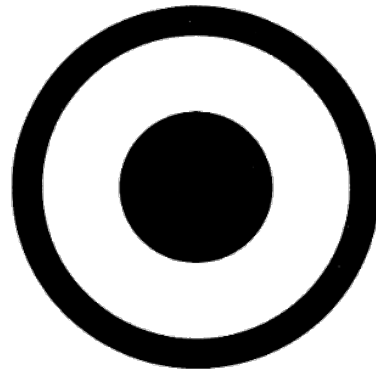


FÜR EINE NACHHALTIGE HANDESENTWICKLUNG IN DER REGION WESTMECKLENBURG



Pictogramm Zentrum

Handelspolitische Positionen der IHK zu Schwerin

Beschluss der Vollversammlung vom 02.12.2015

1. **ZENTREN:** Erhalt und Weiterentwicklung der Vitalität der Handelszentren
2. **NAHVERSORGUNG:** Sicherung der Versorgung
3. **EINZELHANDELSPLANUNG:** Wettbewerbsfähige Einzelhandelsentwicklung
4. **FAIRER WETTBEWERB** und Abbau von bürokratischen Hürden
5. **MOBILITÄT:** Erreichbarkeit von Handelszentren sichern und verbessern
6. **DIGITALISIERUNG & BREITBANDAUSBAU** vorantreiben
7. **BRANCHENENTWICKLUNG:** Arbeitskräftepotenzial sichern
8. **STADTMARKETING:** Standortqualität steigern und Synergieeffekte zum Tourismus herstellen



Industrie- und Handelskammer
zu Schwerin

Impressum:

Industrie- und Handelskammer zu Schwerin

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

EINLEITUNG

Im IHK-Bezirk Westmecklenburg sind knapp 26 Prozent der 25.000 gemeldeten Unternehmen und Betriebsstätten im Einzelhandel, Großhandel oder als Handelsvermittler tätig. Über 17 Prozent aller Auszubildenden werden allein in klassischen Handelsberufen ausgebildet – wie zum Beispiel „Kaufmann/-frau im Einzelhandel“ oder „Verkäufer/-in“.

Für die Handelslandschaft in Mecklenburg-Vorpommern führen die Rahmenbedingungen insbesondere durch die ländlich geprägten Siedlungsstrukturen zu großen Herausforderungen. Gleichzeitig befindet sich die Handelsbranche in einer strukturellen Veränderung, bspw. der Vertriebskanäle, insbesondere durch die fortschreitende Digitalisierung des Marktes. Das Einkaufsverhalten der Kunden hat sich in den letzten Jahren gewandelt. Dennoch lässt sich immer noch eine Verkaufsflächenexpansion verzeichnen. Somit ist die hiesige Handelsbranche von ständigen Veränderungen geprägt.

Nach wie vor gilt der Einzelhandel in der Region als starker Umsatzbringer, Beschäftigungsmotor und Faktor für eine Belebung und Attraktivitätssteigerung der Ortszentren. Der Handel ist das zentrale, verbindende Glied zwischen den verschiedenen Wirtschaftsbereichen bis hin zum Endverbraucher. Die IHK zu Schwerin möchte den bedeutenden gesamtwirtschaftlichen Stellenwert von Einzelhandel und Großhandel für unseren IHKBezirk unterstreichen. Mit Blick auf die Daseinsvorsorge wird deutlich, welche Bedeutung lebens- und erlebenswerte Zentren mit Handelsstrukturen haben. Die IHK zu Schwerin wird – auf der Basis ihrer neuen handelspolitischen Positionen – die Branche auch zukünftig dabei unterstützen, ihre wirtschaftliche Leistungsfähigkeit entfalten zu können und dabei Versorgungsstrukturen zu sichern.

Ihre IHK zu Schwerin

(Ergänzung: Karte zentrale Orte Westmecklenburg)

