

Corona-Krise: Beitrag des Handels zu einer möglichen Exit-Strategie

Maßnahmen zum Schutz von Mitarbeitern und Kunden

Für den Einzelhandel stellt sich im Rahmen der Exit-Strategie die konkrete Frage, wie eine schrittweise Rückkehr zu einem geordneten Geschäftsbetrieb unter Maßgabe der gestiegenen Anforderungen an den Gesundheitsschutz von Mitarbeitern und Kunden möglich ist. Folgende Bausteine, die sich z.T. bereits im nicht von den Schließungen betroffenen Lebensmittelhandel bewährt haben, können hierzu einen Beitrag leisten:

Allgemeine Verhaltensregeln und Hygienemaßnahmen

- Aushänge und Durchsagen zur Kundeninformation mit Hinweisen auf einzuhaltende Sicherheitsabstände und Hygieneregeln
- Abstandsregeln für Beratungsgespräche festlegen und kommunizieren
- Klebestreifen auf dem Fußboden oder Schilder mit Abstandshinweisen zur besseren Orientierung für die wartenden Kunden im Kassenbereich
- Anbringung von Plexiglasschutzscheiben oder einem vergleichbaren Schutz gegen eine Tröpfcheninfektion an allen Kassen-, Informations-, Pick-Up-, Serviceannahme- und Warenausgabe-Stellen
- Hinweis auf die Möglichkeit der kontaktlosen Kartenzahlung und Bereitstellung einer Schale für die kontaktlose Übergabe von Bar-/Wechselgeld
- Bereitstellung von Desinfektionsmitteln für die Hand- bzw. Arbeitsmitteldesinfektion an den Kassen (soweit verfügbar¹)
- Bereitstellung von Atemschutzmasken und Einweghandschuhen für die Mitarbeiter an den Kassen und auf der Fläche (soweit verfügbar)
- Bereitstellung zusätzlicher Spender mit Desinfektionsmitteln zur Händedesinfektion in rückwärtigen Bereichen (Pausenraum/ Lager) (soweit verfügbar)

Anmerkung: Auflagen zur Hygiene sowie zur Regelung von Zutrittsbeschränkungen, zur Organisation von Warteschlangen und zum Verhalten der Kunden in den Märkten sind von den zuständigen kommunalen Ordnungsbehörden so auszugestalten und zu überwachen, dass die Handelsunternehmen sie auch umsetzen und gleichzeitig den Geschäftsbetrieb aufrecht erhalten können. Der aktuell vorherrschende föderale Flickenteppich mit einer Vielzahl unterschiedlicher Auslegungen von Auflagen durch die lokalen Gesundheitsbehörden führt zu Rechtsunsicherheit für Unternehmen und zu einer Verunsicherung von Mitarbeitern und Kunden. Bund und Länder sollten sich daher möglichst frühzeitig auf einen bundesweit einheitlichen und verlässlichen Rahmen verständigen.

Steuerung des Kundenverkehrs

- Begrenzung des Zugangs zur Verkaufsstelle auf eine bestimmte Anzahl von Kunden (*Empfehlung der BGHW: Um die vom Robert-Koch-Institut empfohlenen Mindestabstände von 1,5 Meter zwischen Personen einhalten zu können, dürfen in Märkten und Verkaufsstellen nur so viele Kundinnen und Kunden anwesend sein, dass diese Abstände auch gewährleistet werden können. Die Anzahl der Kundschaft in einem Markt oder in einer Verkaufsstelle sollte daher folgenden Wert nicht überschreiten: **Maximale Anzahl = Verkaufsfläche [in m²] / 10.** Die Verkaufsfläche ist die von der Kundschaft begehbbare Fläche – ohne Lagerbereiche und Sanitärräume. Sie schließt*

¹ Es gilt zu beachten, dass Desinfektionsmittel und Schutzausrüstung am Markt aktuell nicht in ausreichenden Mengen verfügbar sind.

jedoch die Flächen mit ein, die durch Kassen, Regale und Gefriertruhen belegt sind.)
Bei größeren Verkaufsflächen sollten Zugangsbeschränkungen auch bereichsweise möglich sein (z.B. getrennte Handhabung von Ausstellungsraum für die Inspiration, Markthalle und Selbstbedienung für die Durchführung des Kaufs).

- Festlegung separater Öffnungszeiten für Risikogruppen (sofern möglich)
- Getrennte Warenausgabe für Risikogruppen (sofern räumlich möglich)
- Click & Collect muss nach bundesweit einheitlichen Vorgaben in ganz Deutschland möglich sein.