

STELLUNGNAHME zur Anfrage Stadtrat Friedemann Kalmbach (GfK) Stadtrat Reinhold Yabo (GfK) vom: 23.04.2015 eingegangen: 23.04.2015	Gremium: Termin: Vorlage Nr.: TOP: Verantwortlich:	11. Plenarsitzung Gemeinderat 28.04.2015 2015/0248 3 öffentlich Dez. 4
Nutzen von verkaufsoffenen Sonntagen		

1. Liegen der Stadtverwaltung Umsatzzahlen der Geschäfte von den letzten verkaufsoffenen Sonntagen vor? Von Bedeutung ist auch ein Vergleich mit einem durchschnittlichen Wochentag bzw. Samstag.

Umsatzzahlen von Einzelhandelsunternehmen, Dienstleitern oder Gastronomiebetrieben liegen der Stadtverwaltung nicht vor. Diese Zahlen unterliegen bei den meisten Unternehmen dem Geschäftsgeheimnis und werden daher nicht an Dritte weitergegeben. Eine aussagekräftige Erhebung in Bezug auf den Umsatz in der Innenstadt an einzelnen Tagen ist daher grundsätzlich nicht möglich.

1.1 Wie werden die Umsätze an verkaufsoffenen Sonntagen von den Händlern selbst bewertet? Wie wichtig sind diese?

Zunächst ist festzuhalten, dass es grundsätzlich jedem Unternehmen frei steht, an verkaufsoffenen Sonntagen das Geschäft zu öffnen. Eine Pflicht zur Beteiligung besteht nicht. Ob verkaufsoffene Sonntage zum geschäftlichen Erfolg beitragen, kann und muss daher jedes Unternehmen für sich bewerten.

Die Unternehmen der Innenstadt werden im Nachgang von verkaufsoffenen Sonntagen stichprobenartig persönlich um Auskunft zur Bewertung der Sonderöffnungszeiten gebeten. Dabei werden sowohl große Unternehmen und Kaufhäuser als auch mittelgroße Betriebe bzw. inhabergeführte Geschäfte einbezogen. Aus diesen Rückmeldungen lässt sich rückschließen, dass verkaufsoffene Sonntage in der Karlsruher Innenstadt mit normalen Samstagen vergleichbar sind und während der fünfstündigen Sonderöffnungszeiten am Sonntag ein ähnlicher Umsatz generiert wird, wie an acht- bis zehnstündigen Samstagen. Von daher geht die Verwaltung davon aus, dass die Teilnahme an einem verkaufsoffenen Sonntag zusätzliche Umsätze für die Unternehmen generiert.

Zu Beginn des Jahres 2015 wurde eine Umfrage bezüglich der Beantragung eines zusätzlichen verkaufsoffenen Sonntags am 19. Juli 2015 durchgeführt. Aus den Rückmeldungen hat sich eine Mehrheit von rund 60% der Unternehmen für die Beantragung ausgesprochen.

Aus Analysen der Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V. (bcsd) wird ersichtlich, dass die Umsatzsteigerung eine der Hauptmotive zur Durchführung verkaufsoffener Sonntage darstellt (vgl. Anlage 1: „Zusammenfassung der Ergebnisse Umfrage der Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland zum Thema verkaufsoffene Sonntage 2013“). Weiterhin ist erkennbar, dass im Bundesdurchschnitt 4,5 verkaufsoffene Sonntage

durchgeführt werden. Von der Mehrzahl der Städte wird den verkaufsoffenen Sonntagen eine steigende Beachtung zugemessen.

1.2 Profitieren in erster Linie die großen und „gesunden“ Geschäfte, oder nützen sie auch denen, die um ihre Existenz kämpfen? Bitte nennen Sie hierzu auch Zahlen, die Auskunft zu dieser Fragestellung geben.

Da der Stadtverwaltung keine Umsatzzahlen der Unternehmen vorliegen (siehe Antwort zu Frage 1), kann weder bewertet werden, welche Geschäfte „gesund“ sind oder „um ihre Existenz kämpfen“, noch ob bzw. in welcher Höhe sich die Umsätze an verkaufsoffenen Sonntagen in den Bilanzen der einzelnen Unternehmen positiv niederschlagen. Aus Sicht der Stadtverwaltung ist aufgrund der freiwilligen Teilnahme davon auszugehen, dass der verkaufsoffene Sonntag zum geschäftlichen Erfolg bei allen teilnehmenden Händlern beiträgt.

2. Lassen sich aus den in Frage 1 ermittelten Werten ein Nutzenfaktor eines verkaufsoffenen Sonntags für kleine Unternehmen ableiten? Lässt sich ein Nutzenfaktor für große Unternehmen ableiten?

Siehe dazu die Antwort zu Frage 1.

3. Profitieren existenzgefährdete Händler durch verkaufsoffene Sonntage?

Siehe dazu die Antwort zu Frage 1.2