01/2023

Handelsjournal Südwest

Handelsverband | Rheinland-Pfalz | Saarland

Spitzentreffen mit Evangelischer Kirche

Einigkeit zwischen Evangelischer Kirche und Handelsverband bei Stärkung der Innenstädte

Vertreter der Evangelischen Kirche der Pfalz, der Evangelischen Kirche Hessen und Nassau, der Evangelischen Kirche im Rheinland und des Handelsverbandes Rheinland-Pfalz, hatten sich zu einem Spitzengespräch in Mainz zusammengefunden. Dabei ging es um die Zukunft der Innenstädte, ebenso wie die Entwicklung im ländlichen Raum.

Die Teilnehmer waren sich einig, dass die Innenstädte, insbesondere zur Aufrechterhaltung in ihrer Funktion als sozialer Treff- und Kommunikationspunkt, einer Stärkung bedürfen. Dabei sei dem Handel und der Kirche gemeinsam, dass sie scheinbar als Selbstverständlichkeit der Anwesenheit in der Innenstadt angesehen, aber in Entscheidungen nicht so eingebunden werden, wie es wünschenswert wäre.

Eine Schwächung des Handels in den Innenstädten, durch Ansiedlungen oder Erweiterungen im Randbereich, oder sogar im Außenbereich, sei für den Erhalt der innerstädtischen Strukturen kontraproduktiv und solle daher vermieden werden.

Es geht uns um lebendige Innenstädte, was nur dann möglich ist, wenn Leben in der Stadt stattfindet. Dies betrifft sowohl das Leben/Wohnen in der Stadt, aber auch das miteinander Leben durch soziale Kontakte, diakonische Beratungs- und Hilfsangebote, kulturelle Veranstaltungen, Treffen in der Gastronomie und der Möglichkeit des gemeinsamen Einkaufens, so die Teilnehmer. Der Handel, auch sein soziales Engagement und die persönlichen Kontakte zu den Kunden, sind ein wichtiger Faktor für eine lebendige Innenstadt. Aber nicht nur die Innenstädte, auch die Versorgung des ländlichen Raumes liegt den Teilnehmern am Herzen. Man war einmütig der Meinung, dass bisher der ländliche Raum in der politischen Betrachtung zu wenig Beachtung gefunden hat, und Rheinland-Pfalz als Flächenland sich des Themas mehr annehmen müsse.

Auch über Öffnungen an Sonntagen wurde gesprochen. Dabei wurden die unterschiedlichen Standpunkte ausgetauscht und stießen auf gegenseitiges Verständnis. Verkaufsoffene Sonntage, so Jan Sebastian, Präsident des Handelsverbandes, stellen einen Teilaspekt für eine mögliche Attraktivierung der Städte dar. „Als Verband streben wir eine einvernehmliche, moderate Lösung mit allen Akteuren an“, so Thomas Scherer, Hauptgeschäftsführer des Verbandes.

„Dabei ist den Händlern sehr wohl bewusst, dass es keine Überforderung der Mitarbeiter geben darf. Denn die Mitarbeiter sind für die Händler das Rückgrat ihres Geschäftes“, so Scherer weiter. Kirchenpräsidentin Wüst stellte klar, dass bei allem Verständnis für die Probleme des Handels die Menschen auch Ruhetage brauchen und daher eine ausufernde Öffnung an Sonntagen – auch gesellschaftlich – nicht gewünscht sein kann und wird.

Jan Sebastian (Präsident Handelsverband Rheinland-Pfalz), Kirchenpräsidentin Dorothee Wüst (Ev. Kirche der Pfalz); Matthias Pallmann-Heger (Vizepräsident Handelsverband Rheinland-Pfalz); Dr. Thomas Scherer (Hauptgeschäftsführer Handelsverband Rheinland-Pfalz); Leitender Oberkirchenrat Heinz-Thomas Striegler (Ev. Kirche in Hessen und Nassau); Oberkirchenrat Dr. Claus Müller (Ev. Kirche der Pfalz); Stellv. Kirchenpräsidentin Ulrike Scherf (Ev. Kirche in Hessen und Nassau); Vizepräsident Dr. Johann Weusmann (Ev. Kirche im Rheinland)

Innenstädte der Zukunft

Im Quartier rund um den Neubrunnenplatz und die Große Bleiche in Mainz möchte der Mainz Citymanagement e.V. ein BID zur Attraktivitätssteigerung der Innenstadt gründen. Das Förderprogramm CityBoost zur Gründung eines BID ist eine Maßnahme im Rahmen des Regierungsschwerpunkts „Innenstädte der Zukunft“.

