



Impulse fehlen!

Die Konjunkturumfrage belegt:
Dem Konsum geht die Luft aus

Der Kunde hält sich derzeit so zurück, wie lange nicht mehr. Die, die sich den Einkauf leisten können sparen oder schichten ihr Budget zugunsten von Mobilität, Energie und Reisen um. Unsere Branche schaut daher vielerorts in die Röhre.



Alle? Nein, denn wie in den letzten Jahren zu beobachten war, profitiert von dieser Entwicklung das Niedrigpreisangebot: Discount statt Vollsortiment, No-Name statt Marke. Der Smart-Shopper rappelt sich wieder auf, die überwunden geglaubte Geizwelle ist wieder da. Jede Nachricht aus der globalisierten Wirtschaftswelt schwächt das Vertrauen unserer Kunden in die Zukunft.

Unglücklicherweise ist diese Entwicklung nun „Wasser auf die Mühlen“ derer, die satte Lohnzuschläge oder gar einen Mindestlohn fordern. Eine falsche Konsequenz, wie wir finden. Denn nicht mehr Brutto muss die Forderung lauten, sondern mehr Netto. „Steuern runter und Stimmung rauf“ formulierte der HDE in seiner Pressekonferenz. Diese Forderung muss für die Zukunft stetig wiederholt werden. Ein anderer Ausweg aus dem jetzigen Dilemma ist nicht absehbar.

Ihr

Markus Lehrmann

Inhaltsverzeichnis

HANDEL AKTUELL

Konjunkturumfrage: Entwicklung 1. Halbj...	2
Arbeitsumfeld für Eltern verbessern	3
Boom der Shopping-Center ungebrochen	3
EHV OWL verlängert Stromlieferungsvertrag	4
Kritik an der Künstlersozialkasse	4
Kleine Buchhandlungen führend	4
Neue Messe 50plus: Alles für die...	5
Einkaufen in der Zukunft: Real Future Store	5
myShopradio: Der eigene Radiosender...	6
Neues Shopverzeichnis zur Stärkung des...	6
Neuregelung des Widerrufs- und...	7
Beitragsbemessungsgrenzen in der...	7

STEUERN UND RECHT

Betriebsübergang	7
Stundenlohn von 5,00 Euro ist sittenwidrig	8
Versicherter Versand?	8
Auswirkungen der Pflegezeit auf die...	8
Sonderverkäufe	8
Entschädigung wegen Altersdiskriminierung	9

NEUE MITGLIEDER

GELEGENHEITSANZEIGEN

REGIONAL

Konjunkturumfrage: Entwicklung 1. Halbjahr 2008 Stimmung verschlechtert sich

Die bundesweite Konjunkturumfrage des HDE ist ausgewertet. Auch viele Mitglieder des Einzelhandelsverbandes OWL haben sich beteiligt. Das Ergebnis ist ernüchternd. Nur ein Viertel der befragten Einzelhändler berichtet von einer positiven Geschäftsentwicklung, 44 % von einem Negativtrend. Im Vorjahr, aber auch noch im Frühjahr dieses Jahres, sah das Stimmungsbild besser aus. Zum dritten Mal nacheinander sinkt im ersten Halbjahr der Anteil der Unternehmen mit steigenden Umsätzen. Nur 31 % konnten ihre Erträge von Januar bis Juni 2008 gegenüber dem Vorjahr erhöhen. Der Anteil der Betriebe mit sinkenden Umsätzen stieg dagegen auf 46 %.

Die Umsatzentwicklung im Einzelhandel verläuft in den verschiedenen Branchen, Unternehmensgrößen und Geschäftslagen sehr uneinheitlich. Den Einzelhandel gibt es nicht mehr. Nur eine differenzierte Betrachtung wird der Branche gerecht.

Die Ergebnisse zeigen, dass größere Unternehmen tendenziell besser abschneiden als kleine und mittelständische Betriebe. Bei Differenzierung nach Stadtgrößen fällt auf, dass Unternehmen in Großstädten im Schnitt einen besseren Umsatzverlauf realisieren als der Einzelhandel in Mittel- und Kleinstädten. Die Geschäfte in den Innenstädten und ländlichen Gemeinden haben dabei schlechter abgeschnitten, als der Einzelhandel in städtischen Vororten und in Sonder- und Gewerbegebieten.

Die Ursachen für die unterschiedliche Entwicklung an den einzelnen Standorten sind vielschichtig. Letztlich entscheiden die konkreten Rahmenbedin-

gungen vor Ort darüber, wie sich eine Geschäftslage entwickelt. Der Blick auf die Teilbranchen zeigt, dass vereinzelte Lichtblicke im ersten Halbjahr vor allem vom Einzelhandel mit Nicht-Lebensmitteln (preisbereinigt plus 1,6 %) ausgingen.

Beispielsweise setzte der Einzelhandel mit elektronischen Erzeugnissen (preisbereinigt plus 3,4 %) erfreulich positive Impulse. Die Fußball-EM und die Olympiade sowie interessante technische Neuerungen im Bereich der Unterhaltungselektronik haben zu diesem Erfolg beigetragen.

Nicht befriedigend dagegen ist die Situation im Bekleidungseinzelhandel. Die Kunden greifen auch hier immer häufiger auf Angebote des Textil-Discounts zurück. Der klassische Bekleidungseinzelhandel ist gefordert, eine klare Profilierungsstrategie zu verfolgen, um sich zwischen den vertikalen Filialsystemen und dem Discount zu positionieren.

Auch die Entwicklung der Baumärkte, die bis heute unter den Nachwirkungen der Mehrwertsteuererhöhung zu leiden haben, ist bisher unter den Erwartungen geblieben. Schlechtes Wetter und der Rückgang der Baugenehmigungen sind die Gründe, dass die Hoffnungen hier zumindest im ersten Halbjahr nicht erfüllt wurden. Nur 17 % der Unternehmen konnten ihre Umsätze erhöhen.

Der Lebensmitteleinzelhandel erzielte im bisherigen Verlauf des Jahres zwar eine nominale Steigerung seiner Umsätze, preisbereinigt rutschte er jedoch deutlich ins Minus. Angesichts der Preissteigerungen, die ja nicht der Handel zu verantworten hat, verändert ein Teil der Kunden das Kaufverhalten kurzfristig, schiebt Einkäufe um oder passt seine Einkaufsstättenwahl an. Statt Butter darf

es häufiger auch mal Margarine sein, statt Frischmilch H-Milch und statt Obst und Gemüse beim Vollsortimenter werden einzelne Frischeprodukte beim Einkauf im Discount in den Warenkorb gelegt. Die Supermärkte und SB-Warenhäuser berichten von einer verstärkten Nachfrage nach preiswerten Handelsmarken, die dort genauso günstig zu haben sind wie bei den Discountern selbst.

Es gibt aber auch den gegenläufigen Trend. Viele Fachgeschäfte profilieren sich durch den Aufbau einer besonderen Sortimentskompetenz. Als Beispiel seien hier die Bio-, Transfair- oder Convenienceprodukte genannt, die weiter an Bedeutung gewinnen. Insgesamt lässt sich beobachten, dass der Einzelhandel vor allem dort ein nennenswertes Wachstum realisiert, wo den Kunden neue, innovative Produkte geboten werden oder die Unternehmen besondere Sortimentskompetenz und Servicequalität beweisen. Vom Erfolg solcher Konzepte zeugen zahlreiche moderne Handelsunternehmen, die sich in den vergangenen Jahren in einem schwierigen Marktumfeld bemerkenswert behauptet haben.

Die Umsatzerwartungen der Unternehmen haben sich für das zweite Halbjahr deutlich eingetrübt. Nur noch ein gutes Viertel der Betriebe rechnet mit einem Umsatzplus im zweiten Halbjahr. 36 % erwarten einen Rückgang. Im Vorjahr überwog hier noch ein optimistischer Ausblick. Mehrheitlich mit positiven Erwartungen blickt immerhin der Einzelhandel mit elektronischen Erzeugnissen und Drogerieartikeln sowie Kosmetika auf die zweite Jahreshälfte.

Akzente wird auch der Online-Handel setzen, der sich weiterhin dynamisch entwickelt. Besonders starkes Wachstum realisieren >>

>> derzeit die Unternehmen, die parallel zum stationären Laden Waren und Dienstleistungen auch über das Internet anbieten. Diese sogenannten Multi-Channel-Händler blicken sehr optimistisch auf das zweite Halbjahr. Die Hälfte dieser Unternehmen erwartet für den weiteren Jahresverlauf eine positive Entwicklung, nachdem bereits die erste Jahreshälfte mit einem Umsatzplus von nominal etwa acht % erfreulich verlief. Dies lässt insbesondere für das vierte Quartal hoffen. Der Online-Handel zählt damit eindeutig zu den Wachstumsfeldern des deutschen Einzelhandels. Das Gesamtvolumen schätzt der HDE für 2008 auf 20 Milliarden Euro.

Trotz der deutlichen Verschlechterung der konjunkturellen Rahmenbedingungen geht der HDE weiterhin davon aus, dass der Einzelhandel in diesem Jahr seinen Umsatz gegenüber dem Vorjahr um nominal plus 1,5 % steigern wird. Preisbereinigt wird dies einem Rückgang von etwa minus 1,0 % entsprechen.

Weitere Infos und Grafiken unter www.einzelhandel.de

Arbeitsumfeld für Eltern verbessern

Mehr Kindertagesstätten und Ganztagschulen, aber auch eine bessere Wiedereingliederung von Eltern nach der Familienpause könnten das Arbeitsumfeld von Frauen und Familien verbessern.

Das meint eine große Mehrheit der exklusiv für das handelsjournal von der BBE Retail Experts Unternehmensberatung befragten Einzelhändler. Auch die gezielte Förderung von Arbeitnehmern mit Familie und die Förderung von Betriebskindergärten halten sie mehrheitlich für geeignet. 51 Prozent sprechen sich für die bessere Kooperation zwischen Unternehmen aus.

Die Einzelhändler selbst nutzen eine Reihe von Maßnahmen, um das Arbeitsumfeld ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter familienfreundlich zu gestalten: Drei Viertel der befragten Unternehmer bieten familienfreundliche Teilzeitstellen oder Job-Sharing-

Modelle an, für ebenso viele gehören flexible Arbeitszeiten selbstverständlich zum Alltag.

