vieles mehr stellen die Unternehmen vor völlig neue Herausforderungen, denen nicht immer alle gewachsen sind.

Bundesweit konnten die Einzelhandelsunternehmen 2012 im Vergleich zum Vorjahr im engeren Sinne nominal 1,6 Prozent mehr umsetzen. Preisbereinigt gingen die Erlöse um 0,5 Prozent zurück. Der Anteil des Einzelhandels an der Entwicklung des privaten Konsums ist weiter rückläufig und beträgt aktuell rund 28 Prozent.

Der Einzelhandel in der Region Berlin-Brandenburg profitierte 2012 von der wirtschaftlichen Stabilisierung, von den neuen Rekordzahlen im Tourismus sowie der positiven Konsumstimmung und konnte in der Gesamtbilanz das zweite Jahr in Folge den Bundesdurchschnitt übertreffen.

### Bilanz 2012

Die Jahresbilanz 2012 des HBB basiert auf bisher verfügbaren vorläufigen Umsatzzahlen des Amtes für Statistik Berlin-Brandenburg. Endgültige statistische Daten für das Jahr 2012 liegen bisher noch nicht vor.

### Berlin:

Der Berliner Einzelhandel erwirtschaftete das dritte Jahr in Folge ein Umsatzplus, das 2012 noch weiter angewachsen ist.

**Der Umsatz im engeren Sinne (innerhalb von Verkaufsräumen inklusive Internethandel, aber ohne Kfz, Tankstellen, Apotheken) ist nach vorläufigen Berechnungen des Amtes für Statistik Berlin-Brandenburg nominal um 4,1 Prozent (2011: +3,2 Prozent) und real 2,1 Prozent (2011: +2,2 Prozent) gegenüber dem Vorjahr gewachsen.**

**Der geschätzte nominale Gesamtumsatz des Berliner Einzelhandels im engeren Sinne (inklusive Internethandel) betrug 2012 ca. 13,2 Mrd. Euro.**

**Der Internethandel hat in Berlin inzwischen einen Anteil von rund 10 Prozent (bundesweit: knapp 7 Prozent) am Gesamtumsatz des Einzelhandels im engeren Sinne.**

Ohne Internethandel beträgt die Steigerungsrate beim Umsatz gegenüber dem Vorjahr nominal 2,8 Prozent.

Die größten Umsatzsteigerungen konnte 2012 neben dem Internethandel wieder der Einzelhandel mit Nahrungsmitteln, Getränken und Tabakwaren erwirtschaften (nominal +8,2 Prozent, real +4,7 Prozent). Bedingt durch die Preisentwicklung liegt das Umsatzergebnis deutlich über dem Vorjahr.

Der Einzelhandel mit IK-Technik (Information und Kommunikation), Haushaltsgeräten, Textilien, Heimwerker- und Einrichtungsbedarf erzielte ein nominales Umsatzplus von 3,6 Prozent (real +4,0 Prozent).

Bei Fashion, Bekleidung und Schuhen gab es über das ganze Jahr hinweg ein ständiges Auf und Ab, das vor allem wetterbedingt war. Viele Unternehmen konnten so die bereits im Vorjahr schon schwachen Ergebnisse nicht erreichen.



## Brandenburg:

Auch im Land Brandenburg konnte der Einzelhandel seit 2010 das dritte Jahr in Folge ein Umsatzplus verbuchen.

**Nach vorläufigen Berechnungen des Amtes für Statistik Berlin-Brandenburg ist der Umsatz im Einzelhandel im engeren Sinne (innerhalb von Verkaufsräumen inklusive Internethandel, aber ohne Kfz, Tankstellen, Apotheken) 2012 nominal um 3,1 Prozent (2011: +3,1 Prozent) und real um 1,3 Prozent (2011: +2,6 Prozent) gegenüber dem Vorjahr angewachsen.**

**Der geschätzte nominale Gesamtumsatz des Brandenburger Einzelhandels 2012 im engeren Sinne (inklusive Internethandel) betrug ca. 7,2 Mrd. Euro.**

Die Umsätze im Internethandel haben laut Einschätzung des Amtes für Statistik Berlin-Brandenburg jedoch insgesamt für den Umsatz bisher keine bedeutende Relevanz.

