

Online-Handel versus Innenstädte?

Soll der Online-Handel für die Innenstädte zahlen?

Im September ist Bundestagswahl und ein Thema mit dem sich die neue Bundesregierung danach auseinandersetzen muss, ist die Krise der Innenstädte. Vielerorts wird über Verödung geklagt und das nicht erst seit Beginn der Coronakrise. Daran, dass diese Herausforderung angegangen werden muss, bestehen wenig Zweifel. Doch an manchen Lösungsvorschlägen kann man mehr als zweifeln, wenn man sich nur ein wenig im [Online-Handel](#) auskennt.



Auch nach Corona wird der Online-Handel weiter wachsen.

Der Online-Handel soll zahlen – und unattraktiver werden

Denn in den vergangenen Jahren werden immer wieder Stimmen laut, die fordern, dass der Online-Handel stärker besteuert werden soll oder Extra-Abgaben, etwa pro versendetem Paket, eingeführt werden sollen. Politiker von fast allen Parteien haben so etwas schon gefordert, darunter Oberbürgermeister von Städten wie Mainz, Bremen und Tübingen oder auch der Philosoph Richard David Precht. CDU-Kanzlerkandidat Armin Laschet empfahl den Bürgerinnen und Bürgern im vergangenen Weihnachtsgeschäft, keine Geschenke online einzukaufen.

Der Gedanke dahinter ist klar: Der Online-Handel soll mehr zahlen und das Geld aus neuen Steuern oder Abgaben zum Beispiel in einen Innenstadtfonds fließen. Und gleichzeitig macht man den Verbrauchern den Einkauf im Netz madig, wenn man etwa die Mehrwertsteuer nur für den [E-Commerce](#) auf 25 Prozent erhöht. Das Kalkül: Dann gehen die Menschen wieder in die Innenstädte.

Die Ursache für die Innenstadtkrise liegt anderswo

Solche Überlegungen machen aus Sicht des Händlerbundes keinen Sinn. In der neuen Broschüre „[Strukturverbesserungen statt 'Strafsteuern': Der Online-Handel ist nicht der Feind der Innenstädte](#)“ werden hierfür viele Argumente und Daten angebracht. Am wichtigsten: Der Aufschwung des Online-Handels ist nicht die Ursache der Innenstadtkrise, sondern ein Symptom davon. Die Gründe für die Innenstadtprobleme sind vielfältig und vor allem in Stadtplanung und Politik zu suchen. Gewerbemieten sind explodiert, Mischnutzung von Immobilien nur schwer möglich, Verkaufsflächen wurden an den Stadtrand gesetzt und der ÖPNV ist vielerorts mangelhaft.

Statt den Online-Handel jetzt für die Verödung der Innenstädte verantwortlich zu machen, sollten also besser strukturelle Veränderungen vorangetrieben werden. Es ist nicht bloß der stationäre Handel, der unter Druck steht, sondern auch Gastronomie und kulturelle Einrichtungen. Flexiblere Gewerbemieten, unbürokratische Mischnutzungen, Investitionen in Stadtentwicklung und vor allen Dingen auch Digitalisierungsmaßnahmen bieten Lösungen.



E-Commerce-Bashing wird die Innenstadt nicht retten

Das ständige Schlechtreden des Online-Handels wird zumindest keine Veränderung bringen. Zu viele Akteure in Politik und Öffentlichkeit betreiben die Debatte so, als sei [Amazon](#) gleichbedeutend mit sämtlichem Online-Handel in Deutschland. Die Realität sind jedoch ganz anders aus, schließlich ist der E-Commerce in Deutschland vor allem von kleinen und mittelständischen Unternehmen geprägt. Diese Unternehmen zahlen jetzt schon redlich ihre Steuern, da braucht es keine Extra-Abgaben oder zusätzliche Spezialsteuern für den E-Commerce. Sie halten sich mit viel Einsatz und Aufwand an alle gesetzlichen Regelungen, egal ob es Meldungen nach dem Verpackungsgesetz sind oder die zahlreichen Vorgaben aus dem Verbraucherschutz.

