

# Eine kritische Betrachtung: Glaubhafte Politik der Landesregierung oder Augenwischerei?

Der Koalitionsvertrag der Ampelregierung 2021 wurde von den Regierungsparteien auch als Zukunftsvertrag bezeichnet. Die Landesregierung hat sich im Koalitionsvertrag auf die Fahne geschrieben die Innenstädte zu stärken, im Hinblick auf den in den Innenstädten gewünschten Mix aus Handel, Gastgewerbe, Kultur und bezahlbarem Wohnen.

Richtigerweise hat die Politik endlich erkannt, dass attraktive, lebendige Innenstädte die wirtschaftlichen, kulturellen, kommunikativen Zentren unseres Landes sind. Lebendig bedeutet, dass die Städte nicht nur mit Leben gefüllt werden, also anziehend für Besucher der Innenstadt sein müssen, sondern auch, dass das Leben in der Innenstadt selbst attraktiv sein muss. Dabei hat sich die Landesregierung insoweit festgelegt, dass sie „den lokalen Handel dabei unterstützen (wollen), sein Angebot mit modernen Konzepten erfolgreich zu präsentieren und mit digitalen Lösungen auch dem vernetzten Kunden zu offerieren“. Das gesellschaftliche Leben in den Innenstädten soll wieder aufblühen, mit „ansprechenden Restaurants, Gaststätten und Cafés“ das Einkaufen entspannend zu einem Gesamterlebnis verbinden.

Im Koalitionsvertrag wurde ausdrücklich festgestellt, dass die Innenstädte, sowie auch Innenbereiche kleinerer Kommunen,

Gastronomie und stationärer Handel massiv unter Druck stehen. Die „Koalition eint das Ziel unsere Innenstädte und innerörtlichen Bereiche gestärkt aus der aktuellen Phase der Krise hervorgehen zu lassen“. „Daher wollen wir Innenstädte mit ihrem Einzelhandel, ihrer Gastronomie, ihren Dienstleistungsbetrieben und ihren Kulturschaffenden .... gezielt und entschlossen in ihrem Wandel unterstützen und sie ermutigen, neue Wege zu gehen.“

Mit dem Resort übergreifenden Schwerpunkt der Landesregierung: „Innenstädte der Zukunft“, unter der Federführung des Ministeriums für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau, wurde das Thema nochmals aufgewertet. Zudem umfasst das Leitbild des Ministeriums auch, dass die Stadt- und Ortszentren als wirtschaftliche, kulturelle und kommunikative Zentren des Austausches und des Miteinanders wieder lebendiger und attraktiver werden sollen. Im Hinblick auf die Feststellungen im Koalitionsvertrag, und dem Schwerpunkt der Landesregierung zum Thema „Innenstädte der Zukunft“, könnte man den Eindruck gewinnen, dass die Landesregierung die Probleme erkannt hat und diese auch angeht.

Wie passt nun aber die Haltung der Landesregierung bei Erweiterungsplänen für außerinnenstädtische Handelsflächen,

hier insbesondere der FOCs in Zweibrücken und Montabaur, in dieses Bild?

Einkaufsmöglichkeiten an nicht integrierten Standorten, und deren Erweiterungen, haben Einfluss auf Kundenströme, Verteilung von Umsätzen und die Attraktivität von bestimmten Regionen, oder Städten. Eine Erweiterung der FOCs führt zu einer Stärkung der FOCs, aber nicht zu einer Stärkung der Innenstädte in deren Einzugsgebiet. Es ist vielmehr das Gegenteil für die Innenstädte zu erwarten.

