



Zentren stärken

FORDERUNGEN DER IHKLW ZUR
STÄRKUNG DER INNENSTÄDTE

WAS ZU TUN IST

Die Zukunft unserer Innenstädte

Das urbane Leben in den Innenstädten verändert sich in rasantem Tempo. Die von der Coronapandemie geprägten Jahre 2020 und 2021 haben vor Augen geführt, wie eng Stadtentwicklung und Innenstadtbelebung mit gesellschaftlichen Entwicklungen verbunden sind. Nicht zuletzt die Zunahme des Onlinehandels hat zu hohen Leerständen in den Innenstädten geführt. Daneben haben auch große Filialisten Flächenbereinigungen vorgenommen, die die Innenstädte vor große Herausforderungen stellen.

In vielen Städten der Region setzen sich Politik, Verwaltung, IHK, Werbegemeinschaften, Händler und Gastronomen sowie weitere Innenstadtakteure bereits intensiv mit der Zukunft ihrer Innenstadt auseinander, in der der Handel nicht mehr als alleiniger Anziehungspunkt fungiert.

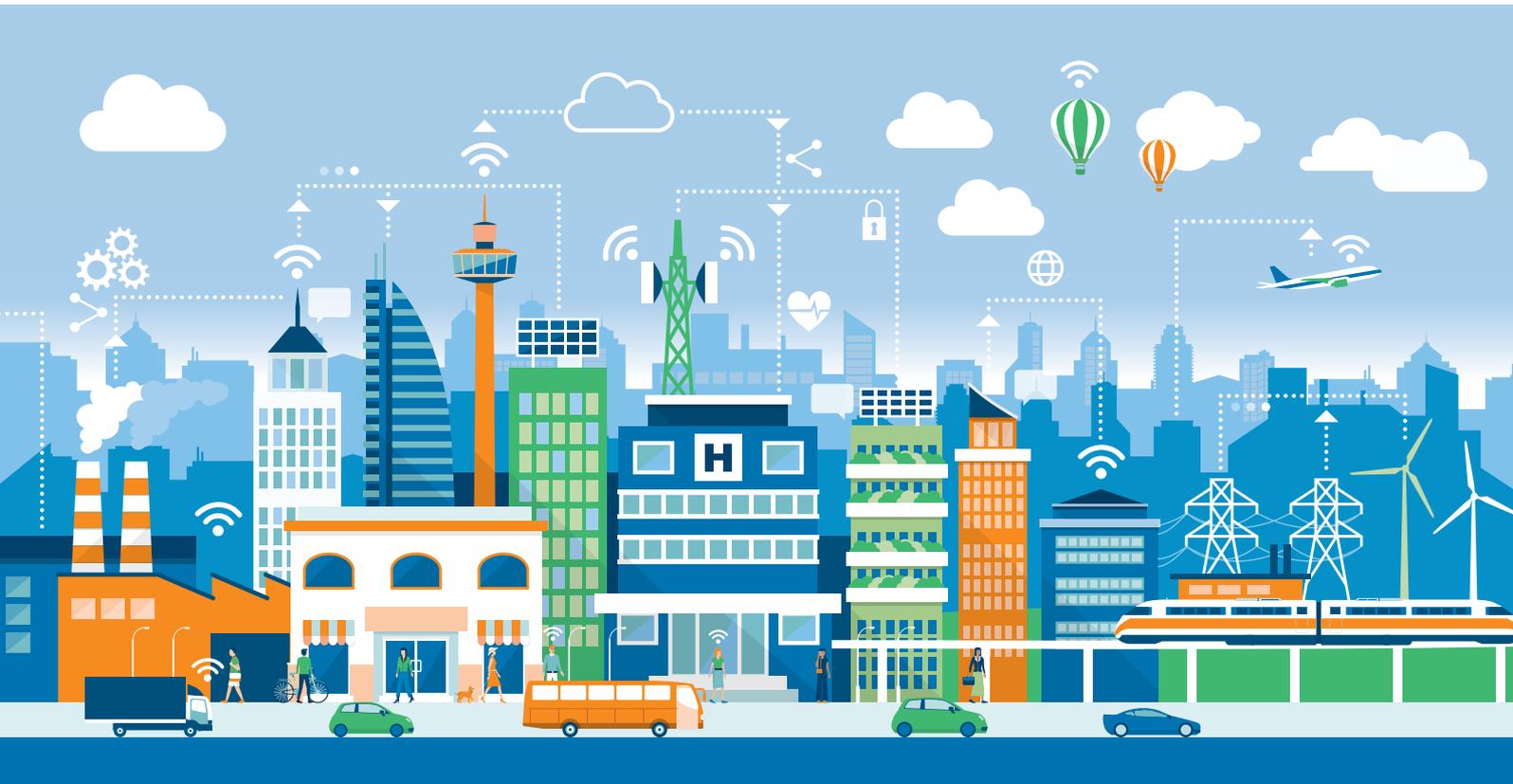
Klar ist: Es gibt nicht die eine Innenstadtstrategie oder das eine Patentrezept für die Innenstadtentwicklung. Vielmehr braucht es für jede Stadt individuelle Lösungen, die an die lokalen Bedürfnisse und Möglichkeiten angepasst sind. Hier läuft die Zeit, aus der Konzeptphase in die Umsetzung zu kommen. Es sind für die Innenstadt der Zukunft mutige Entscheidungen und viele (kleine und große) Schritte gefordert. Dabei sind gewohnte Wege zu hinterfragen und neue Wege zu beschreiten.

