

# # hde 2020



# Die Chancen der Gegenwart



**Josef Sanktjohanser,**  
HDE-Präsident



**Stefan Genth,**  
HDE-Hauptgeschäftsführer

Der Einzelhandel in Deutschland vollzieht gegenwärtig eine tief greifende Transformation. Der von der Digitalisierung beschleunigte globale Wettbewerb stellt große Konzerne und gleichermaßen kleine und mittlere Unternehmen vor große Herausforderungen.

90 Prozent des Einzelhandelsumsatzes werden in den stationären Geschäften erzielt. Innovative Handelsformate verlangen nicht nur nach beträchtlichen Investitionen, sondern auch nach entsprechend qualifizierten Mitarbeitern und zuverlässigen infrastrukturellen Voraussetzungen. Der HDE weiß um diese Aufgaben und unterstützt gerade den Mittelstand dabei, mit dem Wandel Schritt zu halten. Damit der weltweite Wettbewerb tatsächlich zur Chance für alle Marktteilnehmer wird, ist die Politik aufgerufen, für entsprechende Rahmenbedingungen zu sorgen. Denn nur gleiche Regeln für alle sichern einen fairen Wettbewerb, die Basis einer freien, erfolgreichen Marktwirtschaft.

Angesichts einer weltweit vernetzten Branche können nationale Alleingänge keine Lösung sein. Deshalb setzt sich der HDE auf nationaler wie auch europäischer Ebene für Regelungen ein, die den Unternehmen, ob groß oder klein, die nötigen Spielräume für erfolgreiches wirtschaftliches Handeln sichern.

Gleichzeitig ist der Einzelhandel auch gefragt, wenn es um die großen sozialen und ökologischen Fragestellungen unserer Zeit geht. Hier zeigen die Erfolge von freiwilligen Initiativen in der Branche, dass Entscheidungen aus Verantwortungsbewusstsein allemal wirkungsvoller sind als Verbote und starre Vorschriften. Der HDE versteht die Aufgaben der Gegenwart als wesentlich für die Sicherung der Zukunft. Und es ist noch viel zu tun. An erster Stelle steht neben gleichen Wettbewerbsbedingungen der überfällige Ausbau einer entsprechenden digitalen Infrastruktur.

Genauso wichtig sind politische Weichenstellungen, um das wirtschaftliche und demografische Ungleichgewicht zwischen boomenden Großstädten und ländlichen Regionen endlich anzugehen. Nur dann können alle von den großen Chancen profitieren, die unsere Gegenwart bietet.

---

## Globaler Wettbewerb

Gleiches Recht für alle .....	8
Vertrags- und Verhandlungsfreiheit .....	9
Preisautonomie .....	10
Flexible Arbeit .....	11
HDE in Europa .....	12
Im Dialog .....	14

## Digitale Transformation

Digitale Infrastruktur .....	18
Künstliche Intelligenz .....	19
Digitale Bildung .....	20
Kaufmann/Kauffrau im E-Commerce .....	21
Mittelstand 4.0 – Kompetenzzentrum Handel .....	22
Im Dialog .....	24

## Demografischer Wandel

Karriere im Einzelhandel .....	28
Stärkung des dualen Ausbildungssystems .....	29
Standortpolitik für gleichwertige Lebensverhältnisse .....	30
Im Dialog .....	32

## Gesellschaftliche Verantwortung

Energiewende und Klimaschutz .....	36
Mobilitätswandel .....	37
Faire Produktions- und Lieferketten .....	38
Bündnis für nachhaltige Textilien .....	39
Verpackungsvermeidung und Ressourcenschutz .....	40
HDE-Klimaschutzoffensive .....	41
Im Dialog .....	42
Handelswissen .....	44
Impressum .....	46

# GLOBALER WETTBEWERB

---

**Der deutsche Einzelhandel** steht in einem weltweiten Wettbewerb, der sich im Zuge der fortschreitenden Digitalisierung und Globalisierung von Wertschöpfungs- und Lieferketten rasant beschleunigt. Die Fairness dieses Wettbewerbs hängt maßgeblich davon ab, dass gleiches Recht für alle gilt. Der HDE setzt sich deshalb ausdrücklich für eine Politik ein, die verbindliche Regelungen für alle Marktteilnehmer schafft und durchsetzt, ohne die unternehmerische Freiheit durch staatliche Eingriffe zu behindern. Denn Vertrags- und Verhandlungsfreiheit sind wie die Preisautonomie ein Unterpfand erfolgreichen Wirtschaftens, von dem alle profitieren.



# Gleiches Recht für alle

**G**leiches Recht für alle Marktteilnehmer ist die Grundvoraussetzung eines fairen Wettbewerbs. Doch im Zuge einer zunehmenden Globalisierung des Handels ist dieses fundamentale Prinzip jeder funktionierenden Marktwirtschaft unter Druck geraten. Während Unternehmen innerhalb der EU umfangreiche Pflichten zur Wahrung und Überprüfung der Produktsicherheitsrechtlichen Standards zu erfüllen haben, können sich sowohl Hersteller als auch Händler außerhalb der EU zunehmend diesen Auflagen entziehen und genießen dadurch einen Wettbewerbsvorteil. Denn sie sparen jene Kosten ein, die Mitbewerber innerhalb der EU zur Erfüllung der geltenden rechtlichen Bestimmungen tragen. So müssen Händler im europäischen Wirtschaftsraum beispielsweise überprüfen, ob das von ihnen vertriebene Produkt korrekt gekennzeichnet ist und ob die Sicherheitsinformationen und die Gebrauchsanleitung beigelegt sind. Darüber hinaus müssen sie mit der Marktaufsicht kooperieren. Händler aus Drittstaaten hingegen können diese aufwendigen Bestimmungen umgehen – und nutzen diese rechtliche Lücke gewinnbringend. Dadurch geraten vor allem kleine und mittelständische Betriebe angesichts eines stark preisgetriebenen Marktwettbewerbs ins Hintertreffen.

Der HDE hat in diesem Missstand eine europäische Aufgabe erkannt und mahnt dringend faire Wettbewerbsbedingungen an. Er sieht dafür die EU-Kommission unter ihrer neuen Präsidentin

Ursula von der Leyen in der Pflicht, endlich neue, faire Maßstäbe zu setzen.

Gleiches gilt auch in Hinblick auf Steuerpflichten. Wenn Gewinne von Onlinehändlern aus Nicht-EU-Ländern dank gezielter internationaler Steuergestaltungen sehr viel niedriger besteuert werden als Gewinne deutscher Händler, kann von einem fiskalischen Level-Playing-Field nicht mehr die Rede sein. Doch ganz egal, ob dafür die von ausländischen Staaten bewusst geschaffenen Steueranreize verantwortlich sind oder Unternehmen, die mangels entsprechend umsichtiger Regelungen vorhandene Besteuerungslücken ausnutzen – der HDE drängt auf eine politische Lösung, die faire Wettbewerbsbedingungen für alle in der EU aktiven Marktteilnehmer durchsetzt. Auch die nach wie vor mögliche Vermeidung von Umsatzsteuer im Onlinehandel verlangt nach entsprechenden Regelungen. Denn wenn für Produkte, die aus dem Nicht-EU-Ausland importiert und über Onlineplattformen verkauft werden, keine Umsatzsteuer gezahlt wird, erleiden deutsche Unternehmen einen Wettbewerbsnachteil.

Der HDE streitet deshalb für eine bessere Durchsetzung bestehender Regeln auf den Ebenen von OECD und EU sowie auf nationaler Ebene.

---

Stephan Tromp  
Stellv. Hauptgeschäftsführer

tromp@hde.de

**D**ie Vertrags- und Verhandlungsfreiheit der Unternehmen des Einzelhandels ist national und auf europäischer Ebene unter Druck geraten. Natürliche Ungleichgewichte im sogenannten B2B-Verhältnis erkennt der Gesetzgeber nicht mehr als selbstverständliche Folge freier Marktbedingungen an, sondern versucht, in diese Vertragsbeziehungen regulatorisch einzugreifen. Unter diesen verstärkten Interventionen in den Wettbewerb leidet nicht nur die Effizienz der unternehmerischen Tätigkeit; die dadurch tendenziell steigenden Preise oder eine reduzierte Angebotsvielfalt schaden am Ende auch den Verbrauchern.

Der HDE setzt sich daher auf verschiedenen Ebenen nachdrücklich für den freien Wettbewerb und die ihm zugrunde liegende Vertrags- und Verhandlungsfreiheit bei möglichst geringer Regulierungsdichte ein. Um den fraglos bestehenden Ungleichgewichten zwischen den Unternehmen im Interesse der Marktteilnehmer beizukommen, haben die Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie (BVE), der Deutsche Bauernverband (DBV), der Handelsverband Deutschland (HDE) und der Markenverband im Jahr 2013 eine nationale Dialog-Plattform gegründet. Die Dialogplattform bietet seit 2016 mit Gutachten, einer Schiedsstelle und Mediationen verschiedene Instrumente an, um die Umsetzung der Prinzipien guter fachlicher Praxis sicherzustellen.

