



HDE  
Handelsverband  
Deutschland

# Investitionen in die Zukunft

*FACHKRÄFTE*

*KLIMASCHUTZ*



*DIGITALISIERUNG*



*INNENSTÄDTE*

# Inhalt

- 03 HOHER INVESTITIONSBEDARF
- 06 WIRTSCHAFTSPOLITIK
- 08 DIGITALISIERUNG
- 14 KLIMASCHUTZ
- 22 BILDUNG & PERSONAL
- 26 INNENSTÄDTE
- 32 KONTAKT



# Hoher Investitionsbedarf

Viele Einzelhandelsunternehmen sind aktuell nicht in der Lage, notwendige Zukunftsinvestitionen, etwa in die digitale Transformation, den Klimaschutz oder ihre Standorte aus eigener Kraft zu stemmen. Grund hierfür sind die Auswirkungen der Krisen der letzten Jahre, die den Einzelhandel bis heute stark belasten.

Wenngleich sich die Händler der Investitionsnotwendigkeiten bewusst sind, lässt die wirtschaftliche Situation vielfach keinen Spielraum, um in die Zukunftsfähigkeit der Geschäfte zu investieren. Vor allem der mittelständische Einzelhandel und damit hunderttausende von gesunden und gut geführten Unternehmen müssen jedoch investieren, um im harten Wettbewerb bestehen zu können.

Gefordert sind daher auch Investitionshilfen als wichtige Voraussetzung für höheres Engagement. Besonders gefragt sind Investitionen in eine bessere städtische Infrastruktur (41 % der Befragten), finanzielle Zuschüsse für Geschäftsausstattung und Prozesse (38 %) und Digitalisierungshilfen (36 %). Wichtig halten die Unternehmen auch Maßnahmen zur Förderung von Klimaschutz und Nachhaltigkeit (33 %).

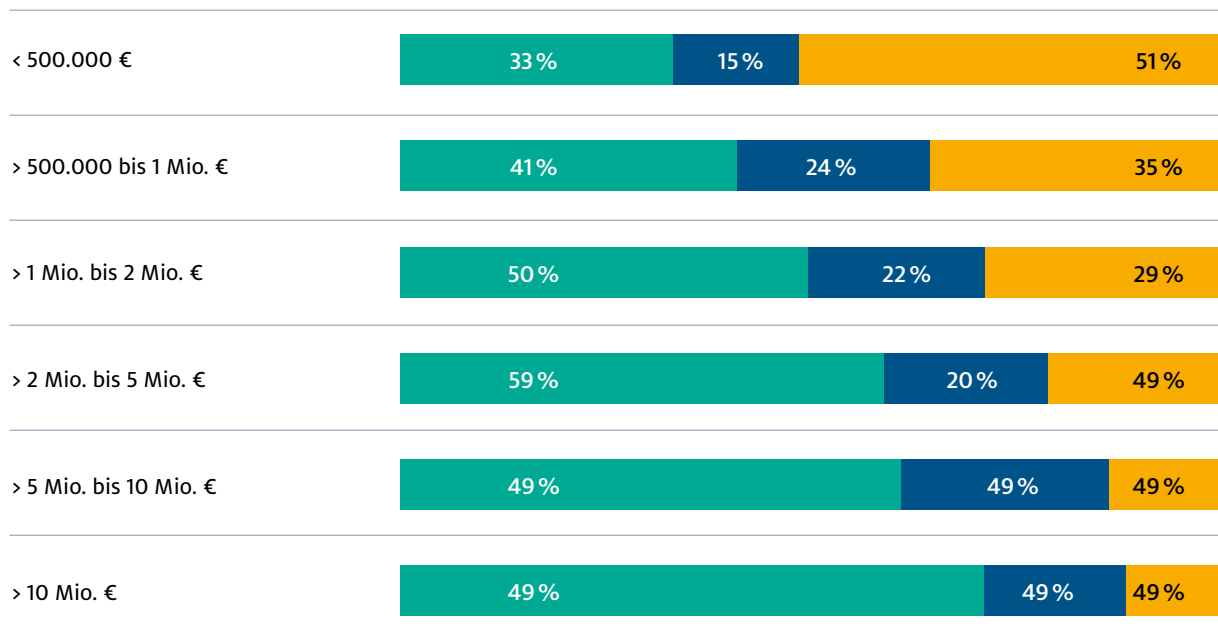
# HDE-Investitionsumfrage Nonfoodhandel 2023

n=930



## Mittelstand mit schwacher Investitionsneigung

Haben Sie in diesem Jahr bereits Investitionen in Ihrem Unternehmen getätigt?

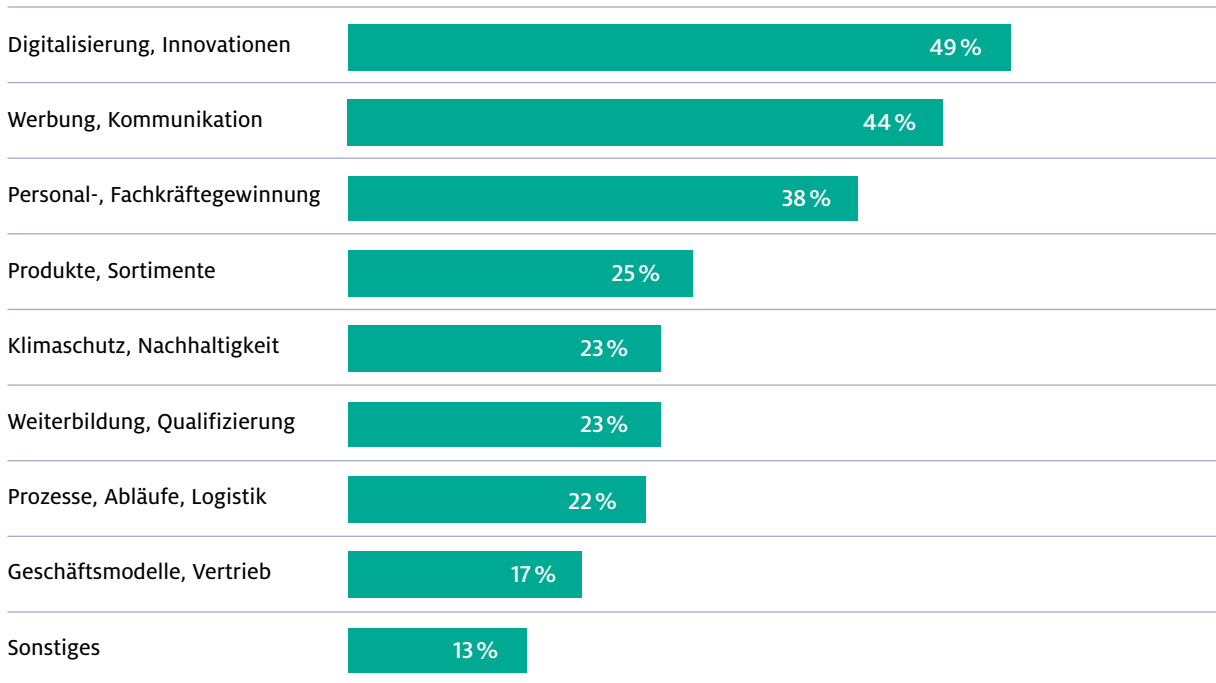


■ ja ■ nein, aber geplant ■ nein, auch nicht geplant

## Investitionsbedarfe

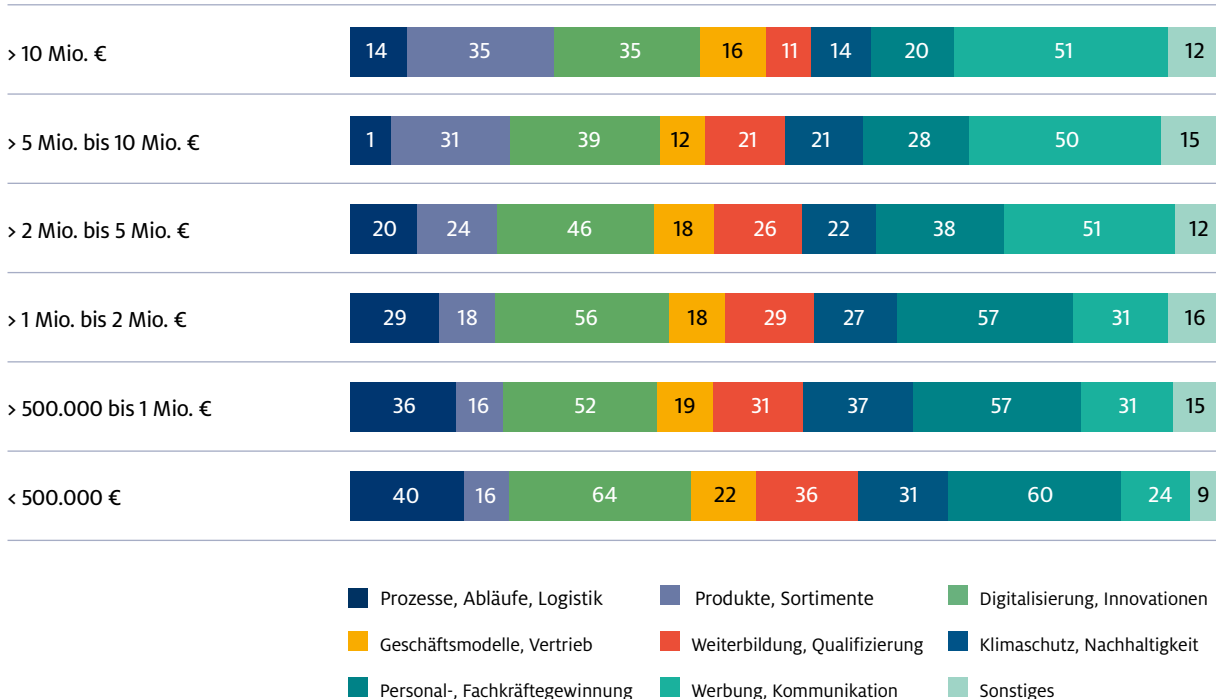
### In welchen übergeordneten Bereichen sehen Sie aktuell den größten Investitionsbedarf in Ihrem Unternehmen?

