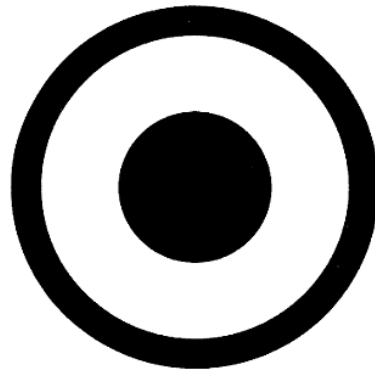


FÜR EINE NACHHALTIGE HANDESENTWICKLUNG IN DER REGION WESTMECKLENBURG



Pictogramm Zentrum

Handelspolitische Positionen der IHK zu Schwerin

Beschluss der Vollversammlung der IHK zu Schwerin vom 14. Dezember 2011

1. Freien und fairen Wettbewerb gewährleisten
2. Vielfalt der Städte sichern
3. Erreichbarkeit der Innenstädte verbessern
4. Großflächigen Einzelhandel bedarfsgerecht etablieren
5. Lokale Rechtsvorschriften reduzieren
6. Synergieeffekte des Tourismus fördern und nutzen
7. Arbeitskräftepotenzial sichern und Fachkräftemangel vorbeugen
8. Das Image der Branche in der Öffentlichkeit verbessern
9. Nahversorgung sichern
10. Das Internet als Vertriebsweg akzeptieren



Industrie- und Handelskammer
zu Schwerin

Impressum:

Industrie- und Handelskammer zu Schwerin, 14. Dezember 2011

Sitz: Ludwig-Bölkow-Haus, Graf-Schack-Allee 12, 19053 Schwerin | Postanschrift: Postfach
11 10 41, 19010 Schwerin | www.ihkzuschwerin.de | E-Mail: info@schwerin.ihk.de

Den Warenverkehr zwischen dem Hersteller und den Verwendern seiner Produkte bewerkstelligt traditionell der Handel. Dennoch ist „der Handel“ keine homogene Branche. Die unterschiedlichen Betriebs- und Absatzformen benötigen geeignete Wettbewerbsbedingungen. Nur unter diesen Voraussetzungen kann der Einzelhandel seine volle wirtschaftliche Leistungsfähigkeit entfalten und die ihm zukommenden Funktionen erfüllen.

Die Industrie- und Handelskammern stehen für Wettbewerb in der Wirtschaft. Sie agieren im gesellschaftlichen Gesamtinteresse für funktionsfähige, belebte Städte, für Urbanität und Attraktivität. Das vielfältige Engagement für den Handel dient sowohl der Erhaltung und der Stärkung traditionell gewachsener Städte mit lebendigen, multifunktionalen Innenstädten und Stadtteilen als auch der Sicherung von Nahversorgungsangeboten außerhalb dieser Zentren. Die Industrie- und Handelskammern haben den Auftrag, die Belange des Einzelhandels abzuwägen und in den Kontext gesamtwirtschaftlicher und gesellschaftlicher Interessen zu stellen. In diesem Sinne wirken sie als Träger öffentlicher Belange. Vor diesem Hintergrund sollen nachfolgende Positionen den Sachstand in der Region Westmecklenburg aufzeigen und Handlungsempfehlungen für Politik, Verwaltungen und Unternehmen geben.