„Ich freue mich über das Engagement des Citymanagements der Stadt Mainz, das zentral gelegene Quartier in der Mainzer Innenstadt attraktiv zu entwickeln. Unsere Innenstädte sind wichtige gesellschaftliche, kommunikative, wirtschaftliche und kulturelle Zentren. Wir sollten alles daran setzen, diese mit kreativen Ideen und breitem Engagement attraktiv und lebendig zu halten. Die Kommunen, Bürgerinnen und Bürger, der Einzelhandel, die Banken und Immobilieneigentümer sowie viele weitere Akteure aus den jeweiligen Quartieren können in einem engen Schulterschluss am besten passgenaue Ideen für ihre Innenstädte entwickeln. Hier setzen die BID-Quartiere an. Als Landesregierung unterstützen wir unsere Kommunen im Rahmen unseres Regierungsschwerpunkt „Innenstädte der Zukunft“ sehr gerne dabei, beispielsweise über unser Förderprogramm CityBoost zur Gründung eines BIDs“, sagte Wirtschaftsministerin Daniela Schmitt.

Sogenannte Business-Improvement-Districts (BIDs) sind Instrumente zur Entwicklung der Innenstädte. Zur Einrichtung eines BIDs unterstützt das Wirtschaftsministerium die Städte mit dem Förderprogramm CityBoost I in Höhe von rund 15.000 Euro als Anschubfinanzierung. Nach Gründung eines BIDs besteht die Möglichkeit zur Förderung eines BID-Managers (CityBoost II) in Höhe von bis zu 150.000 Euro pro BID-Projekt. Mainz ist nach Koblenz (im Bereich Schlossstraße) die zweite Stadt in Rheinland-Pfalz, die ein BID realisieren möchte und nach entsprechender Antragstellung eine Förderung erhalten hat.

Das Förderprogramm ist eine Maßnahme im Rahmen des Regierungsschwerpunkts „Innenstädte der Zukunft“.

Das BID „Mainzer City Meile“ (Bereich West) soll die Große Bleiche, den Neubrunnenplatz, Lotharstraße, Römerpassage, Pfandhausstraße, Steingasse, Umbach sowie verschiedene Eingangsbereiche der Seitenstraßen umfassen. Es soll helfen, das Quartier attraktiv zu entwickeln.

Wirtschaftsministerin Daniela Schmitt hat der Mainzer Citymanagerin Sandra Klima (Mainz Citymanagement e.V.) einen Förderbescheid in Höhe von 15.000 Euro zur Gründung des ersten Mainzer BIDs überreicht.

Quelle: Wirtschaftsministerium RLP

Weitere Informationen zum Regierungsschwerpunkt „Innenstädte der Zukunft“ sowie zum CityBoost finden Sie hier: https://innenstaedte.rlp.de/cityboost/

Einen Leitfaden (PDF) für Immobilieneigentümer, Gewerbetreibende, Werbegemeinschaften und Stadtmarketingvereine zum Thema BID, finden Sie unter https://kurzelinks.de/bfoy

Blick in die Steingasse, Quelle: Citymanagement Mainz

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 vermittelt. Nicht einmal ein Gesprächsangebot zur Klärung strittiger Punkte wird unterbreitet.", so BTE-Hauptgeschäftsführer Rolf Pangels.

Der Hauptgeschäftsführer des Handelsverbandes Rheinland-Pfalz, Thomas Scherer, kritisiert, dass es nicht zum Vertrauen in die Politik beitrage, wenn man sich als Regierungsschwerpunkt die Stärkung der Innenstädte auf die Fahne schreibt, dies auch mit Fördermitteln begleite, und gleichzeitig diese Bemühungen durch Erweiterungen von Standorten im Außenbereich, konterkariere.

„Die Politik muss ehrlich zu sich selbst, zu den Bürgern, aber auch den Gewerbetreibenden gegenüber werden. Die Rahmenbedingungen für innerstädtischen Handel müssen stimmen, wenn man innerstädtischen Handel will. Wenn er politisch nicht gewünscht wird, so muss man als Politik auch dazu stehen", so Scherer. Der innerstädtische Handel brauche Verlässlichkeit in der Politik, und das Wissen, dass eine Ansiedlung, oder ein Weiterbetrieb eines Handelsunternehmens in den Städten Zukunft habe. Diese Gewissheit gäbe es jedoch bei einem widersprüchlichen Verhalten, wie es bei möglichen Erweiterungen von Outlets in Rheinland-Pfalz an den Tag gelegt werde, nicht. Er erwarte, dass die Politik – gleich auf welcher Ebene – den Versprechungen auf Stärkung der Innenstädte, und diese lebendig zu erhalten, auch Taten folgen lässt. Diese Unterstützungshandlungen dürften dann auch nicht durch gegenläufige Maßnahmen ad absurdum geführt werden, so Scherer.

