Tourismus als Wirtschaftsfaktor
Warum der Einzelhandel profitiert Ab S. 04

Arbeitsrechtliche Aspekte der warmen Jahreszeit
Saisonarbeit braucht Rechtssicherheit Ab S. 20

Handelsverband Nord
Hamburg · Schleswig-Holstein
Mecklenburg-Vorpommern

Handel(n) im NORDEN

Das Mitgliedermagazin des Handelsverband Nord

06.2025 **#2**

Top Thema: Sommer, Sonntage & Saison
Ab S. 04

Abb.: Adobe Stock | #525941321 | auremar

Liebe Mitglieder des Handelsverband Nord,

die Sommer- und Feriensaison steht vor der Tür, und sie bringt für unseren Einzelhandel wichtige Impulse mit sich. Der Tourismus ist eine treibende Kraft für unsere Region. Er sorgt für eine erhöhte Besucherzahl, schafft Umsätze und fördert die lokale Wirtschaft – ein bedeutender Faktor auch für den lokalen Handel.

In dieser Ausgabe unseres Magazins widmen wir uns u.a. den Zusammenhängen zwischen Tourismus und Handel sowie den Chancen und Herausforderungen, die längere Öffnungszeiten, Sonntagsöffnungen und 24/7-Läden bieten. In den Interviews und Gesprächen kommen Touristikexperten, Kaufleute und auch ein Bischof zu Wort. Passend dazu haben wir in der arbeitsrechtlichen Rubrik des Heftes eine Hilfestellung für alle Unternehmen, die Saisonkräfte und Aushilfen beschäftigen. Unsere HV Nord Rechtsanwältin Linda Hitzmann hat die wichtigsten Aspekte der rechtlichen Rahmenbedingungen für die Saisonarbeit zusammengefasst, so dass Sie rechtssicher handeln können.

In Hamburg hingegen hat mit der Eröffnung des Überseequartiers der Einzelhandel ein neues Kapitel aufgeschlagen. Allein schon durch den eigenen Fähranleger werden auch viele Touristen zu den Besuchern zählen - aber nicht nur. Ob die Innenstadt am Ende sogar von dem neuen Center profitiert oder auf Dauer einen herben Kaufkraftverlust hinnehmen muss, zeigt die Zeit. Wir waren beim Grand Opening dabei.

Nicht zuletzt möchte ich Sie auf unser großes Jahresevent am 7. Oktober in Lübeck aufmerksam machen, den ‚Tag des Norddeutschen Handels'. Unter dem Motto „Partnerschaften! Erfolgsfaktor Kooperation" erwarten Sie spannende Vorträge, Networking-Möglichkeiten und hochkarätige Gäste: Einer von ihnen ist der renommierte Politik- und Wirtschaftsjournalist Nikolaus Blome, auf den ich mich besonders freue.

Bis dahin wünsche ich Ihnen eine erfolgreiche Sommersaison, inspirierende Begegnungen und viel Erfolg bei Ihren Vorhaben. Gemeinsam stärken wir den Einzelhandel in unserer Region und setzen auf Kooperation als Schlüssel zum Erfolg.

Ihr

DIERK BÖCKENHOLT
Hauptgeschäftsführer
Handelsverband Nord

Die Geschäftsstellen des Handelsverband Nord

Hauptgeschäftsstelle Kiel
Hopfenstraße 65
24103 Kiel
0431-97407-0
info@hvnord.de

Geschäftsstelle Hamburg
Große Bäckerstraße 3
20095 Hamburg
040-369812-0
hh@hvnord.de

Geschäftsstelle Rostock
Kröpeliner Str. 92
18055 Rostock
0381-453332
hro@hvnord.de

Geschäftsstelle Schwerin
Graf-Schack-Allee 10a
19053 Schwerin
0385-3977136
sn@hvnord.de

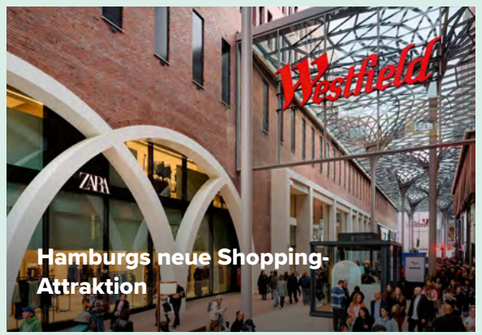
Geschäftsstelle Neubrandenburg
Jahnstr. 3 d
17033 Neubrandenburg
0395-581480
nb@hvnord.de

07 **Braucht der Tourismus den Sonntagshandel?**

Abb.: Adobe Stock | #275064640 | luengo_ua

14 **Hybrider Einkauf bei Edeka Böse auf Usedom**

Foto: Edeka Böse



18 **Hamburgs neue Shopping-Attraktion**

Foto: Daniel Schäfer + URW

IMPRESSUM
Herausgeber: Handelsverband Nord e. V., Hopfenstraße 65, 24103 Kiel, info@hvnord.de | Redaktion: Annett Rabe, Hopfenstraße 65, 24103 Kiel, Telefon: 0431 97407 0, Fax: 0431 97407 24
V.i.S.d.P. Dierk Böckenholt

TOP THEMA SOMMER, SONNTAGE & SAISON

04 **Bedeutung des Tourismus für den Handel**
Die dwif-Consulting zur Wechselwirkung zwischen Einzelhandel und Tourismus
07 **Braucht der Tourismus den Sonntagshandel?**
Ein Statement von Annette Rösler, Geschäftsführerin des Bäderverbands M-V
08 **Kaufhaus Stolz**
Geschäftsführer Uwe Hornung über Saisonarbeit, Gesetzespläne und regionale Verantwortung
10 **Stellungnahme zum geplanten Tourismusgesetz in M-V**
11 **Der Hamburger Sonntagsfrieden**
Ab 12 **Einkaufen ohne Personal**
- 24/7 geöffnet: Tante Enso in Glasau
- Hybrider Einkauf bei Edeka Böse auf Usedom

BL AUS UNSEREN BUNDESLÄNDERN

16 **Hamburger Koalitionsvertrag**
Der neue Senat setzt auf Beständigkeit
17 **Generationenfreundliches Einkaufen**
18 **Hamburgs neue Shopping-Attraktion**
Das Westfield Hamburg Überseequartier

RECHT

20 **Saisonarbeit braucht Rechtssicherheit**
Arbeitsrechtliche Aspekte der warmen Jahreszeit

3 FRAGEN AN ...

22 **... Tilman Jeremias**
Bischof im Sprengel Mecklenburg und Pommern

AUS DEM PARTNERNETZWERK

23 **W.A.S. Aktionsverkauf**

Bedeutung des Tourismus für den Handel

Der Tourismus ist eine typische Querschnittsbranche, in der viele Gewerbe mitmischen, die aber statistisch nicht eigenständig erfasst werden. Dennoch geht von ihm eine erhebliche wirtschaftliche Bedeutung für verschiedenste Branchen in der Urlaubsdestination aus.

Tourismus als Wirtschaftsfaktor: Warum der Einzelhandel profitiert – besonders durch Tagesgäste

Gerade während des Urlaubs oder bei der Ausübung von Freizeitaktivitäten wird selten gespart. Touristische Aktivitäten führen in vielen Regionen zu umfangreichen Konsumausgaben. Dennoch werden oft nur Beherbergungsbetriebe und Gastronomie als Hauptprofiteure des Tourismus gesehen. Dabei profitieren auch andere Wirtschaftszweige erheblich, insbesondere die Dienstleistungsbranche mit Angeboten in Unterhaltung, Freizeit, Sport sowie lokale Transportunternehmen. Vor allem aber ist der Einzelhandel ein zentraler Profiteur: vom Lebensmitteleinkauf bis zum spontanen Shoppingbummel.

Beispiele verdeutlichen diese enge Verbindung: Ein Paar unternimmt einen Tagesausflug nach Lübeck, bummelt durch die Geschäfte, isst mittags in einem Restaurant und besucht am Nachmittag ein Café. Der attraktive Einzelhandel ist Anlass und zugleich Verstärker des Ausflugs und trägt nebenbei zur Belebung der Innenstadt bei.

Oder die Familie, die einen Radurlaub entlang des Ostseeküsten-Radwegs macht: In Kiel kaufen sie vor der nächsten Etappe Lebensmittel, ersetzen eine defekte Fahrradtasche im Fachgeschäft und besorgen ein Mitbringsel für die Großmutter. In beiden Fällen führt touristische Mobilität zu zusätzlichem Umsatz im lokalen Handel. Darüber hinaus kann beim „Shoppingtourismus im engeren Sinne" der Einzelhandel sogar selbst im Mittelpunkt stehen und der Hauptgrund der Reise sein.

Besonders Tagesgäste spielen hierbei eine wichtige Rolle, werden jedoch häufig unterschätzt. Dabei generieren sie deutschlandweit rund siebenmal so viele Aufenthaltstage wie der statistisch erfasste Übernachtungsmarkt.

