

# #handeln



# Den Handel stärken

Der wirtschaftliche Aufschwung in Deutschland setzt sich fort. Der Treiber der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung ist der private Konsum, vor allem bedingt durch die hervorragende Lage am Arbeitsmarkt. Der Einzelhandel ist nach Industrie und Handwerk die beschäftigungsstärkste Branche in Deutschland. Die Zahl der Beschäftigten wird 2018 stabil über der Drei-Millionen-Grenze liegen.

Während der HDE für den Einzelhandel 2018 ein Gesamtwachstum von zwei Prozent prognostiziert, wächst der Onlinehandel weiterhin zweistellig. Immer mehr stationäre Händler profitieren vom Onlineboom. Sie eröffnen eigene Onlineshops oder verkaufen ihre Produkte auf Onlineplattformen und virtuellen Marktplätzen. Ein Viertel der stationären Händler betreibt mittlerweile einen digitalen Shop. Der Einzelhandel entwickelt sich zu einer Technologiebranche. Algorithmen, Künstliche Intelligenz und Big Data revolutionieren die Branche, die seit Erfindung der Selbstbedienung keinen vergleichbaren Strukturwandel erlebt hat. Der harte Wettbewerb im Einzelhandel wird durch neue, internationale Marktteilnehmer zusätzlich verschärft.

Längst nicht alle Händler können die Chancen der Digitalisierung für sich nutzen. Besonders mittelständischen Betrieben fehlen oft die notwendigen Mittel für Investitionen. Die Schere zwischen Groß und Klein geht deshalb immer weiter auseinander. Auch ist die digitale Infrastruktur vielerorts unterentwickelt. Im Vergleich zu anderen Ländern ist Deutschland in dieser Hinsicht Entwicklungsland. Für eine steigende Zahl von Unternehmen und Regionen ist das ein existenzielles Problem geworden.

Der HDE setzt sich dafür ein, dass der stark mittelständisch geprägte Einzelhandel die unternehmerischen Freiräume hat, damit er sich für den digitalen Wandel rüsten kann. In rasantem Tempo verändern sich die Anforderungen an die Qualifikation der Beschäftigten. Unsere Unternehmen sind auf moderne Tarifverträge und auf neue Arbeitszeitmodelle angewiesen. Die neuen Technologien bieten völlig neue Möglichkeiten, Kunden zu begeistern und Produkte erlebbar zu machen genauso wie auch globale Lieferketten zu steuern. So erschließt sich der Handel neue Chancen für Wachstum – vorausgesetzt, die politischen Rahmenbedingungen gewährleisten einen fairen Wettbewerb und lassen Spielräume für erforderliche Investitionen zu.

**Dafür handeln wir.**



**Josef Sanktjohanser,**  
HDE-Präsident



**Stefan Genth,**  
HDE-Hauptgeschäftsführer

# WIR HANDELN

Der Handel ist der dritt wichtigste Sektor in der deutschen Wirtschaft. Damit die Branche diese Rolle auch ausfüllen kann, braucht sie Freiräume und faire Wettbewerbsbedingungen – die nicht immer vorhanden sind. Nur so aber ist der digitale Wandel zu schaffen und lassen sich die Wachstumschancen neuer Technologien nutzen. Dies erfordert Reformen, Anpassungen und Selbstinitiativen. Dass diese angeschoben und auf den Weg gebracht werden – dafür setzen wir uns ein.

## # wirtschaftlich

Autonome Preisgestaltung .....	8
Steuerliche Entlastung und Strukturreformen .....	9
Entlastung der Verbraucher bei Steuern und Abgaben .....	10
Energiewende fair finanzieren .....	12
Freihandel stärken .....	13
Im Dialog .....	14

## # innovativ

Digitale Infrastruktur ausbauen .....	18
Digitale Bildung voranbringen .....	19
Fachkräftebedarf gezielt decken .....	20
Flexible Arbeitszeiten .....	21
Im Dialog .....	22

## # selbstbestimmt

Vertrags- und Verhandlungsfreiheit .....	26
Faire rechtliche Rahmenbedingungen .....	27
Missbrauch von Verbandsklagen .....	28
Wettbewerbsfähige Öffnungszeiten .....	29
Im Dialog .....	30

## # verantwortlich

Tarifautonomie stärken .....	34
Vorbild Textilbündnis .....	35
Kunststoffe reduzieren .....	36
HDE-Klimaschutzoffensive .....	37
Im Dialog .....	38

## # lokal

Standortsicherung .....	42
Verkehr und Mobilität .....	43
Im Dialog .....	44

**#wirtschaftlich**  
handeln

**Fortschritt und Wachstum** sind nur möglich, wenn die **Voraussetzungen** stimmen. Davon profitiert nicht nur der Handel, sondern auch die gesamte Wirtschaft. Daher setzt sich der HDE für mehr **Freiraum für Unternehmen und Konsumenten** ein. Damit der gesellschaftliche Wohlstand alle erreicht, streitet der HDE gleichzeitig für eine **Entlastung der Verbraucher** bei Steuern und Abgaben, hier vor allem für Haushalte mit geringem Einkommen, die dadurch mehr **Kaufkraft** bekommen. Leitbild für den HDE ist dabei der **mündige Konsument**, der nicht durch gesetzgeberische Einschränkungen in seiner Wahlfreiheit beschränkt wird.



# Autonome Preisgestaltung

**M**it den neuen technischen Möglichkeiten des Preismanagements ist die Preisautonomie des Handels in den Fokus der Politik geraten. Diskutiert werden regulative Eingriffe bei der Festsetzung von Preisen, insbesondere eine Einschränkung dynamischer Preiskonzepte. Verbraucherschützer kritisieren, dass Preise dadurch volatil werden und die Verbraucher dies als „unfair“ empfinden und in ihren Konsumentenscheidungen verunsichert werden könnten.

## **Unternehmerische Rechte wahren**

Einen Eingriff in fundamentale unternehmerische Entscheidungsrechte halten wir für nicht gerechtfertigt. Nach geltender Rechtslage ist bereits heute der Verkauf unter Einstandspreis grundsätzlich verboten. Bei Lebensmitteln gilt dies sogar für einen auch nur gelegentlichen Verkauf unter Einstandspreis. Unternehmen müssen aber die Freiheit haben, Preise autonom festzulegen und Artikel zu dynamischen Preisen zu verkaufen. Damit wird nicht nur der verfassungsrechtlich geschützte freie Preiswettbewerb gewährleistet. Für den Handel ist der Preis zudem ein wichtiges Marketinginstrument.

Eine Regulierung der Preissetzung im Handel behindert den freien Preiswettbewerb und lässt die Preise für die Verbraucher tendenziell steigen. Einschränkungen der dynamischen Preisgestaltung können sich auch nachteilig für die Verbraucher

auswirken. Denn dann können sie nicht im selben Maße von temporär niedrigeren Preisen und zeitlich befristeten Sonderangeboten profitieren. Intensiver Preiswettbewerb nützt Verbrauchern. Der Handel hat in einem sich verändernden Marktumfeld ein großes Interesse an stabilen Kundenbeziehungen. Händler, die ihre Preise intransparent und in großen Sprüngen variieren, setzen ihre Kundenbeziehungen aufs Spiel. Bei nicht nachvollziehbaren Preisänderungen sinkt das Vertrauen der Kunden in den Händler und damit die Wahrscheinlichkeit, dass diese beim nächsten Mal dort kaufen werden. Unternehmen werden daher sorgfältig abwägen, wie sie ihre Preise gestalten.

## **WIR HANDELN**

Wir fordern vom Gesetzgeber, dass er das Verbot des Verkaufs unter Einstandspreis abschafft. Damit wird der Preiswettbewerb intensiviert und der Verbraucher vor unangemessen hohen Preisen geschützt. Auch die Möglichkeiten der dynamischen Preisgestaltung dürfen nicht eingeschränkt werden. Den Konsumenten kommen sie zugute, denn sie helfen, den Handel effizienter zu gestalten und Verbraucherabgabepreise tendenziell zu senken.

---

**Peter Schröder**  
Bereichsleiter Recht und Verbraucherpolitik  
[schroeder@hde.de](mailto:schroeder@hde.de)

**A**uf den ersten Blick kann sich der Handel in Deutschland nicht beklagen. Der Konjunkturtrend zeigt robust nach oben. Mäßig steigende Preise und hohe Lohnabschlüsse haben dafür gesorgt, dass die Verbraucher real mehr Geld in der Tasche haben. Die Konsumstimmung in Deutschland ist gut. Doch das Wachstumspotenzial für die Branche bleibt angesichts steigender Kosten etwa für Versicherungen und Strom gering. Gleichzeitig wird der Beitrag des Handels zum gesellschaftlichen Wohlstand in Deutschland zunehmend verkannt. Er sorgt dafür, dass breite Einkommenschichten Zugang zu bezahlbaren und qualitativ hochwertigen Produkten haben. Diese Vielfalt verdanken wir einem harten, aber gut funktionierenden Wettbewerb, der dafür sorgt, dass die Verbraucherpreise nur moderat steigen. Allerdings nehmen die Hemmnisse für den Handel durch mehr Bürokratie und Regulierung zu. Im internationalen Vergleich zeigt sich zudem: Die steuerlichen Rahmenbedingungen in Deutschland könnten besser sein. Dabei sind angesichts rekordhoher Steuereinnahmen des Staates Spielräume für steuerliche Entlastungen der Unternehmen vorhanden.

Gefragt ist zudem ein einfaches und systematisches Steuerrecht. Dazu gehört, dass betrieblich bedingte Kosten in voller Höhe steuerlich anerkannt werden. Das gilt vor allem für die Gewerbesteuer. Die Hinzurechnung von Mieten und Pachten bei der Gewerbesteuer trifft vor allem Einzelhändler in teuren Innenstadtlagen. Inzwischen nutzen immer mehr Staaten verstärkt das Steuerrecht, um ihren

Unternehmen bestmögliche Rahmenbedingungen für Investitionen und Beschäftigung zu bieten. Hier drohen Deutschland aufgrund seines komplexen Steuerrechts dauerhafte Standortnachteile.