„Wer Amazon dennoch als Synonym für den Online-Handel verwendet, der handelt aus politischen Motiven bzw. aus Ignoranz oder dem fehlt das Verständnis für die vielfältige deutsche E-Commerce-Landschaft“, heißt es in der Händlerbund-Broschüre. So werde eine ganze Branche stigmatisiert.

Digitalisierung ist eine wichtige Chance für die Innenstädte

Viele stationäre Händler in der Innenstadt überleben schon heute nur noch, weil sie sich ein digitales Standbein aufgebaut haben und online verkaufen. Auch diese Realität wird in der Debatte oftmals unter den Tisch gekehrt. Dabei muss es doch klar sein, dass der Handel im Netz und der Handel im Ladengeschäft sich gegenseitig wirkungsvoll ergänzen. Denn so sind ja auch die Erwartungen der Kunden und diese Entwicklung lässt sich nicht rückgängig machen. Darum braucht es gezielte Förderung und Informationsangebote für stationäre Händler, die sich digitalisieren wollen.

Extrasteuern für den Online-Handel sind auch eine Strafe für die Verbraucher

Mit einer erhöhten Mehrwertsteuer würde man die Verbraucher direkt zur Kasse bitten, aber auch Paketabgaben oder Steuererhöhungen für Händler führen zu einer Erhöhung der Waren- und Bestellpreise. Das wäre nicht nur Online-Händler eine Bestrafung, sondern wirkt sich nachteilig auf die Kaufkraft der gesamten Bevölkerung aus. Statt intelligente Multi-Channel-Strukturen aufzubauen, soll also der Online-Handel bekämpft werden?

Es gibt Menschen, deren Teilhabe, selbst bestimmtes Konsumieren und Versorgung durch den Online-Handel erst gewährleistet wird, etwa Menschen mit Behinderung oder Menschen mit krankheits- und altersbedingten Einschränkungen. Und auch alle anderen Verbraucher waren in der Corona-Pandemie schon genug durch Einkommenseinbußen durch Kurzarbeit und andere Effekte der Krise belastet.

Ein Umdenken muss her

Statt darüber nachzudenken, den Online-Handel für die Innenstädte zahlen zu lassen und die Verbraucher vom Einkauf im Netz abzuschrecken, sollte ein Umdenken einsetzen. Der diverse E-Commerce sollte nicht über einen Kamm mit einzelnen Riesenkonzernen geschert werden und das Online-Shopping sollte nicht mehr skeptisch beäugt werden. Aktuelle Studien zeigen sogar, dass der Online-Handel umweltfreundlicher als der stationäre Handel sein kann. Tausende Arbeitsplätze wurden hier geschaffen und es werden immer mehr. In der Krise war es der Online-Handel, der die Menschen



versorgt hat. Aus Sicht des Händlerbundes wäre dafür mehr Anerkennung angebracht. Dafür wird sich der Branchenverband auch im kommenden Wahlkampf einsetzen.

Über den Händlerbund

Die rechtliche Absicherung ihrer Internetpräsenzen verursacht vielen Online-Händlern einen enormen Mehraufwand. Der Händlerbund vertritt die Interessen kleiner und mittelständischer [Online-Händler](#) gegenüber der Politik und steht Ihnen bei juristischen Fragen als kompetenter Partner zur Seite. Wenn Sie sich als Händler jetzt für die umfangreichen Rechtsdienstleistungen des Händlerbundes entscheiden, erhalten Sie mit dem Rabattcode **P822#2015** einen Nachlass von 3 Monaten auf das Mitgliedschaftspaket Ihrer Wahl. [Jetzt informieren!](#)

Über den Autor

Patrick Schwalger ist Politik-Experte und bearbeitet für den Händlerbund die politischen Entwicklungen, die den [Online-Handel](#) bewegen und schreibt regelmäßig als Autor für OnlinehändlerNews.

Titelbild © oatawa / stock.adobe.com

Beitragsbild © Franz Pfluegl / stock.adobe.com