Mehrfachnennungen möglich



### Investitionsbedarfe nach Umsatzklassen

Angaben in Prozent



# WIRTSCHAFTSPOLITIK



# Schwerpunkte der Wirtschaftspolitik

Der Staat sollte mehr in den **Erhalt und die Modernisierung der öffentlichen Infrastruktur** investieren. Vor jedem Ausbau muss aber eine gründliche Analyse stehen, welche Infrastruktur in welchen Regionen in 20 Jahren tatsächlich gebraucht wird. Der Schwerpunkt der Investitionen sollte auf dem Erhalt der Infrastruktur und der Erweiterung der Kapazitäten durch den Einsatz moderner Technologien liegen. Ein möglichst flächendeckender Ausbau der Breitbandnetze bietet eine wichtige Voraussetzung für die Wettbewerbsfähigkeit Deutschlands im digitalen Zeitalter.

Zudem kann hier die Politik Maßstäbe setzen: mit der Bereitstellung von breitflächigem und schnellem WLAN, einer Modernisierung der öffentlichen Verwaltung und mit Richtlinien zur Interoperabilität von Software (Standard APIs, Standardformate, Open Source).

Der Staat sollte eine **wachstums- und klimafreundliche Wirtschaftspolitik** betreiben. Dadurch kann er mittelfristig das Potenzialwachstum steigern und private Investitionen indirekt fördern. Die erste Voraussetzung für die Förderung von Investitionen ist, dass die Politik konsistent und verlässlich handelt.

Der Staat sollte daneben **gezielt private Investitionen fördern**, dies aber mit möglichst breit wirkenden Maßnahmen. Maßnahmenpakete aus Steuervergünstigungen, Abschreibungen oder Zuschüssen stärken lokalen Handel sowie den aufstrebenden Technologiestandort Deutschland und ermöglichen Investitionen in Innovationen und digitale Grundausstattung wie Kassensysteme, Warenwirtschaftssysteme und Systeme zur Abbildung lokaler und stationärer Verfügbarkeit von Waren.

# DIGITALISIERUNG





# Investitionen in Digitalisierung

Um in der Lage zu sein, in die Zukunft zu investieren, bedarf es einer Investitionsförderung auf der Ebene von Bund und Ländern. Bestehende Förderprojekte reichen hier nicht aus. Dabei soll es um einen dreistufigen Prozess gehen.

In einer ersten Stufe wird das bereits bestehende **Mittelstand-Digital Zentrum Handel** (<https://digitalzentrumhandel.de>), das der HDE im Auftrag des Bundeswirtschaftsministeriums als Konsortialführer leitet, weiterhin flächendeckend über die Chancen der Digitalisierung im Einzelhandel informieren. Mit Veranstaltungen, Webinaren und einem Digital-Mobil arbeitet dieses Kompetenzzentrum erfolgreich daran, den Handelsunternehmen die digitalen Möglichkeiten aufzuzeigen.

In einer zweiten Stufe stehen Berater zur Verfügung, die in den individuellen Einzelfällen geeignete und wirtschaftlich sinnvolle Maßnahmen zur Digitalisierung identifizieren. Dass dieser Ansatz erfolgreich ist, zeigen die **Digitalisierungscoaches** (<https://digitalcoachnrw.de>), wie sie in NRW bereits in die Praxis umgesetzt wurden. Auch das könnte unter dem Dach des bewährten Kompetenzzentrums stattfinden.

In einer dritten Stufe wird über Förderanträge die **Finanzierung entsprechender Digitalisierungsmaßnahmen** ermöglicht werden. Darüber hinaus muss es einen stetigen, offenen und konstruktiven Austausch zwischen Händlern, Tech-Unternehmen, Start-ups, Verbänden, Politik und Verwaltung geben, um lösungsorientiert die Problemlage zu analysieren.



## Investitionsschwerpunkte Digitalisierung

In welchen konkreten Feldern planen in diesem Jahr Investitionen in digitale Lösungen oder haben diese bereits getätigt?

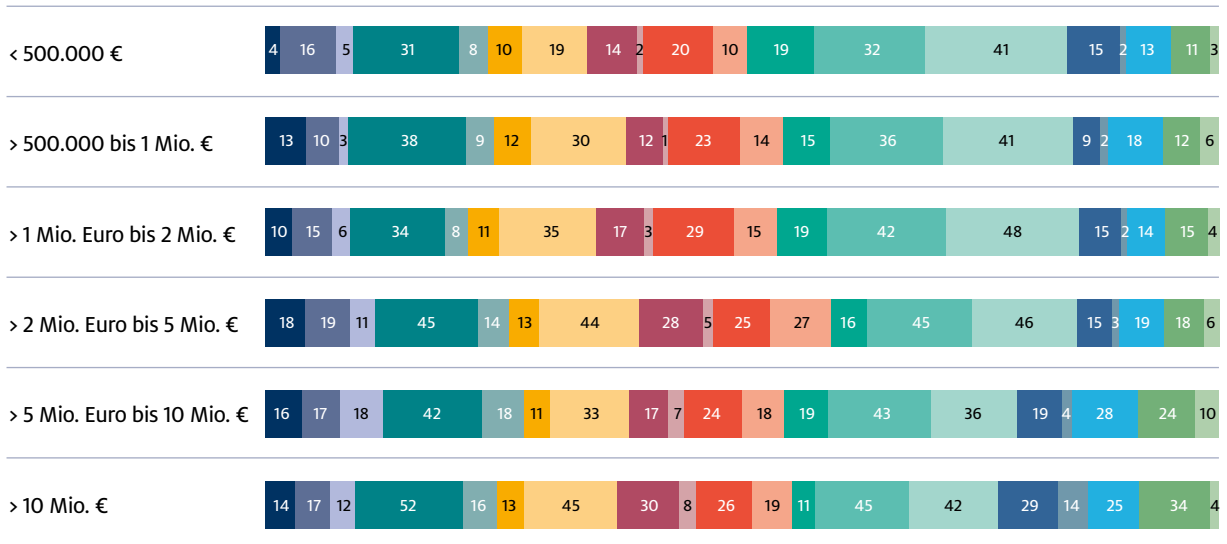
Mehrfachnennungen möglich



# Digitalisierungsplanungen nach Umsatzgrößen

## In welchen konkreten Feldern planen in diesem Jahr Investitionen in digitale Lösungen oder haben diese bereits getätigt?

Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich

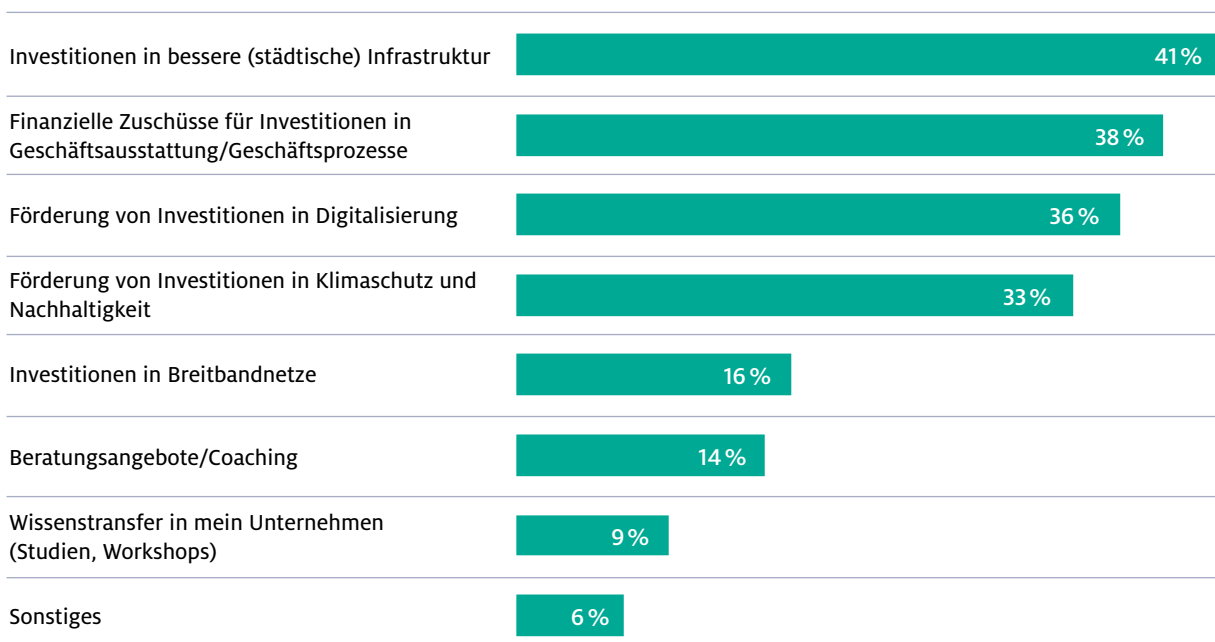


- Click & Collect
- Geschäftsausstattung, Ladenbau
- Warenwirtschaftssysteme
- Onlineshop
- Digitales Marketing
- Geschäftsflächenerweiterung
- Sonstiges
- Mobile Payment
- Einbruchschutz, Diebstahlsicherung
- Videoüberwachung
- E-Business (Software, Hardware, Prozesse)
- Social-Media-Präsenz
- CRM/Kundenbindung
- Warenaussicherung
- Marktplatzpräsenz
- Besucherflussanalysen auf der Fläche
- klassisches Marketing
- Kassensysteme/POS/Self Checkout
- Klimaschutz, z. B. Photovoltaik, Ladesäulen