Wie unterschiedlich die Modelle für ein familienfreundlich gestaltetes Personalmanagement aussehen können, zeigt das handelsjournal in seiner aktuellen Ausgabe, die am 15. September erschien: Von der Buchhändlerin mit sieben Mitarbeiterinnen, die den Personaleinsatz persönlich und individuell plant, bis hin zur ausgefeilten Personalplanungsstrategie im großen Warenhauskonzern: „Ein modernes Unternehmen tut gut daran, seine Beschäftigten in alles mit einzubeziehen, was die Gestaltung der Arbeitszeiten angeht“, sagt SOFIE GEISEL, Projektleiterin des Netzwerks Familie und Beruf, in dem auch der HDE Mitglied ist, im Interview mit dem handelsjournal.

Genau das geschieht beispielsweise beim Möbelanbieter Ikea: Der erste unternehmensnahe Kindergarten entstand dort durch eine Eltern-Initiative, inzwischen kooperiert das Unternehmen an sechs Standorten mit kommunalen Trägern.

Weitere Beispiele zeigen, dass die Handelsunternehmen mit einer familienfreundlichen Unternehmenskultur auf dem richtigen Weg sind: In einer Studie fand die Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) im Auftrag von Familienministerin Ursula von der Leyen heraus, dass für 92 Prozent der Arbeitnehmer mit Kindern unter 18 Jahren die Familienfreundlichkeit eines Unternehmens genauso wichtig ist wie das Gehalt. 78 Prozent der Befragten können sich vorstellen, für eine bessere Vereinbarkeit von Familie und Beruf dem Arbeitgeber zu wechseln, mehr als ein Viertel der Beschäftigten mit Kindern hat das bereits getan.

Boom der Shopping-Center ungebrochen

15 neue Shopping-Center sind für dieses Jahr in Deutschland geplant. Die Shopping-Center-Betreiber konzentrieren sich dabei auf City-Lagen. Dies geht aus dem aktuellen EHI Shopping-Center Report hervor, der Mitte September im EHI-Verlag erschienen ist.

Danach werden in diesem Jahr alle neuen Shopping-Center in Stadt- bzw. Stadtteilzentren entstehen. Die durchschnittliche Fläche eines solchen City-Centers wird mit 27.000 m² deutlich kleiner sein als die eines Centers auf der Grünen Wiese,

das im Schnitt eine Verkaufsfläche von 40.000 m² hat. Auch in Ostwestfalen-Lippe wird weiter über Shopping Center diskutiert. In Herford, Minden, Gütersloh, Detmold, Bielefeld und Paderborn wird über das Für und Wider gerungen.

Alle Diskussionen vereint die Feststellung, dass die einzelhandelsbezogene Kaufkraft sinkt und die Flächenproduktivität abnimmt. Der Bau von Shoppingcentern verlagert somit den Konsum, führt aber nicht zu neuen Umsätzen. Städtebauliche Auswirkungen sind somit immer zu erwarten.

Einzelhandelsverband OWL verlängert Stromlieferungsvertrag mit den Stadtwerken Bielefeld und Gütersloh

Erfreulicherweise können wir Ihnen mitteilen, dass wir für unsere rund 1000 Mitglieder in Bielefeld und Gütersloh die seit 1999 bestehende Rahmenvereinbarung mit den Stadtwerken Bielefeld und Gütersloh bis Ende 2010 verlängern konnten.

Die Kostensteigerungen der letzten Monate zwang

die Energieversorger zu einer Erhöhung der Tarifentgelte. Die Rahmenvereinbarung mit dem Einzelhandelsverband Ostwestfalen-Lippe garantiert den Einzelhändlern weiterhin wettbewerbsgerechte Strompreise auf einem

leicht höheren Niveau und die Sicherheit einer verhältnismäßig langen Laufzeit von 27 Monaten.



v.l.: Lutger Hötte, Lorenz Siepe, Markus Lehrmann, Wolfgang Brinkmann, Friedhelm Rieke sowie stehend: Reinhard-Dieter Wolf

Trotz des allgemein hohen Energiepreisniveaus hat jeder unserer Einzelhandelsbetriebe einen preislichen Vorteil, der einem bundesweiten Vergleich standhält. Der EHV-Tarif liegt deutlich unter dem normalen

Gewerbestromtarif und auch unter den Tarifen bundesweiter Anbieter.

Darüber hinaus profitieren Sie von den anerkannt guten Serviceleistungen. Die Stadtwerke Bielefeld und Gütersloh haben eigene Energieberater um den Energieverbrauch und damit auch die Energiekosten in Ihren Betrieben zu optimieren. Eine entsprechende

Aktion wird gerade vorbereitet. Daneben ist besonders auch die Laufzeit von 27 Monaten hervorzuheben die Ihnen Planungssicherheit garantiert.

Näheres entnehmen Sie bitte dem angehängten Preisblatt.

Kritik an der Künstlersozialkasse

Mehrere Bundesländer wollen die Künstlersozialversicherung abschaffen und haben eine entsprechende Bundesratsinitiative ergriffen. Der Hauptverband des Deutschen Einzelhandels (HDE) unterstützt diese Bundesratsinitiative nachdrücklich.

Als die Branche mit dem größten Werbeaufwand werde der Einzelhandel besonders durch die Abgaben an die Künstlersozialversicherung belastet. „Die Künstlersozialkasse ist ein bürokratisches Monster, dass den Unternehmen viel Verwaltungsaufwand abverlangt“, kritisierte HERIBERT JÖRIS, Geschäftsführer des HDE. Dabei sei die Künstlersozialversicherung völlig überholt. Es könne heute

von Künstlern verlangt werden, dass sie wie andere Unternehmer auch beim Verkauf ihrer Werke die eigene Altersversorgung kalkulatorisch berücksichtigen.

Die Absurdität der Künstlersozialversicherung zeige sich auch daran, dass nun in Sozialgerichtsverfahren darüber gestritten werde, ob hoch dotierte Werbeauftritte von Spitzensportlern, Konzerte von Rock-Superstars mit Millioneneinkommen und Lizenzgebühren für bekannte Topdesigner eine Abgabepflicht zur Künstlersozialversicherung auslösen. „Je eher dieser Irrsinn beendet wird, desto besser“, sagte JÖRIS. „Die Kulturpolitiker im Bund sollten ihren Widerstand gegen die Abschaffung der Künstlersozialkasse aufgeben.“

Kleine Buchhandlungen führend

Der führende Vertriebsweg für Bücher und Hörbücher sind kleinere Buchhandlungen.

Das ergab die Studie CommunicationsNetwork 11.1 Trend der Marktforschungsinstitute TNS Infratest und MMA. Insgesamt wurden 12.000 Verbraucher befragt.

Kleinere Buchhandlungen wurden von 35 % der Befragten als bevorzugter Einkaufsort für Bücher und Hörbücher genannt, gefolgt von großen Buchhandlungen (Thalia, Hugendubel) mit 32 %.

An dritter Stelle kommen die Buchabteilungen der großen Kaufhäuser mit 24 % und erst an vierter Stelle das Internet (12 %).

Neue Messe 50plus: Alles für die Generation Genuss!

Bielefeld/Bad Salzuflen. Wer über 50 Jahre alt ist, hat viel vor! Eine neue Erlebnismesse möchte dieser Zielgruppe zeigen, was ihnen Unternehmen und Institutionen an interessanten Produkten, Dienstleistungen und Aktionen bieten. Dabei können sich nicht nur nationale und internationale Marken präsentieren – insbesondere regionale Firmen finden hier vom 17.-19. April 2009 das richtige Forum.

Der Einzelhandelsverband Ostwestfalen-Lippe e. V. begleitet diese Messe als Kooperationspartner. „Wir finden es prima, dass Einzelhändler in OWL immer mehr auch die Zielgruppe der über 50-Jährigen ansprechen möchten und dafür passende Dienstleistungen und Produkte anbieten“, freut sich Thorsten Grabbe von G&W Messekonzept aus Bielefeld über die Kooperation. Denn der so genannte „Seniorenmarkt“ ist ein Trend mit großer Zukunft. „Gute seniorengerechte Produkte sind eine Wachstumsbranche.

Deutschland kann es sich nicht leisten, diesen wichtigen Zukunftsmarkt anderen zu überlassen“, stellt auch Bundesfamilienministerin Ursula von der Leyen in ihrem Programm „Wirtschaftsfaktor Alter – Unternehmen gewinnen“ fest.

Darum hat die G&W, die bereits zum zweiten Mal die Arbeitsplatzmesse my job-OWL im Messezentrum Bad Salzuflen veranstaltet, jetzt eine neue Erlebnismesse ins Leben gerufen. „Wir möchten hier zeigen, was für tolle Dinge speziell für die Generation Genuss, so bezeichnen wir sie, auf dem Markt zur Verfügung stehen. Das reicht von Fahrzeugen über Mode und Reise bis hin zu Lifestyle und Partnerschaft,“ erläutert Melanie Welzel, Leiterin Vertrieb bei G&W.

Dass die Veranstalter auch mit diesem Messekonzept mitten ins Schwarze getroffen haben, zeigen die ersten Gespräche mit möglichen Ausstellern. „Fast jeder, dem wir von

der Idee erzählen, ist gleich begeistert! Man spürt sofort, dass hier ein riesiges Potenzial schlummert, das es nur aufzuwecken gilt!“, so Thorsten Grabbe, Leiter Marketing.

Geplant sind auf den bis zu 5.000 m² Messefläche verschiedene

Schwerpunktthemen sowie Aktionen, Vorträge, Workshops und Events. Erklärtes Ziel ist es, eine Messe für selbstbewusste, aufgeschlossene und nicht zuletzt auch

konsumfreudige Messebesucher über 50 Jahre zu veranstalten, die hier etwas entdecken, erleben und auch erwerben möchten ... und die eben ihren eigenen Weg gehen!

Firmen wie Harley-Davidson, Apple, AWD, Signal Iduna oder die Sparkasse sind mit ihren regionalen Vertretungen schon fest eingebucht, viele weitere stehen kurz davor. Besonderes Highlight der Messe wird ein Internetcafé zusammen mit dem Seniorenportal „Herbstzeit“ mit Unterstützung des Apple-Shops aus Bielefeld sein. Bestimmt ist dieses Konzept auch für viele Einzelhändler der Region interessant – ein dieser Ausgabe beigefügter Prospekt informiert genauer darüber. Der EHV hat dafür besondere Konditionen vereinbart: So bekommen Mitglieder z. B. als Bonus eine kostenfreie ¼-seitige Anzeige im my way-Messekatalog.

