



„Vitale Innenstädte – Perspektiven des Einzelhandels in NRW“

Thomas Instenberg
Handelsverband Nordrhein-Westfalen-
Rheinland

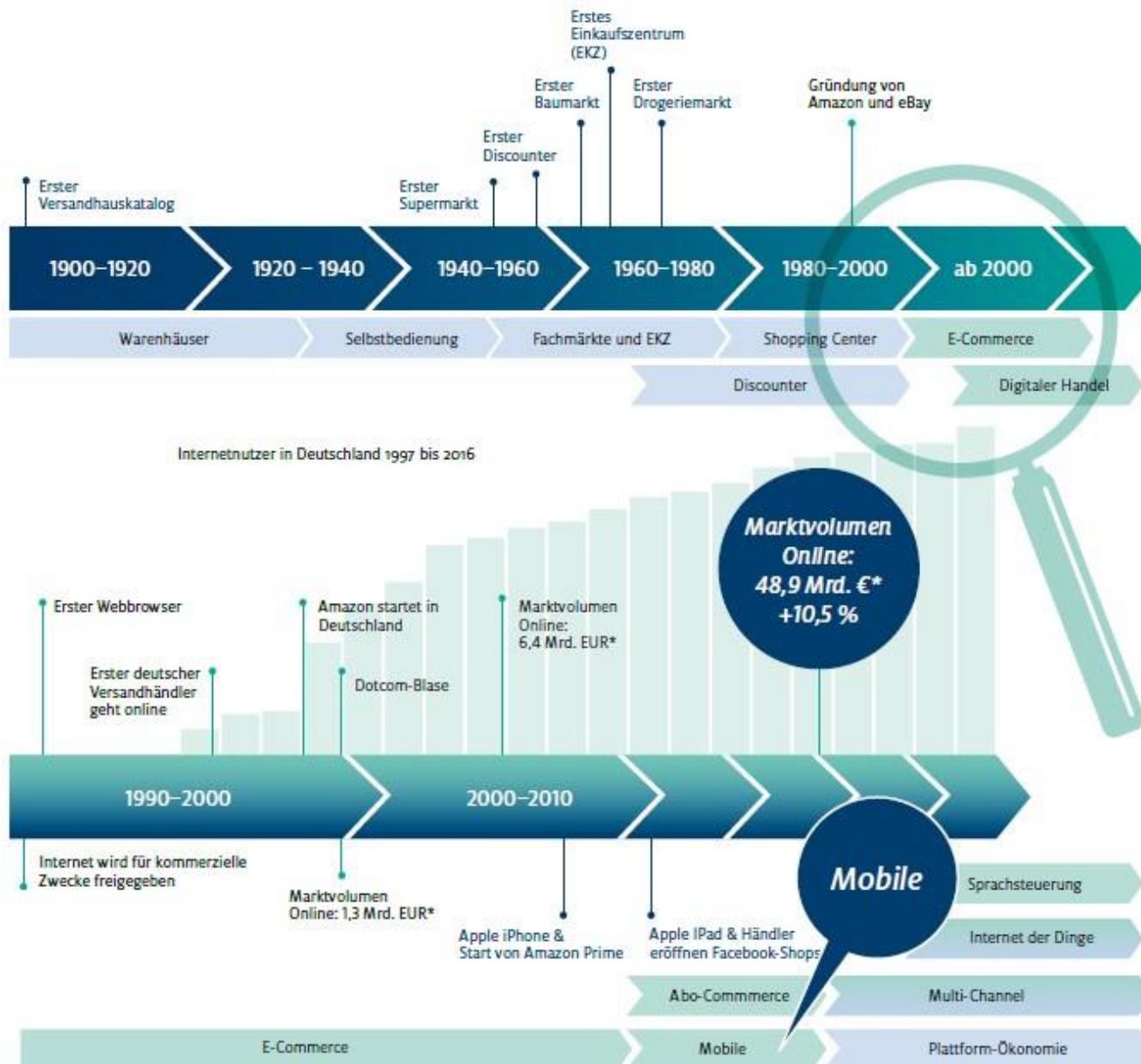
Wipperfürth, 4. Juli 2019

<https://rheinland.hv-nrw.de/>



Der Handelsverband

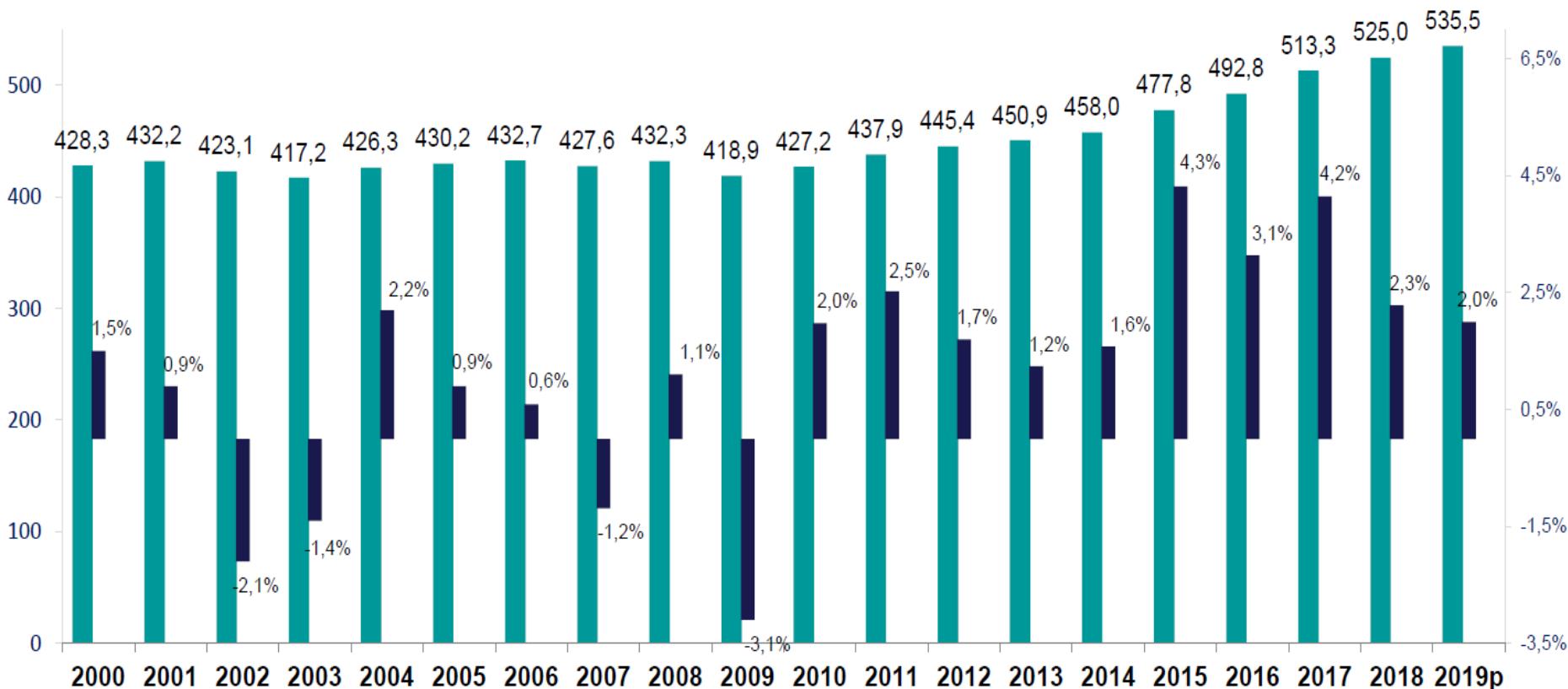
Kaufvertragsrecht
lokale **GEMA** Onlinehandel
Merkblätter
Glasversicherungsverein
Stadtmarketing
Seminare+Workshops
Firmenticket
Interessengemeinschaften Existenzgründungsberatung
Tarifverhandlungen
Interessenvertretung
Sonderkonditionen
Mietwagenanbietern **Marktplätze**
Baumaßnahmen
V-Commerce
Verkehrsplanung
locationbaseservice
Stadtmarketingkreise
Arbeitsrecht
Mietrecht Kreditanträgen
Arbeitsverträge
Tarifrundschreiben **Rahmenverträge**
cashlesspay **Fachrundschreiben**
Digitale Agenda Rechtsberatung
www.services24.de
Gewerberecht
W-LAN
Kooperationspartner Kennzahlen
Information- und Kommunikation
Öffentlichkeitsarbeit
Digitaler Handel
Handelsjournal
Stellungnahmen
Tarifbroschüren Personalwesen
Veranstaltungen
Prozessvertretung



