

CORONAVIRUS / COVID-19
V 1.0 / 29.04.2020

MUSTER-HANDBUCH ZU HYGIENE- UND SICHERHEITSMASSNAHMEN AM BEISPIEL VON EINKAUFSZENTREN IN DEUTSCHLAND

ALS ARBEITSHILFE FÜR STÄDTE, KOMMUNEN UND BEHÖRDLICHE ENTSCHEIDUNGSTRÄGER
SOWIE CENTER-GESELLSCHAFTEN UND MIETER



VORWORT

STÄDTE BRAUCHEN LEBENDIGE MARKTPLÄTZE

Für alle Menschen sind die großen Herausforderungen zur Bewältigung der Corona-Krise absolutes Neuland. Es gibt kaum vergleichbare Musterlösungen und vor allem Erfahrungen in den verschiedenen Phasen der Krise. Nach dem völligem „Herunterfahren“ fast aller gesellschaftlich relevanten Möglichkeiten, sich zu treffen, ist es seit wenigen Tagen nun möglich, langsam und mit Augenmaß die Wirtschaft wieder anlaufen zu lassen. Dabei kommt dem nahezu zum Stillstand gekommenen Einzelhandel in den Städten und der dazugehörigen Handelsimmobilienbranche eine besondere Beachtung zuteil.

Mit unserer Dokumentation wollen wir die Städte, Kommunen und behördlichen Entscheidungsträger insbesondere informieren und bei deren Arbeit unterstützen, indem wir darstellen und aufzeigen, wie die deutsche Handelsimmobilienbranche zusammen mit den Händlern **praktische Lösungen** umgesetzt hat, die die Anforderungen jeweils erfüllen. Die Bandbreite der lokalen Lösungen zeigt auf, dass es je nach Größe und Lage der Handelsimmobilie sowie entsprechend dem Mietermix sinnvolle aber auch optisch unterschiedliche Möglichkeiten gibt, die Vorgaben zu erfüllen.

Gut ist, dass die Analyse und Bewertung der aktuellen Situation des Verhaltens der Bevölkerung gut erkennen lässt, dass eine Steuerung und aktive Einflussnahme zur Einhaltung der beschlossenen Verhaltensregeln in Shopping Centern deutlich erfolgreicher ist als in anderen öffentlichen Bereichen.

Ein Abgleich und eine Überprüfung der zur Lösung angebotenen individuellen Maßnahmen vor Ort kann nun anhand dieses Muster-Handbuchs vielleicht besser erfolgen. Wir werden im Rahmen der weiteren Entwicklung eine ständige Fortschreibung vornehmen und freuen uns über **Anregungen und Hinweise**, die uns allen **helfen**, besser die Anforderungen zu erfüllen, um **den Menschen so gut es geht auf dem Weg zurück in die Normalität zu schützen**, damit wir die **lebendigen Marktplätze** unserer liebenswerten Städte erhalten.

Wir glauben daran, dass wir dies nur **gemeinsam** mit Sicherheits-, Hygiene- und Servicemaßnahmen organisieren können.

Der Vorstand des German Council of Shopping Places (GCSP)

Christine Hager

Harald Ortner

Markus Trojansky



INHALTSVERZEICHNIS

Vorwort	Folie 02
1 Allgemeine Hinweise	
Einhaltung der allgemeinen Hygiene- und Sicherheitsstandards	Folie 04
1.2 Kommunikation der Verhaltensregeln	Folie 05
1.3 Kommunikation der Regeln und Maßnahmen über Social Media	Folie 06
1.4 Deutliche Kommunikation und Visualisierung der Maßnahmen zur Sicherstellung der Abstandsregeln	Folie 07
2 Steuerung des Besucherverhaltens	
Einhaltung der Abstandsregeln	Folie 08
2.2 Vermeidung von Kontakten	Folie 09
2.3 Zugangsregulierung und Zugangsbeschränkung der Mall	Folie 10
2.4 Maßnahmen zur Begrenzung der Anzahl der Kunden im Laden	Folie 12
2.5 Maßnahmen zur Begrenzung der Kunden in den Läden, auf Center-Ebene	Folie 13
2.6 Zugangssteuerung vor den Läden	Folie 14
2.7 Sperrvorrichtungen in der Mall, in Shops und an Theken	Folie 15
2.8 Einrichtung separater Eingänge / Ausgänge	Folie 16
2.9 Kommunikation der Distanzmaßnahmen in Sanitärbereichen	Folie 17
2.10 Begrenzung der Aufenthalts-Möglichkeiten	Folie 18
2.11 Parkplatzmanagement	Folie 19
2.12 Gesonderte Maßnahmen in den Shops zur Einhaltung der Abstandsregeln und Hygienestandards	Folie 20
3 Hygienemaßnahmen und Schutzmaßnahmen	
Maßnahmen in den Shops	Folie 21
3.2 Desinfektion an Touch Points	Folie 22
4 Gastronomie	
Sondermaßnahmen für den Gastronomie-Bereich	Folie 25
5 Operative Umsetzung der Maßnahmen	
Anhand eines Shopping-Center-Plans werden alle Maßnahmen aufgezeigt, um deren Wirkung im Ganzen darzustellen	Folie 26
6 Ausblick	
Perspektiven bei steigenden Infektionszahlen	Folie 27
7 Checkliste für Ihre Planung	Folie 28
8 Danke	Folie 30

Der **German Council of Shopping Centers** e.V. nennt sich in **German Council of Shopping Places (GCSP)** um. Er wird damit seiner Aufgabe als bundesweit einzigem Interessenverband des Handels und der Handelsimmobilienwirtschaft gerechter, da so die unterschiedlichen und vielseitigen lebendigen Marktplätze seiner Mitglieder deutlicher werden. Rund 750 Mitgliedsunternehmen der Bereiche Handel, Entwicklung und Analyse, Finanzierung, Center-Management, Architektur, Handelsimmobilien sowie Einzelhändler, Marketing-Spezialisten und Städte und Kommunen bilden hier einen aktiven Interessenzusammenschluss als ideale Networkingbasis des Handels und der Handelsimmobilienakteure. Mit rund 1 Million Arbeitnehmern und direkt verbundenen Dienstleistern repräsentieren die Mitgliedsunternehmen des GCSP einen bundesweit bedeutenden Wirtschaftszweig.

EINHALTUNG DER ALLGEMEINEN HYGIENE- UND SICHERHEITSSTANDARDS

Allen Maßnahmen zu einer schrittweisen Wiederinbetriebnahme und Belegung der Shopping Center, des stationären Einzelhandels und der Lockerung der getroffenen Auflagen sind Verhaltens-, Kontroll- und Hygieneregeln vorangestellt.

- Diese sind als **erforderliche Regularien** zu verstehen, um eine kontinuierliche und schrittweise Aktivierung des Einzelhandels zu sichern und die **schrittweise Lockerung** der getroffenen Auflagen zu ermöglichen.
- Der Betrieb von Shopping Centern unter den **aktuellen Erfordernissen** schließt für einen nicht zu definierenden Zeitraum ein, **Kontakte** so stark wie möglich auch unter diesen konkreten Bedingungen **zu minimieren**.
- Darauf werden **alle notwendigen Maßnahmen** und **Aktivitäten ausgerichtet**.
- Jeder Betreiber eines **Shopping Centers** inklusive der Shops legt für seine **Zuständigkeit** ein **separates Sicherheitskonzept** vor, das nachweist, dass die Sicherheit sowie vorgegebene, **erprobte Richtlinien** zur Minimierung der Kontakte und der Infektionsrisiken mit einem **maximalen Maß an Sicherheit** erreicht wird.
- Die **Konzepte** sind und werden mit den **zuständigen lokalen Behörden abgestimmt**, von ihnen bestätigt und, sobald der rechtliche Rahmen weitere Öffnungen zulässt oder **neue Erkenntnisse** vorliegen, aktualisiert.