„Für unsere Mitglieder ist es eine gute Möglichkeit, hier ihre Produkte zu präsentieren und zu verkaufen“, so Markus Lehrmann. „Wir werden selbst auch mit einem Informationsstand auf der Messe vertreten sein!“

Interessierte Aussteller können jetzt weitere Informationen anfordern; die Veranstalter wünschen sich natürlich viele regionale Unternehmen, Vereine und Institutionen, die hier zeigen möchten, was OWL alles für die Generation Genuss zu bieten hat! www.myway-50plus.de

Kontakt für Aussteller: G&W Messekonzept, Detmolder Str. 12, 33604 Bielefeld, Telefon 0521/92455-77, Fax 0521/92455-55



Einkaufen in der Zukunft: Real Future Store

Erfolgreiche Bilanz: 100 Tage nach der Eröffnung des Real-Future Stores in Tönisvorst, zogen die Metro Group und ihre Vertriebslinie Real eine erste Zwischenbilanz.

Danach sind neun von zehn Kunden zufrieden oder sogar sehr zufrieden mit dem Einkaufsmarkt der Zukunft. 94 Prozent würden das SB-Warenhaus, in dem das Handelsunternehmen innovative Konzepte und Technologien erprobt, weiterempfehlen. Dieses gute Ergebnis schlug sich auch in den Verkaufszahlen nieder. Seit der Neueröffnung am 28. Mai 2008 konnte der Umsatz in Tönisvorst kontinuierlich gesteigert werden. Im Vergleich zum Vorjahresumsatz liegt der Zuwachs

mittlerweile im zweistelligen Prozentbereich. Umfrageergebnisse bestätigen, dass die neuen Konzepte bei den Kunden sehr gut ankommen 2009 sollen deshalb ausgewählte Konzepte in weiteren Real-Märkten eingeführt werden. Auch die innovativen Technologien des Real-Future Stores finden Anklang. Den Mobilen Einkaufsassistenten (MEA), eine Anwendung für Mobiltelefone, die Kunden beim Einkaufen unterstützt, würden rund zwei Drittel der Verbraucher, die ein Gerät entliehen haben, erneut verwenden und ihren Bekannten empfehlen. Deshalb will das Handelsunternehmen das Mobile Einkaufen noch benutzerfreundlicher gestalten und mit mehr Funktionen wie zum Beispiel das Bezahlen per Funk anbieten.

myShopradio: Der eigene Radiosender am POS

Neue Sonderkonditionen für EHV Mitglieder.

Etlliche Studien haben bestätigt, dass Musik und gezielte Verkaufshinweise den Erfolg am POS für alle Branchen verbessern. Doch bislang war dieses effiziente Marketing-Instrument nur großen Filialisten vorbehalten.

Aus deren Erfahrung ist bekannt, dass zielgruppen- und markengerechte Musik, gepaart mit abgestimmten Werbebotschaften und Imagewerbung, für eine stimmige und authentische Atmosphäre im Verkaufsraum sorgen. Während sich viele Kunden den klassischen Werbemedien, aufgrund hoher Reizüberflutung, verschließen, verfehlen Audio-Botschaften ihre Wirkung nicht. „Schon mancher Kunde ist aus dem Laden gegangen und hat die Jingles nachgepfiffen, die er während des Einkaufsvorgangs gehört hat.“ erklärt Christian Möller

(Geschäftsführer myShopradio) das innovative Konzept. „Genau wie bei einem richtigen Radiosender nutzen wir die Möglichkeit und machen von individuellen Jingles und gesungenen Audio-Logos Gebrauch, die sich fest beim Kunden einprägen.

Die Mischung aus »guter Laune« Musik und individuellen Werbespots verfehlt ihre Wirkung nicht.“ Für jede Branche hält myShopradio die passende Lösung bereit. In kleineren Geschäften und vornehmlich im Textilbereich steht die Musik und Imagewerbung im Vordergrund. „Hier gilt es mit passender Musik und dezenten Jingles den POS als sympathische Marke beim Kunden zu verankern – direkte Produktwerbung ist in diesem Fall selten gefragt.“ so Christian Möller. „In anderen Branchen wiederum dominieren offensive Verkaufshinweise im Programm,

die immer die aktuellen Angebote »unüberhörbar« hervorheben.“

Mit einem neuen Preismodell für kleine Einzelhändler geht myShopradio ab November 2008 an den Start. Einzelhändler mit einer Verkaufsfläche von unter 150qm bekommen ab 29,95 €/Monat Ihr individuell abgestimmtes myShopradio Programm. Größere Geschäfte zahlen maximal 49,95 € / Monat – jeweils inklusive eines kreativen Rund-Um Services, den myShopradio Kunden deutschlandweit schätzen. Neben Radio bietet myShopradio auch individuelle INSTORE-TV Lösungen an. Den EHV Mitgliedern wird ein 10%iger Rabatt auf die gesamten Setupkosten eingeräumt. Im beiliegendem Flyer erhalten Sie alle weiteren Informationen und erfahren, wie Sie sich Ihre kostenlose Teststellung sichern. Alle Infos finden Sie auch im Internet: www.myShopradio.de

Neues Shopverzeichnis zur Stärkung des Einzelhandels

„Wir lieben Shops“ heißt die neue Internet-Plattform zum Thema Einkaufen in Deutschland, die insbesondere für den stationären Handel sehr interessant sein kann, um sich der zunehmenden Konkurrenz aus dem Online-Handel vernünftig zu stellen.

Im Vergleich zu bestehenden Shopverzeichnissen ist hier die gleichzeitige Suche nach Ladenlokalen und Online-Shops möglich, ganz ohne störende Werbung, und dennoch für Endverbraucher kostenlos. Die Suche kann entweder über die Postleitzahl, Postleitzahl und Ort, oder nur den Ortsnamen eingeschränkt, und zusätzlich um den Umkreis erweitert werden.

Schon in der Vorschau der

Ergebnisliste sind Shopname, Adresse und Art des Shops (Ladenlokal, Online-Shop) zu sehen. Auf der Detailseite sind die Öffnungszeiten, ein Beschreibungstext und die Kontaktdaten zu finden. Neben der Adresse gibt es auch eine Kartenvorschau mit der Möglichkeit zur Vergrößerung und zur Berechnung des Weges für Autofahrer und Fußgänger. Über eine Bildergalerie können Sie Ihren Besuchern schon einen ersten Einblick in Ihr Geschäft geben. Diese informative Detailseite Ihres Shop-Eintrags kann auch als Ersatz für eine eigene Webseite verwendet werden.

Als weitere Besonderheit ist noch zu erwähnen, dass es nur gleichwertige Shopeinträge gibt,

die zusätzlich redaktionell geprüft werden. Kein Shop wird also mehr hervorgehoben als ein anderer. Dafür sind alle Shop-Einträge für Händler kostenpflichtig, jedoch im Vergleich zu vielen anderen Portalen sehr kostengünstig, und dennoch vollständig für Suchmaschinen optimiert.

Alle Mitglieder unseres Verbandes bekommen bei einem neuen Eintrag immer die ersten 24 Monate zum Preis von 12 Monaten (25 Euro zzgl. MwSt.). Geben Sie dazu einfach bei der Online-Registrierung in dem Feld „Wie sind Sie auf wir-lieben-shops.de aufmerksam geworden?“ den Gutschein-Code „EHVOWL“ ein. Dann wird Ihr Eintrag für 24 Monate freigeschaltet. www.wir-lieben-shops.de

Neuregelung des Widerrufs- und Rückgaberechts im Fernabsatzhandel

Der Hauptverband des Deutschen Einzelhandels (HDE) begrüßt die Pläne des Bundesjustizministeriums zur Neuregelung der Muster zum Widerrufs- und Rückgaberecht im Fernabsatzhandel.

Der Hauptgeschäftsführer des Hauptverbandes des Deutschen Einzelhandels (HDE), STEFAN GENTH, sagte hierzu: „Das geplante neue Gesetz betrifft eine der Vorschriften, die für das Verhältnis zwischen Unternehmen und Verbrauchern von zentraler Bedeutung ist. Damit ist ein wichtiger Schritt für mehr Rechtssicherheit für Anbieter insbesondere auch im Online-Handel getan.“ Die geplante Änderung entspreche einer langjährigen Forderung des HDE, so GENTH. Seit geraumer Zeit werden Unternehmen abgemahnt, weil sie angeblich nicht die nach dem Fernabsatzgesetz vorgeschriebene Widerrufsbelehrung vorgenommen

hätten. Die Unternehmen beriefen sich dann darauf, dass sie sich an den Text der Musterwiderrufsbelehrungen gehalten haben. Leider oftmals ohne Erfolg, denn die Rechtsprechung sehe jedenfalls zum Teil die Musterwiderrufsbelehrungen als nicht ausreichend an. Dies wäre nach der geplanten neuen Regelung nicht mehr möglich.

Kritisch anzumerken sei jedoch, dass mit einem Inkrafttreten der Neuregelung nicht vor Ende 2009 zu rechnen sei. GENTH: „Es ist nicht vermittelbar, dass die Unternehmen trotz erkanntem und dringendem Handlungsbedarf hier noch über einen erheblichen Zeitraum mit der vorhandenen Rechtsunsicherheit leben müssen“.

Allein 50.000 Unternehmen in Deutschland verkaufen Waren über das Internet. Das Umsatzvolumen der über das Internet gehandelten Waren und Dienstleistungen (B2C) beträgt in 2008 etwa 20 Milliarden Euro.

Beitragsbemessungsgrenzen in der Rentenversicherung

Die monatlichen Beitragsbemessungsgrenzen in der allgemeinen Rentenversicherung werden nach gegenwärtigem Planungsstand im Jahre 2009 voraussichtlich 5.400,00 Euro im Westen (=+ 100,00 Euro) und 4.550,00 Euro (= + 50,00 Euro) im Osten betragen.

Das geht aus dem Entwurf des Haushaltsplanes der Deutschen Rentenversicherung Bund für das Haushaltsjahr 2009 hervor, dem die wirtschaftlichen Eckwerte des Schätzerkreises der gesetzlichen Rentenversicherung zu Grunde liegen. Die Beitragsbemessungsgrenzen gelten auch für die Arbeitslosenversicherung.

Nach dem Entwurf einer Künstlersozialabgabe-Verordnung 2009 soll der Vomhundertsatz der Künstlersozialabgabe von 4,9 % auf 4,4 % gesenkt werden.

Steuern und Recht

Betriebsübergang

Geht ein Betrieb oder Betriebs- teil durch Rechtsgeschäft auf einen anderen Inhaber über, so tritt dieser mit allen Rechten und Pflichten in die bestehenden Arbeitsverhältnisse der dort beschäftigten Arbeitnehmer ein.