1. Freien und fairen Wettbewerb gewährleisten

Im Handel herrscht intensiver Wettbewerb. Eine Vielzahl an Mitbewerbern und Betriebsformen bestimmen den Markt und führen zu Veränderungen in der Handelslandschaft. Trotz stagnierender Nachfrage und im Bundesdurchschnitt relativ geringer Kaufkraft nimmt die Handelsfläche auch in der Region Westmecklenburg weiter zu. Dennoch müssen staatliche Eingriffe auf die Bereiche beschränkt bleiben, in denen Marktmechanismen nicht optimal funktionieren beziehungsweise ein freier und fairer Wettbewerb behindert wird. Interventionen sind insbesondere dann notwendig, wenn übergeordnete gesellschafts- und wirtschaftspolitische Ziele entgegenstehen. Alle Rechtsgrundlagen sind für den Einzelhandel in gleicher Weise anzuwenden. Die Einzelhandelsstruktur ist nur dann positiv zu beeinflussen, wenn Kommunen gemeinsam mit der Wirtschaft Ideen und Konzepte erarbeiten, die eine geordnete Entwicklung der Region ermöglichen. Diese Fachkonzepte geben Investoren zudem Planungssicherheit.

2. Vielfalt der Städte sichern

Die Vitalität unserer Innenstädte wird maßgeblich von einem leistungsstarken Einzelhandel und seinem vielfältigen Nutzungsmix bestimmt. Veränderungen im Handelsbesatz haben stets Auswirkungen auf die Funktion und die Gestalt dieser Orte. Insbesondere die Standortwahl von Einzelhandelsunternehmen besitzt einen grundlegenden Einfluss auf die Siedlungsstruktur und die Rahmenbedingungen für Wohn-, Versorgungs- und Infrastruktureinrichtungen.

Deshalb sollten sich die Kommunen des Landes zu ihrer Verantwortung bekennen und lebendige Einzelhandelsstrukturen fördern. Hierbei sind klare Ziele und Entwicklungsspielräume zu definieren und in Einzelhandels- oder Zentrenkonzepten für die Planung aller Handelsstan-

dorte festzulegen. Notwendige Maßnahmen zur Stärkung des Erlebnisraums „Innenstadt“ müssen gemeinsam und in engen Dialogen mit Wirtschaft, Verwaltung und benachbarten Kommunen erfolgen. Vor diesem Hintergrund und für die zukünftige Sicherung und Anpassung urbaner Einzelhandelsstrukturen ist die Städtebauförderung auf einem hohen Niveau weiterzuführen. Der Erlebnisraum „Innenstadt“ muss durch gemeinsame Maßnahmen von Wirtschaft und Verwaltung gestärkt werden.

Mit der Umsetzung dieser Anforderungen ist auch das Planungsrecht zur Steuerung der Handelsentwicklung konsequent anzuwenden. Die Rechts- und Investitionssicherheit für den Einzelhandel muss durch Anpassungen von Bebauungsplänen an aktuelles Bauplanungs- und Bauordnungsrecht und, falls erforderlich, durch die Überplanung unbeplanter Gebiete geschaffen werden. In diesem Zusammenhang ist auch der Klarstellungs- und Reformbedarf des Baugesetzbuches und der Baunutzungsverordnung periodisch zu überprüfen. Die Rechtsgrundlagen müssen den kontinuierlichen Veränderungen in dieser Branche stets gerecht werden.

3. Erreichbarkeit der Innenstädte verbessern

Aufgrund der Spezifik eines Flächenlandes besitzen die Einwohner höhere Mobilitätsanforderungen im Individualverkehr. Zugleich gehört der PKW-Kunde zu den umsatzstärksten Kundengruppen und ist deshalb für den Einzelhandel unverzichtbar. Einschränkungen der Erreichbarkeit von Innenstädten, beispielsweise durch nicht nachvollziehbare Parkraumbewirtschaftung, ineffektives Baustellenmanagement oder unverständliche Verkehrsführungen, mindern die Attraktivität des innerstädtischen Einzelhandels.