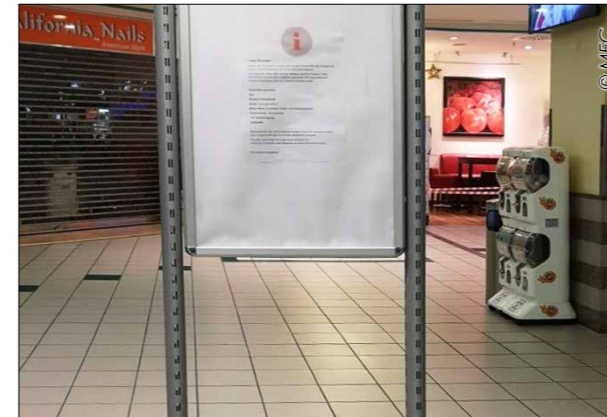
KOMMUNIKATION DER VERHALTENSREGELN

ZIEL: AUFKLÄRUNG UND INFORMATION ALLER KUNDEN ÜBER ALLE MASSNAHMEN IN REGELMÄSSIGEN ABSTÄNDEN UND ÜBER UNTERSCHIEDLICHE KOMMUNIKATIONS-KANÄLE

MASSNAHMEN

- Aushänge an den Center-Eingängen
- Aushänge in der Ladenstraße (Mall)
- Aushänge auf den Toiletten
- Informations-Templates auf den digitalen Infoscreens in der Mall
- Information auf den Startseiten der Center-Webseiten sowie detaillierte Erläuterung im Newsbereich der Websites
- Center-Durchsagen

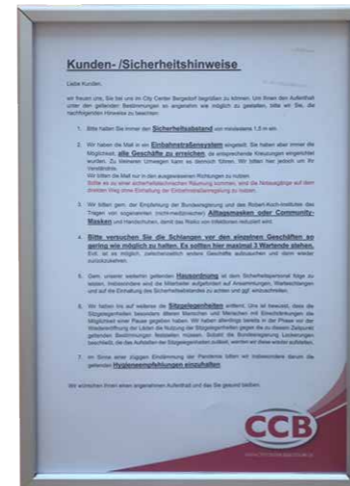
BEISPIELE



Aufsteller in der Mall



Informations-Templates auf den digitalen Infoscreens in der Mall



Info-Tafeln im Eingangsbereich der Mall



Informations-Templates auf den digitalen Infoscreens in der Mall

KOMMUNIKATION DER REGELN UND MASSNAHMEN ÜBER SOCIAL MEDIA

ZIEL: NUTZUNG ALLER KANÄLE

MASSNAHMEN

- Hinweise auf den Homepages der Center
- Facebook / Instagram



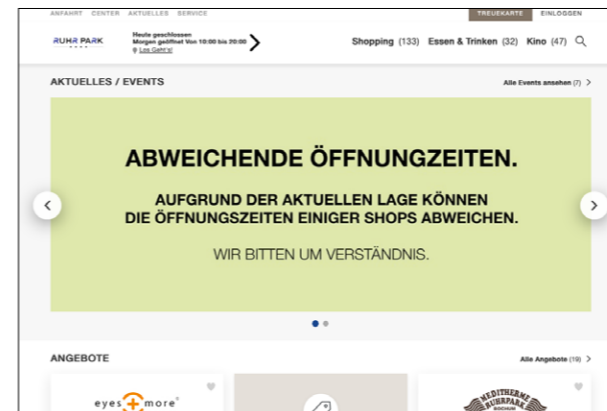
BEISPIELE



Beispiel Remspark: Informationen auf der Center-Webseite sowie auf der Facebook-Seite



Beispiel Forum Schwanthalerhöhe



Beispiel Ruhr Park



Beispiel Boulevard Berlin

DEUTLICHE KOMMUNIKATION UND VISUALISIERUNG DER MASSNAHMEN ZUR SICHERSTELLUNG DER ABSTANDSREGELN

ZIEL: FREUNDLICHE UND KLAR VERSTÄNDLICHE HINWEISE ZUR ABSTANDSREGEL

MASSNAHMEN

- Aufkleber in der Mall
- Aufkleber auf Türen und Boden
- Aufsteller



BEISPIELE



Aushänge an den Center-Eingängen



Aufkleber vor den Aufzügen



Aufkleber in der Mall



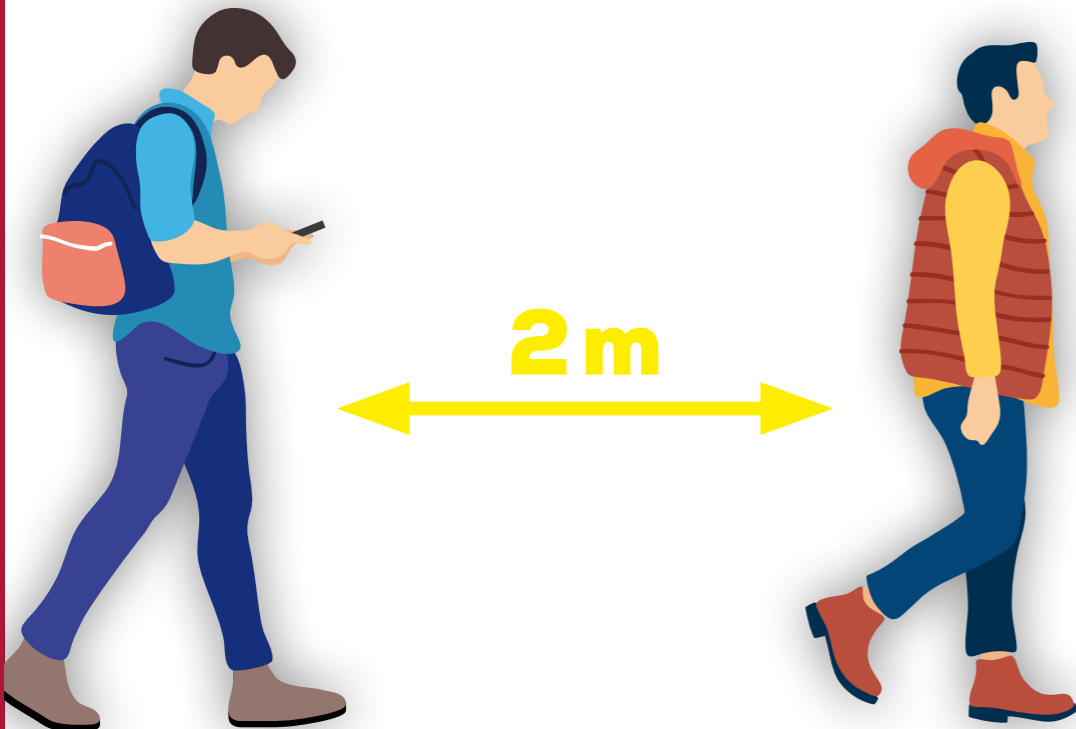
Aushänge an den Aufstellern in der Mall

EINHALTUNG DER ABSTANDSREGELN

ZIEL: VERDEUTLICHUNG DER ABSTANDSREGELN IN DER MALL

MASSNAHMEN

- Verwendung von Gaffa-Klebeband zur Kennzeichnung
- Schwarzes Band als Leitlinie der Laufwege und rotes Band für Abstandstreifen (Schachbrettmuster)



BEISPIELE



VERMEIDUNG VON KONTAKTEN

ZIEL: DURCH EINE KLARE RICHTUNGSANWEISUNG WERDEN DIE BESUCHER AUTOMATISCH AUF DISTANZ GEHALTEN

MASSNAHMEN

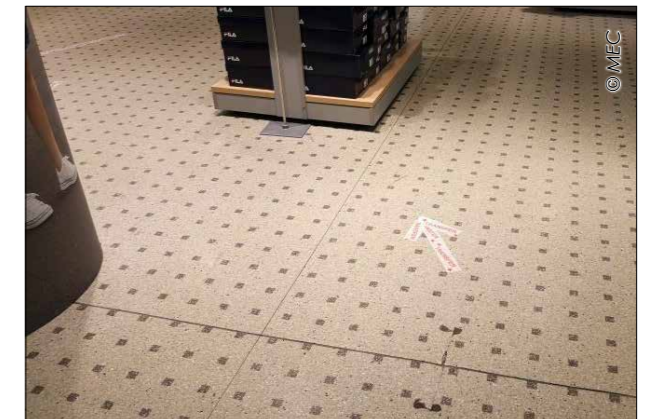
- Einrichtung von Rechts-/Linksverkehr
- Absperrungen mit Tensatoren (Personenleitsysteme)



BEISPIELE



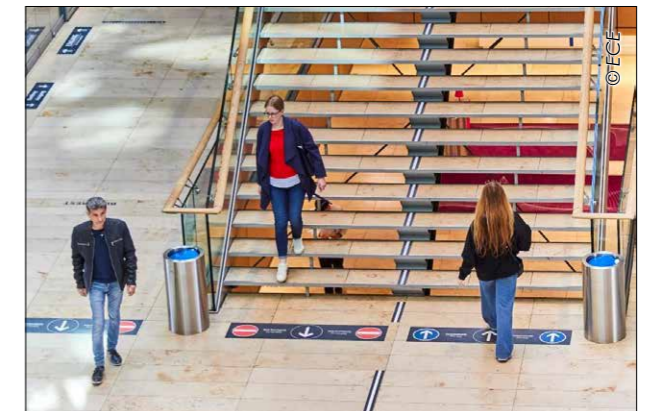
Abtrennung von Laufbereichen durch Markierungen auf dem Boden und Absperrbänder