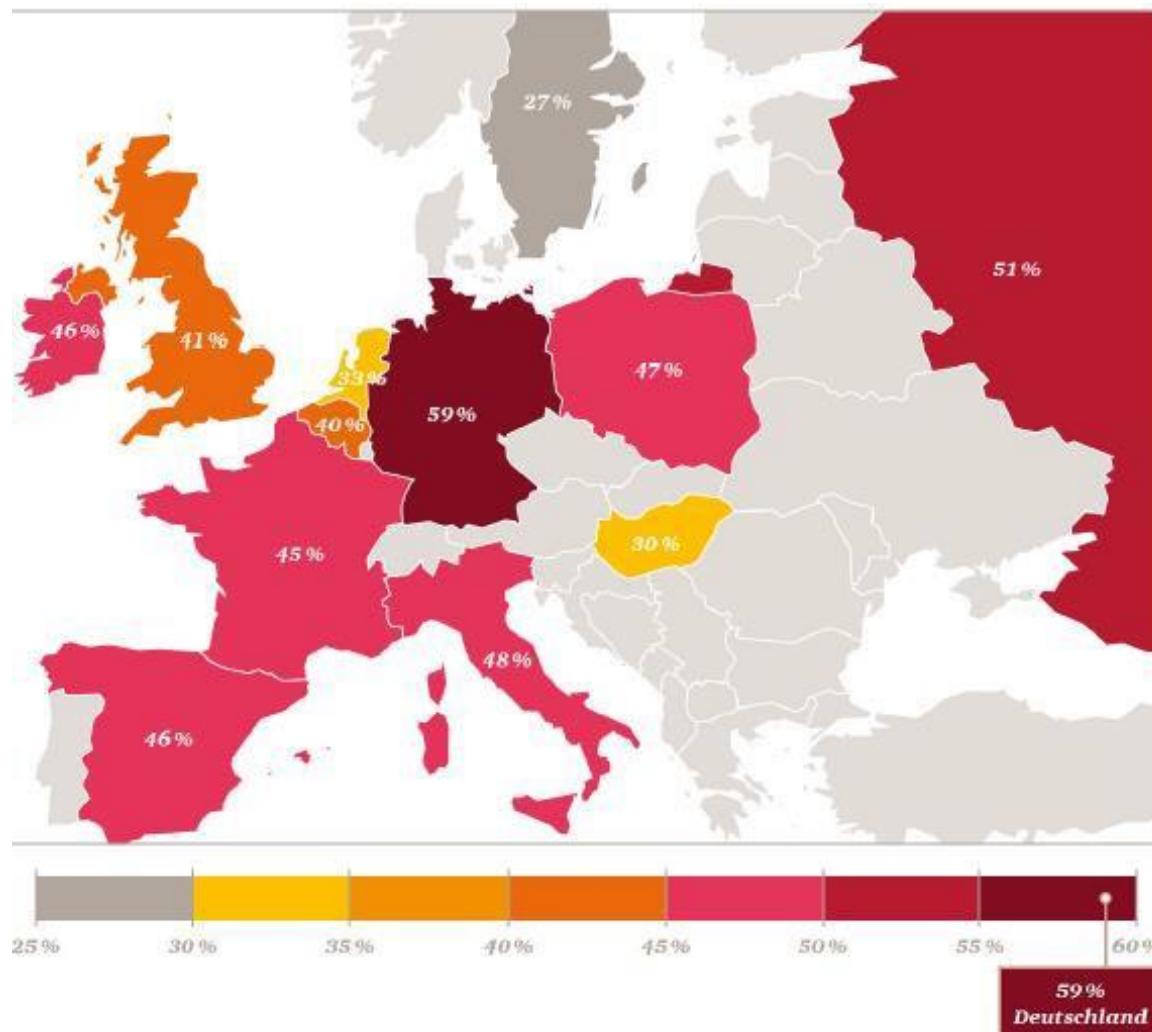
*Umsatzangaben netto: ohne Umsatzsteuer

Zur Lage: zehn Jahre Umsatzwachstum in Folge