MappING – Ingelheims nachhaltiger Stadtplan

Nachhaltiger zu leben ist ein verbreiteter Neujahrsvorsatz – doch wie funktioniert das konkret, und wo findest du lokale Unterstützung zur Umsetzung? Das neue Online-Angebot „MappING – Ingelheims nachhaltiger Stadtplan“ gibt Hilfestellung und Orientierung: Er bietet vielfältige Anregungen, wie man einen nachhaltigen Lebensstil in der eigenen Nachbarschaft ausprobieren kann.

Einen fair gehandelten Kaffee mit Freund*innen trinken? Ein Klick in der Suchfunktion zeigt Gastronomiebetriebe mit nachhaltigem Angebot an. Unverpackt einkaufen? Der Online-Stadtplan zeigt verschiedenste Möglichkeiten auf. Dein Fahrrad ist kaputt? Hier findest du Reparatur-Stationen und Projekte, die Unterstützung bieten.

17 Ziele für eine bessere Welt

Nachhaltigkeit umfasst viele Aspekte: Fairer Handel und Bio-Produkte, Klimaschutz, Upcycling, alternative Energien, und vieles mehr. Die 17 Ziele für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen betreffen jeden Bereich des täglichen Lebens. Wo soll man nun also mit Veränderung anfangen?

So einfach geht Nachhaltigkeit!

Wie leicht wir Nachhaltigkeit in unserem Alltag umsetzen können, ist uns oft nicht bewusst. Und wie es mit guten Vorsätzen so ist – je höher die Hürden, desto unwahrscheinlicher die Umsetzung. Mit MappING haben die Initiator*innen des nachhaltigen Stadtplans es geschafft, das komplexe Thema Nachhaltigkeit einfach zugänglich zu machen. Auch viele ehrenamtliche Projekte werden vorgestellt, in denen man sich selbst engagieren und einbringen kann.

Komplettiert wird das Angebot mit einer Auflistung städtischer Aktivitäten: Hast Du Dich schon einmal in der KlimaWerkstatt zu Fördermöglichkeiten von Photovoltaik-Anlagen beraten lassen? Wusstest du, dass du abends und am Wochenende im Stadtgebiet kostenlos mit den E-Bussen des ÖPNV fahren kannst? Kennst du das Repaircafé im Mehrgenerationenhaus? Diese und viele weitere Informationen findest du ebenfalls auf dem Nachhaltigkeits-Stadtplan MappING.

„MappING – Ingelheims nachhaltiger Stadtplan“ ist ein Gemeinschaftsprojekt der Stadt Ingelheim, Nachhaltiges Ingelheim e.V., der Fairtrade-Town-Initiative Ingelheim und den Fairtrade-Botschafter*innen des Sebastian-Münster-Gymnasiums Ingelheim.

Du vermisst ein Angebot auf dem Nachhaltigkeits-Stadtplan?

Anregungen und Fragen gerne unter fairtrade@ingelheim.de an Antonia Weßling, Koordinatorin für kommunale Entwicklungspolitik bei der Stadtverwaltung Ingelheim.

Schau mal rein:

MappING – Ingelheims nachhaltigen Stadtplan findest du unter www.nachhaltiges-ingelheim.de

Gefördert durch
ENGAGEMENT GLOBAL
Service für Entwicklungsinitiativen
mit ihrer
SERVICESTELLE
KOMMUNEN IN DER EINEN WELT
mit Mitteln des
Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung

Seminare im Saarland

Aller Anfang ist schwer?

Wie die Probezeit für junge Menschen im Betrieb pädagogisch sinnvoll gestaltet werden kann!

Datum: 12.04.2023
Uhrzeit: 9.00 bis 16.00 Uhr

Seminarinhalte:
Es heißt so schön, dass aller Anfang schwer sei. Muss dies auch in der betrieblichen Ausbildung von jungen Menschen sein, die gerade dabei sind, sich so richtig in die Gesellschaft einzuleben und selbst Überzeugungen und Meinungen bilden, die dabei sind, sich selbst zu finden? Im Seminar wird versucht, speziell die Probezeit, d.h. die ersten Wochen im „neuen Leben“ zielführend so zu gestalten, dass Lust auf die gesamte Ausbildung gemacht wird und junge Erwachsene „bei der Stange“ gehalten werden. Hierfür müssen Ausbilder*innen pädagogisches Geschick und Fingerspitzengefühl entwickeln und umsetzen. In Workshops werden hierzu Umsetzungsmöglichkeiten aufgezeigt und entwickelt.