DIREKTE PROFITEURE DES TOURISMUS

Quelle: dwif 2025; Berechnungen zum Wirtschaftsfaktor Tourismus für Schleswig-Holstein und Mecklenburg-Vorpommern 2022

Beispiele aus Schleswig-Holstein und Mecklenburg-Vorpommern

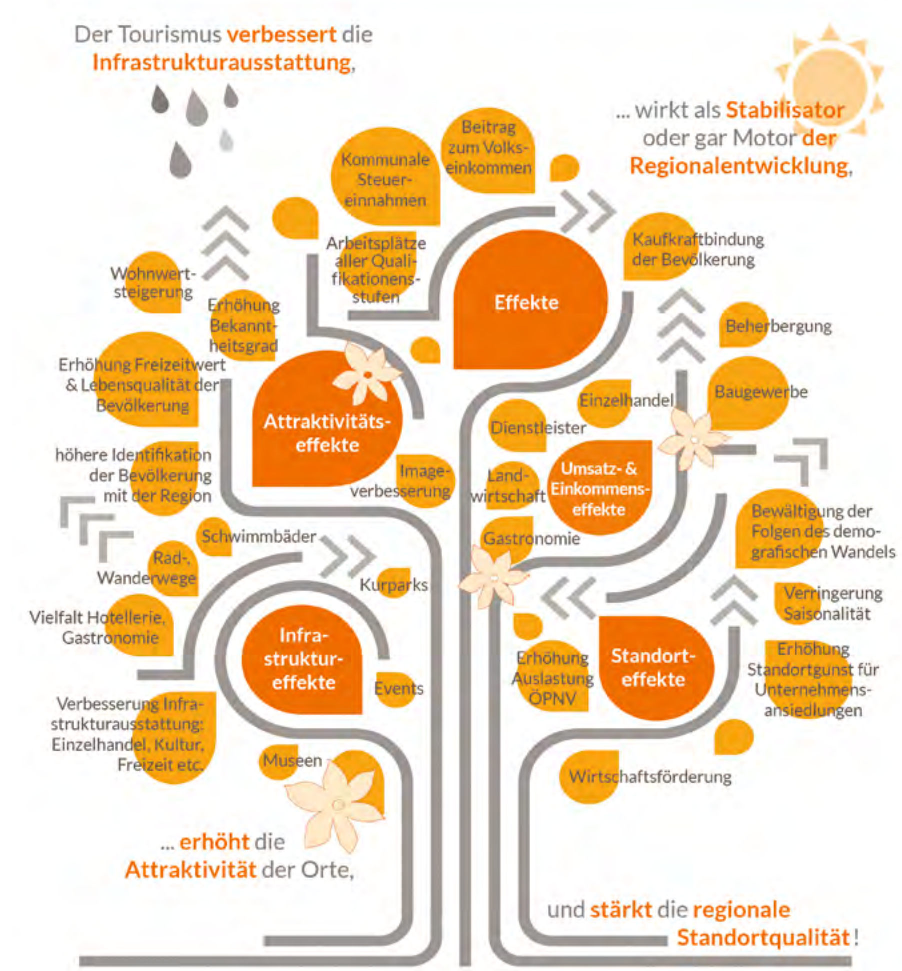
Laut den Berechnungen zum Wirtschaftsfaktor Tourismus des dwif belief sich der touristisch bedingte Bruttoumsatz im Jahr 2022 in Schleswig-Holstein auf rund 10,37 Milliarden Euro, in Mecklenburg-Vorpommern auf etwa 7,09 Milliarden Euro. Ein bedeutender Teil der Umsätze entfiel auf den Einzelhandel: In Schleswig-Holstein betrugen sie 29,1 % und summierten sich auf 3,0 Milliarden Euro, in Mecklenburg-Vorpommern lag der Anteil bei 25,4 % mit einem Umsatz von 1,8 Milliarden Euro.

Die Bedeutung des Einzelhandels an den Gesamtausgaben der Gäste zeigt sich besonders im Ausgabeverhalten der Tagesgäste: In Mecklenburg-Vorpommern flossen zwischen 40,7 % (0,9 Milliarden Euro) und in Schleswig-Holstein 43,5 % (1,89 Milliarden Euro) ihrer Ausgaben in den Einzelhandel. Bei den Übernachtungsgästen liegt dieser Anteil jeweils bei unter 20 %. Dieser Unterschied liegt auf der Hand: Während Übernachtungsgäste aufgrund anfallender Übernachtungskosten einen großen Teil ihres Budgets in Unterkunft und Verpflegung investieren, nutzen Tagesgäste ihre Mittel vor allem für Einkäufe, Gastronomie und Erlebnisse.

Tourismus und Einzelhandel – Zwei voneinander profitierende Branchen

Tourismus und Einzelhandel verstärken sich gegenseitig. Ein einfaches Modell beschreibt diese Wechselwirkung als Kreislauf: Steigende Gästezahlen führen zu höheren Umsätzen im Einzelhandel. Dies erhöht dessen Attraktivität, Investitionen folgen, und es entsteht ein vielfältiger Branchenmix. Die Aufenthaltsqualität verbessert sich, Städte und Regionen gewinnen an Reiz, was wiederum neue Gäste anzieht – der Kreislauf beginnt von vorn.

TOURISMUS IST EIN WIRTSCHAFTS- UND STANDORTFAKTOR



© dwif 2025

Abb.: Adobe Stock | #153773830 | Daniel Stohl

Insbesondere Ausflügler und Tagesgäste – wie hier in Warnemünde – bescheren dem Einzelhandel guten Umsatz.

Von diesem Prozess profitiert nicht nur der Handel selbst, sondern die gesamte Region. Zusätzliche Umsätze führen zu steigenden Einkommen, Gewerbe- und Umsatzsteuereinnahmen, was den öffentlichen Haushalten Spielräume eröffnet. Diese können wiederum in Infrastruktur, Stadtentwicklung oder touristische Angebote reinvestiert werden – ein weiterer Impuls, der die Attraktivität der Region langfristig stärkt.

Für Kommunen und Regionen ergibt sich daraus eine klare Strategie: Wer den Tourismus stärken will, sollte auch in attraktive Einkaufsangebote, hohe Aufenthaltsqualität und einen abwechslungsreichen Branchenmix investieren. Denn der Einzelhandel ist nicht bloß ein Begleiter, sondern ein zentraler Baustein eines lebendigen, wirtschaftlich erfolgreichen Tourismus – und ein wichtiger Pfeiler regionaler Wertschöpfung.
Die Berechnungen zum Wirtschaftsfaktor Tourismus durch die dwif Consulting GmbH helfen den Akteuren, die Zahlen im Blick zu halten.

dwif

dwif - WEGWEISEND im Tourismus

Wir sind eine Tourismusberatung mit den Schwerpunkten Destinationsmanagement, Marktforschung, Betriebswirtschaftliche Beratung sowie Ökonomische Analysen. Hervorragendes touristisches Know-how, exklusive Marktdaten und die Freude daran, gemeinsam mit unseren Kund*innen nutzenstiftende Strategien und Lösungen für den Tourismus zu entwickeln, machen uns aus. Zu unserem Kund*innenkreis zählen Destinationsmanagement-Organisationen, Betriebe aus der Tourismus-, Kultur- & Freizeitwirtschaft, touristische Verbände, Finanzdienstleister und öffentliche Institutionen.

Autorinnen:
Regina Vernaleken, Consultant, dwif-Consulting GmbH,
r.vernaleken@dwif.de; www.dwif.de
Margerita Bichler, Junior-Consultant, dwif-Consulting GmbH,
m.bichler@dwif.de; www.dwif.de

Braucht der Tourismus den Sonntagshandel?

In Mecklenburg-Vorpommern ist die Tourismusintensität besonders hoch: Im Jahr 2023 wurden hier 19.474 Übernachtungen pro 1.000 Einwohner gezählt – weit über dem Bundesdurchschnitt von 5.744. Dies unterstreicht die Bedeutung des Tourismus für die Region und damit auch für den örtlichen Einzelhandel.

In nahezu allen deutschen Reisegebieten – auch in Mecklenburg-Vorpommern – übersteigt die Zahl der Tagesausflügler die der Übernachtungsgäste deutlich. Pro Übernachtung in einem Beherbergungsbetrieb kommen durchschnittlich 5,7 Tagesreisen.

Seit dem 15. März 2025 erlaubt die erweiterte Bäderregelung in Mecklenburg-Vorpommern, Geschäften in touristisch geprägten Orten auch an Sonn- und Feiertagen zu öffnen.

Die Geschäftsführerin des Bäderverbands Mecklenburg-Vorpommern, Annette Rösler, spricht über die Effekte der neuen Öffnungszeitenverordnung und die Bedeutung für Tourismus und Einzelhandel.

Foto: Bäderverband MV

Aus unseren Kurorten vernehmen wir ausschließlich positive Reaktionen auf die neue Öffnungszeitenverordnung. Es wäre höchst ärgerlich und ein nicht mehr hinnehmbarer Wettbewerbsnachteil, wenn diese durch eine Klage wieder kippen würde.

In der Praxis geht es darum, dass die Unternehmen in den Kur- und Erholungsorten wirtschaftlich arbeiten wollen und müssen. Dafür brauchen Sie die Möglichkeit zu öffnen, wenn es ein vermehrtes Gästeaufkommen gibt. Allein von den Umsätzen der einheimischen Bevölkerung können Einzelhändler nur schwer existieren. Da die Angestellten dabei auch vernünftig entlohnt werden, übernehmen diese gern die Arbeit auch an Sonn- und Feiertagen. Häufig sieht es auch so aus, dass die Unternehmer an diesen Tagen selbst im Geschäft stehen. Und sie entscheiden dann auch selbst, ob eine Öffnung sinnvoll ist und Umsätze generiert werden können. Wenn nichts los ist, bleiben Gäste und Kunden aus, dann wird das Geschäft auch nicht geöffnet. Das wird ganz praktisch vor Ort entschieden.

Im Hinblick auf die Belebung der Kur- und Erholungsorte ist die neue Öffnungszeitenverordnung eine Bereicherung. Nicht nur unsere Einwohner, sondern auch unsere Urlaubsgäste fragen die Angebote im Einzelhandel nach. Ohne geöffnete Geschäfte leidet das Urlaubserlebnis. Bummeln und Shoppen gehören nun mal in der Urlaubszeit dazu. Von der Belebung profitieren auch die Einwohner, dies ist aus unserer Sicht auch ein spürbares Instrument im Hinblick auf die Tourismusakzeptanz. Die hier arbeitende Bevölkerung nutzt die nunmehr weiter gefassten Einkaufsangebote dann eben auch gern an den Sonn- und Feiertagen. Zahlen zur „Wirkung“ liegen noch nicht vor, dies wird vermutlich auch perspektivisch schwer zu messen sein. Aber Fakt ist doch, Bummeln durch Innenstädte ohne geöffnete Geschäfte macht einfach keinen Spaß! Und Unternehmen generieren das Gros ihrer Umsätze, wenn Gäste freie Zeit haben und Geld ausgeben.

