



## Stichprobenbefragung des HBB: Erste Bilanz zur Umsetzung der neuen Ladenöffnungsgesetze im mittelständischen Einzelhandel

Zur Jahreswende 2007 führte der HBB eine stichprobenartige Mitglieder-Umfrage zur bisherigen Nutzung und Umsetzung der neuen Ladenöffnungsgesetze im Berliner und Brandenburger Einzelhandel durch.

Etwa  $\frac{3}{4}$  der an der Umfrage beteiligten Unternehmen waren Fachgeschäfte und Supermärkte. Die vorliegende Zusammenfassung der Umfrageergebnisse ist deshalb insbesondere typisch für die Situation kleiner und mittelständischer Unternehmen in Berlin und Brandenburg. Auf eine Untersuchung unterschiedlicher Auswirkungen in einzelnen Handelsbranchen wurde im Rahmen dieser Auswertung verzichtet.

### I. Zur bisherigen Nutzung der neuen Öffnungsmöglichkeiten

Ein Jahr nach Verabschiedung der neuen Ladenöffnungsgesetze für Berlin und Brandenburg kann bilanziert werden, dass neben großen Einzelhandelsunternehmen auch kleine und mittelständische Unternehmen die neuen Möglichkeiten in dieser oder jener Form nutzten, um erste Erfahrungen hinsichtlich verlängerter Öffnungszeiten und der daraus resultierenden Kundenströme zu sammeln.

Von den an der Umfrage beteiligten Unternehmen haben 77 % die neuen Möglichkeiten des Ladenöffnungsgesetzes zu verlängerten bzw. verlagerten Öffnungszeiten wahrgenommen. Insbesondere wurden von den Unternehmen die Möglichkeiten der Sonntagsöffnung genutzt. 66 % der Unternehmen gab an, 2006 an den Adventssonntagen geöffnet zu haben. Das Inte-

resse war dabei in Berlin und Brandenburg etwa gleich stark. Etwa 50 % nutzten die Möglichkeit auch an anderen freigegebenen Sonntagen zu öffnen, wobei hier bei den Berliner Unternehmen ein größeres Interesse zu verzeichnen ist.

Ein weiterer Schwerpunkt war die Verlängerung der Öffnungszeiten in den Abendstunden zum Ende der Woche (insbesondere Freitag und Sonnabend). Davon haben 34 % der an der Umfrage beteiligten Unternehmen Gebrauch gemacht (siehe Grafik auf Seite 3).

### II. Erste Bilanz der erweiterten Öffnungszeiten

Rund die Hälfte der an der Umfrage beteiligten Unternehmen gab an, dass sie die Öffnungszeiten insgesamt erweitert haben.

Um die erweiterten Öffnungszeiten abzudecken, wurden bei 14 % der Berliner und Brandenburger Unternehmen zusätzliche Arbeitskräfte eingestellt, und 46 % der Unternehmen hat die Arbeitszeit der Angestellten verlagert.

Die bisher im Rahmen der erweiterten Öffnungszeiten erreichten Umsatzergebnisse sind aus Sicht der Mehrzahl an der Umfrage beteiligter kleiner und mittlerer Unternehmen nicht zufriedenstellend.

Nur 14 % der Unternehmen gab an, dass es sich wirtschaftlich gelohnt hat. Für rund die Hälfte der Unternehmen erbrachten die erweiterten Öffnungszeiten keinen Umsatzzuwachs (siehe Grafik auf Seite 3).



Unzufrieden sind die kleinen Unternehmen auch mit der bisherigen Kundenwahrnehmung der neuen Öffnungszeiten.

### III. Ungenügende Abstimmung an den einzelnen Handelsstandorten

Hinsichtlich der Abstimmung von Kernöffnungszeiten an den einzelnen Standorten offenbarte die Umfrage einen großen Nachholbedarf. Nur 14 % der Unternehmen in der Region Berlin-Brandenburg gab an, dass bereits eine Abstimmung erfolgt sei. Bei 11 % ist eine Abstimmung vorgesehen, und 20 % gab an, dass bisher diese Frage noch nicht angesprochen wurde.

55 % der an der Umfrage beteiligten Unternehmen hat zur Frage der Abstimmung von Kernöffnungszeiten keinerlei Angaben gemacht.

### IV. Vorstellungen zur zukünftigen Gestaltung der Öffnungszeiten

Aufgrund bisher nicht erfüllter Umsatzerwartungen und noch mangelnder Kundenakzeptanz plant die Mehrzahl der an der Umfrage beteiligten Unternehmen, zukünftig die Öffnungszeiten nicht mehr im gleichen Maße zu erweitern wie bisher.