Diese Rechtsfolge wird oft nicht gewünscht oder verhindert sogar manchmal die Übernahme und den Erhalt eines Betriebes; kann aber nicht wirksam ausgeschlossen werden, wobei auch eine Kündigung wegen eines solchen Betriebsübergangs selbst dann, wenn das Kündigungsschutzgesetz wegen der Größe

des Betriebes keine Anwendung findet, unwirksam ist.

Die betroffenen Arbeitnehmer haben die Möglichkeit einem solchen Betriebsübergang zu widersprechen mit der Folge, dass ihr Beschäftigungsverhältnis nicht auf den neuen Inhaber übergeht, sondern beim bisherigen Inhaber verbleibt, der dann allerdings ggf. eine betriebsbedingte Kündigung unter Einhaltung der ordentlichen Kündigungsfrist aussprechen kann, wenn durch den Betriebsübergang der Arbeitsplatz des widersprechenden Arbeitnehmers entfallen ist.

Über einen bevorstehenden

Betriebsübergang sind die betroffenen Arbeitnehmer schriftlich und detailliert zu unterrichten. Geschieht dies nicht oder nicht ordnungsgemäß, so wird die sonst bestehende Monatsfrist für die Einlegung eines Widerspruchs gegen den Betriebsübergang nicht in Gang gesetzt, was die fatale Folge haben kann, dass der Arbeitnehmer dem Betriebsübergang noch lange Zeit danach widersprechen und zum alten Arbeitgeber „zurückkehren“ kann, wenn er beispielsweise feststellt, dass sich die wirtschaftliche Situation des Betriebes unter dem neuen Inhaber verschlechtert hat und >>

>> sein alter Chef leistungsfähiger erscheint.

Die von der Rechtsprechung gestellten Anforderungen an Form und Inhalt der Unterrichtung über einen Betriebsübergang sind außerordentlich hoch, indem das BAG verlangt, dass die Angaben sowohl einerseits rechtlich umfassend und zutreffend als auch andererseits in einer für den juristischen Laien möglichst verständlichen Sprache formuliert sein müssen, womit das BAG von einem Arbeitgeber mehr verlangt als von sich selbst.

Es ist daher dringend geboten, bei einem beabsichtigten Betriebsübergang rechtzeitig die Beratung des EHV in Anspruch zu nehmen.

Stundenlohn von 5,00 Euro ist sittenwidrig

Das Landesarbeitsgericht Bremen entschied vor Kurzem, dass ein Stundenlohn von 5,00 Euro für Arbeitnehmer, die als Packhilfe in Supermärkten beschäftigt sind, sittenwidrig ist.

Die Klägerin, die im Rahmen eines geringfügigen Beschäftigungsverhältnisses bei der Beklagten beschäftigt war, hat nach dieser Entscheidung einen Anspruch gegen die Beklagte auf Zahlung einer Vergütung nach der einschlägigen Tarifgruppe des Gehalts- und Lohntarifver-

trages für den Einzelhandel.

Liegt der Stundenlohn um mehr als ein Drittel unter den üblichen tariflichen Vergütungen, sind nach Ansicht des Gerichts die Arbeitgeber auch ohne beiderseitige Tarifbindung verpflichtet, den einschlägigen tariflichen Stundenlohn zu bezahlen.

Die Entscheidung ist noch nicht rechtskräftig.

Das LAG ließ wegen der grundsätzlichen Bedeutung der Sache die Revision zum Bundesarbeitsgericht zu.

Urteil vom 17.06.2008 - 1 Sa 29/08

Versicherter Versand?

Im Internethandel sind u.a. auch die Versandkosten anzugeben, die der Verbraucher zusätzlich zum Kaufpreis der Ware zu tragen hat. Häufig wird dabei die Wahl zwischen einem normalen Versand und einem „versicherten“ Versand zum höheren Preis oder auch nur letzterer angeboten.

Dies ist als irreführend und unzulässig zu betrachten und kann zu Abmahnungen führen, da bei solchen Fernabsatzverträgen die sogenannte Transportgefahr, also die Gefahr, dass die Ware beim Versand verloren geht oder beschädigt wird vom Verkäufer zu tragen ist und der Abschluss einer Transportversicherung daher ausschließlich in seinem Interesse liegt.

Mit dem Angebot eines „versicherten“ Versandes wird dagegen der unzutreffende Eindruck erweckt, dass sich der Verbraucher mit dessen Wahl gegen eine sonst von ihm zu tragende Transportgefahr schützen könne.

Auswirkungen der Pflegezeit auf die Altersteilzeit

Zum 01.07.2008 ist das neue Pflegezeitgesetz in Kraft getreten. Für Arbeitgeber, deren Arbeitnehmer Pflegezeit während der Altersteilzeit in Anspruch nehmen, ergeben sich dabei eine Reihe von Besonderheiten.

Die Bundesagentur für Arbeit hat zu diesem Zweck eine Handlungsempfehlung herausgegeben, die sich insbesondere mit der Frage befasst, welche Konsequenzen es hat, wenn die Pflegezeit vor Beginn der Altersteilzeitarbeit oder in der Altersteilzeit während der Arbeitsphase als sog. „kleine Pflegezeit“ (kurzzeitige Arbeitsverhinderung) oder „große Pflegezeit“ (längere Freistellung) genommen wird.

Die Handlungsempfehlung der Bundesagentur für Arbeit finden Sie auf unserer Homepage unter: www.einzelhandel.com.

Sonderverkäufe

Verkaufsförderungsmaßnahmen wie Sonderverkäufe oder Rabattaktionen etc. sind bekanntlich seit der grundlegenden Änderung des UWG nicht mehr unzulässig oder anzeige- oder genehmigungspflichtig und dürfen daher aus jedem beliebigen Grund durchgeführt werden.

Dabei müssen das Transparenzgebot beachtet und die Bedingungen genannt werden, unter denen die im Rahmen einer solchen Sonderverkaufsveranstaltung versprochenen Kaufvorteile in Anspruch genommen werden können.

Bei von vorneherein zeitlich befristeten Aktionen muss daher nach Rechtsauffassung der meisten Gerichte in der Werbung auch deren Dauer angegeben werden. Eine letztendliche Entscheidung des BGH hierzu steht allerdings bisher aus.

Entschädigung wegen Altersdiskriminierung

Die Parteien streiten um eine Entschädigung, die auf eine Altersdiskriminierung gestützt wird.

Die Beklagte betreibt ein Immobilienunternehmen. Im März 2007 veröffentlichte sie in mehreren lokalen Zeitungen zwei Stellenanzeigen. Nach dem Inhalt der Anzeigen suchte die Beklagte „eine/n Büromitarbeiter/in bis 35 Jahre“ und einen motivierten „Fahrer/in in Vollzeit bis 35 Jahre“. Anzeigen gleichen Inhalts ließ die Beklagte auch in der Folgezeit veröffentlichen.

Die 41-jährige Klägerin bewarb sich noch im März 2007 telefonisch und schriftlich um die ausgeschriebene Stelle der Büromitarbeiterin. Sie forderte die Beklagte auf, ihre Bewerbung bis zum Ablauf des Monats März zu bescheiden. Mit Schreiben vom 31.03.2007 machte sie eine Entschädigung geltend, die sie sodann vor dem Arbeitsgericht Dortmund in Höhe von 4.200 € einklagte. Sie hat sich auf den Standpunkt gestellt, dass sie nur wegen ihres Alters nicht zu einem

Vorstellungsgespräch eingeladen worden sei. In einem weiteren Prozess vor dem Arbeitsgericht Frankfurt fordert die Klägerin von einem anderen Arbeitgeber ebenfalls eine Entschädigung.

Das Arbeitsgericht hat die Beklagte verurteilt, an die Klägerin eine Entschädigung in Höhe von 4.200 € zu zahlen. Der Anspruch ergebe sich aus den §§ 15 Abs. 2, 2 Abs. 1 Nr. 1, 7 AGG. Die Beklagte habe die Klägerin wegen ihres Alters benachteiligt. Bereits die Anzeige selbst habe eine eindeutige Altersangabe als Einstellungsvoraussetzung enthalten. Außerdem sei in der Anzeige „gute Laune“ und „tolle Ausstrahlung“ verlangt worden. Dies mache deutlich, dass man ein junges Team finden wolle.

Gegen das Urteil des Arbeitsgerichts richtete sich die Berufung der Beklagten.

Das Landesarbeitsgericht hat das Urteil des Arbeitsgerichts Dortmund aufgehoben und die auf Zahlung einer Entschädigung gerichtete Klage abgewiesen, im wesentlichen mit folgender

Begründung: Die Stellenausschreibung, auf die sich die 41-jährige Klägerin beworben habe, sei altersdiskriminierend. Inhaltlich, weil dort eine Altersgrenze von 35 Jahren für potentielle Bewerberinnen und Bewerber enthalten sei.

Doch sei es der Klägerin nicht ernsthaft um die Bewerbung auf die ausgeschriebene Stelle gegangen. Die Klägerin habe trotz erteilter gerichtlicher Auflage nicht dazu vorgetragen, auf welche weiteren Stellen sie sich beworben habe. Das Gericht habe daher annehmen müssen, dass die Klägerin sich nur auf die hier streitbefangene Stelle und zwei weitere Stellen mit ebenfalls altersdiskriminierendem Inhalt beworben habe. Fehle es an der Ernsthaftigkeit einer Bewerbung, scheide ein Entschädigungsanspruch aus. Das Gericht hat die Revision an das Bundesarbeitsgericht für die Klägerin zugelassen.

LAG Hamm, 15 Sa 63/08, 26.06.2008, Vorinstanz: AG Dortmund, 9.10.2007, Az. 1 Ca 1941/07.

Neue Mitglieder

Juli 2008

Sprint Tank
Frank Müller
33647 Bielefeld

Grüner's Back-Shop
Elsbieta Grüner
33689 Bielefeld

Wohnaccessoires
Elisabeth Meyer-Stork
33659 Bielefeld

Pasam Simit Cafe
Zöhre Coskun
33647 Bielefeld

Schlaukauf
Fredy Peter
33154 Salzkotten

Catwalk Fashion
Lisa Steinkuhle
33154 Salzkotten

August 2008

Sothis Fine Watches GmbH
Karina u. Wolfgang Steinkrüger
33602 Bielefeld

Best Ideas GmbH
Annette Pieper
33647 Bielefeld

Chang HandelsGes. mbH
Tsansian Chang
33758 Schloß Holte-Stukenbrock

Nahkauf Michael Preuß
33189 Schlangen

Gelegenheitsanzeigen

Zu vermieten

(aus Altersgründen)

Geschäftshaus mit 130 m² Verkaufsfläche (80 m² EG, 50 m² 1.OG) sowie Lager und Büro

In Hauptgeschäftsstraße eines Mittelzentrums im Kreis Höxter zu günstigen Konditionen zu vermieten.