■ Mrd. Euro ■ Veränderung zu Vorjahr



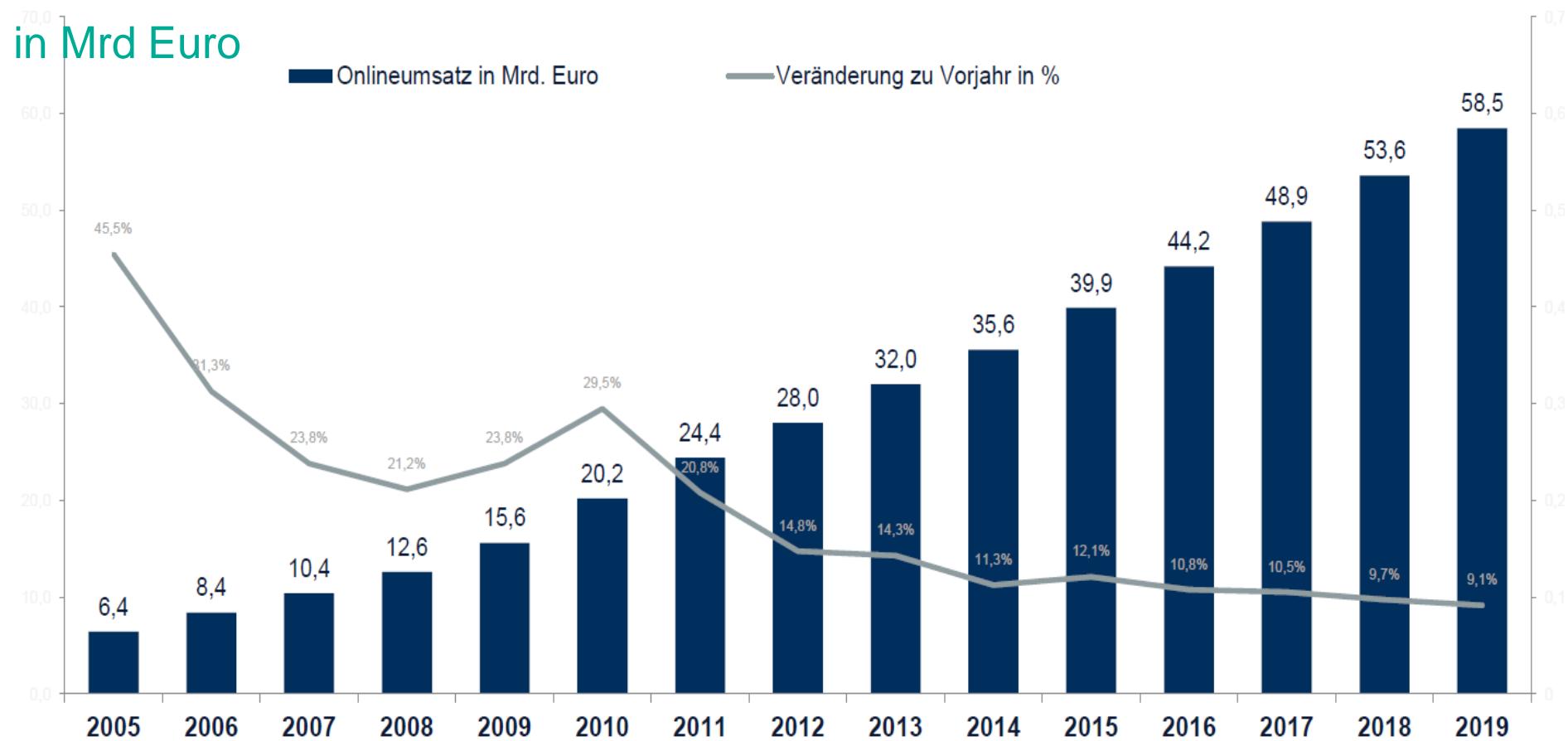
Deutsche kaufen am häufigsten im Laden ein