Abtrennung von Laufbereichen durch Markierungen auf dem Boden und Absperrbänder



Zutrittssteuerung an den Eingängen



Einbahnstraßensystem

ZUGANGSREGULIERUNG UND ZUGANGSBESCHRÄNKUNG DER MALL

ZIEL: EINHALTUNG DER MIT DEN BEHÖRDEN ABGESTIMMTEN MAXIMALEN BESUCHERZAHL JE CENTER UND KONTROLLE DER EINHALTUNG DER REGELN

MASSNAHMEN

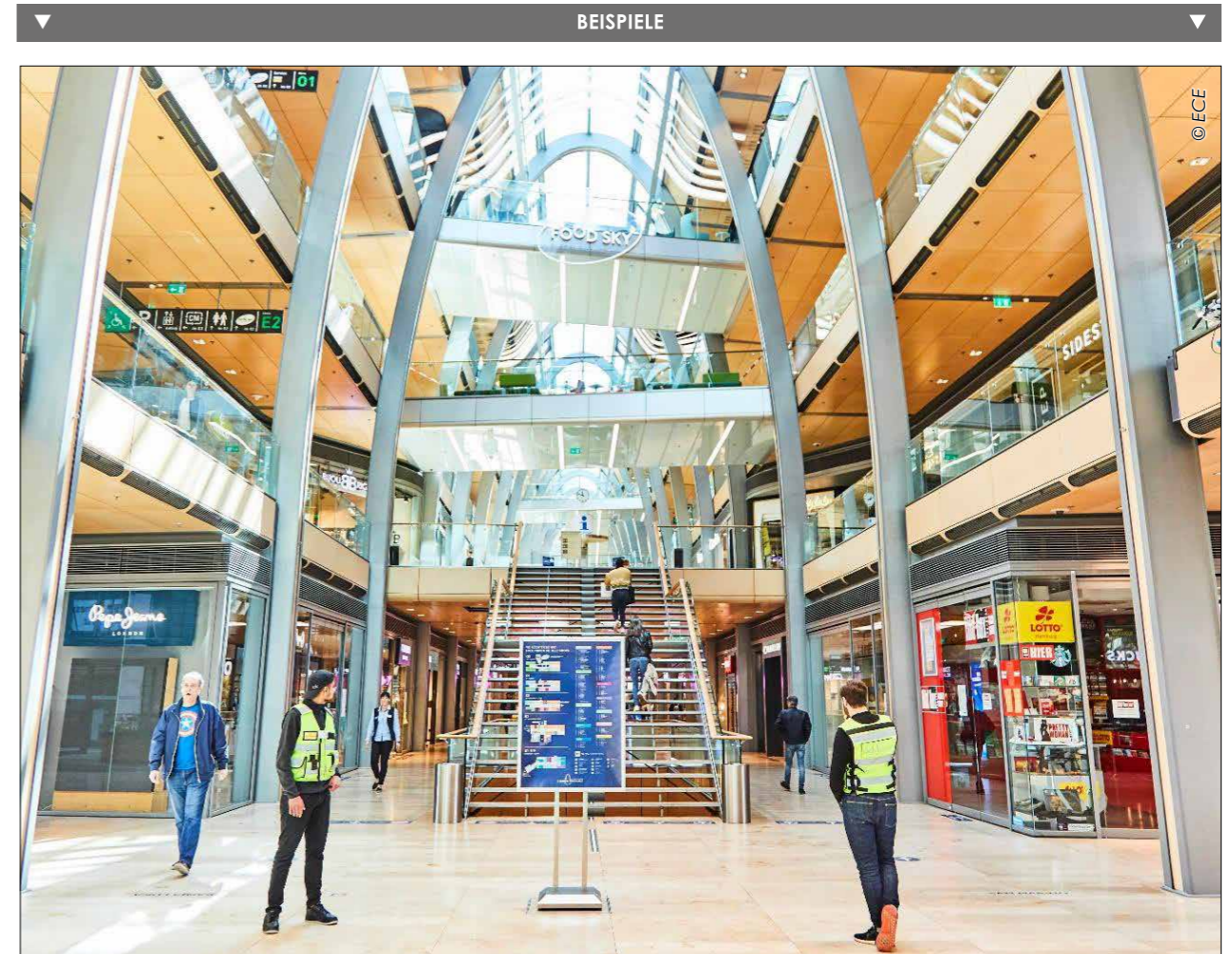
- Digitale Frequenzzählung
- Videoüberwachung
- Sicherheitspersonal



Einsatz von Sicherheitspersonal zur Kontrolle der Maßnahmen



Videoüberwachungsraum mit Frequenzzählanlage und direktem Kontakt zum Sicherheitspersonal



Sicherheitspersonal in der Mall

ZUGANGSREGULIERUNG UND ZUGANGSBESCHRÄNKUNG DER MALL

ZIEL: DIGITALE ZUTRIITSKONTROLLEN ERSETZEN KONTROLLEN DURCH SICHERHEITSPERSONAL

ABLAUF

Aktueller Aufwand

(Durchschnittswerte aus dem Segment Einzelhandel/ Lebensmittel:

- Einsatz von mindestens 2 Sicherheitsmitarbeitern pro Eingang
- Teilweise auch Sicherheitspersonal auf den Verkaufsflächen im Einsatz
- Sicherheitspersonal als Parkplatzzeiger
- „Einkaufswagenmanagement“ einschl. Hygienemaßnahmen

Digitale Steuerung der Zutrittskontrolle

Anwendung

- Funk- bzw. batteriebetriebene Sensoren erfassen „richtungserfassend“ Menschen beim Betreten und Verlassen von Referenzflächen. (Auch Referenzflächen mit mehreren Ein- und Ausgängen können durch Einsatz von mehreren Sensoreinheiten gezählt werden).
- Jedem Besucher wird automatisch angezeigt, ob dieser auf die Referenzfläche darf oder nicht

Digitale Steuerung der Zutrittskontrolle

Funktion

- Der „Count“ wird auf verschiedenen Displays, Kundenstopper oder einfach als Mobile-APP am Tablet oder Handy „on demand“ angezeigt
- Das System zeigt „Vorwarnung“ und „Warnung“, wenn definierte Referenzwerte überschritten werden. In den Einstellungen können diese Werte für „Maximalanzahl Personen“ (Rot) und „Personenanzahl für die „Vorwarnanzeigen“ (Gelb) frei festgelegt werden
- Die Technik ist als Plug&Play-Lösung entwickelt und kann in wenigen Minuten in Betrieb genommen werden.



BEISPIELE



„Vereinzelungsanlagen“ reduzieren die Personalkosten in Kontrollbereichen um bis zu 35 %





MASSNAHMEN ZUR BEGRENZUNG DER ANZAHL DER KUNDEN IM LADEN (ANZAHL QM / KUNDE)

**ZIEL: STEUERUNG DER BESUCHERANZAHL IM EINZELNEN LADEN DURCH
VERSCHIEDENE ZÄHLSYSTEME**

MASSNAHMEN

Handzähler / Zähler-App

- Mitarbeiter zählen am Eingang sowie am Ausgang die Besucher und ermitteln damit die Gesamtbesucherzahl
- Dadurch genaue Kontrolle der Besucherzahl
- Geringe Kosten für App oder Zähluhr
- Sehr beliebt beim Ordnungsamt, da verbindliche Besucherzahl genannt werden kann
- Personalkostenintensiv bei mehr als einem Eingang (SB-Warenhaus etc.)