Der Handelsverband Textil, Schuhe, Lederwaren (BTE), sieht zudem den Handel durch das Verhalten der Staatskanzlei Rheinland-Pfalz brüskiert. Der BTE hatte die Staatskanzlei im Juni 2022 bezüglich der erneuten Erweiterung des Zweibrücken Fashion Outlets und der Vielzahl der dort – zu Unrecht – erlaubten verkaufsoffenen Sonntage angeschrieben. Die Antwort ließ nahezu ein halbes Jahr auf sich warten. Diese Antwort war zudem nichtssagend. „Auf die vorgetragenen, berechtigten Sorgen und Nöte der Städte und Einzelhändler geht man überhaupt nicht ein, stattdessen verfängt sich das Schreiben weitestgehend in allgemeine Floskeln. Auch durch den lapidaren Rückverweis auf das Raumordnungsverfahren wird wenig Bereitschaft zur Verantwortungsübernahme der Ministerpräsidentin

## 1/4: 178 x 55 mm

Format im Satzspiegel

# Reputationsmanagement



Zertifizierung & Beratung

Auch der Handelsverband geht mit Neuerung in das neue Jahr. Um seinen Mitgliedern weiter Unterstützung an die Hand zu geben, aber auch externe Unternehmen anzusprechen bietet die Tochtergesellschaft ZERBA GmbH vermehrt Leistungen rund um das Thema der Digitalisierung und der Auftritte im Internet an.

Zwei Angebote stehen bereits auf der Agenda.

## 1. Monitoring

Ziel des Monitorings ist es die Unternehmensdaten, wie beispielsweise Öffnungszeiten, Telefonnummer, Mailadresse und die Anschrift auf den wichtigsten Portalen richtig zu hinterlegen.

Damit ist schon ein großer Baustein gelegt um das eigene Unternehmen sichtbarer in den lokalen Suchergebnissen zu machen. Denn die gepflegten und korrekten Profile bei den relevanten Verzeichnissen erhöhen signifikant die Chance zur Gewinnung von Neukunden.

## 2. Reputationsmanagement

Um in der digitalen Welt Fuß zu fassen ist es nicht nur notwendig, dass Unternehmen und Händler durch Onlinemarketing und Onlineshops auf der Bildfläche erscheinen. Mindestens genauso wichtig ist es die Kontrolle darüber zu behalten, wie man als Händler oder Unternehmen wahrgenommen wird.

Dazu gibt es zwei Faktoren. Zunächst einmal der eigene Auftritt, also, wie stelle ich mein Unternehmen vor, wie gestalte ich meinen Webshop, und sind meine Grunddaten (Adresse, Öffnungszeiten, Mailadresse, u. ä.) korrekt.

Den zweiten Faktor bilden die Rezessionen von Nutzern verschiedener Plattformen. Und hier wird es schon etwas komplizierter, denn als Unternehmer habe ich das Steuer nicht mehr selbst in der Hand. Damit werden Bewertungsportale für ein Unternehmen zur gleichen Zeit Fluch und Segen.

Doch die Bewertungen bei Google und sonstigen Plattformen sind nicht immer aussagekräftig. Nicht selten werden Bewertungen von Personen veröffentlicht, die entweder gar nicht wirklich existieren oder aber das Geschäft, etc. gar nicht erst besucht haben. Fallen diese dann sehr negativ aus oder stellen Sachverhalte dar, die so nicht stimmen ist dies besonders ärgerlich für die Unternehmen.

Zur Abhilfe dieses Problems hat die ZERBA GmbH ein Reputationsmanagement eingerichtet. Die Unternehmen können sich an die ZERBA GmbH wenden, wenn sie eine solche Bewertung finden, um diese prüfen zu lassen. Es wird sodann geprüft, ob es sich um einen "Fake-Account" handelt oder um eine unwahre Behauptung. Im nächsten Schritt wird entschieden wie damit umzugehen ist. Dabei gibt es verschiedene Möglichkeiten: der Beitrag könnte gelöscht werden, selbst kommentiert oder sogar auch als Möglichkeit zur Stellungnahme genutzt werden.

Weitere Informationen erhalten Sie bei der ZERBA unter [zerba.de](http://zerba.de)



1/3:

Format im Satzspiegel:

56 x 230  
mm

Format im Anschnitt:

68 x 270 mm  
(plus Beschnitt rechts,  
unten und oben, je 3 mm)  
Endformat:  
71 x 276 mm

## Arbeitsrecht

Das Werk ist Teil der Reihe: Recht Aktuell  
Däubler – sofort verständlich, immer  
kompetent

Der Klassiker für den perfekten Einstieg ins Arbeitsrecht. Professor Däubler gelingt es, grundlegendes Wissen anschaulich, geradezu unterhaltsam zu vermitteln. Eingängige Beispiele sorgen für Klarheit, Zusammenhänge werden erkennbar – so dass der Stoff auch sitzt. In klarer Gliederung werden die verschiedenen Bereiche des Arbeitsrechts dargestellt. Die 14. Auflage gibt Gesetzgebung und Rechtsprechung auf dem neuesten Stand wieder.

