

HBE-Neujahrsempfang in München: Ein Abend im Zeichen des Handels



HBE-Neujahrsempfang 2026 (v.l.): HBE-Hauptgeschäftsführer Wolfgang Puff, Arbeitsministerin und Gastrednerin Ulrike Scharf, Wirtschaftsminister Hubert Aiwanger und HBE-Präsident Ernst Läger. Foto: StMWi @ Korbinian Huber

Über 600 Gäste aus Politik, Wirtschaft und Justiz waren der Einladung zum traditionellen HBE-Neujahrsempfang in den „Bayerischen Hof“ nach München gefolgt. Gastrednerin war diesmal die bayerische Arbeits- und Sozialministerin Ulrike Scharf. In ihrer Rede und der anschließenden Podiumsdiskussion stand natürlich auch das neue Bayerische Ladenschlussgesetz im Mittelpunkt. Scharf zog – auch mit Blick auf die neuen Möglichkeiten bei den Ein-

kaufsnächten – eine positive Bilanz. „Die erweiterten Möglichkeiten durch lange Einkaufsnächte sind ein großer Gewinn und tragen zur Belebung nicht nur der großen Innenstädte bei – auch im ländlichen Raum sind sie beliebt.“ Auch HBE-Präsident Ernst Läger begrüßte es auf der Veranstaltung, dass die Zahl der Shoppingnächte deutlich erhöht wurde. Mehr auf Seite 10. **Fotos vom HBE-Neujahrsempfang 2026 finden Sie unter www.hv-bayern.de.**

E-Paper statt Print

**Handel direkt
online lesen.**

Alle Infos unter:
www.hv-bayern.de/handeldirekt

Gewerkschaften und Kirche: Klage gegen das neue Bayerische Ladenschlussgesetz

Sieben Kläger aus Gewerkschaften und Kirche sehen in dem neuen Bayerischen Ladenschlussgesetz einen Angriff auf den Sonntagsschutz und ziehen vor den Verfassungsgerichtshof. Die Popularklage richtet sich gegen digitale Kleinstsupermärkte ohne Personal, die auch an Sonn- und Feiertagen öffnen dürfen. Außerdem dagegen, dass die Regelungen für Geschäfte in Tourismus-, Ausflugs- und Wallfahrtsorten, die an bis zu 40 Sonn- und Feiertagen öffnen dürfen, gelockert wurden.

Künftig können die Gemeinden selbst entscheiden, ob sie als solche Orte gelten. HBE-Hauptgeschäftsführer Wolfgang Puff kann nur mit dem Kopf schütteln: „Eine solche Klage eignet sich wunderbar für Schlagzeilen. Aber statt den Rechtsweg zu bemühen, hätte ich mir einen konstruktiven Dialog gewünscht. Das neue Ladenschlussgesetz ist ausgewogen und das Ergebnis eines breiten gesellschaftlichen und politischen Konsenses, an dem alle relevanten Verbände und Organisationen

beteiligt waren. Es ermöglicht wirtschaftliche Flexibilität, ohne den Schutz der Beschäftigten und die gesellschaftlich verankerte Sonntagsruhe preiszugeben.“ **Weitere Informationen bei: Wolfgang Puff, E-Mail: puff@hv-bayern.de, Tel.: 089 55118-111.**



**Handelsverband
Bayern
HBE**

Kassennachschau: Risiken kennen und Nachzahlungen vermeiden

Die Finanzbehörden dürfen innerhalb der regulären Geschäftszeiten jederzeit eine Kassennachschau durchführen – und das ohne vorherige Ankündigung. Eine Ablehnung ist nicht möglich, ebenso wenig kann die Prüfung auf den Steuerberater übertragen werden. Noch bevor die eigentliche Prüfung beginnt, sind verdeckte Maßnahmen zulässig (z. B. Testkauf durch Prüfer). Händler müssen sicherstellen, dass alle relevanten Unterlagen jederzeit verfügbar sind und elektronische Kassendaten bei Bedarf unverzüglich bereitgestellt werden können. Werden Mängel bei der Kassentechnik oder der Kassenführung festgestellt, kann das Finanzamt die Besteuerungsgrundlagen schätzen. Dies führt häufig zu empfindlichen Steuernachforderungen. Weiterführende Hinweise und Empfehlungen zur ordnungsgemäßen Kassenführung finden Sie in unserem [HBE-Praxiswissen](#). Weitere Informationen bei: Anastasia Just, E-Mail: just@hv-bayern.de, Tel.: 089 55118-140.

Krankheitsbedingte Kündigung: Regeln & häufige Fehler

Bei einer krankheitsbedingten Kündigung gelten hohe Anforderungen. Gerichte lassen diese nicht selten an einer nicht ordnungsgemäßen Durchführung des Betrieblichen Eingliederungsmanagements (BEM) scheitern. Die Durchführung des BEM ist für alle Arbeitgeber gesetzliche Pflicht. Auf die Betriebsgröße kommt es dabei nicht an. Zu dem BEM-Gespräch dürfen Arbeitnehmer eine Vertrauensperson ihrer Wahl mit hinzuziehen. Wichtig: Vor Ausspruch einer krankheitsbedingten Kündigung ist in jedem Fall auf eine gute Vorbereitung und die Durchführung eines BEMs zu achten. **Weitere Informationen finden Sie in unserem HBE-Praxiswissen „Krankheitsbedingte Kündigung und Betriebliches Eingliederungsmanagement (BEM)“.**

Kredithürden für Mittelstand auf Rekordniveau



Foto: @ bzyxx - stock.adobe.com

Die Finanzierungssituation für Unternehmen hat sich weiter verschärft. Banken ziehen die Zügel an und die Anforderungen an Sicherheiten sowie Eigenkapital steigen. Laut der Förderbank KfW liegen die Hürden für Kreditvergaben auf Rekordniveau. Insbesondere kleine und mittlere Unternehmen haben immer mehr Probleme, an Kredite zu kommen. Im Mittelstand sind besonders der Einzelhandel und der Dienstleistungssektor betroffen. Bei Großunternehmen wurden Rekordwerte im Einzelhandel und Großhandel festgestellt. Seit Jahren berichten Mittelständler von überdurchschnittlich strengen Maßstäben der Banken bei Kreditverhandlungen. **Weitere Infos finden Sie im HBE-Praxiswissen „Förderdarlehen für den Mittelstand“.**

