



Positionspapier der Fraktion Bündnis 90/Die Grünen im Abgeordnetenhaus von Berlin

IN ZUKUNFT HANDELN

Nach dem Krisenjahr 2020 steht der Einzelhandel vor gewaltigen Herausforderungen. Umsatzverluste in Milliardenhöhe, bedingt durch Maßnahmen zur Bewältigung der Corona-Pandemie und ein aufwändiger Neustart mit „Click & Meet“ oder „Test & Meet“, verschärfen die Lage vieler Händler*innen essenziell. Laut Handelsverband sehen sich rund zwei Drittel der Geschäftsinhaber*innen in ihrer Existenz bedroht. Staatliche Hilfen konnten diese Dynamik nur punktuell abschwächen. Während in der Industrie die Kurzarbeit zurückgeht, ist diese im Einzelhandel wieder sprunghaft angestiegen; laut Ifo-Institut im Dezember um 55% im Vergleich zum Vormonat.

Die Pandemie beschleunigt vielerorts jedoch nur einen sich lang abzeichnenden Strukturwandel. Die Ankündigung von Galeria Karstadt Kaufhof sechs der elf großen Berliner Warenhäuser schließen zu wollen, markierte einen deutlichen Tiefpunkt in der jüngsten Geschichte des stationären Einzelhandels in Berlin.

Mutige Ideen und klare Visionen sind gefordert, um einerseits die bestehenden großen Säulen des Einzelhandels zu stützen, gleichzeitig aber auch den lokalen Handel und seine Wertschöpfung in der Struktur zu modernisieren und weiterzuentwickeln. Die Trennung zwischen Online und Offline gehört endgültig der Vergangenheit an. Wir Grüne entwickeln konkrete Ideen, um den Handel der Zukunft in seiner Vielfalt zu stärken und hin zu einer nachhaltigen Ausrichtung zu transformieren.

Die Ausgangslage

Acht Jahre in Folge hat die Berliner Handelsbranche ein Umsatzplus erwirtschaftet – dank der zweistelligen Wachstumsraten im Online-Handel. Deutschlandweit waren es im Krisenjahr 2020 sogar ein Zuwachs von 4,1%. Innerhalb der Branche wächst jedoch die Kluft. Während Online-Marktplätze wie Zalando, About You oder Amazon überdurchschnittlich wuchsen, hat der Einzelhandel in Deutschland laut HDE zwischen 2010 und 2019 insgesamt fast 39.000 Geschäfte verloren, die Einkaufsfrequenz im stationären Handel sank 2018 gegenüber 2014 um 12%.

Steigende Berliner Immobilienpreise im Gewerbe verschärfen diese Dynamik weiter. Mit ausbleibenden Besucher*innen und einem Rückzug großer Kaufhäuser besteht die Gefahr einer verschwindenden Magnetwirkung der Zentren. Nicht nur die wirtschaftlichen Folgen sind fatal. Die sinkende Attraktivität, sich in den Zentren aufzuhalten, werden neben dem Handel auch andere Dienstleister*innen wie Gastronomie und Kultur spüren. So wird es unweigerlich zu einer Veränderung in unseren Kiezen und Einkaufsstraßen kommen. Doch wo Flächen leer stehen, bietet sich auch die Möglichkeit, die Chance der Veränderungen zu nutzen: für eine nachhaltige Stadtentwicklung mit gemeinwohlorientierten Diensten, genossenschaftlichen Plattformen und Mischkonzepten zum Beispiel mit Kunst und Kultur.

