

Stellungnahme für die Enquetekommission „Krisenfeste Gesellschaft“ zum vierten Handlungsfeld

I. Strukturdaten der Handelsbranche in Baden-Württemberg und Vorstellung des Handelsverbands Baden-Württemberg

Die Einzelhandelsbranche in Baden-Württemberg zählte laut dem Unternehmensregister des Statistischen Landesamtes Baden-Württemberg zum Stand September 2021 41.830 Unternehmen. Im Jahr 2019 waren es noch 45.415 Unternehmen. Dies bedeutet einen Rückgang der Handelsunternehmen von knapp 8% während der ersten eineinhalb Jahre der Pandemie. Der Umsatz lag 2021 laut Unternehmensregister bei rund 89 Milliarden Euro. Stand 2021 beschäftigte der baden-württembergische Einzelhandel gut 330.000 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte und ist zudem eine der größten Ausbildungsbranchen im Land. Der baden-württembergische Einzelhandel zeichnet sich im Vergleich zu anderen Bundesländern durch die Vielzahl kleiner, familiengeführter Geschäfte aus, die unsere Innenstädte im ganzen Land vielfältig machen und bereichern.

Der Handelsverband Baden-Württemberg (HBW) ist der Spitzenverband für den Einzelhandel in Baden-Württemberg und vertritt die politischen Interessen der über 40.000 Handelsunternehmen in Baden-Württemberg gegenüber Politik und Gesellschaft. Der Handel stellt den drittgrößten Wirtschaftszweig in Baden-Württemberg dar.

II. Vorbemerkung zur Entwicklung des Handels seit 2019

Seit März 2020 befindet sich die Handelsbranche in Baden-Württemberg im Ausnahmezustand. Die Auswirkungen der Corona-Pandemie trafen den Handel bis ins Mark und wirkten auf den ohnehin schon vorstattengehenden Strukturwandel im Einzelhandel wie ein Brandbeschleuniger. Hier verweisen wir auf die bereits in den Medien bekannt gewordenen Insolvenzfälle, die jedoch nur die Spitze des Eisberges darstellen. So haben im Laufe dieses Jahres bekannte Unternehmen wie Karstadt, Peek & Cloppenburg, Reno, Goertz, Klingel und viele andere bereits Insolvenz angemeldet. Viele weitere mittelständische Unternehmen schließen auch leise die Pforten, weil sie an eine Rentabilität in überschaubarem Zeitraum aufgrund der exorbitant gestiegenen Kosten, der Schulden, die aufgrund der Coronakrise gemacht werden mussten und die künftige Investitionen verhindern sowie der nach wie vor schwachen Konsumneigung und nachlassenden Wirtschaftskraft nicht glauben. Prominente Beispiele aus der Region sind Maute-Benger in Stuttgart, aber auch das traditionsreiche Modehaus Kögel in Esslingen. In Baden-Württemberg gab es in den ersten sechs Monaten dieses Jahres 27,5% mehr Insolvenzanträge von Unternehmen als im Vorjahreszeitraum. Mit 138 Anträgen kamen die Insolvenzen besonders häufig aus dem Handel.

An dieser Stelle wollen wir gerne auf die konkreten Auswirkungen der Pandemie auf den Einzelhandel eingehen.



1. Das Sonderopfer des Einzelhandels

Zur Bekämpfung der Coronapandemie veranlasste die deutsche Bundesregierung am 18. März 2020 den ersten Lockdown. In den zwei darauffolgenden Jahren wurden sowohl von der Bundes- als auch von der Landespolitik immer wieder neue Maßnahmen zum Schutz vor Corona erlassen, wie beispielsweise Zugangsregelungen für Kundinnen und Kunden oder Personenbegrenzungen in Ladengeschäften. Zwischen März 2020 und Februar 2022 war der baden-württembergische Einzelhandel an über 300 Verkaufstagen ganz oder teilweise geschlossen, während in anderen Branchen und in Büros weitestgehend normal gearbeitet wurde. Trotz Statistiken die belegten, dass im Handel im Gegensatz zu Großraumbüros keine überdurchschnittliche Ansteckungsgefahr herrschte.