Abb.: Adobe Stock | #175987101 | Diezzo

Abb.: Adobe Stock | #343825120 | arrdrey

Kaufhaus Stolz an der Küste

Zwischen Saisonarbeit, Gesetzesplänen und regionaler Verantwortung

Wer in den Norden an die Küste fährt, kommt am Kaufhaus Stolz nicht vorbei. Wie auf einer Perlenschnur säumen die fast 40 Filialen Nord- und Ostsee von Schleswig-Holstein bis Mecklenburg-Vorpommern – und jährlich kommen neue Märkte hinzu. Der Erfolg des Familienunternehmens in sechster Generation in Zeiten des E-Commerce ist bemerkenswert: Der nur mäßig laufende Online-Shop wurde vor einigen Jahren schon eingestellt, Stolz setzt ganz auf das stationäre Geschäft und die Möglichkeit, dass Menschen sich begegnen und etwas erleben. Das Erfolgsrezept des norddeutschen Warenhauses lässt sich aber nicht nur durch das Sortiment mit dem maritimen Fokus erklären, auch die Angestellten tragen einen maßgeblichen Teil zum Gesamterfolg bei. Herausforderung in diesem Zusammenhang sind auch die hohen Frequenzen im Sommer mit entsprechendem Personalbedarf, die den eher schwachen Wintermonaten gegenüberstehen.

Wir haben mit dem Geschäftsführer Uwe Hornung aus der Fehmarner Zentrale über die Personalfrage, aber auch über die neuen und geplanten gesetzlichen Regelungen in Mecklenburg-Vorpommern gesprochen.

Foto: Kaufhaus Stolz

Anfang des Jahres wurde die Bäderverordnung für MV neu gefasst und lässt beispielsweise mehr Sonntags-/Feiertagsöffnungen zu. Das müsste Ihnen ja eigentlich mehr Spielraum verschaffen...

Die nun gültige Neufassung der Bäderregelung MV war längst überfällig. Wir begrüßen diesen Schritt ausdrücklich!

Jenseits der Landesgrenzen boten sich – gerade für Tagestouristen – viel bessere Alternativen an. Für uns Einzelhändler sind aber gerade diese Hochfrequenzzeiten (Ostern/ Pfingsten/ Himmelfahrt) wichtige Umsatz-Tage, die „zum Anfressen von Speck auf den Rippen" für den harten Winter lebenswichtig sind. Wir schließen im Winter keinen einzigen unserer fast 40 Standorte, auch nicht die touristischen. Das erfordert von allen Beteiligten große Anstrengungen. Uns ist es als Familienunternehmen sehr wichtig, auch in Nebenzeiten/Winter ein verlässlicher Partner vor Ort als Grundversorger im Nichtlebensmitteleinzelhandel für alle Einheimischen zu sein.

Kritik muss allerdings auch erlaubt sein, denn Umsetzung und Publikation der neuen Öffnungszeitenverordnung waren schlecht. Die Politik hat die Neuerungen viel zu spät kommuniziert, für Werbemaßnahmen – wollte man sie nicht ins Blaue planen wie wir – war der Zug abgefahren. Außerdem wurde wohl die Einführung der neuen Regelungen in einem für uns wichtigen Standort, nämlich in der Landeshauptstadt Schwerin als Welterbestadt, augenscheinlich schlichtweg vergessen. Uns fehlt nun eine ganze Saison mit Sonntagsöffnung.

Mit fast 40 Filialen an touristischen Standorten sind Sie stark abhängig von den Saisonzeiten und damit auch angewiesen auf zusätzliche Arbeitskräfte. Wie decken Sie diesen zusätzlichen Arbeitskräftebedarf in der Hochzeit ab?

Zu unseren vielen tollen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in den Filialen kommt in der Saison zusätzliche Unterstützung dazu. Diese ist vielfältig. Ferienjoblerinnen und Ferienjobler ab 18 Jahren, studentische Aushilfen, Saisonkräfte. Auch Senioren mit den verschiedensten Arbeitszeitmodellen sind bei uns herzlich willkommen. Hierzu bedarf es natürlich auch des Wohnraums an verschiedenen Standorten.

Kann die Region die für die Saison und Sonntage benötigten zusätzlichen Arbeitskräfte abdecken, oder muss außerhalb rekrutiert werden?

Wir bieten die Möglichkeit von reiner Sonn- und Feiertagsarbeit an. Dies ist für die verschiedensten Altersgruppen interessant. Mütter, die am Wochenende eine gute Betreuung für ihre Kinder haben, z.B. Alleinerziehende im Wechselmodell. Senioren, die fit bleiben wollen und nicht „NUR Rentner" sein möchten. Volljährige Schülerinnen und Schüler, die sich etwas dazu verdienen wollen. Aktuell liegt unsere Sonntagsvergütung für Sonntagsaushilfen bei 16,-€/h mit minutengenauer Arbeitszeiterfassung – also ohne die sonst üblichen Rüstzeiten. Diese gibt es bei uns nicht. Wir haben minutengenaue Zeiterfassung, also keine „verschenkte" Arbeitszeit.

Können die Aushilfen / befristet Beschäftigten in allen Bereichen eingesetzt werden?

Ja klar! Sie werden voll integriert und haben der Filiale und der eigenen Möglichkeit nach entsprechende Aufgaben. Egal ob Bedienung, Warenpräsentation oder Kassentätigkeit – alles wird individuell besprochen und definiert.

Wie sind Ihre Erfahrungen mit Saisonarbeitskräften und was ist dabei zu berücksichtigen?

Unsere Erfahrungen sind zum ganz großen und überwiegenden Teil sehr positiv. Viele kommen gern mehrere Jahre in Folge zu uns. Wir sind als kleines mittelständisches Familienunternehmen bestrebt, dass alle Spaß bei der Arbeit haben und nach einem Arbeitstag – der im Handel nie einfach ist – zufrieden und erfüllt heimgehen.

Aufgrund der Wohnsituationen in den touristischen Zentren schaffen wir an vielen Standorten bezahlbaren, qualitativ hochwertigen

Foto: Holger Martens/Kaufhaus Stolz

Wohnraum. Das gilt auch für unsere Saisonunterstützer.

Zu guter Letzt: Wie ist Ihre Haltung als mittelständisches Unternehmen zum geplanten Tourismusgesetz in MV?

Die geplante Tourismusabgabe wirft aus unserer Sicht rechtliche und praktische Fragen auf:

1. Unklare Definition der abgabepflichtigen Betriebe

Das Gesetz lässt offen, welche Unternehmen konkret betroffen sind. Der Begriff „mittelbarer Nutzen aus dem Tourismus" ist zu ungenau – theoretisch könnten fast alle Betriebe eines Ortes gemeint sein, von Ärzten bis zu Supermärkten. Es fehlt eine klare Abgrenzung. Wir sehen mit unseren erbrachten dezentralen Abgaben schon jetzt einen überdurchschnittlichen Beitrag an den Standorten.

2. Untaugliche Berechnungsgrundlage

Die Abgabe soll sich am Umsatz orientieren – dieser sagt jedoch wenig über den tatsächlichen Tourismusbezug oder die Gewinne aus.

3. Fehlende Differenzierung nach Tourismus-Relevanz

Ob ein Betrieb stark oder kaum vom Tourismus abhängt, spielt keine Rolle – alle werden gleich behandelt. Das widerspricht dem Gleichbehandlungsgrundsatz (Art. 3 GG). Somit würde auch der o.g. „Speck auf den Rippen" für den Winter belastet.

Fazit: Unserer Ansicht nach ist das Gesetz in der aktuellen Form rechtlich bedenklich und praxisfern.

Foto: Holger Martens/Kaufhaus Stolz

Kritische Stellungnahme zum geplanten Tourismusgesetz in Mecklenburg-Vorpommern

Kay-Uwe Teetz, Geschäftsführer des HV Nord für Mecklenburg-Vorpommern blickt kritisch auf das geplante Tourismusgesetz und fasst zusammen, wo es aus unternehmerischer Sicht hakt: "Der Entwurf verfehlt sein Ziel, den Tourismus stabil, nachhaltig und fair zu gestalten. Er belastet die Wirtschaft einseitig, erhöht die Bürokratie und schränkt die kommunale Selbstbestimmung unnötig ein. In der aktuellen Lage ist eine solche Gesetzgebung nicht verantwortbar. Außerdem kommt der Gesetzesvorschlag zur absoluten Unzeit, denn die Zukunft des Tourismusverbandes Mecklenburg-Vorpommern mit seinen Verantwortlichkeiten und Steuerungsfragen ist bislang nicht final geklärt. Eine Gesetzgebung auf dieser Grundlage ist per se politisch fragwürdig."

Foto: HV Nord

Im Wesentlichen sind es folgende Punkte, die aus unternehmerischer Sicht nicht hinnehmbar sind, aber auch für die Gemeinden eine zusätzliche Belastung darstellen.