Lange wurde über die Entwicklung der Innenstädte nicht mehr so diskutiert, wie seit der Corona-Pandemie. Das ist gut, denn

es hat gezeigt, wie wichtig das Thema in vielerlei Hinsicht ist und gleichzeitig, wie groß die Sorge war, dass die „Wohnzimmer“ unserer Kommunen destabilisiert werden oder gar verloren gehen könnten. Die breite Diskussion auf gesellschaftlicher, politischer und wirtschaftlicher Seite seit nunmehr drei Jahren wurde und wird von den niedersächsischen Industrie- und Handelskammern ausdrücklich begrüßt und konstruktiv begleitet.

Die Innenstädte und Ortskerne in unserer Region und damit die gesamte Innenstadtwirtschaft sind nach wie vor einer tiefgreifenden Umwälzung unterworfen, die durch die Corona-Krise und zuletzt die Folgen des Angriffs auf die Ukraine beschleunigt und verstärkt worden ist.

Zusätzlich zu den bekannten Herausforderungen, wie der immer mächtigeren Bedeutung des E-Commerce, dem anhaltenden Trend zur Filialisierung, vielerorts mangelnden Investitionen in den öffentlichen Raum, sowie der Nachfolge-Problematik bei inhabergeführten Betrieben, insbesondere im ländlichen Raum, kamen durch den russischen Angriff auf die Ukraine verstärkt Lieferkettenprobleme, teils leere Regale, eine Verteuerung der Rohstoffe und Konsumgüter sowie sinkende Kundenfrequenzen aufgrund der Inflation hinzu, die immer noch anhalten. Die (drohende) Schließung von größeren „Ankern“ und Frequenzbringen, wie zuletzt mehrerer Filialisten aus dem Modebereich sowie von Karstadt Galeria Kaufhof stellt die Zentren zusätzlich vor enorme städtebauliche Herausforderungen.



Zudem ist eine steuerliche Ungleichbehandlung zwischen dem stationären Einzelhandel und den großen Online-Plattformen auszumachen. Während der stationäre Einzelhandel in der Regel nur national agiert und somit wenig Spielraum hat, können Online-Plattformen als multinationale Unternehmen von Steuervorteilen im Ausland profitieren. Durch die grenzüberschreitenden Aktivitäten können Steuern vermieden oder minimiert werden, indem Gewinne verlagert werden. Dies führt zu einem weiteren deutlichen Wettbewerbsnachteil für unseren regionalen Einzelhandel. Die gesamte IHK-Organisation, insbesondere der DIHK, setzt sich daher für wettbewerbsfähige Rahmenbedingungen der Unternehmen ein.