Schwerpunkt aller Nennungen für erweiterte Öffnungszeiten sind die Adventssonntage. 37% der an der Umfrage beteiligten Unternehmen wollen diese Möglichkeit zukünftig weiter nutzen.

20 % wollen sich an weiteren Sonntagsöffnungen beteiligen und ca. 15 % der Unternehmen erwägt weiterhin eine verlängerte Öffnungszeit am Freitag / Sonnabend in den Abendstunden. Dagegen wollen 26 % an keinem Wochentag länger öffnen.

### V. Fazit

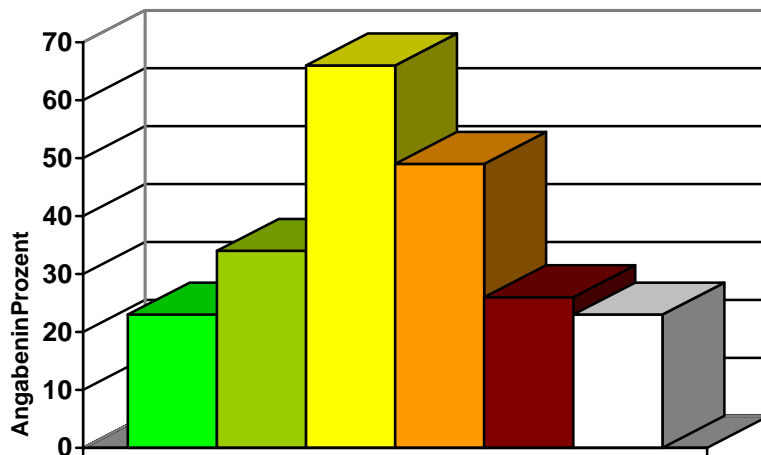
Im Unterschied zu großen Waren- und Kaufhäusern sowie Einkaufszentren wurden die neuen Öffnungsmöglichkeiten durch kleine und mittlere Unternehmen insgesamt zurückhaltender und bisher weniger erfolgreich genutzt.

Wie die Umfrage zeigte, sind insbesondere für kleine Unternehmen Standort und Kundenwahrnehmung entscheidende Kriterien für die Gestaltung der Öffnungszeiten.

Große Potenziale zur Verbesserung der Umsatzstatistik bestehen deshalb vor allem hinsichtlich der Abstimmung von Kernöffnungszeiten. Das Weihnachtsgeschäft 2007 zeigte sehr deutlich, dass dort, wo man sich abgestimmt und entsprechend weihnachtlich inszeniert hat, die Zufriedenheit auch bei kleineren Unternehmen am größten war. In Einkaufstraßen und an Standorten, wo ein großes Center geöffnet hatte, von den Unternehmen im Umfeld aber nur wenige sich beteiligten, ist der Anreiz für die Kunden verloren gegangen.



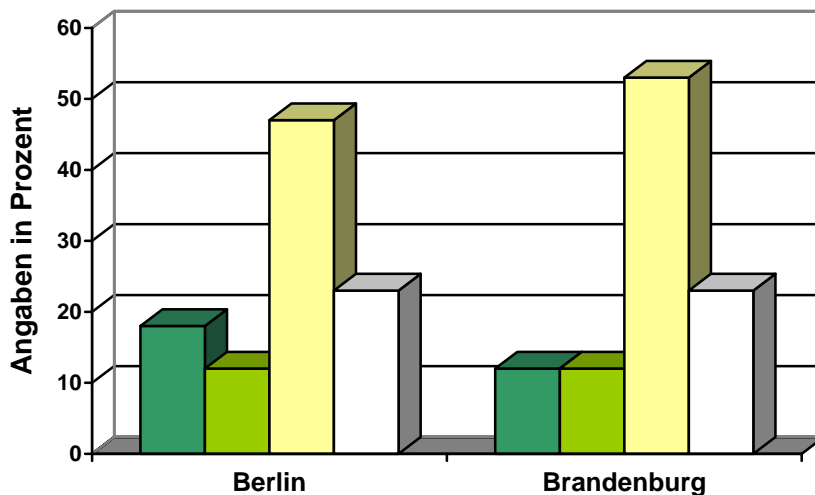
### Bisherige Nutzung erweiterter Ladenöffnungsmöglichkeiten durch KMU



- Öffnungszeiten in Abendstunden
- Abendstunden / Ende der Woche
- Adventssonntage
- weitere freigegebenen Sonntage
- Individuelle Sonntagsöffnung
- Keine Veränderung der Öffnungszeiten

Quelle: HBB-Mitgliederumfrage 2007

### Umsatzergebnisse durch erweiterte Öffnungszeiten bei KMU



- Wirtschaftlich gelohnt
- Mehrumsatz ohne Deckung BK
- Keine Umsatzerweiterung
- Keine Angabe

Quelle: HBB-Mitgliederumfrage 2007