

Leitbild Einzelhandel der IHK Chemnitz



©Halfpoint, stock.adobe.com



Industrie- und Handelskammer
Chemnitz

Leitbild Einzelhandel der IHK Chemnitz

Inhalt

1. Vorwort	3
2. Zahlen, Daten, Fakten zum Einzelhandel	4
3. Leitlinien, Wirtschafts- und Regionalpolitische Positionen der IHK Chemnitz	7
4. Forderungen des Einzelhandels	8

Impressum

Herausgeber

Industrie- und Handelskammer Chemnitz
Straße der Nationen 25
D-09111 Chemnitz
Telefon: +49 371 6900-0
Fax: +49 371 6900-191565
chemnitz@chemnitz.ihk.de
www.chemnitz.ihk24.de

Autor

Bert Rothe

Fotonachweis

Titel: halfpoint, stock.adobe.com
Grafiken: S.4 Statistisches Bundesamt, Handelsverband Deutschland (HDE); S.5 EHI retail Institute auf der Grundlage von Daten des Handelsverbands Deutschland (HDE)

Redaktionsschluss: Oktober 2019

Zur besseren Lesbarkeit wird in der gesamten Broschüre das generische Maskulinum verwendet. Sofern nicht ausdrücklich auf ein Geschlecht Bezug genommen wird, beziehen sich alle Angaben stets auf alle Geschlechter.

Vorwort

Kaum eine Branche wandelt sich derzeit so stark wie der Einzelhandel. Onlineumsätze wachsen wesentlich stärker als der Gesamtumsatz der Branche. Die Digitalisierung und sich veränderndes Konsumverhalten stellen den Handel vor neue Herausforderungen. Innenstädte haben vermehrt mit Leerständen zu kämpfen. Eine fußläufig erreichbare Nahversorgung ist bei weitem nicht überall gesichert.

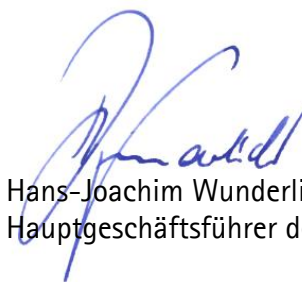
Wenn wir lebens- und erlebenswerte Kommunen erhalten und entwickeln wollen, muss insbesondere der innerstädtische Handel gestärkt werden. Denn er bildet nach wie vor ein wichtiges Fundament unserer Innenstädte und wirkt als bedeutender Frequenzbringer, der von Gastronomie- und Dienstleistungsangeboten, Freizeit- und Kultureinrichtungen sowie weiteren öffentlichen Nutzungen ergänzt wird. Dieses Zusammenspiel der Akteure macht die Vielfältigkeit unserer Städte aus. Nur wenn der Handel auch künftig floriert, können unsere Städte attraktiv bleiben und somit ihre Rolle als Wirtschaftsstandort und Kommunikationszentren bewahren. Die Erhaltung von Vielfältigkeit und Kleinteiligkeit des Handels als Alleinstellungsmerkmal der jeweiligen Kommune ist dabei von großer Bedeutung.

Die IHK Chemnitz hat deshalb ein Einzelhandelsleitbild für die Region Chemnitz erarbeitet und reagiert damit auf die Herausforderungen, denen der Handel gegenübersteht. Das Leitbild formuliert konkrete Forderungen, wie die Branche gestärkt werden kann. Zur Umsetzung der Forderungen wird die Unterstützung von Politik und Verwaltung, Unternehmen, Immobilieneigentümern, Wirtschaftsförderern und Interessenvertretern benötigt. Alle müssen sich gemeinsam engagieren, um dem Handel und den Städten eine positive Zukunftsperspektive zu bieten.

Chemnitz, im Oktober 2019



Dr. h. c. Dieter Pfortner
Präsident der IHK Chemnitz



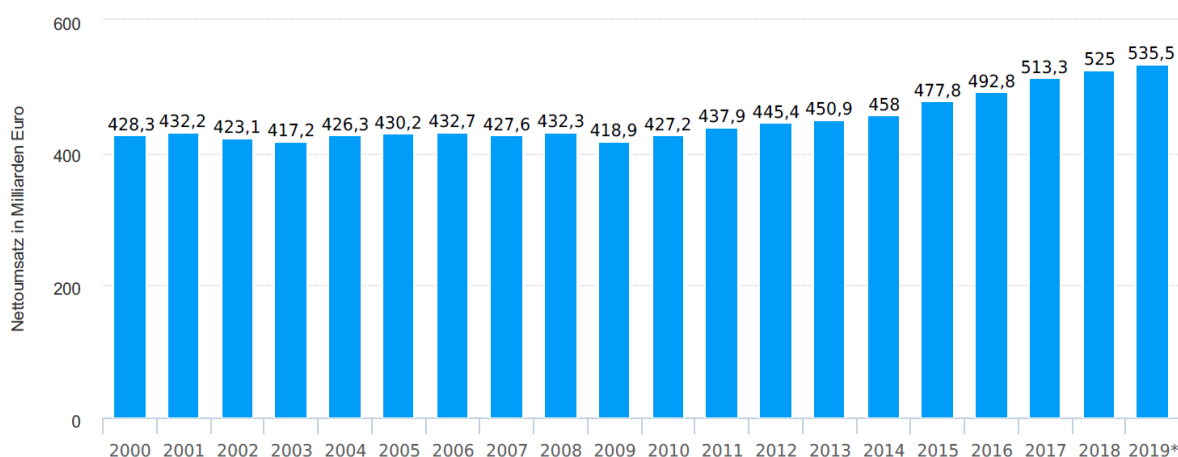
Hans-Joachim Wunderlich
Hauptgeschäftsführer der IHK Chemnitz