Denn auch mit dem Abklingen der Pandemie bleibt der stationäre Einzelhandel in der Krise. Zu lange und bereits vor der Pandemie hat dieser den Strukturwandel zu wenig adressiert und es verpasst mit den kunden- und serviceorientierten Neuerungen des Onlinehandels Schritt zu halten. Gleichzeitig bietet die Digitalisierung im Einzelhandel die Chance zu mehr Nachhaltigkeit: Lokale, regionale Produktion rückt mit Technologien der additiven Fertigung weiter in den Vordergrund und erlaubt in Zukunft eine noch stärkere bedarfsorientierte Produktion. Sodass auch nur das gefertigt wird, was auch bestellt wurde. So können stationärer Einzelhandel und Onlinegeschäft Hand in Hand gehen. Wir Grüne wollen mit den folgenden Maßnahmen den Strukturwandel im stationären Einzelhandel begleiten und diesen mit einer nachhaltigen Stadtentwicklung in den Kiezen verbinden.

Unser Programm für den Berliner Einzelhandel:

Infrastruktur für einen kraftvollen Neustart sicherstellen

2020 wird das erste Jahr seit langem, welches große Teile des Berliner Einzelhandels mit einer negativen Umsatzbilanz abschließen werden. Die Herausforderungen und auch die Chancen sind in der Digitalisierung verankert und die Krise hat einmal mehr verdeutlicht, in der Kombination, nicht in der Trennung beider "Welten", liegt der Schlüssel zu einer nachhaltigeren Handelsstruktur. Vielmehr gilt es die Vorzüge beider Prinzipien zu kombinieren, z.B. Plattformökonomie gemeinschaftlich und solidarisch zu nutzen. Viele Händler*innen bauen sich im Internet ein zweites Standbein auf oder haben bereits eine Online-Präsenz. Dank des Werkzeugs der Digitalisierung kann auch der stationäre Handel neue, serviceorientierte Dienste entwickeln, die die neuen Ansprüche der Konsument*innen befriedigen. Wir wollen dafür sorgen, dass die dafür notwendige Infrastruktur bereitgestellt wird: sei es Raum für lokale Liefer-Hubs oder auch verlässliches flächendeckendes W-LAN.

Wissenstransfer ermöglicht neue, innovative Services

Analog zur Innenstadt geht es auch im Onlinehandel um Lage und Wahrnehmung - eine Herausforderung zusätzlich zum harten Preiskampf im Wettbewerb mit großen Anbietern zur Kenntnis genommen zu werden. Hier benötigt es konkrete Unterstützung und passgenaue Hilfsangebote. Dem Forschungsinstitut ibi research zufolge verfügen mehr als drei Viertel aller

Handelsunternehmen über kein gesondertes Budget für Digitalisierungsmaßnahmen, mehr als die Hälfte verfolgt derzeit auch keinerlei Projekte in diese Richtung. Hier muss immer noch grundlegende Aufklärungsarbeit geleistet werden. Dazu wollen wir mit unserer Digitalagentur Services ausbauen, die den Wissenstransfer in Richtung des Handels verstärken. Sogenannte „Digitalisierungs-Coaches“ wie sie schon in anderen Bundesländern eingesetzt werden, sollen hier unterstützen. Diese könnten auch die Beratung von Handels-Startups in den Berliner Gründungszentren ergänzen.

Die Plattformökonomie und Netzwerkeffekte wollen wir sozial verträglich nutzen, insbesondere durch die Förderung genossenschaftlicher Modelle (Supercoop) und gemeinschaftlicher Kiezprojekte. Die Infrastruktur, um einen digitalen „Berlin-Shop“ mit regionaler, nachhaltiger Produktpalette und regionaler CO₂-neutraler Auslieferung zu ermöglichen, wollen wir zur Verfügung stellen.

Gemeinsam für den Klimaschutz

Bei dem Weg aus der Corona-Krise möchte Bündnis 90/Die Grünen Berlin den Einzelhandel unbedingt unterstützen, die verabredeten Klimaziele zu erreichen. Wir begrüßen die Klimaschutz-Offensive des Berliner Handels und werden diese weiter eng begleiten. Die Solidarität der Berliner*innen, die sich im Rahmen der Pandemie gegenüber dem lokalen Handel und regionaler Manufakturen gezeigt hat, kann die Bemühungen um neue Wertschöpfungs- und Lieferketten unterstützen. Ganz nebenbei hat dies auch einen positiven Einfluss auf den ökologischen und sozialen Fußabdruck. Projekte, die regionale Produktion fördern, wollen wir gezielt unterstützen! Auch der Weg von und zum Geschäft, die Lieferung zu den Konsument*innen ist relevant. Daher wollen wir diejenigen belohnen, die CO₂-neutrale Services im Umfeld des Handels aufbauen, wie z. B. kieznahe Logistik-Hubs.