1. ZENTREN: Erhalt und Weiterentwicklung der Vitalität der Handelszentren

Die Innenstädte und Ortszentren sind die Visitenkarten von Städten und Gemeinden. Attraktive Innenstädte und Ortszentren brauchen Vielfalt. Nur wer es schafft, ein ausgewogenes Angebot an Handels- und Dienstleistungsbetrieben, an Handwerk und kulturellen Einrichtungen, an Gastronomie und Veranstaltungen, gepaart mit einem attraktiven städtebaulichen Umfeld, anzubieten, kann im Wettbewerb der Städte und Gemeinden zukünftig erfolgreich sein. Vitale und belebte Ortszentren müssen erhalten und weiterentwickelt werden. Vitale Ortszentren und Innenstädte sind gleichermaßen starker Handels-, Kommunikations- und Kulturort. Nach den Ergebnissen der IFH-Studie „Vitale Innenstädte 2014“ trägt ein authentischer Nutzungsmix zur Frequenz und Belebung der Zentren bei, denn nicht nur Touristen wünschen sich attraktive multifunktionale Städte mit hoher Aufenthaltsqualität! Auch für die eigene Bevölkerung ist er ein Faktor bei der Beantwortung der Fragen: Wo will ich einkaufen? Wo will ich mich in der Freizeit aufhalten? Wo will ich wohnen? Damit es gelingt, dass Innenstädte und Ortskerne als Magneten für beide Zielgruppen wirken, ist die Schaffung von günstigen Rahmenbedingungen, u. a. beim Mietspiegel oder bei Maßnahmen gegen den Leerstand, für Handel und Gewerbe von herausragender Bedeutung.

Deshalb sollten sich die Kommunen und das Land zu ihrer Verantwortung bekennen und lebendige Einzelhandelsstrukturen in den Zentren fördern (bspw. durch eine Ausweitung des Programms „Aktive Ortszentren“). Hierbei sind klare Ziele und Entwicklungsspielräume zu definieren und umzusetzen. Notwendige Maßnahmen zur Stärkung des Erlebnisraums „Innenstadt“ müssen gemeinsam und in engen Dialogen mit der Wirtschaft und benachbarten Kommunen erfolgen. Der Erlebnisraum „Innenstadt“ muss durch gemeinsame kooperative Maßnahmen von Wirtschaft und Verwaltung gestärkt werden.

Forderungen der IHK:

- Stärkung des Zentrums als multifunktionaler, wettbewerbsfähiger und frequentierter Ort mit hoher Aufenthaltsqualität.
- Förderung von Initiativen und Projekten zur Belebung von Ortszentren und Innenstädten.
- Maßnahmen zur Stärkung vitaler Ortszentren sollten in einem engen Dialog und Kooperation zwischen Wirtschaft, Verwaltung und Politik erfolgen.

2. NAHVERSORGUNG: Sicherung der Versorgungsstrukturen

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 nahversorgungsrelevanten Sortimenten (Lebensmittel- und Drogeriewaren) entstanden, was sich in einer fortschreitenden Flächenexpansion zeigt. Neuansiedlungen und umfangreiche Erweiterungen von Betrieben haben nicht selten Auswirkungen auf bestehende Nahversorgungsstrukturen. Hier gilt es, Augenmerk auf die Wahl des Standortes und dessen Umfeld zu legen, um negative Auswirkungen auf bestehende (Nah-)Versorgungsfunktionen oder städtebauliche Beeinträchtigungen – in der Ansiedlungskommune aber auch in benachbarten zentralen Orten – zu vermeiden.

Die demografische Entwicklung in Mecklenburg-Vorpommern erfordert besonders in den ländlichen Räumen völlig neue Versorgungskonzepte. Dort haben viele kleinere Ortschaften ihre Nahversorgungsfunktion 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 neuen Organisationsformen greifen hier besondere Kooperationen zwischen öffentlicher Hand und privaten Anbietern auch unter Mitwirkung der Bürger ebenso wie Maßnahmen zur Erhöhung der Mobilität. Vor diesem Hintergrund sind Politik und Verwaltung aufgefordert, alle Initiativen zur Etablierung oder Stabilisierung der Nahversorgung im ländlichen Raum durch alternative Versorgungsmodelle zu unterstützen.

Forderungen der IHK:

- Standorte für großflächige Einzelhandelsbetriebe im Bereich Nahversorgung (Lebensmittel, Drogerie) sollten vorwiegend in gewachsene Orts-, Nahversorgungs- bzw. Stadtteilzentren entwickelt werden.
- Lücken in der fußläufigen Nahversorgung können durch solitäre Standorte in städtebaulich integrierten Lagen oder durch alternative Handelsformen geschlossen werden.
- Alternative und innovative Versorgungsmodelle für den ländlichen Raum sind zu fördern.