Rentner rechtssicher weiterbeschäftigen

Mehr Flexibilität für Arbeitgeber: Seit dem 1. Januar 2026 ist die befristete Weiterbeschäftigung von Rentnern deutlich einfacher. Denn das bisherige Anschlussverbot für sachgrundlose Befristungen entfällt jetzt, sobald Beschäftigte die Regelaltersgrenze erreicht haben. Damit können Arbeitgeber Ruheständler künftig auch ohne sachlichen Grund befristen, sofern der einzelne Vertrag maximal zwei Jahre dauert, höchstens dreimal verlängert wird und die Gesamtdauer acht Jahre (oder maximal zwölf Verträge) nicht übersteigt. Das erleichtert Rentnern nicht nur den Verbleib, sondern auch ggf. die Rückkehr zum bisherigen Arbeitgeber. Dr. Melanie Eykmann, Leiterin der HBE-Rechtsabteilung: „Diese Neuregelung haben wir seit vielen Jahren gefordert. Sie schafft mehr Flexibilität für unsere Betriebe und leistet zudem einen wichtigen Beitrag zur Bekämpfung des Fachkräftemangels.“ Wegen des sogenannten Anschlussverbots durften Arbeitnehmer, die bereits bei demselben Arbeitgeber beschäftigt sind, bislang nicht erneut befristet weiterbeschäftigt werden, ohne dass es für die Befristung einen sachlichen Grund gibt. Bei Fragen zur Weiterbeschäftigung von Rentnern können Sie sich gerne an unsere [HBE-Juristen](#) wenden.

Countdown zur Verpackungsverordnung: Was Händler bis zum 12. August erledigen müssen

Die Uhr tickt: Am 12. August 2026 tritt die neue EU-Verpackungsverordnung (PPWR) in Kraft. Händler sollten daher rechtzeitig prüfen, ob sie von den Änderungen betroffen sind. HBE-Referentin Anastasia Just: „Wer jetzt handelt, sichert sich einen klaren Wettbewerbsvorteil und schützt sich vor rechtlichen Fallstricken.“ Ab dem Sommer gelten neue Vorgaben, wer die Herstellerverantwortung für Verpackungen und verpackte Ware übernehmen muss. Stationäre sowie Online-Händler sollten sich mit diesen Änderungen vertraut machen und ihr Sortiment entsprechend prüfen. Just: „Außerdem müssen Unternehmen, die in andere EU-Länder versenden, jeweils einen Bevollmächtigten in diesem Mitgliedsstaat benennen.“ Zudem gelten künftig auch Beschränkungen für den Leerraum bei Versandverpackungen. Damit Sie rechtssicher durch die neuen Anforderungen navigieren, zeigen wir in einem [HBE-Praxiswissen](#), welche konkreten Vorgaben Händler erfüllen müssen, um teure Fehler und



Foto: @ Nataly - stock.adobe.com

Strafen zu vermeiden. Darin finden Sie außerdem eine Liste der anerkannten Dualen Systeme und unter anderem auch eine Vorlage zur Konformitätsbewertung. **Weitere Informationen bei: Anastasia Just, E-Mail: just@hv-bayern.de, Tel.: 089 55118-140.**

Tarifrunde im bayerischen Einzelhandel: Gewerkschaftsforderungen völlig unverhältnismäßig

Verdi hat ihre Forderungen für die anstehende Tarifrunde im bayerischen Einzelhandel vorgestellt. Die Gewerkschaft fordert bei einer Laufzeit von zwölf Monaten monatlich 222 Euro mehr Lohn sowie 150 Euro mehr für Auszubildende.

Je nach Tarifgruppe würde dies einer Erhöhung von rund 7 Prozent entsprechen. Damit liegen die Forderungen zwar auf einem ähnlichen Niveau wie in anderen Tarifgebieten. Zusätzlich verlangt Verdi jedoch eine „Erhöhung der unteren Beschäftigtengruppen auf ein rentenfestes Mindesteinkommen von 14,90 Euro pro Stunde“. HBE-Tarifgeschäftsführerin Dr. Melanie Eykmann: „Die Forderungen liegen weit über dem, was die Branche derzeit leisten kann. Jetzt braucht es einen maßvollen Tarifabschluss – nur was vorher erwirtschaftet wird, kann auch verteilt werden.“ Die Tarifverhandlungen in Bayern starten am Freitag, 8. Mai 2026.

In anderen Tarifgebieten fordert Verdi bei einer Laufzeit von zwölf Monaten ebenfalls monatlich 225 Euro mehr Lohn und Gehalt für die Beschäftigten. Das entspräche beim Verkäufereckgehalt im Saarland einer prozentualen Tarifierhebung um 7 Prozent, in Rheinland-Pfalz um 7,2 Prozent. In den unteren Entgeltgruppen lägen die prozentualen Steigerungen sogar bei knapp 10 Prozent. Die Auszubildendenvergütungen sollen zudem um 150 Euro steigen. Dies entspräche im 1. Ausbildungsjahr dann prozentualen Steigerungen von mehr als 13 Prozent.

„Diese Verdi-Forderungen gehen in der aktuellen Situation leider an der Realität von vielen Einzelhandelsunternehmen vorbei. Bereits vor Ausbruch des akuten kriegesischen Konflikts im Iran kämpften die Arbeitgeber im Einzelhandel mit seit Jahren stagnierenden Umsätzen sowie mit explodierenden Kosten – so beispielsweise in den Bereichen Energie, Wareneinkauf sowie Logistik und auch Personal. Diese Probleme werden sich wegen der aktuellen Konfliktlage auf unbestimmte Zeit eher noch verschlimmern“, so der HDE-Tarifgeschäftsführer Steven Haarke.

