

Autorenpapier: Den lokalen Einzelhandel stärken - Innenstädte retten

Anton Hofreiter, Katharina Dröge, Oliver Krischer, Claudia Müller, Daniela Wagner

Die COVID-19-Pandemie hat für die Menschen in Deutschland, Europa und dem Rest der Welt schwerwiegende gesundheitliche und soziale Auswirkungen. Darüber hinaus stellen die notwendigen Maßnahmen zur Eindämmung der Pandemie die Wirtschaft vor enorme Herausforderungen und gefährden die Jobs vieler Arbeitnehmer*innen. Die Corona-Krise wird weltweit zu einem beispiellosen Einbruch der Wirtschaftstätigkeit führen und voraussichtlich die schlimmste Wirtschaftskrise seit 1929 verursachen, die weltweit zu Insolvenzen und Arbeitslosigkeit führen wird. Um dieser wirtschaftspolitischen Herausforderung gerecht zu werden, werden gewaltige Konjunktur- und Investitionsprogramme notwendig sein. Für uns ist klar: Ein entsprechendes Zukunftsprogramm für die deutsche und europäische Wirtschaft muss dabei so ausgerichtet sein, dass es die ökonomischen und sozialen Folgen adressiert und gleichzeitig eine Antwort auf die existenzielle Herausforderung der Klimakrise bietet. Das Pariser Klimaschutzabkommen und der europäische Deal müssen die zentralen Bezugspunkte für eine zukunftsgerichtete und krisenfeste Wirtschaftspolitik sein.

Klar ist dabei auch: Nicht alle Maßnahmen können jetzt schon umgesetzt werden. Denn auch wenn die Maßnahmen des Shutdowns in Deutschland eine erste Atempause im Kampf gegen die Ausbreitung des Coronavirus verschafft haben, ist jede Lockerung mit der Gefahr eines schnellen Wiederanstiegs von Infektionszahlen verbunden. Ein zu schnelles Handeln kann im schlimmsten Falle direkt wieder den nächsten Shutdown notwendig machen. Solange kein Impfstoff gefunden und in vielen Bereichen des gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Lebens weiterhin Vorsicht geboten ist, kann ein umfassendes ökologisch-soziales Konjunktur- und Investitionsprogramm noch nicht oder nur langsam wirken.

Die vom Deutschen Bundestag beschlossenen Nothilfe-Maßnahmen sollten in einem ersten Schritt dazu dienen, schnell soziale Härten aufzufangen und betroffenen Unternehmen unbürokratische Rettungsmaßnahmen zu gewähren. Die kommenden Monate werden komplizierter.

Für Unternehmen, die aus Gründen des Gesundheitsschutzes weiter geschlossen bleiben, braucht es direkt Hilfen, die die Existenz sichern. Doch auch viele Unternehmen, die vorsichtig die Betriebstätigkeit wieder aufnehmen können, brauchen Unterstützung, weil Betriebe nur mit Auflagen und weniger Kund*innen öffnen können. Die wirtschaftspolitische Antwort hierauf muss in den nächsten Monaten eine Fortsetzung direkter Unterstützungsmaßnahmen sowie vorsichtige branchenspezifische Anreize sein.

Zu den Branchen, die von der Coronakrise in besonderer Härte getroffen werden, gehören der stationäre Einzelhandel und lokale Dienstleistungsbetriebe wie Friseurgeschäfte oder Restaurants. Die notwendigen Einschränkungen des öffentlichen Lebens zur Eindämmung der Pandemie hatten und haben für viele Läden in den Innenstädten oder auf den Dörfern, für die Inhaber*innen und ihre Mitarbeiter*innen schwerwiegende Folgen. Einige Geschäfte mussten ihren Betrieb einschränken, viele Läden mussten komplett schließen. Auch wenn die staatlichen Hilfen einen Teil der Schäden abfedern konnten, ist die Lage für den Einzelhandel, die Gastronomie, Friseur*innen und andere Dienstleister*innen prekär. Wenn

jetzt nicht politisch gegengesteuert wird, droht eine Verödung von Innenstädten und ein Aussterben von Dorfkernen.