Vor diesem Hintergrund müssen die Verkehrsanbindungen der Innenstädte und Nebenzentren kontinuierlich verbessert werden. Einschränkungen sind abzubauen oder durch sinnvolle Lösungen, beispielsweise mit Park-and-Ride-Systemen oder mit dynamischen Parkleitsystemen und moderaten Gebührenstrukturen, zu reduzieren. Unabdingbare Voraussetzung für den Einzelhandel in Stadtzentren ist zudem die Erreichbarkeit der Geschäfte für den Lieferverkehr. Parallel ist ein leistungsfähiger öffentlicher Personennahverkehr zwingend erforderlich, um die Attraktivität der innerstädtischen Zentren zu stärken. Wenn möglich, müssen die Einzelhandelsstandorte auch über zweckmäßige Fußwegebeziehungen miteinander verknüpft und in das Nahverkehrsnetz integriert werden. Darüber hinaus ist der steigenden Nachfrage nach innerstädtischen Stellplätzen für Fahrräder Rechnung zu tragen.

4. Großflächigen Einzelhandel bedarfsgerecht etablieren

Der Ansiedlungsdruck großflächiger Einzelhandelseinrichtungen sowie die voranschreitende Konzentration des Angebotes an immer weniger Standorten und mit immer weniger Betrieben führen zu einer Erosion kleinflächiger und zumeist inhabergeführter Einzelhandelsbetriebe. Deren Individualität und Originalität prägen letztlich das Bild eines Einzelhandelsstandortes.

Damit wirkt der Handel über administrative Grenzen hinweg. Städte und Gemeinden müssen sich zukünftig dieser Entwicklung anpassen und das „Kirchturmdenken“ bei der Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsvorhaben beenden. Zugleich muss der seit Jahren bestehende Wettbewerb zwischen peripheren und integrierten Standorten mit einer angemessenen Ba-

lance gesichert bleiben. Dabei sind regionale Konzepte, die gemeinsam mit Politik, Verwaltung, Verbänden, Kammern und Unternehmern entwickelt werden, zunehmend von Bedeutung. Generell sind Beurteilungen über weitere Ansiedlungen großflächiger Einzelhandelseinrichtungen ausschließlich auf Grundlage kommunaler Fachpläne oder wettbewerbsneutraler Gutachten vorzunehmen. Die Grundsätze und Ziele der Raumordnung und Landesplanung Mecklenburg-Vorpommerns sind bei allen Vorhaben zwingend einzuhalten.

5. Lokale Rechtsvorschriften reduzieren

Der Einzelhandel besitzt eine Magnetfunktion mit Synergien für viele innerstädtische Nutzungen. Aber häufig stehen Gebühren, Auflagen und bürokratische Belastungen der Weiterentwicklung insbesondere innerstädtischer Handelsbetriebe entgegen.

Politik und Verwaltung sind angehalten, die wirtschaftlichen Aktivitäten des Handels nicht zu beschränken sondern zu fördern, indem Gestaltungsspielräume ausgenutzt werden und Ausnahmen generell möglich sind. Dabei sind sowohl Sondernutzungen im öffentlichen Straßenraum als auch Antrags- und Bearbeitungsverfahren kurzfristig und weitestgehend restriktionsfrei zu bearbeiten. Für die Bewahrung der Standortqualität und den Erhalt historischer Plätze und Straßen in den Innenstädten ist ein Kompromiss zwischen Denkmalschutz und wirtschaftlicher Rentabilität unabdingbar. Die wirtschaftliche Tragfähigkeit des Einzelhandels ist grundsätzlich zu berücksichtigen.

Darüber hinaus sind die Vorgaben zur Ladenöffnung zu liberalisieren und zu deregulieren. Im Mittelpunkt muss die Entscheidungsfreiheit der Unternehmer stehen. Wesentlich ist, dass die Möglichkeit der Ladenöffnung selbstbestimmt und ohne großen bürokratischen Aufwand wahrgenommen werden kann.