### Vorteile auf einen Blick:

- Schneller Einstieg, auch ohne juristische Vorkenntnisse
- Klare Gliederung, eingängige Beispiele, einfache Sprache
- Neuester Stand von Gesetzgebung und Rechtsprechung

### Schwerpunkte der Neuauflage:

- Betriebsrätemodernisierungsgesetz
- Neufassung des Elterngeld- und Elternzeitgesetzes
- Pflicht des Arbeitgebers zur Zeiterfassung
- Einsatz von Künstlicher Intelligenz im Arbeitsleben
- Homeoffice und mobile Arbeit
- Rufbereitschaft als Arbeitszeit?
- Umsetzung der Transparenzrichtlinie

Ein umfassendes Stichwortverzeichnis ermöglicht den schnellen Zugriff auf gefragte Themen. Das Buch gehört zur Grundausrüstung, die der Arbeitgeber jedem Betriebsrat nach § 40 BetrVG zur Verfügung stellen muss.



Bund-Verlag  
14., aktualisierte Auflage  
2023  
649 Seiten  
**32,00 EUR**  
ISBN 978-3-7663-7271-0

# 2/3:

## Format im Satzspiegel:

# 117 X 230 mm

## Format im Anschnitt:

129 X 270 mm

(plus Beschnitt rechts, unten und oben, je 3 mm)

Endformat:

132 X 276 mm

# Karriere-Handel.de: Handel startet digitale Ausbildungskampagne

**Der Handelsverband Deutschland (HDE) informiert über die vielfältigen Ausbildungs- und Karrierechancen im Handel. Die Kampagne gibt Schüler\*innen, Studierenden, Eltern und Lehrkräften einen Einblick in den Arbeitsalltag im Geschäft, in der Logistik und im Büro. Unterstützt wird die Ausbildungskampagne von verschiedenen Unternehmen des Handels, um Bewerber\*innen gemeinsam auf die Branche aufmerksam zu machen.**

„Der Einzelhandel ist einer der größten Ausbilder in Deutschland und bietet sehr gute Aufstiegschancen. Karriere mit Lehre ist im Handel die Regel“, so HDE-Hauptgeschäftsführer Stefan Genth. Über 80 Prozent der Führungskräfte im Einzelhandel hätten ihren beruflichen Werdegang mit einer Ausbildung begonnen. „Für junge Menschen bietet der Einzelhandel mehr als 60 Ausbildungsberufe und Qualifizierungsprogramme an und ermöglicht individuelle Karrierewege. Diese Vielfalt und Möglichkeiten zeigen wir

mit unserer neuen Ausbildungskampagne auf“, so Genth weiter. Auf der Webseite [www.karriere-handel.de](http://www.karriere-handel.de) sowie auf den Social-Media-Plattformen Instagram, Facebook, YouTube und TikTok geben Auszubildende, junge Fachkräfte und Social-Media-Botschafter der Handelsunternehmen Einblicke in die Praxis und klären auch durch Unterstützung von Influencern über Klischees auf. „Unsere Kampagne setzt auf digitale Kommunikationsmedien, um alle Zielgruppen zu erreichen und mit kreativen Inhalten

für eine Ausbildung im Einzelhandel zu begeistern“, so Genth. Im Fokus stehe die Berufsorientierung mit Tipps und Informationen rund um Ausbildungsangebote für Schüler\*innen sowie Studierende mit Wechselabsichten. Außerdem werden die beratenden Eltern und Lehrkräfte adressiert.

„Motivierte Auszubildende zu gewinnen, ist gerade mit Blick auf den aktuellen Bedarf an Fachkräften von großer Bedeutung für die gesamte Branche“, betont Genth.

1/2: 178 x 112 mm

Format im Satzspiegel

1 Seite:

200 X 270 mm

(plus Beschnitt an allen Seiten, je 3 mm)

Endformat:

206 x 276 mm