Trotz dieses Engagements konnte das Ziel des HDE, weitere gesetzliche Regulierungen des B2B-Verhältnisses zu verhindern, nicht ganz erreicht werden. Im April 2019 wurde die EU-Richtlinie über unlautere Handelspraktiken in den Geschäftsbeziehungen zwischen Unternehmen in der Agrar- und Lebensmittelversorgungskette im Amtsblatt der

Europäischen Union veröffentlicht. Die Richtlinie soll „Fairness“ in den Geschäftsbeziehungen der Lebensmittellieferkette gewährleisten und schränkt hierzu die Vertragsfreiheit ein. Bereits in der nationalen Rechtsordnung bestehende Mechanismen zum Schutz eines schwächeren Vertragspartners wurden vom europäischen Gesetzgeber ignoriert, sodass die neue Regulierung neben die bereits bestehenden Zivil-, Lauterkeits- und kartellrechtlichen Bestimmungen tritt und damit tendenziell zu einer Doppel- und somit Überregulierung führt. Mit den damit einhergehenden Eingriffen werden neben Effizienzverlusten auch höhere Kosten für die Verbraucher in Kauf genommen.

## Vertrags- und Verhandlungsfreiheit

Bei der anstehenden nationalen Umsetzung setzt sich der HDE daher auch im Interesse der Verbraucher und eines freien Wettbewerbs dafür ein, dass der Gesetzgeber nicht über die europäischen Vorgaben hinausgeht. Als Durchsetzungsbehörde sollte nach Auffassung des HDE das Bundeskartellamt benannt werden, da es unbeeinflusst von politischen oder Brancheninteressen agiert und auf einschlägige, langjährige Erfahrungen verweisen kann.

---

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

# Preisautonomie

**S**eit jeher reagieren Händler auf räumliche, zeitliche oder individuelle Veränderungen am Markt mit einer differenzierten Preisgestaltung. Auch im Onlinehandel gewinnt die flexible Form der Preisgestaltung zunehmend an Bedeutung und lässt sich durch den Einsatz verschiedener Hard- und Software weiter ausbauen. Doch im Rahmen der 12. Verbraucherschutzministerkonferenz wurden „notwendige Schritte zur Stärkung des Verbraucherschutzes in der digitalen Welt“ formuliert, mit denen die Möglichkeiten einer differenzierten Preisgestaltung stark eingeschränkt würden. Auf diese Weise sollen Preisveränderungen für Verbraucher transparent werden. So sollen Onlinehändler sich außerdem dazu verpflichten, ihre Preise für eine bestimmte Mindestdauer unverändert zu lassen, die Veränderungen ihrer Preise offen zu kennzeichnen und Referenzpreise auszuweisen sowie die Bedingungen etwaiger Preisabweichungen offenzulegen.

Die deutsche Rechtsordnung sieht im Prinzip der Preissetzungsfreiheit ein Fundament der freien Wirtschaftsordnung. Diese Grundbedingung einer wettbewerbsorientierten, verbraucherfreundlichen Unternehmenstätigkeit betont auch der HDE in Bezug auf die beabsichtigten Einschränkungen. Denn schon durch die geltenden rechtlichen Bestimmungen wird den Händlern ein Rechtsrahmen vorgegeben, in dem sie sich frei bewegen und ihre Preise dem Verbraucherverhalten und Marktgeschehen anpassen können. Verbraucher werden dadurch wirksam vor unlauterem Verhalten und

Irreführungen sowie vor ungerechtfertigter Diskriminierung geschützt. Auch das Datenschutzrecht gewährleistet, dass die Kundendaten nicht unbefugt zur Preiskalkulation verwendet werden. Eine Untersuchung des „Marktwächters Digitale Welt“ der Verbraucherzentralen hat ergeben, dass weder der Wohnort noch das vom Verbraucher verwendete Endgerät einen nachweisbaren Einfluss auf die Preisgestaltung haben. Systematische Vor- oder Nachteile ließen sich für keine Kundengruppe nachweisen.

Bei der flexiblen Gestaltung von Preisen handelt es sich um einen wesentlichen Bestandteil des freien Wettbewerbs. Eine Informationspflicht über die Veränderungen der Preise oder die Bedingung einer Abweichung vom Referenzpreis wäre mit Beeinträchtigungen der Unternehmens- und Marketingstrategien von Händlern verbunden und in der Praxis nur schwer umsetzbar.

Darüber hinaus würde eine Einschränkung der flexiblen Preisgestaltung zu einer künstlich erhöhten Markttransparenz führen. Diese könnte ein abgestimmtes Wettbewerbsverhalten begünstigen, das am Ende zu höheren Verbraucherpreisen führte.

---

Dr. Peter Jens Schröder  
Bereichsleiter Recht und  
Verbraucherpolitik  
schroeder@hde.de

**D**er deutsche Einzelhandel steht in einem zusehends digitalisierten, globalen Wettbewerb – rund um die Uhr. Doch das aus dem Jahr 1994 stammende Arbeitszeitgesetz (ArbZG) bildet trotz nachträglicher Änderungen die mit der Digitalisierung und Globalisierung einhergehenden Veränderungen der Arbeitswelt nicht mehr hinreichend ab. Insbesondere die starren Regelungen zur täglichen Höchstarbeitszeit sowie zur ununterbrochenen Ruhezeit von elf Stunden pro Tag erweisen sich im Unternehmensalltag als praxisfern und überholt. Auch wenn über eine vom Gesetzgeber vereinbarte Tariföffnungsklausel neue Spielräume für tarifgebundene Unternehmen entstehen sollen und zudem eine flexiblere Gestaltung der Höchstarbeitszeit vorgesehen ist – die breitenwirksame Umsetzung bleibt angesichts der vielen damit verknüpften Bedingungen zweifelhaft. Was stattdessen nötig ist, wäre ein Wechsel von einer täglichen zu einer wöchentlichen Höchstarbeitszeit – ein kleiner, gleichwohl wirkungsvoller Schritt, den auch das EU-Recht zulässt. Denn eine solche Regelung führt direkt zu mehr Flexibilität, ohne dass sich das wöchentliche Arbeitszeitvolumen für Arbeitnehmer dadurch erhöht.

Nicht mehr zeitgemäß ist auch die in der bestehenden Regelung vorgesehene ununterbrochene tägliche Ruhezeit von elf Stunden. Ein Arbeitnehmer sollte künftig frühmorgens um 8 Uhr wieder arbeiten dürfen, auch wenn er am Vorabend zu Hause bis 22 Uhr noch einige dienstliche E-Mails bearbeitet hat. Entsprechend den Vorgaben des EU-Rechts sollten durch erweiterte Öffnungsklauseln für Kollektivregelungen, wie etwa Tarifverträge, zumindest Abweichungen von dieser Regelung erleichtert werden, die den veränderten Anforderungen an die Arbeitswelt besser entsprechen.

Im Koalitionsvertrag der Regierungsparteien wurde außerdem vereinbart, dass mobile Arbeit gefördert und erleichtert werden soll. Das Bundesministerium für Arbeit und Soziales prüft derzeit die Schaffung eines Rechtsanspruchs auf mobiles Arbeiten für Arbeitnehmer und erwägt die Einführung eines Auskunftsanspruchs mit Begründungspflicht. Mobiles Arbeiten, das auch den Anspruch auf Homeoffice umfasst, kann für viele Beschäftigte die Vereinbarkeit von Familie und Beruf verbessern. Schon heute ist die Arbeit im Homeoffice je nach Art der Arbeit gängige Praxis. So weit, so gut.

## Flexible Arbeit

Doch ein verbriefter allgemeiner Rechtsanspruch für Arbeitnehmer auf mobiles Arbeiten beziehungsweise Homeoffice geht an der Realität vorbei. Nicht nur die Tätigkeiten im stationären Einzelhandel, sondern auch im Gesundheits- und Pflegebereich oder in der Fertigung lassen sich schlichtweg nicht von zu Hause oder mobil erledigen, sondern erfordern die Präsenz der Beschäftigten vor Ort. Daher lehnt der HDE den pauschalen Rechtsanspruch auf mobiles Arbeiten oder Homeoffice ebenso ab wie die Einführung eines bürokratischen Auskunftsanspruchs mit Begründungspflicht. Es gilt, Bürokratie ab- statt auszubauen.

---

**Steven Haarke**  
Geschäftsführer Arbeit, Bildung,  
Sozial- und Tarifpolitik  
[haarke@hde.de](mailto:haarke@hde.de)

## HDE in Europa

**D**er deutsche Einzelhandel ist in Brüssel mit einer Bürokooperation vertreten, die stetig wächst. Die Unternehmen EDEKA, Kaufland, Markant, METRO, REWE Group sowie der Lebensmittelverband BVLH bündeln ihre Interessenvertretung unter dem Dach des HDE und sind so eine der effizientesten nationalen Vertretungen einer einzelnen Branche in Brüssel geworden. Die Vielzahl handelsrelevanter Themen wird auf diese Weise umfänglich begleitet und mitgestaltet, auch durch die Unterstützung von EuroCommerce, dem europäischen Dachverband des Handels.