3. EINZELHANDELSPLANUNG: Wettbewerbsfähige Einzelhandelsentwicklung

Verkaufsflächenexpansion, verstärkte Wettbewerbsdynamik zwischen den Betriebstypen (sichtbar bei den Randsortimenten der Lebensmittelmärkte im Non-Food-Segment) oder ein veränderter Wettbewerb zwischen den Vertriebskanälen durch die Digitalisierung des Handels, haben zu strukturellen Veränderungen der Handelsbranche geführt. Der Druck auf die Handelszentren und insbesondere auf kleinflächige und zumeist inhabergeführte Einzelhandelsbetriebe hat sich damit erhöht.

Im ländlich strukturierten IHK-Bezirk nehmen neben dem Oberzentrum Schwerin besonders die Mittelzentren Wismar, Grevesmühlen, Parchim, Ludwigslust und Hagenow eine Rolle als Kristallisationspunkt des Versorgungsangebotes (Zentrale Orte - System) ein. Mit ihrer raumordnerisch im Landesraumentwicklungsplan MV herausgehobenen Position sollen sie Funktionen bündeln und damit umfangreiche Versorgungsstrukturen für ihre Umgebung vorhalten. Einzelhandels- und Zentrenkonzepte sind notwendige Voraussetzungen für eine nachhaltige Einzelhandelsentwicklung, die das Ziel verfolgt, Innenstädte und (Nahversorgungs-)Zentren attraktiv und wettbewerbsfähig zu gestalten. Die Grundsätze und Ziele der Raumordnung und Landesplanung Mecklenburg-Vorpommerns sind bei allen Vorhaben einzuhalten. Regionale und lokale Konzepte 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 Wirtschaft als auch für interessierte Investoren. Dieses Instrument, das auch von verschiedenen lokalen Akteuren, u. a. der Wirtschaft, begleitet werden muss, trägt maßgeblich zur nachhaltigen Entwicklung des örtlichen Handels bei. Um verbindliche Regelungen zu schaffen, sollten die Empfehlungen des Konzeptes von der Politik als kommunale Entwicklungsperspektive beschlossen werden. Anschließend sollten bestehende Bebauungspläne, die nicht mit den Entwicklungs-vorstellungen 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 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. Bei großflächigen Einzelhandelsplanungen, die von den Vorgaben der kommunalen bzw. regionalen Konzepte abweichen oder gar den Zielen der Raumordnung entgegen stehen, muss eine umfassende und abwägende Prüfung erfolgen.

Forderungen der IHK:

- Schaffung von Planungs- und Investitionssicherheit durch geregelte Zentrenstrukturen.
- Die Erarbeitung von kommunalen oder regional abgestimmten Einzelhandelskonzepten zur Festlegung der Leitlinien für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung ist notwendig.
- Die Grundsätze und Ziele der Raumordnung und Landesplanung Mecklenburg-Vorpommerns sind bei allen Vorhaben einzuhalten.

4. FAIRER WETTBEWERB und Abbau von bürokratischen Hürden

Im Handel herrscht intensiver Wettbewerb zwischen den unterschiedlichen Betriebstypen und Vertriebsformen, die in den letzten Jahren die Handelslandschaft und den Absatzmarkt stark veränderten. Nach Daten der obersten Landesplanungsbehörde fand, trotz stagnierender Nachfrage und vergleichsweise niedriger Kaufkraft, eine intensive Expansion der Handelsflächen, auch in der Region Westmecklenburg, in den vergangenen Jahren statt. Mit Rücksicht auf die wettbewerbsfähige Entwicklung der Handelsflächen und Sicherung der Handelsstandorte bzw. Nahversorgungsstrukturen in Westmecklenburg sollten staatliche Eingriffe auf die Bereiche beschränkt bleiben, in denen Marktmechanismen nicht funktionieren, beziehungsweise ein freier und fairer Wettbewerb behindert wird. Häufig stehen unangemessene Gebühren, Auflagen und bürokratische Belastungen der Weiterentwicklung insbesondere innerstädtischer Handelsbetriebe entgegen. Politik und Verwaltung sind angehalten, die wirtschaftlichen Aktivitäten des Handels nicht zu beschränken. Zielführender sind die Erarbeitung von gemeinsamen Zielen und Lösungsansätzen mit den ansässigen Gewerbetreibenden, bspw. in Beteiligungsprozessen zur Verbesserung der Aufenthaltsqualität vor Ort. Dabei können sowohl Sondernutzungen oder Gestaltungssatzung im öffentlichen Straßenraum als gemeinsam erarbeiteter und abgestimmter Handlungsleitfaden dem gemeinsamen Ziel der Qualitätssteigerung in den Zentren dienen. 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, um im internationalen Benchmark einen bestehenden Wettbewerbsnachteil aufzuheben. Im Rahmen der derzeitigen Gesetzeslage sollten unter den verschiedenen Handelsstandorten und Betriebstypen faire Wettbewerbsbedingungen bei der Sonntagsöffnung vorliegen.