Hinzu kommen die stetig steigenden Sozialversicherungsbeiträge und die erdrückende Bürokratie- und Regulierungslast, die den Faktor Arbeit immer noch weiter verteuern. Der gesetzliche Mindestlohn steigt zudem zum 1. Januar 2027 auf 14,60 Euro brutto pro Stunde, dies entspricht einer Steigerung seit seiner Einführung im Jahr 2015 um dann rund 72 Prozent. „In dieser schwierigen Situation für alle haben die Arbeitgeber im Einzelhandel aktuell leider kaum mehr Verteilungsspielraum übrig“, so Haarke weiter.

Zudem hatte der letzte Tarifabschluss den Beschäftigten im Einzelhandel über die Laufzeit von 2023 bis 2025 bereits insgesamt 14 Prozent Gehaltserhöhung ermöglicht und damit nachweislich auch einen Reallohngeinn.

Weitere Informationen bei: Dr. Melanie Eykmann, E-Mail: eykmann@hv-bayern.de, Tel.: 089 55118-124.

Prognose für 2026: 2,0 Prozent mehr Umsatz



Foto: @ Juan Antonio - stock.adobe.com

Die Rahmenbedingungen für den Konsum und den Einzelhandel bleiben auch im Jahr 2026 schwierig. „Das neue Jahr beginnt für den Einzelhandel ohne richtigen Schwung. Die Verbraucherstimmung macht aktuell zwar Hoffnung auf Besserung, verharrt aber weiterhin auf unbefriedigendem Niveau. Zu groß ist angesichts geopolitischer Konflikte die Verunsicherung“, so HDE-Präsident Alexander von Preen. Die schlechte Stimmung in der Branche bestätigt eine aktuelle HDE-Umfrage. Demnach kalkulieren 49 Prozent der Händler mit schlechteren Umsätzen als noch 2025, knapp ein Drittel hofft, das Vorjahresniveau zu erreichen und nur 23 Prozent gehen von einer Steigerung aus. Angesichts der herausfordernden Rahmendaten prognostiziert der HDE für 2026 ein Umsatzwachstum im Vergleich zum Vorjahr von nominal zwei Prozent. Real bedeutet das ein Plus von 0,5 Prozent. Der Online-Handel bleibt auch 2026 der Wachstumstreiber der Branche. Hier werden die Umsätze laut HDE-Prognose um nominal 4,4 Prozent zulegen, das steht für ein reales Plus von 3,5 Prozent. Die Umsätze im Einzelhandel in Deutschland werden dieses Jahr damit voraussichtlich bei 697,4 Milliarden Euro liegen, der Online-Handel wird dazu 96,3 Milliarden Euro beitragen. Die HDE-Umfrage macht auch deutlich, dass die Handelsunternehmen insbesondere beim Thema Bürokratie auf Erleichterungen hoffen. 59 Prozent sehen das als Top-Thema. Insbesondere die hohen Kosten bereiten den Händlern Kopfschmerzen. Sowohl im Bereich Energie als auch bei den steigenden Kosten für den Faktor Arbeit ist dringende Hilfe gefordert. Es braucht unbedingt Entlastungen, die auch ankommen.

Ausbildung der Ausbilder im Handel: Motivierte Azubis durch qualifizierte Ausbilder

Gut ausgebildete Nachwuchskräfte sind der Schlüssel zum Erfolg jedes Händlers. Mit der **Ausbildung der Ausbilder** (AdA) machen Sie Ihre Mitarbeiter fit, ihr Wissen praxisnah an Azubis weiterzugeben und sie während der Ausbildung professionell zu begleiten. Die Akademie Handel bietet für die Vorbereitung auf die Ausbilder-Eignungsprüfung zwei Seminarformen an: Die gezielte Vorbereitung auf die praktische Prüfung (für Fachwirt-Absolventen) oder die komplette Vorbereitung, sowohl auf die schriftliche als auch auf die prakti-

sche Prüfung. Eine qualifizierte Ausbildung durchführen zu können, gilt als wertvolle Zusatzqualifikation im Berufsleben. Die AdA ist dabei unentbehrlich, denn sie vermittelt die pädagogischen und organisatorischen Fähigkeiten, um erfolgreich und verantwortungsvoll ausbilden zu können. Die Seminare finden in Vollzeit oder berufsbegleitend (live online/Präsenz) statt. Der Start ist jederzeit möglich.

Weitere Informationen bei: Annett Schwarze, E-Mail: annett.schwarze@akademie-handel.de, Tel.: 089 55145-38.



Acht Jahrzehnte für den bayerischen Handel: Der HBE feiert in diesem Jahr sein 80-jähriges Jubiläum. 1946 zunächst als Landesverband des Bayerischen Einzelhandels gegründet, stehen wir seitdem an der Seite des Handels in Bayern – vom Wiederaufbau nach dem Zweiten Weltkrieg bis zur Digitalisierung im 21. Jahrhundert. Am 26. Februar 1946 gründeten elf Kaufleute im völlig zerstörten München den Landesverband des Bayerischen Einzelhandels (LBE). In den ersten Nachkriegsjahren spielte der Verband eine zentrale Rolle beim Aufbau des Einzelhandels im Freistaat. Im Zuge der bundesweiten Modernisierung

und Vereinheitlichung der Verbandsstrukturen erfolgte 2010 die Umbenennung in Handelsverband Bayern. HBE-Präsident Ernst Läger: „Wir vertreten als starke Stimme des Handels alle Betriebsgrößen und -formen der Branche. Seit 80 Jahren erfüllen wir diesen Auftrag verlässlich und werden dies auch künftig tun.“ Der HBE gliedert sich seit der Gründung 1946 mit seinen knapp 60 Mitarbeitern regional in sechs Bezirke. Sitz der Hauptgeschäftsstelle ist München. Die regionale Betreuung der Handelsunternehmen vor Ort leisten die HBE-Bezirksgeschäftsstellen in Augsburg, Bayreuth, München, Nürnberg, Regensburg

und Würzburg sowie bayernweit rund 200 ehrenamtliche Kreis- und Ortsvorsitzende mit den Bildungsbeauftragten. Hinzu kommen die HBE-Fachgemeinschaften der einzelnen Branchen. HBE-Hauptgeschäftsführer Wolfgang Puff: „Wir werden die Dienst- und Serviceleistungen zum Wohle unserer Mitglieder weiter stärken und verbessern. Denn nur ein von zufriedenen Mitgliedern getragener, starker Verband kann auch weiterhin die Belange und berechtigten Interessen des Einzelhandels in der Öffentlichkeit kraftvoll vertreten und damit über die Grenzen des Verbands hinweg Präsenz zeigen.“