Die wichtigste Jahreszeit im Einzelhandel ist das Weihnachtsgeschäft. Hier wird in vielen Branchen ein beträchtlicher Anteil, nämlich bis zu 30% des Jahresumsatzes generiert. Das Weihnachtsgeschäft fand in den Jahren 2020 und 2021 jedoch gar nicht beziehungsweise nur unter strengsten Auflagen, die einem Lockdown gleichkamen, statt. Während die Geschäfte im Jahr 2020 ab dem 16. Dezember für 67 Tage komplett geschlossen waren, galten im Jahr 2021 2G-Zutrittsbeschränkungen. Diese Zutrittsbeschränkungen haben dazu geführt, dass zahlreiche Kundinnen und Kunden dem stationären Einzelhandel fernblieben.

Der Einzelhandel hat während der zweijährigen Hochphase der Coronapandemie ein Sonderopfer erbracht, das seinesgleichen sucht. Die Schließungen des Handels dienten dazu, dass andere Bereiche und Branchen ohne größere Einschränkungen weiterlaufen konnten.

Für dieses Sonderopfer erhielten die Unternehmen die allgemeinen Hilfszahlungen, für die die Branche dankbar ist und war.

Dennoch ist zu konstatieren, dass die besonderen Belastungen, der die Branche de facto ausgesetzt war, nicht durch Sonderprogramme wie beispielsweise der Novemberhilfe, an der der Handel nicht partizipierte, oder sonstige Hilfsprogramme ausgeglichen wurden. Sowohl die Soforthilfe als auch die Überbrückungshilfe sowie das Kurzarbeitergeld nahmen die Branche nicht wie andere in Anspruch. Die Handelsunternehmen versuchten zunächst durch Eigeninitiative alles, um Schäden zu begrenzen. Dadurch sind viele Handelsunternehmen knapp unter den für die Hilfen benötigten 30% Umsatzverlust geblieben, so dass es für diese Unternehmen keine Unterstützung gab, während andere Unternehmen, die in dieser Zeit schlicht geschlossen hatten, durch die Unterstützung besser dastanden.

2. Der Begriff der Systemrelevanz – Unterschiede zwischen den Teilbranchen des Einzelhandels

Während der Pandemie wurde die „Systemrelevanz“ ein geflügeltes Wort, um die Schließungen von Betrieben und ganzer Branchen zu begründen. Die Unterscheidung zwischen systemrelevanten und nicht systemrelevanten Betrieben und Branchen hatte während der Pandemie große Auswirkungen auf wirtschaftliche, soziale und politische Entscheidungen. Systemrelevante Betriebe und Branchen waren von zahlreichen Beschränkungen weniger stark betroffen als andere und durften beispielsweise auch während der Lockdowns öffnen. Die Einzelhandelsbranche war hiervon besonders betroffen und wurde in vermeintlich systemrelevante und nicht-systemrelevante Teilbranchen unterteilt. Während



beispielsweise der Lebensmittelhandel oder Drogerien systemrelevante Betriebe waren und somit durchgehend öffnen durften, wurden andere Teilbranchen des Einzelhandels als nicht-systemrelevant angesehen und mussten lange Schließungen und auch ansonsten starke Einschränkungen hinnehmen.

Diese teilweise nicht logische und bundesweit unterschiedliche Einteilung führt dazu, dass eine Gesamtbetrachtung der Auswirkungen der Coronapandemie auf den Einzelhandel in Baden-Württemberg kaum möglich ist. Während der Lebensmitteleinzelhandel durchgehend geöffnet hatte und die Pandemie deshalb keine Auswirkungen auf die Umsatzentwicklung der Supermärkte hatte, mussten nicht-systemrelevante Teilbranchen wie beispielsweise der Textileinzelhandel massive Umsatzeinbußen hinnehmen.