#### WIR HANDELN

Wir setzen uns dafür ein, dass die Gewerbesteuer durch Integration in die Einkommensbesteuerung abgelöst wird. Zumindest muss sichergestellt werden, dass bei der Gewerbesteuer keine Kosten besteuert werden und die Anrechnung der Gewerbesteuer auf die Einkommen- und Körperschaft-

## Steuerliche Entlastung und Strukturreformen

steuer verbessert wird. Außerdem muss das Umsatzsteuerrecht vereinfacht werden. Die Verrechnung von Verlusten muss systematisiert werden und die Besteuerung rechtsformneutral erfolgen. Insbesondere für kleinere Unternehmen müssen die Aufzeichnungs- und Aufbewahrungspflichten gelockert werden.

---

**Jochen Bohne**  
Referent Steuerpolitik  
[bohne@hde.de](mailto:bohne@hde.de)

# Entlastung der Verbraucher

**E**s ist kein Geheimnis, dass von der anhaltend robusten Konjunktur einer ganz besonders profitiert: der Staat. Jedenfalls kann sich der Fiskus nicht darüber beklagen, dass zu wenig Geld in die öffentlichen Kassen strömt. Allein im ersten Halbjahr haben Bund und Länder nach Angaben des Bundesfinanzministeriums über 350 Milliarden Euro an Steuern eingenommen. Das ist ein stattliches Plus von mehr als sieben Prozent gegenüber dem vergleichbaren Vorjahreszeitraum.

## **Verbraucher haben das Nachsehen**

Fakt ist auch: Seit Jahren steigen die Steuereinnahmen des Staates schneller als die Wirtschaftsleistung. Während das nominale Bruttoinlandsprodukt in der Zeit von 2010 bis Ende 2017 um 27 Prozent gestiegen ist, legten die Steuereinnahmen im gleichen Zeitraum um 38 Prozent zu. Der positive Effekt dieses Geldsegens ist, dass der Bund und zehn Bundesländer im vergangenen Jahr ohne neue Schulden ausgekommen sind oder sie erwirtschafteten sogar Überschüsse. Dabei profitiert der Bund bei seinen Finanzierungskosten nicht zuletzt von den niedrigen Zinsen am Kapitalmarkt. Die andere Seite der niedrigen Zinsen ist: Die Sparvermögen der Verbraucher werden dadurch in Mitleidenschaft gezogen. Angesichts anziehender Preissteigerungsraten drohen privaten Anlegern, Lebensversicherungskunden und Vorsorgesparern reale Vermögensverluste. Es ist angesichts voller Staatskassen geboten, die Bürger spürbar steuer-

lich zu entlasten – zumal ihnen auf der anderen Seite in den kommenden Jahren durch den demografischen Wandel deutlich steigende Sozialabgaben ins Haus stehen.

## **Abgabenlast ist Weltspitze**

Eine Entlastung der Bürger legen auch folgende Zahlen nahe: Laut einer OECD-Studie belief sich die durchschnittliche Abgabenlast für einen allein-stehenden Arbeitnehmer in Deutschland im Jahr 2017 auf stattliche 49,7 Prozent seines Arbeitseinkommens. Bei Familien mit Kindern sinkt diese Quote zwar, aber im internationalen Vergleich – dies belegt die Studie auch – gehört Deutschland bei der Steuer- und Abgabenlast zur Weltspitze.

Das von der Regierung vorgelegte Familienentlastungsgesetz sehen wir als Schritt in die richtige Richtung. Damit wird zwar neben verfassungsrechtlich zwingend notwendigen Anpassungen von Freibeträgen auch die kalte Progression ausgeglichen. Weitere Steuersenkungen soll es aber nicht geben. Es fehlt damit der Mut zum großen Wurf.

Das zeigen die anhaltenden Diskussionen um den Solidaritätszuschlag, dessen Abschaffung wir für gerechtfertigt halten. Dies wäre nicht zuletzt eine Frage der Glaubwürdigkeit. Denn der dem Zuschlag zugrunde liegende Solidarpakt II läuft 2019 aus. Wenn die Abschaffung in einer Phase sprudelnder Steuereinnahmen und robuster Konjunkturerwicklung nicht gelingt, wann dann? Insgesamt sind jedoch weitergehende Reformmaßnahmen in der

# bei Steuern und Abgaben

Steuerpolitik notwendig. Der Mittelstandsbauch bei der Einkommensteuer muss verringert, der Progressionsverlauf im Steuertarif stärker gespreizt werden. Weil die Löhne und Gehälter aufgrund der guten Wirtschaftslage zuletzt deutlich gestiegen sind, erhöht sich die Steuerlast der Arbeitnehmer. Etwa 150.000 Steuerzahler rutschen pro Jahr in die Spitzenbelastung der Einkommensteuer – immer häufiger auch erfahrene Fachkräfte mit Tarifeinkommen. In Betracht kommen auch Entlastungsmaßnahmen bei den Sozialabgaben – etwa durch Finanzierung versicherungsfremder Sozialversicherungsleistungen aus Steuermitteln.

## **Entlastung ist ein Gebot der Fairness**

Fest steht: Die hohen Belastungen durch Steuern und Sozialbeiträge hemmen den Konsum und lassen die Kaufkraft stagnieren. Eine Senkung der Abgaben käme Bürgern und Einzelhandel gleichermaßen zugute. Denn Einkommenserhöhungen werden zu einem Drittel im Konsumbereich ausgegeben, sofern sie so bemessen sind, dass sie entsprechende Ausgabeimpulse bei den Verbrauchern freisetzen. Dies trifft insbesondere für kleine und mittlere Einkommen zu. Der Einzelhandel kann nur dann auskömmlich wirtschaften und seine Existenz nachhaltig sichern, wenn es den Verbrauchern gut geht.

## **WIR HANDELN**

Wir halten es auch vor dem Hintergrund der allgemein guten Konjunktorentwicklung für dringend erforderlich, den Konsum zu stärken, indem in erster Linie kleinere und mittlere Einkommen steuerlich entlastet werden. Wir setzen uns dafür ein, dass diese Entlastung vor allem durch eine Begründung und Anpassung des Steuertarifs vorgenommen wird, aber auch durch Abschaffung des Solidaritätszuschlags. Ferner sollten Geringverdiener, die von Steuerentlastungen nicht profitieren, bei den Sozialabgaben entlastet werden. Eine Option dafür ist die Einführung von Freibeträgen in den einzelnen Zweigen der Sozialversicherung. Aber auch die überfällige Anhebung der Entgeltgrenze für geringfügige Beschäftigungsverhältnisse ist eine Möglichkeit. Dabei sind wir uns der Problematik bewusst, dass aus Reformmaßnahmen unter Umständen Einnahmeausfälle bei den Sozialversicherungsbeiträgen resultieren. Dies könnte unter sonst unveränderten Voraussetzungen für die Bürger mittelfristig zu höheren Beiträgen zu den Sozialkassen führen. Dies gilt es zu verhindern. Daher muss sichergestellt werden, dass die Einnahmeausfälle in diesem Bereich durch Steuermittel kompensiert werden.

---

**Jochen Bohne**  
Referent Steuerpolitik  
[bohne@hde.de](mailto:bohne@hde.de)

# Energiewende fair finanzieren

In Deutschland treibt die Politik die Energiewende voran. Sie ist eine gesamtgesellschaftliche Aufgabe, die das Engagement von Wirtschaft und privaten Haushalten gleichermaßen erfordert, aber auch keinen von beiden überfordern darf. Doch nach wie vor sind die Kosten der Energiewende unfair verteilt. Das bremst in der Folge das wirtschaftliche Wachstum in unserem Land. Die Kosten für die Beschaffung und Erzeugung des gesamten Stromverbrauchs in Deutschland betragen 1,33 Milliarden Euro. Erhebliche Abgaben und Umlagen führen dazu, dass die Stromkosten im Jahr 2017 tatsächlich mit über sechs Milliarden Euro zu Buche schlugen. Der Handel hatte dabei einen Stromverbrauch von 35 Terrawattstunden, was einem Anteil von nur rund sechs Prozent entspricht. Sein Anteil an den EEG-Kosten hingegen beläuft sich auf zehn Prozent. Das zeigt: Zwischen Kosten und tatsächlichem Verbrauch besteht ein erhebliches Ungleichgewicht.

## **Energiekosten dämpfen Wachstum**

Durch eine weitere Erhöhung der EEG-Umlage sind im vergangenen Jahr für den Handel allein die Stromkosten um 200 Millionen Euro auf rund 2,4 Milliarden Euro gestiegen. Nicht viel besser sieht es auf Verbraucherseite aus: Ein Vier-Personen-Haushalt mit einem durchschnittlichen Verbrauch von 4.200 Kilowattstunden pro Jahr zahlt durch diese Regelung etwa 290 Euro EEG-Umlage.

Diese Entwicklung dämpft Investitionen und den Konsum und hemmt damit das Wirtschaftswachstum in unserem Land.

## **WIR HANDELN**

Wir fordern ein neues, vor allem aber faireres System zur Finanzierung der Energiewende. Von den kostensenkenden Vorteilen erneuerbarer Energien müssen Wirtschaft, private Verbraucher und der Klimaschutz gleichermaßen profitieren. Erforderlich ist dazu der Abbau unnötiger Umlagen und Ausnahmen. Aus unserer Sicht ist zudem mehr Transparenz bei den Ausnahmeregelungen für stromintensive Industrien erforderlich. Angesichts zunehmender Marktverzerrungen halten wir es für ein Gebot der Stunde, dass die Energie- und Stromsteuern auf ein Minimum reduziert oder ganz abgeschafft werden, um Verbraucher und Handel zu entlasten. Wir setzen uns dafür ein, dass sich die Energiewendekosten stärker an CO<sub>2</sub>-Emissionen orientieren – etwa durch Finanzierung der Energiewende über eine Mindestabgabe auf den CO<sub>2</sub>-Ausstoß. Damit würden die Kosten verursachungsgerecht verteilt und der Klimaschutz stünde im Mittelpunkt der Energiewende.

---

**Lars Reimann**  
Abteilungsleiter Energie- und Umweltpolitik  
[Reimann@hde.de](mailto:Reimann@hde.de)

**D**er nahende Brexit und zunehmende Handelsstreitigkeiten, ausgehend von den USA, zeigen den wachsenden Protektionismus in der Weltpolitik. Der freie Welthandel gerät dadurch in Gefahr. Selbst in Deutschland haben diffuse Ängste das Transatlantische Freihandelsabkommen (TTIP) zu Fall gebracht. Dabei profitieren die Menschen hierzulande wie kaum woanders von einem freien Welthandel. Die erfolgreichen Exportgeschäfte heimischer Unternehmen tragen das Wirtschaftswachstum und sorgen für neue Jobs. Arbeitnehmer können auf sichere Arbeitsplätze zählen und haben die Aussicht auf weiter steigende Löhne. Die Konsumenten profitieren von einer großen Produktauswahl bei niedrigeren Preisen – die nur möglich sind, weil Zölle und andere Handelsbarrieren abgebaut worden sind.