1. Zahlen, Daten, Fakten zum Einzelhandel

Einzelhandelsstatistik Deutschland

In Deutschland erwirtschafteten 2018 etwa 300.000 Einzelhandelsunternehmen mit 410.000 Betrieben und mit rund drei Millionen Beschäftigten sowie 150.000 Auszubildenden ca. 525 Milliarden Euro **Jahresumsatz**. Im Vergleich zum Vorjahr ist das eine nominale Umsatzsteigerung um 2,3 Prozent. Für 2019 prognostiziert der Handelsverband Deutschland (HDE) einen Umsatzanstieg um 2,0 Prozent auf 535,5 Milliarden Euro.

Nettoumsatz im Einzelhandel im engeren Sinne in Deutschland von 2000 bis 2018 mit Prognose für 2019 (in Milliarden Euro)



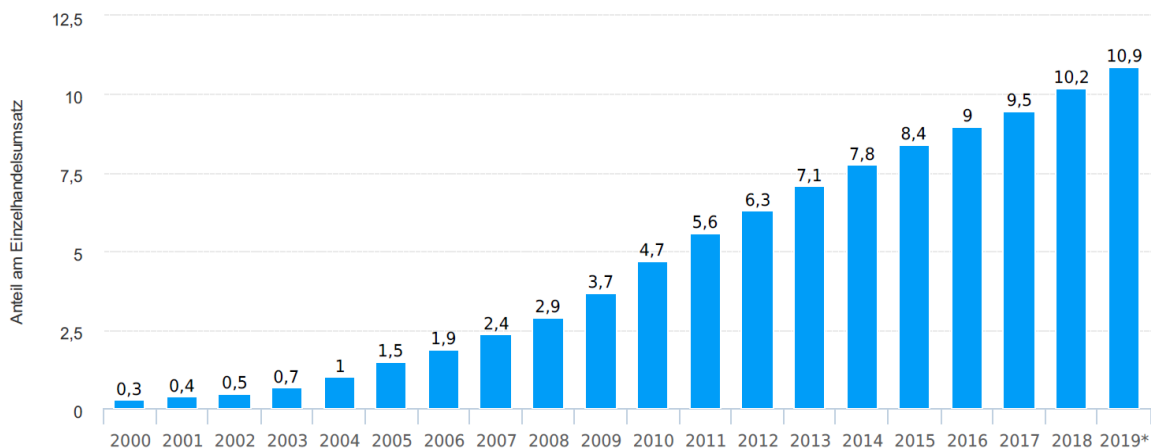
Einzelhandelsumsatz im engeren Sinne = Einzelhandel ohne Kfz, Tankstellen, Brennstoffe und Apotheken; Daten ohne Umsatzsteuer; Vorläufige Daten. Stand: Januar 2019.

Quelle: Statistisches Bundesamt; Handelsverband Deutschland (HDE)



Der im Gesamtumsatz enthaltene Anteil des **Onlineumsatzes** mit Endverbrauchern lag 2018 bei 10,2 Prozent, also rund 53,5 Milliarden Euro. Der Online-Einzelhandelsumsatz soll 2019 erneut um über 9,0 Prozent auf 58,5 Milliarden Euro spürbar steigen. Er erreicht somit einen Anteil von knapp 11,0 Prozent.

Anteil des B2C-E-Commerce am Einzelhandelsumsatz in Deutschland in den Jahren 2000 bis 2018 mit Prognose für 2019 (in Prozent)



Basis: Nettoumsätze; Einzelhandel ohne Kfz-Handel, Tankstellen, Brennstoffe, Apotheken; * Prognose.

Quelle: EHI Retail Institute auf der Grundlage von Daten des Handelsverbands Deutschland (HDE)



Der Einzelhandel ist Deutschlands drittgrößter Wirtschaftszweig. Sein Anteil am gesamten **Bruttoinlandsprodukt** lag 2018 bei 15,5 Prozent.

Die **Gesamtverkaufsfläche** im deutschen Einzelhandel **betrug** im Jahr 2017 etwa 124 Millionen Quadratmeter. Dies entspricht 1,5 Quadratmeter je Einwohner.