Unverhältnismäßige Belastung und Bürokratieaufbau
Das geplante Gesetz stellt eine erhebliche Belastung für die Wirtschaft im Land dar. Es sieht verpflichtende Abgaben vor, die unabhängig von der tatsächlichen Leistungsfähigkeit der Unternehmen erhoben werden. Gerade in einer Zeit, in der viele Betriebe mit steigenden Kosten, Fachkräftemangel und hoher Steuerlast kämpfen, ist diese zusätzliche finanzielle Belastung nicht nur unverständlich, sondern auch schädlich. Zudem führt der Gesetzesentwurf zu einem erheblichen Anstieg bürokratischen Aufwands. Neue Meldepflichten, Berichtspflichten und lokale Satzungsregelungen bedeuten Mehraufwand für Unternehmen und Kommunen gleichermaßen. Das widerspricht den Bemühungen um eine moderne, schlanke Verwaltung und belastet die Betriebe unnötig.

Fehlende Transparenz und eingeschränkte Mitbestimmung
Der Entwurf lässt die zentrale Rolle der Unternehmen bei der Gestaltung des Tourismus im Land weitgehend außer Acht. Die Verwendung der vorgesehenen Abgaben bleibt unklar, eine echte Mitbestimmung der Zahlenden ist nicht vorgesehen. Statt auf partnerschaftliche Zusammenarbeit zu setzen, wird ein Modell etabliert, das die Unternehmen nur noch als Abgabenentrichter sieht. Das ist nicht nur ungerecht, sondern gefährdet auch die Akzeptanz und die nachhaltige Entwicklung des Tourismus.

Einschränkung der kommunalen Selbstverwaltung
Die geplanten Regelungen greifen tief in die kommunale Selbstbestimmung ein. Gemeinden sollen verpflichtet werden, Gäste- und Tourismusabgaben einzuführen, ohne dass sie hierüber frei entscheiden können. Das schränkt die kommunale Eigenverantwortung erheblich ein und untergräbt die Prinzipien der Selbstverwaltung. Auch die Pflichtmitgliedschaft in regionalen Organisationen wirft verfassungsrechtliche Fragen auf und ist aus Sicht der Wirtschaft nicht akzeptabel.

Gefahr von Fehlanreizen und Qualitätsverlust
Die niedrigen Anforderungen an die Prädikatisierung von Gemeinden bergen die Gefahr, dass finanzielle Interessen über qualitative Aspekte gestellt werden. Gemeinden könnten sich vor allem deshalb prädikatisieren lassen, um Abgaben erheben zu können, unabhängig von der tatsächlichen touristischen Relevanz. Das schwächt das Prinzip eines nachhaltigen und qualitätsorientierten Tourismus und führt zu einer Verwässerung der Standards.

Fehlende nachhaltige Ausrichtung und unklare Finanzierungsgrundlagen
Neue Einnahmequellen sollen einseitig zulasten der Wirtschaft gehen, dabei ohne klare Strategien für eine nachhaltige Tourismusentwicklung. Es fehlt an einer gemeinsamen Verantwortung aller Beteiligten – Land, Kommunen und Wirtschaft.

Der Hamburger Sonntagsfrieden

Die Frage der Sonntagsöffnung war einst heiß diskutiert. Heute ist es darum still geworden.

In beschwingteren Zeiten galt die Frage der Sonntagsöffnung in der Einzelhandelsbranche als das emotionalste und zugleich umstrittenste Thema. Um das zu verstehen, muss man sich einmal kurz zurückversetzen in die Jahre, als der wachsende Onlinehandel für die größte Bedrohung gehalten wurde und die Rund-um-die-Uhr-Verfügbarkeit eine scharfe Konkurrenz zu regulierten Öffnungszeiten im stationären Einzelhandel darstellte. Heute ergänzen sich online und offline und dienen in der Regel demselben Unternehmen. Öffnungszeiten werden oftmals freiwillig begrenzt, um der knappen Personalverfügbarkeit und den höheren Erwartungen der Mitarbeitenden Rechnung zu tragen.

Abb.: Adobe Stock | #180682366 | ArTo

Fast könnte man den Eindruck haben, der Einzelhandel habe etwas die Lust am verkaufsoffenen Sonntag verloren. Niemand fordert derzeit eine Ausweitung der Shoppingsonntage. In Hamburg sind derer vier festgelegt im Ladenöffnungsgesetz. Die Adventssonntage sind ausdrücklich ausgenommen. Die seit Jahren geübte Praxis erfolgt nach einer bewährten Choreografie: Zunächst verständigen sich die Veranstalter und Quartiersmanager aller Bezirke auf vier Termine für das folgende Jahr. Dieser gemeinsame Vorschlag wird der Wirtschaftsbehörde eingereicht, die den genehmigenden Bezirken eine Empfehlung gibt. Die Veranstalter müssen dann im Vorfeld des verkaufsoffenen Sonntags bei den jeweiligen Bezirken Anträge stellen. Soweit eine gute kooperative Praxis.

Dass die überbezirklich wirkende und touristisch anziehende Innenstadt sich ungerne von der Mehrheit der Stadtteilzentren überstimmen lässt, liegt auf der Hand. Hier könnten besonders im Weihnachtsgeschäft gute Umsätze generiert werden. Sachlich gibt es wenig Gründe, sich an den Bergedorfer Ostermarkt oder die Altonale anzupassen. Die Verfassungsnorm und Rechtsprechung lässt nur eine Sonntagsöffnung am Ort der Veranstaltung zu. Nebenbei bemerkt muss die der Sonntagsöffnung zugrundeliegende Veranstaltung für die Frequenz sorgen. Nicht die geöffneten Geschäfte dürfen der Frequenzbringer sein.

So gesehen sind die einheitlichen Termine für sieben Bezirke angreifbar, und das wissen alle Beteiligten: Antragsteller, Behörde, Bezirke und die Gewerkschaft. Letztere war in anderen Städten oft genug Klägerin mit der Folge, dass bereits organisierte und geplante verkaufsoffene Sonntage kurzfristig via Einstweiliger Verfügung abgesagt werden mussten. Hamburg ist davon immer verschont geblieben. Grund ist ein vor vielen Jahren geschlossener Kompromiss, der noch immer alle davon abhält, an dem wackeligen Verfahren zu rütteln und den viel zitierten „Hamburger Sonntagsfrieden" aufzukündigen. Für den Handel bedeutet dies gleichzeitig, nicht mehr zu fordern als das, was heute bewährte Praxis ist: weder mehr Sonntage, noch mehr Stunden oder gar eine Öffnung an den Adventssonntagen.

Abb.: Adobe Stock | #180682366 | ArTo

Ein Klassiker unter den Shopping Hotspots – die Hamburger Alsterarkaden

Noch immer ist in der Frage der Sonntagsöffnung ungeklärt, was für wen betriebswirtschaftlich dabei rausspringt. Längst wissen wir, dass die Umsätze an den Tagen vor und nach dem Sonntag umsatzschwach sind. Am Ende bleibt möglicherweise nichts als Marketing. Aber auch das ist wichtig, insbesondere für die Innenstadt. Welche Relevanz dieser Aspekt genau hat, wann er in welchem Umfang zu Umsätzen führt und ob sich der Aufwand somit lohnt, weiß man nicht. Deshalb bleibt es einstweilen bei vier verkaufsoffenen Sonntagen in Hamburg.

Einkaufen ohne Personal

24/7 geöffnet: Sonntag ist der umsatzstärkste Tag

In der ländlich gelegenen 850-Seelen-Gemeinde Glasau im Kreis Segeberg hat das soziale Miteinander der Dorfgemeinschaft eine hohe Priorität. Nachdem der kleine Lebensmittelmarkt in der Dorfmitte 2018 aufgeben musste, hat sich die Gemeinde aus diesem Gedanken heraus für die Etablierung eines MarktTreffs stark gemacht. Mit Unterstützung des Landes und Finanzhilfe durch EU-Fördermittel zur Stärkung des ländlichen Raumes kam das Projekt schließlich zur Umsetzung und konnte 2023 eröffnet werden. Seitdem bilden der 24/7 Tante Enso Lebensmittelmarkt und eine Bäckerei mit Café im Eigenbetrieb nebst Veranstaltungsraum die neue Dorfmitte.

Der stellvertretende Bürgermeister der Gemeinde und Koordinator für den MarktTreff, Bernhard Horstmann, war von Beginn an dabei und spricht über Herausforderungen und Erfolge.

Foto: HV Nord

MarktTreff Koordinator Bernhard Horstmann vor der „Wünsch Dir was – Tafel“. Kunden können hier die Aufnahme neuer Produkte ins Sortiment vorschlagen.

Für uns war klar, dass wir als Gemeinde einen Lebensmittelmarkt für die Nahversorgung benötigen, aber nicht selbst betreiben können. Der Eigenbetrieb der Bäckerei ist schon ein Kraftakt für die Gemeinde, aber wichtig für das Dorf. Wir haben uns daher auf die Suche nach einem Betreiber für den Lebensmittelmarkt gemacht, uns verschiedene Konzepte in ländlichen Gebieten angesehen und fanden, dass Tante Enso – insbesondere mit dem 24/7 Konzept - am besten zu uns passt. Allerdings mussten wir die Geschäftsführer zunächst davon überzeugen, zu uns zu kommen. Denn mit nur 850 Einwohnern liegen wir unter der Kennzahl, die die Enso-Gruppe als Maßstab für ihr Engagement in den Gemeinden festgelegt hat. Aber 400 gezeichnete Genossenschaftsanteile für je 100 Euro waren dann doch ein starkes Argument für den Einstieg bei uns in Glasau. Und der Vertrauensvorschuss hat sich für das Unternehmen ausgezahlt; wir sind zwar der kleinste Markt im Enso-Universum, aber nicht beim Umsatz. Der Markt ist 200 qm groß, hat drei Mitarbeiterinnen und schreibt tiefschwarze Zahlen.