## Investitionshilfen

### Welche Investitionshilfen benötigen Sie am dringendsten, bzw. sind für Sie am wichtigsten?

Mehrfachnennungen möglich



## Verkleidungshändler Deiters: Kundenkarte der Zukunft

- Branche: Karneval, Verkleidung, Partyaccessoires
- 31 Stores, Online-Shop
- 700 Mitarbeitende

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

### Idee

Im Zuge einer Digitalstrategie begann der Einzelhändler Deiters Anfang 2022 komplett neue Wege zu gehen, um neue Zielgruppen zu erreichen und zu expandieren. Ziel war der Aufbau einer Deiters-Fan-Community, die mittels NFT (Non-Fungible-Token) an die Marke gebunden wird. NFT sind digitale Güter (z. B. Bilder, Videos oder Songs), die von Personen gekauft werden und durch die Blockchain-Technologie diebstahlsicher sind.

### Umsetzung

Mitte 2022 wurde der Dressed Ape Costume Club ins Leben gerufen. Mit dem Erwerb eines Deiters-NFT ist es möglich, Teil einer Community zu werden. Diese wächst seitdem stetig und bietet für das Unternehmen ungeahnte Potenziale. Ein Deiters-NFT kann für einen Solana erworben werden. Die Kryptowährung ist circa 30–35 Euro pro Einheit wert, abhängig von der derzeitigen Bewertung. Der Kauf ermöglicht es dem Unternehmen, mit den Kund:innen immer wieder in Kontakt zu treten, zum Beispiel in Form häufiger Verlosungen: für das Oktoberfest, für Festivals oder andere Partys. Außerdem erhalten die Community-Mitglieder regelmäßig Rabatte, Gutschein-Codes und können an Umfragen zum Sortiment teilnehmen oder diese sogar selbst starten.

Für das Unternehmen unbezahlbar: die aktive Community, die sich zu Sortimentsfragen und den neuesten Verkleidungstrends austauscht. Organisiert wird der Austausch über die Plattform Discord – ursprünglich ein Messenger für Gamer:innen. Die Deiters-Community fühlt sich stark zugehörig zur Marke: das ist auch beim Bon zu bemerken, der deutlich über dem normalen Durchschnitt liegt.

Das NFT-Projekt brachte Deiters innerhalb der Branche große Beachtung – das Projekt wurde auf verschiedenen renommierten Branchenevents vorgestellt. Die Weiterentwicklung hängt stets auch an aktiven Mitarbeiter:innen, die Know-how und Innovationsgeist einbringen.

## Individuelle Affenbilder: diese NFTs kann man erwerben



MEHR ALS NUR GUT ANGEZOGEN

### DIE DEITERS APES KOMMEN MIT TOLLEN BENEFITS

			
<b>Common</b> <p>Willkommen im DACC! Unseren Apes ist es sehr wichtig, alle Clubmitglieder herzlich zu begrüßen. Deshalb erhaltet Ihr Euren persönlichen Welcome Brief und dazu noch 10% Rabatt im Deiters Shop.</p>	<b>Rare</b> <p>Neben Eurem persönlichen Welcome Brief verteilen wir einen original DACC Kostümpart an alle Holder und sichern Euch dauerhaft 15% im Deiters Shop.</p>	<b>Epic</b> <p>Die Holder der Epic Dressed Apes dürfen sich über einen Welcome Brief, einen original DACC Kostümpart, dauerhaft 20% im Deiters Shop und exklusive Merch-Artikel freuen. Zusätzlich gibt es jedes Quartal für ein Jahr ein Surprise Paket direkt an die Haustür. Als Bonus besteht für Euch zusätzlich die Chance auf tolle Eventtickets. Mehr dazu erfahrt Ihr auf Instagram, Twitter und Discord!</p>	<b>Legendary</b> <p>Die Legendary Holder erhalten einen Welcome Brief, einen original DACC Kostümpart, dauerhaft 25% im Deiters Shop und hochwertige Merch-Artikel. Doch Ihr wart nicht legendär, wenn Ihr nicht pro Quartal für ein Jahr ein Surprise Paket sowie mit etwas Glück eine Kostüm Flatrate bekommen würdet. Die Chance auf weitere unglaubliche Eventtickets legen wir als kleines Sahnehäubchen oben drauf. Das Geheimnis wird schon bald auf unseren Kanälen gelüftet!</p>



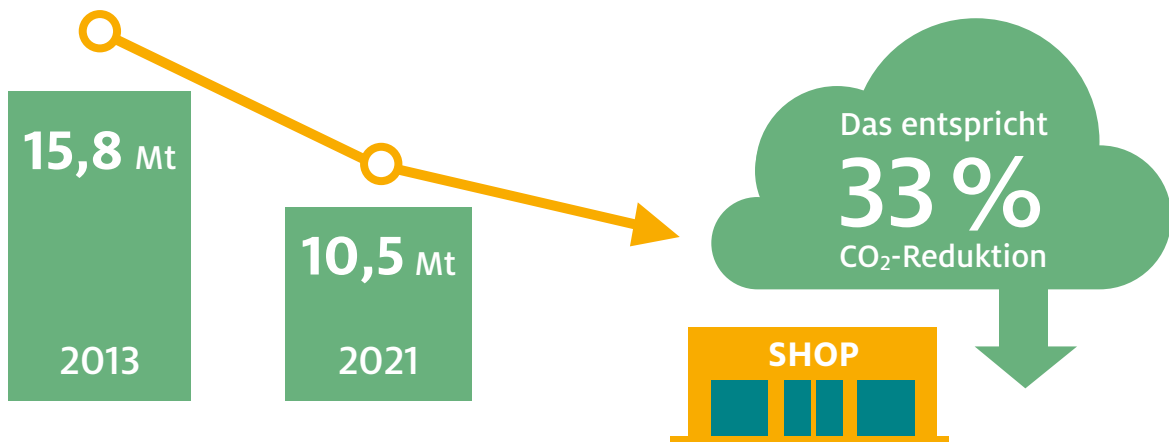
# KLIMASCHUTZ



# Investitionen in Klimaschutz

Der Handel investiert bereits seit Jahren sukzessiv in zahlreiche Klimaschutzmaßnahmen: Ob beim PV-Ausbau, Energieeffizienz, Ausbau der Ladeinfrastruktur – der Einzelhandel leistet auch freiwillig seinen Beitrag zur Erreichung des Ziels der Klimaneutralität 2045. So hat der Einzelhandel einen erheblichen Beitrag zum Klimaschutz und zur Energieeffizienz geleistet und hat seinen **CO<sub>2</sub>-Ausstoß um 33 Prozent gegenüber 2013 reduzieren** können, durch zahlreiche Energieeffizienzmaßnahmen wie energiesparende Beleuchtung, Kältetechnik uvm. (vgl. Abb. unten) Zugleich sind die Rahmenbedingungen in den Bereichen PV-Ausbau, Ausbau der Ladeinfrastruktur, Energieeffizienz aktuell nicht förderlich und bedürfen substantieller Verbesserungen.

## CO<sub>2</sub>-Emissionen im deutschen Einzelhandel gesunken



1 Megatonne (Mt) = 1.000.000 Tonnen

Quelle: Studie für die Klimaschutzoffensive des Handelsverbands Deutschland „Energieverbrauch und CO<sub>2</sub>-Emissionen im deutschen Einzelhandel“ des Fraunhofer ISI, November 2022



[HDE-Klimaschutzoffensive.de](https://www.hde-klimaschutzoffensive.de)



## PV-Ausbau: Der Einzelhandel benötigt gute Rahmenbedingungen, um zu investieren

Damit die Energiewende zügig gelingt, muss der Ausbau von PV-Dachanlagen beschleunigt werden. Dem Einzelhandel kommt hierbei eine bedeutende Rolle zu, die er auch aktiv wahrnimmt. Bislang wurden mehr als 5 Millionen Quadratmeter PV-Fläche auf den Dächern des Einzelhandels installiert.