Kundenzählanlage

- Ermittlung der Besucher durch automatische Zählanlage
- Optimale Lösung, aber bei wenigen Shops im Einsatz
- System kann Info geben, wenn Besucherzahl erreicht
- Nachrüstung kostenintensiv

Chip für Kunden

- Besucher erhalten einen Chip / Gegenstand beim Betreten
- Dadurch Kontrolle der Anzahl der Besucher im Geschäft
- Geringe Kosten für Chips
- Sehr beliebt beim Ordnungsamt, da verbindliche Besucherzahl genannt werden kann
- Personalkostenintensiv für kleinere Läden, da dauerhaft eine Person abgestellt werden muss

Einlasskontrolle

- Einlass einzelner Kunden
- Lösung für kleine Shops, je nur ein Besucher, weitere Personen warten im Eingangsbereich
- Geringe Kosten für notwendige Hinweisbeschilderung
- Kunden können durch Wartezeit verärgert werden (Friseur, Reisebüro, Mobilfunk)

MASSNAHMEN ZUR BEGRENZUNG DER ANZAHL DER KUNDEN IN DEN LÄDEN, AUF CENTER-EBENE

BEISPIELE



Maßnahmen der Geschäfte

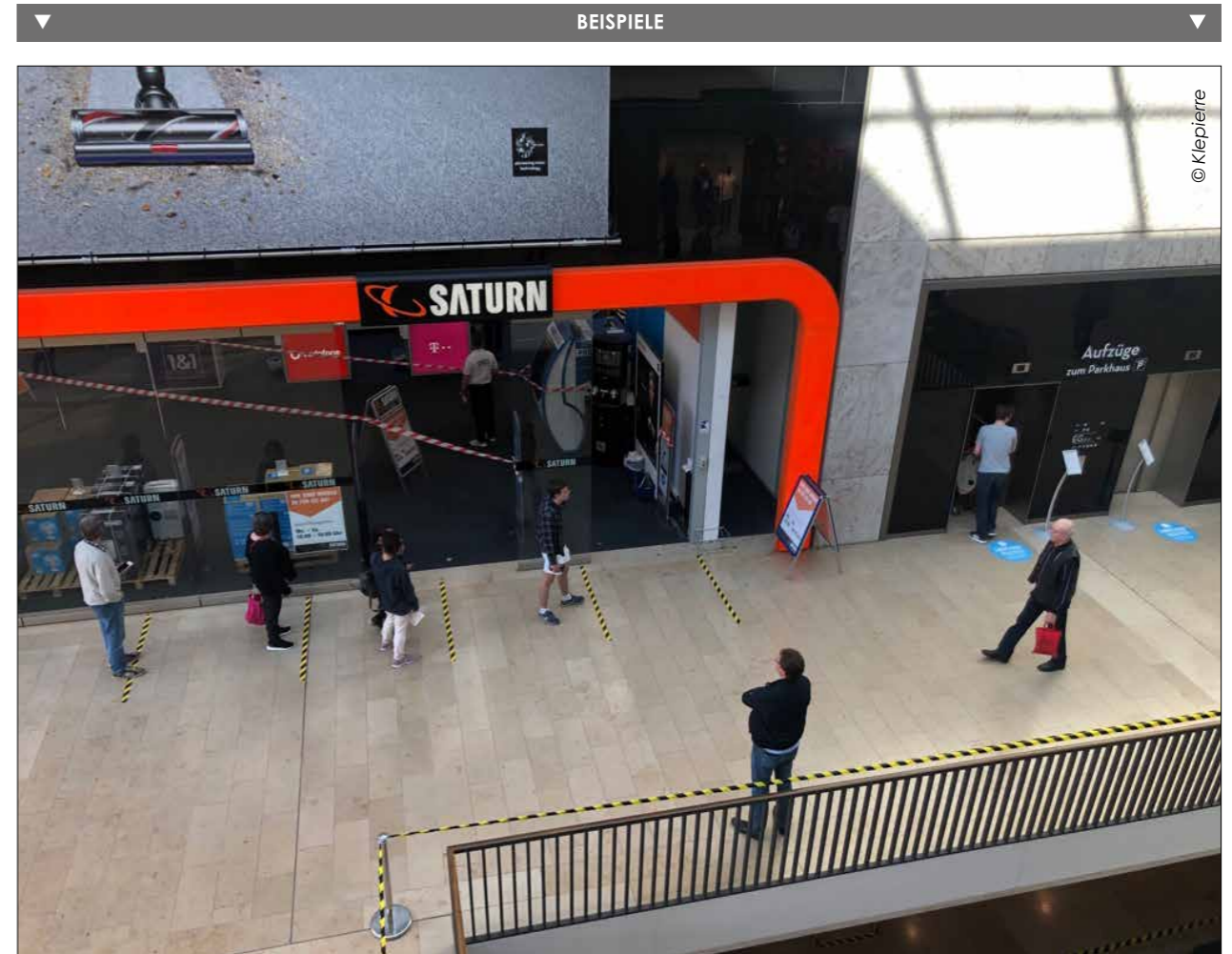
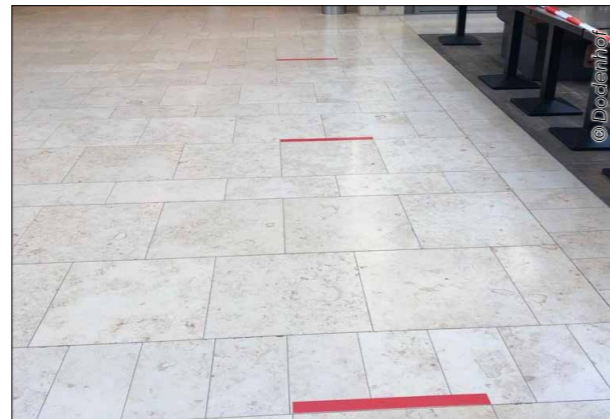
Branche	Vermietfl. 18.04.2020 M2	Verkaufsfläche	<800 m2	qm/Person im Shop
Bank SB-Filiale	38,1	32,4		2
Bank SB-Filiale	60,3	51,3		3
Technik FM	3.783,0	3.215,6	800,0	40
SB-Warenhaus	11.424,5	9.710,8	Systemrelevant	486
Obst / Gemüse	99,1	84,2		4
Textilgeschäft 300 bis 1000m²	388,7	330,4		17
Textilgeschäft 300 bis 1000m²	460,8	391,7		20
Schuhe ab 200m²	579,0	492,2		25
Schuhe ab 200m²	344,3	292,6		15
Textilgeschäft bis 300m²	101,2	86,0		4
Textilgeschäft ab 1000m²	2.204,6	1.873,9	800,0	40
Drogerie	549,5	467,0		23
Textilgeschäft ab 1000m²	4.430,5	3.765,9	800,0	40
Parfümerie	167,9	142,7		7
Telekommunikation	17,0	14,5		1
Textilgeschäft bis 300m²	93,8	79,8		4
Haushaltswaren und Geschenkartikel	119,8	101,8		5
Uhren und Schmuck	87,4	74,3		4
Textilgeschäft bis 300m²	226,0	192,1		10
Telekommunikation	47,6	40,5		2
Bäckerei, Konditorei	200,7	170,6		9
Optiker	202,0	171,7		9
Buchhandlung	277,0	235,5		12
Textilgeschäft ab 1000m²	1.292,9	1.099,0	800,0	40
Uhren und Schmuck	122,6	104,2		5
Floristik	85,5	72,6		4
Tabak, Lotto, Zeitschriften	69,5	59,0		3
SB-Warenhaus	964,7	820,0	800,0	40
Apotheke	206,4	175,4		9
Optiker	128,9	109,6		5
Mallbereich 1. OG	786,0	786,0		39
Mallbereich EG	3.491,0	3.491,0		175
maximale Kunde	34.751,1	29.538,4		1.170

