



Jahresbilanz 2007 für den Berliner und Brandenburger Einzelhandel:

Shopping-Touristen verschaffen Berliner Einzelhandel leichtes Umsatzplus Umsatzentwicklung in Brandenburg nach zwei Jahren der Stabilisierung wieder rückläufig

Der Wirtschaftsaufschwung und die konjunkturelle Entwicklung haben sich 2007 in Berlin und im Land Brandenburg weiter ausgeprägt.

Die daraus erhofften Impulse für die Konsumnachfrage im Einzelhandel sind bisher jedoch ausgeblieben.

Insgesamt war das Jahr 2007 für den Einzelhandel der Region ein durchwachsendes Jahr mit vielen Höhen und Tiefen. Vor allem die mit Jahresbeginn eingetretene Erhöhung der Mehrwertsteuer wirkte sich stark dämpfend auf das Konsumklima aus und hat im Berliner und Brandenburger Einzelhandel deutliche Spuren hinterlassen. Die neuen Ladenöffnungsgesetze ermöglichten den Unternehmen in Berlin und Brandenburg, an den Werktagen eigenständig über Öffnungszeiten zu entscheiden und die neuen Freiheiten ausgiebig im Verlauf eines ganzen Jahres zu testen.

Bilanz 2007

Die Jahresbilanz 2007 des HBB basiert auf einem Abgleich verschiedener Datenquellen und der sich daraus ergebenden geschätzten Umsatzentwicklung. Endgültige statistische Daten für 2007 liegen bisher noch nicht vor. Als Grundlage der Bewertung wurden deshalb interne Umfragen und Analysen des HBB sowie die bisher verfügbaren vorläufigen Umsatzzahlen des Amtes für Statistik Berlin-Brandenburg herangezogen.

Berlin:

Leichtes Umsatzplus durch Shoppingtouristen

Die vorläufige, geschätzte Umsatzentwicklung des Berliner Einzelhandels (im engeren Sinne, d. h. innerhalb von Verkaufsräumen ohne Kfz, Tankstellen, Apotheken u. a.) weist gegenüber dem Vorjahr nominal einen leich-

ten Zuwachs von ca. einem Prozent aus. Der nominale Gesamtumsatz des Berliner Einzelhandels im engeren Sinne betrug 2007 ca. 12,4 Mrd. Euro.

Real, unter Ausschaltung der Preisentwicklung, wurde etwa das Vorjahresergebnis erreicht.

Damit konnte der Berliner Einzelhandel das positive Vorjahresergebnis egalisieren. **Das leichte nominale Umsatzplus ist allerdings fast ausschließlich auf den weiter gewachsenen Anteil der Touristen am jährlichen Gesamtumsatz zurückzuführen.**

Ansonsten war das Jahr 2007 durch die Erhöhung der Mehrwertsteuer geprägt, die 2006 in verschiedenen Handelsbranchen zu vorgezogenen Käufen und damit zu einer außergewöhnlich guten Jahresbilanz geführt hatte. Hinzu kommen erhöhte Belastungen und Ausgaben für Steuern und verschiedenste Dienstleistungen, die vor allem im ersten Quartal 2007 nach Einschätzungen des HBB eine Kaufkraftdelle verursachten.

Die Entwicklung an den einzelnen Einzelhandelsstandorten und in den jeweiligen speziellen Einzelhandelsbranchen verlief weiterhin sehr differenziert.

Eine stichprobenartige Mitgliederbefragung des HBB ergab, dass sich die Stimmung bei kleinen mittelständischen Fachgeschäften sowie inhabergeführten Unternehmen im Vergleich zum Vorjahr wesentlich verbessert hat, die Umsatzergebnisse 2007 in der Mehrzahl jedoch noch rückläufig bewertet wurden. Davon sind insbesondere Unternehmen betroffen, deren Angebote sich im mittleren Preissegment bewegen. Anbieter von Exquisit- und Luxusartikeln, beispielsweise bei Bekleidung und Schuhen, oder



hochwertigen Lebensmitteln konnten dagegen Umsatzzuwächse verbuchen.

Die höchsten Umsatzeinbrüche hatte der Fach-einzelhandel mit Nahrungsmitteln, Getränken und Tabak zu verzeichnen.