Schwerpunkte:
- Probezeit planen und kreativ gestalten
- Ideen für herausfordernde Inhalte in der Probezeit entwickeln
- Lernentwicklungen möglich und sichtbar machen
- Probezeit auswerten und reflektieren

Zielgruppe:
Ausbilder*innen, Ausbildungsleiter*innen und Interessierte aus Unternehmen

Referenten/Trainer:
- Dominik Bick

Systemischer Berater, Lehrbeauftragter an der Rheinland-Pfälzische Technische Universität Kaiserslautern-Landau (RPTU), Dozent der Handwerkskammer des Saarlandes
- Jutta Henzmann-Volz

Freie Trainerin und Moderatorin, zertifizierte Gedächtnistrainerin BVGT e.V. sowie Dozentin der Handwerkskammer und der Industrie- und Handelskammer des Saarlandes

Kommunikation für Profis

Klar in der Sache, friedlich zu Menschen

Datum: 27.04.2023
Uhrzeit: 9.00 bis 17.00 Uhr

Seminarinhalte:
Gute Zusammenarbeit äußert sich in konstruktiver Kommunikation. An erster Stelle steht dabei das Zwischenmenschliche. Wenn Emotionen wie Ärger oder Angst auftauchen, ist eine sachliche Verständigung nicht möglich. Deshalb ist entscheidend, zunächst das (erforderliche Maß) Vertrauen der Kommunikationspartner zu gewinnen und erst dann in der Sache zu führen.

Schwerpunkte:
- das Ziel professioneller Kommunikation
- Es geht um die Sache, es ist nichts Persönliches!
- Beziehungs- und Sachebene
- die Freund/Feind-Erkennung
- bewährte Standards (best practice)
- Ai-Ki-Do (gewaltfreie Kommunikation)

Zielgruppe:
Alle, die professionell kommunizieren möchten

Referent:
- Zeyad El Khadem,

Pro Coach aus Freiburg

Veranstaltungsort der Seminare:
Festo Lernzentrum
Obere Kaiserstraße 301, 66386 St. Ingbert

Quelle: Thorben Wengert / pixelio.de

Anmeldung und weitere Informationen:
BBE Saarland –
Unternehmensberatung GmbH
Harthweg 15
66119 Saarbrücken
Tel: 0681 92717-0
Fax: 0681 92717-10
E-Mail: mail@hde-saar.de

Mehrwegpflicht zeigt Wirkung: RECUP schließt die 20.oooste Ausgabestelle an

Deutschlands größtes Mehrwegsystem RECUP/REBOWL hat die 20.oooste Ausgabestelle angeschlossen. Damit hat RECUP/REBOWL seine Präsenz am Markt im Vergleich zum Vorjahr verdoppelt – und rechnet durch die seit 1.1.2023 geltende Mehrwegangebotspflicht auch weiterhin mit einem starken Wachstum.

„Wir sind stolz und dankbar für den Anschluss unserer 20.oooosten Ausgabestelle und unser stetig wachsendes Mehrwegnetz. Wir konnten unser Mehrwegnetz seit dem letzten Jahr um 100% vergrößern und sehen, dass das System unkompliziert und flächendeckend funktioniert. Dieser Meilenstein gibt uns Rückenwind für unsere Mission: Einwegverpackungen komplett überflüssig machen“, so Fabian Eckert, Gründer und Geschäftsführer von RECUP.

Allein seit dem 1.1.2023 haben sich mehr als 3.800 neue Partner an das RECUP/REBOWL-Mehrwegnetz angeschlossen. Aktuell sind schon über 1.000 Partner aus dem Lebensmitteleinzelhandel (LEH) Teil des RECUP/REBOWL-Systems. Darunter u.a. Denn‘s Biomarkt, Superbiomarkt, Alnatura, Basic und VollCorner. Bei allen 20.000 Partnern können Kund*innen Speisen und/oder Getränke in der REBOWL-Mehrwegschale bzw. im RECUP-Mehrwegbecher gegen Pfand ausleihen und bei einer der Ausgabestellen wieder abgeben, um das Pfand zurückzuerhalten. Die RECUP/REBOWL-Partner spülen die zurückgegebenen Behälter und bringen sie im Anschluss wieder in den Umlauf. So lassen sich mit einem RECUP bis zu 1.000 Einwegbecher und mit einer REBOWL bis zu 500 Einwegschalen einsparen.

Über RECUP

Das im Jahr 2016 von Fabian Eckert und Florian Pachaly gegründete Unternehmen reCup GmbH bietet mit Deutschlands größtem Mehrwegsystem für die Gastronomie – RECUP/REBOWL – eine einfache, attraktive und nachhaltige Alternative zu Einwegverpackungen.