Die unterschiedliche Behandlung führte auch innerhalb der Branche zu Verwerfungen, zu Unsicherheiten und erheblichen Konfrontationen. Kunden wurden verunsichert und zum Kauf im Internet getrieben. Mitarbeiter aus nicht-systemrelevanten Teilbranchen wechselten in systemrelevante Teilbranchen.

Eine Gesamtbetrachtung der Auswirkungen der Coronapandemie auf den Einzelhandel in Baden-Württemberg ist also in vielen Bereichen kaum möglich, hier muss stets zwischen verschiedenen Teilbranchen unterschieden werden.

3. Lieferketten und Planungssicherheit in Bestellphasen

Die Coronapandemie hatte in den Jahren 2020 bis 2022 nicht nur Baden-Württemberg und die Bundesrepublik Deutschland fest im Griff, weltweit führte das Virus zu massiven Einschnitten in das gesamte Leben. So hatten beispielsweise die Lockdowns in chinesischen Frachthäfen massive Auswirkungen auf den Einzelhandel in Baden-Württemberg. Containerschiffe, die längst bestellte Ware transportieren sollten, ankerten wochenlang vor geschlossenen Häfen, was zu massiven Problemen in den Lieferketten führte. Dies hatte zur Folge, dass auch in Phasen, in denen auch nicht-systemrelevante Branchen des Einzelhandels öffnen durften, viele Produkte knapp wurden oder erst gar nicht mehr verfügbar waren. Bekannte Beispiele kamen aus dem Lebensmittelbereich, dem Elektronikbereich oder aus dem Schuh-, Sport-, Möbel- und Textileinzelhandel. Durch die Probleme in den Lieferketten stiegen die Containerpreise ins Unermessliche was dazu führte, dass Händlerinnen und Händler ein Vielfaches des bisherigen Preises für die Lieferung von Waren bezahlen mussten. Auch in Zeiten, in denen der Einzelhandel normal verkaufen durfte, sanken die Gewinnmargen aufgrund der explodierenden Lieferkosten massiv. Dazu kam, dass die bestellten Lieferungen die Händlerinnen und Händler oft erst erreichten, als die Nachfrage der Kundschaft bereits wieder abebbte. Dies führte zu großen Lagerbeständen und zu Liquiditätsproblemen, die teilweise existenzgefährdend waren.

4. Geschäftsschließungen

Während es laut dem Unternehmensregistersystems (URS) des Statistischen Landesamtes Baden-Württemberg im Jahr 2019 noch 45.415 Einzelhändlerinnen und Einzelhändler in Baden-Württemberg gab, lag diese Zahl im Jahr 2021 nur noch bei 41.830. Mehr als 3.500 Händlerinnen und Händler mussten bereits während der ersten eineinhalb Jahre der Pandemie trotz der von Bund und Land aufgesetzten Hilfsprogramme ihr Geschäft aufgeben. Die Zahlen für das Jahr 2022 liegen noch nicht



vor, es ist aber davon auszugehen, dass der negative Trend anhält. Dies zeigen die oben genannten Beispiele, die bereits Insolvenz angemeldet oder geschlossen haben sowie weitere Unternehmen, die Gewinnwarnungen herausgegeben haben.

Viele Händlerinnen und Händler konnten sich während der Pandemie gerade so über die Runden retten, stehen aber nach wie vor mit dem Rücken zur Wand. Es ist davon auszugehen, dass die Auswirkungen der Pandemie noch länger anhalten und zu Geschäftsschließungen führen werden. Vor allem wenn man in Betracht zieht, dass auf die Hochphase der Coronapandemie die nächste Krise folgte.