Die schwierige Situation des lokalen Einzelhandels wird durch einen weiteren Faktor massiv beschleunigt. Die geschlossenen Läden haben dazu geführt, dass viele Menschen die Waren, die sie sonst im Geschäft um die Ecke besorgt hätten, nun online bestellt haben. Einige lokale Händler*innen konnten zwar über Online-Plattformen die negativen Auswirkungen der Krise etwas abfedern, doch das Gros des Nachfrageanstiegs im Onlinehandel kam den großen Plattformen wie Amazon zugute. Der E-Commerce-Riese dürfte durch die Coronakrise seinen Marktanteil weiter steigern und kleinere Händler*innen in den Innenstädten verdrängen, wenn diese keine Unterstützung erhalten. Die Coronakrise droht die bestehenden Konzentrationstendenzen weiter zu verstärken.

Nicht alle Einzelhändler*innen sind von der Krise gleichermaßen betroffen. Supermärkte und Drogerien haben, gerade in der Anfangszeit, durch Hamsterkäufe einen Ansturm erlebt und mussten Extraschichten schieben. Doch Boutiquen, Elektromärkte, Buchläden und Co. waren gezwungen ihre Geschäfte zu schließen. Für Restaurants, Cafés und Bars ist bis heute unklar, wann sie wieder öffnen können und unter welchen Bedingungen.

Wenn die Einschränkungen jetzt gelockert werden und die meisten Läden nach und nach wieder ihren Betrieb aufnehmen und für die Kund*innen öffnen, können einige Händler*innen etwas aufatmen. Doch die entgangenen Einnahmen lassen sich nicht ohne weiteres aufholen. Viele Konsument*innen sind selbst von der Krise betroffen, beziehen Kurzarbeitergeld oder sorgen sich um ihren Job. Der GfK-Konsumklimaindex befindet sich im freien Fall und hat einen historischen Tiefstand erreicht, die Stimmung der Verbraucher*innen ist so schlecht wie noch nie. Mehr als jede*r vierte Deutsche geht einer Umfrage zufolge davon aus, dass sich ihr Konsumverhalten erst nach mehr als einem Jahr wieder normalisiert – wenn überhaupt. Diese Verunsicherung und auch die notwendige Vorsicht im Umgang mit der Coronapandemie wird sich weiterhin im Kaufverhalten niederschlagen. Es geht uns nicht darum, Konsum um des Konsum willens anzureizen, sondern darum Kaufkraft und das Kaufverhalten zu stabilisieren und damit zu verhindern, dass es zu Pleitewellen und verödeten Innenstädten kommt.

Klar ist: Der stationäre Einzelhandel wird weitere staatliche Unterstützung brauchen, damit die Schaufenster in den Innenstädten nach der Krise nicht deutlich leerer sind als zuvor und damit die lokalen Unternehmensstrukturen, die unsere Stadtviertel und Dörfer so attraktiv machen, nicht verschwinden.

Wir wollen eine Verödung der Innenstädte verhindern und dem stationären Einzelhandel unter die Arme greifen. Deshalb schlagen wir einen Fonds zur Rettung der Innenstädte vor, der den lokalen Einzelhandel stärkt.

Der Fonds umfasst vier Punkte zur Rettung des lokalen Handels in Dörfern und Innenstädten:

- **Rettungsfonds ausweiten:** Für Unternehmen, die weiterhin geschlossen bleiben müssen, muss der Rettungsfonds der Bundesregierung ausgeweitet werden. Die bislang beschlossenen Zuschüsse zu den Betriebskosten in Höhe von 9.000 bzw. 15.000 Euro sind auf drei Monate begrenzt. Wir schlagen vor, diese Zuschüsse um weitere Monate des Shutdowns zu verlängern.

Zudem sollten die Zuschüsse des Bundesprogramms auf Unternehmen mit bis zu 50 Beschäftigten ausgeweitet werden. Für Inhaber*innen kleiner Unternehmen sollten die Zuschüsse bis zu einem Maximalbetrag von 1.180 Euro monatlich zur Deckung des Lebensunterhalts genutzt werden können.

