



Handel ist mehr als nur Verkaufen

Welche wichtige Rolle der Einzelhandel für das soziale Miteinander in Städten und Gemeinden spielt, zeigt die aktuelle Studie „Handel³ - die dritte Dimension des Einzelhandels“ von IHK NRW. Für die Branche selbst, aber auch für Politik und Verwaltung lassen sich daraus konkrete Handlungsempfehlungen ableiten.

Irgendwie gewusst haben wir es immer: Ohne einen aktiven Einzelhandel fehlt ein wichtiges Bindeglied im sozialen Miteinander, drohen Innenstädte und Dorfkerne zu veröden. Was aber ein aktiver Handel wirklich für Städte und Gemeinden leistet, das wollte IHK NRW – die Industrie- und Handelskammern in Nordrhein-Westfalen genau wissen und gab eine entsprechende Studie in Auftrag. Das Ergebnis ist so eindrucksvoll wie überraschend zugleich: Mehr als 70 Prozent der Einzelhändler in Nordrhein-Westfalen engagieren sich aktiv für ihre Stadt oder ihre Gemeinde. Die Spanne reicht dabei von ehrenamtlichen Arbeiten für Sportvereine und Interessengemeinschaften über Sachleistungen für Kultur oder Kinder und Jugend bis hin zu Geldspenden – jedes Jahr bringt hier jeder Einzelhändler im Schnitt zwischen 1400 Euro in kleineren Gemeinden bis hin zu 1900 Euro in Großstädten auf. Und schlussendlich investieren die Einzelhändler viel Zeit in das persönliche Gespräch – mehr als zwei Stunden wenden sie dafür pro Tag auf. Für viele Kunden ist das ein wichtiger Teil des Einkaufserlebnisses und fördert obendrein die sozialen Kontakte in der Kommune.

„Angesichts dieser beeindruckenden Ergebnisse stellt sich eigentlich die Frage, warum wir nicht schon längst eine solche Studie erstellt haben, um die Bedeutung des Handels zu unterstreichen“, sagte Heinz Schmidt, Präsident der IHK Mittlerer Niederrhein, die federführend für die Erhebung verantwortlich zeichnet. „Den Wenigsten ist bislang bewusst, dass der Handel eine wichtige soziale Funktion übernimmt und erheblich zum Gemeinwohl einer Stadt beiträgt“, ergänzte Schmidt. Und NRW-Wirtschaftsminister Garrelt Duin, der bei der Präsentation der Studie in den Räumen von IHK NRW anwesend war, stärkte dem Handel den Rücken: „Der Einzelhandel ist Taktgeber und Motor unserer Zentren – und das nicht nur aus wirtschaftlicher Perspektive. Er bereichert unser Leben sozial, kulturell und gesellschaftlich. Das zeigt die Studie sehr eindrucksvoll.“



„Bei der Motivation der Händler ist natürlich auch die Stärkung des Standortes von Bedeutung“, erklärte Andree Haack, Geschäftsführer der IHK Mittlerer Niederrhein. „Aber der Punkt soziale Verantwortung wird hier noch öfter genannt“. Und diese Verantwortung nehmen die Händler ernst. Gut ein Drittel aller Spenden, die jährlich in den Kommunen für Kinder und Jugend, für Kunst und Kultur oder für Sport und Freizeit aufgebracht werden, kommen aus dem Gewerbe, der Rest aus der Stadtkasse, aus Mitgliedsbeiträgen oder anderen Zuwendungen. Der Handel stellt knapp die Hälfte aller gewerblichen Spenden, was durchgerechnet bedeutet, dass 15 Prozent aller Spenden aus dem Einzelhandel stammen.

„Wir müssen dieses Engagement viel deutlicher in den Vordergrund stellen“, sagt dazu Stefan Postert von der IHK Mittleres Ruhrgebiet, der für IHK NRW die Bereiche Handel, Stadtentwicklung und Stadtmarketing federführend betreut. „Der Handel wird von der Bevölkerung hauptsächlich als Versorger wahrgenommen. Seinen Beitrag zur Attraktivität des Standortes kennen nur 22 Prozent. Und über sein soziales Engagement wussten nur 12 Prozent der für die Studie Befragten Bescheid.“ Für den Handel bedeutet dies, dass er künftig mehr Bewusstsein schaffen muss für seine Bedeutung in der Kommune. Und er muss aktiver als bisher Allianzen schmieden für seine Belange. Stefan Postert sieht hier vor allen die Immobilienbesitzer in der Pflicht: „Ohne deren Unterstützung können wir das Thema ad acta legen“. Den Vermietern von Ladenlokalen muss deutlich gemacht werden, was es für den Wert ihrer Immobilie bedeutet, wenn sich der Handel aus den Innenstädten zurückzieht.

Hier ist auch die Politik gefordert. „Wer immer mehr Flächen auf der grünen Wiese ausweist, muss sich nicht wundern, wenn der Handel im Stadtzentrum leidet“, so Postert. Hier müsse die Politik langfristiger denken als bisher. Schlussendlich seien auch die Kommunen gefordert, Initiativen aktiv zu beraten und die Umsetzung von Projekten zu fördern. Hier sind etwa verkaufsoffene Sonntage gemeint, die für den Handel von einer immer größeren Bedeutung werden.