5. Kostenexplosion und Zukunftsaussichten

Nach dem Auslaufen der Coronamaßnahmen Anfang 2022 folgte nahezu nahtlos die nächste Krise. Durch den Krieg in der Ukraine und die daraus folgenden massiven Kostensteigerungen wurde der Handel erneut hart getroffen. Auf der einen Seite sind sowohl Energiekosten als auch die Einkaufspreise im Einzelhandel massiv gestiegen, auf der anderen Seite gab und gibt es nach wie vor eine inflationsbedingte Kaufzurückhaltung der Kundinnen und Kunden. Die Kerze brennt für den Einzelhandel also von beiden Seiten. Von Kostensteigerungen und Kaufzurückhaltung sind nicht mehr nur noch einzelne Teilbranchen im Einzelhandel betroffen. Die gesamte Handelsbranche in Baden-Württemberg hat mit diesen Problemen zu kämpfen.

Der inzwischen über drei Jahre anhaltende Krisenmodus führt dazu, dass eine Konsolidierung von gebeutelten Handelsgeschäften nach wie vor quasi unmöglich ist, was dazu führt, dass immer mehr Handelsgeschäfte mit dem Rücken zur Wand stehen.

Unter einem Sterben des mittelständischen, inhabergeführten Einzelhandels würden nicht nur unsere Innenstädte und die Vielfalt des Handels in Baden-Württemberg leiden, auch das produzierende Gewerbe im Land wäre davon stark betroffen. Gerade inhabergeführte Geschäfte setzen oft auf regionale Produkte, die von kleinen und mittleren Betrieben in Baden-Württemberg produziert werden. Fehlt der Einzelhandel als Abnehmer, so kommt auch das erzeugende Gewerbe in Baden-Württemberg in Schwierigkeiten.

III. Erfahrungen und Lehren aus der Coronakrise

Die Coronapandemie stellte für Politik, Wirtschaft und die gesamte Gesellschaft eine Krise von bisher noch nicht gekanntem Ausmaß dar. Die Folgen der Pandemie prägen den Einzelhandel und unsere Innenstädte bis heute. So sind die Passantenfrequenzen in unseren Innenstädten vielerorts nach wie vor nicht auf dem Niveau des Jahres 2019. Teilweise liegen die Frequenzen sogar noch bis zu 20% unter dem Niveau der Zeit vor Corona. Uns allen muss daran gelegen sein, das Kulturgut Innenstadt und das Zugpferd unserer Innenstädte, den Einzelhandel, zukunftsfest aufzustellen. Auf die Erfahrungen in der Coronakrise für den Einzelhandel und die daraus resultierenden Lehren soll in den folgenden Seiten genauer eingegangen werden.

1. Erfahrungen mit der Corona-Verordnung

Die regelmäßigen Anpassungen und Erneuerungen unterliegenden Corona-Verordnungen waren zentraler Bestandteil der Pandemiebekämpfung. Der Einzelhandel tat stets alles, was der Gesetzgeber vom Handel verlangte und trug somit effektiv zu Bekämpfung der Pandemie bei.



Trotzdem sah sich der Handel in Bezug auf die Verordnungen mit Problemen konfrontiert, die in der Folge erläutert werden:

- Die Verordnungen wurden zu oft kurzfristig in den Abendstunden, kurz vor Inkrafttreten der jeweiligen Verordnung am folgenden Tag veröffentlicht. Händlerinnen und Händler hatten so kaum eine Chance, neue Regelungen bis zur Eröffnung des Ladengeschäfts am Folgetag im Sinne der Verordnung umzusetzen. Vereinzelt gab es auch direkt am Folgetag der Veröffentlichung Kontrollen in den Geschäften, in denen eine mangelhafte Umsetzung der neuen Regelungen beanstandet wurde, was in einigen Fällen sogar zu vorübergehenden Ladenschließungen führte
- Zahlreiche Sachverhalte wurden erst durch eine Aktualisierung der FAQs abschließend geklärt, so dass nach der Veröffentlichung von Verordnungen in vielen Fällen noch Unklarheiten bestanden, die erheblichen Interpretationsspielraum nach sich zogen. Dies führte zu vielen Unklarheiten, die mit zahlreichen Rückfragen, Unsicherheiten und großem Aufwand zur Klärung einhergingen
- Maßnahmen wie Einlasskontrollen oder Personenobergrenzen führten dazu, dass Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Einzelhandel plötzlich ordnungs- oder polizeirechtliche Aufgaben übernehmen mussten. Folgen waren sowohl verbale als auch körperliche Übergriffe gegenüber dem Personal im Einzelhandel, aber auch ein massiver personeller Mehraufwand für Händlerinnen und Händler. Folge der Übergriffe auf das Personal waren häufig psychische Probleme, die in zahlreiche Kündigungen und Stellenwechsel mündeten
- Die Definition der Systemrelevanz hat vielerorts für Unverständnis gesorgt und war nicht nachvollziehbar. So kann zum Beispiel argumentiert werden, dass auch der Verkauf von Winterkleidung in den kalten Wintermonaten eine überaus wichtige gesellschaftliche Funktion einnimmt und deshalb besonders geschützt werden muss. Die Eingruppierung als nicht-systemrelevant und die damit verbundenen langen Schließungen haben dazu geführt, dass viele Einzelhandelsgeschäfte zahlreiche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter verloren haben. Auch die Personalsuche gestaltete sich aufgrund des Labels „nicht-systemrelevant“ oft äußerst schwierig

Die sich ständig ändernden Regelungen führten dazu, dass der Einzelhandel immer wieder Probleme mit deren Umsetzung hatte. Die Umsetzung war in vielen Fällen auch mit massiven Kosten verbunden, wie zum Beispiel bei Zugangskontrollen oder der Installation spezieller Schutzvorrichtungen. Viele Regelungen waren ab einem gewissen Punkt auch nicht mehr nachvollziehbar, zumal das Infektionsrisiko im Einzelhandel von der Wissenschaft als unterdurchschnittlich eingestuft wurde. Dies führt zu Akzeptanzproblemen. Sowohl im Handel als auch in der gesamten Bevölkerung. Viele Kundinnen und Kunden äußerten ihr Unverständnis gegenüber dem Verkaufspersonal, das die Regelungen in vielen Fällen durchsetzen musste. Zahlreiche Kundinnen und Kunden bleiben dem stationären Einzelhandel aufgrund der damals gültigen Auflagen bis heute fern. Andere haben während der staatlich angeordneten Zwangsschließungen ihr Einkaufsverhalten hin zum Onlinehandel verändert und sind bis heute nicht wieder in den stationären Einzelhandel zurückgekehrt. Während der Zeit der Corona-Maßnahmen ist dem Handel ein erheblicher Schaden entstanden.



2. Lehren und Empfehlungen für mögliche künftige Krisenverordnungen

Gerne geben wir für mögliche künftige Krisenverordnungen einige Handlungsempfehlungen, die für den Einzelhandel von enormer Wichtigkeit sind und dessen Fortbestand auch über eine Krise hinaus sichern würden:

- Lockdowns gehen mit einem enormen Schaden für den Einzelhandel, aber auch für die Gesellschaft insgesamt einher und sind deshalb unter allen Umständen zu vermeiden. Vor allem, wenn einzelne Wirtschaftsbranchen die gesamte Last tragen müssen, damit andere Wirtschaftsbereiche nahezu unbehelligt weiterarbeiten können
- Wirtschaftsbetriebe können und sollten bei einer neuerlichen Krise keine hoheitlichen Aufgaben übernehmen. Dies ist Aufgabe von Ordnungsämtern und der Polizei
- Einschränkungen müssen im Vorfeld rechtzeitig mit Branchenkennern auf deren Praktikabilität und Sinnhaftigkeit besprochen werden
- Unterschiedliche Regelungen zwischen einzelnen Kommunen, Landkreisen oder gar Bundesländern führen zu Wettbewerbsverzerrungen und einer Art Einkaufstourismus, die verhindert werden sollte