OT-Mitgliedschaft: HBE ja, Tarifbindung nein

Im bayerischen Einzelhandel stehen in diesem Jahr wieder Tarifverhandlungen an. Für Unternehmen, die mehr Flexibilität wollen oder die Flächentarifbedingungen wirtschaftlich nicht tragen können, ist die HBE-Mitgliedschaft ohne Tarifbindung (OT-Mitglied) eine Alternative. Die grundsätzliche Zulässigkeit solcher Mitgliedschaften ohne Tarifbindung hatte das Bundesarbeitsgericht (BAG) 2006 bestätigt. HBE-Mitglieder können deshalb durch schriftliche Erklärung gegenüber ihrer HBE-Geschäftsstelle den Austritt aus der Tarifbindung erklären. HBE-Tarifgeschäftsführerin Dr. Melanie Eykmann: „Nach der Satzung des HBE können Unternehmen erklären, dass sie im Rahmen ihrer HBE-Mitgliedschaft keine Bin-

dung an die Tarifverträge wünschen.“ Der Arbeitgeber ist nicht verpflichtet, die Arbeitnehmer darüber zu informieren, ob er durch Mitgliedschaft im Arbeitgeberverband tarifgebunden ist, oder dort eine OT-Mitgliedschaft erklärt hat. Da über die Vor- und Nachteile einer Erklärung über den „Ausschluss der Tarifbindung“ sowie über deren Folgen oftmals unzutreffende Vorstellungen bestehen, hat der HBE alle Informationen sowie Vor- und Nachteile einer OT-Mitgliedschaft in einem [Praxiswissen](#) übersichtlich zusammengefasst. Bei Fragen können Sie sich gerne auch an unsere [Juristen](#) wenden. **Weitere Infos bei: Dr. Melanie Eykmann, E-Mail: eykmann@hv-bayern.de, Tel.: 089 55118-124.**

Handels-Infos online

HBE-Newsletter bestellen!

Alle Infos unter:
www.hv-bayern.de/newsletter

Ladenöffnungszeiten: Neue Spielräume werden (noch) nicht genutzt

Seit dem 1. August 2025 gilt in Bayern das neue Ladenschlussgesetz. Es eröffnet dem Handel durch mehr Flexibilität und mehr Freiheiten neue Möglichkeiten: mehr Einkaufsnächte und z. B. auch vereinfachte Regeln für den Verkauf von Souvenirs und Reisebedarf. Doch ein Blick nach Oberbayern zeigt, dass die Chancen bislang häufig ungenutzt bleiben. Laut einer Umfrage der IHK für München und Oberbayern haben gerade einmal 10 Prozent der Gemeinden die erforderlichen Verordnungen für kommunale Einkaufsnächte beschlossen. Weniger als die Hälfte hat überhaupt Gespräche mit dem lokalen Einzelhandel geführt. HBE-Hauptgeschäftsführer Wolfgang Puff: „Gerade in Zeiten schwacher Konsumlaune und wachsender Online-Konkurrenz könnten die neuen Möglichkeiten durch das Ladenschlussgesetz in Bayern den stationä-

ren Händlern neue Chancen bieten. Denn Einkaufsnächte und andere gemeinsame Aktionen steigern nachweislich die Attraktivität der Innenstädte und Ortskerne.“ Einige Städte machen bereits vor, wie es funktionieren kann: Eichstätt und Geretsried haben alle gesetzlich möglichen Einkaufsnächte freigegeben. Auch die Landeshauptstadt München plant, die neuen Regelungen aktiv zu nutzen: In der Altstadt-Fußgängerzone soll zwischen April und Mitte Oktober der Verkauf von Souvenirs erlaubt werden. Dennoch zeigt die IHK-Umfrage deutlich, dass die Mehrheit der bayerischen Kommunen weiterhin zögert. Keine der befragten Städte und Gemeinden plant bislang, weitere touristische Bereiche auszuweisen, in denen Souvenirs und Reisebedarf auch an Sonn- und Feiertagen verkauft werden dürfen.

Kostenlose Erste-Hilfe-Kurse für Mitglieder



Foto: @ benjaminolte - stock.adobe.com

Jeder Händler muss in seinem Betrieb einen ausgebildeten Ersthelfer haben. Unternehmen mit mehr als 20 Angestellten müssen sogar 5 Prozent der Belegschaft als Ersthelfer ausbilden lassen. Sind nicht genügend ausgebildete Ersthelfer vorhanden, stellt dies eine Ordnungswidrigkeit dar. Der Erste-Hilfe-Kurs zur Erlangung des Führerscheins reicht als Anerkennung zum Ersthelfer nicht aus. Ab sofort können sich Unternehmen wieder für Erste-Hilfe-Kurse anmelden: Donnerstag, 18. Juni 2026, 8:30-17 Uhr in [Augsburg](#), Dienstag, 23. Juni 2026, 9-17 Uhr in [München](#) und 24. Juni 2026, 9-17 Uhr in [Kempten](#). Die Kurse sind für Anfänger und zur – alle zwei Jahre vorgeschriebenen – Auffrischung geeignet. Kosten fallen für HBE-Mitglieder nicht an! Da die Teilnehmerzahl begrenzt ist, empfehlen wir eine frühzeitige Anmeldung. **Weitere Infos und Anmeldung in Ihrer HBE-Bezirksgeschäftsstelle.**

Stadtmarketingpreis: Jetzt bewerben!