Gleichzeitig ist zu beobachten, dass gerade die Handelsbranche trotz Krisenzeiten und der sogenannten „Zeitenwende“ stets mit Kreativität und einem unermüdlichen Weitermachen dem Kunden sowohl stationär als auch digital Präsenz gezeigt hat. Diese Unermüdlichkeit erreicht inzwischen ihre Grenzen. Die Zeit für ein unter die Arme greifen und die Stärkung der händlerischen Eigeninitiativen ist gekommen – das beginnt mit der Sicherung des Standortes Innenstadt. Denn die Attraktivität der Innenstädte wird auch zukünftig durch einen vielfältigen und leistungsfähigen Einzelhandel maßgeblich beeinflusst werden. Oder anders gesagt: Wenn die Innenstadtwirtschaft wackelt, bröckelt auch das System Innenstadt.

Neben Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleistung werden zukünftig aber auch immer mehr Themen in die Attraktivität einer Innenstadt einzahlen. Daher gilt es, Rahmenbedingungen und Voraussetzungen zu schaffen, damit Menschen gerne in die Zentren kommen und dort verweilen. Dafür benötigt es aus Sicht der IHKLW Maßnahmen in einem gemeinschaftlich abgestimmten Vorgehen aller innenstadtrelevanten Akteure sowie den Mut, Innenstadt – wo möglich – neu zu denken.

Wir als IHKLW positionieren uns klar für die Stärkung und Weiterentwicklung des Wirtschaftsstandortes „Innenstadt“ und stellen die nachfolgenden Forderungen.

1. Multifunktionalität: Innenstädte vielfältig und krisensicher gestalten

Die Transformation der Zentren zu „Post-Shopping-Cities“ wird bereits seit Jahren vorhergesagt. Die aktuellen Entwicklungen im innerstädtischen Einzelhandel scheinen diese Einschätzung zu stützen. Und dennoch wird der Handel nach wie vor als Grund Nr. 1 für eine attraktive Innenstadt angesehen. Zwar verliert der Einkauf als „Alleinstellungsmerkmal der City“ in den vergangenen Jahren seine Bedeutung, steht aber nach wie vor weitab von anderen Gründen für die Attraktivität einer Innenstadt an erster Stelle.

Deutlich wird aber auch: Der Handel braucht neue Frequenzpartner und die Innenstädte eine neue Multi-Funktionalität. Denn während die Stadtentwicklung in der Vergangenheit auf überwiegende Funktionstrennung gesetzt hat, zeigt sich in den vergangenen Jahren, wie wichtig es ist, wieder in durchmischten Szenarien zu denken und zu agieren. Die gebotene Umwandlung von „konservativen“ Innenstädten in attraktive multifunktionale Räume sollte gleichwohl individuell, behutsam und „ortsangepasst“ erfolgen. Dieser Prozess muss auch als solcher begriffen werden und darf nicht mit einem „Zielerfüllungsdatum“ versehen werden.

DIE IHKLW FORDERT



- Quartiersentwicklung befördern:
Für die erfolgreiche Etablierung von Quartiersgemeinschaften/Business Improvement Districts nach Niedersächsischem Quartiersgesetz (NQG) ist eine intensive(re) Zusammenarbeit mit der Kommune sowie mit den örtlichen Eigentümerinnen und Eigentümern erforderlich.
- Konzepte aufstellen und die städtebauliche Entwicklung danach ausrichten
- Innenstadt-Management aufsetzen:
Innenstadt und Quartiere sollten professionelle Unterstützung durch Citymanagement, Stadtmarketing, Quartiersmanagement, Innenstadtkümmerer, Digitallotsen erfahren.
- Interimsnutzungen ermöglichen:
Interimsnutzungen können zu einer attraktiven temporären Bespielung von Leerständen beitragen.
- Vorhandene Konfliktpotenziale und Ermessensspielräume im Bau- und Planungsrecht sowie im Hinblick auf Immissionschutz frühzeitig identifizieren und mutiger nutzen