Einzelhandelsstatistik IHK-Bezirk Chemnitz

Der **stationäre Einzelhandelsumsatz** im IHK-Bezirk Chemnitz (Stadt Chemnitz, Erzgebirgskreis, Landkreis Mittelsachsen, Landkreis Zwickau, Vogtlandkreis) liegt 2019 nach Prognosen der Michael Bauer Research GmbH Nürnberg bei ca. 7,5 Milliarden Euro.

Gebiet	Einzelhandelsumsatz 2019 (Prognose)
<i>IHK-Bezirk Chemnitz</i>	<i>7.507,49 Mio. Euro</i>
Stadt Chemnitz	1.746,40 Mio. Euro
Erzgebirgskreis	1.529,09 Mio. Euro
Landkreis Mittelsachsen	1.320,32 Mio. Euro
Vogtlandkreis	1.223,92 Mio. Euro
Landkreis Zwickau	1.687,76 Mio. Euro

Quelle:
Michael Bauer Research GmbH, Nürnberg und CIMA Beratung + Management GmbH / BBE Handelsberatung GmbH, München

Die **einzelhandelsrelevante Kaufkraft** für den IHK-Bezirk Chemnitz beträgt für das Jahr 2019 ca. 8,9 Milliarden Euro. Der einzelhandelsrelevante Kaufkraftindex liegt bei 87,4 (Deutschland = 100). Bei der

einzelhandelsrelevanten Kaufkraft werden die Einkommensbestandteile berücksichtigt, die für Ausgaben im Einzelhandel inklusive Internet- und Versandhandel zur Verfügung stehen.

Gebiet	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft 2019	Index (D = 100)
<i>IHK-Bezirk Chemnitz</i>	<i>8.883,17 Mio. Euro</i>	<i>87,4</i>
Stadt Chemnitz	1.589,45 Mio. Euro	91,1
Erzgebirgskreis	2.010,18 Mio. Euro	84,2
Landkreis Mittelsachsen	1.898,87 Mio. Euro	87,6
Vogtlandkreis	1.386,28 Mio. Euro	85,9
Landkreis Zwickau	1.998,40 Mio. Euro	88,8

Quelle:

Michael Bauer Research GmbH, Nürnberg und CIMA Beratung + Management GmbH / BBE Handelsberatung GmbH, München

Die **Kennziffer der Einzelhandelszentralität** des IHK-Bezirk Chemnitz liegt 2019 bei 96,6 (Deutschland = 100). Die Einzelhandelszentralität ermittelt sich aus Division des (stationären) Einzelhandelsumsatzes durch die einzelhandelsrelevante Kaufkraft (jeweils Index oder Promille) x 100. In der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft sind auch potenzielle Ausgaben für den Online- und Versandhandel enthalten. Somit ist diese in Summe höher als der (stationäre) Einzelhandelsumsatz. Die gewachsene Bedeutung des Onlinehandels führt in Konsequenz dazu, dass alle Gebiete mit einer Einzelhandelszentralität von nicht mehr als ca. 114,3 (Stand: 2019) einen Kaufkraftabfluss verzeichnen.

Gebiet	Zentralitätskennziffer 2019 (D = 100)
<i>IHK-Bezirk Chemnitz</i>	<i>96,6</i>
Stadt Chemnitz	125,5
Erzgebirgskreis	86,9
Landkreis Mittelsachsen	79,4
Vogtlandkreis	100,9
Landkreis Zwickau	96,5

Quelle:

Michael Bauer Research GmbH, Nürnberg und CIMA Beratung + Management GmbH / BBE Handelsberatung GmbH, München

Die **Gesamtverkaufsfläche** im Einzelhandel des IHK-Bezirk Chemnitz betrug im Jahr 2015 etwa 2,61 Millionen Quadratmeter. Dies entspricht 1,78 Quadratmeter je Einwohner und liegt rund 19 Prozent über dem bundesdeutschen Durchschnitt.

Stand Juli 2019 weist die **Firmenstatistik** der IHK Chemnitz 13.309 Einzelhandelsunternehmen (inkl. Betriebsstätten) auf.

2. Leitlinien, Wirtschafts- und Regionalpolitische Positionen der IHK Chemnitz

Die Vollversammlung der IHK Chemnitz hat im Mai 2017 mit den „Leitlinien für die Arbeit der Industrie- und Handelskammer Chemnitz in der Legislaturperiode 2017 – 2023“ Schwerpunkte für die Arbeit der Kammer gesetzt. Diese wirken auch auf die Tätigkeit der IHK Chemnitz für den Einzelhandel. So heißt es unter Punkt 6 der Leitlinien: „Die IHK unterstützt die Gebietskörperschaften bei ihrer Entwicklung zu langfristig attraktiven Standorten für Unternehmen und Arbeitskräfte. Besonderes Augenmerk wird dabei auf einen gesunden Branchenmix, urbane Innenstädte sowie attraktive Lebensräume und deren Vermarktung gelegt. Darüber hinaus setzt sich die IHK für eine einheitliche Identitätsstiftung und Vermarktung der Region Chemnitz ein.“