Brandenburg: Stabilisierung unterbrochen

Die im Vorjahr erreichte Stabilisierung der Umsatzentwicklung im Bundesland Brandenburg konnte 2007 nicht untermauert werden. **Aus oben genannten Gründen ist der Umsatz (im engeren Sinne, d. h. innerhalb von Verkaufsräumen ohne Kfz, Tankstellen, Apotheken u. a.) schätzungsweise nominal um ca. ein Prozent im Vergleich zum Vorjahr eingebrochen. Real entspricht das einem Umsatzrückgang von ca. 2,5 Prozent.**

Insgesamt wurde nominal ein Umsatz (im engeren Sinne) von ca. 6,86 Mrd. Euro erwirtschaftet.

Die höchsten Umsatzeinbrüche musste wie in Berlin der Facheinzelhandel mit Nahrungsmitteln, Getränken und Tabak verbuchen.

Die Stimmung bei kleinen mittelständischen Fachgeschäften sowie inhabergeführten Unternehmen hat sich in Auswertung der stichprobenartigen Umfrage des HBB im Vergleich zum Vorjahr auch in Brandenburg leicht verbessert. Die Situation an einzelnen Standorten ist aber nach wie vor noch sehr differenziert ist.

Erweiterte Öffnungszeiten im Test

Die neuen Freiheiten und Chancen wurden von den Berliner und Brandenburger Kaufleuten mit Bedacht und verantwortungsbewusst genutzt. Im Mittelpunkt standen dabei stets die Wünsche und Erwartungen der Kunden, auf die die Unternehmen flexibel reagierten. Das führte manchmal zu Irritationen, wenn zu bestimmten Zeiten oder an bestimmten Orten verlängerte Öffnungszeiten wieder zurückgefahren wurden. **Jetzt, nach einem Jahr der Testläufe, kommt es im Interesse einer besseren Kundenorientierung vor allem darauf an, dass die Unter-**

nehmen an den einzelnen Handelsstandorten und in den Geschäftsstraßen Kernöffnungszeiten untereinander abstimmen und sich über die Nutzung von erweiterten Öffnungszeiten verständigen.

Um eine erste Bilanz ziehen zu können, führte der HBB Ende 2007 eine Mitgliederbefragung durch. Rund zwei Drittel der an der Umfrage beteiligten Unternehmen gab an, die erweiterten Öffnungsmöglichkeiten in dieser oder jener Form bisher genutzt zu haben. Absolute Priorität hatte dabei die Öffnung an Adventssonntagen sowie an weiteren Sonntagen. Große Unternehmen wie Waren- und Kaufhäuser konnten häufig die Erfahrung machen, dass in den verlängerten Abendstunden die Zahl der Kunden zwar abnahm, aber höhere Umsätze getätigt wurden. Die Mehrzahl der kleinen und inhabergeführten Unternehmen ist dagegen mit der Umsatzbilanz der erweiterten Öffnungszeiten weitaus weniger zufrieden. Aber auch hier ist die Situation differenziert. Das vergangene Weihnachtsgeschäft hat beispielsweise eindrucksvoll gezeigt, dass dort, wo man sich entsprechend inszeniert und untereinander abgestimmt hat, auch kleine Unternehmen davon profitieren konnten. Auch aus Sicht der einzelnen Branchen ist die Nutzung der neuen Öffnungsmöglichkeiten differenziert. Im Bereich der Nahversorgung ist beispielsweise in Berlin ein Trend zu kleinen „Spätverkaufsstellen zu beobachten.

Im Ergebnis der durchgeführten Mitgliederbefragung zeigte sich, dass die Unternehmen zukünftig insbesondere die Öffnungsmöglichkeiten an den Adventssonntagen sowie an weiteren Sonntagen nutzen werden. Die Kernöffnungszeit wird im Ergebnis der analysierten Kundenströme dabei zwischen 13.00 und 18.00 Uhr liegen. **Außerdem erscheint für große Unternehmen eine Verlängerung der Öffnungszeiten in den Abendstunden am Freitag und Sonnabend von besonderem Interesse zu sein.**



Im Jahresverlauf wurde außerdem deutlich, dass insbesondere in den Herbstmonaten und zum Jahresende sowie im Frühjahr verlängerte Öffnungszeiten von den Kunden gut angenommen werden. In den Sommermonaten werden die Unternehmen dagegen ihre Öffnungszeiten eher wieder einschränken.