**DER HANDEL BRAUCHT
NEUE FREQUENZPARTNER
UND DIE INNENSTÄDTE EINE
NEUE MULTI-FUNKTIONALITÄT.**

2. In Aufenthaltsqualität investieren und Erlebnisse schaffen

Eng verbunden mit dem Thema Multifunktionalität steht auch die Aufenthalts- und Erlebnisqualität einer Innenstadt. Zwar sind Einkaufs- und Versorgungsmöglichkeiten wie oben beschrieben weiterhin essenziell für die Attraktivität eines Zentrums, aber weiche Faktoren wie öffentliches Grün, Sauberkeit und Aufenthaltsqualität gewinnen immer stärker an Bedeutung. Denn die Innenstadt muss letztlich als Gesamtdestination überzeugen.

Zu einer optimalen Aufenthaltsqualität zählen nach jüngsten Studien vor allem Sitzgelegenheiten und Bänke sowie Orte zum Ausruhen, Grünflächen und Bäume sowie Barrierefreiheit und Fußgängerfreundlichkeit.

Auch die „Eventisierung“ der Innenstadt spielt eine immer wichtigere Rolle. Für die Young Generation (unter 30 Jahre) zudem die Schaffung von neuartigen „Erlebnisorten“, z. B. Escape Rooms oder Sportparcours unter freiem Himmel, Afterwork-Inszenierungen sowie verkaufsoffene Sonntage.



**DIE „EVENTISIERUNG“ DER
INNENSTADT SPIELT EINE
IMMER WICHTIGERE ROLLE.**



DIE IHKLW FORDERT

- Sowohl bei der Aufenthaltsqualität als auch bei der Schaffung von Erlebnissen sollten alle Altersgruppen und entsprechend mögliche Einschränkungen dieser bedacht werden. Die Bedürfnisse der jungen Generation können z.B. über die Schaffung von Spielplätzen und öffentlichen Sportangeboten beachtet werden. Für Menschen mit Mobilitätseinschränkungen, d.h. ältere Menschen, aber auch Familien, die mit dem Kinderwagen unterwegs sind, sind dagegen ebene Wege und Zugänge sowie gut zu erreichende öffentliche Sanitäranlagen maßgeblich für einen Innenstadtbesuch.
- Die Schaffung von Sitzgelegenheiten, die Gestaltung von Grünflächen sowie die barrierefreie Gestaltung des öffentlichen Raums müssen bei der Innenstadtentwicklung besondere Berücksichtigung finden.
- Der Einsatz von Digitalisierung im Stadtmarketing und im öffentlichen Raum kann insbesondere für junges Publikum eine zeitgemäße und zielgruppenorientierte Möglichkeit bieten, Innenstadt und ihre Geschichte spielerisch zu erfassen, z.B. mittels digitaler Stadtführungen via Augmented und Virtual Reality.
- Veranstaltungen und Events sollten regelmäßig angeboten werden. Das können Jahrmärkte und Themenmärkte (z.B. Weihnachtsmarkt), Floh- und Straßenmärkte, Open Air-Sportevents, oder Open Air-Kinos sein. Dabei sollten auch wenig frequentierte und ungewöhnliche Orte in den Fokus genommen werden, um den Aufenthalt zum Erlebnis zu machen, z.B. über Konzerte in Kirchen.
- Verkaufsoffene Sonntage müssen rechtssicher planbar und unbürokratisch durchführbar sein. Rechtliche Unschärfen im Niedersächsischen Ladenschließengesetz (Anlassbezug) müssen zwingend angepasst werden. Grundsätzlich sollten Sonntagsöffnungen im Kontext der Belebung der Innenstädte als Marketinginstrument für den Gesamtstandort Innenstadt verstanden werden.