3. Erfahrungen mit Hilfsprogrammen während der Krise

Die Coronahilfsprogramme der Bundes- und der Landesregierung waren von großer Wichtigkeit für den Einzelhandel. Vielen Händlerinnen und Händlern konnte dadurch zumindest phasenweise geholfen werden. Trotzdem gibt es für zukünftige Krisen auch an dieser Stelle noch Verbesserungsbedarf. Folgende Probleme sind dem Einzelhandel dabei begegnet:

- Zu Beginn der Coronakrise und den Betriebsschließungen im Einzelhandel haben Bundes- und Landesregierung mit einer schnellen Hilfe, der sogenannten Soforthilfe reagiert. Die Bedingungen für die Soforthilfe und deren Beantragung wurden in FAQs festgelegt, die sich mehrfach geändert haben. Die Mehrheit der Unternehmen hat den Anspruch auf Soforthilfe so aufgefasst, dass sie die Soforthilfe für Umsatz- und Ertragsausfälle erhalten. Durch die Mehrfache Änderung der genannten FAQs waren die Voraussetzungen für den Erhalt der Soforthilfe nicht klar.
- Die Idee der verschiedenen Überbrückungshilfen war sehr gut. Bei der Abwicklung gab es jedoch in der Auslegung der sich ständig ändernden FAQs seitens des Bundes erhebliche Unklarheiten. Selbst Wirtschaftsprüfer und Juristen konnten diese Unklarheiten nicht immer zweifelsfrei auflösen. Die Kommunikation mit der auszahlenden Behörde war aufgrund der ständig wechselnden Sachbearbeiter sowie der wechselnden Auslegung seitens des Bundes kaum möglich. Die Bearbeitungszeiten der Anträge dauerten teilweise über zwei Jahre. Des Öfteren vergingen zwischen den einzelnen Rückfragen der bewilligenden Stellen mehrere Monate. Die Pflicht, einen Steuerberater einzubinden war auf der einen Seite gut und logisch. Auf der anderen Seite entstanden den Unternehmen dadurch jedoch weitere Kosten. Die Beratungskosten konnten auch nicht immer in voller Höhe geltend gemacht werden, dies variierte von Sachbearbeiter zu Sachbearbeiter
- Die L-Bank als bewilligende Stelle in Baden-Württemberg war außerhalb der jeweiligen Bewilligungsverfahren sehr zurückhaltend was den Informationsaustausch mit den antragsstellenden Unternehmen direkt und/oder den prüfenden Dritten (Steuerberater/Wirtschaftsprüfer) betraf. In anderen Bundesländern (z.B. Schleswig-Holstein) informierte die bewilligende Stelle regelmäßig über ihre Bewilligungspraxis (z.B. im Hinblick



auf verbundene Unternehmen) und trat auch im Rahmen von Q&A Sessions in den direkten Austausch mit den prüfenden Dritten

- Die November- und Dezemberhilfe wurde nur wenigen Unternehmen zu Teil. Die Unternehmen, die zwar ab dem 1. November noch öffnen durften, jedoch durch massive Einschränkungen kaum noch Kundenverkehr hatten, dadurch kaum noch Umsätze generieren konnten und in Folge des Lockdowns eine Woche vor Weihnachten schließen mussten, waren von diesen Hilfsprogrammen ausgeschlossen
- Verbundene Unternehmen wurden vor allem bei den Überbrückungshilfen massiv benachteiligt. Mietkosten von Unternehmen, die Unternehmensräume zu marktüblichen Mietpreisen von Verwandten gemietet hatten und bis heute noch haben, wurden nicht erstattet, während dies bei der Miete von Flächen Dritter der Fall war.