### **Globalisierung schafft Jobs**

Die Vorteile der Globalisierung lassen sich auch in Zahlen messen: Die fortschreitende Globalisierung nach dem Fall des Eisernen Vorhangs bescherte jedem Deutschen in den vergangenen zweieinhalb Jahrzehnten inflationsbereinigte Einkommensgewinne von durchschnittlich 1.130 Euro. Dies geht aus einer Studie im Auftrag der Bertelsmann-Stiftung hervor. Und nach Angaben des Statistischen Bundesamts hängt jeder vierte Arbeitsplatz vom Export ab. Die Nachfrage nach Waren „made in Germany“ ist so groß wie nie: 2017 exportierten deutsche Unternehmen Produkte im Wert von 1,3 Billionen Euro.

In anderen Teilen der Welt führt die Globalisierung zu eindrucksvollen Erfolgen bei der Bekämpfung

der Armut. Die Öffnung der Märkte bringt Kapital und Technologie in die aufstrebenden Schwellenländer – und ermöglicht so deutschen Unternehmen neue Absatzchancen. All diese positiven Effekte sollten wir nicht leichtfertig aufs Spiel setzen.

## **Freihandel stärken**

### **WIR HANDELN**

Errungenschaften wie der Europäische Binnenmarkt und das regelbasierte multilaterale Welt-handelssystem dürfen nicht zur Disposition stehen. Wir fordern den Schulterschluss mit einer gemeinsamen Handelspolitik der Mitgliedsstaaten der Europäischen Union. Dies sichert die Wettbewerbsfähigkeit und den Wohlstand innerhalb der Union. Wir drängen die EU-Kommission, multilaterale Freihandelsabkommen zu fördern. Nur wo das nicht funktioniert, streben wir bilaterale Lösungen an. Dazu gehört auch, Klarheit über die praktischen Konsequenzen des Brexits zu schaffen, damit Bürger und Unternehmen über die Folgen des EU-Austritts von Großbritannien informiert sind.

---

#### **Kai Falk**

Geschäftsführer Außenhandelsvereinigung des deutschen Einzelhandels (AVE)

[kai.falk@ave-intl.de](mailto:kai.falk@ave-intl.de)

# Im Dialog

Der HDE beteiligt sich an politischen Entscheidungsprozessen und verschafft der Stimme des Handels Gehör. HDE-Vertreter halten dazu regelmäßig Kontakt zu Persönlichkeiten aus Regierung und Parlament.



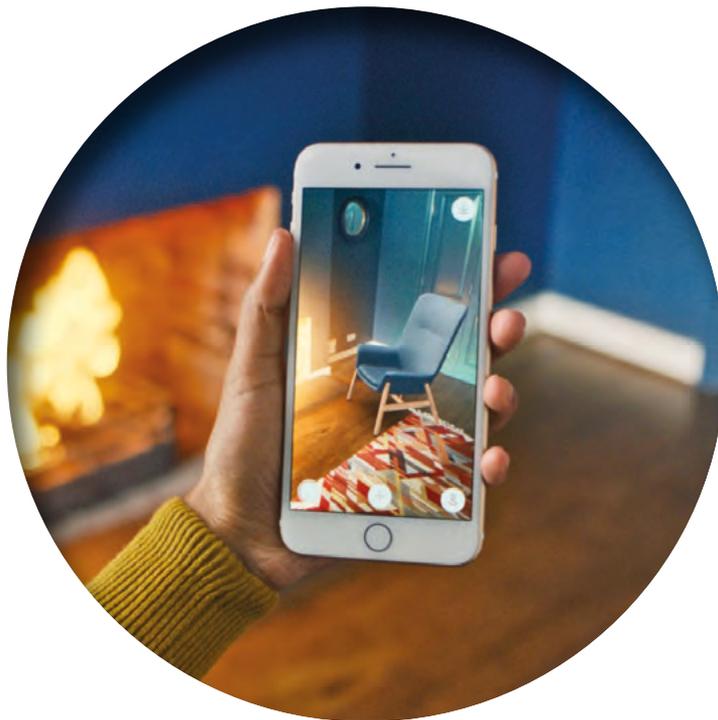


**1 Arbeitsgemeinschaft Mittelstand** Bundeswirtschaftsminister Peter Altmaier (CDU) mit dem HDE-Präsidenten Josef Sanktjohanser und dem HDE-Hauptgeschäftsführer Stefan Genth **2 Im HDE-Präsidium** Der ehemalige CDU-Fraktionsvorsitzende Volker Kauder zu Gast beim HDE (Mitte) **3, 4 FDP-Parteitag** Der HDE im Gespräch mit FDP-Schatzmeister Hermann Otto Solms und FDP-Generalsekretärin Nicola Beer (Bild unten links) **5 HDE-Sommerfest** HDE-Präsident Josef Sanktjohanser im Gespräch mit der CDU-Bundestagsabgeordneten Marie-Luise Dött **6 Im HDE-Vorstand** Der Vorsitzende der CDU/CSU-Mittelstandsvereinigung Carsten Linneemann diskutiert mit der HDE-Spitze. **7 FDP-Vorsitzender im HDE-Präsidium** Christian Lindner erörtert aktuelle politische Fragen. **8, 9, 10 Vorabend zum Deutschen Handelskongress** Im Journalistenclub bei Axel Springer diskutiert der Vorsitzende der Jungen Union, Paul Ziemiak (Mitte), mit HDE-Präsident Josef Sanktjohanser und der ehemaligen Bild-Chefredakteurin Tanit Koch.



**# innovativ**  
handeln

Die **rasant voranschreitende Digitalisierung** und der demografische Wandel bedeuten fundamentale Veränderungen, die unsere Gesellschaft vor große Herausforderungen stellen. Jeder Einzelne wird von diesen Entwicklungen betroffen sein. Dies verlangt vom Handel, dass er ein **Bewusstsein für die Fragen unserer Zeit** entwickelt und die Bereitschaft hat, **in die Zukunft zu investieren**. Doch wer Geld in die Hand nimmt, etwa für Multichannel-Konzepte und neue Vertriebs- und Handelsformen, braucht Investitions- und Rechtssicherheit. Erforderlich sind daher national und international verlässliche Rahmenbedingungen, die den Wandel unterstützen.



# Digitale Infrastruktur ausbauen

**B**eim Ausbau von Breitbandnetzen liegt Deutschland im internationalen Vergleich weit zurück. Schnelle, leistungsfähige Übertragungswege und eine moderne Informationsinfrastruktur sind jedoch elementare Voraussetzungen dafür, die Digitalisierung und den Einsatz neuer Technologien voranzutreiben. Anderenfalls droht Deutschland im internationalen Wettbewerb den Anschluss zu verlieren. Auch für die Konsumenten ist eine flächendeckend leistungsfähige Netzstruktur Voraussetzung dafür, dass sie neue digitale Angebote in Anspruch nehmen können. Und nicht zuletzt für den Handel ist dies ein entscheidender Erfolgsfaktor, damit er national und international konkurrenzfähig bleibt.

**Die Netzgeschwindigkeit hinkt hinterher**  
Die Integration digitaler und traditionell lokaler Vertriebskanäle ist für die Zukunftsfähigkeit des Einzelhandels entscheidend. Fast 40 Prozent der Händler klagen jedoch laut einer HDE-Umfrage an ihrem jeweiligen Standort über zu geringe Übertragungsgeschwindigkeiten ihrer Internetzugänge. Dieses Problem tritt vor allem in ländlichen Regionen auf, doch es hemmt auch in vielen Städten Wachstum und Innovation. Hochleistungsfähige Internetverbindungen sind notwendig, damit Onlineshops professionell betrieben, aber auch längst selbstverständliche Technologien wie die Bezahlung

per Karte und immer häufiger auch per Smartphone ermöglicht werden.

## WIR HANDELN

Wir fordern den beschleunigten Ausbau eines leistungsfähigen Glasfasernetzes flächendeckend in Deutschland. Dabei müssen kleine und mittlere Städte sowie ländliche Flächenregionen beim Ausbau des Breitbandnetzes Vorrang haben. Dennoch dürfen die Innenstädte der Metropolen nicht vernachlässigt werden. Dies wäre kontraproduktiv. Wir machen uns daher parallel dafür stark, die Handelsstandorte in den Innenstädten durch den zügigen Ausbau der digitalen Infrastruktur nachhaltig zu stärken. Dafür ist es elementare Voraussetzung, dass der Bund, die Länder und die Kommunen die dafür notwendigen Fördermittel zur Verfügung stellen. Unabhängig davon setzen wir uns dafür ein, dass der Gesetzgeber rechtliche Hürden abbaut, damit die Verbraucher neue digitale Angebote und Services des Einzelhandels über alle Kanäle hinweg ungehindert in Anspruch nehmen können.

---

**Olaf Roik**  
Bereichsleiter Wirtschaftspolitik  
[roik@hde.de](mailto:roik@hde.de)

**D**ie Digitalisierung der Wirtschaft schreitet in allen Bereichen rasant voran. Das verändert Arbeit und Produktionsprozesse von Grund auf. Der Handel macht dabei keine Ausnahme. Künftig werden nahezu alle Tätigkeiten in der Branche eine hohe Digital- und Medienkompetenz von den Mitarbeitern erfordern. Der Umgang mit digitalen Technologien wird integraler Bestandteil des beruflichen Alltags sein. Viel zu häufig aber fehlen Bewerbern die dafür erforderlichen Grundkenntnisse. Der Handel benötigt jedoch Mitarbeiter, die alltagstaugliche und beruflich relevante Grundlagen im digitalen Bereich mitbringen. Deshalb brauchen wir Aus- und Fortbildungen, die den Auszubildenden und Beschäftigten die notwendigen Qualifikationen vermitteln. Dafür sind Lehrer, Ausbilder und Hochschulpersonal erforderlich, die die entsprechenden Qualifikationen besitzen, um Unterricht, Studium und Weiterbildung sinnvoll mit digitalen Medien und Inhalten anzureichern.