3. Erreichbarkeit der Innenstadt sicherstellen

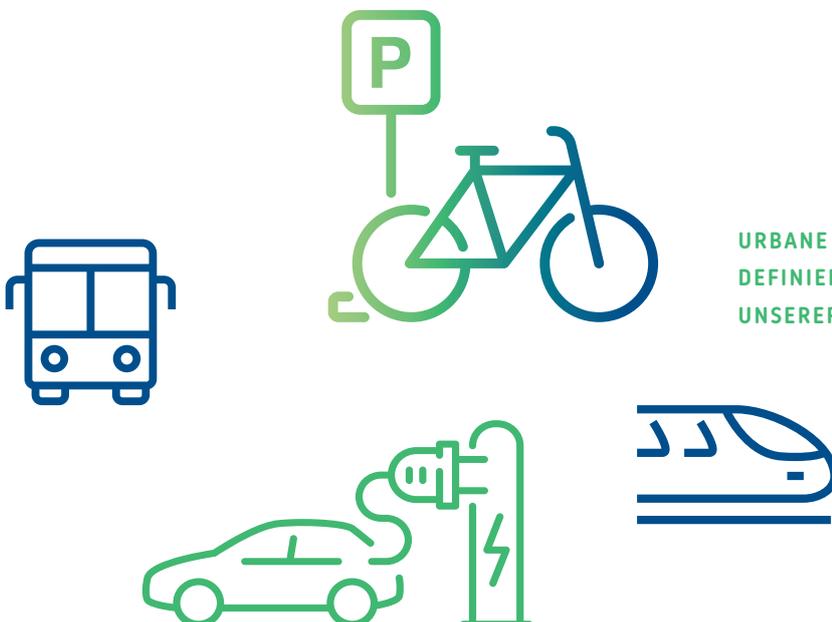
Die Gestaltung „urbaner Mobilität“ wächst zu einem der zentralen kommunalpolitischen Handlungsfelder heran. Urbane Mobilitätspolitik definiert das Funktionieren unserer Städte und regelt wie wir uns bewegen. Zugleich weisen Bürgerinnen und Bürger in der Stadt und im ländlichen Raum unterschiedliche Mobilitätsbedarfe auf, auf die Antworten gefunden werden müssen. Die Wahl ihres Fortbewegungsmittels sollte Besuchern, Kunden und Touristen freigestellt bleiben, die Erreichbarkeit der Innenstädte mit jedem Verkehrsträger gewährleistet werden.

Die Erreichbarkeit und Belegung der Innenstädte sind nach der Corona-Pandemie zentrale Ziele; alle Kunden und Besucher müssen die Innenstadt barrierefrei mit den von ihnen frei gewählten Verkehrsmitteln erreichen können. Wer den MIV und das Auto als derzeit dominierenden Verkehrsträger zurückdrängt, stärkt den Online-Handel.



DIE IHKLW FORDERT

- Kunden/Besucher müssen die Innenstädte mit dem von ihnen frei gewählten Verkehrsmittel erreicht werden.
- Besucher/Kunden aus dem Nahbereich haben andere Bedürfnisse zur Erreichbarkeit der Innenstadt als Besucher/Kunden aus dem Fernbereich oder Touristen. Das muss bei der Verkehrsplanung berücksichtigt werden.
- Bei der Neuordnung des innerstädtischen Verkehrs muss gelten: Anreize schaffen statt einseitiger Verbote aussprechen. Die Innenstadtwirtschaft muss stärker in die Diskussionen eingebunden werden.
- Eine leistungsfähige, bedarfsgerecht ausgebaute überregionale Verkehrsinfrastruktur ist Grundvoraussetzung für die Erreichbarkeit und die Belegung der Innenstädte.



URBANE MOBILITÄTSPOLITIK
DEFINIERT DAS FUNKTIONIEREN
UNSERER STÄDTE.

4. Steuerung des Einzelhandels politisch flankieren

Einzelhandels- und Zentrenkonzepte sind notwendige Voraussetzungen für eine aktive Einzelhandelssteuerung, die das Ziel verfolgt, Innenstädte und Zentren attraktiv und wettbewerbsfähig zu gestalten. Sie zeigen auf Basis der vorhandenen Strukturen die mittelfristigen Potenziale und Leitlinien für die zukünftige Entwicklung auf, verhindern Fehlentwicklungen und schaffen Planungssicherheit sowohl für die lokale Kaufmannschaft als auch für interessierte Investoren. Dieses Instrument, das auch von verschiedenen lokalen Akteuren (Gewerbeverein, Gemeinde- / Stadtrat, IHK etc.) begleitet werden sollte, trägt maßgeblich zur nachhaltigen Entwicklung des örtlichen Handels bei. Um verbindliche Regelungen zu schaffen, müssen die Empfehlungen des Konzeptes vom Stadt- bzw. Gemeinderat als kommunale Entwicklungsperspektive beschlossen werden. Anschließend sollten bestehende Bebauungspläne, die nicht mit den Entwicklungsvorstellungen übereinstimmen, angepasst bzw. neue Bebauungspläne aufgestellt werden.