Die Innenstädte und Ortskerne befinden sich im Wandel. Mit dem 13. Stadtmarketingpreis Bayern werden erneut Projekte gesucht, die diesen Wandel aktiv gestalten und Zukunftsperspektiven schaffen. Gesucht werden laut Wirtschaftsminister Hubert Aiwanger „Stadtmacher, die Bayerns Zentren lebendig und zukunftsfähig erhalten.“ Der Stadtmarketingpreis würdigt Projekte, die Leerstände neu denken, innovative Nutzungskonzepte entwickeln und die Lebendigkeit sowie die Identität der Zentren stärken. Besonders gefragt sind Ansätze, die aktuelle Herausforderungen kreativ lösen und nachhaltige Impulse für die Stadtentwicklung setzen – insbesondere für den strukturellen Wandel im stationären Handel, fehlende Nachfolgenutzungen für Ladenflächen sowie die sich wandelnden Erwartungen der Besucher. HBE-Präsident Ernst Läger: „Mit dem Stadtmarketingpreis Bayern setzen wir ein Zeichen für den Stellenwert, den Stadtmarketing für den Einzelhandel hat. Wir müssen die Leistungsträger anerkennen und öffentlich belobigen. Sie sind es, die durch ihre Arbeit die Funktionsvielfalt und damit die Attraktivität unserer Innenstädte bestimmen.“ Der Stadtmarketingpreis Bayern sei daher eine verdiente Anerkennung für die Preisträger. Die Bewerbungsphase läuft noch bis zum 15. Juni 2026. Der Stadtmarketingpreis wird vom Wirtschaftsministerium vergeben. Partner des Wettbewerbs sind neben dem HBE u. a. die Günther Rid Stiftung, der Aktionskreis City- und Stadtmarketing, der Bayerische Städte- und Gemeindetag, die Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing sowie die Bayern Tourismus Marketing GmbH. **Weitere Informationen unter www.stadtmarketingpreis-bayern.de.**

Veranstaltungen & Termine

13.4.2026, Augsburg

[Brandschutzhelfer im Betrieb](#)

15.4.2026, online

[Lebendige Innenstädte gestalten](#)

16.4.2026

[Erlebnismarketing](#)

27.4.2026, Regensburg

[Azubi-Knigge](#)

30.4.2026, Regensburg

[Ostbayerische HBE-Bezirksdelegiertentagung](#)

5.5.2026, online

[Zahlungsverfahren im Check](#)

5.5.2026, München

[HBE-Bezirksdelegiertentagung](#)

5.5.2026, München

[Tag des oberbayerischen Handels](#)

18.6.2026, Augsburg

[Erste-Hilfe-Kurs – Ersthelfer im Betrieb](#)

23.6.2026, München

[Erste-Hilfe-Kurs – Ersthelfer im Betrieb](#)

Unsere Praxiswissen

Mitglied werden und von Leistungen profitieren.

Alle Infos unter:

www.hv-bayern.de/leistungen/praxiswissen

Streit um verkaufsoffene Sonntage

Die Erlanger Wirtschaftsverbände haben sich in einer gemeinsamen Stellungnahme an Oberbürgermeister und Stadtrat gewandt und gefordert, verkaufsoffene Sonntage in der Innenstadt nicht weiter einzuschränken. Unterzeichnet wurde das Schreiben vom HBE, der IHK, der Dehoga und der Kreishandwerkerschaft Erlangen-Hersbruck-Lauf. Die Verbände verweisen darauf, dass das Bayerische Ladenschlussgesetz Kommunen bis zu vier Sonntagsöffnungen pro Jahr erlaubt. Diese könnten dem stationären Handel in wirtschaftlich schwierigen Zeiten zusätzliche Impulse geben. HBE-Ortsvorsitzender Thomas Bühler: „Veranstaltungen wie der ‚Erlanger Frühling‘ und der ‚Erlanger Herbst‘, die bisher mit verkaufsoffenen Sonntagen verbunden waren, wurden zuletzt infrage gestellt oder verhindert. Dabei tragen solche Aktionen dazu bei, die Innenstadt zu beleben und den lokalen Handel zu stärken.“ In Zeiten eines wachsenden Online-Handels seien Gemeinschaftsaktionen wie verkaufsoffene Sonntage ein wichtiges Signal nach außen. Hintergrund des gemeinsamen Schreibens ist eine geplante Entscheidung, die bisher drei in der Verordnung der Stadt Erlangen möglichen verkaufsoffenen Sonntage auf zukünftig nur noch einen im Jahr zu reduzieren. Bühler: „Das können wir nicht nachvollziehen. Arbeitsplätze in der Innenstadt werden auf diese Weise nicht gesichert.“

Gemeinsames Signal von Handel, Medien und Politik



Schulterschluss (v. l.): Andreas Schmutterer (Geschäftsführer Augsburger Allgemeine), Wirtschaftsminister Hubert Aiwanger, HBE-Bezirksvorsitzende Mechthild Feldmeier, HBE-Bezirksgeschäftsführer Andreas Gärtner, Dr. Bernhard Hock (Geschäftsführer Augsburger Allgemeine) und HBE-Hauptgeschäftsführer Wolfgang Puff. Fotos: @ Peter Fastl

„Mutmacher 2026. Medien und Handel. Gemeinsam Zukunft gestalten“ – Unter diesem Motto stand der Jahresauftakt des HBE-Bezirks Schwaben und der Augsburger Allgemeinen in der Teehalle des Hotel Maximilian's. „Medien und Handel sind zentrale Säulen unserer Gesellschaft. Beide sorgen für verlässliche Versorgung vor Ort und müssen gleichzeitig den digitalen Wandel aktiv gestalten“, sagte HBE-Bezirksgeschäftsführer Andreas Gärtner. „Dafür braucht es Mut zu Investitionen und die Bereitschaft, neue Wege zu gehen.“ Unter den zahlreichen Gästen aus Handel, Politik und Medien waren u. a. auch Wirtschaftsminister Hubert Aiwanger (Impuls-Vortrag) und Augsburgs Oberbürgermeisterin Eva Weber (Grußwort). Gärtner: „Der Austausch und die Vernetzung sind gerade in Zeiten großer Veränderungen wichtiger denn je. Diese tolle Veranstaltung zum Jahresauftakt hat wertvolle Impulse für die Zukunft gegeben. Deshalb ein besonderes Dankeschön an die Augsburger Allgemeine.“