Umsatzsteigerungen gab es ähnlich wie in Berlin bei Nahrungsmitteln, Getränken und Tabakwaren (nominal +7,0 Prozent, real +3,3 Prozent) sowie beim Einzelhandel mit IK-Technik (Information und Kommunikation), Haushaltsgeräten, Textilien, Heimwerker- und Einrichtungsbedarf (nominal und real +6,3 Prozent).

Verluste musste dagegen neben Fashion, Bekleidung und Schuhen auch der Einzelhandel mit Verlagsprodukten, Sportausrüstungen und Spielwaren sowie sonstigen Gütern hinnehmen.

## Zahl der Arbeitsplätze ist gewachsen

Nach einer Stabilisierung im Vorjahr ist die Anzahl der Beschäftigten im Berliner und Brandenburger Einzelhandel 2012 wieder leicht angewachsen.

**Die Zahl der Beschäftigten im Berliner Einzelhandel (im engeren Sinne) hat sich nach Angaben des Amtes für Statistik Berlin-Brandenburg gegenüber dem Vorjahr um 3,2 Prozent (ohne Internethandel: +2,8 Prozent) erhöht.**

Der Anteil von Vollzeitbeschäftigten (Einzelhandel im engeren Sinne) ist im Jahresverlauf um 0,8 Prozent (ohne Internethandel: +1,9 Prozent) und der Anteil von der Teilzeitbeschäftigten um 5,2 Prozent (ohne Internethandel: +3,9 Prozent) angewachsen.

Einen starken Beschäftigungszuwachs von über zwölf Prozent gab es im Einzelhandel mit Nahrungsmitteln, Getränken und Tabakwaren.

**Im Brandenburger Einzelhandel (im engeren Sinne) ist die Zahl der Beschäftigten gegenüber dem Vorjahr insgesamt um 1,2 Prozent angewachsen.**

Der Anteil von Vollzeitbeschäftigten ist um 1,0 Prozent angewachsen. Die Zahl der Teilzeitbeschäftigten hat um 1,3 Prozent zugenommen.

Branchenbezogen gab es einen Beschäftigungszuwachs von fast zwanzig Prozent im Einzelhandel mit Nahrungsmitteln, Getränken und Tabakwaren und von 5,8 Prozent bei IK-Technik, Haushaltsgeräten, Textilien, Heimwerker- und Einrichtungsbedarf.

## Gesamtkaufkraft wächst leicht an Einzelhandelskaufkraft stagniert

Die Gesamtkaufkraft je Einwohner und Jahr wächst in der Region Berlin-Brandenburg weiterhin leicht an und wird laut GfK Kaufkraftstudie in diesem Jahr in Berlin einen Durchschnittswert von 18.757 Euro (2012: 18.220 Euro) und im Land Brandenburg einen Durchschnittswert von 18.245 Euro (2012: 17.816 Euro) erreichen. Allerdings liegen Berlin mit einem Kaufkraftindex von 95 % und Brandenburg mit einem Kaufkraftindex von 92,4 % weiterhin



nur auf Platz 11 bzw. 12 im Ranking der Bundesländer.

Betrachtet man allerdings die für den Einzelhandel relevante Kaufkraft, so ist ihr Anteil an der Gesamtkaufkraft in den vergangenen zehn Jahren von 34,5 % auf etwa 28,4 % zurückgegangen. Das bedeutet, dass die Einzelhandelskaufkraft in Berlin und Brandenburg faktisch stagniert.

## Touristen bringen zusätzliche Kaufkraft

Der durch in- und ausländische Touristen über das Jahr hinweg erzielte Umsatz ist für viele Kaufleute und Einzelhandelsunternehmen der Region inzwischen zu einem Existenz entscheidenden Faktor geworden.

**In Berlin beträgt nach HBB-Schätzungen der Umsatzanteil in- und ausländischer Touristen am Jahresumsatz 2012 im engeren Sinne (innerhalb von Verkaufsräumen, ohne Kfz, Tankstellen, Apotheken und Märkte) ca. 25 Prozent.**

Aufgrund der inflationären Entwicklung und der wirtschaftlichen Probleme vieler Staaten sind die Pro-Kopf-Ausgaben im Einzelhandel vor allem bei den Übernachtungsgästen leicht rückläufig. Da aber auch 2012 die Zahl der touristischen Aufenthalte weiter angewachsen ist, werden die gesunkenen Pro-Kopf-Ausgaben nach Schätzung des HBB in der Gesamtbilanz wieder ausgeglichen.