Das europäische Themenspektrum ist umfangreich: Die Digitalisierung beschleunigt E-Commerce, Automatisierung, Big Data und Analytik, künstliche Intelligenz und Blockchain-Technologie. Ein zunehmendes Engagement der Verbraucher und eine Gesellschaft, die immer mehr auf Nachhaltigkeit und Klimaneutralität setzt, führen zu einer kontinuierlichen Weiterentwicklung bestehender Geschäftsmodelle. Neue Vertriebswege für Dienstleistungen und Waren über Plattformen, Websites einzelner Händler und Hersteller, die direkt mit Verbrauchern und gewerblichen Kunden außerhalb der traditionellen Lieferkette interagieren, erneuern die Einzelhandelslandschaft. Diese Entwicklungen üben zusätzlichen Druck auf die B2B-Beziehungen aus, insbesondere innerhalb der Lebensmittelversorgungskette, wo ein fairer Interessenausgleich sichergestellt werden muss. Innovative Konzepte für Städte der Zukunft gehören genauso zum Zielportfolio wie

ein fairer Wettbewerb nicht nur innerhalb des Binnenmarkts, sondern vor allem im globalen Maßstab mit großen Akteuren aus Drittländern, nämlich China und den USA. Wir streben nach offenen Märkten und einem globalen Handel auf der Grundlage fairer Regeln.

Nach innen informiert die Bürokooperation über handelsrelevante politische Bestrebungen und Gesetzesvorhaben auf EU-Ebene und hält zugleich die Vertreter der EU-Institutionen über die Belange des Handels auf dem Laufenden. Mit Veranstaltungen und Expertenkreisen zu Fachthemen sorgt sie für die Sichtbarkeit des Handels und stärkt den Stellenwert der Branche im europäischen Kontext. Zu den stets gut besuchten Terminen im Europa-Kalender der HDE-Vertretung gehören das Brüsseler Frühlingsfest des deutschen Handels und der Nikolausempfang. Über die Arbeit der Bürokooperation ist der HDE eng mit Vertretern anderer deutscher Wirtschaftsverbände, nationaler Handelsverbände oder europäischer Dachverbände vernetzt.

**„Der Handel agiert global, deshalb können wir nicht in alten Grenzen denken. Nationale Lösungen helfen in vielen Fällen nicht weiter.“**

**Antje Gerstein,**  
Leiterin HDE-Büro Brüssel



# Im Dialog

Der Einzelhandel ist ein Kraftfeld der deutschen und europäischen Wirtschaft. Auf diesen Ebenen verschafft der HDE vor allem den vielen kleinen und mittleren Unternehmen der Branche Gehör und ist als Ansprechpartner präsent.





**1 Chfcsache** Bundeswirtschaftsminister Peter Altmaier (Mitte) mit HDE-Präsident Josef Sanktjohanser (re.) und HDE-Hauptgeschäftsführer Stefan Genth **2 Zu Besuch beim HDE** FDP-Generalsekretärin Linda Teuteberg mit Stefan Genth **3 Empfang** Die CDU-Parteivorsitzende Annegret Kramp-Karrenbauer am Vorabend des Handelskongresses 2018 **4 Festgäste** BDA-Präsident Ingo Kramer (re.) zusammen mit Josef Sanktjohanser auf der 100-Jahr-Feier des HDE **5+7 Nikolausempfang in Brüssel** Gastrede des EU-Kommissars Günther Oettinger, der neben HDE-Vertretern auch der baden-württembergische Europaminister Guido Wolf und der CSU-Europaabgeordnete Markus Ferber (2.v.r.) lauschen **6 Ausgezeichnet** Gewinner des Deutschen Handelspreises 2018 **8 Im Diskurs** Bundesarbeitsminister Hubertus Heil beim HDE **9 Arbeitsbesuch** Bundesfinanzminister Olaf Scholz mit Josef Sanktjohanser und Stefan Genth

Fotos: HDE/Santiago Engelhardt (3)/Joerg Sarbach (3)/Kay Hirschelmann (1)/Philippe Veldeman (2)

# DIGITALE TRANSFORMATION

---

**Der Handel vollzieht eine tief greifende Transformation.** Im Zuge eines global befeuerten digitalen Wandels hat sich der Einzelhandel in Deutschland so fundamental verändert wie kaum ein anderer Wirtschaftszweig. Doch während die Umsätze im Onlinegeschäft stetig wachsen, haben die kleinen und mittleren Unternehmen der Branche zusehends Mühe, mit der Dynamik Schritt zu halten. Der HDE fordert deshalb zeitgemäße infrastrukturelle, rechtliche und politische Rahmenbedingungen, die dafür sorgen, dass die Digitalisierung eine Chance nicht nur für wenige Global Player, sondern tatsächlich für alle wird.



# Digitale Infrastruktur

**N**icht nur die anhaltenden Wachstumsraten im Onlinegeschäft zeigen: Die wirtschaftliche Leistungskraft des Einzelhandels in Deutschland ist mehr denn je von einem flächendeckenden, hochleistungsfähigen Internet abhängig. Sowohl Betrieb und Ausbau von Onlineshops als auch ein zeitgemäßes Marketing erweisen sich gerade für die kleinen und mittleren Unternehmen der Branche als entscheidende Voraussetzungen in einem Wettbewerb, der längst nicht mehr auf die Gemeinde oder die Region beschränkt ist, sondern eine globale Dynamik entfesselt hat.

Das hat auch die Bundesregierung erkannt und sich zum Ziel gesetzt, bis Ende 2019 bislang unterversorgte Gewerbegebiete endlich mit Glasfaseranschlüssen auszustatten. Die Versteigerung der Frequenzen für den neuen Standard 5G hat der Gesetzgeber mit der Auflage verknüpft, 98 Prozent der deutschen Haushalte bis 2022 mit diesem deutlich leistungsfähigeren Standard zu versorgen. Bis spätestens 2025 sollen zudem mindestens die 20 größten Städte Deutschlands mit 5G-Konnektivität ausgestattet werden. Das erklärte Ziel: eine „gigabitfähige konvergente Infrastruktur“ in Deutschland.

Gerade für den stationären Einzelhandel ist eine verlässlich gute Breitbandversorgung nichts weniger als eine Überlebensfrage. Abgesehen von

der Notwendigkeit, mit den eigenen Angeboten auf allen Kanälen präsent zu sein, entscheidet der Einsatz digitaler Technologien über den Erfolg bei der Kommunikation mit Kunden und Herstellern, die effiziente Steuerung von Geschäfts- und Logistikprozessen sowie die Nutzung innovativer Bezahlssysteme.

Der HDE setzt sich deshalb für einen konsequenten Ausbau einer flächendeckenden Breitbandversorgung mit Glasfaser ein. Denn nur so kann der Einzelhandel, seinem Selbstverständnis entsprechend, auch in Zukunft die Menschen erreichen – gerade im ländlichen Raum sowie kleinen und mittelgroßen Städten. Dort entscheidet die längst überfällige Versorgung mit digitaler Infrastruktur zugleich über die soziale und wirtschaftliche Zukunft. Denn nur dort, wo eine zeitgemäße Kommunikation über Datennetze funktioniert, können auch Arbeitsplätze entstehen – nach wie vor die entscheidende Voraussetzung von ökonomischer Dynamik. Gleichwohl sollte der anstehende Ausbau der digitalen Infrastruktur in Deutschland technologieoffen erfolgen.

---

Olaf Roik  
Bereichsleiter  
Wirtschaftspolitik  
roik@hde.de

In einer digitalisierten Welt erwarten die Kunden vom Einzelhandel maßgeschneiderte Angebote und individuelle Serviceleistungen. Händler, die diesen Ansprüchen gerecht werden wollen, sind deshalb auf Instrumente angewiesen, die Informationen an der Schnittstelle zwischen Kunden, Herstellern, Logistik und Plattformen verarbeiten können und dem Unternehmen dabei helfen, die richtigen Entscheidungen zu treffen. Dafür bietet die Digitalisierung mit künstlicher Intelligenz und algorithmenbasierten Tools die optimalen Technologien. Kein Wunder, dass gut 45 Prozent der deutschen Einzelhändler beabsichtigen, in den kommenden drei Jahren verstärkt auf KI und Algorithmen zu setzen. Neben der Planung von Geschäftsabläufen stehen dabei intelligente Bedarfsprognosen, Betrugsprävention sowie strikt kundenzentrierte Services rund um Sortimentsplanung, Preisgestaltung, Marketing, Lieferung und Kommunikation im Mittelpunkt.

Trotz der unzweifelhaften Vorteile dieser Anwendungen entzündet sich die Debatte häufig an Fragen nach einer „digitalen Ethik“ von algorithmenbasierten Lösungen. Denn sie können tatsächlich eine diskriminierende und stigmatisierende Wirkung entfalten, wenn sie fehlerhaft programmiert sind oder auf Basis verzerrender Daten trainiert wurden. Doch eine pauschale Ablehnung ist unangemessen. Der Handel muss die Möglichkeit haben, sein Angebot und seine Leistungen auf Basis von digitaler Informationsverarbeitung zu differenzieren. Neben zielgruppenspezifischen Wünschen, beispielsweise im Hinblick auf den Kleidungsstil von Kunden, erhalten Händler dadurch auch die Möglichkeit, Geschäftsrisiken und -kosten aufgrund etwaiger Zahlungsausfälle oder eines erhöhten Lieferaufwands abzuschätzen.