Da Kunden nicht an kommunalen Grenzen Halt machen, sind regionale Konzepte sinnvoll, die eine übergeordnete Steuerung gewährleisten. Die Erfahrungen der IHK zeigen, dass Investoren es sehr begrüßen, wenn durch verbindliche Einzelhandelssteuerung ein klares Regelwerk die Entwicklung vor Ort verlässlich steuert. Diese Chance sollte genutzt werden. Eine gezielte Angebotsplanung, die sich an den Entwicklungszielen des Einzelhandelskonzeptes ausrichtet, kann ein wichtiger Standortfaktor für expandierende Unternehmen im Handel sein, da dann kein neues Bauleitplanverfahren notwendig wäre.

DIE IHKLW FORDERT



- Erarbeitung von kommunalen Einzelhandelskonzepten zur Festlegung der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung
- Konzepte sollten von Stadt-/Gemeinderat als Entwicklungsperspektive beschlossen werden. Durch Änderungen von Bebauungsplänen wird diese dann verbindlich.



EINE GEZIELTE ANGEBOTSPLANUNG, DIE SICH AN DEN ENTWICKLUNGSZIELEN DES EINZELHANDELSKONZEPTES AUSRICHTET, KANN EIN WICHTIGER STANDORTFAKTOR FÜR EXPANDIERENDE UNTERNEHMEN IM HANDEL SEIN.

5. Nahversorgung sichern, Ortskerne stärken

Für die Lebensqualität in städtischen Wohnquartieren ist eine funktionierende – möglichst fußläufig erreichbare – Nahversorgung ebenso maßgeblich wie im ländlich geprägten Raum. Vielerorts ist in den letzten Jahren ein starker Wettbewerb im Handel mit Lebensmittel- und Drogeriewaren entstanden. Neuansiedlungen und umfangreiche Erweiterungen von Betrieben haben nicht selten Auswirkungen auf bestehende Nahversorgungsstrukturen. Hier gilt es, größtes Augenmerk auf die Wahl des Standortes und dessen Umfeld zu legen, um negative Auswirkungen auf bestehende Versorgungsfunktionen oder städtebauliche Beeinträchtigungen – in der Ansiedlungskommune aber auch in benachbarten zentralen Orten – zu vermeiden. Entwicklungspotenziale für großflächige Einzelhandelsbetriebe (über 800 m² VKF) sollten deshalb konsequent auf die gewachsenen Orts- und Stadt(teil)zentren gelenkt werden, wo sie andere Funktionen und Anbieter stärken und somit zur Schaffung und zum Erhalt von funktionierenden Zentren beitragen. Lücken in der fußläufigen Nahversorgung können ergänzend dazu durch solitäre Standorte in anderen städtebaulich integrierten Siedlungsgebieten geschlossen werden. Ergänzend zum stationären Handel kann die Etablierung von attraktiven Wochenmärkten auch in kleineren Gemeinden als Frequenzbringer für die Ladengeschäfte dienen, das Angebot ergänzen und das Image als Einkaufsstandort prägen. Wo der Markt dauerhafte Versorgungslücken entstehen lässt, kann bürgerschaftliches Engagement in Form von Dorfgemeinschaftsläden oder mobile Handelsformen eine Lösung sein.