Mit unserer Gemeinde fallen wir nicht unter die Bäderregelung, aber wir dürfen derzeit im personalfreien Betrieb rund um die Uhr für die Kunden da sein. Mit den 24/7 Öffnungszeiten haben wir hier ein Alleinstellungsmerkmal und die Menschen aus dem Ort nutzen das gerne. Manche kommen zu uns, weil sie an den personalfreien Zeiten einfach mal ‚in Ruhe‘ einkaufen können, andere hingegen besorgen am Samstagabend oder Sonntag noch etwas Grillfleisch, Getränke oder Knabberzeug für das gemütliche Beisammensein. Fakt ist jedenfalls, dass der Sonntag der umsatzstärkste Tag ist. Daher wäre es auch fatal, wenn der Gesetzesentwurf zur Änderung des Ladenöffnungszeitengesetzes in Schleswig-Holstein in seiner jetzigen Form angenommen wird. Dieser sieht ja vor, die Sonntagsöffnungen einzuschränken. Angedacht ist, personallos betriebenen Läden mit über 150 qm Fläche die Öffnung am Sonntag zu verbieten. Um jedoch in ländlichen Gebieten, so wie hier, wirtschaftlich arbeiten zu können, braucht es aber eine bestimmte Umsatzgröße – und auf die kommen wir nur, wenn wir auch an Sonntagen öffnen dürfen! Kirche und Gewerkschaft führen ja in erster Linie den Sonntagsschutz an. Grundsätzlich nachvollziehbar, aber in unserem Falle nicht, denn es ist sonntags ja definitiv kein Personal vor Ort. Ich bin aber optimistisch, dass wir die Kuh vom Eis bekommen; sowohl wir als Gemeinde als auch der Betreiber My Enso haben gute Gespräche mit der Landespolitik geführt und die Sachlage erklärt.

Viele denken, dass insbesondere die personalfreie Zeit zum Diebstahl verleitet, aber die Quote ist deutlich geringer als im Einzelhandelsdurchschnitt. Vermutlich, weil außerhalb der personalbesetzten Öffnungszeiten nur Personen Zutritt erhalten, die im Besitz einer Tante Enso Kundenkarte sind. Mit dieser wird auch gezahlt, das heißt die Kunden müssen über 18 Jahre alt sein (Stichwort altersbeschränkte Waren) und sind bekannt.

Insgesamt betrachtet ist das neue MarktTreff Konzept mit Bäckerei und 24/7 Lebensmittelmarkt für uns eine Erfolgsgeschichte. Wir haben es geschafft, mit der Sicherung der Nahversorgung in unserem Dorf einen neuen sozialen Treffpunkt und eine belebte Dorfmitte entstehen zu lassen. Mittlerweile sind wir sowas wie eine „Vorzeigegemeinde“ in Sachen MarktTreff, Vertreter aus anderen Gemeinden reisen zu uns, um sich das Projekt anzuschauen.

Belebter MarktTreff in Glasau am Sonntagnachmittag

Scan- und Zahlstation im Markt

Fotos: HV Nord

Tante Enso

Die knapp 70 Tante Enso Filialen bringen nicht nur Einkaufsmöglichkeiten aufs Land, sondern sind häufig auch soziale Treffpunkte. Als Vollversorger in ländlichen Regionen sind die Filialen klein und effizient, was die Betriebskosten niedrig hält. Mit der kostenlosen Tante Enso-Kundenkarte können Kunden rund um die Uhr an Selfcheckout-Kassen einkaufen. Das Sortiment wird ergänzt um regionale Marken und eine Online-Einkaufsmöglichkeit.

MarktTreff

Das Konzept MarktTreff wurde von der Landesregierung Schleswig-Holstein gemeinsam mit Akteuren aus der Region, aus Wirtschaft, Verbänden und Gesellschaft entwickelt, um die Nahversorgung im ländlichen Raum sicherzustellen und zu verbessern. Der Handelsverband Nord war von Beginn an dabei und ist auch heute noch Partner und Beiratsmitglied der MarkTreff-Initiative. Angesprochen werden damit Gemeinden bis zu 2.500 Einwohnern.

Einkaufen ohne Personal

„Verlässliche Öffnungszeiten sind das A & O“

Der Edeka Markt von Jannik Böse im Herzen von Ahlbeck auf Usedom hat eine Rundumerneuerung hinter sich. Der Jungunternehmer hat ihn von der Fliese bis zum Dach inklusive aller technischen Systeme komplett umgekrempelt. Das Besondere daran: Neuerdings bietet der Markt auch außerhalb der regulären Öffnungszeiten die Möglichkeit eines personalfreien Einkaufs. In den späten Abendstunden kann bis Mitternacht ebenso wie an Sonntagen autonom geshoppt werden. Mitte März öffnete der knapp 360 qm große neugestaltete Markt erstmals seine Pforten für die Kundschaft. Wir haben Jannik Böse um ein erstes Zwischenfazit gebeten.

Fotos: Edeka Böse

Warum haben Sie sich für ein autonomes Modell entschieden?

Als ich den alten Markt übernommen habe, war schon klar, dass ich umgestalten, modernisieren und entsprechend investieren muss. Ich habe mir dann verschiedene moderne Konzepte bei laufendem Betrieb angeschaut – an der schleswig-holsteinischen Ostseeküste habe ich dann ein Format gefunden, das mich überzeugt hat. Es handelt sich um einen hybriden Markt, der nach Ladenschluss personallos weiter betrieben werden kann. Das Konzept funktioniert dort super. Da die Standortbedingungen vergleichbar sind, bin ich das Wagnis eingegangen, dieses Modell auch nach Usedom zu holen. Und so haben wir jetzt einen der modernsten Lebensmittelmärkte Mecklenburg-Vorpommerns hier auf der Insel.

Was war der Leitgedanke dabei?

Unser Ziel dabei war, dass wir unsere Öffnungszeiten auch auf lange Sicht immer garantieren können. Jeder soll die Möglichkeit haben, zu der für ihn besten Zeit einkaufen zu können. Ich glaube, das ist ein wichtiger Aspekt. Meiner Ansicht nach ist das Gastrosterben auch dadurch begründet, dass die Gastronomen durch Personalmangel und Kostendruck angefangen haben, Öffnungszeiten immer weiter einzuschränken und Ruhetage auszuweiten, dadurch sind die Kunden weggebrochen. Das soll nicht passieren. Momentan haben wir (noch) keinen Personalmangel, aber man weiß nicht, wie es sich weiterentwickelt. Insofern sind wir mit dieser Technik auch für die Zukunft gut aufgestellt.

Gesicherter Zugang zu altersbeschränkter Ware

Wie kommen die Kunden klar?

Wir sind bislang zufrieden. Der Markt mit all seinen technischen Vorteilen wie den Selbstbedienkassen wird gut angenommen. Natürlich gibt es auch Kunden, die insbesondere in den autonomen, personalfreien Zeiten noch Unterstützung benötigen. Deswegen habe ich für die Anfangsphase noch einen Security-Dienstleister vor Ort, der auch bei technischen Fragen unterstützen kann.

Wie fallen die Reaktionen auf die personalfreie Einkaufsmöglichkeit aus?

Die Resonanz ist überwiegend positiv, diese Systeme sind ja auch nicht mehr ganz neu und viele Menschen kennen das autonome Einkaufen von anderer Stelle. Allerdings gibt es auch Menschen, die unterstellen, dass die Technik ausschließlich eingeführt wurde, um Personalkosten einzusparen. Dem widerspreche ich energisch, es entfällt hier kein Arbeitsplatz. Es geht schlichtweg darum, auch langfristig kundenfreundliche und verlässliche Öffnungszeiten zu garantieren.

Auch am Sonntag personallos einkaufen: Seit kurzem möglich bei Edeka Böse auf Usedom.

Wie funktioniert die Technik bei personallosem Einsatz und wie beugen Sie Diebstählen vor?

Kurz erklärt: Der Zutritt erfolgt mit einer Bankkarte, der Bezahlvorgang wird dann über die Selbstbedienkassen abgewickelt. Spirituosen bieten wir in der personalfreien Öffnungszeit nicht an, andere altersbeschränkte Waren sind gesondert gesichert und erlauben den Zugriff erst nach einer Alterskontrolle. Vor Diebstählen schützen wir uns u.a. durch ein ausgeklügeltes Kamerasystem. Darüber hinaus muss der Kunde sich ja schon beim Zutritt legitimieren, allein das stellt eine psychologische Hürde dar für jemand, der Unlauteres im Schilde führt.

> **Interessant ist, dass der Bon in der personalfreien Zeit deutlich höher ausfällt als zu den normalen Öffnungszeiten.**

Wer kauft bei Ihnen an den Randzeiten ein?

Der Markt liegt in der Seestraße, mitten in der belebten Einkaufsstraße von Ahlbeck. Seit Neueröffnung im März kaufen weiterhin Einheimische und Urlauber gleichermaßen ein, in den personalfreien Randzeiten sind es ein wenig mehr Urlauber, die sich in ihren citynahen Ferienwohnungen und Appartements schnell verpflegen wollen. In den Wintermonaten wird sich das Verhältnis sicher umkehren. Hier ist es mir wichtig, auch den Einheimischen in der schwachen Wintersaison verlässliche Öffnungszeiten zu bieten. Wir werden also auch am Sonntag – soweit es die neue Öffnungszeitenverordnung zulässt – personallos geöffnet haben.

Gibt es erste Erkenntnisse für das Einkaufsverhalten im autonomen Betrieb?

Ja, durchaus. Interessant ist, dass der Bon in der personalfreien Zeit deutlich höher ausfällt als zu den normalen Öffnungszeiten. Wir erklären uns das so, dass die Kunden die ruhigeren Abendstunden nutzen, um in einer entspannteren Atmosphäre in ihrem eigenen Tempo einzukaufen. Da bleibt dann auch mehr Zeit, um zu vergleichen oder neue Produkte zu entdecken. Ein wenig überrascht waren wir anfangs von den Top-Artikeln im autonomen Betrieb – das sind vor allem Produkte, die für besondere Momente sorgen – Kondome gehören da ganz klar zu den Favoriten.