Je nach Standort und Angebot profitieren die Unternehmen unterschiedlich von dieser Entwicklung. In den City-Lagen werden teilweise 40 bis 60 Prozent des Umsatzes durch in- und ausländische Touristen erwirtschaftet.

Die gewachsene Qualität der Berliner Einkaufslandschaft an zahlreichen Standorten außerhalb der Zentren mit ihren Boulevards und Shoppingcentern führt aber auch dort zu immer mehr Besuchern.

Auch im **Land Brandenburg** hat sich der Tourismus 2012 stabil weiterentwickelt, und

zahlreiche Kaufleute und Unternehmen insbesondere im mittelständischen Einzelhandel konnten überwiegend in den Regionen mit einem reichen Kulturerbe und mit wassertouristischen Angeboten davon profitieren. Diese Reiseziele standen auch 2012 sehr hoch in der Gunst der Touristen.

Insgesamt ist die Zahl der Übernachtungen 2012 in Brandenburg im Vergleich zum Vorjahr um 4 Prozent auf 11,5 Millionen gestiegen und die Zahl der Gäste erhöhte sich im gleichen Zeitraum auf fast 4,2 Millionen. (Amt für Statistik Berlin-Brandenburg)

Die am stärksten frequentierten Reisegebiete sind das Oder-Spree-Seengebiet, das Ruppiner Seenland und der Spreewald.

Den größten Zuwachs aller Reisegebiete gegenüber dem Vorjahreszeitraum an Übernachtungen konnte die Stadt Potsdam erreichen (+13,6 Prozent), vor allem durch das erfolgreiche Friedrich-Jahr 2012 mit der Friederisiko-Ausstellung, gefolgt vom Fläming (+7,2 Prozent) durch den Deutschen Wandertag im Fläming.

Zu den bedeutenden Einkaufsstädten zählen die Landeshauptstadt Potsdam und die Städte Cottbus, Brandenburg an der Havel und Frankfurt (Oder).

## Modemetropole dominiert Vermietungsmarkt

Berlin ist der größte Einzelhandelsmarkt in Deutschland und zugleich einer der interessantesten in Europa. Auch 2012 war Berlin wieder Spitzenreiter auf dem Vermietungsmarkt für Handelsimmobilien sowie bei der Eröffnung sogenannter Pilot-Stores in Deutschland. Laut Einschätzung der CBRE Group gab es dabei erstmals wieder in der City West eine gleich hohe Anzahl an Neuvermietungen wie in der City Ost.

Dass sich Berlin zu einer Modemetropole entwickelt hat, kommt inzwischen auch deutlich bei der Neuvermietung von Einzelhandelsflächen zum Ausdruck. Fast 50 Prozent der Ver-



mietungsgeschäfte spielen sich laut CBRE im Bereich Fashion ab. Rechnet man noch den Schuheinzelhandel dazu, so entfallen insgesamt zwei Drittel auf das Mode-Segment.

Kennzeichnend für die 1A-Lagen ist ein stetiger Anstieg des Filialisierungsgrades. Inhabergeführte Einzelhandelsgeschäfte sind in den Top-Lagen aufgrund des massiven Verdrängungswettbewerbs nationaler und internationaler Filialisten kaum noch zu finden.

Es gibt kaum noch ein Handelskonzept, das in Berlin nicht vertreten ist, und die Standortnachfrage wächst weiter an.