DIE IHKLW FORDERT



- Standorte für großflächige Einzelhandelsbetriebe im Bereich der Nahversorgung (Lebensmittel, Drogerie) gehören in die gewachsenen Ortskerne.
- Funktionsschädigende Auswirkungen auf bestehende Versorgungsstrukturen in der Ansiedlungskommune und benachbarten zentralen Orten müssen vermieden werden.
- Lücken in der fußläufigen Nahversorgung können durch solitäre Standorte in städtebaulich integrierten Lagen, alternative Dorfladenkonzepte und mobile Handelsformengeschlossen werden.
- Attraktive Wochenmärkte tragen zur Stärkung des Einkaufsstandortes bei.



ENTWICKLUNGSPOTENZIALE FÜR GROSSFLÄCHIGE EINZELHANDELSBETRIEBE SOLLTEN KONSEQUENT AUF DIE GEWACHSENEN ORTS- UND STADT(TEIL)ZENTREN GELENKT WERDEN.

6. Einkaufszentren auf grüner Wiese vermeiden

Einkaufszentren mit überwiegend zentrenrelevanten Sortimenten auf der grünen Wiese entsprechen nicht dem Leitbild einer nachhaltigen städtischen Einzelhandelsentwicklung. Die Projektentwickler haben ohnehin bei derartigen Großvorhaben in den letzten Jahren immer mehr auch die integrierten Lagen in Klein- und Mittelstädten im Fokus. Die Folge von innerstädtischen Einkaufszentren sind oftmals räumliche Schwerpunktverschiebungen in den Handelslagen, die sich nicht nur positiv auf die Einzelhandelsstrukturen auswirken können. Um dauerhaft zu einer positiven Stadtentwicklung beizutragen, müssen diese Projekte hinsichtlich ihrer Größe und Architektur in das (Innen-)Stadtgefüge integriert werden und mit ihrem Angebot den bestehenden Branchenmix sinnvoll ergänzen. Dabei gilt es auch, mögliche Auswirkungen auf den regionalen Einzelhandel zu berücksichtigen und insbesondere eine bestmögliche städtebauliche Anbindung in Form einer direkten fußläufigen Verbindung zu den bestehenden Handelslagen zu realisieren. Besonders dem letztgenannten Punkt muss aus Sicht der örtlichen Kaufmannschaften eine hohe Priorität zukommen, denn nur mit einer attraktiven Anbindung können auch die gewachsenen Zentren von der Magnetwirkung eines Einkaufszentrums profitieren.

DIE IHKLW FORDERT



- Einkaufszentren sind außerhalb der gewachsenen Innenstädte/Ortskerne auszuschließen.
- Innerstädtische Einkaufszentren müssen den bestehenden Branchenmix sinnvoll ergänzen und sich hinsichtlich Größe und Architektur einfügen.

EINKAUFZENTREN MÜSSEN HINSICHTLICH IHRER GRÖSSE UND ARCHITEKTUR IN DAS (INNEN-)STADTGEFÜGE INTEGRIERT WERDEN UND MIT IHREM ANGEBOT DEN BESTEHENDEN BRANCHENMIX SINNVOLL ERGÄNZEN.



7. Einzelhandel in Gewerbegebieten vermeiden

Zum Schutz der zentralen Versorgungsbereiche sollte in Industrie- und Gewerbegebieten kein Einzelhandel betrieben oder ermöglicht werden, der nicht in unmittelbarem Zusammenhang mit einem Produktionsbetrieb steht. Die Chance zur Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben in Gewerbegebieten führt oft zu einer drastischen Erhöhung der Bodenpreise im betroffenen Gebiet und hat somit einen Wettbewerbsnachteil insbesondere für mittelständische Handwerks- und Gewerbebetriebe zur Folge. Zum Schutz der bestehenden Versorgungsstrukturen in den zentralen Lagen sollten in jedem Fall zentrenrelevante Sortimente in den außerhalb der zentralen Versorgungsbereichen gelegenen Gewerbegebieten ausgeschlossen werden. Planungsrechtlich besteht die Möglichkeit, den produzierenden Betrieben im Gewerbegebiet dennoch den Verkauf der eigenen Produkte zu ermöglichen, wenn sich die Flächen hierfür deutlich gegenüber dem Produktionsbetrieb unterordnen (sogenannter Annex-Handel).