Münchner Innenstadt unter Druck

Es ist sicherlich kein Grund zur Panik, aber die Attraktivität der Münchner Innenstadt scheint aus Sicht von Kunden und Händlern abzunehmen. Dies geht aus einer Studie von HBE, Rid Stiftung und City Partner München hervor. Zwar besuchen noch 57 Prozent der Befragten die Innenstadt jede Woche, doch die allgemeine Zufriedenheit ist gesunken: Nur noch 83 Prozent waren mit ihrem letzten Besuch zufrieden, vor drei Jahren waren es noch fast 90 Prozent. Rund 40 Prozent der Kunden geben an, heute seltener in die Innenstadt zu fahren als noch vor fünf Jahren. Ein wichtiger Grund dafür ist, dass viele die City als weniger attraktiv empfinden. Außer-

„München ist als Einzelhandelsstandort deutschlandweit ungeschlagen.“

dem kaufen 48 Prozent häufiger online ein. Besucher kritisieren vor allem die mangelnde Sauberkeit sowie fehlende Grünflächen, Sitzgelegenheiten und öffentliche Toiletten. Auch Händler sehen hier Verbesserungsbedarf. Nur noch 56 Prozent der befragten Geschäftsinhaber sind mit ihrem Standort zufrieden. Ein weiteres großes Problem ist die Erreichbarkeit der Innenstadt. Viele Händler bemängeln zu wenige Parkplätze sowie zahlreiche Baustellen. HBE-Hauptgeschäftsführer Wolfgang Puff ist trotz der sinkenden Werte nicht besorgt: „München ist als Einzelhandelsstandort deutschlandweit ungeschlagen, hier gibt es die höchste Kaufkraft.“

Handel im Dialog mit Bundeslandwirtschaftsminister Rainer

Bundeslandwirtschaftsminister Alois Rainer hat sich mit Vertretern der bayerischen Lebensmittelhändler sowie des HBE zu einem Austausch in seinem Wahlkreisbüro in Haibach getroffen. An dem Gespräch nahmen unter anderem HBE-Präsident Ernst Läger, Hauptgeschäftsführer Wolfgang Puff und Hans-Jürgen Honner (Stv. Vorsitzender der HBE-Fachgemeinschaft Lebensmittel) teil. Im Mittelpunkt der Gespräche stand der Abbau bürokratischer Hürden. Dieses Thema nahm einen großen

Raum ein, da sowohl Handel als auch Politik darin eine wichtige Voraussetzung für effizientere Abläufe in der Branche sehen. HBE-Präsident Ernst Läger: „Angesichts schwieriger wirtschaftlicher Rahmenbedingungen ist der Abbau bürokratischer Hürden dringender denn je. Betriebe müssen endlich spürbar entlastet werden, um neue Spielräume für unternehmerisches Handeln zu schaffen.“ Darüber hinaus wurden unter anderem auch Fragen der Preisgestaltung im Lebensmitteleinzelhandel erörtert.



Landwirtschaftsminister Alois Rainer (rechts, Mitte) im Dialog mit dem Handel.

Wie sicher ist die Nürnberger Innenstadt?

Sicherheit ist ein zentrales Anliegen für Stadt, Handel und Gastronomie und ein wichtiger Standortfaktor für eine lebendige und attraktive Innenstadt. Rund 80 Teilnehmer aus Handel, Handwerk und Gastronomie nutzten die Gele-



Sicherheitsforum in Nürnberg (v.l.): HBE-Bezirksgeschäftsführer Andreas Schöffel, Polizeipräsident Gernot Rochholz, Wirtschaftsreferentin Dr. Andrea Heilmaier und Stadtrechtsdirektor Olaf Kuch.

genheit, sich beim „Sicherheitsforum Innenstadt“ auszutauschen. Ein wichtiges Anliegen aus Sicht des Handels war auf der Veranstaltung das Thema Ladendiebstahl, das für viele Unternehmen erhebliche wirtschaftliche Schäden verursacht. HBE-Bezirksgeschäftsführer Andreas Schöffel: „Unehrlige Kunden haben allein im vergangenen Jahr in Nürnberg Waren im Wert von knapp 20 Millionen Euro gestohlen. Damit hat der Schaden durch Ladendiebe eine neue Rekordhöhe erreicht.“ Das Sicherheitsforum bot neben Fachvorträgen auch Raum für persönlichen Austausch und Vernetzung. Es unterstrich den Anspruch aller Beteiligten, Sicherheit als Gemeinschaftsaufgabe weiterzuentwickeln und die Attraktivität der Nürnberger Innenstadt nachhaltig zu stärken.

Nachhaltiges Engagement

Betten Friedrich KG in Bamberg ist mit dem Haustex Star 2026 in der Kategorie „Vorbildliches Nachhaltigkeitskonzept“ ausgezeichnet worden. Die renommierte Fachzeitschrift Haustex würdigt mit dem Preis Unternehmen der Heimtextilbranche, die sich in besonderer Weise für nachhaltiges Wirtschaften einsetzen. Mit der Auszeichnung hebt die Jury hervor, dass nachhaltiges Handeln auch im lokalen Einzelhandel konkret umgesetzt werden kann. Das Beispiel Betten Friedrich zeige, dass verantwortungsbewusstes Wirtschaften und traditioneller Fachhandel erfolgreich miteinander verbunden werden können. Das traditionsreiche und weit über die Stadtgrenzen bekannte Bamberger Bettenfachgeschäft blickt auf eine lange Unternehmensgeschichte zurück: Im Jahr 2023 feierte der Familienbetrieb sein 100-jähriges Bestehen. Neben der fachlichen Beratung spielt auch das Thema Nachhaltigkeit eine immer größere Rolle. Bereits seit 2012 werden die Geschäftsräume mit Fernwärme beheizt. Seit 2025 produziert zudem eine Photovoltaikanlage auf dem Dach eigenen Strom.