## Potsdamer Einzelhandel im Aufschwung

Potsdam gehört zu den sechs ostdeutschen Städten, die in den vergangenen zehn Jahren eine positive Bevölkerungsentwicklung aufweisen können. Eine um ca. 20 Prozent gewachsene Bevölkerungszahl und die zunehmende Tourismuswirtschaft sorgen unter anderem dafür, dass die Bedeutung des Einzelhandelsstandortes stetig wächst. Potsdam hat sich laut Einschätzung der CBRE Group nach Berlin, Leipzig, Dresden, Erfurt und Rostock zum bedeutendsten Einzelhandelsstandort der ostdeutschen Bundesländer entwickelt. Die Potsdamer Innenstadt mit ihren historischen Baustrukturen bietet auch für den Einzelhandel ein einmaliges und besonderes Flair und sichert zugleich die Existenz zahlreicher kleiner und inhabergeführter Unternehmen. Mit dem Luisenforum am Ende der Brandenburger Straße entsteht zurzeit ein neuer Einkaufsmagnet, der auch Einzelhandelsunternehmen mit größeren Anforderungen hinsichtlich der Verkaufsfläche gerecht wird.

## Gewerbeanmeldungen im Einzelhandel weiterhin rückläufig

### Berlin:

Von Januar bis November 2012 gab es im Berliner Einzelhandel (ohne Handel mit Kfz) nach Angaben des Amtes für Statistik insgesamt 4.750 Anmeldungen gegenüber 5.239 Abmel-

dungen. **Die Zahl der Gewerbeanmeldungen ist gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 5,4 Prozent zurückgegangen (2011: -11,3 %). Die Zahl der Gewerbeabmeldungen hat sich um 1,3 Prozent verringert (2011: -3,3 %).**

Der Anteil des Einzelhandels an der Gesamtzahl der Gewerbeanmeldungen beträgt 10,5 Prozent (2011: 11,2 %) und an der Gesamtzahl der Gewerbeabmeldungen 15,6 Prozent (2011: 17,0 %).

**Berlin hat bei der Gewerbestatistik das zweite Jahr in Folge wieder ein Negativsaldo von 489 Meldungen (2011: 149) zu verzeichnen.**

Im Bereich der 1a-Lagen und Top-Standorte gibt es andererseits eine wachsende Zahl von Geschäftseröffnungen (siehe: „Modemetropole dominiert Vermietungsmarkt“).

Betrachtet man ausschließlich die im Gründerindex der BBB Bürgschaftsbank zu Berlin-Brandenburg ausgewiesenen „echten Betriebsgründungen“ (ohne Kleingewerbegründungen), gehört der Einzelhandel neben dem Gastgewerbe und den Dienstleistungen – alle mit einem Anteil von jeweils 12 Prozent - nach wie vor zu den Spitzenreitern. Allerdings hat der Einzelhandel auch hier ein negatives Gründersaldo zu verzeichnen und kann dem allgemeinen Trend in Berlin nicht folgen.

### Brandenburg:

Im Land Brandenburg gab es von Januar bis November 2012 laut Angaben des Statistischen Amtes insgesamt 2.758 Gewerbeanmeldungen und 3.061 Gewerbeabmeldungen. **Damit ist die Zahl der Gewerbeanmeldungen gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 5,3 Prozent gesunken (2011: -10,3 %). Die Zahl der Gewerbeabmeldungen ist im Gegensatz zum Vorjahr um 9,4 Prozent angewachsen (2011: -17,6 %).**

Nach einem noch positiven Saldo im Vorjahr verzeichnet das Land Brandenburg 2012 bei den Gewerbeanmeldungen ein Negativsaldo von 303 Meldungen (2011: +114).





Insgesamt hat der Brandenburger Einzelhandel (ohne Handel mit Kfz) einen Anteil von 16,3 Prozent (2011: 15,4 %) an den Anmeldungen und 18,1 Prozent (2011: 16,4 %) an den Abmeldungen.

Die Ursachen für die nun schon das zweite Jahr rückläufigen Gewerbeanmeldungen sind nach Einschätzung des HBB einerseits bedingt durch die Stabilisierung der Situation auf dem Arbeitsmarkt und dem damit zusammenhängenden starken Rückgang von Existenzgründungen aus der Arbeitslosigkeit heraus.

Andererseits führen auch die Staatsschulden- und Finanzkrise in der Europäischen Union zu einer wachsenden Unsicherheit insbesondere bei kleinen Existenzgründungsvorhaben.