Der HDE weiß um die Bedeutung von Algorithmen und KI für den wirtschaftlichen Erfolg des Einzelhandels. Während nichts gegen eine externe Überprüfung von Algorithmen und algorithmischen Entscheidungen auf Rechtsverstöße spricht, lehnt der HDE einen generellen Zwang zur Offenlegung von Algorithmen ab. Derartige Eingriffe würden Unternehmen einer allgemeinen A-priori-Kontrolle unterwerfen und die Geschäftsautonomie eines jeden Händlers beeinträchtigen. Die damit verbundenen Forderungen erweisen sich zudem als Innovationshemmnis, denn Algorithmen sind längst ein entscheidender Wettbewerbsfaktor. Wenn die zugrunde liegenden Kriterien und deren Gewichtungen offengelegt werden müssen, ver-

## Künstliche Intelligenz

schwindet der Anreiz für Innovationen. Abgesehen davon, sind transparente Algorithmen manipulierbar und lassen Rückschlüsse auf sensible Geschäftsinformationen zu. Eine übertriebene Transparenzpflicht geht zudem mit erhöhtem und permanentem bürokratischem Aufwand einher – für alle Seiten. Nicht zuletzt würden deutsche Unternehmen im weltweiten Wettbewerb durch diese national begrenzte Auflage zur Offenlegung von Algorithmen erheblich benachteiligt.

---

**Stephan Tromp**  
Stellv. Hauptgeschäftsführer

[tromp@hde.de](mailto:tromp@hde.de)

# Digitale Bildung

**D**ie digitale Transformation der Wirtschaft schreitet in allen Bereichen rasant voran und verändert Arbeits- und Produktionsprozesse von Grund auf. Gerade im Einzelhandel hat diese Entwicklung bereits zu fundamentalen Umbrüchen geführt. Schon heute zeichnet sich ab, dass künftig nahezu alle Berufsbilder der Branche eine hohe Digital- und Medienkompetenz erfordern. Deshalb benötigen die Unternehmen entsprechend qualifizierte Mitarbeiter, die über alltagsübliche digitale Fähigkeiten hinaus auch professionell relevante digitale Kompetenzen mitbringen. Doch die Curricula in Schulen und weiterführenden Bildungseinrichtungen hinken diesem Bedarf im Moment hinterher. Sie entlassen zu viele Absolventen mit unzureichenden Fähigkeiten in einen Arbeitsmarkt, der immer anspruchsvollere Anforderungen an die Beschäftigten stellt.

Bildung ist der Schlüssel, um sowohl Absolventen wie auch bereits Beschäftigte für die Anforderungen in einer digitalen Welt zu rüsten. Das geht nicht ohne Investitionen in Ausstattung und Qualifizierung. Die Politik hat das Problem zwar erkannt, bleibt mit ihren konkreten Handlungsansätzen jedoch hinter den Erwartungen der Wirtschaft, vor allem des für den Standort Deutschland entscheidenden Mittelstands, zurück. Der weiß: Wer mit der technologischen Entwicklung nicht Schritt hält, verliert den Anschluss und damit seine ökonomische Leistungsfähigkeit. Insbeson-

dere der globale Wettbewerbsdruck im Einzelhandel erfordert von den Unternehmen und ihren Beschäftigten eine hohe Lernbereitschaft und ausbaufähige Fach- und Schlüsselqualifikationen für das digitale Zeitalter. Deshalb ist für die aus- und weiterbildenden Institutionen nicht nur eine zeitgemäße Ausstattung mit digitalen Medien zwingend, sondern auch ein entsprechend qualifiziertes Lehrpersonal.

Der HDE weiß um die Bedeutung gut ausgebildeter Fachkräfte für die Wettbewerbsfähigkeit des Einzelhandels. Um die Beschäftigten für die Aufgaben der Zukunft zu qualifizieren, sind entsprechende Grundlagen nötig, die das Bildungssystem vermitteln muss. Deshalb fordert der HDE, alle allgemeinbildenden und beruflichen Schulen, aber auch Hochschulen und Universitäten grundständig mit Software, IT- und Medientechnik auf der Höhe der Zeit auszustatten. Dafür müssen Bund und Länder bei der Finanzierung weiterhin eng kooperieren, Investitionsprogramme zügig umsetzen und ausbauen. Es ist zudem ein Gebot der Stunde, die Digital- und Medienkompetenz des Lehrpersonals als festen Bestandteil der Aus- und Weiterbildung zu verankern.

---

Katharina Weinert  
Abteilungsleiterin Bildungspolitik  
und Berufsbildung  
weinert@hde.de

**D**er digitale Wandel der Branche bringt zahlreiche neue Aufgaben hervor, die über das traditionelle Berufsbild des Kaufmanns/der Kauffrau im Einzelhandel hinausgehen. Der wachsende Anteil des Onlinegeschäfts am Gesamtumsatz ist mit zahlreichen neuen technischen und stark serviceorientierten Abläufen verbunden, die sich ohne systematische Kenntnisse der dafür nötigen Zusammenhänge und Technologien kaum mehr bewältigen lassen. Um den professionellen Herausforderungen eines digital befeuerten globalen Wettbewerbs mit entsprechenden Qualifikationen begegnen zu können, hat sich der HDE schon frühzeitig für die Schaffung eines neuen Berufsbilds engagiert und federführend an seiner Verankerung in der deutschen Ausbildungslandschaft mitgewirkt: Kaufmann/Kauffrau im E-Commerce.

Seit 2018 können Auszubildende diesen ersten mit der Digitalisierung einer ganzen Wirtschaftsbranche schritt haltenden Beruf erlernen. Der Kaufmann und die Kauffrau im E-Commerce, zugleich der erste neue kaufmännische Beruf seit zehn Jahren, ist ein bundesweit einheitliches und verbindliches Berufsbild, das den Anforderungen einer weltweit agierenden, interdisziplinär vernetzten Branche gerecht wird. Die große Resonanz auf dieses Angebot – schon im ersten Jahr überstieg die Zahl der Bewerber alle Prognosen – zeigt, dass der HDE mit seinem Bestreben nach unbedingter Professionalisierung auf der Höhe der Zeit ist. Und nicht nur das. Das Interesse an dem neuen Beruf wächst stetig. Der Kaufmann/die Kauffrau im E-Commerce könnte schon in wenigen Jahren zu den Top-20-Ausbildungsberufen zählen.

Die dreijährige Ausbildung umfasst neben Auswahl und Betrieb von Onlinevertriebskanälen und der Bewirtschaftung des Onlineshops auch den Um-

gang mit Social-Media-Kanälen und das dazugehörige Onlinemarketing. Diese Kompetenzen ergänzen die klassischen kaufmännischen Kenntnisse, wie Steuerung und Kontrolle, rechtliche Regelungen und betriebliche Vorgaben, insbesondere zu Informationspflichten sowie Wettbewerbsrecht. Eine große Rolle spielen außerdem Datenschutz, Markenschutz und Urheberrecht. Mit der neuen Ausbildung erhalten Internet-Pure-Player und Multi-Channel-Händler eine weitere Option, ihren durch E-Commerce wachsenden Fachkräftebedarf zu decken.

## Kaufmann/ Kauffrau im E-Commerce

Nach der Ausbildung können Kaufleute im E-Commerce in allen Unternehmen arbeiten, die Waren und/oder Dienstleistungen über das Internet anbieten und vertreiben, aber auch Unternehmen beim Aufbau einer E-Commerce-Strategie unterstützen. Die passende und bundesweit einheitliche Fortbildung „Fachwirt/-in im E-Commerce“ hat der HDE federführend mit auf den Weg gebracht. Sie wird noch 2019 im Bundesgesetzblatt veröffentlicht.

**Weitere Informationen unter:**  
[www.einzelhandel.de/ecommercekaufmann](http://www.einzelhandel.de/ecommercekaufmann)

---

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

# Mittelstand 4.0

## Kompetenzzentrum

### Handel

**D**er Einzelhandel vollzieht den digitalen Wandel so rasant und tief greifend wie kaum eine andere klassische Wirtschaftsbranche. Vor allem die kleinen und mittleren Betriebe, die hierzulande das Rückgrat des Handels bilden, stehen vor immensen Herausforderungen. Um diese Unternehmen bei der Bewältigung des fundamentalen und nicht immer einfachen Wandels zu unterstützen, hat das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie das „Kompetenzzentrum Handel“ ins Leben gerufen. Unter der Federführung des HDE haben sich darin mehrere Akteure aus der angewandten Forschung zusammengeschlossen, um die Händler mit Expertenwissen und Weiterbildungsangeboten zu versorgen. Mit dabei sind namhafte Wissenschaftsinstitutionen wie das ibi research an der Universität Regensburg, das IFH Köln und das EHI Retail Institute. Händler können sich im Kompetenzzentrum individuell und kostenfrei über Wege zur Digitalisierung ihres Unternehmens informieren.