#### **Digitale Kompetenzen vermitteln**

Bildung ist der Schlüssel, mit dem Beschäftigte für das Arbeiten in einer digitalen Welt fit gemacht werden. Dazu gehören Investitionen in Ausstattung und Qualifizierung. Die Politik hat das Problem zwar erkannt, handelt aber bislang zu langsam. Dabei sollte allen bewusst sein: Wer mit der technologischen Entwicklung nicht Schritt hält, verliert den Anschluss und damit seine ökonomische Leistungsfähigkeit. Insbesondere der Wettbewerbsdruck im Handel erfordert von den Unternehmen und ihren Beschäftigten eine hohe Lernbereitschaft und ausbaufähige Fach- und Schlüsselqualifika-

tionen für das digitale Zeitalter. Zudem müssen aus- und weiterbildende Institutionen ausreichend mit digitalen Medien ausgestattet sein, die auf dem neuesten technologischen Stand sind.

#### **WIR HANDELN**

Wir fordern, dass alle (beruflichen) Schulen und Hochschulen verlässlich mit Software, IT- und Medientechnik auf der Höhe der Zeit ausgestattet werden. Bund und Länder müssen bei der Finanzierung eng kooperieren. Das geplante Investitionsprogramm muss zügig umgesetzt und die zur Verfügung gestellten Gelder für die Schulen müs-

## Digitale Bildung voranbringen

sen ohne großen Verwaltungsaufwand abrufbar sein. Wir halten es für ein Gebot der Zeit, dass Digital- und Medienkompetenz fester Bestandteil der Aus- und Weiterbildung des in Schulen, Betrieben, Bildungseinrichtungen und Hochschulen eingesetzten Lehrpersonals werden. Gerade der Mittelstand erwartet praxistaugliche Konzepte zur Nutzung von Bildungstechnologie. Daher muss der Bund zielgerichtete Aus- und Weiterbildungsprogramme fördern und verstärken.

---

**Katharina Weinert**  
Abteilungsleiterin Bildungspolitik und Berufsbildung  
[weinert@hde.de](mailto:weinert@hde.de)

# Fachkräftebedarf gezielt decken

Zahlreiche Umfragen belegen: Der deutschen Wirtschaft fehlen zunehmend Fachkräfte. Der Mangel an geeignetem Personal bremst vor allem im Mittelstand das Wachstum. Der Einzelhandel macht dabei keine Ausnahme, obwohl die Branche stark ausbildet. Der Einzelhandel stellt allein mit seinen beiden Kernberufen „Kaufleute im Einzelhandel“ und „Verkäufer“ jährlich zehn Prozent aller abgeschlossenen Ausbildungsverträge in Deutschland. Zudem wird in über 40 weiteren Berufen ausgebildet. 80 Prozent der Führungskräfte haben in der Branche als Lehrlinge begonnen. Und doch ist es für viele Handelsunternehmen schwierig geworden, ihre Ausbildungsplätze zu besetzen. Deshalb müssen Ausbildungsberufe einen höheren Stellenwert bekommen und die Gleichwertigkeit von beruflicher und hochschulischer Bildung muss in den Fokus gerückt werden.

## **Ausbildungsplätze bleiben unbesetzt**

Der demografische Wandel und der anhaltende Trend zur Akademisierung führen dazu, dass einerseits die Unternehmen ihr Ausbildungsplatzangebot stetig erhöhen und andererseits die Bewerberzahlen sinken. Viele Ausbildungsstellen bleiben unbesetzt. Die Branche kann sich diesen Nachwuchsmangel auf Dauer nicht leisten – zumal der Wettbewerb um junge Talente zunimmt. Junge Leute werden immer schwieriger zu bekommen sein. Deshalb ist es entscheidend, die Ausbildung im Handel attraktiv und zeitgemäß zu machen. Wichtige Schritte in diese Richtung waren die Mo-

dernisierung der Einzelhandelsberufe im Jahr 2017 und die Schaffung des ganz neuen Ausbildungsberufs „Kaufleute im E-Commerce“ im Jahr 2018. Aktuell wird die neue und bundeseinheitliche Fortbildung „Fachwirt/-in im E-Commerce“ entwickelt. Das zeigt: Der Handel macht seine Hausaufgaben.

## **WIR HANDELN**

Wir fordern, dass die berufliche Bildung gesellschaftlich einen höheren Stellenwert bekommt und die Gleichwertigkeit von beruflicher und hochschulischer Bildung in den Fokus rückt. Wir drängen zudem darauf, dass die guten Entwicklungsperspektiven mit einer Ausbildung bei der Berufsorientierung an allen Schulen – auch den Gymnasien – deutlicher als bisher herausgestellt werden. Dabei müssen auch die erfolgreichen Abiturientenprogramme im Handel, bei denen Teilnehmer durch eine Kombination von Aus- und Fortbildung innerhalb von drei Jahren zur Führungskraft im Handel qualifiziert werden, als gute Alternative zum Studium hervortreten. Zudem sind die unterstützenden Maßnahmen für leistungsschwache Jugendliche auszubauen und die geltende 3+2-Regelung zur Integration von Migranten ist bundeseinheitlich anzuwenden.

---

**Katharina Weinert**  
Abteilungsleiterin Bildungspolitik und Berufsbildung  
[weinert@hde.de](mailto:weinert@hde.de)

Im Arbeitsrecht konzentriert sich die Politik zunehmend darauf, die Arbeitszeitsouveränität der Arbeitnehmer durch die Schaffung neuer gesetzlicher Ansprüche einseitig und weitgehend ohne Rücksicht auf die Belange der Unternehmen auszubauen. Ein Beispiel dafür ist die Einführung des Anspruchs auf die sogenannte Brückenteilzeit. Dabei handelt es sich um eine befristete Teilzeit, die an keinerlei Sachgrund (zum Beispiel Kindererziehung, Pflege) gebunden ist. Zudem wird es für die Unternehmen immer schwieriger, flexibel auf personalpolitische Gegebenheiten zu reagieren. Der Fachkräftemangel erschwert dies noch zusätzlich. Der Gesetzgeber müsste daher die bestehenden Möglichkeiten für einen flexiblen Personaleinsatz (zum Beispiel Befristung, geringfügige Beschäftigung, Werkverträge, Zeitarbeit, Arbeit auf Abruf) stärken.

## Flexible Arbeitszeiten

In jedem Fall aber muss die im Koalitionsvertrag vereinbarte Beschränkung der sachgrundlosen Befristung unterbleiben. Hinzu kommt, dass auch die Folgen der Digitalisierung der Arbeitswelt von den geltenden gesetzlichen Regelungen nicht hinreichend berücksichtigt werden. Dies gilt insbesondere für die starren Regelungen im Arbeitszeitgesetz. Reformbedarf besteht hier insbesondere bei der im Arbeitszeitgesetz vorgesehenen täglichen Höchstarbeitszeit sowie der zwingend vorgeschriebenen, ununterbrochenen täglichen Ruhezeit von elf Stunden.

### Gesetzlichen Rahmen anpassen

Um den berechtigten Erwartungen der Kunden an einen zeitgemäß ausgerichteten Einzelhandel gerecht werden zu können, müssen die vorhandenen Instrumente der Unternehmen für einen flexiblen Personaleinsatz gestärkt werden und dürfen nicht infrage gestellt oder eingeschränkt werden. Dazu kommt: Die Digitalisierung verändert die Arbeitswelt grundlegend. Eine Reform des veralteten Arbeitszeitrechts ist daher dringend erforderlich. Das Leitbild des Acht-Stunden-Tages im Arbeitszeitgesetz passt nicht mehr in eine digitalisierte Arbeitswelt mit Smartphones und Tablets.

### WIR HANDELN

Wir fordern im Einklang mit EU-Recht einen Wechsel von einer täglichen zu einer wöchentlichen Höchstarbeitszeit. Das Arbeitszeitvolumen würde sich dadurch insgesamt nicht erhöhen. Die Arbeitszeit könnte aber innerhalb einer Kalenderwoche flexibler verteilt werden. Reformbedarf besteht auch bei der im Arbeitszeitgesetz vorgeschriebenen ununterbrochenen täglichen Ruhezeit von elf Stunden. So kann ein Arbeitnehmer, der nachmittags sein Kind aus der Kita abholt und abends von zu Hause seine Arbeit am Tablet nachholt, daran gehindert sein, am nächsten Tag frühmorgens an einer Telefonkonferenz teilzunehmen, weil die elfstündige Ruhezeit erst nach Beendigung der Tätigkeit zu Hause zu laufen beginnt. Entsprechend den Vorgaben des EU-Rechts sollten hierzu Abweichungen durch erweiterte Öffnungsklauseln für Kollektivregelungen erleichtert werden.

---

#### Steven Haarke

Abteilungsleiter Arbeits- und Sozialrecht, Arbeitsmarktpolitik  
[haarke@hde.de](mailto:haarke@hde.de)

# Im Dialog

Zukunft wird gemeinsam gemacht. Mit dem Innovationspreis des Handels, der Allianz für Cybersicherheit und vielen Kongressen sorgt der HDE dafür, dass die analoge und die digitale Welt des Handels zusammenfinden.





- 1 Neocom** Beim HDE-Multichannelkongress stellt der Blogger Sascha Lobo seine Sicht auf die Digitalisierung vor.
- 2 Handelsräume** Beim Parlamentarischen Abend des HDE ist Gesundheitsminister Jens Spahn zu Gast (Mitte).
- 3 Zukunftskongress** Bei der CDU/CSU-Mittelstandsvereinigung besucht CDU-Generalsekretärin Annegret Kramp-Karrenbauer den Stand von HDE und MediaMarkt Saturn.
- 4 Allianz für Cybersicherheit** HDE-Präsident Josef Sanktjohanser und der Präsident des Bundesamtes für Sicherheit in der Informationstechnik, Arne Schönbohm, unterzeichnen eine enge Kooperation.
- 5 Deutscher Handelskongress** Die SPD-Vorsitzende Andrea Nahles zu Gast beim Gipfeltreffen des Handels
- 6 + 9 Innovationspreis des Handels** Die Kandidaten und der Sieger auf der Bühne beim Deutschen Handelskongress
- 7 Neocom** Der stellvertretende HDE-Hauptgeschäftsführer Stephan Tromp bei der Eröffnung
- 8 Branchentrends** HDE-Hauptgeschäftsführer Stefan Genth zeigt beim Handelskongress Entwicklungen in der Branche auf.