Möglich ist auch die Übernahme des dort bisher betriebenen Fachgeschäftes (Haushaltswaren/GPK)

Kontakt: EHV PB, H. Oberheide
Telefon: 05251 - 522 920

Zu vermieten

Ladenlokal 62 m² Verkaufsfläche zuzüglich Nebenräumen

Bad Salzuflen Innenstadt kurzfristig freierwerbend.

590,00 € zuzüglich Nebenkosten.

Kontakt: EHV DT, H. Buhrke
Telefon: 05231 - 93850

Nachfolger gesucht

(aus Altersgründen)

für kleine Boutique mit gehobenem Niveau in Paderborn

Verkaufsfläche 65 m² günstige Miete

Betrieb besteht seit 1996 und verfügt über einen sehr hohen Stammkundenanteil mit 450 aktuellen Kundenadressen.

Kontakt: EHV PB, H. Oberheide
Telefon: 05251 - 522 920

Regional Bielefeld

Einzelhandels- und Zentrenkonzept

Schritt für Schritt entwickelt sich das Einzelhandels- und Zentrenkonzept für Bielefeld weiter.

Die zentralen Versorgungsbe- reiche für die Innenstadt und in den Stadtteilzentren sind bereits grundstücksscharf definiert. Diese Grenzen sollen deutlich machen, in welchen Bereichen der großflächige Einzelhandel mit zentrenrelevanten Sortimenten zukünftig konzentriert werden soll.

Ende September folgte eine weitere Sitzung um ebenso die Ergänzungsstandorte für großflächigen nichtzentrenrelevanten Einzelhandel (z.B. Baumarkt, Möbel usw.) festzulegen. Diese Abgrenzungen gehören zu den wichtigsten Schritten und wurden intensiv vom Einzelhandelsverband begleitet.

Nach seiner Fertigstellung soll das neue Einzelhandels- und Zentrenkonzept Anfang 2009 in den politischen Gremien verabschiedet werden.

Traditionelles Sommerfest im Haus des Handels

Direkt nach den Sommerferien fand das traditionelle Sommerfest des Bielefelder Einzelhandelsverbandes statt.

Der Verbandsgarten bildete den attraktiven Rahmen für einen lockeren Austausch und Gespräche zwischen Handel,



Politik, Verwaltung sowie weiten Gästen aus der Wirtschaft. Bei Bier, Wein, Wasser und Bratwurst wurde in sommerlicher Atmosphäre angeregt über die Situation des Einzelhandels und die Erwartungen an das Herbst- und Weihnachtsgeschäft diskutiert.

Jährlich wiederkehrend bietet



das Sommerfest des EHV in zwangloser Umgebung die Möglichkeit zum Gedankenaustausch.

Eine gern besuchte und willkommene Abwechslung für viele. Rund 120 Gäste waren auch in diesem Jahr wieder dabei.



Neben guten Gesprächen gab es wie immer eine Bratwurst von Ingo Langohr. Auch Stefan Genth von unserem HDE aus Berlin lies sie sich schmecken.

„HANDELSWELT“:

Die Welt des Handels auf der 16. Bielefelder Berufsinformationsbörse am 24./25. Oktober 2008

„HANDELSWELT: Die Welt des Handels“ ist auch in diesem Jahr wieder das Thema und der Inhalt der Präsentation des Handels auf der diesjährigen Berufsinformationsbörse am 24. und 25. Oktober 2008 in den Carl-Severing-Berufskollegs in Bielefeld.

Nach dem letztjährigen erfolgreichen Gemeinschafts-Auftritt der Einzelhandelsunternehmen sollen auch in diesem Jahr die Ausbildungs-, Fortbildungs- und Aufstiegsmöglichkeiten im Handel neu und für junge Leute ansprechend präsentiert werden. Die „Handelswelt“ umfasst das gesamte Spektrum des Handels und zeigt daher die Vielfalt und das Angebot dieser attraktiven Berufelandschaft.

Aus- und Weiterbildung sowie Aufstiegsmöglichkeiten und Karrieren im Handel, neue Technologien und Warenwirtschaftssysteme und die klassischen Berufsbilder werden durch die verschiedenen Aussteller präsentiert. Wichtig ist aber auch für die Schülerinnen und Schüler die Einbindung von Auszubildenden oder Substituten aus den jeweiligen Ausbildungsbetrieben.

Die „Handelswelt“ befindet sich in diesem Jahr wieder im Carl-Severing-Berufskolleg für Wirtschaft und Verwaltung, Bleichstr. 12, und umfasst das gesamte Erdgeschoss dieses Schulgebäudes.

Folgende Handelsfirmen präsentieren sich auf der „Handelswelt 2008“ zur Berufsinformationsbörse:

- Aldi GmbH & Co. KG
- Carl-Severing-Berufskolleg
- Schuhhaus Degen/Zumnorde
- dm-Drogerie-Märkte
- EK/servicegroup eG
- Galeria Kaufhof
- IKEA Deutschland GmbH & Co.
- Karstadt AG
- Peek und Cloppenburg
- Sport Scheck
- und der EHV OWL Bielefeld

Welche Anforderungen muss ein Bewerber erfüllen, der eine Ausbildung bei Ikea beginnen möchte? Mit diesen und vielen anderen Themen rundet ein spannendes Vortragsprogramm die Vielfalt des Handels ab.

Darüber hinaus wird ein exklusiver Profi-Check für Bewerbungsunterlagen für den Handel angeboten.

Am Samstag, dem 24. Oktober d. J., steht Claudia Rosenheinrich von der EK/servicegroup Bielefeld in der Zeit von 10.00 bis 14.00 Uhr für diesen Check zur Verfügung.

Die „Handelswelt“ öffnet für ihre Besucher am Freitag, dem 24. Oktober 2008, in der Zeit von 8.00-14.00 Uhr, und am Samstag, dem 25. Oktober 2008, in der Zeit von 10.00-14.00 Uhr.

Mit diesem neuen Angebot will der Einzelhandel insbesondere auch geeignete Bewerber, u. a. auch aus den Gymnasien, für eine Ausbildung und Karriere im Handel ansprechen.

Die Öffnung der Berufsinformationsbörse und der „Handelswelt“ am Samstag richtet sich vor allem an interessierte Eltern, die die Gelegenheit nutzen möchten, sich zusammen mit ihren Kindern vor Ort ausführlich und von Fachleuten über die diversen Ausbildungsmöglichkeiten zu informieren.

Weitere Details zur Berufsinformationsbörse finden Sie unter www.bib-bielefeld.de.

Regional Gütersloh

Einzelhandels- und Zentrenkonzepte im Kreis Gütersloh

Fast im allen Städten und Gemeinden im Kreis Gütersloh wurden bzw. werden solche Konzepte erarbeitet.

Nötig wurden diese Einzelhandels- und Zentrenkonzepte um Rechts- und Planungssicherheit für die zukünftigen Entscheidungen zu erlangen, denn per neuem Gesetz dürfen großflächige Einzelhandelsbetriebe künftig nur noch in den zentralen Versorgungsbereichen (d.h. in Innenstädten, Ortsmitten,

Stadtteilzentren) entstehen.

Die zentralen Fragestellungen lauten jeweils:

- * Wo können zentrale Versorgungsbereiche erhalten und entwickelt werden?
- * Welche Betriebe sollen an welchen Standorten angesiedelt werden?
- * Ist die Nahversorgung gesichert?

Vor Ort ist es ebenso zwingend erforderlich den betroffenen Einzel-

handel sowie die „Träger öffentlicher Belange“ (Einzelhandelsverband und Industrie- u. Handelskammer) an der Erarbeitung zu beteiligen. Wir begleiten in Arbeitskreisen diese Konzeptstellungen und stehen Ihnen gerne und jederzeit für Rückfragen zur Verfügung.

Als Einzelhandelsverband werden wir uns auch künftig für Ihre Belange vor Ort einsetzen und mit den Entscheidern aus Politik und Verwaltung in Ihrem Sinne einen engen Dialog führen.

Vorstellung des GfK-Gutachtens zur Erweiterung der Gütersloher Innenstadt

Die Gutachter der GfK GeoMarketing wurden von der Stadt Gütersloh beauftragt die Auswirkungen der beiden geplanten Investitionen (Wellerdiek-Areal und Kolbeplatz) in der Gütersloher Innenstadt zu analysieren.

Am 1. Oktober wurden in zwei internen Sitzungen jeweils den Vertretern der Wirtschaft und der Politik die vorläufigen Ergebnisse präsentiert. Anschließend sollen nach erfolgter Diskussion mögliche Änderungen noch in die Endfassung einfließen und dem Planungsausschuss und letztlich dem Rat der Stadt Gütersloh als Entscheidungshilfe dienen. Wir als Einzelhandelsverband haben uns aktiv an dieser Diskussion beteiligt.

Unsere Einzelhandelsorganisation mit 19 Einzelhandelsverbänden und fast 40 Geschäftsstellen allein in NRW verfügt über ein ebenso dichtes Netz in allen

16 Bundesländern sowie über eine starke Spitze mit unserem HDE (Hauptverband des Deutschen Einzelhandels) in Berlin. Durch dieses Netzwerk können wir auf positive und negative Erfahrungen zugreifen und ziel-sicher in Sinne des gesamten Einzelhandels Position beziehen. Diese Stärke wollen wir auch in die sicherlich noch folgende Diskussion in Gütersloh einbringen.

Hoffentlich erkennt die Politik den Unterschied zwischen dem Einzelinteresse der Gazit und dem Gesamtinteresse des Einzelhandels. Unsere rund 150 Mitglieder in Gütersloh und fast 500 Mitglieder im Kreis erwarten das zu Recht von der Politik.

Selbstverständlich werden wir Sie weiterhin auf dem Laufenden halten und in Ihrem Sinne einen engen Dialog mit Rat, Verwaltung und auch mit der Arbeitsgemeinschaft Gütersloher Innenstadt führen.

AG Innenstadt präsentiert eigenes Planwerk und Lösungen

Am 12. September präsentierte die Arbeitsgemeinschaft Gütersloher Innenstadt ein eigenes Planwerk unter dem Leitmotiv „Stadt weiterbauen und Fehler vermeiden“.

Damit will die AGGT die Debatte um die weitere Innenstadtentwicklung aktiv mitgestalten und hat über das Wellerdiek-Areal hinaus auch Lösungsmöglichkeiten für weitere wesentliche Innenstadt-Quartiere erarbeitet.