Forderungen der IHK:

- Sicherung des Raumes für eine freie und faire unternehmerische Tätigkeit.
- Mit der Wirtschaft abgestimmte Konzepte, Strategien und Ziele bieten Planungs- und Investitionssicherheit.
- Liberalisierung der Ladenöffnungszeiten unter fairen Wettbewerbsbedingungen zwischen den Standorten und Betriebstypen.

5. MOBILITÄT: Erreichbarkeit von Handelszentren sichern und verbessern

Aufgrund der Spezifik eines Flächenlandes besitzen die Einwohner und Gäste höhere Mobilitätsanforderungen im Individualverkehr. Attraktive Handelsplätze sind auf eine gute Erreichbarkeit für Kunden- und Anlieferverkehr angewiesen. Intelligente Verkehrslenkung, proaktiver Baustellenbetrieb und ein bedarfsgerechtes ÖPNV-Angebot sowie ein kundenorientiertes Parkraummanagement, beispielsweise mit Park-and-Ride-Systemen oder mit dynamischen Parkleitsystemen, sind deshalb wichtige Bausteine für die Wirtschaftsförderung. In Westmecklenburg sollten sich die Landkreise/Städte zur Entwicklung flächendeckender Mobilitätslösungen abstimmen (bspw. im Hinblick auf Regionaltarife).

Verkehrsberuhigungen steigern oftmals zwar die Aufenthaltsqualität, können gleichzeitig aber zu einem Entwicklungshemmnis für die Wirtschaftsbetriebe, nicht nur in den Ortszentren und der Innenstadt, werden. Die Erreichbarkeit der Innenstädte für Kunden- und Lieferverkehre muss deshalb gewährleistet bleiben und ggf. weiter ausgebaut werden. Hierzu zählen ausreichende Zeitfenster für den Anlieferverkehr in Fußgängerzonen – ggf. auch mit unbürokratisch gewährten Ausnahmeregelungen – genauso wie ein ausreichendes Angebot an kostengünstigen Stellplätzen in der näheren Umgebung. Komfortable Parkmöglichkeiten spielen bei der Wahl des Einkaufsortes für den Kunden eine nicht weniger wichtige Rolle als eine gute Anbindung an den öffentlichen Personennahverkehr.

Darüber hinaus ist im Sinne der nachhaltigen Stadtentwicklung der gestiegenen Fahrradnutzung Rechnung zu tragen. Dabei sind infrastrukturellen Rahmenbedingungen für die Radnutzung sowohl für den Alltagsverkehr, als auch für die touristische Nachfrage, bei der Ausstattung mit Radwegen und innerstädtischen Stellplätzen Rechnung zu tragen. Innovative Mobilitätslösungen, bspw. über Elektromobilität, sollten gefördert und ausgebaut werden. Im Rahmen der attraktiven Stadtentwicklung ist eine bedarfsgerechte Entwicklung der verschiedenen Mobilitätsarten im Verkehr notwendig, um die Erreichbarkeit der Handelszentren zu gewährleisten.

Forderungen der IHK:

- Die Erreichbarkeit von Innenstädten, Orts- und Nahversorgungszentren für den ÖPNV und unterschiedliche Arten des Individualverkehrs, insbesondere die Anlieferung für die Betriebe, muss gewährleistet sein.
- Ein ausreichendes und kostengünstiges Parkraumangebot in Zentrumsnähe ist notwendig.
- Im Rahmen der attraktiven Stadtentwicklung ist eine bedarfsgerechte Entwicklung der verschiedenen Mobilitätsarten im Verkehr notwendig.
- Innovative Mobilitätskonzepte und -lösungen sollten gefördert werden.

6. DIGITALISIERUNG & BREITBAND AUSBAU vorantreiben

Die Digitalisierung hat sowohl das Einkaufsverhalten der Kunden verändert als auch zu einer Weiterentwicklung der Vertriebswege und der Kundenansprache geführt (Quelle: HDE 2014). Neben dem stationären Geschäft hat sich der Online-Handel etabliert (entsprechend des HDE hat sich der Umsatz E-Commerce von 2005 bis 2013 mehr als verdoppelt).