## Erhebung der Verkaufsfläche in Berlin gestartet

**In Berlin läuft zurzeit eine Erhebung der Einzelhandelsverkaufsfläche, die es ermöglichen wird, in Kürze vollständig aktualisierte Daten zur Verfügung zu stellen.**

Nach vorläufiger Schätzung des HBB ist die Verkaufsfläche in Berlin 2012 insbesondere durch die Eröffnung des Boulevard Berlin und des Einkaufszentrums am Köpenicker Elcknerplatz sowie durch neue Fach-, Verbraucher- und Lebensmittelmärkte um ca. 130.000 Quadratmeter angewachsen.

**Die Verkaufsfläche betrug in Berlin zum Jahresende 2012 schätzungsweise 5,14 Mio. Quadratmeter. Damit stehen je Einwohner etwa 1,46 Quadratmeter Verkaufsfläche zur Verfügung.**

## Verkausflächenzuwachs in Brandenburg

Im Land Brandenburg wurde bereits 2011 eine Einzelhandelserfassung von insgesamt 18.000 Geschäften durchgeführt. Damit stehen vollständig aktualisierte, flächendeckende Angaben zur Größe, Lage und Sortimentsstruktur von Einzelhandelsbetrieben zur Verfügung.

2012 ist die Verkaufsfläche in Brandenburg um ca. 37.000 Quadratmeter angewachsen.

**Damit verfügt das Land jetzt über eine Verkaufsfläche von ca. 4,54 Millionen Quadratmeter. Auf jeden Einwohner des Landes Brandenburg entfallen rechnerisch 1,82 Quadratmeter Verkaufsfläche.**

Überwiegend gab es die größten Verkaufszuwächse durch Neuansiedlungen in den Nahversorgungslagen mit Lebensmittelmärkten und durch die Neueröffnung des Elster-Centers in Elsterwerda mit 16,800 Quadratmeter.

Angesichts der vergleichsweise geringen Kaufkraft verfügt Brandenburg über deutlich zu viel Verkaufsfläche, die allerdings auch sehr unterschiedlich verteilt ist. Zwar sind 52 Prozent aller Einzelhandelsbetriebe in den Stadt- und Ortszentren zu finden. 80 Prozent der Verkaufsflächen liegt jedoch außerhalb der Innenstädte auf der „grünen Wiese“.

Besonders reichhaltig sind der Süden Brandenburgs und die Region südöstlich von Berlin mit Verkaufsflächen ausgestattet. Die Kaufkraft stärkste Region in und um Potsdam verfügt dagegen über eine landesweit unterdurchschnittliche Ausstattung von lediglich 1,58 Quadratmeter Verkaufsfläche je Einwohner.

## Verbraucherpreise steigen kontinuierlich

In Berlin und in Brandenburg sind die Verbraucherpreise das dritte Jahr in Folge deutlich angestiegen.

Wie das Amt für Statistik Berlin-Brandenburg mitteilt, haben sich die Verbraucherpreise in **Berlin** wie bereits im Jahr 2011 auch 2012 **im Jahresdurchschnitt um 2,4 Prozent erhöht**. Der Preisauftrieb wurde neben den gestiegenen Energiepreisen insbesondere für Gas, Strom, Fernwärme, Heizöl und Kraftstoffe (+5,8 Prozent) zunehmend auch durch die Preisentwicklung bei den Nahrungsmitteln (+5,2 Prozent) hervorgerufen.



Vor allem Obst (+12,2 Prozent) und Gemüse (+11,7 Prozent), Fisch und Fischwaren (+6,7 Prozent), Brot und Getreideerzeugnisse (+5,5 Prozent) sowie Fleisch und Fleischwaren (+5,0 Prozent) haben sich verteuert.

Für das **Land Brandenburg** ermittelte das Amt für Statistik für das Jahr 2012 ebenso wie im Vorjahr eine durchschnittliche Steigerung der Verbraucherpreise um **2,0 Prozent**. Der Preisauftrieb wird zunehmend durch die Teuerung der Nahrungsmittel bestimmt (+4,5 Prozent). Vor allem Gemüse (+10,2 Prozent) und Obst (+9,5 Prozent) sowie Fleisch und Fleischwaren (+5,6 Prozent), Fisch und Fischwaren (+4,7 Prozent) und Süßwaren (+4,3 Prozent) waren erheblich teurer als ein Jahr zuvor. Rückläufig entwickelten sich die Preise für Unterhaltungselektronik (-5,2 Prozent), Informationsverarbeitungsgeräte sowie Foto und Filmausrüstungen (-3,8 Prozent).