Unterteilt in fünf Sektoren hat die AGGT das große Ganze im Blick und ist genauso wie unser Verband der Meinung, dass die Stadt Gütersloh am Scheideweg steht. Will die Politik ein neues Zentrum in Form einer Shopping Mall an einem abgehängten und völlig neuen Standort oder will man gemeinsam durch Bündelung aller Kräfte Gütersloh als Einkaufsstandort weiter nach vorn bringen.

Erfahrungen aus anderen Städten zeigen eindeutig, dass die Gazit am falschen Standort auf zu großer Fläche mit einem falschen Konzept die Innenstadt schwächt und somit genau das Gegenteil vom dem erreicht was man unter einer attraktiven lebendigen Innenstadt versteht. „Qualität vor Quantität“ kann nur das richtige Rezept für Gütersloh sein. Nur so kann sich Gütersloh richtigerweise auf den Demografischen Wandel einstellen.

Die Mitglieder der AGGT sind ganz „normale“ Gütersloher Bürger, die das Interesse an einer positiven Weiterentwicklung ihrer Stadt vereint. Die AGGT steht mit ihrem Engagement für eine lebendige und attraktive Innenstadt. Weitere Informationen einschließlich zum Planwerk erhalten Sie unter www.aggt.de im Internet.

Landesgartenschau endet am 12. Oktober – mit der ISG Rathausstraße geht es weiter

Auch wenn am 12. Oktober die Landesgartenschau in Rietberg endet, wurde der Standort in die Liste der Kur-, Ausflugs-, Erholungs- und Wallfahrtsorte aufgenommen.

Nach dem Gesetz zur Regelung der Ladenöffnungszeiten LÖG NRW hat Rietberg somit die Möglichkeit an bis zu 40 Sonn- und Feiertage die Geschäfte in der Innenstadt zu öffnen. Ob das dauerhaft so bleibt muss noch geklärt werden.

Die Landesgartenschau war aber Grund und Möglichkeit

genug um eine ISG (Immobilien- und Standortgemeinschaft) zu gründen. Auch konnten Fördergelder des Landes in Anspruch genommen werden. Diese Förderung läuft zwar aus, aber nach dem neuen Gesetz über Immobilien- und Standortgemeinschaften (ISGG NRW) könnte durch eine verpflichtende Abgabe aller Eigentümer vor Ort die bestehende ISG noch professioneller arbeiten. Mit den Chancen und Möglichkeiten dieses neuen Gesetzes wird sich nicht nur Rietberg auseinandersetzen müssen.

Neues Konzept für Detmolder Einkaufszentrum vorgestellt

Die Pläne, am Detmolder Lustgarten ein Einkaufszentrum zu errichten, sind noch nicht vom Tisch. Der Investor hat das ihm gesetzte Ultimatum genutzt und die Verfügbarkeit der Grundstücke am 28. August 2008 nachgewiesen.

Die zur Verfügung stehenden Grundstücke lassen allerdings nur eine abgespeckte Variante zu. Die bisher angedachte Verkaufsfläche ist dabei nochmals deutlich auf jetzt nur noch 10.000 m²* gesunken. Der Eingang ist auch nicht wie ursprüng-

lich vorgesehen gegenüber dem Hertie Kaufhaus möglich, sondern weniger integriert im Bereich der unteren Langen Straße. Der Investor muss dabei auch noch die Vorgaben des städtebaulichen Vertrages erfüllen. Dieser sieht zwingend die Ansiedlung eines Lebensmittel- und Elektrofachmarktes auf der vorgesehenen Verkaufsfläche vor. Weiterhin muss er das bestehende Parkhaus abreißen und 870 Stellplätze für PKW schaffen. Ob sich das geplante Konzept in der Form durchführen lässt, ist noch offen. Der Investor wird am 06. November 2008

Einzelheiten seines Konzeptes dem Rat der Stadt Detmold vorstellen. Näheres erfahren Sie bitte über die Geschäftsstelle Detmold.

Neues Nahversorgungszentrum in Detmold

Auf dem Eichenkruggelände in Detmold-Pivitsheide wird es ein neues Nahversorgungszentrum geben.

Neben einem Discounter soll dort ein Verbrauchermarkt sowie weitere Einzelhandels-, Dienstleistungs- und Gastronomieangebote geschaffen werden. Die maximal nutzbare Fläche für Einzelhandel beträgt rund 3.500 m². Einzelheiten über den Planungsstand können Sie bei der Geschäftsstelle Detmold erfragen.



Erfolg entsteht, wenn alles zueinander passt.

Mit Contracting und Energiemanagement kann nicht jeder sofort etwas anfangen. Mit einer guten Energieversorgung zu fairen Konditionen schon. Und mit einem kompetenten Partner erst recht.

Wir erklären Ihnen alle Vorteile unserer Energielösungen und beraten Sie gern. Fragen Sie nach der optimalen Lösung für Ihr Unternehmen.

05231 607-0 | www.stadtwerke-detmold.de



Städtebauliches Entwicklungskonzept für Lemgo

Die Stadt Lemgo hat die Erarbeitung eines städtebaulichen Entwicklungskonzeptes für den Bereich der historischen Innenstadt in Auftrag gegeben.

Die Stadt will damit den tief greifenden Strukturwandel im Einzelhandel, aber auch demographischen Veränderungen entgegenwirken. Zielsetzung ist dabei, den Strukturwandel in der Innenstadt ohne Verlust an städtebaulicher Qualität zu gestalten.

Der EHV wird sich in den entsprechenden Workshops einbringen. Die Zwischenergebnisse sollen am 26.01.09 vorgestellt werden.

Neue Verkaufsflächen für Bad Salzuflen-Holzhausen

In Bad Salzuflen-Holzhausen soll die bestehende Verkaufsfläche eines Nahversorgers mit derzeit 700 m² auf insgesamt 2.500 m² erweitert werden.

Neben einer angemessenen Erweiterung des bestehenden Nahversorgers soll ein Getränkemarkt, ein Textiler sowie ein Drogeriefachmarkt entstehen. Die Läden sollen eine Mindestverkaufsfläche von 350 bis 500 m² haben. Derzeit läuft

eine gutachterliche Analyse der Verträglichkeit des Vorhabens.

Der Einzelhandelsverband hat gegen eine angemessene Erweiterung des Nahversorgers keine Bedenken. Lediglich im Hinblick auf die Installierung großflächiger Betriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten bedarf es einer gutachterlichen Überprüfung.

Das Vorhaben wird am 28. Oktober 2008 im Planungsausschuss der Stadt Bad Salzuflen vorgestellt und diskutiert.

Neues Parkhaus in Lemgo

Das neue Innenstadtparkhaus in Lemgo mit insgesamt 235 Plätzen wird noch vor dem Weihnachtsgeschäft fertig gestellt.

Die Stadtwerke Lemgo als Bauherr gehen davon aus, dass noch im November das Parkhaus eröffnet wird.

Das Gebührenkonzept sieht vor, dass für die erste Stunde 1,00 € zu zahlen ist und für jede weitere 0,50 €. In der Zeit von 19.00 bis 7.00 Uhr morgens ist das Parken kostenfrei, ebenso am gesamten Sonntag.

Überregionale Werbung durch „City-Walk“

Bereits zum dritten Mal erscheint der „City-Walk“, der überregional für verkaufsoffene Sonntage in Lippe wirbt.

Mit einer Auflage von 210.000

Exemplaren, wovon 190.000 außerhalb des Kreises Lippe verteilt werden, ist ein Instrument geschaffen worden, das eine gemeinsame Außendarstellung des lippischen Einzelhandels

möglich macht.

Interessierte Mitglieder können gern entsprechende Ansichtsexemplare auch in höherer Auflage bestellen. Die Verteilung beginnt ab dem 27.9.2008.

Regional Minden - Herford

Neuer WEZ-Markt in Minden eröffnet

Am 21. August 2008 eröffnete in Minden an der Lübbecke Straße der 27. WEZ-Markt der Karl Preuß GmbH & Co. KG.

Mit diesem neuen Flaggschiff der heimischen Supermarktkette, das den in der Nähe befindlichen bisherigen Markt am Schwabenring (knapp 900 m² Verkaufsfläche) ablöst, setzt das Unternehmen wiederum neue Maßstäbe.

Auf rund 1.900 m² Verkaufsfläche werden nicht nur 25.000 >>



v.L.: Karl-Heinz Preuß, Nadia Galletti, Karl-Stefan Preuß, Klaus Niedermeier, Rüdiger Heß
Foto: Rolf Kruse-Trend Journal

>> Artikel angeboten, sondern ein besonderer Schwerpunkt liegt im Bereich der vorbereiteten Frische (Convenience) sowie den umfangreichen Bedienungsabteilungen, wie Karl Stefan Preuß, geschäftsführender Gesellschafter des Unternehmens, bei der Eröffnung betonte.

Das inzwischen seit über 100 Jahren bestehende Familienunternehmen ist nicht nur der bundesweit größte selbstständige Edeka-Partner, sondern die Edeka Minden-Hannover ist an der Gesellschaft auch mit einem

Anteil von 25 Prozent beteiligt. Aus dieser Partnerschaft resultiert eine Erfolgsgeschichte, die dazu geführt hat, dass die Flächenproduktivität der WEZ-Märkte einen Spitzenwert erreicht, sowohl was die Branche, als auch was die gesamte Edeka-Gruppe anbelangt.

Trotz der in den letzten Jahren nicht einfacher gewordenen Situation im Lebensmitteleinzelhandel und der nach wie vor stark expandierenden Discounter hat das Unternehmen nach eigenen Angaben in den ersten sechs

Monaten des Jahres u. a. die Umsatzrendite weiter verbessern können.

Bestätigung für die erfolgreiche Firmenpolitik ist nicht nur die Eröffnung weiterer Märkte, sondern ebenso die auf gegenwärtig rd. 1.650 Menschen gestiegene Zahl der Mitarbeiter. Auch die auf 100 Stellen aufgestockte Anzahl der Auszubildenden bestätigt den Stellenwert des Unternehmens für die Region als wichtiger Arbeitgeber und Ausbildungsbetrieb.

Die Abgeltungsteuer kommt.

Wir müssen miteinander reden.



Wir machen den Weg frei

Sparen und Anlegen

Ab dem **1. Januar 2009** werden alle privaten Kapitalerträge mit einem einheitlichen Steuersatz von 25% besteuert: Zinsen und Dividenden aus Geldanlagen sowie Gewinne aus dem Verkauf von Wertpapieren und Investmentfonds.