Das deutschlandweite Angebot umfasst unter anderem Workshops, Unternehmersprechstunden, Podcasts zu aktuellen Handelsthemen, Checklisten und Infomaterialien. Außerdem wird das

„Kompetenzzentrum Handel“ mit dem Digital-Mobil Handel (DiMo) auf Tour gehen und digitale Lösungen zum Ausprobieren in die Regionen bringen. In Erlebniszentren in Berlin, Regensburg, Köln und Langenfeld können Händler digitale Lösungen ausprobieren und testen. Als Teil der Mittelstand-Digital-Initiative des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie ist die neu geschaffene Anlaufstelle für Einzelhändler in das bestehende Netzwerk von Mittelstand 4.0 – Kompetenzzentren eingebunden.

Weitere Informationen unter:  
[www.kompetenzzentrumhandel.de](http://www.kompetenzzentrumhandel.de)

**„Der Handel ist ohne Digitalisierung nicht mehr möglich. Insbesondere kleine und mittlere Unternehmen können die Digitalisierung nicht aus eigener Kraft stemmen.“**

**Stephan Tromp,**  
Stellv. HDE-Hauptgeschäftsführer



**Los geht's:** Das DigitalMobil (o.) mit den Geschäftsführern des Kompetenzzentrums Frank Rehme (re.) und Georg Wittmann sowie Staatssekretär Ulrich Nussbaum (Mitte). HDE-Hauptgeschäftsführer Stefan Genth im Dialog mit Ulrich Nussbaum und Frank Rehme (Foto li.).

---

Weitere Informationen unter:  
[www.kompetenzzentrumhandel.de](http://www.kompetenzzentrumhandel.de)



# Im Dialog

Der HDE steht in Sachen Digitalisierung im ständigen Austausch mit Politik und Wirtschaft. Die Vertreter des Verbands sind gern gesehene Gäste und Impulsgeber auf Fachveranstaltungen und Kongressen, wo sie den Schulterschluss mit Experten und Entscheidern suchen. Und auch als Gastgeber wird der HDE geschätzt.



Fotos: HDE/Joerg Sarbach (2)/Santiago Engelhardt (7)



5



6



7



8



9

**1 Auf dem FDP-Parteitag** HDE-Vertreter mit Wolfgang Kubicki, dem Vizepräsidenten des Bundestags **2 Auf ein Wort** Die heutige Europaabgeordnete Nicola Beer, FDP, beim Deutschen Handelskongress 2018 **3 Zu Gast beim HDE** Bundeswirtschaftsminister Peter Altmaier **4 Auf Augenhöhe** Der stellvertretende HDE-Hauptgeschäftsführer Stephan Tromp (li.) und Christian Bärwind von Google **5 Ausgezeichnet** Auf dem Handelskongress 2018 erhält die IDEE GmbH den Innovationspreis des Handels **6 Im Austausch** Ralph Brinkhaus, Fraktionsvorsitzender der CDU/CSU, mit HDE-Präsident Josef Sanktjohanser (re.) **7 Forum Handel 4.0** Stephan Tromp im Gespräch über künstliche Intelligenz und Cybersicherheit **8 Vorgestellt** Das Berufsbild E-Commerce-Kaufmann auf der didacta in Köln **9 Guter Dinge** HDE-Präsident Josef Sanktjohanser (re.) mit Katja Suding, FDP (2. v. r.), Danyal Bayaz von den Grünen (4. v. r.) und HDE-Hauptgeschäftsführer Stefan Genth (2. v. l.) auf dem Parlamentarischen Abend des HDE

# DEMOGRAFISCHER WANDEL

---

**Schon heute lassen sich die Herausforderungen**, vor denen der Handel steht, nur mit gut ausgebildeten und hochkompetenten Fachkräften bewältigen. Gleichzeitig zeichnet sich durch demografische Verschiebungen ein wachsender Mangel an Nachwuchskräften ab. Der HDE setzt daher auf eine Stärkung bewährter Aus- und Weiterbildungsstrukturen und begrüßt das Fachkräfteeinwanderungsgesetz. Auch die demografische Unwucht zwischen alternden Regionen und boomenden Großstädten verlangt nach politischen Lösungen. Denn der Handel kann seinem Versorgungsauftrag nur gerecht werden, wenn die Rahmenbedingungen stimmen.



# Karriere im Einzelhandel

**D**er deutsche Einzelhandel hat sich in den vergangenen Jahren als Beschäftigungsmotor erwiesen. Mit derzeit mehr als drei Millionen Beschäftigten – Tendenz steigend – gehört die Branche zu den wichtigsten Akteuren auf dem Arbeitsmarkt. Der Einzelhandel ist einer der größten Arbeitgeber in Deutschland. Doch abgesehen von den bemerkenswerten Zahlen, ist der Einzelhandel mit dieser positiven Entwicklung nach wie vor auch eine entscheidende Stütze der sozialen Marktwirtschaft. Denn es handelt sich bei den jüngst geschaffenen und derzeit neu entstehenden Stellen nahezu ausschließlich um sozialversicherungspflichtige Beschäftigungsverhältnisse. Im gleichen Zug ist die Anzahl der geringfügig Beschäftigten in den Betrieben und Unternehmen der Branche seit Jahren rückläufig. Verglichen mit anderen Wirtschaftszweigen, ragt der Handel auch im Hinblick auf die Chancengleichheit hervor: Die Zahl der Frauen in Führungspositionen liegt über dem Durchschnitt.

Angesichts der sich abzeichnenden Engpässe am Arbeitsmarkt stellt deshalb das im März 2020 in Kraft tretende Fachkräfteeinwanderungsgesetz die richtigen Weichen, denn es schafft einen Rah-

men für eine zukunftsorientierte Zuwanderung von Fachkräften aus Drittstaaten. Auch für den Einzelhandel wird es dadurch künftig leichter werden, Fachkräfte auch aus Nicht-EU-Ländern anzuwerben. Ob damit tatsächlich eine größere Anzahl an ausländischen Fachkräften in der Branche eingestellt werden kann, bleibt angesichts der tatsächlichen und bürokratischen Hürden allerdings abzuwarten. Dies betrifft insbesondere die hohen Anforderungen an die deutschen Sprachkenntnisse, aber auch die Umsetzungsdefizite, vor allem hinsichtlich langer Wartezeiten für die Erteilung von Visa in den deutschen Auslandsvertretungen. Für die Unternehmen des deutschen Einzelhandels gilt es umso mehr, die Vereinbarkeit von Familie und Beruf zu verbessern und die eigenen Arbeitskräfte über Fort- und Weiterbildung für die neuen Herausforderungen zu qualifizieren.

---

Steven Haarke  
Geschäftsführer Arbeit, Bildung,  
Sozial- und Tarifpolitik  
haarke@hde.de

**N**ach wie vor entscheiden sich Schulabgänger hierzulande gern für einen Beruf im Handel. Im dualen Ausbildungssystem kann die Branche allein mit ihren Schlüsselqualifikationen „Kaufleute im Einzelhandel“ und „Verkäufer“ jährlich gut zehn Prozent aller in Deutschland abgeschlossenen Ausbildungsverträge für sich verbuchen – eine beachtliche Zahl. Doch im Zuge des demografischen Wandels und angesichts eines anhaltenden Trends zur Akademisierung wird die Gewinnung von Nachwuchs immer schwerer. Auch wenn die mehr als 60 Berufsbilder im Einzelhandel beliebt sind – gegenwärtig bleiben viele Ausbildungsplätze unbesetzt. Eine Ursache dafür sieht der HDE in der relativen Geringschätzung einer Berufsausbildung gegenüber einem Hochschulstudium.

Es gilt daher, in der öffentlichen Debatte die Gleichwertigkeit beruflicher und akademischer Bildung zu unterstreichen; nicht zuletzt durch die Wertschätzung der Karrieren von der sprichwörtlichen Pike auf. Denn gerade im Einzelhandel eröffnet eine abgeschlossene Ausbildung so vielfältige Aufstiegsmöglichkeiten wie in kaum einer anderen Branche. Davon erzählen nicht wenige Berufsbiografien in den Vorständen und Führungsetagen von Handelsunternehmen: Über 80

**JETZT SCHON  
PROFI.DE**

Mit Unterstützung von 17 Handelsunternehmen hat der HDE die digitale Azubi-Kampagne „jetzt schon Profi“ aufgelegt, die seit Juni 2019 über die zahlreichen Ausbildungs- und Karrierechancen im Einzelhandel informiert.

**Mehr unter: [www.jetztschonprofi.de](http://www.jetztschonprofi.de)**

Prozent der Beschäftigten in leitenden Positionen haben ihre Laufbahn als Lehrling begonnen.