**#selbstbestimmt**  
handeln

Der Handel ist die drittgrößte Wirtschaftskraft Deutschlands. Um diese Rolle angemessen auszufüllen, muss der **freie Wettbewerb** gestärkt werden. Begleitend dazu ist eine Verbesserung der **wirtschaftlichen, rechtlichen und steuerlichen Rahmenbedingungen** in Deutschland notwendig, damit der Handel flexibel agieren kann.

Viele Regelungen entsprechen jedoch nicht mehr den Anforderungen einer von Globalisierung und voranschreitender Digitalisierung geprägten Wirtschaft, als das sie dort auf Dauer bestehen könnten. Auch der Fiskus untergräbt mit zunehmender Regulierung und Bürokratie die Anstrengungen der Branche, mit den veränderten ökonomischen und sozialen Entwicklungen Schritt zu halten. Vertragsfreiheit, autonome Preisgestaltung und gleiche rechtliche Pflichten für alle Wettbewerbsteilnehmer sind zudem das Rückgrat unserer Marktwirtschaft.



# Vertrags- und Verhandlungsfreiheit

**V**ertragsfreiheit ist die entscheidende Voraussetzung für einen freien Wettbewerb. Das bedeutet, dass vor allem Unternehmen im B2B-Bereich die Freiheit haben, sich ihre Vertragspartner weitgehend ohne Einschränkungen auszusuchen und Konditionen und Vereinbarungen untereinander grundsätzlich autonom und ohne staatliche Vorgaben festzulegen. Nur unter dieser Voraussetzung kann sich Unternehmertum zum Nutzen aller entfalten – nicht nur im Einzelhandel, sondern auch in der gesamten Wirtschaft. Doch in der Praxis beschränken vielfältige gesetzliche Regelungen die Vertragsfreiheit des Handels.

## **Drohendes Marktversagen**

Dazu gehören etwa Vorschriften zur Kontrolle einseitig vorformulierter Vertragsbedingungen im Geschäftsverhältnis zwischen Unternehmen (B2B) oder der EU-Richtlinienvorschlag über unlautere Handelspraktiken in den Geschäftsbeziehungen innerhalb der Lebensmittellieferkette. Häufig verfehlen diese Regeln ihr eigentliches Ziel. In ihrer Gesamtheit schwächen sie die Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen.

Ohne Vertragsfreiheit droht Marktversagen. Gesetzliche Vorgaben dürfen die Kreativität des Unternehmers nicht einengen. Nur ein funktionierender Wettbewerb sorgt für wirtschaftlichen Wohlstand von Unternehmen und Bürgern, gute Angebote und Preise sowie innovative und leistungsfähige Vertriebsstrukturen und Lieferprozesse. Starre regulative Vorgaben hingegen senken

die Anreize für die Vertragspartner, Konditionen neu zu verhandeln und an sich ändernde Marktbedingungen anzupassen. Unternehmen sind nicht so schutzwürdig wie Verbraucher. Jedem Unternehmer kann zugemutet werden, sich über den rechtlichen Rahmen und die Folgen seiner Tätigkeit zu informieren und bei Bedarf juristischen Rat in Anspruch zu nehmen.

## **WIR HANDELN**

Wir setzen uns dafür ein, dass bestehende Regulierungen und Eingriffe in die Vertragsfreiheit im B2B-Bereich abgebaut werden, damit im Gegenzug mehr Raum für vertragliche Gestaltungsmöglichkeiten entsteht. Wir fordern konkret, dass der Gesetzgeber unter anderem das Verbot des Forderns ungerechtfertigter Vorteile streicht oder zumindest entschärft. Wir sehen ihn zudem in der Pflicht, rechtlich klarzustellen, dass nur für Verbraucher geltende Klauselverbote nicht mittelbar auf Verträge zwischen unternehmerischen Partnern angewendet werden dürfen. Dies mündet sonst faktisch in eine zu weit gehende Kontrolle allgemeiner Vertragsbedingungen. Es muss sichergestellt sein, dass bei der Inhaltskontrolle von Verträgen die Besonderheiten des unternehmerischen Geschäftsverkehrs uneingeschränkt berücksichtigt werden.

---

**Peter Schröder**  
Bereichsleiter Recht & Verbraucherpolitik  
[schroeder@hde.de](mailto:schroeder@hde.de)

**G**leiches Recht für alle – das ist im Zeitalter des Onlinehandels eine wesentliche Voraussetzung für eine effizient funktionierende Wirtschaft. Doch hier gibt es in der Praxis große Lücken. So können Händler auf der einen Seite außerhalb der EU nahezu unbehelligt in Deutschland Produkte verkaufen, die nicht den hohen Sicherheitsstandards der EU entsprechen. Eine Handhabe dagegen gibt es nach geltendem Recht nicht – selbst wenn der Verkauf und die Abwicklung des Geschäfts über Lager erfolgen, die in der EU ansässig sind. Auf der anderen Seite müssen die in der EU ansässigen Händler mit hohen Investitionen dafür sorgen, dass die Sicherheit ihrer Produkte gewährleistet ist und verbraucher-schützende Vorschriften eingehalten werden. Sonst

drohen ihnen hohe Strafen. Ähnlich ist es bei der Umsatzsteuer, die vor allem Onlinehändler aus Nicht-EU-Ländern nicht immer ordnungsgemäß abführen. Auch hier bleiben Verstöße bisher oft folgenlos. Hier will der Gesetzgeber nun immerhin tätig werden. Mit Wettbewerbsverzerrungen haben Händler auch auf großen Onlinemarktplätzen und Internetplattformen zu kämpfen. Deren Betreiber nutzen die vergleichsweise schwache Marktposition von mittelständischen Händlern aus: Sie diktiert ihnen missbräuchliche Vertragsklauseln und wenden unlautere Geschäftspraktiken an. Der deutsche Gesetzgeber hat darauf zwar mit einer wirksamen AGB-Kontrolle reagiert. Einige Onlinemarktplätze entziehen sich dieser Kontrolle jedoch dadurch, dass sie einen Gerichtsstand an ihrem Geschäftssitz im europäischen Ausland vorgeben, wo ein solcher Schutz nicht gegeben ist.

## WIR HANDELN

Wir fordern, dass auch Anbieter aus Nicht-EU-Staaten, die ihre Produkte auf Plattformen verkaufen und über Fulfillment-Center importieren lassen, europäische Sicherheitsstandards einhalten und dieselben rechtlichen und steuerlichen Auflagen erfüllen müssen wie alle anderen Händler. Zur Durchsetzung dieser Regelung sind die Finanzbeziehungsweise Marktüberwachungsbehörden mit entsprechenden Kontrollbefugnissen auszustatten. Hier ist die neue EU-Marktüberwachungsverordnung ein Schritt in die richtige Richtung.

# Faire rechtliche Rahmenbedingungen

Wir machen uns dafür stark, dass Plattformbetreiber dazu verpflichtet werden, ein effektives Beschwerdesystem zu installieren. Wenn Plattformen Händlerprofile sperren, sollen sie verpflichtet sein, dem Händler die Gründe hierfür zumindest substantiiert und leicht nachvollziehbar darzulegen. Wir stellen uns außerdem gegen Versuche des Gesetzgebers, Algorithmen, die der Handel etwa zur Anpassung des Produktangebots an die individuellen Bedürfnisse und Wünsche der Kunden und zur Optimierung seiner Absatzprognosen einsetzt, transparent machen und einer staatlichen Kontrolle unterwerfen zu müssen.

---

**Georg Grünhoff**

Abtl.-Leiter Produktsicherheits-, Datenschutz- und Verbraucherrecht  
[gruenhoff@hde.de](mailto:gruenhoff@hde.de)

# Missbrauch von Verbandsklagen

**D**ie Verbraucher in Deutschland werden durch eine Fülle von Regeln und Gesetzen geschützt – und das ist gut so. Dies gilt sowohl in der analogen Wirtschaft mit menschlichen Entscheidungen als auch in der digitalen Wirtschaft mit datenbasierten Entscheidungen. Die Rechtsdurchsetzung erfolgt in Deutschland effizient mittels Abmahnung und gegebenenfalls Unterlassungsklage. Dieses System kann weiter optimiert werden. Dennoch plant die Europäische Kommission eine neue Richtlinie, mit der sie auch kollektive Schadensersatzklagen ermöglichen will.

## Dem Handel droht neue Abmahnwelle

Damit sind erhebliche Missbrauchsrisiken zulasten der Wirtschaft verbunden. Der vorgelegte Entwurf führt nach Einschätzung nicht nur von uns, sondern auch von einer Reihe von Experten zu Fehlanreizen, die zu einer Klageindustrie nach US-Vorbild führen und wahrscheinlich sogar weit über das US-System hinausgehen könnte. Schon heute existiert in Deutschland eine gewerbsmäßige „Abmahnindustrie“, die sich darauf spezialisiert hat, vorwiegend kleineren und mittleren Händlern, aber auch Verbrauchern bereits kleinste Verstöße gegen einzelne Rechtsvorschriften etwa in Vertrags- oder Produkttexten nachzuweisen. Vor allem in Zusammenhang mit in diesem Jahr eingeführten Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) droht hier dem Handel eine neue Abmahnwelle. Mit dem Gesetzentwurf zur Stärkung des fairen Wettbewerbs hat die Bundesregierung nun viele langjährige

Forderungen des HDE zur besseren Bekämpfung des Abmahnmissbrauchs und zur Optimierung der privaten Rechtsdurchsetzung aufgegriffen. Das System der privaten Rechtsdurchsetzung hat sich grundsätzlich bewährt und sollte durch den Ausschluss von Missbrauchsmöglichkeiten gestärkt werden.

## WIR HANDELN

Wir sehen die Verbraucher durch den aktuellen Rechtsrahmen ausreichend geschützt und wenden uns aktiv gegen eine unverhältnismäßige Verschärfung gesetzlicher Regelungen zum Verbraucherschutz. Vor allem die EU-Initiative zur Einführung von weitreichenden Sammelklagen mit Fehlanreizen und ohne Vorkehrungen gegen Missbrauch lehnen wir ab. Gleichzeitig begrüßen wir, dass der Gesetzgeber den Missbrauch des Systems der privaten Rechtsdurchsetzung durch unverhältnismäßig kostenträchtige Abmahnungen und Unterlassungserklärungen nun eindämmen will. Zudem setzen wir uns für eine bessere Kontrolle der abmahnbefugten Verbände sowie den Ausschluss von Abmahnungen wegen Verstößen gegen das Datenschutzrecht ein. Mit den Datenschutzbeauftragten gibt es bereits eine Behörde, die die Einhaltung des Rechts beaufsichtigt.