Die zurzeit sehr unterschiedlichen Verfahrensweisen der Brandenburger Kommunen bei der Festlegung verkaufsoffener Sonntage sind wenig praxisrelevant und führen häufig zu sehr unterschiedlichen Genehmigungen auf engem Raum. Hier ist zukünftig eine einheitliche und unbürokratische Vorgehensweise zwingend erforderlich.

Die Ende des vergangenen Jahres vom Berliner Senat beschlossene erste Änderung des Ladenöffnungsgesetzes wird vom HBB begrüßt. Damit wird eine noch bessere Anpassung an die Kunden- und Dienstleistungsbedürfnisse einzelner Branchen wie beispielsweise des Blumenhandels erreicht. **Wir sind überzeugt, dass auch für das Land Brandenburg baldmöglichst eine entsprechende Lösung gefunden werden kann.**

Neue Arbeitsplätze in Berlin geschaffen

Eine zunehmende Stabilisierung der Unternehmenssituation aufgrund der konjunkturellen Entwicklung, erweiterte Öffnungszeiten und die Nachwirkungen der vor zwei Jahren erzielten maßvollen Tarifabschlüsse haben zu einer Stabilisierung der Beschäftigungssituation im Einzelhandel der Region Berlin-Brandenburg geführt und in Berlin sogar neue Arbeitsplätze geschaffen.

Erstmals seit 15 Jahren hat sich in Berlin die Zahl der Beschäftigten erhöht. 2007 sind gegenüber dem Vorjahreszeitraum schätzungsweise rund 2,3 % mehr Arbeitsplätze (Einzelhandel im engeren Sinne in Verkaufsräumen) entstanden, wobei die Zahl der Teilzeitbeschäftigten stärker angewachsen ist als die Zahl der Vollzeitbeschäftigten. Die Zahl der Arbeitsplätze in Berlin

(Einzelhandel im engeren Sinne) beträgt ca. 63.500.

In Brandenburg ist die Zahl der Beschäftigten im Einzelhandel (im engeren Sinne) leicht um 0,3% auf ca. 50.600 Beschäftigte zurückgegangen.

Insgesamt zeigte die Entwicklung im Jahr 2007, dass der Einzelhandel zunehmend eine hohe Flexibilität beim Einsatz seiner Arbeitskräfte benötigt.

Gewerbemeldungen und Gründungen

Der Einzelhandel in der Region Berlin-Brandenburg ist hinsichtlich des Gründungsgeschehens und der Gewerbeanmeldungen weiterhin einer der bedeutendsten Wirtschaftszweige. Wie im Vorjahr zeigt sich allerdings auch 2007, dass der Einzelhandel bisher nicht in dem Maße von der konjunkturellen Entwicklung profitieren konnte wie andere Wirtschaftsbranchen.

Berlin:

Die Zahl der Gewerbe- und Abmeldungen ist insgesamt leicht rückläufig. Im Zeitraum Januar bis November 2007 erfolgten im Einzelhandel (im engeren Sinne) nach Angaben des Amtes für Statistik insgesamt 6.458 Anmeldungen gegenüber 5.879 Abmeldungen.

Der Anteil des Einzelhandels an der Gesamtzahl der Gewerbeanmeldungen beträgt 15,5 % und an der Gesamtzahl der Gewerbeabmeldungen 19,5 %. Das entspricht etwa dem Vorjahresergebnis.

Die Ergiebigkeit des **Gründungsgeschehens** beim Einzelhandel hat sich 2007 gegenüber dem Vorjahr nach ersten Einschätzungen verschlechtert. Die Ursachen für diese Entwicklung liegen insbesondere in der rückläufigen Förderung (2004/05 hatte die Arbeitsmarktförderung für Selbstständige zu einem regelrechten Gründungs-Boom im Einzelhandel geführt) und dem beim Einzelhandel bisher noch ausgebliebenen Aufschwung.

Laut Gründer-Index der Bürgschaftsbank zu Berlin-Brandenburg ist das Gründungsgesche-



hen im ersten Quartal 2007 trotz rückläufiger Förderzahlen gegenüber dem Vorjahreszeitraum zwar leicht angewachsen. Mit einem Anteil von 21,4 % belegt der Einzelhandel damit weiterhin Platz 2 im Ranking der Branchen. Durch eine starke Zunahme der Stilllegungen - mit einem Anteil von 28,5 % liegt der Einzelhandel an der Spitze aller Branchen. Daraus ergibt sich insgesamt ein negatives Gründungssaldo.