Im sich verschärfenden Wettbewerb um den Nachwuchs hat der Handel gleichwohl aufgeholt. Mit den modernisierten Berufsbildern für Kaufleute im Einzelhandel, dem neu geschaffenen Ausbildungsberuf „Kaufmann/Kauffrau im E-Commerce“ sowie der in Kürze startenden Fortbildung „Fachwirt/-in im E-Commerce“ bietet die Branche leistungsfähige und interdisziplinär anschlussfähige Qualifikationen. Die branchenspezifischen Abiturientenprogramme, deren Absolventen nach drei

## Stärkung des dualen Ausbildungssystems

Jahren praxisnaher Aus- und Fortbildung für Führungsaufgaben qualifiziert sind, bewähren sich als Karrieregarant und attraktive Alternative zu einem akademischen Studium.

Der Handel ist mit der Digitalisierung zu einem technologiegetriebenen, international operierenden Wirtschaftszweig geworden, der auf entsprechend qualifiziertes Personal angewiesen ist. Ob Marketing, IT, Logistik oder Design – im Handel erwarten Absolventen auch dieser Fachrichtungen spannende Aufgaben. Damit bietet die Branche eine große Vielfalt an Ein- und Aufstiegsmöglichkeiten für ein unerreicht breites Spektrum von Abschlüssen und Qualifikationen.

---

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

# Standortpolitik für gleichwertige Lebensverhältnisse

**A**ngesichts der ungleichen Entwicklung von boomenden Metropolen einerseits und zusehends verödenen ländlichen Regionen andererseits lässt sich das grundgesetzlich verankerte Versprechen gleichwertiger Lebensverhältnisse nur mehr mit erheblichen Anstrengungen einlösen. Während Großstädte mit Wohnungsknappheit und überlasteten Infrastrukturen zu kämpfen haben, leiden Dörfer und Kleinstädte in der Fläche unter Leerstand, defizitären Verkehrsangeboten und Versorgungsengpässen. Das betrifft auch den Einzelhandel. Wo durch den Wegzug von Menschen die Kaufkraft schwindet, kann auch kein Händler bestehen.

Durch Geschäftsaufgaben und Leerstand büßen kleine Gemeinden noch mehr an Attraktivität ein, der Abwanderungsdruck erhöht sich weiter – ein Teufelskreis. Dieser Dynamik kann der Einzelhandel allein nicht genug entgegensetzen. Der HDE fordert deshalb eine koordinierte Standortpolitik, die den ländlichen Raum mithilfe von Investitionen endlich rehabilitiert. Ein entscheidender Faktor dabei ist neben dem Ausbau der Verkehrswege eine flächendeckende Breitbandversorgung – zur Stärkung der ansässigen Akteure wie auch zur Entstehung neuer Arbeitsplätze. Zudem müssen staatliche Behörden und Hochschulen gezielt als Kristallisationskerne im ländlichen Raum angesiedelt werden. Es geht um nicht weniger, als

den Menschen ein Lebensmodell „ländlicher Raum“ zu eröffnen. Das Paradigma vom Wohnstandort, der dem Arbeitsplatz entsprechend gewählt wird, gehört im Zeitalter der Digitalisierung auf den Prüfstand. Denn mit der flächendeckenden Breitbandversorgung ließe sich ein Umkehrschub schaffen: Die Arbeit folgt dem Wohnen. Und wo Menschen leben, ist auch der Einzelhandel gefragt. Er muss sich in diesem ganzheitlichen Konzept als Versorger und Adresse von Kommunikation und Begegnung begreifen. Doch nicht nur lokale Händler würden von einer Wiederbelebung des ländlichen Raums profitieren. Eine höhere Kundendichte bedeutet auch eine entsprechende Nachfrage für Dienstleistungen und Handwerk, die sich positiv auf die Wirtschaftsleistung der Regionen auswirkt. Die Frage nach Versorgungsengpässen, z. B. durch die Konsolidierung von Filialnetzen, wäre damit obsolet – denn wo der Kunde ist, ist auch der Handel.

**„Für viele Bürger ist der Verlust des lebendigen Stadtzentrums auch ein Verlust ihrer Heimat.“**

**Michael Reink,**  
Bereichsleiter Standort- und Verkehrspolitik



# Im Dialog

Vitale Innenstädte und lebendige Regionen sind ohne Einzelhandel undenkbar. Deshalb ist der HDE die erste Adresse, wenn es um Lösungen für Logistik, Handelskonzepte und Fachpersonal geht. Der Verband ist mit seinen Vertretern auf vielen Podien vertreten und bei der Durchsetzung neuer Ideen stets ganz vorn dabei.





5



6



7



8



9

**1 Stadtgespräch** Auf dem FDP-Parteitag geht es MdB Manfred Todtenhausen (Mitte) und Michael Reink vom HDE (re.) um Innenstädte **2 Gesicht des Handels 2018** Preisträgerin Julia Martin aus der BIOase in Zittau **3 Morgenstunde** Beim Parlamentarischen Frühstück dreht sich alles um die Situation der Innenstädte **4 Hoher Gast** Bundespräsident Frank-Walter Steinmeier auf der 100-Jahr-Feier des HDE **5 In Brüssel** HDE-Hauptgeschäftsführer Stefan Genth auf dem Herbstfest des deutschen Handels **6 Raumfragen** Der damalige Staatssekretär Gunther Adler auf dem Handelsimmobilienkongress über die Bedeutung vitaler Städte **7 In Bewegung** Bundesverkehrsminister Andreas Scheuer (5.v.l.) unterstützt die Nachwuchsstrategie für sicheren Lkw-Verkehr **8 Stores of the Year 2019** Ehrung für die besten Ladenkonzepte **9 Lektüreempfehlung aus erster Hand** Auf der 100-Jahr-Feier des HDE überreicht Josef Sanktjohanser die HDE-Jubiläumspublikation KAUFEN an Bundespräsident Frank-Walter Steinmeier

# GESELLSCHAFT- LICHE VERANTWORTUNG

---

**Ob Klimawandel, Ressourcen- und Umweltschutz oder faire Arbeitsbedingungen** – der deutsche Einzelhandel als integraler Bestandteil eines globalen Wirtschaftskreislaufs weiß um seine Verantwortung für die kommenden Generationen. Der HDE hat mit Initiativen wie der Klimaschutzoffensive und dem Textilbündnis wirksame Maßnahmen auf den Weg gebracht, die sich schon jetzt positiv auf die Gestaltung von Lieferketten und die Umweltbilanz der Branche auswirken. Sie zeigen nicht zuletzt, dass Verbote dort unnötig sind, wo Verantwortungsbewusstsein und branchenspezifische Sachkenntnis zu Entscheidungen führen, die am Ende allen zugutekommen.



# Energiewende und Klimaschutz

**D**er Schutz des Erdklimas ist ein welt-politisches Anliegen, das ein breites Engagement auf allen Ebenen von Politik, Wirtschaft und Gesellschaft erfordert. Auch der Einzelhandel als global agierende Branche sieht sich in der Pflicht, seinen Beitrag für eine effektive Verringerung von Treibhausgasen und klimaschädlichen Emissionen zu leisten. Entscheidend für den Erfolg dieser Anstrengungen sind die richtigen politischen Weichenstellungen. Mit dem jüngst beschlossenen Klimaschutzpaket der Bundesregierung nimmt die notwendige Besteuerung von CO<sub>2</sub> nun endlich konkrete Formen an – ein überfälliger Schritt in die richtige Richtung. Zu bedenken wäre von politischer Seite, im Zuge der Einführung eines CO<sub>2</sub>-Preises das Erneuerbare-Energien-Gesetz (EEG), die Stromsteuer und das Kraft-Wärme-Kopplungsgesetz zu streichen, die Verbraucher und Unternehmen zwar finanziell erheblich belastet haben, sich in ihrer Lenkungswirkung jedoch als wenig effizient erweisen. Der HDE bewertet daher die neu aufgesetzten Förderprogramme in Sachen Energieeffizienz als positiv; insbesondere das Ausschreibungsmodell für Effizienzmaßnahmen, an dessen Ausarbeitung der HDE mitgewirkt hat.

Doch trotz der erkennbaren Fortschritte ist noch viel zu tun. So wird das im Koalitionsvertrag formulierte Ziel, 100.000 Elektroladesäulen neu zu schaffen, weit verfehlt. Aktuell sind rund 18.000

Ladepunkte in Deutschland installiert. Eine Förderung von Ladesäulen auf den beschränkten Parkplätzen von Einzelhandelsstandorten ist derzeit nicht möglich. Der HDE hat erfolgreich darauf hingearbeitet, dass Anfang 2020 eine Förderrichtlinie zur Förderung von Ladesäulen auf privaten Grundstücken beschlossen wird, von der auch der Handel profitieren soll. Doch die ehrgeizigen Vorgaben der Energiewende lassen sich unter den gegenwärtigen Bedingungen noch nicht erreichen. So verhindern die Regelungen zu Abstandsflächen den notwendigen Ausbau von Anlagen zur nachhaltigen Energieerzeugung.

Einer Anpassung an die neuen Rahmenbedingungen bedürfen auch die bislang geltenden Ausnahmen für die energieintensive Industrie bei der EEG-Finanzierung. Im Bereich der Stromnetze konnte indes schon eine Anpassung der Netzanschlussverordnung erreicht werden. Das kann zu beträchtlichen Entlastungen des Handels führen.