---

**Peter Schröder**  
Bereichsleiter Recht & Verbraucherpolitik  
[schroeder@hde.de](mailto:schroeder@hde.de)

**K**undenorientierte Ladenöffnungszeiten sind ein wichtiger Erfolgsfaktor für den Einzelhandel. Für die Konsumenten ist es längst selbstverständlich geworden, an Werktagen bis in die späten Abendstunden hinein einzukaufen. Auch die gelegentliche Ladenöffnung an Sonntagen wird Umfragen zufolge von den Verbrauchern begrüßt. Dass Tankstellen, Bäckereien, Blumengeschäfte und andere Einzelhändler an Sonntagen zumindest zeitweise geöffnet haben, wird von den Verbrauchern gerne angenommen. Viele Menschen wollen am Sonntagmorgen zum Beispiel nicht auf frische Brötchen verzichten.

Stellt sich die Frage, warum der Einzelhandel nicht generell die Möglichkeit bekommt, zumindest gelegentlich am Sonntag die Läden zu öffnen. Dies würde einem fairen Wettbewerb entsprechen. Schließlich wird kaum Anstoß daran genommen, dass der Onlinehandel 24 Stunden an sieben Tagen die Woche geöffnet hat. Von Sonntagsöffnungen profitieren auch die Mitarbeiter. Für sie sind Ersatzruhetage und hohe, steuerfreie Zuschläge vorgesehen. Niemand muss deswegen an sieben Tagen in der Woche arbeiten. Dafür sorgen Arbeitsschutzgesetze, Tarifverträge und betriebliche Regelungen. Auch auf die Kirchen nimmt der Handel Rücksicht und öffnet sonntags erst nach den Gottesdienstzeiten.

Doch bislang sind Sonntagsöffnungen eine für die Branche unkalkulierbare Maßnahme. Die Ladenöffnungsgesetze sehen zwar die Möglichkeit vor, für eine begrenzte Anzahl von Sonntagen die Läden zu öffnen. Hierfür bedarf es jedoch nach einer Entscheidung des Bundesverfassungsgerichts eines besonderen Anlasses. Die von den Verwaltungs-

gerichten entwickelten Anforderungen an die Genehmigung einer Sonntagsöffnung sind mittlerweile so hoch, dass es kaum noch möglich ist, rechtssichere Genehmigungen zu erhalten. Viele Händler verzichten deshalb von vornherein auf eine Sonntagsöffnung. Zu groß ist die Gefahr, dass diese im letzten Moment doch noch gerichtlich gestoppt wird. Für die betroffenen Händler bedeutete das in der Vergangenheit Planungsunsicherheiten und Umsatzverluste.

## Wettbewerbsfähige Öffnungszeiten

### WIR HANDELN

Gerade für den Innenstadthandel ist es existenziell, dass rechtssichere Lösungen für den Anlassbezug bei Sonntagsöffnungen auf Ebene der Bundesländer gefunden werden. Wir setzen uns dafür ein, dass in den Ladenöffnungsgesetzen der Länder eine verlässliche Rechtsgrundlage dafür geschaffen wird. Der Anlassbezug in den sonntäglichen Ladenöffnungsgesetzen sollte gestrichen werden. Stattdessen setzen wir uns dafür ein, dass für eine begrenzte Anzahl von Sonntagen im Jahr abstrakte Gründe gesetzlich definiert werden, die eine Sonntagsöffnung rechtfertigen – wie zum Beispiel der Erhalt lebenswerter Innenstädte.

---

**Jens Dirk Wohlfeil**

Geschäftsführer Arbeit, Bildung, Sozial- und Tarifpolitik  
[wohlfeil@hde.de](mailto:wohlfeil@hde.de)

# Im Dialog

Rechtssicherheit ist ein fundamentales Gut für eine soziale Marktwirtschaft. Doch ein Zuviel an Regulatorik schadet und dämpft die unternehmerischen Aktivitäten. Auch zu diesem zentralen Thema des Handels sucht der HDE den regen und engen Austausch mit allen Stakeholdern.





**1 Handelsräume** HDE-Präsident Josef Sanktjohanser im Dialog mit Bundesgesundheitsminister Jens Spahn (CDU) **2, 3 HDE-Nikolausempfang** Günther Oettinger, EU-Kommissar für Haushalt und Personal, als Gastredner in Brüssel **4, 5 Voice Commerce** Beim HDE-Forum Handel 4.0 standen Sprachassistenten im Fokus. **6 FDP-Parteitag** Der FDP-Bundvorsitzende Christian Lindner informierte sich über den Handel. **7 Internationaler Austausch** HDE-Hauptgeschäftsführer Stefan Genth mit den Spitzen des britischen, französischen und belgischen Handelsverbandes **8 Denken und handeln** Thomas Ramge (rechts) und das Thema Künstliche Intelligenz standen im Mittelpunkt im Soho House. **9 SPD-Parteitag** Der Staatssekretär aus dem Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz, Gerd Billen, am HDE-Stand **10 Handelskongress** HDE-Präsident Sanktjohanser macht die politischen Forderungen der Branche deutlich.



**# verantwortlich**  
handeln

Der Handel agiert **national wie lokal**. Er ist ein **Global Player** in einer weltumspannenden Wertschöpfungskette. Gleichzeitig ist er lokal verwurzelt und ein **Mittler** zwischen Herstellern und Verbrauchern, der zum Teil auch selbst als Produzent von Waren auftritt. In dieser Doppelrolle steht der Handel in der sozialen Verantwortung – zum einen, indem er für Herstellungsprozesse **Lieferketten gestaltet**, zum anderen als **Arbeitgeber** für die Beschäftigten. Der HDE kämpft als **verantwortungsbewusster Sozialpartner** für die Tarifbindung – und damit für faire Arbeitsbedingungen innerhalb der Branche. Gleichzeitig macht er sich stark für **soziale und ökologische** Produktionsbedingungen bei den Herstellern.



# Tarifautonomie stärken

Die Tarifbindung in Deutschland ist seit einiger Zeit rückläufig. Ein wesentlicher Grund hierfür ist, dass der Gesetzgeber traditionelle Gestaltungsfelder der Tarifpolitik zunehmend durch immer neue gesetzliche Regelungen überreguliert. Eine Stärkung der Tarifautonomie kann daher nur gelingen, wenn der Gesetzgeber den Tarifvertragsparteien wieder den notwendigen Handlungsspielraum einräumt, um passgenaue branchenspezifische Regelungen in Tarifverträgen auszuhandeln.

## Gesetzgeber muss mehr Freiraum schaffen

Diese Handlungsspielräume zu schaffen, setzt zum einen voraus, dass nicht immer mehr traditionelle Gestaltungsfelder der Tarifpolitik durch den Gesetzgeber abschließend geregelt werden. Zum anderen muss den Tarifvertragsparteien bewusst die Möglichkeit gegeben werden, vom Gesetz abweichende tarifliche Regelungen zu vereinbaren. Erst dann haben die Tarifpartner die Möglichkeit, die für die jeweilige Branche erforderlichen praxisnäheren Lösungen zu entwickeln und zu vereinbaren. Ein solcher Ansatz wäre vor allem für den Einzelhandel mit seiner vielfältigen und kleinteiligen Struktur sehr wichtig, damit die Attraktivität von Tarifverträgen gesteigert wird.

Eingriffe in die Tarifautonomie durch eine weitere Lockerung der gesetzlichen Voraussetzungen für eine Allgemeinverbindlicherklärung (AVE) von Tarifverträgen führen dagegen nicht zum Ziel. Die AVE ist kein Selbstzweck und sollte die Ausnahme bleiben. Eine AVE der Tarifverträge des Einzelhan-

dels lehnen wir daher ab. Die Tarifbindung erhöht sich vielmehr dann, wenn wir den Unternehmen zeitgemäße und praktikable Tarifverträge anbieten, nicht jedoch über den staatlichen Zwang einer AVE (Akzeptanz statt „Zwangserstreckung“). Eine AVE ist für die Tarifbindung unter Umständen sogar kontraproduktiv, weil dann alle Arbeitnehmer im Unternehmen und damit auch die sogenannten „Außenseiter“ tarifliche Ansprüche geltend machen können. Folglich würde auch die Mitgliedschaft in der Gewerkschaft für Arbeitnehmer zunehmend an Bedeutung verlieren.

## WIR HANDELN

Die zuvor beschriebenen gesetzlichen Rahmenbedingungen machen es für die Tarifvertragsparteien in Deutschland immer schwieriger, passgenaue, branchenspezifische Regelungen in Tarifverträgen auszuhandeln. Doch genau das muss in einem sich dynamisch verändernden Wettbewerbsumfeld, wie der Handelsbranche, das Ziel sein. Wir fordern daher, dass der Gesetzgeber den Tarifvertragsparteien durch zusätzliche Öffnungsklauseln mehr Gestaltungsspielraum für Abweichungen vom Status quo einräumt. Die AVE von Tarifverträgen ist aus unserer Sicht kein geeignetes Mittel, die Tarifbindung zu stärken.

---

**Jens Dirk Wohlfeil**

Geschäftsführer Arbeit, Bildung, Sozial- und Tarifpolitik  
[wohlfeil@hde.de](mailto:wohlfeil@hde.de)

Lieferkettenverantwortung ist ein zentrales Handlungsfeld der Corporate Responsibility Policy von Handelsunternehmen. Mit dem Bündnis für nachhaltige Textilien leistet die Wirtschaft einen wertvollen Beitrag. Das Bündnis setzt sich für faire Arbeitsbedingungen und eine Verbesserung der Lebensbedingungen für die Arbeiter in den Produktionsstätten ein. Knapp 100 Unternehmen haben sich bislang darin zusammengeschlossen, um gemeinsam mit anderen Bündnispartnern aus Politik, Zivilgesellschaft und Standardorganisationen die gesamte Textillieferkette nachhaltig zu gestalten.

#### Relevante Akteure vernetzen sich

Auf dem Bündnisplan stehen Themen und Herausforderungen, die einzelne Unternehmen kaum alleine bewältigen können – zum Beispiel die Verpflichtung, existenzsichernde Löhne zu zahlen oder bestimmte giftige Chemikalien aus der gesamten Lieferkette zu verbannen. Solche „dicken Bretter“ kann das Bündnis nur deshalb bohren, weil darin Akteure aus verschiedenen Stakeholdergruppen zusammenarbeiten und sich international mit relevanten Partnern vernetzen. Die bisherige Bilanz kann sich sehen lassen: Allein 2018 wurden 116 Maßnahmenpläne von Bündnismitgliedern mit über 1.300 konkreten Verbesserungen eingereicht und veröffentlicht.