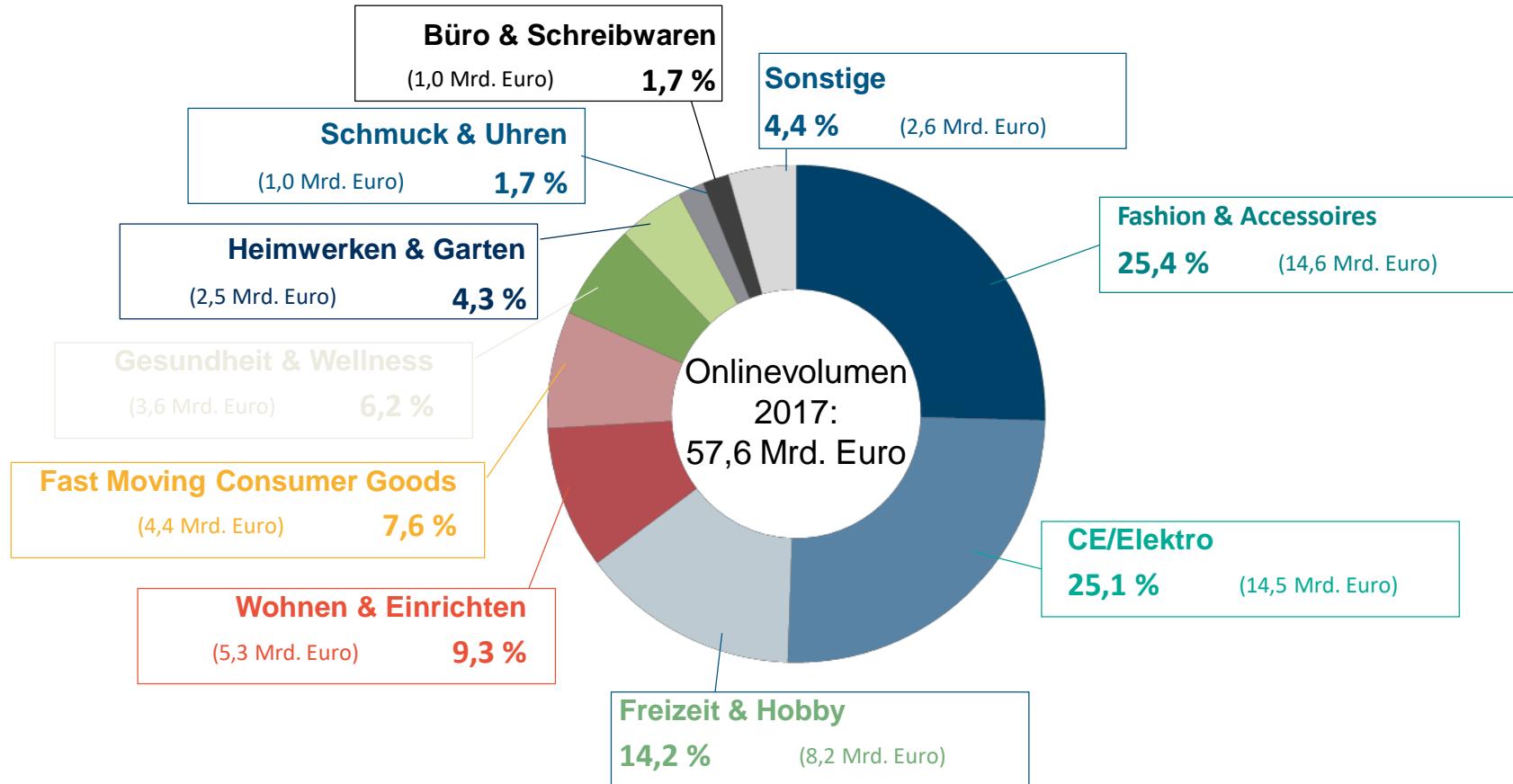
Quelle: „Von A wie Amazon bis Z wie Zustellung; Studie PwC 2018



Umsatz im Onlinehandel wächst in 2019 um neun Prozent



Non-Food mit Anteil von 92,4 % weiterhin dominierend, Hälfte des Onlineumsatzes entfällt auf Fashion und CE.



Lesebeispiel: Der Onlineumsatz der Branche Büro & Schreibwaren erreicht 2017 ein Volumen von 1 Mrd. Euro. Das entspricht einem Anteil am Gesamttonlinevolumen von 1,7 Prozent.