4. Lehren und Empfehlungen für künftige Hilfsprogramme während Krisen

- Bei künftigen Krisenhilfsprogrammen muss die Kommunikation der Voraussetzungen für den Erhalt der Programme von Anfang an klar gestaltet werden. Ständige Änderungen verursachen Unsicherheiten beim potentiellen Empfängerkreis
- Sofern die Einreichung von Förderanträgen erneut über den Steuerberater/Wirtschaftsprüfer als vorgeschaltete Prüfinstanz laufen sollte, könnte durch eine verbesserte Kommunikation mit der Prüfbehörde das Antragsverfahren deutlich effektiver gestaltet werden
- Der Bearbeitungsprozess könnte durch einen Ersatz des Rückfrageprozesses über das Antragsportal durch Abstimmung per Telefon, per Video-Call oder auch über ein persönliches Gespräch deutlich effizienter gestaltet werden
- Trotz einer großen Flut an Anträgen für Hilfsprogramme müssen diese Anträge bei möglichen künftigen Hilfsprogrammen zügig bearbeitet und beschieden werden, da sonst die Gefahr besteht, dass die Hilfe für Unternehmen zu spät kommt und diese bereits insolvent sind
- Billigkeitszuwendungen bei Zwangsschließungen sollten bei möglichen künftigen Krisenhilfsprogrammen nicht über sich ständig ändernde FAQs erfolgen, sondern sollten einen justiziablen Rechtscharakter haben

IV. Wege zur Unterstützung des Einzelhandels nach mehr als drei Krisenjahren am Stück

Wie beschrieben befindet sich der Einzelhandel nach mehr als drei Krisenjahren am Stück in einer misslichen Lage. Viele Unternehmen stehen mit dem Rücken zur Wand. Sowohl bundesweit als auch speziell in Baden-Württemberg mussten bereits viele bekannte Einzelhändler Insolvenz anmelden oder ihre Geschäfte aufgeben, wie beispielsweise das seit über 100 Jahren familiengeführte Modehaus Kögel aus Esslingen. Klingel aus Pforzheim, Peek & Cloppenburg oder die Schuhhändler Görtz und Reno sind bundesweit bekannte Beispiele. Landes- und Bundespolitik müssen nun alles dafür tun, dass sich der Einzelhandel und unsere Innenstädte weiterentwickeln können und dadurch attraktiv für Besucherinnen und Besucher bleiben.



1. Belastungsmoratorium für den Einzelhandel

Coronajahre mit massiven Umsatzeinbußen in vielen Teilbranchen, steigende Kosten und die Kaufzurückhaltung von Konsumentinnen und Konsumenten. Davon ist die aktuelle Lage des Einzelhandels in Baden-Württemberg gekennzeichnet. Oberste Priorität für die Landespolitik muss nun sein, diese Unternehmen zu entlasten. Auf keinen Fall dürfen Landtag und die Landesregierung durch neue Gesetze und Verordnungen für weiter steigende Preise und sinkende Margen sorgen. Ein konkretes Beispiel unter vielen wäre die geplante LKW-Maut auf Landes- und Kommunalstraßen, die die Logistikkosten weiter in die Höhe treiben würden. Und dies ausschließlich in Baden-Württemberg, was zudem noch zu einem Wettbewerbssteil gegenüber angrenzenden Ländern sorgen würde.

2. Entbürokratisierung

Der Einzelhandel sieht sich mit einem komplexen Netzwerk von Vorschriften, Genehmigungsverfahren und Berichtspflichten konfrontiert. Der hohe Verwaltungsaufwand bindet Zeit, Ressourcen und finanzielle Mittel, die an anderer Stelle für kundenorientierte Aktivitäten und unternehmerische Innovationen benötigt werden. Besonders betroffen sind Händlerinnen und Händler hier bei Genehmigungsverfahren, die dringend vereinfacht werden müssen, aber auch bei Bericht- und Aufbewahrungspflichten. Hier muss die Landesregierung dringend an Vereinfachungen für den Mittelstand in Baden-Württemberg arbeiten, um Unternehmerinnen und Unternehmer zu entlasten.