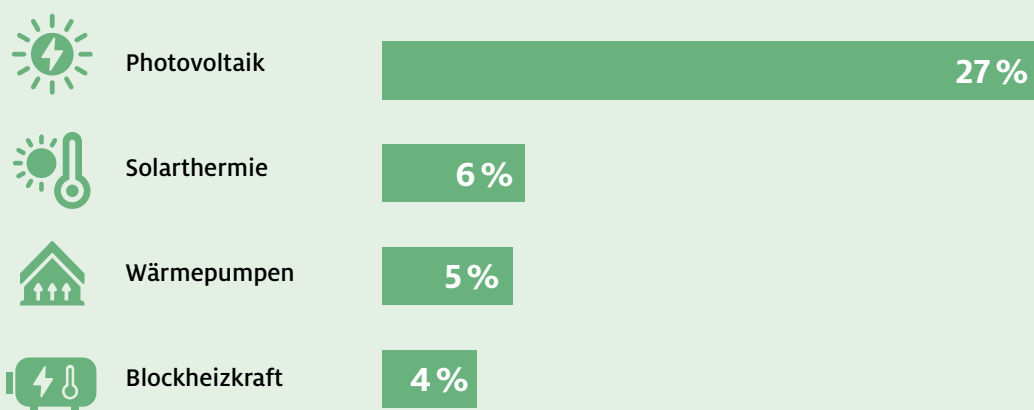
Um weitere Investitionen in den PV-Ausbau auszulösen und sie attraktiv zu machen, bedarf es guter Rahmenbedingungen. Dabei ist in erster Linie eine **bundesweite Standardisierung der landesspezifischen Regeln und Verfahren und Ermöglichung des Kataloggeschäfts** zu nennen: Der regulatorische Flickenteppich aus unterschiedlichen Ansätzen zum verpflichtenden PV-Ausbau und dazugehörigen Anlagenvorgaben erschwert den Ausbau, führt zu Verzögerungen, verteuert den Prozess und führt dazu, dass Handelsunternehmen weniger in den PV-Ausbau investieren.

Zugleich sollen **reine Eigenverbrauchsanlagen weiterhin möglich sein**, ohne eine Pflicht zur Einspeisung: Aktuell ist in manchen Bundesländern eine bestimmte Mindestmodulfläche in Quadratmetern vorgesehen, um die PV-Pflicht zu erfüllen. Damit Unternehmen in den PV-Ausbau investieren, sollten PV-Anlagen nur für den eigenen Verbrauch weiterhin möglich sein.

Um das strategische Zielbild von einem Zubau von rund 11 GW PV-Dachanlagen pro Jahr ab 2026 zu erreichen, bedarf es dringend einer **Vereinheitlichung der Anforderungen für Netzanschlussverfahren und einer schnelleren Digitalisierung der Prozesse**: Aktuell kommt es aufgrund von unterschiedlichen Anforderungen der Verteilnetzbetreiber (VNB) für den Netzanschluss und die -anmeldung zu zeitlichen Verzögerungen und Mehraufwand.

## Nutzung erneuerbarer Energien

Setzen Sie zurzeit in der Betriebsstätte für die Energiebereitstellung folgende Technologien ein?



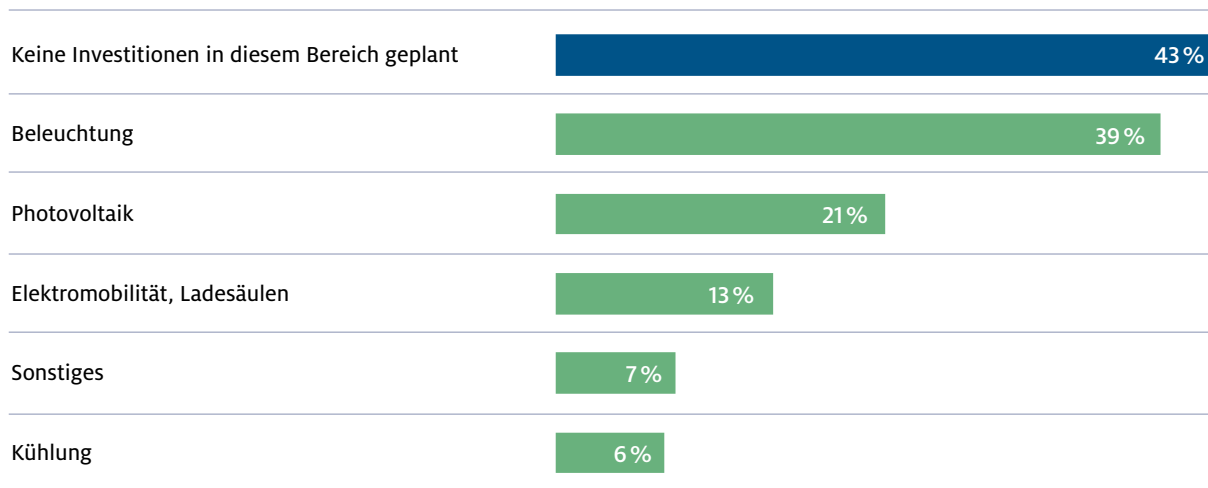
Quelle: Studie für die Klimaschutzoffensive des Handelsverbands Deutschland  
„Energieverbrauch und CO<sub>2</sub>-Emissionen im deutschen Einzelhandel“ des Fraunhofer ISI, November 2022



## Investitionsschwerpunkt Klimaschutz

### In welchen Bereichen planen Sie in diesem Jahr Investitionen, die zum Klimaschutz beitragen können?

Mehrfachnennungen möglich



Damit Dachflächen des Einzelhandels optimal für den PV-Ausbau genutzt werden, sollte die Grenze für die **Direktvermarktungspflicht von 100 kWp auf 200 kWp angehoben werden**. Der Strom von PV-Anlagen mit einer elektrischen Nennleistung ab 100 kWp obliegt aktuell der Direktvermarktung. Die Installation und der Betrieb von Anlagen über 100 kWp gehen zudem mit einer Reihe von stromsteuerrechtlichen und bürokratischen Auflagen einher, die den angestrebten Ausbau von Photovoltaik hemmen und unattraktiv machen. Durch diese Erweiterung wird die Möglichkeit geschaffen, mehr Strom in das Netz einzuspeisen.

Des Weiteren bedarf es Änderungen in entsprechenden Gesetzen, um stromsteuerliche Nachteile der sogenannten **Anlagenverklammerung** zu beheben. Der HDE hat konkrete Lösungsvorschläge erarbeitet, um die Verklammerung von Anlagen abzuschaffen und so die Investitionen in leistungsstärkere PV-Anlagen wieder attraktiv zu machen.

## Ausbau der Ladeinfrastruktur: Qualität und nicht die Quantität sollte der Maßstab des Ausbaus sein

Der deutsche Einzelhandel ist beim Ausbau der Ladeinfrastruktur seit Jahren stark engagiert. Aktuell stellt der Handel mehr als 15 Prozent aller öffentlich zugänglichen Ladepunkte. Jeder dritte Schnellladepunkt in Deutschland ist auf einem Handelsparkplatz errichtet.

Zugleich ist der **strategische Ansatz der Regulierung**, besonders bei der aktuell laufenden Novelle der Richtlinie über die Gesamtenergieeffizienz von Gebäuden (EPBD), kontraproduktiv: Der Ansatz ist aktuell auf reine Anzahl der Ladepunkte pro Parkplatz ausgerichtet. Nur mit einem **bedarfsgerechten Ansatz**, gerade vor dem Hintergrund des Ladeverhaltens und der tendenziell kurzen Ladezeiten im Einzelhandel, kann die Ladeinfrastruktur im Einzelhandel sinnvoll ausgebaut werden und nur auf diese Weise leisten die Investitionen der Handelsunternehmen einen Beitrag zur Energie- und Verkehrswende.

## Anreize für Energieeffizienz und Ausweitung der Klimaschutzoffensive des Handels zur Unterstützung des stationären Handels

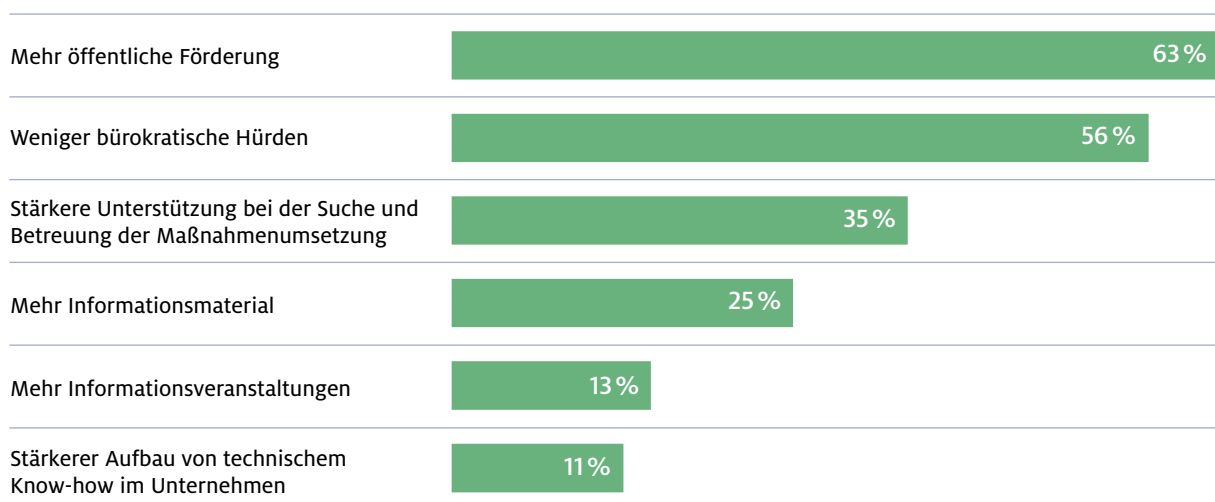
Der Entwurf des Energieeffizienzgesetzes (EnEfG) beinhaltet viele Verpflichtungen, die zum Bürokratieaufwand und unverhältnismäßigen Kosten führen und kontraproduktiv in Bezug auf Investitionen sind, für die Wirtschaft insgesamt und für den Einzelhandel im Besonderen. So haben 56 Prozent der von der Klimaschutzoffensive befragten Unternehmen Abbau der Bürokratie als eine große Hilfestellung auf dem Weg zur Klimaneutralität eingestuft. (siehe Abb. unten)

Anstatt der Maßnahmen, die zum Verwaltungsaufwand und unverhältnismäßigen Kosten führen, sollten Investitionsanreize zur Förderung von Energieeffizienzmaßnahmen und in die Kommunikation darüber gesetzt werden. Der HDE hat hierzu die Klimaschutzoffensive des Handels gegründet, ein von der Nationalen Klimaschutzinitiative gefördertes Projekt, um Händlern zu zeigen, wie sie klimaneutral werden können. Durch die Erarbeitung von konkreten CO<sub>2</sub>-Reduktionsfahrplänen, Übersichten zu Maßnahmen, Leitfäden und Veranstaltungen werden die Händler auf CO<sub>2</sub>-Reduktionsmöglichkeiten hingewiesen und bei der Umsetzung der Maßnahmen unterstützt.