---

Lars Reimann  
Abteilungsleiter  
Energiepolitik und Umwelt  
reimann@hde.de

**F**ür das Jahr 2030 prognostiziert das Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur ein steigendes Aufkommen bei allen Verkehrsarten und –trägern. Anders formuliert: Pendler-, Liefer- und Reiseverkehr wachsen, und damit steigt die Nutzung von Straße, Schiene, Luft und Wasser weiter an. Vor allem in hochverdichteten Städten ist der weitere Ausbau der Verkehrsinfrastruktur aufgrund fehlender räumlicher Ressourcen aber nicht möglich. Daher muss es beim Mobilitätswandel um Effizienzsteigerung, die Entflechtung von Verkehr sowie um die intelligente Vermeidung von Verkehr gehen.

Davon ist der Einzelhandel gleich doppelt betroffen. Zum einen hängt seine Leistungsfähigkeit von einer komplexen Logistik ab, zum anderen müssen die Kunden den Handel erreichen können. Gerade die kleinen und mittleren Betriebe in der Fläche, durch die Onlinekonkurrenz ohnehin unter Druck, sind dafür auf integrierte Mobilitätslösungen angewiesen. Im Hinblick auf eine mit den Zielen der Mobilitätswende vereinbare leistungsfähige Handelslogistik schlägt der HDE vor, zur Entlastung der Verkehrslastspitzen die Möglichkeiten einer Nachtbelieferung zu prüfen. Um Pendler- und Lieferaufkommen zeitlich zu entflechten, könnte die Warenanlieferung in Geschäfte und Filialen des Handels in verkehrsarmen Nebenzeiten erfolgen. Um Lärmbelastungen effektiv zu vermeiden, sollten dafür zertifizierte geräuscharme Lkw und Anlieferungsverfahren zum Einsatz kommen.

Doch auch das wachsende Onlinegeschäft verlangt angesichts eines permanent überforderten Straßenraums nach tragfähigen Mobilitätslösungen.

Speziell ausgewiesene Ladezonen oder innovative Konzepte für den Fahrradlieferverkehr können dabei ebenso Abhilfe schaffen wie die Schaffung von Mikro-Depots.

Die Erreichbarkeit der Handelsstandorte für die Kunden erfordert integrale Verkehrskonzepte, die alle Verkehrsträger umfassen: Auto inklusive Carsharing, ÖPNV, Fahrrad und Fußwege. Der Einzelhandel ist wie kaum eine andere Branche auf eine leistungsfähige Mobilität im Hinblick sowohl auf die Logistik als auch auf seine Kunden angewiesen. Umso wichtiger sind Lösungen, die beide

## Mobilitätswandel

Seiten nicht gegeneinander ausspielen, sondern integrieren. So gilt es zur Sicherung der Versorgung, Fahrverbote für Lieferverkehre zu verhindern. Zugleich unterstreicht der HDE seine Forderung nach technologieoffenen Lösungen für den nach wie vor unverzichtbaren Einsatz von schweren Lkw mit Verbrennungsmotor, für den derzeit noch keine praxistaugliche Alternative in Sicht ist. Eine rasche Umstellung der Fahrzeugflotten ist deshalb für den Handel nicht möglich. Daher benötigen die Handelsunternehmen und ihre Dienstleister Ausnahmegenehmigungen, um auch mit älteren, gegebenenfalls noch nicht Euro-VI-zertifizierten Fahrzeugen die Lieferungen aufrechtzuerhalten.

---

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

# Faire Produktions- und Lieferketten

**D**er deutsche Einzelhandel ist sich seiner Verantwortung für die Achtung von Menschenrechten und die Verbesserung der Arbeitsbedingungen innerhalb seiner Wertschöpfungs- und Lieferketten bewusst. Unternehmen nehmen diese Verantwortung im Rahmen ihrer Möglichkeiten wahr und engagieren sich auf vielfältige Art und Weise. Gleichwohl stehen Handelsunternehmen aller Größenordnungen vor der Herausforderung, den gestiegenen Anforderungen von Politik und Gesellschaft hinsichtlich Transparenz und Nachhaltigkeit gerecht zu werden.

Um gemeinsam mit Stakeholdern aus Politik, Wirtschaft und Zivilgesellschaft die komplexen Probleme in der globalen Lieferkette anzugehen, haben sich zahlreiche Unternehmen sogenannten Multi-Stakeholder-Initiativen angeschlossen. Solche Initiativen widmen sich gesetzlichen „Blind Spots“ und sind trotz freiwilliger Selbstverpflichtungen von absoluter Verbindlichkeit. Freiwillige Initiativen der Wirtschaft führen mitunter schneller zu Ergebnissen als Gesetze. Sie müssen daher in politischen Prozessen angemessen berücksichtigt werden. Eine intelligente Flankierung durch staatliche Maßnahmen kann die Wirkung verstärken. Dennoch darf es nicht die Aufgabe von Unternehmen sein, die Einhaltung nationaler Gesetze und internationaler Standards innerhalb

einer globalen Liefer- und Wertschöpfungskette durchzusetzen.

Nationale Regulierungsansätze, wie in der aktuellen Diskussion über menschenrechtliche Sorgfaltspflichten von Unternehmen in ihren internationalen Lieferketten gefordert, lehnt der HDE deshalb entschieden ab. Dies führt lediglich zu innerschulischen Wettbewerbsverzerrungen. Der HDE setzt sich für die Schaffung eines globalen Level-Playing-Field und somit Wettbewerbsgleichheit auf internationalen Märkten ein. Hinsichtlich einer effektiven Wirkung auf menschenrechtliche Aspekte in Lieferketten sollte sich auch die Bundesregierung im Rahmen der EU bzw. der UN für gesamteuropäische und globale Lösungen einsetzen.

**„Freiwillige Initiativen der  
Wirtschaft wirken mitunter  
schneller als Gesetze.“**

**Kai Falk,**  
Geschäftsführer  
Kommunikation und Nachhaltigkeit

# Bündnis für nachhaltige Textilien

**D**as Bündnis für nachhaltige Textilien ist ein freiwilliger Zusammenschluss von derzeit knapp 90 Unternehmen, die sich für bessere und faire Arbeits- und Produktionsbedingungen in den globalen Lieferketten der Textilindustrie einsetzen. Denn die ökologischen und sozialen Aufgaben sind viel zu komplex, als dass sie ein einzelnes Unternehmen allein lösen könnte. Und die Erfolge der Initiative zeigen, dass freiwillige Verpflichtungen auf Basis einer gemeinsamen Verantwortung allemal wirksamer sind als Vorschriften und staatliche Regulierung. Unternehmen und Organisationen der Textilbranche sollten Mitglied im Textilbündnis werden, weil substantielle Verbesserungen in der Lieferkette mit Einzelmaßnahmen nicht zu erreichen sind. Zudem wird ein erfolgreiches, risikobasiertes Management der Lieferkette auf der Grundlage der im Bündnis umgesetzten Sorgfaltspflichten immer mehr zu einem entscheidenden Erfolgsfaktor für die Geschäftsentwicklung.

Der Bündnisansatz ermöglicht es den Mitgliedern, die immer lauter artikulierten politisch-gesellschaftlichen Anforderungen an eine verantwortungsvolle Unternehmensführung nachweislich zu erfüllen. Es geht darum, die Lieferkette zu kennen, dort Risiken und negative Auswirkungen zu minimieren und auf dieser Grundlage neue, nachhaltigere Geschäftsideen zu entwickeln – eine Zukunftsstrategie.

Freiwilligkeit und Verbindlichkeit schließen sich im Textilbündnis nicht aus, sondern ergänzen sich. So verpflichten sich die Mitgliedsunternehmen, ihre Produzenten und Geschäftspartner zur Einhaltung der sozialen und ökologischen Bündnisziele. Dazu zählen Vereinigungsfreiheit, Verbot von Kinder- und Zwangsarbeit sowie Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz. Seit 2019 verpflichten sich die Mitglieder des Bündnisses, den Beschäftigten in der Lieferkette existenzsichernde Löhne zu zahlen und im Bereich Umwelt- und Chemikalienmanagement die Auflagen der Bündnis-MRSL (eine Liste erlaubter Chemikalien) sowie spezifische Abwasserstandards einzuhalten.

Bis 2020 wollen alle Mitglieder mindestens 35 Prozent nachhaltige Baumwolle einsetzen; davon sollen zehn Prozent der Gesamtmenge Bio-Baumwolle sein. Bis 2025 soll der Gesamtanteil nachhaltiger Baumwolle auf insgesamt 70 Prozent steigen, der von Biobaumwolle auf 20 Prozent. Mit diesen konkreten Maßnahmen handeln unsere Unternehmen gemeinsam im Sinne einer nachhaltigen Verbesserung der Bedingungen in der textilen Lieferkette.

---

**Anne Kathrin Göbel**  
Corporate Social Responsibility  
goebel@hde.de

# Verpackungsvermeidung und Ressourcenschutz

**D**ie Bemühungen des deutschen Einzelhandels, die Verpackungsmenge spürbar zu reduzieren und das Recycling-Prinzip zu stärken, zeigen Erfolg. Binnen weniger Jahre haben Handelsunternehmen Tausende Tonnen an Verpackungen eingespart – durch gezielte Materialreduktion bei den Eigenmarkenverpackungen sowie die Vergrößerung des Angebots an unverpackten Produkten.