HH Hamburger Koalitionsvertrag

Der neue Hamburger Senat setzt auf Beständigkeit

Was hat der Handel zu erwarten in einer Zeit, in der Politik verlässlich und flexibel zugleich sein sollte?

Foto: Adobe Stock | #178463954 | jovannig

Die neue rot-grüne Koalition in der Hansestadt hat wenige Wochen nach der Wahl einen Vertrag geschlossen, der die Politik der letzten Jahre fortsetzt. In der Wirtschaftspolitik richten die Koalitionspartner ihren Fokus, wenig überraschend, zuerst mal auf den Hafen und die Industrie. Schließlich soll das Handwerk unterstützt und der Tourismus hin zu mehr Nachhaltigkeit und Vielfalt entwickelt werden. Der Einzelhandel erhält seine Bedeutung nach dieser Prioritätensetzung vor allem im Zusammenhang mit der Innenstadt.

Das klingt ernüchternd, wenn man bedenkt, dass der Handel in Hamburg nach der letzten Bestandserhebung des Statistikamts Nord immerhin über 112.000 Menschen beschäftigt und die Branche gleichzeitig unter erheblichem Druck steht. Wer den Koalitionsvertrag gelesen hat, muss am Ende feststellen, dass der rote Faden in Nachhaltigkeit und Teilhabe zu finden ist, der grünen und roten DNA. Vereint mit Herz und Verstand, wie es in der Präambel heißt. Konkret bedeutet das für den Handel unter anderem:

- leerstehende Einzelhandels- und Bürogebäude sollen nicht mehr abgerissen, sondern umgebaut werden;
- die Mobilität bleibt auf dem Pfad der Verkehrswende;
- die Getrenntsammlungspflicht nach der GewerbeabfallVO wird nun konsequent umgesetzt;
- Hamburg wird wieder einen Gute-Arbeit-Index nach der Klassifikation des DGB erheben;
- Supermarkt-Parkplätze sollen für Anwohner zeitlich differenziert nutzbar sein;
- Barrierefreiheit im Handel und bei Dienstleistungen;
- Abbau rechtlicher Hürden bei der Weitergabe von Lebensmittelspenden, Containern soll entkriminalisiert werden.

Was sich so nüchtern ausnimmt, ist in Wahrheit eine angebotsorientierte Standortpolitik. Ihre Aufgabe ist es, die Rahmenbedingungen so zu setzen, dass Wirtschaft langfristig erfolgreich arbeiten kann. So setzen die Koalitionspartner auf Verbesserung der Infrastruktur und Vereinfachung beim Zugang zum Arbeitsmarkt. Auch der Handel profitiert beispielsweise von der Jugendberufsagentur, von der Digitalisierungsstrategie, von E-Government-Angeboten und auch von der Urban Data Platform.

Die Frage nach der Bedeutung der Einzelhandelsbranche in der Hamburger Wirtschaft beantwortet der Koalitionsvertrag bei aufmerksamem Studium auch. Die stadtentwicklungspolitische Relevanz ist nicht nur in der Innenstadt und ihrem Verhältnis zum Überseequartier augenfällig. Auch die Stadtteile und Quartiere darben, wo der Handel stirbt. Der Tourismus, so heißt es auch, soll sich nicht nur auf Innenstadt und St. Pauli konzentrieren, sondern gleichmäßiger über die Bezirke entwickelt werden. Das ist auch für den Handel relevant. Längst werden die Konsumbranchen Handel, Gastronomie und Tourismus nur noch in einem Zusammenhang betrachtet als wichtige Faktoren für eine lebendige und lebenswerte Metropole. Wegeverbindungen und Verkehrsträger müssen dem Rechnung tragen. Dem Ausbau des Umweltverbunds, also Bus, Bahn und Fahrrad, werde Vorrang eingeräumt, heißt es. Aber auch: „Das Auto als relevanter Verkehrsträger in Hamburg bleibt."

Was allerdings fehlt, ist eine Antwort auf die veralteten Nahversorgungskonzepte angesichts des weiter mit Kraft vorangetriebenen und noch geplanten Wohnungsbaus. Wo ganze Quartiere neu entstehen, wo die Gebiete entlang der Magistralen verdichtet werden sollen und Großprojekte wie Oberbillwerder, der Kleine Grasbrook und die Neue Mitte Altona die Stadt so massiv verändern werden, müssen auch alte Konzepte überarbeitet werden. Auch verlässliche Konzepte können Flexibilität ermöglichen. Unterschiedliche Bedürfnisse von Kunden, Unternehmen und Bewohnern vor Ort brauchen nun mal unterschiedliche Lösungen.

Mehr Informationen unter: https://bit.ly/3CDDAhA

MV HH SH Generationenfreundliches Einkaufen

Einkaufserlebnis für alle Generationen

Udo und Manuela Sill sind für ihren generationenfreundlichen toom Baumarkt in Geesthacht erneut ausgezeichnet worden.

Machen Sie Ihren Markt generationenfreundlich! Mit dem Siegel „generationenfreundliches Einkaufen" können Sie sich als Händler auszeichnen und zeigen, dass Ihnen ein angenehmes Einkaufserlebnis für alle Altersgruppen am Herzen liegt. Barrierefreie Zugänge, klare Warenpräsentationen und ein hilfsbereites Team sind nur einige Kriterien, die Sie erfüllen können. Das leuchtend orangefarbene Siegel ist Ihr Zeichen der Qualität und leitet Kunden zu einem komfortablen Einkauf. Egal, ob es um Eltern mit Kinderwagen, Menschen im Rollstuhl oder Senioren geht – werden Sie Teil dieser Initiative und zertifizieren Sie Ihren Markt! Kontaktieren Sie uns noch heute unter beig@hvnord.de, um mehr zu erfahren!

Die Rewe Märkte von Stephan Döhler (li.) in Rostock und Tobias Moritz (re.) in Bad Doberan erfüllten ebenfalls die anspruchsvollen Kriterien. Beide erhielten das Siegel für generationenfreundliches Einkaufen.

Volker Stiefel nahm für seinen nahkauf Markt in Tetenhusen das Zertifikat von Tino Beig vom HV Nord entgegen.

Fotos: HV Nord

HH Überseequartier

Hamburgs neue Shopping-Attraktion

Fotos: Daniel Schäfer + URW

Seit dem 8. April ist das Westfield Hamburg-Überseequartier Besuchermagnet

Die Eröffnung des Überseequartiers in der Hamburger HafenCity kam zu einer denkbar schlechten Zeit. Die Konsumstimmung verharrt auf einem niedrigen Niveau und angesichts der zahlreichen Unsicherheitsfaktoren bleibt die Sparneigung der Verbraucher groß. Viele der am 8. April in die HafenCity eingeladenen Gäste, unter ihnen viele Einzelhändler, brachten ihre Sorgen mit zum VIP Opening – und erlebten dort ein Hochamt des Konsums. Ein solcher Run auf ein Shopping-Center dürfte es in Europa in den letzten Jahren kein zweites Mal gegeben haben.

Versprochen war ein Einzelhandel mit innovativen Konzepten – auch wenn etwa mit H&M, Ernsting's family u.a. viele alte Bekannte dort zu finden sind. Versprochen war ebenfalls, in der HafenCity ein Innenstadtareal zu bauen, kein Shopping-Center – auch wenn Shoppen, wie in den meisten Innenstädten, der Hauptbesuchsgrund und Umsatzbringer ist. Lange hatten die Besucher kein Einkaufszentrum und auch keine Innenstadt mehr ohne auffällige Leerstände gesehen. Selbst Kritiker ließen sich an diesem Tag beeindrucken und vergaßen für einen Moment die sicher zu erwartenden Kaufkraftverluste an anderer Stelle. Sogar Bürgermeister Tschentscher erging es so, als er in seiner Eröffnungsrede davon sprach, dass Überseequartier und Innenstadt zwei Orte seien, die nicht in Konkurrenz zueinander stünden.

Hamburg hat nun seit Beginn der Tourismussaison 2025 eine Attraktion mehr. Betreiber und Mieter sind erleichtert, nach zahlreichen Hürden und Problemen nun endlich starten zu können. Ob ihnen umsatzstarke oder schwere Jahre bevorstehen, ist ungewiss. Die ersten Wochen sind noch nicht aussagekräftig, da überwiegt bei den Besuchern die Neugier. Händler in Hamburgs Innenstadt beklagten schon nach einer Woche deutliche Frequenz- und Umsatzeinbrüche. Demnächst wird das Kreuzfahrtterminal am Überseequartier fertiggestellt sein, was einmal mehr Frequenz bringen dürfte: Auf den Stufen sitzen und Schiffe gucken als Event.

Keinen Zweifel gibt es indes, dass der Tourismus alleine nicht die notwendigen Umsätze für sowohl die Innenstadt als auch das Überseequartier bringen kann, auch wenn Hamburg bei Touristen immer beliebter wird. Misst man die Entwicklung des Tourismus an der Zahl der Übernachtungen, ist die Hansestadt auf einem steten Pfad nach oben. 2024 wurde mit 16,1 Millionen Übernachtungen zum zweiten Mal in Folge ein Rekord erzielt. Übernachtungsgäste geben durchschnittlich 95 Euro pro Tag aus für Gastronomiebesuche, Eintrittsgelder und andere Käufe. Selbst wenn davon 40 Euro im Handel ankämen, würden die sich daraus ergebenden 644 Millionen Euro nur 3,4 % des gesamten Einzelhandelsumsatzes ausmachen – oder: immerhin!