Mit der Zusammenstellung der „Wirtschaftspolitischen Positionen der IHK Chemnitz“ legt die Vollversammlung der IHK Chemnitz Kurs und Ziele fest, an denen sich die Beratung von Parlamenten, öffentlichen Einrichtungen, Verwaltung und Parteien zu orientieren hat. Mit Stand September 2018 widmet sich ein Abschnitt der „Wirtschaftspolitischen Positionen“ unter der Überschrift „Handeln für die Stadt: Standortqualität sichern, Innenstädte attraktiv machen“ auch dem Einzelhandel. Folgende wichtige Aspekte werden dabei u. a. angesprochen:

- Handelsunternehmen in zentralen Lagen ansiedeln,
- in Stadtentwicklungsplanung investieren,
- Ausweisung und Einhaltung von zentralen Versorgungsbereichen,
- Zentren attraktiv gestalten,
- verkehrliche Erreichbarkeit für Individual- und Lieferverkehr sichern,
- Nahversorgung sichern,
- professionelles Stadtmarketing befördern.



Regionalpolitische Positionen 2019–2024 der IHK Chemnitz

Mit den „Regionalpolitischen Positionen 2019 – 2024 der IHK Chemnitz“ möchte die IHK Impulse für eine positive Entwicklung der Wirtschaft in den Kreisen und Kommunen des IHK-Bezirk setzen. Zum Einzelhandel heißt es dabei beispielsweise:

„Die Zukunft der Innenstädte ist kommunal durch die konsequente Anwendung der gegebenen Planungs- und Ordnungsinstrumente sowie städtebauliche Fördermittel zu sichern. Einzelhandelskonzepte müssen insbesondere in den zentralen Orten erarbeitet bzw. fortgeschrieben und im Rahmen der Bauleitplanung konsequent berücksichtigt werden. Grundsätzlich sind die Instrumente der Regional- und Bauleitplanung für eine geordnete städtebauliche Entwicklung und die Stärkung des Standortes Innenstadt einzusetzen, um für faire Chancen der Innenstädte im Wettbewerb mit peripheren Lagen zu sorgen. Dazu gehört auch die Sicherstellung der Erreichbarkeit mit den ÖPNV und die Schaffung ausreichender und preislich akzeptabler Parkmöglichkeiten in den Innenstädten. Eine gute Zusammenarbeit zwischen Kommunen und ortsansässigem Gewerbe ist für die Bewältigung struktureller

Probleme vor Ort sowie die Aktivitäten zur Standortvermarktung wichtig.“

Die „Leitlinien für die Arbeit der Industrie- und Handelskammer Chemnitz in der Legislaturperiode 2017 – 2023“, die „Wirtschaftspolitischen Positionen der IHK Chemnitz“ sowie die „Regionalpolitischen Positionen 2019 – 2024 der IHK Chemnitz“ sind unter www.chemnitz.ihk24.de abrufbar.

3. Forderungen des Einzelhandels

Einzelhandelssteuerung

Während der Handel früher hauptsächlich in den Ortszentren stattfand, konkurrieren heute Innenstadtlagen mit Standorten auf der „grünen oder grauen Wiese“, Streulagen, dem Internet und anderen Verkaufsformen. Dabei beschränkt sich das Angebotssortiment der dezentralen Standorte keineswegs auf nicht-zentrenrelevante Sortimente. Märkte und Einkaufszentren außerhalb des Stadtzentrums werden von den Kunden nicht nur wegen Ihres Angebotes an Waren und Dienstleistungen gerne angenommen, sondern auch, weil sie meist mit dem PKW bequem erreichbar sind sowie in der Regel ausreichenden und kostenlosen Parkraum bieten.

Wichtige Grundlage für starken Einzelhandel ist eine kalkulierbare Stadtentwicklung. Deren unabdingbare Voraussetzungen sind faire Wettbewerbsbedingungen. Dadurch werden Planungs- und Investitionssicherheit für ansässige Unternehmen aber auch für Investoren erzeugt. Um dieses Ziel zu erreichen, sollten Ansiedlungsregeln für den Einzelhandel auf den Ebenen der Raumordnung und der Kommunen aufgestellt und konsequent angewandt werden.

So finden sich im Landesentwicklungsplan für den Freistaat Sachsen (LEP 2013) im Kapitel 2.3.2. ausführliche Aussagen zum Handel. Über diese Regelungen hinaus sollten Möglichkeiten im ländlichen Raum geschaffen werden, die es Kommunen ermöglichen, sich für eine zukunftsfähige qualitative Nahversorgung zusammenzuschließen und neue Konzepte zu entwickeln. Ziel kann auch ein neu gestalteter Ortskern mit Einrichtungen der Grundversorgung, wie z. B. Arztpraxen, Apotheke, Post, Bank und einem Lebensmittelmarkt sein. Die städtebauliche Verträglichkeit ist gegenüber anderen zentralen Orten zu gewährleisten.