Brandenburg:

Im Land Brandenburg gab es mit Stand Dezember 2007 laut Angaben des Statistischen Amtes insgesamt 3.947 Gewerbeanmeldungen und 4.129 Gewerbeabmeldungen. Damit ist die Zahl der Gewerbeanmeldungen gegenüber dem Vorjahr um mehr als 20 % zurückgegangen. Aber auch die Zahl der Gewerbeabmeldungen verringerte sich um 10,3 %. Insgesamt hat der Brandenburger Einzelhandel (im engeren Sinne) einen Anteil von 16,8 % an den Anmeldungen und 18,7 % an den Abmeldungen.

Tourismus gewinnt weiter an Bedeutung

Erfreulicherweise setzte sich auch 2007 der Tourismus-Boom weiter fort. Die Nachwirkungen der Fußball WM waren deutlich zu spüren. Berlin profiliert sich immer mehr zu einer internationalen Einkaufsmetropole, wodurch ein Teil der innerstädtischen Kaufkraftdelle abgefangen werden konnte. Besonders begünstigend hat sich 2007 dabei ausgewirkt, dass die Einzelhandelsunternehmen die Gäste unserer Stadt auch an zehn verkaufsoffenen Sonntagen begrüßen konnten.

Der durch in- und ausländische Touristen getätigte Einzelhandelsumsatz im engeren Sinne (ohne Tankstellen / Kfz, Apotheken und Märkte) ist nach Schätzungen des HBB im Jahr 2007 auf ca. 23,5 % des Jahresumsatzes angewachsen.

Auch im Land Brandenburg gehört der Einzelhandel neben dem Gastgewerbe zu den Hauptprofiteuren des wachsenden Tourismus. **Insbesondere in der Landeshauptstadt Potsdam**

und den größeren Städten hat vor allem der Tagestourismus an wirtschaftlicher Bedeutung gewonnen. Zahlreiche dieser Touristen kommen aus Berlin, so dass eine gemeinsame Vermarktung der Gesamtregion auch für den Einzelhandel wirtschaftlich Sinn macht. Statistische Erhebungen über Umsätze der Touristen im Brandenburger Einzelhandel gibt es bisher nicht.

Verkaufsfläche stark angewachsen

Die Verkaufsfläche ist 2007 in Berlin nach bisherigen Veröffentlichungen überdurchschnittlich um rund 215.000 Quadratmeter auf etwa 4,56 Mio. Quadratmeter angewachsen. Rund die Hälfte des Verkaufsflächenzuwachses (110.000 Quadratmeter) entfällt dabei auf Shoppingcenter. Je Einwohner stehen statistisch gesehen damit 1,34 Quadratmeter Verkaufsfläche zur Verfügung, womit Berlin noch immer unterhalb des Durchschnittswertes für Deutschland von 1,43 Quadratmetern liegt.

Dennoch ist der Berliner Einzelhandel mit einem Überhang von ca. 0,6 Millionen Quadratmeter Verkaufsfläche konfrontiert, dem keine relevante Kaufkraft gegenübersteht.

Obwohl durch diese Entwicklung Berlin als internationale Shopping-Metropole zunehmend an Ansehen gewinnt, steht sie jedoch nach wie vor im Gegensatz zur Entwicklung der Bevölkerung und der zur Verfügung stehenden Kaufkraft in der Stadt selbst. Die Folge ist eine weitere Anspannung der Wettbewerbssituation unter der zunehmend nicht nur kleine und mittelständische Unternehmen zu leiden haben.

Trotz dieser Situation gibt es in der Stadt Standorte, an denen eine wachsende Nachfrage nach Einzelhandelsflächen besteht wie beispielsweise am Kurfürstendamm, in der Tauentzienstraße oder in der Spandauer Vorstadt. Die neuen Ausführungsvorschriften über den großflächigen Einzelhandel orientieren deshalb auf eine Stärkung innerstädtischer Zentren, wo entsprechende Potenziale vorhanden sind wie beispielsweise in Charlottenburg-Wilmersdorf, Mitte, Tempel-



hof-Schöneberg, Lichtenberg und Pankow. Bis 2010 soll so die innerstädtische Verkaufsfläche um 20 % anwachsen.

