

16. Landtag von Baden-Württemberg, 68. Sitzung
Donnerstag, 19. Juli 2018, 09:30 Uhr

Rede

des Vorsitzenden des Arbeitskreises Wirtschaft, Arbeit und
Wohnungsbau

Claus Paal MdL

zur Aktuellen Debatte

Handel 2030 in Baden-Württemberg – Perspektiven für einen Wirtschaftszweig im Wandel

Es gilt das gesprochene Wort.

Claus Paal MdL:

Frau Präsidentin, liebe Kolleginnen und Kollegen!

Wir haben heute die letzte Plenarsitzung vor der sitzungsfreien Zeit. Für mich sind – ich glaube, für uns alle – Plenarsitzungen, Plenardebatten immer ein besonderer Anlass. Deshalb, Frau Präsidentin, vielen Dank für das Große Landeswappen, das wir natürlich alle gern mit Stolz tragen. Ich nehme an, Sie haben es aus dem baden-württembergischen Handel beschafft, denn Tagesordnungspunkt 1 behandelt genau dieses Thema. Das Thema der Aktuellen Debatte ist „Handel 2030“.

Das Thema klingt zunächst nicht nach einem Megathema. Aber wer sich damit beschäftigt, wer sich mit dem Handel in Baden-Württemberg beschäftigt, der erkennt sehr schnell, dass wir sehr intensiv nach dem Handel und seiner Zukunft schauen müssen. Da am 3. Juli dieses Jahres – also vor wenigen Tagen – der Auftakt im Wirtschaftsministerium zum Strategieprozess „Handel 2030“ stattgefunden hat, ist eine Aktuelle Debatte zu diesem Thema mehr als angebracht und ich freue mich darauf, um ganz bewusst auch unseren Handel in den Fokus unserer Blickrichtung, unserer Debatten zu rücken.

Wichtig ist mir, gleich zu Beginn zu sagen, dass die Herausforderung des Handels nicht auf das Thema Ladenöffnungszeiten verengt werden darf. Wer das tut, der verkennt die wahre Herausforderung vor der unser Handel steht.

Wir diskutieren hier, aber auch in der Gesellschaft permanent über Luftreinhaltung, über Fahrverbote, über die Transformation der Automobilindustrie, über die Digitalisierung, über Industrie 4.0, über Wirtschaft 4.0, über Start-ups, über Wohnbau und vieles mehr. Das ist alles wichtig und richtig, aber unser Handel steckt in der vermutlich größten Strukturveränderung seiner Geschichte, mitten in der Digitalisierung und der Globalisierung und auch mitten in einem sich verändernden Kaufverhalten unserer Gesellschaft. Ich wage nicht zu beurteilen, welche Herausforderung die größte ist. Das ist aber auch überhaupt nicht wichtig, sondern wir tun gut daran, alle Veränderungen im Blick zu haben.

Der Handel wird aktuell durch – ich habe es gerade gesagt – die Digitalisierung herausgefordert. In dieser ist der Handel bereits seit Jahren mittendrin. Er wird durch den Fachkräftemangel und auch die demografische Entwicklung herausgefordert. Aktuell gibt es 25 000 unbesetzte Ausbildungsplätze im Handel in Deutschland; in Städten kommen Fahrbeschränkungen, Fahrverbote. Davon mögen wir vielleicht die Händler ausnehmen können, aber des Handels Kunden werden davon getroffen.

Wir haben weitere Herausforderungen, wie z. B. neue Geschäftsmodelle, neue Vertriebswege, ein sich veränderndes Kundenverhalten. Die Generationen X, Y und Z stellen hier so manches auf den Kopf. Der Handel sieht sich einer sich weiter ausdehnenden Bürokratie gegenüber. Wir haben natürlich auch steigende Ladenmieten, die eine große Herausforderung für den Handel ist.

Auch das Thema Ladendiebstahl sollten wir in den Fokus nehmen. Hier wird aktuell das Thema Videoüberwachung für den Handel eine Herausforderung, die immer mehr erschwert wird. Der Ladendiebstahl ist eine große Herausforderung. Mehrere Milliarden Euro Schaden entstehen hierdurch in Deutschland. Das Ganze hat natürlich eine preissteigernde Wirkung. Damit trifft es nicht nur die Unternehmen, den Händler, sondern auch die Kunden durch teurere Preise. Um Eigentümer und Mitarbeiter zu schützen, muss der Handel bereits heute Millionenbeträge investieren.

Wir erleben einen seit Langem anhaltenden Strukturwandel im Handel, wenn wir uns die großflächigen Betriebsformen, die immer mehr kommen, die Einkaufszentren und auch die Fachmärkte, die auf der grünen Wiese entstehen, anschauen.

Außerdem kommt es leider zu einer Abnahme kleinerer Geschäfte mit weniger als fünf Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Das ist ungünstig für lebendige Einkaufsstraßen und natürlich auch für Ortszentren.