6. Synergieeffekte des Tourismus fördern und nutzen

Die Wechselwirkungen zwischen Einzelhandel und Tourismus haben eine große Bedeutung für beide Branchen. Einerseits stellt der Einzelhandel einen wichtigen touristischen Angebotsbestandteil dar, der die Attraktivität eines Ortes entscheidend beeinflussen kann. Andererseits ist die Tourismusbranche angesichts der demografischen Situation sowie des vergleichsweise geringen Kaufkraftpotenzials eine der wenigen Alternativen für die Umsatz- und Existenzsicherung im Einzelhandel. Diese Zusammenhänge werden sich zukünftig weiter verstärken.

Vor diesem Hintergrund muss der Erlebniswert des Einzelhandels in der Tourismusregion Westmecklenburg zukünftig noch stärker auf die Belange des Fremdenverkehrs orientiert werden. Von großer Bedeutung für die notwendige Verknüpfung des Tourismus mit der Generierung zusätzlicher Kaufkraft sind die Öffnungsmöglichkeiten an Sonn- und Feiertagen. Deshalb bedarf die so genannte Bäderregelung einer Verstetigung auf rechtlicher Ebene. Diese Maßnahme ist eine Grundlage für Planungssicherheit und weiteren Investitionen für den Erhalt eines attraktiven Einzelhandelsangebotes.

7. Arbeitskräftepotenzial sichern und Fachkräftemangel vorbeugen

Für die Zukunft zeichnet sich ab, dass die Zahl der Erwerbspersonen jüngeren und mittleren Alters auch im Einzelhandel deutlich zurückgehen, die der älteren Arbeitskräfte hingegen steigen wird. Überdies wird der zunehmende Fachkräftebedarf auch durch neue Produkte und Konzepte dieser Branche begründet.

Deshalb ist der Fachkräfteentwicklung und -sicherung eine hohe Bedeutung beizumessen. Qualifizierte und leistungsbereite Mitarbeiter sind die wichtigste Ressource für Service und Qualität im Einzelhandel. Mit Maßnahmen zur Sicherung der ständigen und qualitativ hochwertigen Aus- und Weiterbildung von Fachkräften auch unter Einbeziehung der älteren Generation müssen sich Politik, Verwaltung und Unternehmen dieser Notwendigkeit verpflichten. Mit dem Ziel, die Beschäftigungsquote im Einzelhandel zu sichern und auszubauen, müssen in diesem Zusammenhang auch die Rahmenbedingungen und die Möglichkeiten für eine bessere Vereinbarkeit von Beruf und Familie deutlich verbessert werden.

8. Das Image der Branche in der Öffentlichkeit verbessern

Der Einzelhandel als wichtiger Wirtschaftsfaktor trägt maßgeblich zur Attraktivität, Prosperität und zum Profil der Siedlungskerne bei. Die Wahl des Kunden ist jedoch nicht nur von einer attraktiven Preis- und Sortimentsgestaltung, einer qualifizierten Beratung sowie eines guten Services abhängig. Darüber hinaus muss eine hohe Attraktivität und Aufenthaltsqualität durch ein ansprechendes Umfeld, Sauberkeit und Sicherheit gewährleistet sein.

Diese identitätsstiftenden Rahmenbedingungen sind jedoch nicht nur durch ordnungspolitische Vorgaben zu bestimmen. Das Image der Einzelhandelsstandorte ist von Politik, Verwaltung und von den Unternehmern selbst proaktiv zu verbessern. Dazu sind sowohl ganzheitliche Strategien zur Attraktivitätssteigerung und Kundenorientierung als auch abgestimmte Vorgehensweisen und kooperative Maßnahmen nötig. In diesem Kontext sollten Stadtmarketingprozesse stets begleitet und Initiativen immer unterstützt werden. Die Weiter- und Neuentwicklung von Konzepten und Standorten durch kreative und immer wieder neue Lösungen ist in diesem Zusammenhang eine wichtige Aufgabe jedes Unternehmens. Die IHK zu Schwerin unterstützt Maßnahmen in der Region, die diesem Ziel dienen.