Auch das Land Brandenburg verzeichnete im Jahr 2007 eine weitere Zunahme der Verkaufsfläche um ca. 50.000 Quadratmeter auf insgesamt ca. 3,45 Mio. Quadratmeter. Je Einwohner stehen damit 1,36 Quadratmeter Verkaufsfläche zur Verfügung.

Mit dem neuen Einzelhandelserlass zur Beurteilung von großflächigen Einzelhandelsvorhaben für das Land Brandenburg soll sichergestellt werden, dass sich der Einzelhandel an städtebaulich integrierten Standorten zukünftig noch besser entfalten kann.

Kaufkraft weiter rückläufig

Laut einer aktuellen GfK-Analyse liegt die Kaufkraft in Brandenburg bei 81,2 % und in Berlin bei 90,5 % des Bundesdurchschnittes. Während die Kaufkraft in Deutschland 2007 trotz diverser Steuererhöhungen noch um durchschnittlich 2 % gestiegen ist, musste Berlin einen weiteren Kaufkraftverlust verbuchen, der laut GfK auch in diesem Jahr nochmals um 1,3 % anwachsen wird. Hinzu kommt, dass der Anteil des Einzelhandels an der zur Verfügung stehenden Kaufkraft durch erhöhte Ausgaben für Energie und andere Bereiche weiter rückläufig ist. Negativ wurde die Kaufkraftentwicklung im Jahr 2007 auch durch die überdurchschnittliche Preisentwicklung beeinflusst.

Diese Kaufkraftdelle im Einzelhandel konnte bisher vor allem in Berlin zu einem großen Teil noch durch den jährlich wachsenden Umsatzanteil der Shopping-Touristen aus dem In- und Ausland abgefangen werden.

Inflation und Preisentwicklung

Die Verbraucherpreise sind 2007 im Vergleich zum Vorjahr bundesweit überdurchschnittlich angewachsen. Die durchschnittliche Preissteigerung in Brandenburg betrug laut Angaben des Amtes für Statistik 2,2 % und entspricht damit genau dem Bundesdurchschnitt. In Berlin lag die

durchschnittliche Preissteigerung bei 1,7 %. Insbesondere haben sich die Preise für Energie (Strom, Gas, Kraftstoffe) und Nahrungsmittel (Molkereierzeugnisse, Brot und Getreideerzeugnisse sowie Frischobst und Frischgemüse) erhöht. Die Preisentwicklung im gesamten Einzelhandel der Region Berlin-Brandenburg war jedoch wesentlich moderater als in anderen Konsumbereichen. Bei Bekleidung und Schuhen sowie im Bereich der Unterhaltungselektronik gab es gegenüber dem Vorjahr beispielsweise sogar nennenswerte Preisnachlässe.

Sicherheit im Einzelhandel

Den größten Verlust erleiden die Unternehmen durch den jährlich weiter wachsenden Ladendiebstahl. Durchschnittlich rund ein Prozent des Jahresumsatzes geht auf diesem Wege verloren. Angewachsen sind nach bisherigen Informationen die Raubüberfälle auf Supermärkte (statistische Daten zum Ladendiebstahl und zu weiteren kriminellen Vergehen im Einzelhandel liegen für das Jahr 2007 noch nicht vor). Nachdem in den zurückliegenden Jahren Discounter und Drogeriemärkte insbesondere betroffen waren und dort notwendige Sicherheitsmaßnahmen nachgerüstet wurden, konzentrieren sich die Täter jetzt auf Schwachstellen von Lebensmittelmärkten.

Das Engagement für eine erhöhte Sicherheit im Berliner und Brandenburger Einzelhandel ist angesichts der Besorgnis erregenden Lage weiterhin zwingend erforderlich. **Der HBB hat sich in enger Zusammenarbeit mit den Landeskriminalämtern auch 2007 für eine weitere Aufklärung und Information der Unternehmen engagiert.** Im November fand in Potsdam der „3. Sicherheitstag des Berliner und Brandenburger Einzelhandels“ statt, der allen Kaufleuten der Region offen stand und alle relevanten Themenkreise vom Laden- und Mitarbeiterdiebstahl, der Vorbeugung und Begegnung gewalttätiger Akte bis hin zu Falschgeld behandelte.