Kannibalisierung des Offline-Handels durch Online Handel

Veränderungsraten offline & online 2017 nach Branchen im Vergleich in Prozent und Mrd. Euro



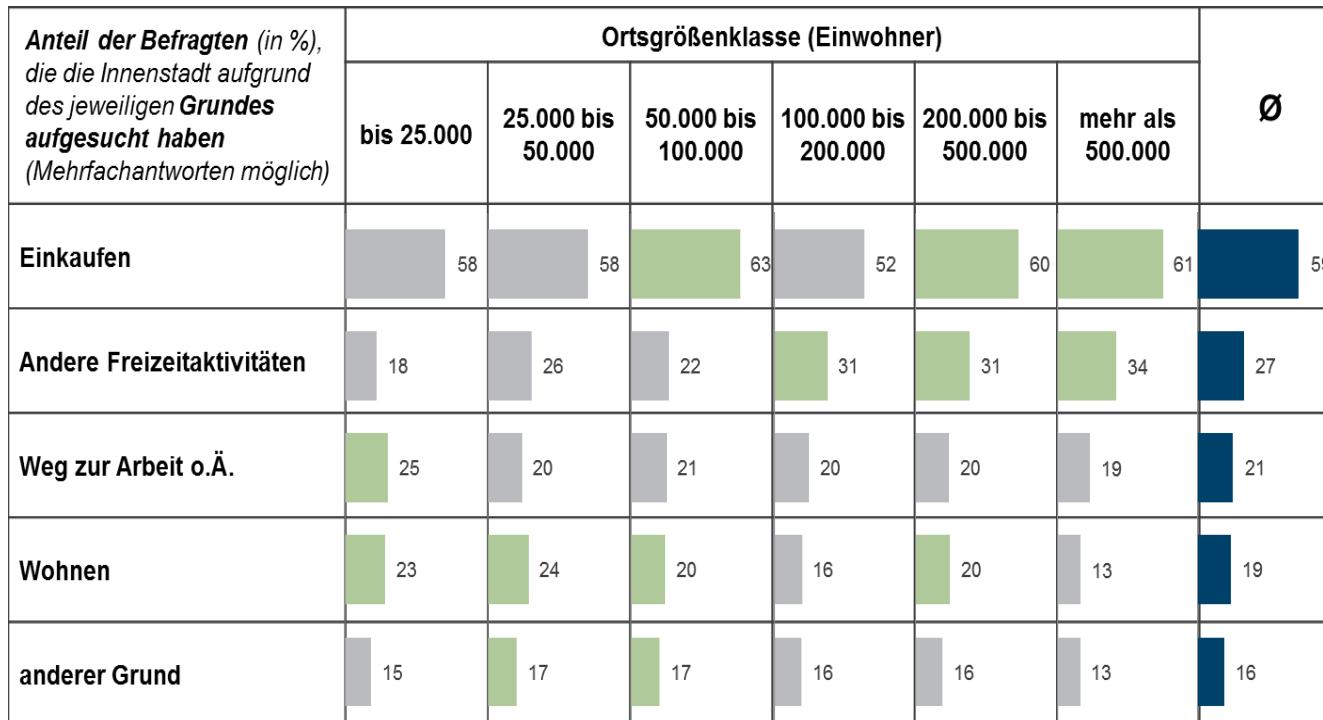
*FMCG: Lebensmittel inkl. Getränke, inkl. Tabakwaren, zzgl. Drogeriewaren; Offlinewachstum ohne Tabakwaren: 2,6 %

Umsatzangaben netto: ohne Umsatzsteuer



Handel zieht Besucher in die Stadt

Warum haben Sie die Innenstadt aufgesucht?



 Im Ortsgrößenvergleich überdurchschnittlich hoher Anteil der Besucher; die die Innenstadt aus dem jeweiligen Grund aufgesucht haben.