Die „RECUP“ To-go-Becher und „REBOWL“ Take-away-Schalen sind in vielerlei Größen verfügbar und zu 100% recyclebar. Die Produktpalette wurde von der Bundesregierung mit dem Siegel „Blauer Engel“ ausgezeichnet. Bei deutschlandweit über 20.000 Ausgabe- und Rückgabestellen (Cafés, Restaurants, Bäckereien, Kiosken, Betriebsgastronomien und Tankstellen) können die Mehrwegbecher und -schalen gegen Pfand ausgeliehen und zurückgegeben werden. Darüber hinaus laufen Testphasen mit Anbietern im Food-Delivery-Sektor. Mission des Unternehmens ist es, die Gesellschaft für das Thema Verpackungsmüll zu sensibilisieren und Einwegverpackungen überflüssig zu machen.

Quelle Text und Bild:
reCup GmbH
Presse & Öffentlichkeitsarbeit
Hofmannstraße 52
81379 München
www.recup.de

Quelle: RECUP/REBOWL-Mehrwegsystem

Die Energiekrise trifft auch den Handel

Die gestiegenen Energiepreise für Strom und Gas führen auch beim Handel zu erheblichen Kostensteigerungen. Daher haben sich einige Unternehmen sich dafür entschieden, ihre Öffnungszeiten zu verändern. Die Unternehmen gehen dabei unterschiedliche Wege, je nach Standort und Sortiment. Einige öffnen später, andere schließen früher, einige Unternehmen nutzen beide Möglichkeiten gleichzeitig. Die weitgehendste Möglichkeit stellt die Einführung von „Schließtagen“ dar.

Wir haben betroffene Unternehmer nach dem Für und Wider der Einführung von Schließtagen gefragt.

Im Interview:

Markus Meyer
Präsident Handelsverband Möbel und Küchen (BVDM)
Inhaber City-Polster-Handels GmbH

Jörg Müller
Vizepräsident Handelsverband Lebensmittel
Inhaber R-Kauf-Märkte GmbH & Co. KG

Quelle: HeiFisch / pixelio.de

Markus Meyer

Pro

„Die Einführung eines Schließtages stellt für unser Unternehmen ein probates Mittel zur Energieeinsparung dar. Die gestiegenen Energiekosten zwingen uns zu diesen Maßnahmen, da die Möbelbranche sich durch große Verkaufsflächen definiert um den Kunden einen großen Überblick und eine große Auswahl anbieten zu können.

Die gestiegenen Energiekosten treffen uns sowohl im Rahmen der Beleuchtung als auch bei der Heizung dieser Räume. Wir haben uns für den Montag als Schließtag entschieden, da dieser Tag bei uns die schwächsten Kundenfrequenzen aufwies.

Hätten wir diesen Schließtag nicht gewählt, hätten wir weitere Preiserhöhungen vornehmen müssen, um die gestiegenen Kosten zu kompensieren. Vor diesem Hintergrund ist der Schließtag auch im Interesse unserer Kunden.

Der Schließtag bedeutet aber nicht, dass wir an diesem Tag nicht arbeiten würden. Wir nutzen den Tag zum Beispiel zur Beratung der Kunden vor Ort.“

Jörg Müller

Contra

„Ich stehe einem Schließtag kritisch gegenüber. Ein solcher Schließtag führt zur Verunsicherung der Kunden. Zudem ist gerade auch in unserer Branche des Lebensmittelhandels ein Schließtag schwer vermittelbar, da es sich bei unserem Angebot um Produkte des täglichen Bedarfs handelt. Der Kunde ist daran gewohnt, dass diese Waren stets verfügbar sind.

Wir sind natürlich auch von der Energiekrise betroffen. Dies betrifft die Beleuchtung, die Heizung der Fläche, aber insbesondere die Kühlung der Lebensmittel. Die gestiegenen Preise können nicht vollständig an die Kunden weitergegeben werden. Ein Schließtag würde aber für uns keine großen Einsparungen erbringen, da die Kühlung der Lebensmittel auch an einem Schließtag weitergehen muss.

Wir sehen es zudem als Service an, jeden Einkaufstag geöffnet zu haben, um den Kunden auch die Möglichkeit des stationären Einkaufs zu bieten. Schließtage würden nur dazu führen, dass Kunden ihren Bedarf bei einem anderen Anbieter decken. Zudem führen Schließtage zu einem „Flickenteppich“ im Handel hinsichtlich der Erreichbarkeit für den Kunden. Denn die Branchen haben unterschiedliche „schwache Tage“, so dass in einer Stadt der Kunde schnell den Überblick verlieren kann, welche Läden wann geöffnet haben. Auch dies kann zu einer Abwanderung ins Internet führen.“

