



Antrag

der Abgeordneten **Martin Hagen, Albert Duin, Julika Sandt, Alexander Muthmann, Matthias Fischbach** und **Fraktion (FDP)**

Pleitewelle verhindern, stationären Einzelhandel stärken: Entlastung durch längere Corona-Verkaufsnächte

Der Landtag wolle beschließen:

Der Landtag stellt fest:

Der stationäre Einzelhandel in Bayern braucht politische Unterstützung, um im aktuellen Strukturwandel gegenüber dem reinen Online-Handel bestehen zu können. Er gehört zu den schwer betroffenen Branchen der Corona-Krise und eine rasche Erholung ist nicht in Sicht. Zusätzliche längere Corona-Verkaufsnächte entlasten den stationären Einzelhandel in Zukunft und helfen dabei, zumindest einen Teil der verpassten Umsätze nachzuholen.

Der Landtag fordert die Staatsregierung auf, dem Vorschlag des bayerischen Staatsministers für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie (12.05.2020) zu folgen, unter der Woche die „ein oder andere“¹ längere Verkaufsnacht den Kommunen freizustellen und somit zusätzliche vorübergehende längere Corona-Verkaufsnächte für den Einzelhandel zu ermöglichen.

Begründung:

Der Hauptgrund für wachsende Marktanteile des Online-Handels gegenüber dem innerstädtischen Einzelhandel sind die Öffnungszeiten. Drei von vier Befragten (77 Prozent) gaben im Rahmen einer Studie des Digitalverbands Bitkom die Unabhängigkeit von Geschäftsöffnungszeiten als wichtigsten Grund für den Onlinekauf an. Unabhängig von der konjunkturellen Lage zeigt sich immer wieder, dass die Stimmung vor allem im stationären Handel in den Innenstädten stagniert, während gleichzeitig Online-Händler von vorteilhaften Entwicklungen, wie verändertem Konsumverhalten, profitieren. So wuchs der Online-Handel in der vergangenen Dekade im Durchschnitt jährlich 12,4 Prozent, wohingegen der stationäre Einzelhandel nur 2,5 Prozent verbuchen konnte. Laut Prognose, unabhängig von den Corona-Auswirkungen, wächst der Online-Handel im Jahr 2020 um 9 Prozent auf 63 Mrd. Euro. Das bedeutet eine Fortschreibung der bisherigen Entwicklung: Schon seit Jahren steigt der Online-Anteil am Einzelhandel, dabei verbucht in Deutschland allein Amazon mit Eigenhandel und seinem Marketplace fast die Hälfte des gesamten Online-Umsatzes auf sich. Weltweit lag der Umsatz des Online-Versandhändlers im vergangenen Jahr bei fast 233 Mrd. US-Dollar. Der stetigen Entwicklung in Richtung Online-Handel und ganz speziell in Richtung der Vormachtstellung von Plattformen wie Amazon sind viele Unternehmen im stationären Einzelhandel nicht gewachsen. Vor diesem Hintergrund muss die Staatsregierung unter der Woche zusätzliche Verkaufsnächte ermöglichen, um dem innerstädtischen Einzelhandel eine gerechte Chance im Wettbewerb mit dem Online-Handel zu eröffnen.

¹ Hubert Aiwanger 12.05.2020, PK Bayerische Corona-Strategie: Konzepte zum weiteren Vorgehen