Die Aufklärung des Handels über Fördermöglichkeiten und technische Ansätze ist ein wesentlicher Baustein, dass der Handel 2045 insgesamt klimaneutral werden kann. Gleichfalls hilft sie den Händlern sich zukunftssicher aufzustellen.

## Hilfestellungen zur Verbesserung des Klimaschutzes

**Welche Hilfestellungen würden Sie sich für die Umsetzung von Maßnahmen zur Verbesserung des Klimaschutzes in Ihrer Betriebsstätte wünschen?**



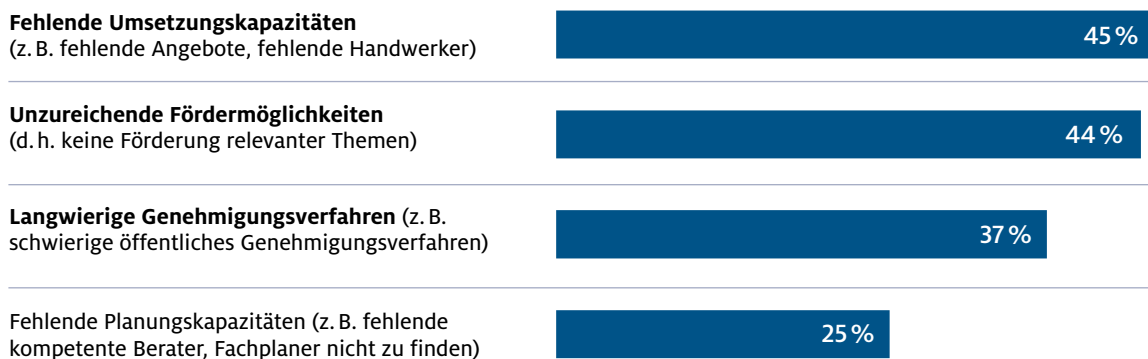
Quelle: Studie für die Klimaschutzoffensive des Handelsverbands Deutschland „Energieverbrauch und CO<sub>2</sub>-Emissionen im deutschen Einzelhandel“ des Fraunhofer ISI, November 2022

Eine Ausweitung und Verlängerung der Kampagne sehen wir daher neben den Anreizen für mehr Energieeffizienz als wesentlich an, um zu unterstützen, dass Investitionen in die richtigen Bahnen gelenkt werden.

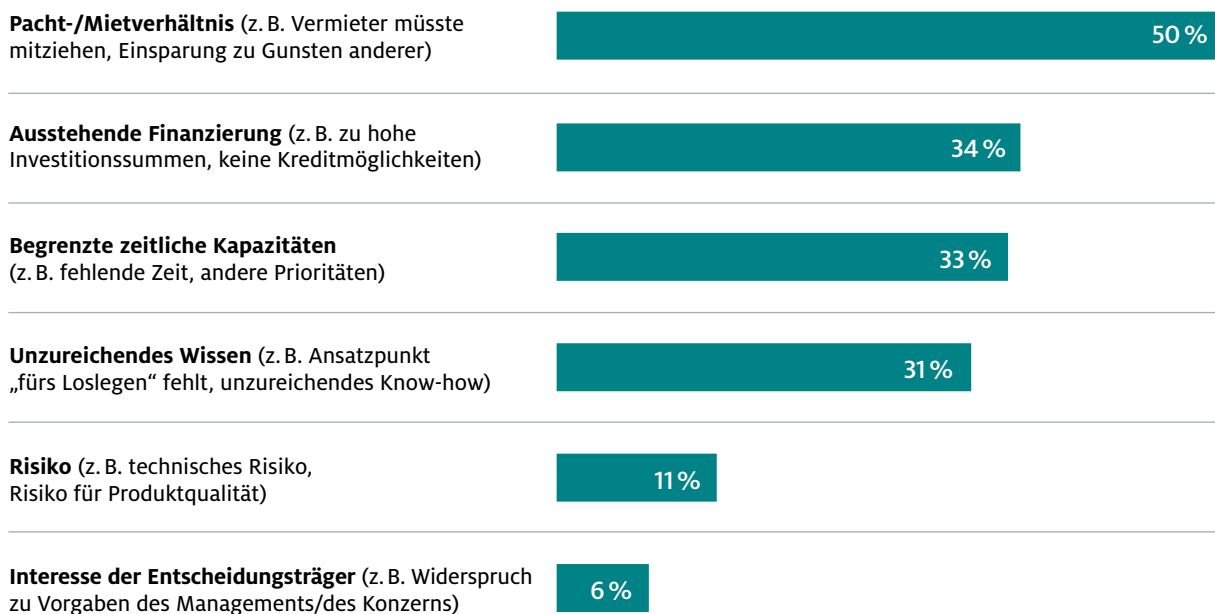
Die vom HDE geführte **Klimaschutzoffensive des Handels** unterstützt die Handelsbetriebe weiterhin darin, Einsparpotenziale im eigenen Betrieb zu heben, Energiekosten zu senken und damit klimaschädliche Emissionen zu vermeiden.

## Hemmnisse für mehr Klimaschutz und Energieeffizienz

Welches sind die wichtigsten Hemmnisse für mehr Klimaschutz und Energieeffizienz, die **außerhalb Ihrer Organisation** liegen?



Welches sind die wichtigsten Hemmnisse für mehr Klimaschutz und Energieeffizienz, die **innerhalb Ihrer Organisation** liegen?



Quelle: Studie für die Klimaschutzoffensive des Handelsverbands Deutschland „Energieverbrauch und CO<sub>2</sub>-Emissionen im deutschen Einzelhandel“ des Fraunhofer ISI, November 2022

## Klingemann: Mode und Sporthaus in Familienbesitz

Seit 1754 existiert das Geschäft in der Höxter Altstadt und wird mittlerweile in der achten Generation geführt. Individuelle und persönliche Beratung auf über 7.000 Quadratmetern Verkaufsfläche – das Angebot von Klingemann überzeugt Kundinnen und Kunden aus der ganzen Region.

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





## **Engagiert und ambitioniert: Mode- und Sporthaus Klingemann wird klimaneutral**

Mit großem Einsatz realisierte Jens Klingemann seit 2014 zahlreiche Energieeffizienzmaßnahmen. Der Umstieg auf LED-Beleuchtung war nur der Anfang: Später folgten der Einbau neuer Lüftungs- und Klimageräte sowie die Installation einer Photovoltaikanlage – die mit 850 Modulen und einer Leistung von 300 kWp die größte in der Innenstadt von Höxter ist. Dank vieler weiterer Maßnahmen konnte der Stromverbrauch von ursprünglich 1,15 Millionen Kilowattstunden um 80 Prozent gesenkt und die Verkaufsfläche gleichzeitig erweitert werden.

Im November 2021 folgte dann der nächste Schritt und Jens Klingemann wurde im Rahmen eines Pilotprojekts mit der HDE-Klimaschutzoffensive klimaneutral. Mit einem Energiedienstleister wurde ein umfangreicher Audit sowie maßgeschneidertes Effizienzkonzept erstellt. Im Fokus stand bei diesem Prozess die kontinuierliche Emissionsreduktion, die Klingemann ambitioniert und Schritt für Schritt umsetzt. Er ist als erster klimaneutraler Modehändler in Deutschland ein hervorragendes Beispiel für den gesamten Modehandel.

## **Auszeichnung für besonderes Klimaschutz-Engagement**

Das Mode- und Sporthaus Klingemann erhielt 2022 die zum ersten Mal verliehene Auszeichnung für besonderes Klimaschutz-Engagement eines mittelständischen Handelsunternehmens der Klimaschutzoffensive des Handelsverbands Deutschland (HDE). Die Ehrung wird verliehen, um herausragende Beispiele für die Einsparung von Energie in Handelsunternehmen bekannt zu machen.