Arbeitnehmer muss Dienst-SMS nicht während Freizeit lesen

Das Landesarbeitsgericht (LAG) Schleswig-Holstein hat in einem Urteil vom 27. September 2022 entschieden, dass ein Arbeitnehmer während seiner Freizeit keine Dienst-SMS lesen muss. In dem Fall ging es um spontane Dienstplanänderungen.
Im Wesentlichen ging es um die Frage, ob der Notfallsanitäter in seiner Freizeit auf eine kurzfristige Dienstplanänderung für den Folgetag reagieren musste. Er war in zwei solchen Fällen telefonisch und per SMS und in einem Fall auch per E-Mail nicht zu erreichen gewesen und meldete sich jeweils wie ursprünglich geplant zu seinen Diensten.
Der Arbeitgeber wertete das Verhalten seines Angestellten als unentschuldigtes Fehlen und mahnte das Verhalten ab. Der Notfallsanitäter lies dies vor dem Arbeitsgericht überprüfen. In der ersten Instanz wurde die Klage abgewiesen. Auf die eingelegte Berufung hin hat das Landesarbeitsgericht (LAG), jedoch zugunsten des Mitarbeiters entschieden. Der Arbeitgeber musste nach Angaben des LAG damit rechnen, dass der Kläger die ihm geschickte SMS erst mit Beginn seines Dienstes zur Kenntnis nahm.
Zu diesem Zeitpunkt sei der Kläger verpflichtet, seiner Arbeit nachzugehen und dazu gehöre auch, die in seiner Freizeit bei ihm eingegangenen dienstlichen Nachrichten des Arbeitgebers zu lesen. Das LAG hat festgestellt: „Der Kläger verhält sich nicht treuwidrig, wenn er darauf besteht, in seiner Freizeit keiner dienstlichen Tätigkeit nachzugehen".
Weiterhin hat das LAG geurteilt:
„In seiner Freizeit steht dem Kläger dieses Recht auf Unerreichbarkeit zu. Freizeit zeichnet sich gerade dadurch aus, dass Arbeitnehmer*innen in diesem Zeitraum den Arbeitgeber*innen nicht zur Verfügung stehen müssen und selbstbestimmt entscheiden können, wie und wo sie diese Freizeit verbringen. In dieser Zeit müssen sie gerade nicht fremdnützig tätig sein und sind nicht Bestandteil einer fremdbestimmten arbeitsrechtlichen Organisationseinheit und fungieren nicht als Arbeitskraft. Es gehört zu den vornehmsten Persönlichkeitsrechten, dass ein Mensch selbst entscheidet, für wen er/sie in dieser Zeit erreichbar sein will oder nicht (LAG Thüringen, Urteil vom 16.05.2018 – 6 Sa 442/17 – Juris, Rn. 43)."

Landesarbeitsgericht Schleswig-Holstein, Urteil vom 27.09.2022, AZ 1 Sa 39 öD/22

Kein Verfall des Urlaubs ohne Hinweis

Das Bundesarbeitsgericht hat in seinen neuesten Rechtsprechungen entschieden, dass der Urlaubsanspruch des Arbeitnehmers nicht ohne Vorwarnung verjähren kann. Damit nimmt das Gericht die Arbeitgeber in die Pflicht. Wie fast alle Ansprüche unterliegt der Anspruch auf Erholungsurlaub des Arbeitnehmers den gesetzlichen Verjährungsfristen. Die Rechtsprechung des BAG sorgt nun für neue Voraussetzungen, für einen Fristbeginn. Nun beginnt die Verjährung erst am Ende des Kalenderjahres, in dem der Arbeitgeber auf den verbleibenden konkreten Urlaubsanspruch hingewiesen hat und der Arbeitnehmer dann freiwillig oder aus gesundheitlichen Gründen seinen Urlaub nicht genommen hat.
Dieser Festlegung lagen Fälle zugrunde, in denen der Arbeitgeber die Arbeitnehmer eben nicht auf ihren Urlaubsanspruch hingewiesen hatte, und somit seiner Aufforderungs- und Hinweispflicht nicht nachgekommen ist. Damit verfielen die Ansprüche auf den Erholungsurlaub weder am Ende des Kalenderjahres (vgl. 7 III S.1 BUrlG) oder nach einem zulässigen Übertragungszeitraum (§ 7 III S. 3 BUrlG) noch konnte der Arbeitgeber entgegenhalten, dass der gewährte Urlaub bereits während des laufenden Arbeitsverhältnisses nach Ablauf von drei Jahren verjährt sei.
Zusätzlich sind bei Langzeiterkrankungen weitere Besonderheiten zu berücksichtigen.
Nach bisher ständiger Rechtsprechung verfiel der Urlaub nach 15 Monaten in solchen Fällen der fortdauernden Arbeitsunfähigkeit, also mithin nach Ablauf des 31. März des zweiten Folgejahres.
Diese Rechtsprechung hat Das BAG nunmehr wegen Umsetzung der Vorgaben des Europäischen Gerichtshofs aufgrund der Vorabentscheidung vom 22. September 2022 (C-518/20 und C-727/20 – [Fraport]) weiterentwickelt.
Zwar verfällt der Urlaubsanspruch weiterhin nach Ablauf der 15 Monate, aber nur dann, sofern der Arbeitnehmer durchgehen seit Beginn des Urlaubsjahres bis zum 31. März des zweiten Folgejahres arbeitsunfähig erkrankt war und daher aus gesundheitlichen Gründen seinen Urlaub nicht nutzen konnte. Hier kommt es nicht darauf an, ob der Arbeitgeber seiner Aufforderungs- und Mitwirkungsobliegenheit nachgekommen ist. Denn in einem solchen Fall, hätte der Arbeitnehmer den Urlaub ohnehin nicht nehmen können.
Zu beachten bleibt jedoch, dass die Obliegenheit des Arbeitgebers auf den Verfall hinzuweisen, nicht entfällt, wenn der Arbeitnehmer tatsächlich in dem Urlaubsjahr gearbeitet hatte bevor er arbeitsunfähig erkrankt ist. Dies setzt voraus, dass der Arbeitgeber dem Arbeitnehmer noch vor Eintritt der Arbeitsunfähigkeit einen Hinweis zu erteilen hat, wie hoch der Urlaubsanspruch ist und ihm die Möglichkeit gegeben hat diesen auch zu nehmen.