Zu den Übernachtungsgästen kommen die etwa 54 Millionen Tagesgäste hinzu. Sie gelten als Touristen, weil sie außerhalb ihres üblichen Umfelds reisen und einkaufen. Ihre Ausgaben variieren zwischen 40 und 150 Euro, je nach Zweck des Besuchs. Vor allem Menschen aus der Metropolregion zieht es häufig nach Hamburg. Das Einzelhandelssortiment ist auf diese Zielgruppe ausgerichtet: Auf alle jene, die einen längeren Weg in Kauf nehmen um das Besondere zu finden.

Foto: HV Nord

B. Nolte und HV Nord Präsident A. Bartmann bei der Eröffnungsveranstaltung im neuen Intersport Store von Präsidiumsmitglied K. Hansen.

Es lässt sich nicht bestreiten, dass in den letzten Jahren die Suche nach dem Besonderen allzu oft in einer Enttäuschung endete. Schon die Anreise durch Baustellen mit Staus und Parkplatzproblemen hat so manchen Besuch vermiest. Wer mit dem Zug kam, musste sich, ob er pünktlich war oder nicht, wahrscheinlich durch einen hoffnungslos überfüllten Hauptbahnhof kämpfen, um in der Mönckebergstraße Zeuge eines Strukturwandels im Einzelhandel zu werden.

Wer in Zukunft auf das Überseequartier ausweichen möchte, ist gut beraten, mit öffentlichen Verkehrsmitteln anzureisen. Ausreichend Parkplätze stehen nicht zur Verfügung. Nicht nur der Einzelhandel verändert sich, auch der Verkehr. Wer sich auskennt, findet seinen Weg bequem mit seinem individuellen Modal Split. Wer sich nicht auskennt, muss sich zuvor kundig machen. Aber das ist möglich. Die Kunden müssen sich an die Veränderungen anpassen. Sie recherchieren vor einem Besuch die Öffnungszeiten und die Anfahrmöglichkeiten. Die Besucherströme beweisen schon jetzt, dass ein großes Zentrum auch mit wenig Parkplätzen funktionieren kann.

Sommer, Sonntage, Saison – Arbeitsrechtliche Aspekte der warmen Jahreszeit

Mit steigenden Temperaturen steigt auch der Personalbedarf – besonders in der Gastronomie, im Tourismus und Einzelhandel. Viele Arbeitgeber greifen in der Sommerzeit auf sog. Saisonarbeitskräfte zurück – meist für wenige Wochen bis Monate, oft aus dem EU-Ausland. Der Begriff „Saisonarbeit“ suggeriert eine gewisse arbeitsrechtliche Sonderstellung, doch das ist irreführend. Denn auch für Saisonkräfte gelten grundsätzlich alle arbeitsrechtlichen Vorschriften, insbesondere zu Mindestlohn, Arbeitszeiterfassung, Sozialversicherungspflichten und Arbeitsschutz. HV Nord Rechtsanwältin Linda Hitzmann erläutert die Hintergründe.

Foto: HV Nord

Befristung – mit Sachgrund klarer, sachgrundlos riskanter

Eine Befristung mit Sachgrund ist bei saisonal bedingtem Personalbedarf regelmäßig rechtssicher möglich. § 14 Abs. 1 Nr. 1 TzBfG erlaubt dies bei einem vorübergehenden betrieblichen Bedarf – etwa während der Hauptreisesaison oder bei wetterabhängigen Geschäftsfeldern. Diese Sachgrundbefristung ist besonders praxistauglich, da sie auch mehrfache Befristungen mit denselben Arbeitnehmern zulässt, sofern der saisonale Bedarf jeweils neu entsteht.

Vorsicht geboten ist hingegen bei der sachgrundlosen Befristung (§ 14 Abs. 2 TzBfG). Das Bundesarbeitsgericht hatte früher entschieden, dass eine erneute sachgrundlose Befristung nach einer Vorbeschäftigung zulässig ist, wenn diese mehr als 3 Jahre zurückliegt. Diese „3-Jahres-Grenze“ wurde jedoch inzwischen aufgegeben und seither besteht keine klare zeitliche Grenze mehr. Arbeitgeber können sich nicht mehr darauf verlassen, dass lange zurückliegende Vorbeschäftigungen unbeachtlich sind. Das macht jede sachgrundlose Befristung rechtlich riskant, wenn der Arbeitnehmer bereits im Betrieb tätig war. Die Folge kann ein unbefristetes Arbeitsverhältnis kraft Gesetzes sein.

Flexible Gestaltung von Arbeitszeit und Vergütung über die Saison

Saisonbetriebe arbeiten nicht gleichmäßig über das Jahr. Das darf und sollte sich auch im Arbeitsvertrag widerspiegeln. Möglich ist z. B. folgende Staffelung:

- März bis August: 40 Std./Woche, 4.000 € brutto monatlich
- September bis Januar: 20 Std./Woche, 2.000 € brutto monatlich
- Februar: Pause oder geplantes Vertragsende

Ein solches Modell ist arbeitsrechtlich zulässig, sofern es transparent geregelt ist und der Stundenlohn unverändert bleibt – andernfalls droht eine mittelbare Diskriminierung. Die Aufteilung eignet sich ideal für ein saisonales Arbeitsverhältnis, das über elf Monate besteht und im Februar unterbrochen wird. Bei jährlicher Wiederanstellung zu Beginn der neuen Saison (z. B. jeweils im März) kann auf diese Weise eine gewisse Kontinuität bei gleichzeitiger Befristung erhalten bleiben.

Alternativ können auch **Jahresarbeitszeitmodelle** vereinbart werden – mit gleichbleibender Vergütung über das Jahr hinweg, bei saisonal schwankendem Arbeitsvolumen. Solche Modelle bedürfen allerdings sauberer arbeitszeitrechtlicher Rahmenbedingungen, insbesondere zur Arbeitszeiterfassung (§ 16 ArbZG) und zum Umgang mit Überstunden. Ein weiteres Modell ist die **Arbeit auf Abruf** (§ 12 TzBfG). Hier ist die vertraglich vereinbarte Wochenarbeitszeit eindeutig im Arbeitsvertrag zu regeln, denn sonst gilt gesetzlich eine 20-Stunden-Woche.

Grundsätzlich können Saisonkräfte unter bestimmten Bedingungen sozialversicherungsfrei beschäftigt werden – etwa im Rahmen einer kurzfristigen Beschäftigung. Die Saisonkräfte dürfen jedoch nicht berufsmäßig bei Ihnen beschäftigt sein. Konkret müssen dabei mindestens immer zwei Voraussetzungen erfüllt sein: Die Beschäftigung darf nicht länger als drei Monate oder 70 Arbeitstage pro Kalenderjahr andauern - egal ob am Stück oder aufgeteilt. Und die Beschäftigung darf nicht berufsmäßig ausgeübt werden. Eine Beschäftigung ist nicht berufsmäßig, wenn sie nicht die Hauptquelle des Lebensunterhalts ist. Das bedeutet, die Person lebt nicht dauerhaft vom Lohn dieser Tätigkeit, sondern hat z.B. eine andere Hauptbeschäftigung (z.B. Student, Rentner, Arbeitnehmer mit Hauptjob), oder sie arbeitet nur vorübergehend nebenbei oder in den Semesterferien. Die Bewertung ist komplex und stets im Einzelfall zu prüfen.

Abb.: Adobe Stock | #153603979 | lilie

Seit dem EuGH-Urteil zur Arbeitszeiterfassung sind Arbeitgeber verpflichtet, die tatsächliche Arbeitszeit systematisch zu dokumentieren – auch bei Saisonkräften. Daneben gilt der gesetzliche Mindestlohn (Stand 01.01.2025: 12,82 €/Std.) auch für kurzfristig Beschäftigte.

Urlaubsanspruch/Kündigung

Auch bei nur wenigen Wochen Beschäftigungsdauer besteht anteilig ein Anspruch auf gesetzlichen Urlaub (24 Werktage bei einer 6-Tage-Woche). Eine pauschale Abgeltung im Vertrag ist unzulässig.

Auch bei zeitlich befristeten Verträgen sollte eine ordentliche Kündigungsmöglichkeit vereinbart werden. Andernfalls endet das Arbeitsverhältnis nur mit Ablauf der Frist – auch bei schwerwiegenden betrieblichen Veränderungen.

Empfehlung zur Vertragsgestaltung

Ein schriftlicher Arbeitsvertrag ist zwingend – schon zur Erfüllung der Nachweispflichten nach dem Nachweisgesetz. Empfehlenswert ist zudem die Bereitstellung in der Muttersprache des Arbeitnehmers, zumindest ergänzend.

Herausforderungen ausländischer Saisonarbeitskräfte

Viele Saisonarbeitskräfte stammen aus dem EU-Ausland. Auch wenn die Arbeitnehmerfreizügigkeit grundsätzlich den Zugang zum deutschen Arbeitsmarkt ermöglicht, sind dennoch arbeitsrechtliche und steuerliche Besonderheiten zu beachten:

- Meldepflichten bei der Sozialversicherung (DEÜV)
- Steuerrechtlicher Wohnsitz/Nichtbesteuerung bei kurzer Aufenthaltsdauer
- A1-Bescheinigung bei Entsendung aus dem Heimatland
- Arbeits- und Aufenthaltsrecht bei Nicht-EU-Bürgern

Auch hier gilt: Nur eine sauber dokumentierte und rechtlich geprüfte Anstellung schützt vor Nachforderungen durch Sozialversicherungsträger oder Finanzbehörden.

Abb.: Adobe Stock | #142201916 | Lucas Lund

Sonntagsarbeit und Bäderregelung

Während der Saisonzeit ist Sonntagsarbeit vielerorts unvermeidlich – etwa in der Gastronomie, im Tourismus oder im Verkehrswesen. Doch § 9 ArbZG stellt klar: Sonntagsarbeit ist nur bei gesetzlich geregelten Ausnahmen zulässig.