„Der Einsatz für Klimaschutz und Nachhaltigkeit ist ein Herzensprojekt. Man kann viel erreichen und einen soliden Beitrag leisten“, sagt Jens Klingemann. Natürlich braucht es einen langen Atem und viel Geduld – aber das lohnt sich allemal, wenn wir den nachfolgenden Generationen eine intakte Umwelt hinterlassen möchten.“

# BILDUNG & PERSONAL



# Investitionen in Bildung & Personal

Der Einzelhandel ist mit drei Millionen Beschäftigten nicht nur ein sehr großer Arbeitgeber, sondern auch ein engagierter Ausbilder. Die Berufliche Bildung hat im Einzelhandel eine besonders hohe Priorität. Karriere mit Lehre ist im Handel die Regel: Über 80 Prozent der Führungskräfte haben ihren beruflichen Werdegang mit einer Ausbildung begonnen.

Die beiden Kernberufe des Einzelhandels – Kaufmann/-frau im Einzelhandel und Verkäufer/-in – gehören zu den Spitzenreitern unter den 325 dualen Ausbildungsberufen. Alleine in diesen beiden Berufen werden deutschlandweit jährlich rund zehn Prozent aller Ausbildungsverträge geschlossen. Darüber hinaus bieten die Handelsunternehmen jungen Menschen über 60 weitere zwei- und dreijährige Ausbildungsberufe an. Zudem sind im Angebot verschiedene duale Studiengänge sowie attraktive Abiturientenprogramme, bei denen im Handel innerhalb von drei Jahren drei Abschlüsse erworben werden können: Ausbildung, Fortbildung und Ausbilder-schein.

Die Handelsbranche baut seit einigen Jahren - auch während der Pandemie - ihr Ausbildungsstellenangebot aus. Gründe sind u. a. nahende Renteneintritte und die dadurch freiwerdenden Arbeitsplätze für Fachkräfte. Es ist eine Herausforderung dieses große Angebot zu besetzen, da schlichtweg weniger Bewerber auf den Markt drängen. Viele Ausbildungsstellen können gar nicht oder erst im sog. Nachvermittlungszeitraum, bis weit in den Herbst hinein, besetzt werden. Der Kampf um die Bewerber über alle Wirtschaftsbranchen hinweg wird mit Blick auf die demografische Entwicklung künftig noch härter werden. Der Einzelhandel hat deshalb die digitale Ausbildungskampagne *karriere-handel.de* gestartet, um die Berufsorientierung zu unterstützen. Hier werden unter anderem die Berufe und die sehr guten Karrierechancen im Einzelhandel vorgestellt. Auszubildende aus dem Handel geben Einblicke in den Berufsalltag und es wird mit Vorurteilen und Klischees aufgeräumt. Neben der Hauptzielgruppe Schüler:innen und Studierenden, die sich mit Wechselabsichten befassen, wird auch das Umfeld aus Eltern und Lehrkräften mit angesprochen. So können beispielsweise Lehrkräfte Unterrichtsmaterial für die Berufsorientierung kostenlos downloaden.



[karriere-handel.de](https://www.karriere-handel.de)



Um den Wirtschaftsstandort Deutschland nachhaltig zu sichern, müssen die Themen „Berufliche Bildung“ und „Fachkräftesicherung“ deutlicher in den Fokus gerückt werden. Auf lange Sicht gesehen braucht es dringend mehr gesellschaftliche Wertschätzung für die Berufliche Bildung. Die duale Ausbildung und die anschließenden Karrierechancen müssen an allen allgemeinbildenden Schulen vorgestellt werden, oft konzentriert sich die Beratung gerade an Gymnasien noch immer zu sehr auf den akademischen Weg des Studiums. Die Unternehmen müssen eine besondere Unterstützung erfahren, um für die Zukunft gut aufgestellt zu sein.

## Stärkung der Beruflichen Bildung

Die Berufliche Bildung muss hervorgehoben und deutlich gestärkt werden. Beispielsweise mit

- mehr gesellschaftlicher Wertschätzung durch eine überzeugende Offensive für die Berufliche Bildung,
- dem Ausbau von digitalen Berufsorientierungsangeboten incl. Schulungen von Berufsberatungen für die digitale Beratung,
- zielgerichteter und praxisnaher Berufsorientierung an allen Schulformen,
- der Unterstützung bei Schulungsangeboten für betriebliches Aus- und Weiterbildungspersonal,
- der Weiterbildungsförderung für individuelle, vielfältige und flexible Bildungswege,
- verbesserter Ausstattung, Digitalisierung und Finanzierung der allgemein- wie berufsbildenden Schulen.

## Digitale Ausstattung von Schulen

Aus Sicht des HDE sind digitale Ausstattung von Schulen, digital gestütztes Unterrichten und die Vermittlung digitaler Kompetenzen essenziell für das Lernen im 21. Jahrhundert. Der Handel ist auf eine zukunftsgerichtete Bildungspolitik angewiesen, um die Herausforderungen aber auch Chancen und Potenziale der Digitalisierung, die für einen umfassenden Transformationsprozess steht, meistern zu können.

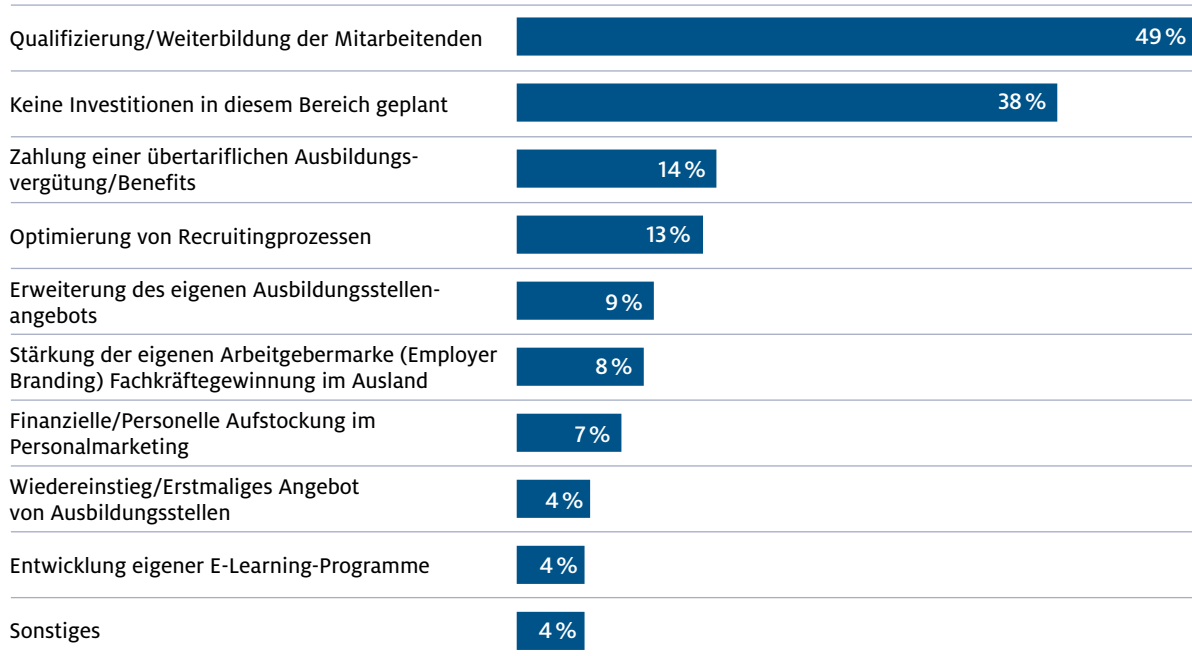




## Investitionsschwerpunkte Personal/Fachkräfte

### In welchen Bereichen planen Sie in diesem Jahr Investitionen, um Ihren Fachkräftebedarf decken zu können?

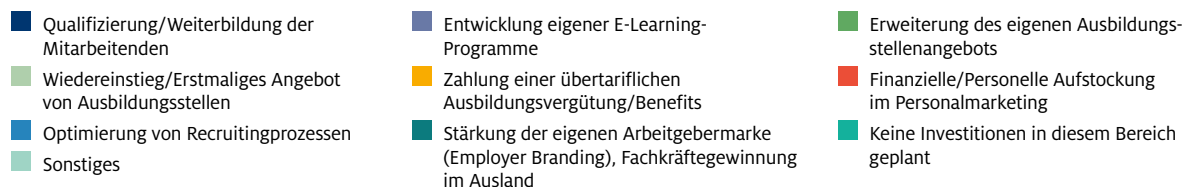
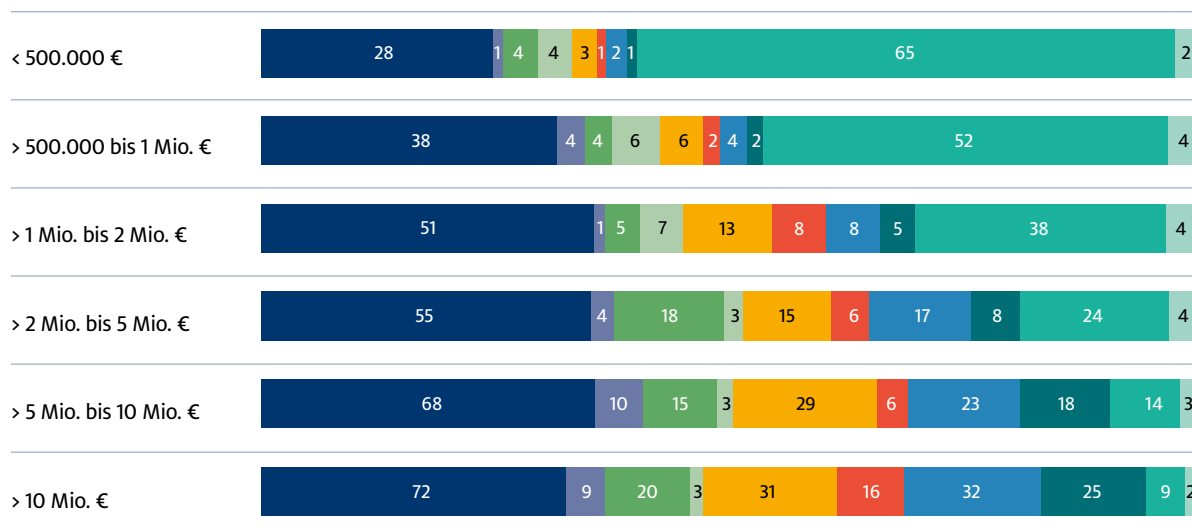
Mehrfachnennungen möglich