ZUGANGSSTEUERUNG VOR DEN LÄDEN

ZIEL: ERFÜLLUNG DER VORGEGEBENEN ABSTANDSREGELUNGEN
UND EINHALTUNG DES PERSONENSCHLÜSSELS JE QUADRATMETER

MASSNAHMEN

- Abstandstreifen auf dem Boden der Mall
- Kontrolle durch Personal

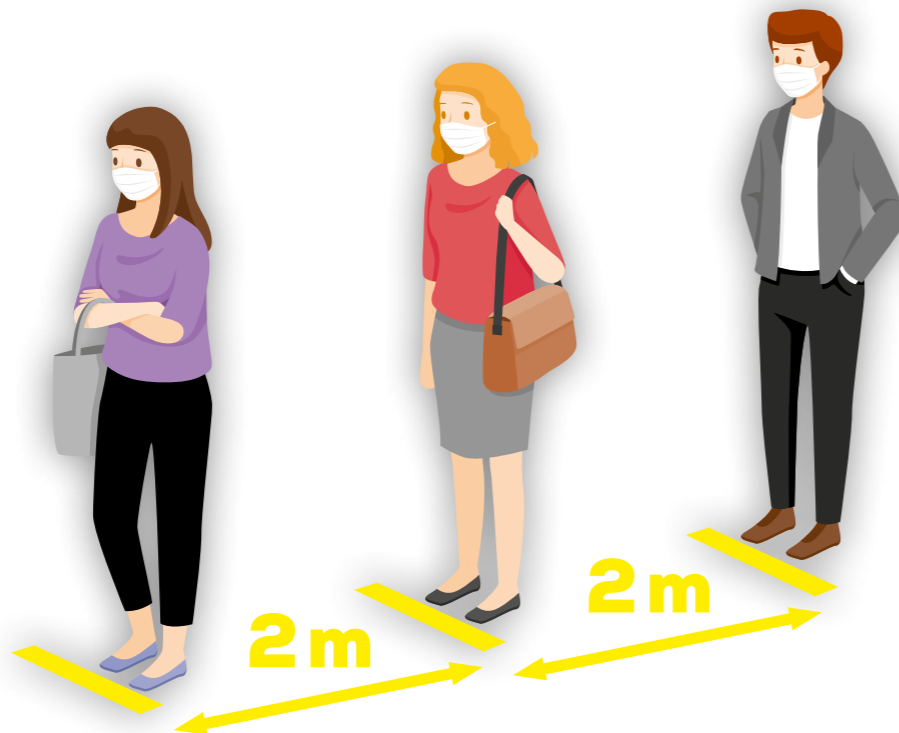


SPERRVORRICHTUNGEN IN DER MALL, IN SHOPS UND AN THEKEN

ZIEL: DURCH EINE GESONDERTE WEGEFÜHRUNG UND Z.B. VORVERLAGERTE BESTELZZONEN SOLLTEN DIE KUNDEN GEM. DER VORGABEN BEDIENT WERDEN

MASSNAHMEN

- Abstandstreifen auf dem Boden der Läden
- Sperrvorrichtungen an Kassen und Bedientheken
- Kontrolle durch Personal



BEISPIELE



EINRICHTUNG SEPARATER EINGÄNGE / AUSGÄNGE

ZIEL: VERMEIDUNG VON KONTAKTEN

MASSNAHMEN

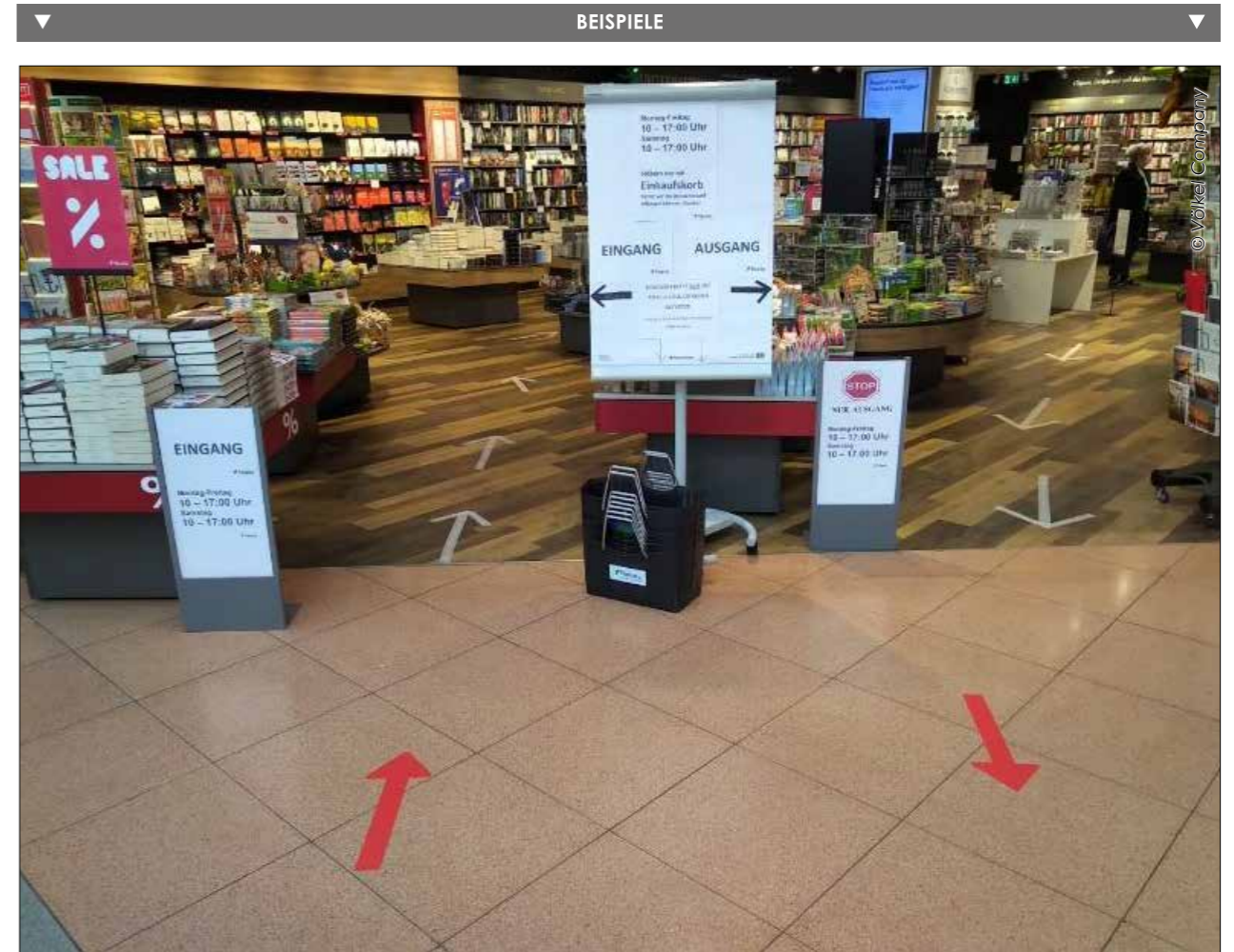
- Leitsysteme auf dem Boden
- Aufstellen von Tensatoren (Personenleitsysteme)



Beispiel Douglas (Körbe)



Beispiel Deichmann (Chips)



Beispiel Thalia (Körbe)

KOMMUNIKATION DER DISTANZMASSNAHMEN IN SANITÄRBEREICHEN

**ZIEL: KOMMUNIKATION UND GEWÄHRLEISTUNG DER GEFORDERTEN
ABSTANDSREGELN UND HYGIENEVORSCHRIFTEN**

MASSNAHMEN

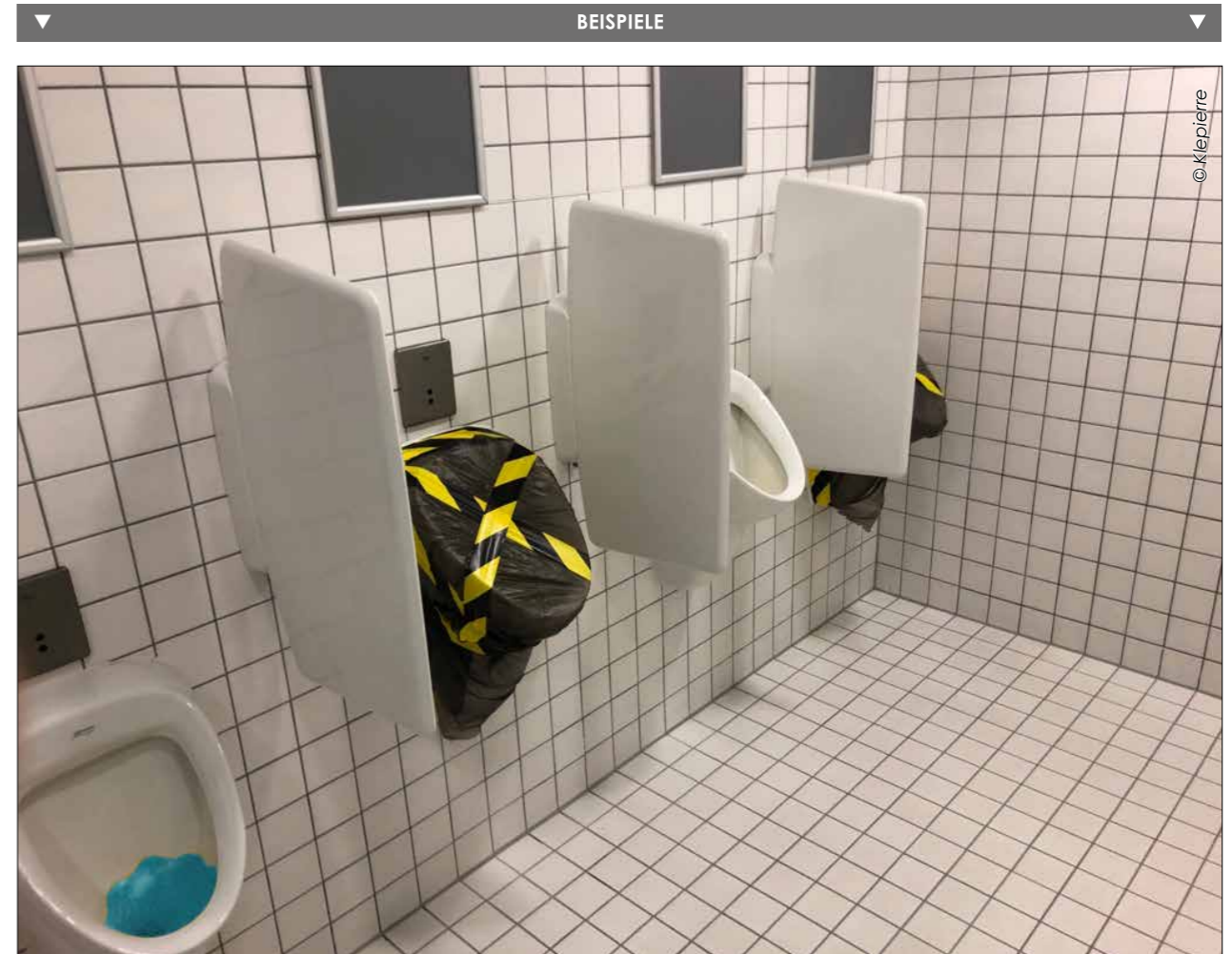
- Absperrungen an Urinalen und Waschbecken
- Anbringung von Infotafeln