3. Investitionsfonds für den Einzelhandel und unsere Innenstädte

Der Handel hat definitiv und ohne Frage eines der größten Sonderopfer erbracht. Die Umsatz- und Ertragsverluste verbunden mit der durch die Coronakrise verstärkten Transformation führt dazu, dass dringend notwendige Investitionen in Kundenansprache und -Rückgewinnung, in Standorte, in Digitalisierungen, in Rückgewinnung von Personal, in Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter, sowie klimaoptimierte Systeme nicht vorgenommen werden können.

Um auch künftig attraktiv für Kundinnen und Kunden zu sein, muss sich der stationäre Einzelhandel ständig weiterentwickeln. Hierzu gibt es zahlreiche gute und innovative Konzepte, wie der Ideenwettbewerb „Einkaufserlebnisse im stationären Einzelhandel – Best Practices für Baden-Württemberg“ des Wirtschaftsministeriums Baden-Württemberg eindrucksvoll gezeigt hat. Das Problem ist, dass ein Großteil der Händlerinnen und Händler nach mehr als drei Krisenjahren am Stück nicht ohne weiteres die nötigen finanziellen Mittel aufwenden kann, um die Konzepte in die Tat umzusetzen. Hier braucht der Handel Unterstützungsprogramme von Bund und Land. Dadurch wird nicht nur der Einzelhandel zukunftsfest aufgestellt, auch unsere Innenstädte bleiben durch einen bunten und vielfältigen Einzelhandel attraktiv, was sich auch positiv auf andere Dienstleistungsbranchen auswirkt.

4. Erreichbarkeit der Innenstädte

Erfolgreiche Einzelhandelsgeschäfte müssen für ihre Kundinnen und Kunden gut und möglichst bequem erreichbar sein. Laut der Deutschlandstudie Innenstadt geben nach wie vor 42% der Befragten den privaten PKW als Hauptverkehrsmittel zum Erreichen der Innenstadt an. Je kleiner die Stadt, desto wichtiger der PKW.



Wir brauchen positive Anreize für einen Umstieg auf andere Verkehrsmittel. Den PKW unattraktiv zu machen kann und darf im Sinne des Einzelhandels und unserer Innenstädte keine Lösung sein. Um den Umstieg zu fördern, muss vor allem der ÖPNV dringend massiv ausgebaut, verbessert und damit verlässlicher gemacht werden. Die Alternativen für einen Wechsel des Verkehrsträgers müssen geschaffen werden, bevor in die bestehende Situation durch Ideen wie dem Abbau und der Verringerung von Parkplätzen, der Sperrung von Straßen oder die Einführung der City-Maut massiv eingegriffen wird. Nur so wird die Mobilitätswende in unseren Städten nicht zulasten des lokalen Einzelhandels und anderer Dienstleister wie der Gastronomie gehen. Hierbei ist zu beachten, dass ein Besuch eines Dienstleisters oder eines Restaurants nicht digital erfolgen kann, ein Einkauf inzwischen schon, mit allen daran anknüpfenden Folgen.

V. Abschlussbemerkung

Die Coronakrise hat die gesamte Gesellschaft vor große, bisher nicht dagewesene Herausforderungen gestellt. Der Einzelhandel ist eine der wichtigsten Wirtschaftsbranchen des Landes. Er trägt zur kulturellen Vielfalt sowie zur Förderung von Kunst und Kreativität in der Gesellschaft bei und führt Menschen zusammen. Nun gilt es Rahmenbedingungen zu schaffen die dazu führen, dass sich der Einzelhandel nach der Krise in eine positive Richtung entwickeln und innovative Ideen in die Tat umsetzen kann. Denn nur ein starker Einzelhandel kann auch die nächste Krise meistern und die Versorgungssicherheit der Bevölkerung garantieren.

Ansprechpartnerin:

Sabine Hagmann, Hauptgeschäftsführerin

Handelsverband Baden-Württemberg e.V.

Neue Weinsteige 44, 70180 Stuttgart | Telefon: 0711 64864-0 | Fax: 0711 64864 24

E-Mail: hagmann@hv-bw.de