Auf kommunaler und/oder interkommunaler Ebene sollten Einzelhandelskonzepte erarbeitet werden. Der Erarbeitungsprozess muss transparent und unter Einbeziehung der Wirtschaft erfolgen. Das Einzelhandelskonzept sollte zentrale Versorgungsbereiche sowie eine ortsspezifische Sortimentsliste definieren. Darüber hinaus können Nahversorgungsstandorte festgelegt werden. Weiterhin sind Ansiedlungsregeln zu erstellen. Im Anschluss ist die Verbindlichkeit dieser Regelungen über die Bauleitplanung herzustellen. Bei der Umsetzung sind Projekte, welche nicht zur gewünschten Stadt- und Einzelhandelsentwicklung beitragen, konsequent abzulehnen. Die Einzelhandelskonzepte sind regelmäßig zu überprüfen und fortzuschreiben. Ungeachtet dessen müssen die Konzepte eine maßvolle Entwicklung bestehender Unternehmen in städtebaulich verträglichem Umfang zulassen, z. B. um gesetzliche Anforderungen zu erfüllen, zeitgemäße Ladengestaltung zu ermöglichen und gestiegenen Kundenanforderungen gerecht zu werden.

Forderungen der IHK Chemnitz zur Einzelhandelssteuerung:

- Einhaltung der Ziele und Grundsätze der Raumordnung (Landesentwicklungsentwicklungsplan Sachsen und Regionalplan Chemnitz) in Bezug auf die Handelsentwicklung und die Daseinsvorsorge
- Schaffung von Möglichkeiten zur Sicherung der Nahversorgung außerhalb zentraler Orte
- Fortschreibung des Landesentwicklungsplanes unter Anpassung an die neuen Herausforderungen des Handels
- Aufstellung, Einhaltung und regelmäßige Fortschreibung (in der Regel aller 5 Jahre) lokaler oder interkommunaler Einzelhandelskonzepte
- Einbeziehung der Wirtschaft in den Prozess der Erstellung der Einzelhandelskonzepte
- Übernahme zentraler Versorgungsbereiche in die Bauleitplanung, z. B. Ausweisung im Flächennutzungsplan

Stärkung der Ortszentren

Viele Stadtzentren wurden nach der Wende mit Unterstützung von Fördermitteln aufwändig saniert. Trotzdem sind auch in zentralen Lagen der Kommunen vermehrt Leerstände zu verzeichnen. Ein attraktiver Handelsbesatz ist jedoch ein wichtiges Kriterium für lebendige Innenstädte. Diese müssen multifunktional werden bzw. bleiben. Dazu gehört ein umfassender Branchenmix aus Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistungsangeboten, Wohnen, Kunst und Kultur. Mit einem aktiven Ansiedlungs- und Leerstandsmanagement gilt es hier steuernd einzugreifen.

Nicht nur bei der Ansiedlung von Handelsunternehmen mit zentrenrelevanten Sortimenten, sondern auch bei der Entwicklung von anderen Einrichtungen mit guter Gästefrequenz sollte der Standort Innenstadt bevorzugt betrachtet werden. Dabei gibt es kein Patentrezept. Lösungen sind diesbezüglich immer individuell.

„Basics“ in einer Innenstadt, wie Sauberkeit, Sicherheit, Sitzgelegenheiten, Begrünung, Wegeführung, öffentlich nutzbare sanitäre Einrichtungen u. v. m., müssen ständig in hoher Qualität sichergestellt werden. Darüber hinaus müssen einheitliche (Kern-)Öffnungszeiten in den Ortszentren angestrebt werden.

Um die Besuchshäufigkeit und Aufenthaltsdauer in den Ortszentren zu erhöhen, können zusätzliche Angebote, wie z. B. kostenfreies WLAN oder attraktive Veranstaltungen, sehr hilfreich sein.

Mit der Teilnahme an Wettbewerben zur Stärkung von Ortszentren, wie zum Beispiel „Ab in die Mitte! Die City-Offensive Sachsen“, können die Kommunen ebenfalls Impulse setzen. Die Realisierung der Wettbewerbsprojekte bringt mehr Besucher in die Zentren und kann ggf. von Preisgeldern aus dem Wettbewerb und von Städtebaufördermitteln unterstützt werden.