Aushänge an den Waschtischen



Absperrungen von Waschbecken



Absperrungen von Urinalen

BEGRENZUNG DER AUFENTHALTS-MÖGLICHKEITEN

ZIEL: VERMINDERUNG DER AUFENTHALTSDAUER IN DER MALL UND IN DEN SHOPS
SOWIE SCHAFFEN VON BEWEGUNGSRÄUMEN

MASSNAHMEN

- Kein WLAN
- Sperrung der Sitzgelegenheiten
- Sperrung der Massagesessel
- Entfernen der Warenträger
- Entfernen der Deko



Absperrung von Sitz-/Aufenthaltsbereichen in der Mall, um Gruppenbildungen zu vermeiden



BEISPIELE

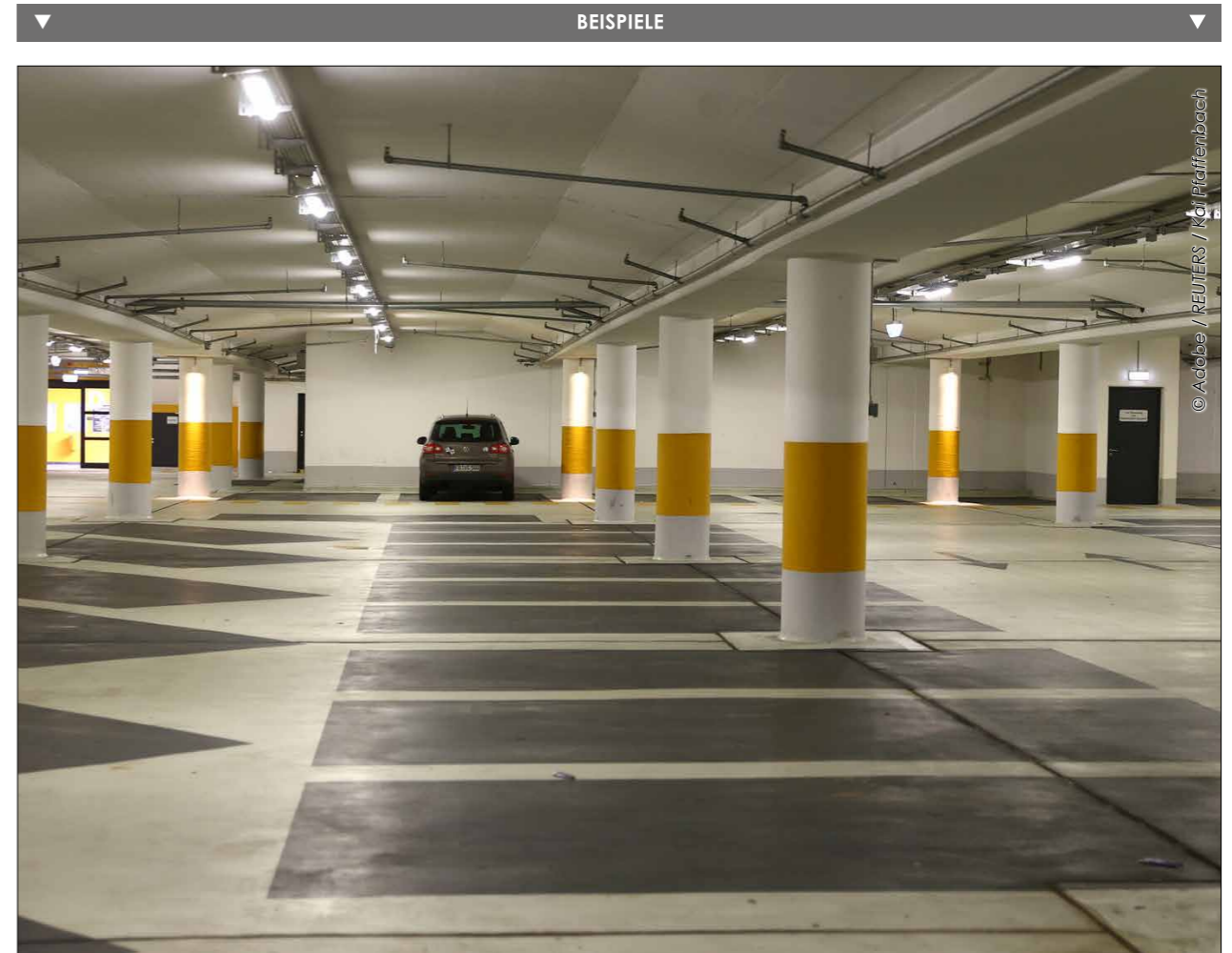


PARKPLATZMANAGEMENT

ZIEL: DIE KONTROLLE DER GESAMTEN CENTER-BESUCHERFREQUENZ SOLL DURCH EINE BESCHRÄNKTE ANZAHL VON PARKFLÄCHEN ERFOLGEN

MASSNAHMEN

- Abgezählte Kundenparkplätze sowie (Teil-)Sperrung der Parkdecks, Zugang zu Lebensmittel-Discountern ggf. nur mit Einkaufswagen
- Getrennter Ein- und Ausgang zur Ladenstraße, um direkten, entgegenkommen- den Kontakt zu vermeiden (Drehtrommeltüren)
- Abtrennung von Laufbereichen (hinein/heraus) durch Markierungen auf dem Boden, Absperrbänder und Beschilderung in der Mall
- Steuerung von Eintritt und Austritt durch Personal (an verkaufsstarken Tagen), center- sowie mieterseitig



GESONDERTE MASSNAHMEN IN DEN SHOPS ZUR EINHALTUNG DER ABSTANDSREGELN UND HYGIENESTANDARDS

ZIEL: DURCH EIN GEEIGNETES HYGIENE- UND WEGEFÜHRUNGSKONZEPT SOLL GEWÄHRLEISTET WERDEN, DASS ALLE VORGABEN IN JEDEM SHOP EINGEHALTEN WERDEN



BEISPIELE



Maßnahmen der Geschäfte



3

HYGIENEMASSNAHMEN UND SCHUTZMASSNAHMEN

MASSNAHMEN IN DEN SHOPS

ZIEL: JEDER EINZELHÄNDLER SOLL DURCH GEEIGNETE MASSNAHMEN DIE GEFORDERTEN HYGIENESTANDARDS ERREICHEN. DABEI KANN DAS CENTER ZENTRAL UNTERSTÜTZEND AUFTRETEN, Z.B. DURCH DIE BEREITSTELLUNG VON MUND-NASE-MASKEN