Sprechen Sie mit uns. Wir sagen Ihnen, welche Vorteile die Abgeltungsteuer für Sie haben kann.

Informationen finden Sie unter:
www.volksbanken-muehlenkreis.de

**Volksbanken
im Mühlenkreis**

Richtfest bei Hagemeyer in Minden

Anfang April 2008 Grundsteinlegung, am 4. September bereits Richtfest - der Neu- und Umbau des Kaufhauses Hagemeyer in Minden schreitet mit großen Schritten voran.

Nicht nur der Anbau mit einer Verkaufsflächenerweiterung um rd. 6.000 m², sondern auch der Umbau der im bereits bestehenden Haus befindlichen rd. 12.000 m² stellen für alle Beteiligten eine gewaltige Herausforderung dar.

Dieses gilt um so mehr, als sowohl Um- als auch Neubau bei laufendem Geschäftsbetrieb durchgeführt werden. Dazu mussten nicht nur neue zusätzliche Rolltreppen installiert, sondern auch die bestehenden um 90 Grad gedreht werden. Auch führten die Bauarbeiten dazu, dass der Haupteingang vorübergehend geschlossen und ein provisorischer Eingang vom Scharn angelegt werden musste. Gleichzeitig wird die gesamte Fassade neu gestaltet.

Da sich sowohl die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter als auch die Kunden mit den vorübergehenden >>

>> Unannehmlichkeiten bislang gut arrangiert haben, gab es auch von dieser Seite keine Behinderungen für den Baufortgang.

In der Hoffnung, dass sich die Arbeiten wie geplant weiter entwickeln, gehen Jürgen Ahrens und Fritz Drabert, geschäftsführende Gesellschafter des Fami-

lienunternehmens, davon aus, dass bereits Ende Oktober die neue Fassade der Öffentlichkeit präsentiert werden kann. Und wenn alles weiter nach Plan verläuft, werden Neu- und Umbau Anfang April 2009 fertig gestellt sein.

Gewerbevereine in Petershagen kooperieren

In einer gut besuchten öffentlichen Veranstaltung im Alten Amtsgericht in Petershagen erläuterten Vertreter von fünf Gewerbevereinen aus der Stadt den rd. 60 interessierten Zuhörern ihre Vorstellungen und Gedanken zu einer zukünftigen Kooperation auf verschiedenen Feldern.

Aue-Markt in Preußisch Ströhen eröffnet

Ein wohl bisher einmaliges Modell eines Lebensmittel-Vollsortimenters feierte mit der Eröffnung des „Aue-Marktes“ im Rahdener Ortsteil Preußisch Ströhen am 28. August 2008 Premiere.

Im 2.100 Einwohner zählenden Ortsteil Preußisch Ströhen gab es seit geraumer Zeit keine Nahversorgung mehr. Vielen der Bewohner war die Fahrt nach Rahden oder ins benachbarte niedersächsische Wagenfeld für den Lebensmitteleinkauf zu weit. Gleichzeitig war man sich bewusst, dass es unbedingt notwendig ist, den Ortsteil auch für junge Familien durch entsprechende Einkaufsmöglichkeiten attraktiv zu halten, um ein Schrumpfen der Bevölkerung zu verhindern.

Der Wunsch nach einem eigenen Supermarkt stieß bei den Lebensmittelfilialisten allerdings aufgrund des nach ihren Berechnungen zu geringen Kundenpotenzials vor Ort auf keine positive Resonanz. Deshalb gab es in der Dorfgemeinschaft bereits seit 2005 erste Überlegungen, mit Investoren aus Preußisch Ströhen selbst ein Supermarktprojekt umzusetzen. Es gab zunächst einen kleinen Arbeitskreis, der die Unterstützung eines Betreibers mehrerer Edekamärkte fand. Schließlich bildete sich eine

Bau- und Betriebsgesellschaft mit ehrenamtlicher Geschäftsführung, die das Vorhaben in eine konkrete Form brachten. Vor Ort fanden sich 19 Gesellschafter, die in den Lebensmittelmarkt investierten.

Neben dem Ziel der Versorgung war von Anfang an ein weiteres Ziel die gleichzeitige Wirtschaftlichkeit eines derartigen Marktes, um konkurrenzfähig zu sein und damit auf Dauer bestehen zu können. Es war deshalb notwendig, den Supermarkt in einer Größe zu konzipieren, mit der die Anforderungen der Kunden bedient werden können. Der Aue-Markt verfügt über eine Verkaufsfläche von mehr als 800 m², auf denen über 11.000 Artikel angeboten werden. Als Zulieferer konnte die Edeka in Minden gewonnen werden. Betrieben und verwaltet wird das Geschäft von der Betreibergesellschaft, die hauptamtliche Kräfte im Markt beschäftigt.

Abgerundet wird das Angebot durch Backshop, Fleischerfachgeschäft, Blumenangebot, Paket-Shop und Reinigungsannahme. Ob dieses Geschäft in Zukunft rentabel und damit lebensfähig arbeiten wird, hängt im wesentlichen davon ab, inwieweit die Bevölkerung vor Ort ihre Einkäufe dort tätigt und möglichst noch zusätzliche Kunden von außerhalb gewonnen werden können.

Die Gewerbe- und Verkehrsvereine Petershagen und Lahde, der Gewerbe- und Marktverein Windheim, der Gewerbeverein Frille und die Gruppe Handel und Handwerk im Heimatverein Friedewalde hatten alle Interessierten eingeladen, um die neue, mit den jeweiligen Vorständen der Gewerbevereine abgestimmte Interessengemeinschaft zu erläutern und mit den Zuhörern zu diskutieren. Dabei wurde Wert gelegt auf die Feststellung, dass es sich nicht um einen neuen Verein, sondern um eine auf gegenseitiges Vertrauen zu gründende Zusammenarbeit handelt.

Der neue „Gewerbe- und Tourismusverbund“ konnte auf der Veranstaltung bereits erste Ergebnisse präsentieren. So wurden das neue Logo dieser Interessengemeinschaft und ein gemeinsames Plakat für die Weihnachtsmärkte in den Ortsteilen vorgestellt.

Insgesamt gab es bei den Besuchern durchweg positive Resonanzen für die geplante gemeinschaftliche Zusammenarbeit. Immer wieder trat in den Äußerungen der Grundgedanke hervor, dass die einzelnen Ortsteile besonders in den Bereichen, in denen keine erheblichen Reibungsverluste zu erwarten sind, zukünftig stärker zusammenarbeiten müssen, um Petershagen nach innen und außen geschlossen und attraktiv darstellen zu können.

Neugestaltung der Fußgängerzone in Lübbecke nimmt konkrete Formen an

In den vergangenen Monaten ist in Lübbecke vom Planungsbüro Drees & Huesmann, Bielefeld, unter Beteiligung der Bürger bei öffentlich durchgeführten Planungswerkstätten und mit Begleitung durch einen Arbeitskreis, dem auch der Einzelhandelsverband angehört, ein Konzept für die Umgestaltung der Fußgängerzone erarbeitet worden.

Der Ausschuss für Bauen und Stadtentwicklung hat inzwischen einstimmig dem Entwurf mit seinen grundsätzlichen Gestaltungselementen zugestimmt. Gleichzeitig beschloss er, die Baumaßnahme im nächsten Jahr durchzuführen. Dabei soll die Pflasterung aus Granitsteinen bestehen. Der Hauptgebereich in der Mitte soll von zwei Seitenbereichen optisch abgegrenzt werden. Vorschläge für die konkrete Möblierung und Ausgestaltung mit weiteren Elementen werden gegenwärtig in der Werbegemeinschaft von den Gewerbetreibenden erarbeitet.

Der Baubeginn ist für Februar 2009 geplant, die Fertigstellung der mit einem Kostenvolumen von rd. 1,8 Mio. Euro bezifferten Gesamtmaßnahme für November 2009, somit rechtzeitig zum Weihnachtsgeschäft.

Uneinigkeit herrscht in der Politik noch darüber, in welchem Umfang die Anleger zu den Kosten herangezogen werden sollen. Der Vorschlag der Verwaltung, die Beitragspflichtigen am anrechenbaren Aufwand mit 30 Prozent zu beteiligen, wurde von einem Teil der Politik mit knapper Mehrheit abgelehnt. Dazu kam der Hinweis, dass bereits in der Vergangenheit der in Lübbecke übliche Anteil von 60 bis 75 Prozent für den Bereich Fußgängerzone auf 50 Prozent abgesenkt worden und somit die Gleichbehandlung der Bürger ansonsten nicht mehr gegeben sei.

Anfang November will die Politik dieses Thema wieder aufgreifen, wenn verlässlichere Zahlen über die zu erwartenden Kosten und Anliegerbeiträge vorliegen.

Neues Zentrenkonzept für Espelkamp

Die Stadt Espelkamp wird in Zusammenarbeit mit der CIMA Beratungs- und Management GmbH, Lüneburg, ihr Zentrenkonzept aktualisieren. Dazu hat der Ausschuss für Stadtentwicklung grünes Licht gegeben.

Grundlage ist die Neufassung des § 24a LEPro NRW, der die Ziele der Raumordnung für den Großflächigen Einzelhandel i.S. des § 11 Abs. 3 BauNVO festlegt und Ansiedlungen nur noch in Zentralen Versorgungsbereichen zulässt.

Neben einer Aktualisierung der Angebots- und Nachfragesituation wird daher eine parzellenscharfe Abgrenzung des Versorgungsgebietes Innenstadt und weiterer zentraler Stadtteil- und Nahversorgungszentren entwickelt. Darüber hinaus wird die bestehende Liste „zentrenrelevanter Sortimente“ den aktuellen Gegebenheiten und rechtlichen Vorgaben angepasst.

Damit wird die konsequente Arbeit zur Stärkung des Einzelhandels in der Innenstadt Espelkamps mit der Umsetzung des Profilierungskonzeptes, dem Flächenmanagement und dem Neuen Einkaufszentrum an der Breslauer Strasse fortgeführt.

Rahden: Kompromiss um Lidl-Verlagerung zeichnet sich ab

Die Firma Lidl hatte in Rahden geplant, ihren bisherigen Markt in der Innenstadt aufzugeben und bei gleichzeitiger Vergrößerung der Verkaufsfläche auf 1.300 m² an einen nicht integrierten Standort an der Eisenbahnstraße zu ziehen, an dem sich bereits ein Aldi- sowie ein Getränke-Markt befindet.