Website: www.betten-friedrich.de

Regional

Wir sind für Sie vor Ort!

Bauantrag für Arena Würzburg

Die Planungen zum Bau der Multifunktionsarena in Würzburg haben eine weitere Hürde genommen: Mitte März ist bei der Stadt der Bauantrag für das Großprojekt eingereicht worden. HBE-Kreisvorsitzende Daniela Binder: „Für den Einzelhandel in der Innenstadt kann die Arena ein echter Gewinn sein. Zusätzliche Besucher können mehr Frequenz, mehr Umsatz und eine spürbare Belebung für das Stadtzentrum bedeuten“. Außerdem sei der Imagegewinn für die Stadt Würzburg enorm. Der HBE unterstützt die geplante Multifunktionsarena grundsätzlich und zählt zu den Wirtschaftsver-

bänden, die sich wiederholt öffentlich für das Projekt ausgesprochen haben. Damit die Arena ihre positiven Effekte entfalten kann, sind laut Binder aber eine gute Planung und eine detaillierte Umsetzung wichtig. „Großveranstaltungsstätten bringen immer zusätzliche Gäste in die Stadt und davon werden nicht nur der Handel, sondern auch die Gastronomie und der Tourismus profitieren.“ Mit rund 7.000 Plätzen soll die Arena Würzburg nicht nur Heimat der Fitness First Würzburg Baskets sein. Geplant sind zudem jährlich rund 100 Veranstaltungen.

Website: www.arena-wuerzburg.de

Generationenfreundliche Einzelhändler



Auszeichnung für Edeka Spiegel in Giebelstadt (v. l.): Gesellschafterin Sonja Spiegel, Marktleiter René Deißler, Veronika Schott-Pearson (HBE).



Generationenfreundliches Einkaufen bei Edeka Böhm in Dirlwang: Inhaberin Silvana Böhm (r.) mit HBE-Referentin Julia Killer (l.).



In Anwesenheit von Staatsministerin Ulrike Scharf überreichte HBE-Geschäftsführerin Simone Streller das Zertifikat an Inhaber Thomas Brandl. Foto: © Lena Krammer/Donaukurier



Auszeichnung für Ikea Würzburg: HBE-Mitarbeiterin Veronika Schott-Pearson (l.) und HBE-Bezirksgeschäftsführer Volker Wedde (r.) gratulieren Nadin Philipp (2. v. l.) und Anja Thomas (2. v. r.). Foto: © Inter IKEA Systems B.V. 2026

Vom Warum zum Wie: Der digitale Produktpass als Chance



Foto: twilight mist © stock.adobe.com

Ab 2027 wird der digitale Produktpass für zahlreiche Produktkategorien verpflichtend. Was zunächst wie eine weitere regulatorische Vorgabe erscheint, eröffnet insbesondere für den bayerischen Handel eine strategische Chance. Gerade mittelständische Händler mit starker regionaler Verwurzelung und hoher Serviceorientierung können damit Transparenz, Vertrauen und Kundennähe ausbauen.

Der digitale Produktpass (DPP) ist dabei weit mehr als ein digitales Pflichtdokument. Auf Basis der EU-Ökodesign-Verordnung (ESPR) entsteht ein standardisierter, digital abrufbarer Datensatz, der Informationen zu Herkunft, Materialien, Pflege, Reparierbarkeit und Recyclingfähigkeit eines Produkts bündelt. Für den Handel bedeutet das einen direkten Zugang zu produktbezogenen Informationen beim Kauf, etwa über QR-Codes oder digitale Labels. Diese Infos unterstützen Verkaufsgespräche, entlasten Mitarbeiter und erhöhen die Qualität der Beratung.

Erfahrungen aus ersten Pilotprojekten zeigen, dass digitale Produktinformationen die Kaufent-

scheidung positiv beeinflussen. Kunden empfinden digitale Etiketten als praktikabler und relevanter als klassische. Besonders geschätzt werden Pflege- und Reparaturhinweise, die auch nach dem Kauf jederzeit verfügbar bleiben. Für den Handel entstehen daraus neue Serviceansätze, etwa rund um Reparaturangebote, Rücknahmeprogramme oder den Wiederverkauf von Produkten. Gleichzeitig lassen sich Nachhaltigkeitsinformationen transparent darstellen und glaubwürdig kommunizieren.

Der digitale Produktpass schafft außerdem neue Interaktionsmöglichkeiten entlang der Kundenreise. Kunden können Produkte registrieren, Bewertungen abgeben, Zusatzinformationen abrufen oder sich über ergänzende Services informieren. Diese zusätzlichen Kontaktpunkte stärken die Bindung an Produkt, Marke und Handelsunternehmen. Gleichzeitig entstehen wertvolle Einblicke in Nutzung und Interessen, die zur Sortimentsoptimierung, Verbesserung von Serviceangeboten und gezielten Kundenansprache genutzt werden können. Entscheidend für den Erfolg ist ein pragmatisches Vorgehen. Statt ei-

ner flächendeckenden Einführung empfiehlt sich ein schrittweiser Start mit ausgewählten Produktgruppen und klar definierten Anwendungsfällen. So lassen sich Erfahrungen sammeln, Akzeptanz bei Kunden und Mitarbeitenden aufbauen und der Business Case fundiert bewerten. Der digitale Produktpass wird damit vom regulatorischen Muss zum wirtschaftlich sinnvollen Instrument.