Bundesarbeitsgericht, Urteil vom 20.12.2022, 9 AZR 245/19 und 9 AZR 266/20

Reputationsmanagement

ZERBA
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

Shooting bei Mehmet Yilmaz in Bad Neuenahr-Ahrweiler

Für die Serie „Blume & Handwerk" war das monatliche Fachmagazin für Floristen „Florieren!" in Bad Neuenahr-Ahrweiler bei Mehmet Yilmaz zu Gast. Sein Geschäft Floral Design Store by Mehmet Yilmaz in Bad Neuenahr wurde beim Hochwasser an der Ahr komplett zerstört.

Zwei Werkstücke, die im Fachmagazin gezeigt werden, wurden in seinem zukünftigen Laden fotografiert: eine hohe Gefäßfüllung in einer großen, wertvollen Mobach-Vase und ein Werkstück mit selbst gemachtem Unterbau, die Blüten werden über Röhrchen mit Wasser versorgt. Noch sind die Handwerker in den neuen Geschäftsräumen aktiv, und die Räume nehmen Gestalt an. Die Fotos machen deutlich, wie sehr Blumenschmuck kahle Räume bereichert und zum Leben erweckt. Die Werkstücke sind weitere Beispiele für Mehmet Yilmaz' Vorlieben: Blumenvielfalt, eine raumgreifende Anordnung der Blüten und Handwerk.

Die Serie „Blume & Handwerk" wird von FleuraMetz gesponsert.

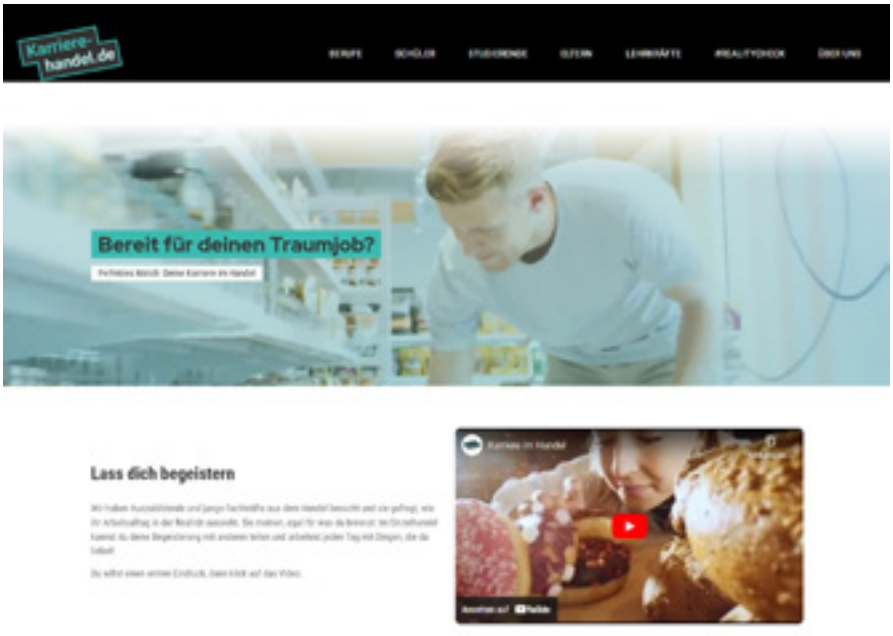
Quelle Text: Eugen Ulmer KG, Wollgrasweg 41, 70599 Stuttgart, Quelle Foto: Peter J Kierzkowski