Forderungen der IHK Chemnitz zur Stärkung der Ortszentren:

- aktives Ansiedlungs- und Leerstandsmanagement
- Ansiedlung zentrenrelevanter Sortimente prioritär in den Ortszentren
- Ständige Sicherung hoher Aufenthaltsqualität im öffentlichen Raum zur Erhöhung der Aufenthaltsdauer von Passanten
- Durchführen von „Highlights“ und „Events“ für ein attraktives Einkaufserlebnis und Bindung zusätzlicher Kaufkraft
- Teilnahme an Wettbewerben zur Realisierung von Projektideen und zur Gewinnung von finanziellen Unterstützungen

Verkehrsanbindung

Durch den intensiven Wettbewerb im Einzelhandel ist es besonders wichtig, dass die Ortszentren und zentralen Versorgungsbereiche sowohl für den Individualverkehr als auch mit dem ÖPNV gut erreichbar sind. Dazu gehört ebenso ein ausreichendes und kostengünstiges Parkraumangebot.

Baustellen schränken oft die Erreichbarkeit von Einzelhandelsstandorten ein und führen bei betroffenen Unternehmen häufig zu erheblichen Umsatzrückgängen. Daher sind Einschränkungen durch Baumaßnahmen so kurz wie möglich zu halten, potenziell betroffene Unternehmen frühzeitig zu informieren und bei zu erwartenden erheblichen Beeinträchtigungen einzubeziehen. So können ggf. Rahmenbedingungen für Baumaßnahmen gefunden werden, in denen die Auswirkungen bei den betroffenen Unternehmen geringer sind.

Forderungen der IHK Chemnitz zur Verkehrsanbindung:

- Sicherung kundenorientierter Erreichbarkeit der Ortszentren und zentraler Versorgungsbereiche für den Individualverkehr und den ÖPNV
- Vorhaltung von ausreichendem und kostengünstigem Parkraumangebot in den Ortskernen
- Durchführung von Baustellenmanagement und -marketing unter frühzeitiger und kontinuierlicher Einbeziehung betroffener Unternehmen

Vermarktung

Der Einzelhandel in den Kommunen steht im Wettbewerb mit dem Einzelhandel in anderen Orten und mit dem allumfassenden Angebot im Internet. Mit aktivem Stadtmarketing gilt es, Alleinstellungsmerkmale von Städten und Gemeinden herauszuarbeiten und zu vermarkten, das eigene Profil zu schärfen und historisch gewachsene Strukturen erlebbar zu machen.

Einkaufszentren werden durch professionelles Centermanagement unterstützt. Um Handel, Gastronomie, Dienstleistungs- und anderen Angeboten in den Citylagen ebenfalls faire Chancen im Wettbewerb einzuräumen, ist engagiertes Citymarketing notwendig. So kann Citymarketing die Imagebildung unterstützen oder mit Veranstaltungen und Aktionen den Standort für alle Zielgruppen attraktiver machen.

Darüber hinaus kommt dem Citymarketing und -management eine koordinierende Funktion zwischen Gewerbetreibenden, Immobilieneigentümern, Politik und Verwaltung zu. So gilt es, als Vermittler zwischen den verschiedenen Interessengruppen beispielsweise durch Zusammenlegung mehrerer kleiner Flächen neue, anforderungsgerechte und moderne Einzelhandelsflächen zu schaffen und zu vermarkten.

Professionelles Stadt- und Citymarketing sollte zu einer städtischen Pflichtaufgabe entwickelt werden. Nur mit einer angemessenen Finanzausstattung mit Geldern der Stadt und der Unternehmen erscheint dies dauerhaft erfolversprechend. Die Wirtschaft ist in die Stadt- und Citymarketingprozesse zwingend einzubeziehen, wenn es um die Entwicklung von Strategien und Konzepten geht. Durch eine gemeinsame Abstimmung konkreter Maßnahmen erhöht sich deren Akzeptanz und sie können gemeinschaftlich finanziert und umgesetzt werden.

Forderungen der IHK Chemnitz zur Vermarktung:

- Herausarbeiten von Alleinstellungsmerkmalen, Schaffung eines eigenständigen Profils der Kommunen und zielgerichtete Vermarktung durch Stadtmarketing
- professionelles Citymarketing, um den Innenstädten faire Wettbewerbschancen zu geben
- Stadtmarketing und Citymarketing als städtische Pflichtaufgabe ansehen
- gemeinsame Finanzierung der Stadt- und Citymarketingaktivitäten durch Kommune und Wirtschaft
- Einbeziehung der Wirtschaft in die Stadt- und Citymarketingprozesse

Nahversorgung

Nahversorgung wird in Raumordnung und Stadtplanung als die Versorgung der Bevölkerung mit Waren und Dienstleistungen des überwiegend kurzfristigen Bedarfs im engeren Umfeld der Wohnung definiert. Dabei wird von einer fußläufigen Erreichbarkeit ausgegangen. Zur Nahversorgung im engeren Sinne

gehören aus Einzelhandelssicht vor allem die Sortimentsgruppen Lebensmittel, Drogeriewaren, Schreibwaren, Zeitungen und Zeitschriften. Die funktionierende Nahversorgung ist wichtiger Bestandteil der Lebensqualität und Attraktivität von Wohnstandorten sowie gleichzeitig eine Grundlage für attraktive Wirtschaftsräume.