Aktuelle Trends und Entwicklungen im Einzelhandel der Region

Die Entwicklung des Einzelhandels in der Region Berlin-Brandenburg ist von einem **fortschreitenden Strukturwandel** geprägt, der vor allem durch den großflächigen Einzelhandel hervorgerufen wird. Mittlerweile haben großflächige Einzelhandelsbetriebe einen Anteil an der Verkaufsfläche von 75 % in Brandenburg und 62,5 % in Berlin.

Berlin ist **einer der dynamischsten Einzelhandelsstandorte** in Deutschland und zugleich ein wichtiger **Testmarkt** für neue Entwicklungen und Trends im Einzelhandel. Nirgendwo anders vollzieht sich eine so rasante Umgestaltung der Einkaufslandschaften in den Geschäftsstraßen und Einkaufszentren.

Für kleine traditionelle und inhabergeführte Einzelhandelsunternehmen, deren Angebote sich zu meist im mittleren Preissegment bewegen, wird der Wettbewerbsdruck immer stärker. Ihre Überlebenschance wird zukünftig vor allem davon abhängen, wie es den einzelnen Unternehmen gelingt, durch innovative Ideen und eine Erweiterung ihrer Dienstleistungen auf den sich vollziehenden Wandel der Einkaufslandschaft zu reagieren.

Der Einzelhandel hat sich von der „Geiz ist geil“-Kaufstimmung verabschiedet. Zurzeit polarisieren sich vor allem **zwei typische Kaufströmungen der Kunden** heraus. Die überwiegende Mehrheit kauft nach wie vor sehr preisbewusst. Wer es sich leisten kann, schaut dabei auch stärker auf die Qualität der angebotenen Produkte. Angesichts der rückläufigen Kaufkraftentwicklung kann der Einzelhandel hier aber kaum eine Umsatzsteigerung erwarten.

Anders sieht es dagegen beim Angebot von Luxuswaren und hochwertigen Produkten aus. Hier besteht eine zurzeit weiter wachsende Nachfrage seitens der angesprochenen Kundenschichten und insbesondere auch durch den jährlichen Anstieg der Zahl ausländischer Shopping-Touristen. An den entsprechenden Berliner Einzelhandelsstandorten wie beispielsweise Kurfürstendamm, Span-

dauer Vorstadt / Hackescher Markt oder Friedrichstraße hat sich die Zahl der Anbieter von international bekannten Mode- und Luxuslabels sprunghaft entwickelt. Dieser Trend hat dazu geführt, dass die Nachfrage entsprechender Verkaufsflächen höher ist als das Angebot.

Auch in Potsdam nimmt die Zahl exklusiver Geschäfte und Boutiquen ständig zu. Die historische Altstadt mit dem Holländischen Viertel und der Brandenburger Straße werden für Einkaufstouristen immer attraktiver.

Aussichten 2008: Hoffen auf Konsum

Eine nicht repräsentative Mitgliederbefragung des HBB zum Jahresende 2007 ergab, dass die Mehrzahl der Unternehmen im Vergleich zum Vorjahr ein besseres Gefühl hinsichtlich der aktuellen Geschäftslage und der zukünftigen Erwartungen empfand.

Insbesondere hat sich die Zahl der sog. Negativbewertungen durch Unternehmen im Vergleich zum Vorjahr deutlich verringert. So ist der **Anteil von Unternehmen in der Region Berlin-Brandenburg, die die aktuelle Geschäftslage als „schlecht“ bewerten, innerhalb eines Jahres von 30 % auf 5 % gesunken.** Ebenso hat sich die Befürchtung von zukünftigen Umsatzrückgängen von 52 % auf 35 % der an der Umfrage beteiligten Unternehmen reduziert.

Das eher verhaltene Weihnachtsgeschäft und die zum Jahresende 2007 gewachsene Skepsis hinsichtlich der Wachstumsprognose für 2008 haben die Konsumerwartungen des Einzelhandels allerdings wieder abgebremst.

Die Stabilisierung des Einzelhandels in der Region Berlin-Brandenburg wird im Jahr 2008 insbesondere davon abhängen, in wieweit es gelingt, die Kaufkraft durch die konjunkturelle Entwicklung zu stabilisieren und zu stärken.

„Wir handeln, ...damit Sie besser handeln können!“ – Entsprechend diesem Leitmotiv wird sich der Handelsverband Berlin-Brandenburg auch 2008 für die Kaufleute der Region einsetzen.