- **Kauf-vor-Ort-Gutschein:** Sobald die gesundheitspolitische Lage es zulässt, ist ein zielgerichtetes Instrument, zur Unterstützung der Nachfrage im lokalen Handel vor Ort nötig. Deshalb schlagen wir vor, dass jede*r Bürger*in einen Kauf-vor-Ort-Gutschein in Höhe von 250 Euro erhält. Dieser Gutschein kann nur im stationären Handel, für stationäre Dienstleistungen oder in der Gastronomie eingelöst werden. Er kann nur in Geschäften, die vom Shutdown betroffen waren, eingesetzt werden. Lebensmittelhändler und Drogerien, die während des Shutdowns weiter geöffnet hatten und nicht von den negativen Auswirkungen des Shutdowns betroffen waren, sind demnach vom Geltungsbereich des Gutscheins ausgeschlossen. Er ist somit eine Entschädigung für entgangenen Umsatz. Um bestehende Konzentrationstendenzen nicht zu verstärken, kann der Voucher explizit nicht im Online-Handel verwendet werden. Der Kauf-vor-Ort-Gutschein ist für ein Jahr gültig, damit er zügig seine Wirkung entfaltet. Im Gegensatz zu Steuersenkungen, wie einer Abschaffung des Solidaritätsbeitrags, ist der Kauf-vor-Ort-Gutschein effektiver, zielgerichtet und sozial gerechter. Während die diskutierten Steuersenkungen vor allem den Besserverdienenden zugutekommen, profitieren vom Gutschein alle gleichermaßen. Proportional zum Einkommen bedeutet er vor allem für Geringverdienende eine echte Verbesserung. Zudem reißt eine solche Lösung keine dauerhaften Löcher in den öffentlichen Haushalt. Der Gutschein wird fälschungssicher von der Bundesdruckerei hergestellt, er kann online oder in den Finanzämtern beantragt werden. Wichtig wäre es, die Vorbereitungen für ein solches Gutschein-System jetzt zu beginnen, die Ausgabe erfolgt dann, wenn eine Zunahme des Kund*innenaufkommens in den Läden aus epidemiologischer Sicht vertretbar ist.
- **500 Millionen für attraktive Innenstädte:** Zusätzlich wollen wir mit einem 500 Millionen Euro-Fonds die Infrastruktur von Ortskernen und Stadtzentren verbessern, so werden Stadtviertel wieder attraktiver. Der Fonds lehnt sich von der Struktur her an der Städtebauförderung an, mobilisiert so zusätzliche Mittel von Ländern, Kommunen und Bürgern und entfaltet eine große Hebelwirkung von 1 zu 7 Euro. Die Mittel aus dem Verfügungsfonds können unter Beteiligung und Zusammenarbeit von Bürger*innen und Geschäftsleuten in den Vierteln für städtebauliche Maßnahmen, die Aufwertung von Verkaufsstraen oder eigene lokale Projekte und Vermarktungskonzepte für regionale Produkte genutzt werden. Auch Stadtbegrnung, Lärmschutzmaßnahmen für ein gutes Miteinander von Anwohner*innen und Gewerbe, energieeffiziente Umbauten und kreative Ideen sollen förderbar sein. So schtzen wir kleinteiligen Handel, Handwerk, Gewerbe und Gastronomie nachhaltig und halten unsere Innenstädte, Ortskerne und Stadtviertel langfristig lebendig. Mit einer „Stadt der kurzen Wege“ sichern wir unsere Nahversorgung und schtzen gleichzeitig die Umwelt.
- **Digitale Krisenlsungen verstetigen:** In der Krise gefundene digitale Lösungen für den Einzelhandel müssen verstetigt und unterstützt werden. Online-Plattformen für den lokalen Einzelhandel haben nicht nur in der Krise Potential. Mit einem Konjunkturprogramm zur

Digitalisierung der Regionen wollen wir den Auf- und Ausbau digitaler regionaler Plattformen unterstützen, um den lokalen Handel zu stärken.