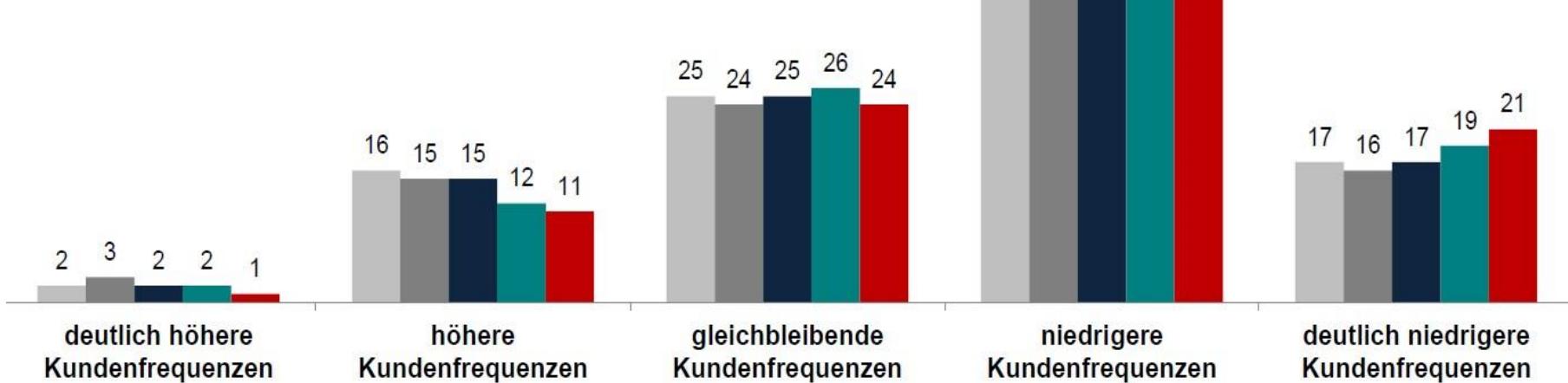
 Im Ortsgrößenvergleich (unter)durchschnittlich hoher Anteil der Besucher; die die Innenstadt aus dem jeweiligen Grund aufgesucht haben.

Sinkende Kundenfrequenzen in den Innenstädten

Wie entwickeln sich nach Ihrer Einschätzung
in den vergangenen 2 Jahren
die Kundenfrequenzen an Ihrem/n Standort/en ?



■ 2015 ■ 2016 ■ 2017 ■ 2018 ■ 2019



Quelle: Konjunkturumfragen – Handelsverband Deutschland (HDE)

Räumliche Auswirkungen E-Shopping



Bedeutung von Faktoren für den Besuch der Handelslagen

Top 7 Metropolen (B, HH, M, K, F, S, D)



Großstädte > 100.000 EW



- + Entwicklung abgekoppelt vom Rest der Städte
 - + Deutliches Bevölkerungswachstum
 - + Stabile 1A-Lage, verstärkte Flächennachfrage
 - + Gute Entwicklung der dominanten Stadtteilzentren und Shopping-Center
 - B-Lagen verlieren an Attraktivität für den Handel
 - A-Lage ist durch neue Projektentwicklungen nur schwer erweiterbar
- O Uneinheitliche, polare Entwicklung, abhängig von der Lage im Raum / Zentralität und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen, v.a. Arbeitsplatzangebot
- + Viele Großstädte verzeichnen Bevölkerungszuwächse, vor allem im Stadtzentrum
 - + Einwohner = Marktpotenzial → Größe schützt vor schnellem Bedeutungsverlust

Räumliche Auswirkungen E-Shopping



Bedeutung von Faktoren für den Besuch der Handelslagen

Mittelstädte

20.000 – 100.000 EW



Frankfurt (Oder) von A.Sawin . CC BY-SA 3.0.
<https://commons.wikimedia.org/w/index.php?curid=25625038>

O Uneinheitliche, polare Entwicklung

- + peripher zu Großstädten gelegene Mittelstädte mit hoher Zentralität stabiler
- Gefahr zwischen Erlebniseinkauf (Großstadt) und Nahversorgung (Kleinstadt) in Bedeutungslosigkeit zu versinken.

Kleinstädte

5.000 – 20.000 EW



Immenstadt im Allgäu von Stephan Michel
<https://commons.wikimedia.org/w/index.php?curid=25625038>

+ Bedeutungsgewinn bei der Nahversorgung durch steigende Distanzschwelle der Bevölkerung

- Hoher Anteil inhabergeführten Einzelhandels führt zu großem Risiko von Geschäftsaufgaben im Nonfood-Bereich
- Geringe Attraktivität für Filialisten

Aktuelle Studien



Handelsszenarien Nordrhein-Westfalen 2030

Einzelhandel in Nordrhein-Westfalen im digitalen Zeitalter –
Herausforderungen und Empfehlungen

abrufbar unter

https://www.wirtschaft.nrw/sites/default/files/asset/document/mwide_handelsszenarien_nrw_2030_web.pdf

Digitalisierungsatlas Handel

Strategien für die digitale Transformation

abrufbar unter

https://www.wirtschaft.nrw/sites/default/files/asset/document/mwide_digitalisierungsatlas_handel_web.pdf

Handlungsnotwendigkeiten: Politik für vitale Innenstädte!