Bedingt durch die Entwicklungen in den letzten Jahrzehnten ist eine fußläufig erreichbare Nahversorgung in manchen ländlichen Kommunen und auch in einigen städtischen Wohnquartieren nicht mehr gegeben.

Um steuernd wirken zu können, sollten kommunale oder regionale Einzelhandelskonzepte aufgestellt werden. Neuansiedlungen oder umfangreiche Erweiterungen außerhalb der ausgewiesenen bzw. faktischen zentralen Versorgungsbereiche haben in der Regel Auswirkungen auf das bestehende Nahversorgungsangebot. Von Neubau- oder Erweiterungsvorhaben dürfen keine schädlichen städtebaulichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche ausgehen.

Im ländlichen Bereich mit Unterversorgung bei Waren des kurzfristigen Bedarfs kann ggf. durch interkommunale Abstimmung und Zusammenarbeit mehrerer Gemeinden auch ohne Zentralortstatus die Tragfähigkeit für einen größeren Nahversorger hergestellt werden. Das muss durch kundenfreundliche Erreichbarkeit des Standortes durch den ÖPNV unterstützt werden. Aber auch andere Angebotsformen, wie Dorfläden, Wochenmärkte oder mobile Versorger können ganz oder teilweise zur Sicherung der Nahversorgung dienen.

Forderungen der IHK Chemnitz zur Nahversorgung:

- Sicherung einer möglichst flächendeckenden Nahversorgung
- Sicherung der Nahversorgung in ländlichen Bereichen durch einen gemeinsamen Standort für mehrere Orte/Ortsteile denkbar
- Erstellung kommunaler, respektive regionaler Einzelhandelskonzepte
- im Regelfall Ansiedlung großflächiger Nahversorgungsbetriebe in zentralen Versorgungsbereichen
- Vermeidung schädlicher Auswirkungen auf schützenswerte Bereiche bei Ansiedlungs- oder Erweiterungsvorhaben
- alternativer Angebotsformen einbeziehen

Rechtliche Rahmenbedingungen

Verlässliche Rechtsnormen und Chancengleichheit sind unabdingbare Voraussetzungen für fairen Wettbewerb im Einzelhandel. Die Politik auf EU-, Bundes- und Landesebene sollte mit ihrer Gesetzgebung entsprechende Regelungen vorhalten bzw. treffen, sich dabei jedoch für unbürokratische Lösungen entscheiden. Wichtig ist es, dass bei der Umsetzung europäischer Rechtsnormen in nationale Regelungen keine Verschärfungen vorgenommen werden.

Eigenverantwortliche Maßnahmen von Unternehmen sind nach Möglichkeit gesetzlichen Regelungen vorzuziehen.

Verbraucherschutz ist wichtig. Jedoch gewinnt man oft den Eindruck, dass die Gesetzgebung zu einseitig auf den Schutz des Verbrauchers abzielt. Gesetze und Verordnungen müssen die Interessen von Verbrauchern und Unternehmen gleichermaßen beachten. Der mündige und informierte Verbraucher muss zum Leitbild des Gesetzgebers werden. Dieses sollte gerade im Bereich der Informationspflichten stärker beachtet und entsprechende Vorgaben reduziert werden.

Die überwiegende Anzahl an Händlern ist mittlerweile sowohl online als auch stationär aktiv. Die Mehrzahl der Kunden kauft situationsabhängig auf den verschiedensten Kanälen ein. Rechtliche

Rahmenbedingungen sollten insoweit die Besonderheiten der Vertriebskanäle berücksichtigen. Gerade hier ist es Aufgabe des Gesetzgebers, ein Level-Playing-Field zu schaffen.

Genehmigungsverfahren sollten die aktuellen Anforderungen des Handels berücksichtigen und so unbürokratisch wie möglich sein.

Ein Ungleichgewicht in den Wettbewerbschancen zeigt sich insbesondere im Ladenöffnungsrecht. Betrachtet man die zeitlichen Möglichkeiten des Verkaufes, sind zwischen Onlinehandel und stationärem Handel unterschiedliche Voraussetzungen gegeben. Während online 7 Tage die Woche rund um die Uhr gekauft werden kann, unterliegt das stationäre Ladengeschäft den Regelungen des Sächsischen Ladenöffnungsgesetzes (SächsLadÖffG). Grundsätzlich ist es sicher wünschenswert, wenn der Unternehmer seine Öffnungszeiten an die Bedarfe der Kunden anpassen kann. Viel wichtiger sind jedoch maßvolle Möglichkeiten der Sonntagsöffnung, welche unbürokratisch, eigenverantwortlich und rechtssicher genutzt werden können. Beispielgebend hierfür könnten die Regelungen des Ladenöffnungsgesetzes des Saarlandes sein. Verkaufsstelleninhaber dürfen dort ihre Verkaufsstellen an vier Sonntagen im Jahr geöffnet haben, wenn sie dies mindestens zwei Wochen vorher bei der zuständigen Behörde angezeigt haben.