9. Nahversorgung sichern

Die Versorgungsinfrastruktur in unseren Städten ist überwiegend gesichert, und die Ziele der Landesplanung, hinsichtlich einer Konzentration des Einzelhandelsangebotes auf Zentrale Orte sowie eine Stärkung der Innenstädte, haben sich bewährt. Die demografische Entwicklung in Mecklenburg-Vorpommern erfordert jedoch besonders in den ländlichen Räumen völlig neue Versorgungskonzepte. Dort haben viele kleinere Ortschaften ihre Nahversorgungsfunktion bereits verloren, denn durch Einwohner- und damit verbundene Kaufkraftverluste ist eine wirtschaftliche Tragfähigkeit oftmals nicht realisierbar. In der Folge ist auch die Aufrechterhaltung der Daseinsvorsorge gefährdet.

Dennoch bleibt die ländliche Bevölkerung ein wichtiges Kundenpotenzial. Die Herausforderung besteht darin, eine wohnortnahe Grundversorgung im ländlichen Raum auch auf Dauer wirtschaftlich rentabel betreiben zu können. Neben innovativen Betriebskonzepten und neu-

en Organisationsformen greifen hier besondere Kooperationen zwischen öffentlicher Hand und privaten Anbietern auch unter Mitwirkung der Bürger ebenso wie Maßnahmen zur Erhöhung der Mobilität. Für den einzelnen Unternehmer kommt es darauf an, eine Bündelung vielfältiger Angebote mit dem Lebensmitteleinkauf zu erzielen. Um die Akzeptanz und die Kundenbindung zu erhöhen, kann sogar die Gemeinschaft mit Waren aus eigener Produktion in den Handel und die Logistik des Ladenbetriebes integriert werden. Vor diesem Hintergrund sind Politik und Verwaltung aufgefordert, alle Initiativen zur Etablierung oder Stabilisierung der Nahversorgung im ländlichen Raum durch alternative Versorgungsmodelle zu unterstützen.

10. Das Internet als Vertriebsweg akzeptieren

Neben dem stationären Geschäft wird das Internet zunehmend wichtig für den Handel. Vor allem für immer mehr Unternehmensgründer ist der Online-Handel attraktiv. Aber auch bereits bestehende Unternehmen, die mit stationären Geschäftskonzepten aktiv sind, haben sich in den vergangenen Jahren ein zweites Standbein im Online-Handel aufgebaut. Wiederum eröffnen erfolgreiche Online-Händler immer häufiger zusätzlich ein Ladenlokal. Diese Entwicklungen tragen in Zukunft nicht unwesentlich zum Erhalt multifunktionaler Innenstädte und wichtiger Nahversorgungsangebote bei. Aber auch für die zunehmend schwierigen Situationen in den Nebenlagen der Innenstädte oder für Geschäftslagen in zentrumsfernen Stadtteilen bietet der Online-Handel die Chance zur Standortsicherung.

In Zukunft wird sich das Internet immer stärker als wichtiger Vertriebskanal etablieren und den Handelsunternehmen sowohl regional als auch überregional neue Entwicklungschancen und Wachstumsfelder eröffnen. Dadurch sind Plattformbetreiber und Online-Anbieter regelmäßig angehalten, dem Kunden mit innovativen Geschäftsmodellen preislich attraktive Angebote mit einem Mehrwert zu bieten. Von Vorgaben aus Politik und Verwaltung wird deshalb erwartet, die dynamische Entwicklung im elektronischen Handelsverkehr stets zu berücksichtigen. Auch vor dem Hintergrund eines großen Bedarfes nach Klarheit und Rechtssicherheit im Online- und Versandhandel darf das Einkaufen im Internet nicht weiter erschwert werden. Eine Verbesserung des Verbraucherschutzes sollte auf der Unternehmenseite nicht zu höheren Barrieren führen. Das Ziel ist eine Vereinfachung der gesetzlichen Regeln zum Fernabsatz für Anbieter und für Nachfrager.