- Erreichbarkeit sicherstellen
 - > Fahrverbote vermeiden
 - > Infrastruktur ausbauen/modernisieren (Straßen, Parkplätze, Radwege, ÖPNV)
- Freiräume für Investitionen
 - > Gewerbesteuer reformieren
 - > Keine zusätzlichen Belastungen bei Grundsteuer
 - > Kosten der Energiewende fair verteilen
- Einkaufserlebnis schaffen
 - > Baukultur, Sicherheit und Ordnung
 - > Events und rechtssichere Sonntagsöffnungen
 - > Innenstädte digitalisieren

Handlungsnotwendigkeiten



Einzelhandel:

- selbstkritische Überprüfung (Außenauftritt, Ladengestaltung, Sortimentsgestaltung, Servicequalität, Warenwirtschaftssystem...)
- „Kanalübergreifend“ denken! (ROPO= Research Online Purchase Offline)
- Online-Entwicklungsphasen prüfen (von Auffindbarkeit, digitaler Regalverlängerung bis hin zum voll integrierten Multichannelsystem)
- von Onlinern lernen (Navigation, Online Verfügbarkeitsabfrage, Click & Collect, Online Artikel Reservierung, Mobile Optimierung)

KUNDENZENTRIERUNG!

Verkaufsoffene Sonntage



Pro Verkaufsöffnung

- Besonderes Einkaufserlebnis
- Konkurrenz Onlinehandel
- Stärkung stationärer Handel
- Belebung Innenstädte
- Förderung ehrenamtliches Engagement
- Etc.

Contra Verkaufsöffnung

- Garantierte Arbeitsruhe
- Familie und kulturelle Teilhabe
- Ansonsten unbegrenzte Ladenöffnungen möglich
- Rein kommerzielles Interesse
- Etc.

Verkaufsoffene Sonntage

Urteil Bundesverfassungsgericht aus 2009:

Sonntagsruhe verfassungsrechtlich geschützt
→ Verkaufsöffnung nur ausnahmsweise zulässig

Wiederholte von Verwaltungsgerichten Absage von
verkaufsoffenen Sonntagen, zum Teil sehr kurzfristig

Änderung LÖG NRW März 2018 „Entfesselungspaket“
insbesondere § 6 LÖG NRW „*öffentliches Interesse*“

Ziel: Schaffung Rechtssicherheit

Verkaufsoffene Sonntage



Aktuelle Situation

Gesetzliche inhaltliche Erweiterungen werden durch Rechtsprechung als nicht verfassungskonform bewertet

Notwendig: Verfassungskonforme (= restriktive) Anwendung des § 6 LÖG

→ Für die Kommunen: Hoher Begründungsaufwand ist geblieben

→ Für den Einzelhandel: Hohes Risiko, dass ggf. kurzfristig die Freigabeentscheidungen gerichtlich kassiert werden

→ Für die Veranstaltungen: Durchführung ohne externe Finanzierung durch Einzelhandel selten möglich

→ Für die Innenstädte: eine mögliche Attraktivitätssteigerung wird erheblich erschwert

Verkaufsoffene Sonntage

Handlungsnotwendigkeiten für Einzelhandel und Kommune:

1. Möglichst viele Details zu Veranstaltung liefern
2. Räumlichen Geltungsbereich der Ladenöffnung genau darlegen – Zeichnerische Darstellung
3. Konkrete Belege für eine Gefährdungssituation anführen
4. Nachweise anführen, die positive Effekte (keine Umsatzeffekte) der Sonntagsöffnungen aufzeigen

Fragen?



Thomas Instenberg
Assessor
Rechtsabteilung

Handelsverband NRW Rheinland
Geschäftsstelle Bergisch Gladbach
Altenberger-Dom-Straße 200
51467 Bergisch Gladbach

Tel: +49 (0) 22 02/93 59-424
Mail: instenberg@hv-nrw.de



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!