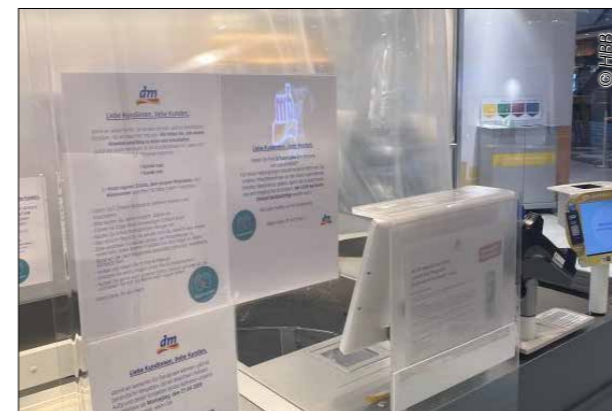
BEISPIELE



Spuckschutz aus Plexiglas



Mund-Nase-Maske



Spuckschutz und Aushänge im Kassenbereich



Mund-Nase-Maske

DESINFEKTION AN TOUCH POINTS

ZIEL: VERMEIDUNG VON NEUINFEKTIONEN

MASSNAHMEN DER CENTER

- Desinfektion von Türen/Türklinken an Ein- und Ausgängen
- Desinfektion von Toilettentüren und dem gesamten Toilettenbereich
- Desinfektion der Handläufe der Rolltreppen
- Desinfektion der Knöpfe der Aufzüge

MASSNAHMEN DER SHOPS

- Desinfektion von Tastaturen (EC-/Kreditkartenleser)
- Desinfektion von Einkaufswagen und -Körben



BEISPIELE

BEISPIELE



Desinfektion der Einkaufswagengriffe



Händedesinfektion an Ein- und Ausgängen



Händedesinfektion in der Mall



Händedesinfektion an neuralgischen Punkten

Stündliche Desinfektion KW: 14

Türgriffe, -klinken (Haupteingänge), Rolltreppenläufe, Knöpfen an Aufzügen, Kinderspielfläche, Mobiliar Ruheazonen

	9:00 Uhr	10:00 Uhr	11:00 Uhr	12:00 Uhr	13:00 Uhr	14:00 Uhr
Montag	Kolob	Kolob	Kolob	Wachsmilch A. Kowalewska	Wachsmilch A. Kowalewska	Wachsmilch A. Kowalewska
Dienstag	Kolob	Kolob	Kolob	Wachsmilch	Wachsmilch	Wachsmilch
Mittwoch	Kolob	Kolob	Kolob	Kolob	Kolob	Kolob
Donnerstag	Kolob	Kolob	Kolob	Kolob	Kolob	Kolob
Freitag	Kolob	Kolob	Kolob	Wachsmilch	A. Kowalewska	A. Kowalewska
Samstag	Kolob	Kolob	Kolob	Wachsmilch	Wachsmilch	Wachsmilch

	15:00 Uhr	16:00 Uhr	17:00 Uhr	18:00 Uhr	19:00 Uhr	20:00 Uhr
Montag	Anna Kowalewska Wachsmilch	Anna Kowalewska Wachsmilch	Kolob	Kolob	Kolob	Kolob
Dienstag	Kolob	Kolob	Kolob	Kolob	Kolob	Kolob
Mittwoch	Kolob	Kolob	Kolob	Kolob	Kolob	Kolob
Donnerstag	Kolob	Kolob	Kolob	Kolob	Kolob	Kolob
Freitag	Wachsmilch Anna Kowalewska	Wachsmilch Anna Kowalewska	Anna Kowalewska	Kolob	Kolob	Kolob
Samstag	Wachsmilch	Wachsmilch	Kolob	Kolob	Kolob	Kolob

Dokumentation / Kontrolle

BEISPIELE

BEISPIELE




Häufigere Reinigungsintervalle





Aushänge an den Waschtischen




Händedesinfektion im Sanitärbereich

- 

Nass machen
Hände unter fließendes Wasser halten.
- 

Rundum einseifen
Hände von allen Seiten einschäumen.
- 

Zeit lassen
Gründliches Einseifen dauert 20 bis 30 Sekunden.
- 

Gründlich abspülen
Hände unter fließendem Wasser abwaschen.
- 

Sorgfältig abtrocknen
Hände mit einem sauberen Tuch trocknen.

Aushang im Waschbereich der Toiletten

SONDERMASSNAHMEN FÜR DEN GASTRONOMIE-BEREICH

STATUS: DERZEIT SIND GASTRONOMIEFLÄCHEN AUFGRUND DER GESETZLICHEN VORGABEN NICHT GEÖFFNET. Es darf nur dort, wo es organisatorisch bei Einhaltung der Hygienestandards möglich ist, ein Außer-Haus-Verkauf stattfinden. **Daher sind die Sitzmöglichkeiten in den Foodcourts im Rahmen der gesamten Besucherführung abgesperrt.**

Sobald sich eine weitere Lockerung der Maßnahmen ergibt, wird es eine zusätzliche Dokumentation der hierfür geforderten Maßnahmen geben.

BEISPIELE



Schließung der Gastronomie-Bereiche

ANHAND EINES SHOPPING-CENTER-PLANS WERDEN ALLE MASSNAHMEN AUFGEZEIGT, UM DEREN WIRKUNG IM GANZEN DARZUSTELLEN

BEISPIELE

EG

SCHIESSTÄTT-STRASSE
EINGANG WEST

SCHWANTHALER-STRASSE
EINGANG NORD (ATRIUM)