Langfristig muss sich die Berliner Wirtschaft auf Kreislaufprinzipien umstellen. Hierzu gehört beispielsweise die freiwillige Rücknahme von Produkten nur bei umweltverträglicher Verwertung oder Beseitigung. Weitere Anreize setzen wir mit der Weiterentwicklung des Green Buddy Award für den Einzelhandel zu einem Berlinweiten Preis. Gemeinsam mit dem Einzelhandel wollen wir außerdem ein Programm für verantwortungsvollen, nachhaltigen Konsum entwickeln und dazu in jedem Bezirk langfristig ein Repair-Café ermöglichen.

Händler*innen im Übergang zur Normalität mit flexiblen Regelungen unterstützen

Gemeinsam mit dem Berliner Einzelhandel wollen wir in einem offenen Dialog identifizieren, welche zeitlich befristeten ordnungspolitische Rahmenbedingungen flexibel gestaltet werden müssen, um z. B. Aktionswochen mit Mitternachtsshopping und ähnlichem zu ermöglichen.

Stadtentwicklung in Handelszentren neu ausrichten

Bei manchen Produktbereichen verschwimmen die Grenzen zwischen Produktion und Handel. Mischkonzepte und gläserne Manufakturen können alte Einkaufswelten zu neuen, nachhaltig

orientierten Erlebniswelten aufwerten, in denen es nicht nur ums „klassische Shopping“ geht. Auch aus Gründen der besseren Raumausnutzung muss die Stadtentwicklung in Einkaufsstraßen und -centern künftig stärker als bisher auf Mischkonzepte drängen, in denen auch kommunale Services, Repair-Cafes, öffentlich zugängliche Bewegungsangebote und kreative Räume ausreichend berücksichtigt werden.

Für uns Grüne in Berlin ist auch die Stärkung, Beratung und Förderung von neuen Business Improvement Districts (BID) ein wirksames Instrument zur attraktiven Neugestaltung unserer Kieze, welche die Verbindung von Online & Offline und das Klima mitdenken. Das bestehende Landesgesetz wollen wir evaluieren und nach Möglichkeit vereinfachen. Mit einem „Startgeld“ wollen wir bestehenden Einzelhandels-Initiativen die Erarbeitung des Konzepts für ein BID leichter machen. Wir unterstützen aber auch Maßnahmen zum Erhalt klassischer Kaufhausstandorte, auch als neue Experimentierfelder. Mit Mischkonzepten (Co-Working, Events, Gastronomie, Sport) sollen diese ehemaligen Publikumsmagneten wiederbelebt bzw. Erhalten werden. Außerdem wollen wir das von der Umweltverwaltung initiierte Projekt „Re-Use Berlin“ forcieren, um langfristig drei bis vier solcher Standorte in Berlin zu etablieren.

Den Bund in die Pflicht nehmen

Auf Bundesebene machen wir uns für perspektivisch für ein Ende der kostenlosen Retouren stark. Explizite Aufführung der genauen Versandkosten sind ein erster Schritt; langfristig müssen kostenlose Retouren abgeschafft werden. Auch das Spenden retournierter Waren muss der Bund endlich erleichtern.

Wir wollen auch mit Immobilien-Eigentümer*innen und -Entwickler*innen reden, um sie mit in die Verantwortung zu nehmen. Die Entwicklung eines Mietkonzepts, welches die Besucherfrequenz berücksichtigt, kann ein Instrument sein. Von der Einführung einer Gewerbemietpreisbremse erhoffen wir uns eine große Wirkung und werden daher für diese auf Bundesebene kämpfen.