Um die nach wie vor nötigen Verpackungen besser recyceln zu können, haben alle großen Handelsunternehmen Pläne für eine verbesserte Recyclingfähigkeit ihrer Eigenmarkenverpackungen vorgestellt. Der Anteil von recyceltem Plastik in Eigenmarkenverpackungen steigt stetig und erreicht beispielsweise bei bestimmten PET-Mineralwasserflaschen oder Waschmittelverpackungen schon 100 Prozent. Doch auch Augenmaß ist gefragt. So darf die Verringerung von Verpackungen zum einen nicht dazu führen, dass die Lebensmittelsicherheit gefährdet ist oder die Haltbarkeit von Lebensmitteln beeinträchtigt wird. Zum anderen ist der Ökobilanz wenig gedient, wenn beispielsweise Plastik durch weniger gut recycelbare Stoffe ersetzt wird.

Dass der Handel seine Verantwortung in Sachen Ressourcenschonung und Müllvermeidung ernst nimmt, zeigt sich am Verbrauch der Kunststoff-

tragetaschen. Um deren Verbrauch EU-weit nachhaltig zu reduzieren, wurde im Jahr 2015 die EU-Richtlinie über Verpackungen und Verpackungsabfälle geändert. Anstelle eines generellen Verbots von Plastiktüten steht den Mitgliedstaaten die Entscheidung über entsprechende Maßnahmen zu ihrer Reduktion frei. Dank der 2016 durch den HDE initiierten Selbstverpflichtung konnte in Deutschland eine gesetzliche Pflicht zur Besteuerung von Tragetaschen zunächst verhindert werden. Die Anzahl der verbrauchten Plastiktüten hierzulande hat sich seither um zwei Drittel reduziert. Dennoch hat die Bundesregierung ein gesetzliches Verbot von Kunststofftragetaschen beschlossen. Der HDE sieht darin einen klaren Vertrags- und Vertrauensbruch. Denn ein Verbot von Kunststofftragetaschen ist aufgrund der deutlichen Reduzierung seit 2016 nicht nur unnötig, sondern ökologisch unsinnig, da umweltfreundlichere Alternativen fehlen.

---

Benjamin Peter  
Umweltpolitik  
peter@hde.de

# HDE- Klimaschutzoffensive

**M**it einer eigenen Klimaschutzoffensive setzt sich der deutsche Einzelhandel das Ziel, über konkrete Einsparungen und den nachhaltigen Umbau von Betrieben und Prozessen gut 300.000 Tonnen CO<sub>2</sub> einzusparen. Der HDE hat mit dieser Initiative nicht nur die großen, sondern vor allem die kleinen und mittelständischen Unternehmen der Branche für eines der wichtigsten gesellschaftlichen Anliegen gewonnen.

Über konkrete Maßnahmen werden die Betriebe dabei unterstützt, eigene Klimaschutzziele zu verfolgen und auf diese Weise dazu beizutragen, den Einzelhandel in absehbarer Zeit zu einem nachhaltigen, verantwortungsbewusst handelnden Wirtschaftszweig umzubauen. Anhand praktischer Anleitungen und Best-Practice-Beispiele haben Händler die Möglichkeit, den Energieverbrauch ihrer

Flächen zu prüfen, Investitionen zu planen und zu kalkulieren sowie die in ihrem Unternehmen eingesetzten Technologien und Prozesse nachhaltig umzugestalten.

Der HDE informiert deutschlandweit in Veranstaltungen, Workshops und Vorträgen über das Angebot der Klimaschutzoffensive und steht interessierten Unternehmen als Ansprechpartner zur Verfügung.

**„Die Klimaerwärmung ist eine gesamtgesellschaftliche Aufgabe. Seit 1990 hat der Handel seinen CO<sub>2</sub>-Ausstoß halbiert.“**

**Lars Reimann,**  
Abteilungsleiter Umwelt-  
und Energiepolitik



KLIMA-  
SCHUTZ-  
OFFENSIVE  
DES HANDELS

---

Weitere Informationen unter:  
[www.hde-klimaschutz.de](http://www.hde-klimaschutz.de)

# Im Dialog

Gesellschaftliche Großaufgaben wie der Klimaschutz lassen sich nur mit guten Partnern angehen. Der HDE kann sich für seine zahlreichen Initiativen auf gute Verbündete aus Wirtschaft, Politik und Zivilgesellschaft verlassen.





**1 Im grünen Bereich** Auf dem Grünen-Parteitag besucht Katharina Schulze, Fraktionsvorsitzende der Grünen in Bayern, den HDE-Stand **2 Draußen** Marie-Luise Dött, umweltpolitische Sprecherin der CDU-Bundestagsfraktion, auf dem HDE-Sommerfest **3 Auftaktrede** Stephan Tromp auf dem Food Safety Kongress **4 Austausch** HDE-Vertreter diskutieren mit Marie-Luise Dött über Nachhaltigkeit **5 Gern gesehen** Renate Künast von den Grünen mit Stefan Genth **6 Wirtschaftsfaktor Nachhaltigkeit** Der FDP-Vorsitzende Christian Lindner mit HDE-Vertreter Lars Reimann (li.) auf dem FDP-Parteitag **7 Glanzvoll** Bundespräsident Frank-Walter Steinmeier mit Josef Sanktjohanser und Moderatorin Judith Rakers auf der HDE-Jubiläumsfeier **8 Visite beim HDE** Grünen-Parteivorsitzender Robert Habeck (Mitte) mit Verbandsvertretern auf dem Grünen-Parteitag **9 Thema Mobilität** Cem Özdemir von den Grünen zu Gast beim HDE



# Handelswissen

Verlässliche Wirtschaftsdaten und fundierte Analysen sind für Unternehmen, Politik, Verbände und Öffentlichkeit von hoher Bedeutung. Der HDE ist der Ansprechpartner für Wissen rund um den Einzelhandel. Ganz egal, ob es um Existenzgründungen, Fragen der Unternehmensfinanzierung oder Tarifverhandlungen geht – gerade in Zeiten eines rasanten Strukturwandels sind Entscheider auf belastbare Informationen, solide Daten und Auswertungen angewiesen.

## ZAHLENSPIEGEL

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



## ONLINE-MONITOR

[www.einzelhandel.de/online-monitor](http://www.einzelhandel.de/online-monitor)



## KONSUMMONITOR

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



## BRANCHENREPORTS

[www.einzelhandel.de/publikationen-hde](http://www.einzelhandel.de/publikationen-hde)

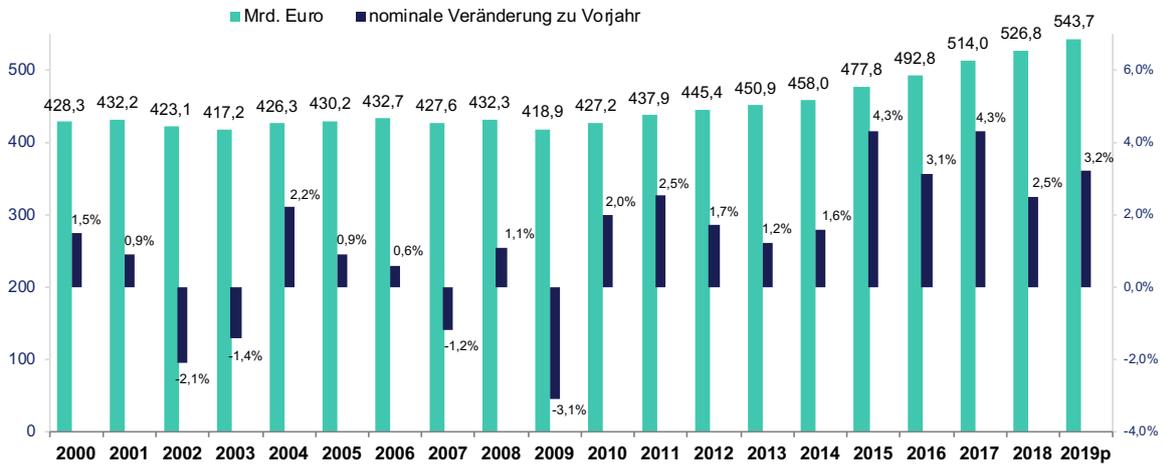


## KONSUMBAROMETER

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



## Seit zehn Jahren wachsende Umsätze



Quelle: Statistisches Bundesamt; HDE-Berechnungen; HDE-Prognose 2019 (p); ohne Umsatzsteuer; vorläufige Daten; Einzelhandel ohne Kfz, Tankstellen, Brennstoffe, Apotheken

## Umsatz im Online-Handel wächst weiter B2C-E-Commerce in Mrd. Euro

Umsatz in Mrd. Euro

Veränderung zu Vorjahr in %



Quelle: HDE-Prognose; IFH, ohne Umsatzsteuer



### 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:** Cornelia Dörries - **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, Jan Leiskau  
**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