Ein solches Maß an freiwilliger Initiative ist beispielhaft und hat Signalfunktion für andere Branchen. Denn was nicht vergessen werden sollte: In einem hart umkämpften Wettbewerbsumfeld ge-

ben Unternehmen sensible Daten preis und öffnen sich damit kritischen Nachfragen und Überprüfungen. Der bisherige Erfolg ist wichtig und nicht hoch genug einzuschätzen. Er hat jedoch auch eine Schattenseite, denn diese Unternehmen repräsentieren bisher nur knapp die Hälfte des deutschen Textilumsatzes. Da es transparente Lieferketten nicht zum Nulltarif gibt, entsteht so leicht die Gefahr der Wettbewerbsverzerrung.

## Vorbild Textilbündnis

#### WIR HANDELN

Wir setzen uns für freiwillige Initiativen statt Regulierung der Lieferkette ein. Der gemeinsame Ansatz sorgt für mehr Schlagkraft, einen fairen Wettbewerb und stärkt das Ansehen solcher freiwilliger Initiativen – weit über die Branche hinaus. Wir brauchen ein globales Level Playing Field, um sicherzustellen, dass Unternehmen wegen ihres Nachhaltigkeitsengagements keine Wettbewerbsnachteile entstehen.

---

**Anne-Kathrin Göbel**  
Referentin Corporate Social Responsibility (CSR)  
goebel@hde.de

# Kunststoffe reduzieren

**D**ie EU-Kommission hat ein zeitlich straffes Regelwerk vorgeschlagen, mit dem die Produktion und der Einsatz von Plastikprodukten wie etwa Plastikbesteck und -strohhalm genauso wie Kunststoffverpackungen stark eingedämmt, gegebenenfalls sogar verboten werden sollen. Verbotsinitiativen wie diese führen nach unserer Einschätzung jedoch nicht zum Ziel. Sie laufen darauf hinaus, mit Vorgaben für einzelne Produkte ein unsystematisches Flickwerk zu erzeugen. Gefragt ist stattdessen eine Gesamtstrategie in der EU, die darauf abzielt, vorhandene Ressourcen besser zu schützen und deren Verbrauch zu senken – nicht zuletzt dadurch, dass durch technisch optimierte Verfahren Recyclingquoten erhöht werden. Wir zweifeln, dass Verbote der richtige Weg sind, das notwendige Problembewusstsein bei Verbrauchern zu schaffen.

## **Selbstverpflichtung zeigt Wirkung**

Als erfolgreich haben sich dagegen Modelle wie beispielsweise die freiwillige Vereinbarung zwischen HDE und Bundesumweltministerium zur Reduzierung der Anzahl von Plastiktüten erwiesen. Daten für das Jahr 2017 zeigen, dass sich der Kunststofftütenverbrauch im Vergleich zum Vorjahr um 1,3 Milliarden Stück auf 2,4 Milliarden Tüten verringert hat. Das entspricht einem Pro-Kopf-Konsum von 29 Tragetaschen. Im Jahr zuvor lag diese Zahl bei 45. Damit ging der Verbrauch von Kunststofftragetaschen hierzulande zum zweiten Mal in Folge um ein Drittel zurück. Insgesamt haben mittlerweile mehr als 360 Unternehmen die Vereinbarung unterschrieben. Zudem beteiligen sich viele Einzelhändler an der Selbstverpflichtung, ohne

formell die freiwillige Vereinbarung mit HDE und Umweltministerium unterzeichnet zu haben. Viele große Handelsketten haben die Plastiktüte mittlerweile völlig abgeschafft. Diese Zahlen zeigen eindrucksvoll: Verbote sind nicht der Königsweg. Ganz verzichten können wird man auf Kunststoffe zudem nicht. Denn was nicht vergessen werden sollte: Sie tragen zur Gewichtsreduktion bei und sind flexibel für den Schutz von Produkten einsetzbar. Auf diese Weise werden Ressourcen auf dem Lieferweg geschont und Schadstoffemissionen gering gehalten.

## **WIR HANDELN**

Wir machen uns für einen maßvollen Umgang mit Plastik stark. Daher beteiligen wir uns daran, Konzepte zu entwickeln, mit denen Verpackungen besser und in größerer Menge recycelt werden können. Als Folge davon gilt ab dem kommenden Jahr zum ersten Mal ein Mindeststandard für recyclinggerechtes Design. Verpackungen, die gut recycelbar sind, werden dann finanziell durch die Dualen Systeme begünstigt und der Einsatz von Rezyklaten in Verpackungen wird gefördert. Wir setzen uns weiter für freiwillige Lösungen bei der Müllvermeidung ein, die mit finanziellen Anreizen arbeiten. Diese haben unserer Ansicht nach ein großes Potenzial – auch weil sie die Verbraucher einbeziehen.

---

**Benjamin Peter**  
Referent Umweltpolitik  
[peter@hde.de](mailto:peter@hde.de)

**D**er Handel ist sich sowohl seiner sozialen als auch seiner ökologischen Verantwortung bewusst. Es ist daher Ziel der Branche, mit Klimaschutzaktivitäten die CO<sub>2</sub>-Emissionen merklich zu mindern. Die großen Einzelhandelsfilialisten, die rund ein Prozent der Einzelhändler in Deutschland ausmachen, sind mit ihren Maßnahmen für mehr Klimaschutz bereits sehr gut aufgestellt: Sie verfügen über zentral gesteuerte Expertenteams, die langfristig angelegte Klimaschutzstrategien konzipieren und technisch-organisatorisch umsetzen, um kontinuierlich Einsparpotenziale zu sichern.

#### Know-how praxisnah vermitteln

Der Großteil der mehr als 300.000 Einzelhändler in Deutschland zählt jedoch zu den kleinen und mittleren Unternehmen (KMU). Gerade in diesen Handelsbetrieben gehört die Beschäftigung mit Klimaschutz, Energieeffizienz und technisch gelagerten Themen nicht zum üblichen Tagesgeschäft. Genau hier setzt die Klimaschutzoffensive des Einzelhandels an: Die Informations- und Unterstützungskampagne hat sich vorgenommen, insbesondere den KMU das notwendige technische Know-how für Klimaschutz und Energieeffizienz praxisnah zu vermitteln. Im Zuge dessen bieten wir Maßnahmen und Möglichkeiten an, mit denen die Unternehmen nicht nur klimaschädliche Emissionen vermeiden, sondern auch ihre Energiekosten senken können. Hierfür wurde eine Website aufgesetzt, die umfassend über Energieeffizienz und Klimaschutz informiert sowie Tipps und Hilfestellungen bereithält, damit Handelsunternehmen erste Maßnahmen in ihrem Betrieb umsetzen können: Ob Heizungs-Check, der Umstieg auf LED-Beleuchtung oder die Planung einer eigenen

Photovoltaikanlage – das Themenspektrum deckt alle wichtigen Bereiche für Händler ab. Neben zahlreichen webbasierten Hilfsangeboten bietet die Klimaschutzoffensive auch praktische Unterstützung vor Ort an: In Zusammenarbeit mit den Landes- und Regionalverbänden sowie lokalen Klimaschutz- und Energieexperten werden bundesweit Workshops und Klimaevents realisiert, bei denen Händler mehr über mögliche Klimaschutzmaßnahmen und Fördermöglichkeiten erfahren.

## HDE-Klimaschutzoffensive

#### WIR HANDELN

Mit der Klimaschutzoffensive setzen wir uns aktiv für Energieeffizienz und Klimaschutz ein. Gleichzeitig machen wir die positiven Effekte erfolgreicher Energieeffizienzinvestitionen stärker bekannt. Mit dem neu entwickelten „Klimabarometer“ etwa stellen wir die Klimaschutzinvestitionen des Einzelhandels sowie den voranschreitenden Einsatz klimaschützender Technologien dar. So können wir beispielsweise illustrieren, wie viele Photovoltaikanlagen im Handel in Betrieb sind und welche CO<sub>2</sub>-Einsparungen mit der Produktion erneuerbarer Energien durch den Handel erreicht wurden.

---

**Lars Reimann**  
Abteilungsleiter Umwelt- und Energiepolitik  
[reimann@hde.de](mailto:reimann@hde.de)

# Im Dialog

Der Handel übernimmt Verantwortung – als Arbeitgeber und für nachhaltige Lieferketten. Dafür sucht der HDE den Schulterschluss mit den Akteuren aus allen relevanten Stakeholdergruppen.





6



7



8



9

- 1 Vorabend zum Handelskongress** Die CDU-Bundestagsabgeordnete Marie-Luise Dött mit HDE-Präsident Josef Sanktjohanser
- 2 Sommerfest des Handels** Die CDU-Bundestagsabgeordnete Marie-Luise Dött mit den Gastgebern
- 3 SPD-Parteitag** Die ehemalige Bundesumweltministerin Barbara Hendricks am HDE-Stand
- 4 Im Gespräch** Der FDP-Bundestagsabgeordnete Michael Theurer (Mitte) mit der HDE-Spitze beim Sommerfest
- 5 Im Axel Springer Club** Die Leiterin des Fachbereichs Handel bei der Gewerkschaft verdi, Stefanie Nutzenberger (Mitte), mit der HDE-Spitze am Vorabend des Handelskongresses
- 6 HDE-Klimaschutzoffensive** Auftakt mit Staatssekretär Jochen Flasbarth (links) und Klaus Töpfer, ehemaliger Exekutivdirektor des Umweltprogramms der Vereinten Nationen (rechts)
- 7 Sommerfest des Handels** Die Leiterin des Fachbereichs Handel bei der Gewerkschaft verdi, Stefanie Nutzenberger, mit Klaus Müller, Vorstand des Verbraucherzentrale Bundesverbands (rechts)
- 8 Klimaschutzfrühstück** Die HDE-Klimaschutzoffensive informierte Unternehmer in Neuruppin.
- 9 SPD-Parteitag** Bundesaußenminister Heiko Maas (Mitte) am HDE-Stand

**# lokal**  
handeln

Der Einzelhandel agiert zunehmend digital, aber ist vor allem nach wie vor ein **lokaler Akteur**. Dabei ist die Branche auf sichere und attraktive Standorte angewiesen. Nur so können die Einzelhändler sicherstellen, auch in Zukunft zuverlässig vor Ort die Bevölkerung zu versorgen und erreichbar zu sein. Ein **ausgereiftes städtebauliches Konzept** spielt dafür eine ebenso wichtige Rolle wie eine gute Verkehrsanbindung für Kunden und Lieferanten. Dafür ist der **Schulterschluss von Handel und Entscheidern** auf kommunaler und regionaler Ebene notwendig, damit man gemeinsam die Situation vor Ort verbessern und die Stadterneuerung und **Standortsicherung** aktiv vorantreiben kann.