Die Zahlen, die man zum Handel liest, sind beeindruckend, da man dabei in Relation zur Automobilindustrie sieht, wie wichtig uns der Handel sein muss. Der Onlinehandel wächst in jedem Jahr zweistellig, der traditionelle Einzelhandel jedoch nur einstellig. 3,16 Milliarden Pakete waren 2017 auf deutschen Straßen unterwegs. Amazon hat jetzt einen Marktanteil von 46 %, auch wegen des Plattformmodells, von dem natürlich der traditionelle Handel profitiert.

Der Handel ist unser drittgrößter Wirtschaftszweig im Land. Mehr als eine halbe Million Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, sozialversicherungspflichtig Beschäftigte, arbeiten im Handel. Das sind doppelt so viele wie in der Automobilindustrie. 130 000 Einzelhandelsunternehmen, 18 000 Auszubildende, ein jährlicher Umsatz von knapp 100 Milliarden € sind beeindruckende Zahlen. Alles in allem sind das enorme Herausforderungen, nicht nur für den Handel, sondern ich meine, für die Gesellschaft insgesamt. Es muss uns gelingen, den stationären Einzelhandel zu sichern, um damit gleichzeitig auch unsere Städte und Dörfer attraktiv und lebenswert zu erhalten.

Deshalb hat die CDU-Landtagsfraktion gemeinsam mit dem Wirtschaftsministerium einen Strategieprozess „Handel 2030“ aufgelegt. Ich danke den Kolleginnen und Kollegen der Grünen-Fraktion, dass sie von Anfang an dabei waren, und ich danke dem Wirt-

schaftsministerium und ganz besonders der Ministerin, dass sie sich dieses Themas annimmt und es zur Chefsache macht.

Der Strategieprozess „Handel 2030“ muss natürlich mit dem Vorgehen in der Europäischen Union und dem der Bundesregierung synchronisiert werden. Zum Hintergrund: Die EU-Kommission hat im April 2018 ein Papier herausgegeben und damit einen Prozess gestartet – ich zitiere – „ein den Anforderungen des 21. Jahrhunderts gewachsener europäischer Einzelhandel“, und die Bundesregierung hat 2017 die Ergebnisse in einer Dialogplattform Einzelhandel veröffentlicht.

Ziele des Dialogprozesses „Handel 2030“ in Baden-Württemberg sollen sein, alle für den Handel wichtigen Beteiligten an einen Tisch zu holen und einen Strategiedialog zwischen Politik, Wirtschaft, Gewerkschaft, kommunalen Spitzenverbänden, Handelsverbänden, Kammern und Genossenschaften zu beginnen. Auch Praktiker vor Ort sollen beteiligt werden sowie die Einzelhändler direkt und die Betriebsräte. In Workshops – oder auf Deutsch Arbeitsgruppen – werden die genannten Themen in einem Dialogprozess erörtert. Ich bin mir sicher, dass die Wirtschaftsministerin später im Detail die geplante Vorgehensweise erläutern wird. Ziele sind, dem Handel Möglichkeiten aufzuzeigen und Handlungsempfehlungen zu erarbeiten. Die Ergebnisse der Workshops sollen danach in die Ausrichtung der mittelfristigen Wirtschaftspolitik unserer Landespolitik einfließen. Insgesamt wollen wir die Wettbewerbsfähigkeit unseres Handels in jeder Form sichern.

Wir können dabei nicht jedem Händler zeigen und sagen, was richtig und was falsch ist. Das sind unternehmerische Entscheidungen. Es wäre auch vermessen und falsch. Aber wir können Wege und Möglichkeiten aufzeigen und später die richtigen politischen Rahmenbedingungen schaffen.

Der Abschluss des Prozesses „Handel 2030“ ist für Anfang 2019 geplant, wobei ich betonen möchte, dass dieses Thema so wichtig ist, dass wir uns dabei nicht unter Zeitdruck setzen sollten, sondern es kann im Dialog mit dem Handel durchaus auch etwas länger dauern. Der CDU-Landtagsfraktion ist die Zukunft des Handels sehr wichtig. Die Versorgung der Baden-Württemberger, unserer Bürgerinnen und Bürger im ländlichen Raum wie in den Städten steht ganz oben auf der Prioritätenliste: die Attraktivität der Innenstädte, der Dörfer und ein faires Nebeneinander zwischen Online- und stationärem Einzelhandel.

Wir werden diesen Prozess im Wirtschaftsministerium interessiert begleiten. Dem Handel sende ich von hier aus ein klares Signal der CDU-Landtagsfraktion zu: Wir suchen gemeinsam mit Ihnen nach „enkeltauglichen“ Ansätzen, wie unsere Freunde in Österreich zu sagen pflegen, um das Wort „nachhaltig“ nicht permanent zu strapazieren. Wir wollen unseren Handel in eine gute Zukunft führen, deshalb beginnt jetzt der Strategieprozess „Handel 2030“, um die Zukunft anzupacken und zu gestalten.

Ich bin mir sicher, dass wir dieses Thema hier in nicht ferner Zukunft wieder aufrufen können, um über die weiteren Ergebnisse zu berichten.

Vielen Dank.