## Investitionsplanungen Fachkräfte

### In welchen Bereichen planen Sie in diesem Jahr Investitionen, um Ihren Fachkräftebedarf decken zu können?

Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich



# INNENSTÄDTE



# Investitionen in Innenstädte

## Adaption der Idee der Gründerzentren auf die Innenstädte

In etlichen Städten bestehen seit Jahren kommunale Gründerzentren, die Gründern (Start-ups) vornehmlich aus den Bereichen Produktion und Dienstleistungen gute Einstiegsvoraussetzungen für die Gründung einer eigenen Firma bieten. Die Kommunen erhoffen sich dadurch, dass einige dieser Firmen am Markt bestehen und sich perspektivisch mit dem eigenen Standort in der betreffenden Stadt dauerhaft etablieren. Da der innerstädtische Einzelhandel an den Standort „Innenstadt“ gebunden ist, konnte der Einzelhandel bisher von den kommunalen Gründerzentren nicht profitieren.

Das Starthilfeprogramm „Gründer\*innen-Offensive Innenstadthandel“ nutzt die jahrzehntelange Erfolgsgeschichte der Gründerzentren, koppelt diese mit dem innerstädtischen Einzelhandel und reduziert gleichzeitig die Leerstandsproblematik in den Innenstädten.

Konkret:

- Kommunale Anmietung leerstehender Handelsflächen
- Die Gründer:innen erhalten einen Zuschuss für maximal 60 Monate
- Gefördert wird ein degressiver Zuschuss zu den Raumkosten (z. B. im ersten Jahr: 30 % der ortsüblichen Raumkosten)
- Gefördert werden die Geschäftseinrichtung und ähnlichen Kosten, welche die
- Gründung eines Einzelhandelsbetriebes erfordert
- Gefördert wird die Beschaffung eines ersten Warenbestandes
- Gefördert wird die Datenverarbeitung inklusive des Kassensystems und eines digitalen Warenwirtschaftssystems
- Gefördert werden Marketingmaßnahmen
- Der Zuschuss wird pauschal, ohne Nachweis der einzelnen entstandenen Kosten gewährt
- Die Förderung inkludiert zudem laufende Schulungen, z. B. in Betriebsführung,
- Marketing (Pflichtteilnahme für die Gründer:innen) sowie Hilfestellung bei der Kreditakquisition
- Die Förderung inkludiert die Mitgliedschaft im ortsansässigen Gewerbeverein oder City- bzw. Stadtmarketing als Austausch und Kommunikationsnetzwerk

Im Ergebnis werden die Handelslagen stabilisiert, der Branchenmix erhöht, die Innovationstreiber und Macher:innen unterstützt und ein Attraktivitätsgewinn für die Innenstädte erreicht.

## **Leerstandsbekämpfung durch aktives Handeln – Ansiedlungsmanager**

Die sachgerechte Erfassung der Leerstände ist ohne vertiefende Erkenntnisse zur Lagegunst oder den baulichen Möglichkeiten eine Immobilie (z. B. Statik) nicht ohne weiteres möglich. Es ist eine Aufgabe für Spezialisten. Diese Aufgabe ist in den bestehenden Verwaltungsstrukturen kaum zu leisten, da Sachverstand aus unterschiedlichen Verwaltungsbereichen wie z. B. der Wirtschaftsförderung, des Liegenschaftsamtes, des Ordnungsamtes oder auch der Stadtplanung zusammen gedacht werden müssen. Zu diesen Fragen muss Spezialwissen innerhalb von Schulungen vermittelt werden.

### **Schulung zur Leerstandsvermittlung**

Zudem ist die Erfassung und Bewertung nur der erste Schritt in Bezug auf eine rasche Wieder- bzw. Umnutzung eines Leerstandes. Diese Informationen sind mit dem Wissen zu den privatwirtschaftlichen Rahmenbedingungen zu koppeln. Daher müssen Erfahrungen und Kenntnisse zu den jeweiligen potenziellen neuen Nutzern vorliegen, so dass Empfehlungen ausgesprochen werden können und fachlich fundierte Gespräche mit den gewünschten Nutzern geführt werden können. Zu diesen Fragen muss Spezialwissen innerhalb von Schulungen vermittelt werden.

### **Regelmäßige Austauschformate mit potenziellen Nutzern**

Die Kommunen sollten dazu regelmäßige Austauschformate u. a. mit dem Handel, der Gastronomie und den Immobilieneigentümern ins Leben rufen. Nur in dieser Kooperation besteht die Chance, die Interessen der Innenstadtakteure im Sinne einer zukunftsfähigen Innenstadtentwicklung auszugleichen und den Sachverstand aus den unterschiedlichen Bereichen zu bündeln. Zudem können sich daraus auch neue Mietmodelle in Bezug auf lokal angepasste Gewerbemieten ergeben, die einen langfristigen Erfolg für eine nachhaltige Innenstadtentwicklung versprechen.

### **Regelmäßige Austauschformate der Ansiedlungsmanager**

Um die Erfahrungen und das Wissen der Ansiedlungsmanager rasch skalieren zu können, müssen laufende Austauschformate der bundesweit agierenden Ansiedlungsmanager implementiert werden. Im Ergebnis wird eine Abwärtsspirale vermieden, um somit die Innenstädte zu stabilisieren und als "Dritte Orte" weiterzuentwickeln

## **Sonder-AfA-Innenstadt**

Aufgrund des erhöhten Investitionsbedarfs in unsere Stadtkerne sollte die Bundesregierung die räumliche Erweiterung des Bezugsraumes bei Sonderabschreibungen gemäß Einkommenssteuergesetz auf das jeweilige Gebiet der gesamten Innenstadt beschließen. Diese Sonder-AfA-Innenstadt ist aufgrund des derzeit besonders hohen Investitionsbedarfs infolge des notwendigen Stadtumbaus auf zunächst fünf Jahre zu befristen. Danach sollte die Wirkung des Programms evaluiert werden.

Der bisherige Bezugsraum des förmlich festgelegten Sanierungsgebietes oder städtebaulichen Entwicklungsbereiches greift zu kurz und wird den aktuellen Problemlagen in vielen Innenstädten nicht gerecht. Infolge dieser Absetzung für Abnutzung (AfA) in Innenstädten wird ein wichtiges Förderinstrument geschaffen, welches einen zusätzlichen Anreiz für notwendigen Modernisierungs- und Instandsetzungsmaßnahmen für unsere Innenstädte schafft, ohne direkte staatliche Förderung (Zuschuss) für den Eigentümer.

Hierdurch werden die Selbstheilungskräfte der Innenstädte gestärkt und zusätzliche private Investitionen angeregt. Die Sonder-AfA-Innenstadt für Gebäude erfolgt dabei wie bisher über einen Zeitraum von zwölf Jahren. In den ersten acht Jahren werden neun Prozent der Herstellungskosten und in den darauf folgenden vier Jahren sieben Prozent abgesetzt (insgesamt somit 100 Prozent).

## **Gründung einer zentralen Anlaufstelle zur Innenstadtentwicklung**

Die fragmentierte Zuständigkeit der Bundesressorts in Fragen der Innenstadtentwicklung führt zu Doppelarbeit und Synergieverlusten durch mangelnde Abstimmung. Daher müssen in Anbetracht der historischen Herausforderungen die Kompetenzen in diesem Bereich im Bundesministerium für Wohnen, Stadtentwicklung und Bauwesen (BMWSB) gebündelt werden. Flankierend zu dem bereits etablierten Beirat Innenstadt beim BMWSB bedarf es der Gründung zentraler Anlaufstelle zur Innenstadtentwicklung auf Bundesebene unter Federführung des (BMWSB), mit ausreichenden personellen und finanziellen Ressourcen. Dies gewährleistet auch eine langfristige, über einzelne Legislaturperioden hinausgehende Beschäftigung mit dem Thema Innenstadtentwicklung.

Angesichts der engen Verflechtung von Stadtentwicklung und Wirtschaft ist es unerlässlich, dass die für die Bereiche Stadtentwicklung und Kommunen (BMWSB) sowie Wirtschaft (BMWK) zuständigen Bundesministerien ebenso wie die kommunalen Spitzenverbände und der HDE gleichermaßen und federführend in die Organisationsstruktur eingebunden werden.