## Ausgezeichnet generationenfreundlich

Das Qualitätszeichen des Einzelhandels „Ausgezeichnet Generationenfreundlich“, ein orangefarbenes Signet mit dem weißen Einkaufskorb, etabliert sich immer stärker als Orientierungshilfe für die Kundinnen und Kunden in der Region Berlin-Brandenburg.

**Rund 800 Geschäfte und Unternehmen an mehr als 270 Handelsstandorten in Berlin und Brandenburg wurden bisher erfolgreich für die Auszeichnung mit dem HDE-Qualitätszeichen getestet.**

2012 konnte das Qualitätszeichen „Ausgezeichnet generationenfreundlich“ unter anderem an 70 Kaufland-Filialen, über 50 Rewe-Filialen sowie weitere Märkte von Edeka, Reichelt und Marktkauf verliehen werden. Erfolgreich bestanden haben den Qualitätstest ebenso die Galeria Kaufhof im Berliner Ring-Center

und in den Gropius Passagen sowie die Potsdamer Platz Arkaden und Ikea in Berlin-Lichtenberg. Gerade erst kürzlich erfolgreich getestet wurden die Gropius Passagen, die Neukölln Arcaden, die Spandau Arcaden, die Schönhauser Allee Arcaden sowie die Wilmersdorfer Arcaden.

Eine Auflistung aller in Berlin und Brandenburg erfolgreich getesteter Unternehmen steht auf der HBB-Internetseite unter folgendem Link zur Verfügung:

[www.hbb-ev.de/Seiten/QZ\\_Uebergabe.htm](http://www.hbb-ev.de/Seiten/QZ_Uebergabe.htm)

## Erwartungen 2013

Eine Stichprobenbefragung des HBB (siehe Anlage) ergab, dass sich die Erwartungshaltung und Geschäftslage der befragten Einzelhandelsunternehmen gegenüber dem Vorjahr wieder deutlich verbessert hat.

Der Anteil der Unternehmen in der Region Berlin-Brandenburg, die 2013 das gleiche bzw. ein besseres Umsatzergebnis im Vergleich zum Vorjahr erwarten, hat sich innerhalb eines Jahres um rund 20 Prozent erhöht.

Dennoch gibt es aber noch immer eine Reihe von Unsicherheitsfaktoren, die sehr rasch einen Wandel in der Konsumstimmung herbeiführen können. Vor allem ist es nach wie vor die europäische Schuldenkrise, die das Wachstum deutlich abbremsen und sich damit auch unmittelbar auf den Einzelhandel auswirken kann. Aber auch Steuererhöhungen, steigende Energiekosten und weitere Belastungen der Verbraucher können die Kauflaune eintrüben.

„Wir handeln, ...damit Sie besser handeln können!“ – Entsprechend diesem Leitmotiv wird sich der Handelsverband Berlin-Brandenburg auch weiterhin für die Interessen der Kaufleute der Region einsetzen.



Der Handelsverband Berlin-Brandenburg und Mitgliedsunternehmen des Verbandes engagieren sich im Rahmen folgender Initiativen und Aktionen:

- Runder Tisch Tourismus
  - Initiative „Service in the City“ in Berlin und ihrem Sprachportal
  - "Mittendrin Berlin! Die Zentren-Initiative"
  - Initiative "Handeln statt wegsehen"
  - Berliner Ratschlag für Demokratie
  - Aktion "Berlin barrierefrei"
  - Runder Tisch „Barrierefreie Stadt“
  - Berlin weiten Kampagne „Na klar – unabhängig von Alkohol!“
  - Schulungs- und Zertifizierungssystem "ServiceQualität Deutschland"
  - Handlungskonzept "Tolerantes Brandenburg“
  - Aktion „Fahrradfreundliches Geschäft 2012“ in Potsdam
  - Aktion "Bernau barrierefrei"
  - City-Offensive Ostbrandenburg 2012
  - Projektgruppe „Ehrenamtskarte des Landes Brandenburg“
- sowie weitere lokalen und temporären Aktionen.