Die Stadtverwaltung hatte versucht, diese Entwicklung zu stoppen. Daraufhin hatte die Bauträgergesellschaft ein Normenkontrollverfahren gegen die Stadt angestrengt, das sich gegen den

bestehenden Bebauungsplan richtete. Das Oberverwaltungsgericht Münster war zu dem Ergebnis gekommen, dass der Bebauungsplan ungültig ist. Das bestärkte den Investor in seinem Bestreben, den Lidl-Markt wie geplant umzusiedeln.

Inzwischen deutet sich eine Kompromisslösung zwischen Stadt und Investor an. Anfang September stellte der Investor auf einer Bauausschusssitzung in Rahden seine Pläne für eine Neugestaltung großer Teile der Innenstadt nach Umsiedlung des Lidl vor. Danach soll der beste-

hende Penny-Markt vom Ortsteil Kleinendorf an die Gartenstraße ins Rahdener Zentrum in ein neu zu errichtendes Gebäude mit 800 m² Verkaufsfläche umziehen. Weiterhin ist geplant, in diesem Bereich einen Schuhfachmarkt, einen Textil-Discounter und einen Drogeriefachmarkt mit erweitertem innenstadtrelevanten Sortiment und eventuell ein Geschäft mit Kinderspielwaren sowie weitere Fachmärkte anzusiedeln. Dabei soll auch auf bestehende Gebäude zurückgegriffen werden.

Für die Neuansiedlung des Lidl an der Eisenbahnstraße ist nun eine >>

>> Verkaufsfläche von knapp 800 m² vorgesehen, verbunden mit einer Option, die Verkaufsfläche auf bis zu 1.000 m² erweitern zu können. Gleichzeitig sieht der Kompromiss vor, an der Eisenbahnstraße keine weiteren Fachmärkte entstehen zu lassen.

Der Bauausschuss sprach sich einstimmig für diesen Kompromissvorschlag und die Realisierung beider Projekte aus. Daneben zeichnet sich ab, dass der Discounter Netto eventuell noch in diesem Jahr in das leer stehende Deerberg-Haus einziehen wird. Für die damit notwendige Erweiterung des vor dem Haus gelegenen Parkplatzes gab der Ausschuss „grünes Licht“.

Ausbildungsberufe im Handel bei jungen Menschen äußerst beliebt

Die jüngsten Zahlen der Agentur für Arbeit Herford, zuständig für die Kreise Herford und Minden-Lübbecke, belegen es erneut: Die Hauptausbildungsberufe im Einzelhandel stehen auf der Beliebtheitskala der Auszubildenden ganz oben.

So ermittelte die Agentur für Arbeit für ihren Bezirk, dass der Ausbildungsgang „Kauf-

mann/Kauffrau im Einzelhandel“ an erster Stelle der Top 10 der Wunschberufe gemeldeter Bewerber steht. „Verkäufer/Verkäuferin“ folgt auf Rang sechs.

Auch in der Liste der Ausbildungsberufe bei den gemeldeten Ausbildungsstellen im Bezirk der Agentur für Arbeit Herford rangiert „Kaufmann/Kauffrau im Einzelhandel“ auf Platz drei und somit weit oben.

Interessengemeinschaft Innenstadt Herford auf erfolgreichem Weg

Mit Auflösung der Werbegemeinschaft (WGH) ist in Herford die Zusammenarbeit zwischen den einzelnen Stadtquartieren und der Pro Herford GmbH noch wichtiger geworden.

Begonnen hatte alles im Herbst 2006 mit einem Gespräch, das die Vorstände der EHV-Ortsvereinigung Herford und der Werbegemeinschaft Herford zusammen mit dem Einzelhandelsverband beim Bürgermeister der Stadt geführt hatten. Darin war es um konkrete Fragen zur Innenstadtgestaltung gegangen. Der Bürgermeister hatte im Hinblick auf die weitere Zusammenarbeit zwischen Stadt und Handel auf die Stadtmarketing-Tochter Pro Herford GmbH verwiesen.

In den folgenden Monaten gab es häufige Gesprächsrunden, an denen Vertreter des innerstädtischen Einzelhandels in Herford, der Pro Herford, der Werbegemeinschaft und des Einzelhandelsverbandes teilnahmen. Dabei

ging es um aktuelle Fragen, die vor allem das Umfeld der Tätigkeit des Handels und der übrigen Dienstleister in der Innenstadt berühren, aber insbesondere auch um Organisation und Gestaltung von Midnight-Shopping und verkaufsoffenen Sonntagen.

Bereits nach kurzer Zeit kamen die Gesprächsteilnehmer überein, dass es Sinn macht, jeweils Vertreter aus den Innenstadt-Quartieren in diesen Gesprächsrunden dabei zu haben. So entstand eine Arbeitsgruppe, in der das Bestreben der Beteiligten nach zielgerichteter und vertrauensvoller Zusammenarbeit deutlich zum Ausdruck kommt.

Vor allem seit dem Auflösungsbeschluss der Werbegemeinschaft Herford Anfang August 2008 kommt der Arbeit dieses Arbeitskreises, der sich selbst den Namen „Interessengemeinschaft Innenstadt Herford“ gegeben hat, eine noch größere Bedeutung zu.

Dabei bilden die Quartiersvertreter die Bindeglieder zu ihren

Kollegen vor Ort. Sie werben für die Maßnahmen und Ideen, die im Arbeitskreis entwickelt worden sind, und nehmen die Rückkopplung und Vorstellungen der anderen Unternehmen auf, um sie in den gemeinsamen Runden zusammen mit Vertretern der Pro Herford und des Einzelhandelsverbandes zu diskutieren und abzuwägen. Der Pro Herford selbst kommt dabei nicht nur die Rolle des städtischen Dienstleisters zu, der wesentlich dazu beiträgt, die verabschiedeten Maßnahmen umzusetzen, sondern die Stadtmarketinggesellschaft entwickelt auch eigene Ideen und Vorschläge.

Die Mitglieder der Interessengemeinschaft Innenstadt Herford denken zurzeit nicht daran, ihre Zusammenarbeit mit einer rechtlichen formalen Organisationsform, ähnlich einer Werbegemeinschaft, auszustatten. Als wesentlicher Faktor für den zukünftigen Erfolg wird die weiterhin vertrauensvolle Zusammenarbeit angesehen.

Seminare im Bildungszentrum des Einzelhandels Niedersachsen Oktober - November 2008		
Termine	Themen	Veranstaltungsort
08.10. - 09.10.2008	Verkaufsrhetorik und Argumentationstechnik - Wer das Sagen hat, muss auch gut reden können -	auf Anfrage
13.10. - 18.10.2008	Kaufmännischer Lehrgang Kaufmann / Kauffrau im Einzelhandel (3. Ausbildungsjahr)	BZE Springe
14.10. - 15.10.2008	Gedächtnistraining	auf Anfrage
20.10.2008	Den Kunden professionell bedienen - Mit persönlichem Service beeindrucken -	Hannover
21.10.2008		Lüneburg
22.10.2008		Braunschweig
24.10. - 26.10.2008	Antistress- und Sicherheitstraining Basis-Seminar	Bad Münder
27.10. - 29.10.2008	3 hochintensive Tage mit vielen Übungen - Verkaufen nicht als Arbeit: "Lust auf Kunden" -	BZE Springe
27.10. - 31.10.2008	Waren- und verkaufskundlicher Fachlehrgang Unterhaltungselektronik	BZE Springe
27.10. - 31.10.2008	WINDOWS - WORD - EXCEL - MULTIMEDIA	BZE Springe
28.10. - 30.10.2008	Rationelle Betriebsführung - Erfolg planen und kontrollieren	auf Anfrage
04.11. - 06.11.2008	Visual Merchandising - Eine erfolgreiche Strategie zum Ausbau von Wettbewerbsvorteilen -	auf Anfrage
11.11. - 13.11.2008	Unternehmen forcieren ihre Vorbereitungen! Sie auch? "Basel II" und "Rating"	Göttingen
<p>Interessenten wenden sich bitte an: Bildungszentrum des Einzelhandels Niedersachsen, Kurzer Ging 47, 31832 Springe, Telefon: 05041-7880, Internet: www.bze-springe.de</p>		
<p>Achtung: der contacte-Ausgabe Minden-Herford ist das aktuelle Programm des BZE-Springe beigelegt!</p>		

contacte



Einzelhandelsverband Ostwestfalen-Lippe

Nr. 5 / 2008

SIGGI – SIGNAL IDUNA Global Garant Invest
Eine Sorge weniger.
Leichter leben mit der Altersvorsorge der SIGNAL IDUNA.

WELCHE ALTERSVORSORGE IST DIE RICHTIGE?

WER BETRIEFT MIT SICHERHEIT UND GUTER RENDITE?

WIE WÄRE ICH FLEXIBEL?

WAS SÜND ICH HEUTE ANSINNIG BILANZIEREN?

Nutzen Sie die Vorteile der Basis-Rente. Hierfür steht Ihnen die neue fondsgebundene Rentenversicherung SIGGI – SIGNAL IDUNA Global Garant Invest zur Verfügung. Lassen Sie sich beraten.

SIGNAL IDUNA 
Versicherungen und Finanzen

Gut zu wissen, dass es SIGNAL IDUNA gibt.

Filialdirektion Bielefeld Arndtstr. 7 • 33602 Bielefeld Telefon (05 21) 5 29 91 - 0 Telefax (05 21) 5 29 91 - 28	Filialdirektion Paderborn Grüner Weg 31 • 33098 Paderborn Telefon (0 52 51) 17 40 - 0 Telefax (0 52 51) 17 40 28
--	--

Bielefeld

Große-Kurfürsten-Straße 75
33615 Bielefeld

Tel.: 05 21 / 9 65 10 - 0
Fax: 05 21 / 9 65 10 - 20
e-mail: info@einzelhandel.com

Detmold

Arminstraße 11
32756 Detmold

Tel.: 0 52 31 / 93 85 - 0
Fax: 0 52 31 / 93 85 - 20
e-mail: detmold@einzelhandel.com

Herford

Mittelweg 28
32051 Herford

Tel.: 0 52 21 / 93 36 - 0
Fax: 0 52 21 / 93 36 - 19
e-mail: herford@einzelhandel.com

Minden

Stiftstraße 35
32427 Minden

Tel.: 05 71 / 88 60 8 - 0
Fax: 05 71 / 88 60 8 - 20
e-mail: minden@einzelhandel.com

Paderborn

Klingender Straße 9
33100 Paderborn

Tel.: 0 52 51 / 52 29 2 - 0
Fax: 0 52 51 / 52 29 2 - 20
e-mail: paderborn@einzelhandel.com