Ein praktisches Beispiel für eine gesetzliche Ausnahme ist die sogenannte Bäderregelung in Mecklenburg-Vorpommern und Schleswig-Holstein. Sie erlaubt es Verkaufsstellen in staatlich anerkannten Kur- und Erholungsorten, während der Saison auch an Sonn- und Feiertagen zu öffnen. Für Saisonarbeitskräfte bedeutet das regelmäßig Einsätze am Wochenende – allerdings unter Beachtung der Pflicht zur Gewährung eines Ersatzruhetags innerhalb von zwei Wochen (§ 11 ArbZG).

Versehentliche oder gewohnheitsmäßige Verstöße gegen das Arbeitszeitgesetz – insbesondere bei fehlenden Ausgleichstagen oder unzulässiger Sonntagsarbeit – können mit empfindlichen Bußgeldern geahndet werden!

● VON HV NORD RECHTSANWÄLTIN LINDA HITZMANN

Fazit: Saisonarbeit braucht Rechtssicherheit

Die Beschäftigung von Saisonkräften ermöglicht Flexibilität in der Hochsaison – sie entbindet aber nicht von der Einhaltung arbeitsrechtlicher Standards. Ein gut formulierter Arbeitsvertrag, klare Dokumentation und Sensibilität für die gesetzlichen Rahmenbedingungen sind unerlässlich. Die Juristen des Handelsverband Nord beraten Sie gerne bei der Vertragsgestaltung.

Sie haben Fragen zu rechtlichen Themen?
Unsere Rechtsexperten helfen Ihnen weiter:

Kiel: 0431-97407-0
Rostock: 0381-453332
Hamburg: 040-369812-14

Foto: Marcelo Hernandez

... Tilman Jeremias

Bischof im Sprengel Mecklenburg und Pommern

Seit 2019 im Amt des Bischofs im Sprengel Mecklenburg und Pommern der Nordkirche unterwegs, hält Bischof Jeremias viele Bälle in der Luft. Zu seinen Aufgaben gehört die geistliche Leitung, Beratung der Gemeinden, Feier von Gottesdiensten und der Dialog mit ökumenischen Partnern und Gesellschaft. Er wirkt auch in der Kirchenleitung und vertritt die Nordkirche gegenüber Politik und Gesellschaft in Mecklenburg-Vorpommern. In dieser Funktion beteiligt sich die Kirche auch an öffentlichen Debatten, zum Beispiel in der Diskussion um die neue Öffnungszeitenverordnung in MV. Diese sieht mehr verkaufsoffene Sonn- und Feiertage vor.

Für viele Kirchenmitarbeiterinnen und -mitarbeiter, so auch für Sie selbst, ist der Sonntag kein arbeitsfreier Tag. Wie blicken Sie auf die anhängige Klage der Gewerkschaft Verdi gegen die neue Öffnungszeitenverordnung und die darin geregelten Sonderöffnungen an Sonn- und Feiertagen?

Der Schutz des Sonntags liegt uns als Kirche besonders am Herzen: Er ist nicht nur ein Tag der Ruhe, sondern ein Zeichen gesellschaftlichen Atemholens und gelebter Solidarität. Wir haben daher Verständnis für die gerichtliche Überprüfung der neuen Öffnungszeitenverordnung. Gleichzeitig sehen wir auch die Bedeutung des Tourismus für viele Regionen Mecklenburg-Vorpommerns und verstehen, dass dort begrenzte Ausnahmen notwendig sein können. Entscheidend ist, dass der Sonntag als besonderer Tag erhalten bleibt und Ausnahmen wirklich die Ausnahme bleiben.

Wo müsste Ihrer Ansicht nach/aus Kirchensicht bei der neuen Öffnungszeitenverordnung nachgebessert werden?

Aus unserer Sicht sollte das Regel-Ausnahme-Verhältnis wieder stärker gewahrt werden. Sonntagsöffnungen dürfen nicht zur Regel werden, sondern sollten klar auf die Hochsaison und herausragende touristische Schwerpunkte beschränkt bleiben. Zudem wäre eine sorgfältigere regionale Abgrenzung sinnvoll, damit die Öffnung wirklich nur dort erfolgt, wo sie aus Sachgründen notwendig ist – und nicht flächendeckend zur Selbstverständlichkeit wird.

Auch Sie richten sich mit einem speziellen Angebot an die Touristen, die in Mecklenburg-Vorpommern ihren Urlaub verbringen. Können Sie feststellen, dass die Touristen sich die Zeit dafür nehmen? Sind beispielsweise im Sommer die Gottesdienste in touristisch geprägten Orten stärker besucht als außerhalb der Saison?

Ja, in vielen Urlaubsorten stellen wir fest, dass Touristen an den regelmäßigen Gemeindegottesdiensten teilnehmen und auch bewusst die Angebote unserer „Sommerkirche“ wahrnehmen. Die Gottesdienste am Strand, auf Seebrücken oder an anderen besonderen Orten werden im Sommer gut besucht – oft auch von Menschen, die sonst selten eine Kirche betreten. Es zeigt sich, dass viele die stille Zeit am Sonntag schätzen und in ihrem Urlaub bewusst nach solchen Gelegenheiten suchen.

W.A.S. Aktionsverkaufsberatung

Erfolgreiche Räumungsverkäufe wegen Geschäftsaufgabe

Foto: W.A.S. Aktionsverkauf

Ein Einzelhandelsgeschäft zu eröffnen ist eine kaufmännische Entscheidung, wie auch die Geschäftsaufgabe eine kaufmännische Entscheidung ist. Die Eröffnungs-Entscheidung trifft man seriös, nach Beratung mit Fachleuten im Bereich der Finanzen, der Betriebswirtschaft, des Marketings, also wohl überlegt. Auch bei der Entscheidung einer Geschäftsaufgabe, die ein überaus schwerer und schmerzlicher Entschluss ist und eine große emotionale Herausforderung bedeutet, empfiehlt es sich, den Weg nicht alleine zu gehen. Denn ein Räumungsverkauf wegen Geschäftsaufgabe sollte ein kaufmännisches großes Finale sein. Gilt es doch, das Warenlager und die Geschäftsausstattung mit Gewinn zu kapitalisieren. Dies dient dem Ausgleich vorhandener Verbindlichkeiten und bildet einen Grundstock für die Zeit danach.

Die Erfahrung zeigt - dies alles ist seriös möglich, wenn die Unternehmerin oder der Unternehmer einen durchdachten konzeptionellen Räumungsverkauf durchführt.

Schon zwei Jahrzehnte hat der Handelsverband Nord mit Werner A. Schlüter einen gestandenen Einzelhandelskollegen im Netzwerk, der sich auf die Beratung und Begleitung bei Räumungsverkäufen professionalisiert hat. Er ist versiert mit den Fragen des richtigen Zeitpunkts der Aktion, dem benötigten Spannungsbogen, der Werbung und des effektiven Geschäftsaufbaus bis hin zur Fragestellung, wie man sein Personal halten kann. Um die 280 Einzelpunkte gilt es zu beachten, will man erfolgreich die Geschäftsaufgabe bestehen. Gerade für den kleineren und mittleren Einzelhandel ist die Beratung und Begleitung in dieser Situation entscheidend, geht es doch auch um die finanzielle Zukunft der Unternehmerin, des Unternehmers. Besonders in finanziell angespannten Zeiten sieht man sich konfrontiert mit der Frage, ob weitere Kosten für eine Beratung leistbar sind. Dies beantwortet Werner A. Schlüter mit einem klaren Ja! Die Honorare richten sich nach individueller Größe des Unternehmens, auch eine kostengünstige telefonische Beratung ist leistbar.

Räumen, um zu bleiben

Sie planen Sortimentsveränderungen, Spezialisierung, Umbauten oder ganze Neuausrichtungen, aber Ihre Liquidität steht dem entgegen? Ihre Hausbank ist nicht nur skeptisch, sie verhält sich reserviert?
Dann finanzieren Sie die nötigen Modernisierungen mit dem vorhandenen Warenlager. Aktionsverkauf ist das Stichwort – dieser muss konzeptionell, strategisch und über den gesamten Zeitrahmen hinaus spannend ausgerichtet sein. Werner A. Schlüter von W.A.S Aktionsverkauf hat zu diesem Thema einen großen Pool an Erfahrung aufgebaut. Der Partner des HV Nord berät und begleitet Einzelhändler bei Liquiditäts-Aktionen für Themen wie Sortimentsveränderungen, Umbauten oder Stabwechsel. Da er selbst über drei Jahrzehnte aktiver Einzelhändler war, weiß er, wo den Händler dabei der „Schuh drückt“.

Sie möchten mich kennenlernen: W.A.S. bei YouTube: https://www.youtube.com/watch?v=mTNlkNZICm4

W.A.S.
clearance . sale . management

Werner A. Schlüter | Aktionsverkaufberatung
Horstheider Weg 49 | 25358 Horst | Telefon: 04126 2425 | Mobil: 0151 11545693 | E-Mail: schlueter@was-aktionsverkauf.de

www.was-aktionsverkauf.de

SIGNAL IDUNA
füreinander da

Der SI Handelsschutz:
Für ruhige Nächte und starke Tage.

Sichern Sie sich mit dem SI Handelsschutz gegen alle geschäftsrelevanten Risiken ab. Von der betrieblichen Sach- und Haftpflichtversicherung über Elektronik und Maschinen bis hin zu Tiefkühlgut und Transport ist alles in unserer Multi-Risk-Police abgesichert.

Jetzt QR-Code scannen und direkt informieren.

signal-iduna.de/handelsschutz

Unser Kooperationspartner:

Handelsverband Nord