THERESIENHÖHE
EINGANG OST

© HBB

OG

© HBB

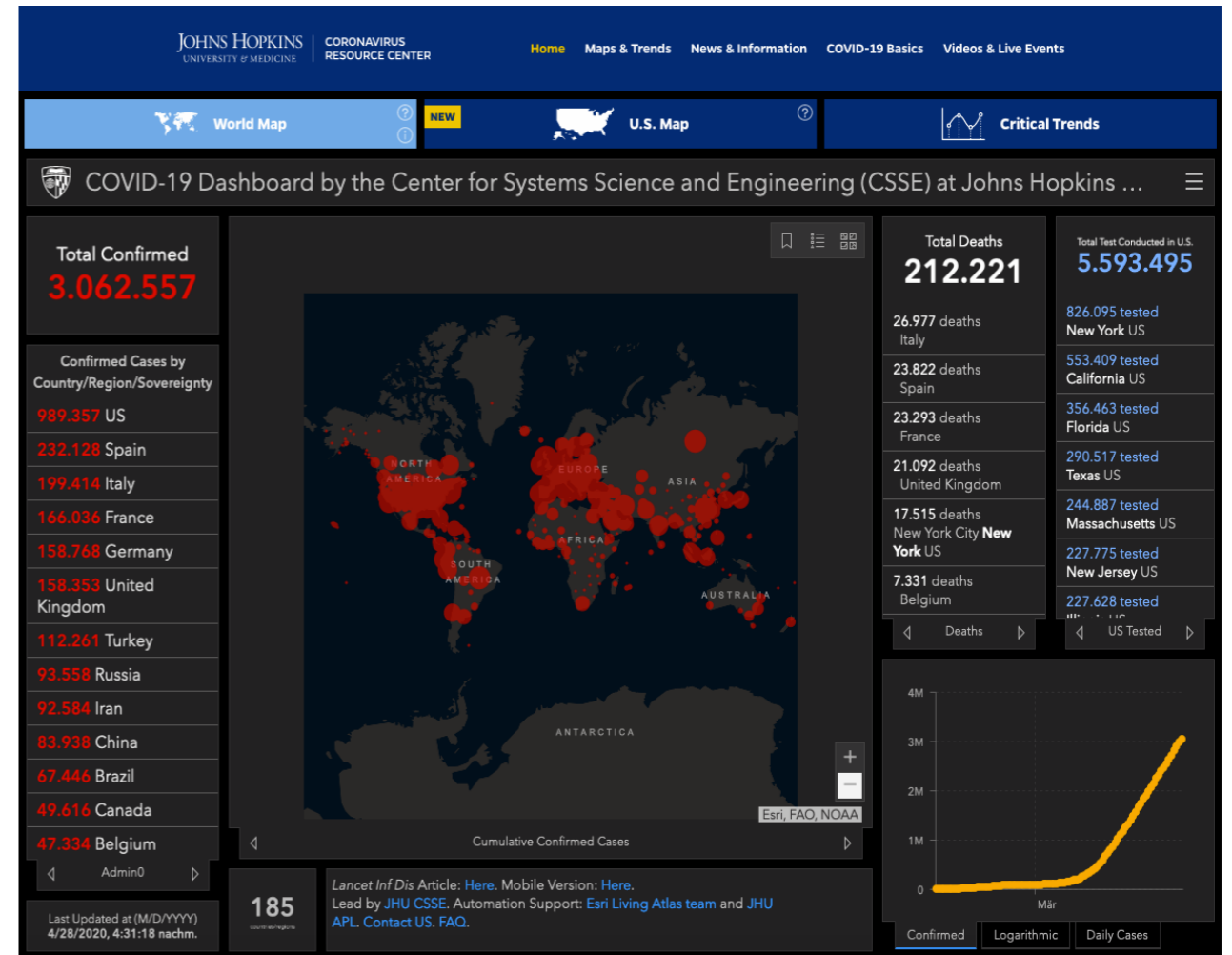


PERSPEKTIVEN BEI STEIGENDEN INFEKTIONSZAHLEN

Die Entwicklung in der **Verbreitung des Coronavirus ist sehr dynamisch** und trotz wachsender Erfahrungen lässt sich derzeit **nicht vorhersagen**, ob es gelingt, durch die umgesetzten Maßnahmen die Infektionsrate nachhaltig unter der Reproduktionszahl 1 zu halten. Daher ist der Ansatz aller **hier aufgezeigte Maßnahmen** auch, dass es eine **Drosselung der Frequenzen** und **Erhöhung der Fläche je Person** nach behördlichen Vorgaben geben kann, die ebenso wie in der Phase der Lockerung **zügig und kontrollierbar** funktionieren. **Das „Herunterfahren“ und „Wiederanfahren“ der gesamten Handelsimmobilie ist genau nach den behördlichen Vorgaben möglich.**

Shopping Center waren schon während der **kompletten Lockdown-Phase größtenteils weiter im Betrieb**, da Lebensmitteleinzelhandel, Apotheken und Drogerien weiter öffnen konnten, um die **Grundversorgung der Bevölkerung** sicherzustellen. Die jetzt installierten Maßnahmen **ermöglichen** einen **dauerhaften Betrieb** auch bei **behördlichen Vorgaben** der Frequenzreduktion, ohne dass eine umfangreiche Schließung aller **nicht systemrelevanten Einzelhändler** erfolgen muss.

Schon jetzt ist zu erkennen, dass eine Steuerung und aktive Einflussnahme zur Einhaltung der beschlossenen Verhaltensregeln in Shopping Centern deutlich erfolgreicher ist als in der Öffentlichkeit.





CHECKLISTE FÜR IHRE PLANUNG

	in Planung	bereits umgesetzt	nicht umsetzbar		in Planung	bereits umgesetzt	nicht umsetzbar
☞ Kommunikation der allgemeinen Hygiene- und Sicherheitsstandards an deutlich sichtbaren Positionen				☞ Maßnahmen zur Beschränkung der Besucheranzahl			
☞ An den Eingängen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	☞ Zusätzliches Sicherheitspersonal	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
☞ In der Mall	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	☞ Digital gesteuerte Zugangskontrollen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
☞ In den Sanitärbereichen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	☞ Sonstige Maßnahmen vorgenommen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
☞ Deutliche Kommunikation und Visualisierung der Maßnahmen zur Sicherstellung der Richtlinien				☞ Maßnahmen zur Begrenzung der Anzahl der Kunden auf der Verkaufsfläche (Anzahl QM / Kunde)			
☞ An den Eingängen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	☞ Handzähler / Zähler-App	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
☞ In der Mall	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	☞ Digitale Kundenzählanlage	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
☞ In den Sanitärbereichen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	☞ Chip / Karte für Kunden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
☞ Verbreitung der grundsätzlichen Kommunikation zu den Maßnahmen				☞ Einlasskontrolle	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
☞ Über Website	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	☞ Begrenzung der Aufenthalts-Möglichkeiten			
☞ Über Social-Media	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	☞ Sperrung von Ruhezonen und Massagesesseln	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
☞ Über Prospektmaterial/Flyer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	☞ Sperrung von Kinder-Attraktionen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
☞ Wegeführung				☞ Abschaltung WLAN	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
☞ Einrichtung separater Eingänge / Ausgänge zum Center	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	☞ Parkplatzmanagement zur Frequenzsteuerung, Begrenzung der Besucherfrequenz und Einhaltung der Abstandsregeln			
☞ Einbahnstraßen-Regelung im Center etabliert	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	☞ Getrennter Ein- und Ausgang	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
☞ Maßnahmen zur Gewährleistung einer frequenzabhängigen Zulassungsregulierung und Zugangsbeschränkung vorgenommen				☞ Abtrennung von Laufbereichen durch Bodenmarkierungen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
☞ Zusätzliches Sicherheitspersonal	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	☞ Absperrbänder und Beschilderung in der Mall	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
☞ Digitalisierte Frequenzzählung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	☞ Steuerung durch Personal (an verkaufsstarken Tagen)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
☞ Videoüberwachung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	☞ Limitierte Kundenparkplätze / (Teil-)Absperrung der Parkdecks	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
				☞ Zugang zu Lebensmittel-Discountern nur mit Einkaufswagen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



	in Planung	bereits umgesetzt	nicht umsetzbar		in Planung	bereits umgesetzt	nicht umsetzbar
☞ Maßnahmen zur Einhaltung der behördlichen Regeln auf Verkaufsflächen				☞ Das Reinigungspersonal wurde angewiesen, die folgenden Oberflächen mehrmals täglich zu desinfizieren			
☞ Beschilderungen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	☞ Türen/Türklinken an Ein- und Ausgängen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
☞ Abstandsmarkierungen auf dem Boden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	☞ Toilettentüren und den gesamten Toilettenbereich	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
☞ Gesonderte Maßnahmen in den Shops zur Einhaltung der Abstandsregeln und Hygienestandards				☞ Handläufe der Rolltreppen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
☞ Hinweistafeln	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	☞ Knöpfe der Aufzüge	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
☞ Einrichtung separater Eingänge / Ausgänge zu den Shops	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	☞ Absperrungen und Kommunikation der Distanzmaßnahmen in Sanitärbereichen			
☞ Wegekonzept kenntlich gemacht	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	☞ An Urinalen und Waschbecken	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
☞ Vorgelagerte Bestellzonen eingerichtet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	☞ Im Zugangsbereich	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
☞ Sperrvorrichtungen in der Mall, in Shops und an Theken	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	☞ Sondermaßnahmen zur Schließung der Gastronomie vorgenommen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
☞ Hygienemaßnahmen und Schutzmaßnahmen für die Mitarbeiter und Shops				☞ Service als unterstützende Maßnahme der Frequenzsteuerung und Unterstützung von Risikogruppen			
☞ Spuckschutz im Kassensbereich installiert	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	☞ Bestell- und Lieferservice eingerichtet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
☞ Mund-Nase-Masken für Kunden bereitgestellt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	☞ Click-und-Collect-Services etabliert	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
☞ Desinfektionsmaßnahmen							
☞ Möglichkeit der Händedesinfektion an Ein- und Ausgängen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
☞ Möglichkeit der Händedesinfektion auf den Toiletten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
☞ Möglichkeit der Händedesinfektion in der Nähe der Einkaufswagen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
☞ Möglichkeit der Händedesinfektion in der Ladenstraße	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
				Kein Anspruch auf Vollständigkeit.			



DANKE

Wir danken unseren Mitgliedern, insbesondere dem aktiven Team der erweiterten GCSP Security Kommission, vertreten durch mittlere bis große Einzelhändler, Juristen und verschiedene Dienstleister – zusammen mit den in Deutschland tätigen Center-Managementgesellschaften sowie deren Eigentümern für ihr großes Engagement.



Ein besonderer Dank gebührt den hier aufgeführten Partnerunternehmen für ihren wertvollen Beitrag bei der Erstellung dieser Dokumentation sowie für die freundliche und unbürokratische Bereitstellung des benötigten Bildmaterials.

Muster-Handbuch zu Hygiene- und Sicherheitsmaßnahmen am Beispiel von Einkaufszentren in Deutschland als Arbeitshilfe für Städte, Kommunen und behördliche Entscheidungsträger sowie Center-Gesellschaften und Mieter

Version 1.0 / Stand: 28.04.2020

Herausgeber

German Council of Shopping Centers e. V.
Bahnhofstraße 29, D-71638 Ludwigsburg
www.gcsc.de

Ansprechpartner

Ingmar Behrens,
Bevollmächtigter des Vorstands
ibehrens@gcsc.de
Fon: 0171 / 5139239

Dies ist lediglich ein Hilfsmittel des GCSP.
Der German Council of Shopping Centers e. V. und die Autoren haften nicht für Fehler, die trotz der angewendeten Sorgfalt möglich sind.