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 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. Der Einzelhandel sei ein attraktiver Ausbilder und Arbeitgeber. Er biete jungen Talenten mit seinen zwei- und dreijährigen Ausbildungen, den Abiturientenprogrammen und dualen Studiengängen ein besonders abwechslungsreiches Angebot und hervorragende Zukunftschancen. Allein in den beiden Kernberufen Kaufleute im Einzelhandel und Verkäuferin und Verkäufer werden jährlich rund zehn Prozent aller Ausbildungsverträge geschlossen. Sie zählen damit zu den beliebtesten Berufen in Deutschland.

Bereits im Jahr 2019 hatte der HDE gemeinsam mit Handelsunternehmen eine digitale Ausbildungskampagne gestartet. Die Neuauflage der Kampagne nimmt den gesamten Handel in den Blick, berücksichtigt neue digitale Trends, bietet Lehrkräften kostenfreies Unterrichtsmaterial für die Berufsorientierung an und wird zukünftig weitere inhaltliche Schwerpunkte aufgreifen.

Weitere Informationen unter www.karriere-handel.de

Quelle Text und Bild: Handelsverband Deutschland (HDE)

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.

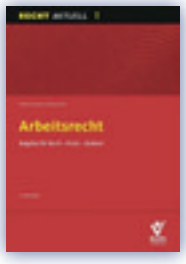
Vorteile auf einen Blick:

- 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 Grundausstattung, 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

Gesagt. Getan. Geholfen.

DEVK

Rundum gut versichert!

Exklusive Vorzugskonditionen für Mitglieder des Handelsverbandes „Mitte“ Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland e.V.

Lassen Sie sich beraten – von Ihrem kompetenten Partner für Ihre gewerbliche Absicherung und hochwertige Mitarbeiter-Versorgung.

DEVK-Geschäftsstelle
Michael Bullinger
Rudolf-Breitscheid-Straße 19 | 67655 Kaiserlautern
Tel.: 0631 53481650 | Mobil: 0176 60003575
E-Mail: michael.bullinger@vtp.devk.de

Wir sind für Sie da:
Mo.–Fr.: 09:00–12.00 Uhr
Zusätzlich Mo., Di. + Do.: 14:00–17:00 Uhr
Und nach Vereinbarung

Handelsjournal Südwest

Impressum

Herausgeber: Handelsverband Rheinland-Pfalz e. V., Ludwigsstraße 7, 55116 Mainz, E-Mail: handelsjournal@hv-suew.de | Vereinsregister Amtsgericht Mainz: VR 40732, Steuernr. 31/660/52227 | Präsident: Jan Sebastian | Handelsverband Saarland e. V., Harthweg 15, 66119 Saarbrücken, E-Mail: mail@einzelhandel-saarland.de | Vereinsregister Amtsgericht Saarbrücken VR 2200, Steuernr. 40/140/31257 | Präsidentin: Melanie Burger-Hennen

Redaktion: Dr. Thomas Scherer | **Druck & Gestaltung:** Hedeler Design, Kaiserslautern | **Verlag:** ZERBA GmbH – Zertifizierungs- und Beratungsgesellschaft, Ägyptenpfad 18, 67433 Neustadt, www.handelsjournal-südwest.de | **Geschäftsführung:** Dr. Thomas Scherer | **Rechtliche Klausel:** Eingehende Beiträge werden nicht zurückgesandt. Alle Rechte vorbehalten.

Für die Angebote in den Werbeanzeigen ist ausschließlich der Werbetreibende verantwortlich.

SIGNAL IDUNA
füreinander da

Employer Branding war noch nie so relevant wie jetzt:
Mit den richtigen Maßnahmen zum attraktiven Arbeitgeber werden!

Jetzt mit unserem Ratgeber zum Thema Employer Branding das passende Team finden! Erfahren Sie, wie Sie die richtigen Mitarbeitenden für sich gewinnen und an Ihren Betrieb binden. Wir zeigen in unserem kostenlosen E-Book zahlreiche Tipps und Tricks, die auch mit geringem Budget umgesetzt werden können.

Nähere Informationen finden Sie unter
anfassbargut.com/digitale-loesung/ebook-employer-branding
oder schreiben Sie uns direkt an unter: anfassbargut@signal-iduna.de

Die Gemeinschaftsinitiative von SIGNAL IDUNA und dem HDE:

Anfassbar gut.