# Standortsicherung

Die Innenstädte in Deutschland waren seit jeher herausragende Handelsstandorte. Die Digitalisierung mit ihren disruptiven Prozessen stellt diese Bedeutung in vielerlei Hinsicht infrage. Für den Handel bleibt die Innenstadt jedoch weiterhin der Handelsstandort Nummer eins. Zugleich ist der wichtigste Grund für einen Besuch der Innenstädte das Einkaufen. Somit stellen Handel und Innenstadt eine symbiotische Verbindung dar. Daran wird sich wenig ändern, auch wenn der stationäre Handel durch den Onlinehandel an Bedeutung einbüßt und die Kundenfrequenzen in vielen Innenstädten gesunken sind. Gerade diese Entwicklung erfordert jedoch eine gezielte Stärkung der Innenstädte.

## Problemfall mittelgroße Städte

Eine Studie des Handelsverbandes Deutschland mit dem Bundesumweltministerium aus dem vergangenen Jahr kommt zu dem Ergebnis, dass die Innenstädte der Metropolen und der Kleinstädte weiter ihren Stellenwert behalten werden, es aber wachsende Probleme in den mittleren Städten geben wird. Kleinstädte fungieren als Nahversorger, Metropolen dienen dem Erlebnisshopping. Allen gemein ist jedoch, dass mit einer deutlichen Zunahme der Leerstände in den Innenstädten beziehungsweise Stadtteilzentren zu rechnen ist. Dabei treten nach einer Studie des HDE vermehrt „leerstandsinduzierte Leerstände“ auf. Diese besagen, dass der Handelsstandort aus Verbrauchersicht bereits derart an Attraktivität verloren hat, dass selbst das gute Angebot der verbleibenden Händler nicht ausreichen wird, um genügend Kun-

den am Standort zu binden. In der Folge drohen strukturelle Leerstände, die einer Aufgabe ganzer Handelsstandorte gleichzusetzen sind. Die Aufgabe von Geschäften bedeutet jedoch nicht nur eine Verschlechterung der Versorgungssituation für die Menschen vor Ort, sondern auch einen Verlust an Heimatgefühl. Die Immobilienbranche hat bisher zu wenig auf diesen Veränderungsprozess im Handel reagiert. Unangemessene, nicht mehr zu erwirtschaftende Mieten sind ein Hauptgrund für die Aufgabe von Handelsstandorten.

## WIR HANDELN

Wir setzen uns aktiv für eine Umorientierung zu einer neuen „Mietpartnerschaft“ zwischen Handel und Immobilienwirtschaft ein. Dies gilt auch für einen Paradigmenwechsel in der Stadtplanung. Die Schrumpfung von Fußgängerzonen darf kein Tabuthema sein, sondern sollte zu einem notwendigen und bewusst geplanten Instrument werden, um die Innenstädte zu stärken. Nur durch die Konzentration des Handelsangebotes kann auch in Zukunft die Attraktivität aufrechterhalten werden. Die Kommunen fordern wir auf, mit einem durchdachten städtebaulichen Konzept diesen Wandel zu begleiten und die Zufahrt zu den Innenstädten offen zu halten.

---

**Michael Reink**  
Bereichsleiter Standort- und Verkehrspolitik  
[reink@hde.de](mailto:reink@hde.de)

Die Wirtschaft ist auf eine leistungsfähige und verlässliche Verkehrsinfrastruktur angewiesen. Das gilt für den Handel gleich in zweifacher Hinsicht. Auf der einen Seite sind ein reibungsloser Lieferverkehr und optimale Logistikprozesse Voraussetzungen dafür, die ausreichende und pünktliche Versorgung der Bevölkerung zu garantieren. Das gilt in Hinblick auf die Lieferketten hin zum einzelnen Geschäft, wie auch für die national übergreifende Belieferung im Zuge des wachsenden Onlinehandels. Auf der anderen Seite ist gerade der stationäre Handel darauf angewiesen, dass seine Handelsstandorte für Kunden schnell und gut erreichbar sind. Die Verkehrsinfrastruktur in Deutschland leidet jedoch unter einem beträchtlichen Investitionsrückstand.

### **Verkehrsaufkommen wird weiter wachsen**

Bund, Länder und Gemeinden investieren in die Erhaltung sowie den bedarfsgerechten Ausbau von Straßen-, Schienen- und Wasserwegen nur 11 Milliarden Euro pro Jahr. Nach Angaben des BDI wären mindestens 14 Milliarden Euro erforderlich. Die Folge sind regelmäßig Großbaustellen, Umleitungen und Staus auf wichtigen Verkehrsadern. Dieses Problem wird sich angesichts des absehbaren Verkehrswachstums in den kommenden Jahren weiter zuspitzen. Es bedarf großer finanzieller Anstrengungen, um Verkehrswege zu modernisieren und zukunftsgerecht zu machen. Dies darf jedoch weder die Wirtschaft noch die Verbraucher über Gebühr belasten. Aber auch die Industrie ist in der Pflicht. Sie muss Unternehmen und privaten Verbrauchern Fahrzeuge mit modernen, emissionsarmen Motoren anbieten, die in der Praxis ihre Leistungsversprechen für einen geringen Schadstoffausstoß einhalten. Nur so lässt sich die Luftqualität in Innenstädten verbessern und lassen sich

Fahrverbote verhindern. Diese würde die Erreichbarkeit von Handelsstandorten einschränken und die Existenzgrundlage des Handels beeinträchtigen.

### **WIR HANDELN**

Wir fordern von der Politik, dass der Erhalt und Ausbau der Verkehrsinfrastruktur in allen Regionen, vor allem aber in den Metropolen und somit auf allen Ebenen Vorrang genießt. Dafür sind in einem ausgewogenen Verhältnis Steuermittel einzusetzen. Der Paradigmenwechsel zu einer nutzerfinanzierten Infrastruktur birgt die Gefahr einer Beeinträchtigung

## **Verkehr und Mobilität**

des Binnenkonsums, da die Verbraucher ihr privates Geld für „Mobilität“ und nicht für den „Konsum“ investieren. Eine Finanzierung der Infrastruktur auch durch die privaten Nutzer bedarf daher der gleichzeitigen Kompensation durch die Absenkung der Kfz- respektive Mineralölsteuer. Daher drängen wir auf eine solide und transparente Finanzierung von Erhalt und Ausbau der Verkehrsinfrastruktur, die ohne Mehrbelastungen des Verbrauchers auskommt. Weder Konsum noch Handelslogistik dürfen durch Abgaben wie eine Citymaut zusätzlich belastet werden. Parallel dazu setzen wir uns für neue Mobilitätskonzepte ein, um die Schadstoffbelastung in Innenstädten zu reduzieren.

---

**Michael Reink**  
Bereichsleiter Standort- und Verkehrspolitik  
[reink@hde.de](mailto:reink@hde.de)

# Im Dialog

Die Sicherung der Handelsstandorte erfordert ein strategisches Vorgehen aller Beteiligten. Der HDE bringt diese Partner aus Wissenschaft und Politik und der Immobilienwirtschaft zusammen.





**1 Handelsimmobilienkongress** Die Standorte des Handels im Mittelpunkt **2, 4 Allianz für Innenstädte** Gemeinsam mit dem Deutschen Städte- und Gemeindebund für vitale Stadtzentren **3, 5 Attraktive Standorte** HDE-Hauptgeschäftsführer Genth gibt beim Handelsimmobilienkongress einen Überblick über die aktuelle Lage **6, 7 Im HDE-Präsidium** Bundesverkehrsminister Andreas Scheuer in der Diskussion über Diesel-Fahrverbote **8 SPD-Parteitag** Der Regierende Bürgermeister von Berlin, Michael Müller, am HDE-Stand (rechts) **9 Stadt und Handel** Wissensnetzwerk zwischen HDE und Universitäten



## Der Handel

*Alles fürs Leben*

### Handelsverband Deutschland (HDE)

Am Weidendamm 1A  
10117 Berlin

Tel.: 030/72 62 50 - 0  
Fax: 030/72 62 50 - 99  
hde@einzelhandel.de

[www.einzelhandel.de](http://www.einzelhandel.de)

 Handelsverband

 @handelsverband

### HDE Brüssel

85 Avenue des Nerviens  
B-1040 Brüssel

Tel.: +32 (0)2 231 02 81  
Fax: +32 (0)2 230 84 97  
europa@hde.de

### IMPRESSUM

**Herausgeber:** Handelsverband Deutschland (HDE), [www.einzelhandel.de](http://www.einzelhandel.de) · Kai Falk (V.i.S.d.P.)  
**Redaktion:** Thomas Luther, Stefan Hertel · **Verlag:** planet c GmbH, Toulouser Allee 27,  
40211 Düsseldorf, Postfach 10 11 02, 40002 Düsseldorf, Tel.: 0211 54227-700, [www.planetc.co](http://www.planetc.co),  
[www.handelsjournal.de](http://www.handelsjournal.de) · **Geschäftsführung:** Andrea Wasmuth, Thorsten Giersch, Holger Löwe  
**Layout:** Andrea Goerke · **Anschrift:** Redaktion handelsjournal, Am Weidendamm 1 A, 10117 Berlin,  
[redaktion@handelsjournal.de](mailto:redaktion@handelsjournal.de) · **Chef vom Dienst:** Jan Leiskau · **Lithografie:** TiMe GmbH,  
Glückaufstraße 57, 45481 Mülheim an der Ruhr · **Druck:** Druckstudio Gruppe, Professor-Oehler-Straße 10,  
40589 Düsseldorf · **Fotos:** Die Hoffotografen GmbH, Berlin (S. 3); [www.anna-lenaehlers.de](http://www.anna-lenaehlers.de) (S. 7);  
Inter IKEA Systems B.V. (S. 17); mbbirdy/Getty Images (S. 25); Monty Rakusen/Getty Images (S. 33);  
Orbon Alija/Getty Images (S. 41); Alle anderen Fotos: HDE