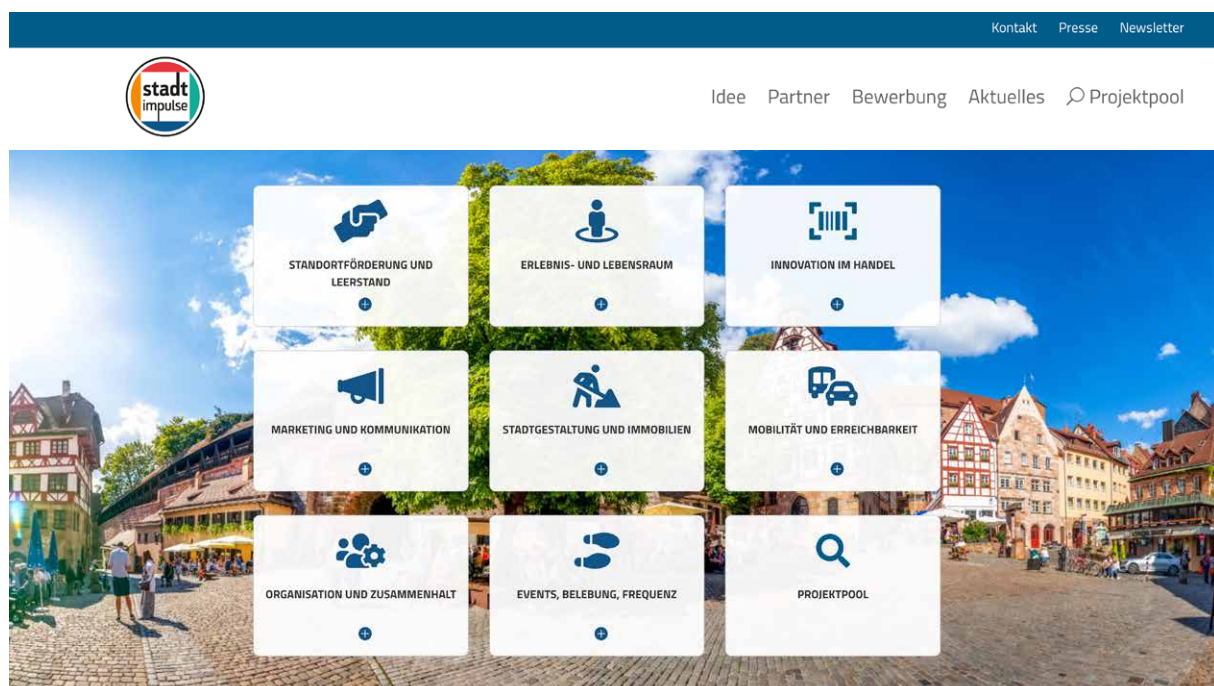
## **Städtebauförderung verstetigen und erhöhen**

Innenstädte sind Identifikations- und Versorgungskerne der jeweiligen Städte, deren hohes Maß an Urbanität in ganz Deutschland zu erhalten ist. Daher sind Städtebauförderung dauerhaft abzusichern und zu erhöhen. Hierzu müssen auch Wege beschritten werden, finanzschwachen Kommunen eine Möglichkeit zu geben, die notwendigen Eigenanteile nicht im komplettem Umfang beisteuern zu müssen. Es gilt die Fördermaßnahmen im Bereich des Städtebaus rasch zu flexibilisieren und zu entbürokratisieren. Der Koalitionsvertrag der Bundesregierung formuliert bereits die richtigen Ziele, deren Umsetzung prioritär zu erfolgen hat. Dabei sind die bestehenden Städtemittel von 790 Millionen Euro auf 1,6 Milliarden Euro zu verdoppeln.

## Best-Practice-Datenpool [www.unsere-stadtimpulse.de](http://www.unsere-stadtimpulse.de)

Die Best-Practice-Datenbank für Städte und Kommunen in Deutschland [www.unsere-stadtimpulse.de](http://www.unsere-stadtimpulse.de) ist eine Gemeinschaftsinitiative des Handelsverband Deutschland (HDE), des Deutschen Städte- und Gemeindebund (DStGB), des Deutschen Städtetag (DST) sowie der Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland (BCSD).

Ziel war uns ist der schnelle und unmittelbar anwendbare Wissenstransfer von guten, geprüften Beispielen zu unterschiedlichen Themen der Innenstadtentwicklung. Nach dem Launch der Website auf dem 14. Bundeskongress Nationale Stadtentwicklungspolitik am 3. Mai 2021 haben sich die Stadtimpulse innerhalb kürzester Zeit in Fachkreisen sowie als Hilfestellung für die kommunale Verwaltung etabliert.



[unsere-stadtimpulse.de](http://www.unsere-stadtimpulse.de)



Der Fokus lag bislang darauf, die Datenbank aufzubauen und mit den besten Beispielen deutscher Innenstädte anzureichern. Durch den großen Kreis renommierter Experten und starker bundesweiter Fach- und Branchenverbände haben die Stadtimpulse eine hohe Glaubwürdigkeit und Akzeptanz bei den Agierenden in den Kommunen. In Zahlen: 90.000 Webbesuche, 1.900 Newsletterabonnenten, 1.300 Follower bei LinkedIn und über 50 Vorträge in Kommunen und auf Fachkongressen.

Diesen für die Städte und Gemeinden kostenlosen Service und Wissenstransfer gilt es weiterzuentwickeln. Der durch die Website geschaffene Wissenstransfer sowie die verbände- und sektorübergreifende Zusammenarbeit soll um **neue Instrumente und Formate erweitert** werden, um die sektorübergreifende Zusammenarbeit zu stärken, neue Stadtakteure einzubinden und den Wissensaustausch weiter auszubauen:

- Stadtimpulse von reiner Datenplattform zu einem Netzwerk der Kommunen, Wirtschaft, Wissenschaft und Bürgerschaft entwickeln
- Stadtimpulse als Bestandteil der Innenstadtstrategie des Beirat Innenstadt beim BMWSB festigen
- Stadtimpulse als Projektdatenbank der Nationalen Stadtentwicklungspolitik etablieren
- Stadtimpulse als festen Bestandteil in Nationalen Stadtentwicklungspolitik integrieren

Angestrebt muss eine Regelförderung in Höhe von jährlich 250.000 Euro, so dass die Stadtimpulse sich voll umfänglich auch zum Best-Practice-Datenpool der Nationalen Stadtentwicklungspolitik des BMWSB entwickeln können.



# KONTAKT





# Ihre Ansprechpartner beim Handelsverband Deutschland



## **WIRTSCHAFTSPOLITIK**

Olaf Roik  
roik@hde.de



## **ENERGIE- UND KLIMAPOLITIK**

Kundyz Alibekova  
alibekova@hde.de



## **MITTELSTAND-DIGITAL ZENTRUM HANDEL**

Marilyn Repp  
repp@hde.de



## **INNENSTADT**

Michael Reink  
reink@hde.de



## **KLIMASCHUTZOFFENSIVE DES HANDELS**

Jelena Nikolic  
nikolic@hde



## **BILDUNG**

Katharina Weinert  
weinert@hde.de

## Zahlen und Fakten zum Einzelhandel

Handelsszenario 2022	<a href="https://einzelhandel.de/handelsszenario">https://einzelhandel.de/handelsszenario</a>
Online-Monitor	<a href="https://einzelhandel.de/online-monitor">https://einzelhandel.de/online-monitor</a>
Zahlenspiegel	<a href="https://einzelhandel.de/zahlenspiegel">https://einzelhandel.de/zahlenspiegel</a>
Konsummonitor	<a href="https://einzelhandel.de/konsummonitor">https://einzelhandel.de/konsummonitor</a>
Konsumbarometer	<a href="https://einzelhandel.de/konsumbarometer">https://einzelhandel.de/konsumbarometer</a>
Standortmonitor	<a href="https://einzelhandel.de/standort-monitor">https://einzelhandel.de/standort-monitor</a>
Handelsreport Lebensmittel	<a href="https://einzelhandel.de/handelsreport-lebensmittel">https://einzelhandel.de/handelsreport-lebensmittel</a>
Handelsreport Frische	<a href="https://einzelhandel.de/handelsreport-frische">https://einzelhandel.de/handelsreport-frische</a>
Konsummonitor Nachhaltigkeit	<a href="https://einzelhandel.de/nachhaltigkeit-monitor">https://einzelhandel.de/nachhaltigkeit-monitor</a>

## Internetseiten

Handelsverband Deutschland e. V. – HDE	<a href="https://einzelhandel.de">https://einzelhandel.de</a>
Klimaschutzoffensive des Handels	<a href="https://hde-klimaschutzoffensive.de">https://hde-klimaschutzoffensive.de</a>
Handel 4.0	<a href="https://handel4punkt0.de">https://handel4punkt0.de</a>
Zeit zum Handeln	<a href="https://zeitzumhandeln.hde.de">https://zeitzumhandeln.hde.de</a>
Mittelstand-Digital Zentrum Handel	<a href="https://digitalzentrumhandel.de">https://digitalzentrumhandel.de</a>
Stadtimpulse	<a href="https://unsere-stadtimpulse.de">https://unsere-stadtimpulse.de</a>
Zentralstelle für Berufsbildung im Einzelhandel	<a href="https://zbb.de">https://zbb.de</a>
Karriere Handel	<a href="https://karriere-handel.de">https://karriere-handel.de</a>



**ZEIT ZUM  
HANDELN!**

[zeitzumhandeln.hde.de](http://zeitzumhandeln.hde.de)

Handelsverband Deutschland – HDE e.V.  
Am Weidendamm 1 A  
10117 Berlin  
Telefon: +49 30 7262500  
E-Mail: [hde@einzelhandel.de](mailto:hde@einzelhandel.de)

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