Eine möglichst leistungsfähige Breitbandversorgung gehört daher heutzutage zu den wichtigsten Standortfaktoren für Unternehmen. Die Bedeutung breitbandiger Anschlüsse nimmt auch für die zentralen (Handels-)Standorte künftig weiter zu und der Wettbewerb zwischen Gemeinden wird sich über diesen Faktor verstärken. Dies gilt sowohl für Gewerbebetriebe in gewachsenen Ortszentren als auch für bestehende und geplante Gewerbegebiete.

Für eine Wettbewerbsfähigkeit müssen sich Unternehmen oder Interessengemeinschaften im Internet präsentieren, um auch vor Ort gefunden zu werden und ggf. über ihren Service und das Angebot zu informieren bzw. ihre Produkte zu vertreiben. Die Bereitstellung von öffentlichem und kostenfreiem W-LAN mit Rechtssicherheit bedeutet für multifunktionale Innenstädte, Ortszentren und Handelsstandorte einen wichtigen Kundenservice, der im internationalen Benchmark als Standard gilt und vor Ort einen wesentlichen Beitrag zur längeren Aufenthaltsdauer leistet.

Kommunen sind gefordert, die Bedarfe der ansässigen Betriebe zu analysieren und bestehende Förder- und Entwicklungsmöglichkeiten im Hinblick auf den Ausbau des Breitband-Netzes auszuschöpfen. Zudem müssen Unternehmen aktiv bei ihrem Bestreben nach einem breitbandigen Anschluss unterstützt werden. Die Unternehmen sind im Hinblick auf die neuen Technologien bei der Nutzung der digitalen Medien und der Aufstellung von neuen Kommunikationsstrategien zu unterstützen.

Forderungen der IHK:

- Der Ausbau eines flächendeckenden Breitband-Netzes ist erforderlich, um den gestiegenen Wettbewerbsanforderungen im Handel durch die Digitalisierung überall Rechnung tragen zu können.
- Maßnahmen zur stärkeren Digitalisierung von Unternehmen und Ortszentren sollten in einem engen Dialog und in Kooperation zwischen Wirtschaft, Verwaltung und Politik vorangetrieben werden.

7. BRANCHENENTWICKLUNG: Arbeitskräftepotenzial sichern

Mit der bisherigen demographischen Entwicklung zeichnet sich für die Zukunft ab, dass die Zahl der Erwerbspersonen jüngeren und mittleren Alters auch im Einzelhandel deutlich zurückgehen, die der älteren Arbeitskräfte hingegen steigen wird. Ein zunehmender Wettbewerb zwischen den Regionen um den Fachkräftenachwuchs trägt, nicht nur in Westmecklenburg, dazu bei, dass der Fachkräfteentwicklung und -sicherung eine hohe Bedeutung beizumessen ist.

Überdies haben sich die Anforderungen der Handelsbranche, bspw. durch die Digitalisierung der Märkte, verändert, was den Bedarf der Weiterentwicklung der Berufsbilder im Handel sowie entsprechender Aus- und Weiterbildungsangebote mit sich bringt.

Qualifizierte und leistungsbereite Mitarbeiter sind daher die wichtigste Ressource für Service und Qualität im Einzelhandel. Die Schaffung von Instrumenten zur Fachkräftesicherung, wie qualitativ hochwertigen Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten, Maßnahmen zur Verbesserung der Vereinbarkeit von Beruf und Familie oder zur Gesundheitsvorsorge der Mitarbeiter, bieten dafür gute Ansätze.

Forderungen der IHK:

- Qualifizierung der Arbeitskräfte, um den gewachsenen digitalen Anforderungen des Marktes gerecht zu werden.
- Schaffung und Nutzung von Instrumenten zur Fachkräftesicherung.

8. STADTMARKETING: Standortqualität steigern und Synergieeffekte zum Tourismus herstellen

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 persönlichen Beratung sowie von einem guten Service 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 aktiv 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 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.

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 sollte 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. Diese Maßnahme ist eine Grundlage für Planungssicherheit und weiteren Investitionen für den Erhalt eines attraktiven Einzelhandelsangebotes. Darüber hinaus ist die Vermarktung des Handelsstandortes, bspw. im Rahmen eines Citymarketings, auch in den touristischen Vertrieb einzubinden.

Forderungen der IHK:

- Die Weiter- und Neuentwicklung von Standort- und Unternehmensstrategien 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.
- Der Erlebniswert des Einzelhandels und der Ortszentren sollte im Rahmen des touristischen Marketings aufgegriffen werden, um gegenseitige Synergien zwischen Handel und Tourismus zu nutzen.