Sowohl für den stationären Einzelhandel als auch für den Onlinehandel und andere Vertriebsformen sollten faire steuerliche Wettbewerbsbedingungen gelten. Hierbei ist sicherzustellen, dass alle Anbieter die geltenden steuerlichen Vorgaben einhalten, unabhängig davon, auf welchem Weg ein Produkt angeboten wird.

Bei der Einführung neuer notwendiger Rechtsnormen sind ausreichend dimensionierte Übergangsfristen einzuräumen, damit sich die Unternehmen finanziell, personell und organisatorisch entsprechend vorbereiten können.

Ende 2019 läuft das Sächsische BID-Gesetz aus. Die Politik sollte dieses Angebotsgesetz die Ergebnisse der Evaluierung anpassen und erneut verabschieden, um den Unternehmen ein weiteres Instrument zur gemeinsamen Stärkung ihrer jeweiligen Standorte auf gesetzlicher Basis zur Verfügung zu stellen.

Handelsunternehmen, Gastronomie- und andere Dienstleistungsbetriebe tragen in erheblichem Maße zur Attraktivität der Innenstädte bei. Dazu gehört auch die Nutzung des öffentlichen Raums vor den jeweiligen Objekten und die Durchführung von Veranstaltungen. Die Kommunen sollten diese Aktivitäten bzw. Nutzungen nicht dadurch erschweren, dass mit Regelungen wie Sondernutzungssatzungen die Unternehmen über Gebühr finanziell belastet werden.

Forderungen der IHK Chemnitz zu rechtlichen Rahmenbedingungen:

- verlässliche Rechtsnormen bei möglichst geringen Bürokratieranforderungen
- keine Verschärfung von europäischen Vorgaben bei Umsetzung in nationales Recht
- Möglichkeit freiwilliger Regelungen in Betracht ziehen
- Interessen von Verbrauchern und Unternehmen gleichermaßen schützen
- Chancengleichheit zwischen Onlinehandel und stationärem Handel
- maßvolle, unbürokratische, eigenverantwortliche und rechtssichere Ladenöffnung an Sonntagen
- gleiche steuerliche Rahmenbedingungen für alle Vertriebsformen
- ausreichend dimensionierte Übergangsfristen für die Umsetzung neuer Rechtsnormen in den Unternehmen
- Novellierung des Sächsischen BID-Gesetzes
- Sondernutzungssatzungen im Sinne attraktiver Innenstädte oder Stadtteilzentren mit Augenmaß gestalten

Neue Technologien

Die Digitalisierung ermöglicht neue Chancen für Handelsunternehmen. Vor dem Hintergrund des veränderten Konsumentenverhaltens und rasch steigenden Umsatzanteilen des Internethandels ist eine Online-Präsenz beziehungsweise die Anpassung an technische Neuerungen für alle Einzelhändler unerlässlich.

Zugleich wird neuen Geschäftsideen und Gründungen der Weg geebnet. Auf diese Weise kann die nachhaltige und rentable Erweiterung sowie Internationalisierung bestehender Geschäftsmodelle gelingen. Dazu müssen sich Unternehmen mit allen für das jeweilige Geschäft relevanten und aktuellen Aspekten der Digitalisierung befassen können und die notwendige Unterstützung, sei es in fachlicher als auch finanzieller bzw. förder technischer Hinsicht, erhalten.

Auch in Innenstädten können digitale Technologien zum Einsatz kommen, um den Kunden zusätzliche Services anzubieten. Die Einrichtung eines kostenfreien W-LANs oder eine digitale Innenstadtplattform, die über Angebote in der Innenstadt informiert, sind als Beispiele hierfür zu nennen.

Voraussetzung zur Nutzung der vielfältigen technischen Möglichkeiten ist der rasche und flächendeckende Ausbau der Breitbandversorgung.

Forderungen der IHK Chemnitz zu neuen Technologien:

- Ausbau einer flächendeckenden leistungsfähigen digitalen Infrastruktur
- Fortsetzung der gezielten Förderung der Digitalisierungsprozesse des (stationären) Handels

Zusammenfassung – Kernforderungen

- gezielte Steuerung der Einzelhandelsentwicklung durch Erstellung und Fortschreibung von Einzelhandelskonzepten unter Einbindung der betroffenen Wirtschaft
- Stärkung der Innenstädte
- Sicherung der verkehrlichen Erreichbarkeit von Innenstädten auch für den Individualverkehr sowie Vorhaltung ausreichender und preislich akzeptabler Parkmöglichkeiten
- Förderung der Stadt- und Citymarketingaktivitäten
- flächendeckende Sicherung der wohnortnahen Grundversorgung
- maßvolle, rechtssichere und unbürokratische Ladenöffnungsmöglichkeiten an Sonntagen
- Voraussetzungen schaffen, um Chancen der Digitalisierung nutzen zu können