DIE IHKLW FORDERT



- Zum Schutz der zentralen Versorgungsbereiche ist zentrenrelevanter Einzelhandel in Industrie- und Gewerbegebieten über die Bauleitplanung auszuschließen.
- Verkauf von vor Ort produzierten Waren (AnnexHandel) kann trotzdem ermöglicht werden.

**ZUM SCHUTZ DER BESTEHENDEN
VERSORGUNGSSTRUKTUREN IN
DEN ZENTRALEN LAGEN SOLLTEN
ZENTRENRELEVANTE SORTI-
MENTE IN GEWERBEGEBIETEN
AUSGESCHLOSSEN WERDEN.**



8. Digitalisierung vorantreiben

Die Digitalisierung ist in der heutigen Lebens- und Wirtschaftswelt allgegenwärtig. Für Innenstädte und Zentren aber auch für die dort ansässigen Unternehmen aus dem Einzelhandel, der Gastronomie und anderen Branchen, birgt sie viele Möglichkeiten sich nachhaltig zu entwickeln und zukunftsfest aufzustellen. Die vielfältigen Ansätze der Digitalisierung in der Stadtentwicklung werden unter dem Sammelbegriff „Smart City“ zusammengefasst.

Auch für die Geschäftsprozesse von innerstädtischen Unternehmen ist eine digitale Agenda von großem Vorteil. So lassen sich beispielsweise mit modernen Warenwirtschaftssystemen und Enterprise Resource Planning Systemen (ERP-Systeme) Warenflüsse bzw. sogar die kompletten Ressourcen und Prozesse eines Handelsunternehmens steuern und optimieren. Andere digitale Technologien für die Verkaufsfläche, wie die Möglichkeit zum mobilen Bezahlen, wirken sich positiv auf den Erlebnisfaktor von Ladengeschäften aus. Schließlich hilft das Online-Marketing über soziale Medien wie Facebook oder Instagram und das Verkaufen über das Internet im eigenen Webshop oder auf Verkaufsplattformen neue Kunden zu gewinnen und an das Unternehmen zu binden. In Zukunft werden zudem Anwendungen der künstlichen Intelligenz wie „ChatGPT“ und perspektivisch womöglich Metaverse-Lösungen dazu beitragen können, Betriebsabläufe noch weiter zu optimieren und den Konsum für Kundinnen und Kunden noch flexibler, bequemer und personalisierter zu gestalten.



DIE IHKLW FORDERT

- Städte und Gemeinden müssen auf ihrem Weg zur „Smart City“ vom Land Niedersachsen weiter unterstützt werden. Ein wichtiger Baustein hierfür muss es sein, dem Mangel an Fachkräften in der Verwaltung mit IT-Fachkenntnissen entgegenzuwirken.
- Neben der im Koalitionsvertrag angekündigten Etablierung eines Systems von Digitalisierungskosten sollte ein branchenübergreifendes Digitalförderungsprogramm für die Wirtschaft entwickelt werden.
- Handelsunternehmen benötigen nach wie vor Sensibilisierung und Unterstützung bei den Themen digitale Sichtbarkeit, Chancen des E-, Mobile und Social Commerce sowie beim Ausräumen von rechtlichen Unsicherheiten, wie Datenschutz, Sorge vor Abmahnungen, sowie Anforderungen an die IT-Sicherheit.

**STÄDTE UND GEMEINDEN
MÜSSEN AUF IHREM WEG
ZUR „SMART CITY“
UNTERSTÜTZT WERDEN.**



STANDORTE

IHK LÜNEBURG-WOLFSBURG

Am Sande 1, 21335 Lüneburg
Telefon: 04131 742-0
E-Mail: service@ihklw.de

IHK-GESCHÄFTSSTELLE CELLE

Sägemühlenstraße 5, 29221 Celle
Telefon: 05141 9196-0
E-Mail: service-ce@ihklw.de

IHK-GESCHÄFTSSTELLE WOLFSBURG

Porschestraße 32, 38440 Wolfsburg
Telefon: 05361 2954-0
E-Mail: service-wob@ihklw.de

www.ihk.de/ihklw

facebook.com/ihklw

linkedin.com/company/ihk-lueneburg