Die Marenas GmbH aus München begleitet Händler bei diesem Übergang vom Warum zum Wie. Beginnend mit einer strukturierten Bestandsaufnahme vorhandener Produkt- und Lieferkettendaten über pilotierte Anwendungsfälle bis hin zur Integration in bestehende Systeme. Unternehmen, die frühzeitig handeln, können regulatorische Anforderungen nicht nur rechtzeitig erfüllen, sondern den DPP gezielt als Wettbewerbsvorteil nutzen. Für mehr Transparenz im Verkauf, für neue Serviceangebote und für eine langfristige Stärkung der Kundenbindung.

Weitere Informationen bei: Ann-Cathrin Brand, E-Mail: a.brand@marenas-consulting.com, Website: www.marenas-consulting.com

„Es geht nicht nur um die Person, sondern auch um den Betrieb“

Ein schwerer Unfall kann für Selbstständige schnell zur existenziellen Herausforderung werden – nicht nur persönlich, sondern auch für den eigenen Betrieb. Mit einem modernisierten Unfalltarif will der HBE-Kooperationspartner Signal Iduna genau hier ansetzen und Unternehmer gezielt unterstützen. Welche neuen Leistungen dahinterstehen und wie sie im Ernstfall helfen können, erklärt Zielgruppenmanager Christian Burghard im Gespräch.

Herr Burghard, warum ist ein spezieller Unfallschutz für Selbstständige im Handel so wichtig?

Für viele Unternehmer ist ein schwerer Unfall nicht nur ein persönlicher Einschnitt, sondern er kann auch den gesamten Betrieb gefährden. Wenn der Chef plötzlich unerwartet ausfällt, fehlen oft Einnahmen, während die laufenden Kosten natürlich weiterlaufen. Die gesetzliche Unfallversicherung greift zudem meist nur bei Arbeitsunfällen. Deshalb ist ein zusätzlicher, speziell auf Unternehmer zugeschnittener Unfallschutz besonders wichtig.

Die Signal Iduna hat ihren Unfalltarif jetzt modernisiert. Was war der Anlass dafür?

Wir haben uns gefragt, was Unternehmer im

Ernstfall wirklich brauchen. Natürlich geht es um persönliche Absicherung, aber genauso um die Stabilität des Unternehmens. Deshalb haben wir unseren Tarif so weiterentwickelt, dass er nicht nur den Menschen schützt, sondern auch den Betrieb unterstützt. Unsere Philosophie lässt sich zusammenfassen unter Schützen, Unterstützen, Auffangen. Das beinhaltet finanzielle Beteiligung an Präventionsmaßnahmen, Hilfe im Bereich der Rehabilitation und finanzielle Hilfe bei sowohl leichten als auch schweren Verletzungen, damit die Kunden ihren Lebensstandard bestmöglich erhalten können.

Eine zentrale Neuerung ist die sogenannte „Invalidität mit Turbo“. Was steckt konkret dahinter?

Dieser optionale Baustein ist ein zusätzlicher finanzieller Schub im Falle einer Invalidität. Nach einem schweren Unfall ist schnelle Liquidität entscheidend. Mit der „Invalidität mit Turbo“ erhält der Versicherte bereits ab einem Invaliditätsgrad von 50 Prozent bis zu 750 Prozent der vereinbarten Invaliditätssumme und die volle Leistung. Das bedeutet: Unternehmer bekommen frühzeitig finanzielle Mittel, um beispielsweise betriebliche Verpflichtungen zu erfüllen oder notwendige Anpassungen vorzunehmen.

Ein weiterer Baustein des modernisierten Unfalltarifs ist das „Reha-Plus“-Paket. Welche Vorteile bietet es?

Mit „Reha-Plus“ denken wir konsequent aus Sicht des Unternehmers. Ein wichtiger Punkt ist zum Beispiel die Kostenübernahme für einen barrierefreien Umbau der Geschäftsräume – bis zu 40.000 Euro. Damit erleichtern wir Betroffenen die Rückkehr an ihren Arbeitsplatz. Zusätzlich gibt es ein sogenanntes „Reha-Cash“ von 10.000 Euro bei einer stationären Reha. Dieses Geld kann genutzt werden, um laufende Betriebskosten zu decken oder eine Vertretung zu finanzieren.

Auch die Versicherungsbedingungen wurden angepasst. Was hat sich hier geändert?

Im Premium-Tarif werden Vorerkrankungen erst ab einem Mitwirkungsanteil von 50 Prozent angerechnet. Das ist deutlich kundenfreundlicher als viele marktübliche Regelungen. Außerdem greift der Schutz jetzt auch bei Unfällen infolge eines Herzinfarkts oder Schlaganfalls.

Kontakt: Christian Burghard, E-Mail: hbe@signal-iduna.de, Tel.: 089 55144-280.

Website: www.signal-iduna.de/produkte/unfallversicherung





Lange Einkaufsnächte steigern nicht nur die Kundenfrequenz und den Umsatz von Handel und Gastronomie. Sie verbessern auch das Image einer Stadt. Foto: Jelena © stock.adobe.com

Positive Bilanz und Rückenwind

Mit dem neuen Ladenschlussgesetz hat die Staatsregierung die Zahl der Shoppingnächte in Bayern deutlich erhöht. Der HBE zieht eine positive Bilanz und appelliert an die Kommunen, den neuen Spielraum unkompliziert und großzügig zu nutzen.

Gemeinschaftsaktionen wie Einkaufsnächte sind ein wichtiges Signal nach außen. Es geht um den gemeinsamen geschlossenen Auftritt für den Standort und um die Darstellung eines funktionierenden Bündnisses von Stadt und Handel. In ganz Deutschland werden Shoppingnächte schon seit vielen Jahren mit großem Erfolg genutzt, um die Attraktivität des Standortes zu steigern und sich gegenüber Konkurrenzstandorten besser zu profilieren. HBE-Hauptgeschäftsführer Wolfgang Puff: „Einkaufsnächte binden zusätzliche Kaufkraft und verbessern das Image einer Stadt.“

Mit dem Inkrafttreten des neuen Bayerischen Ladenschlussgesetzes im August vergangenen Jahres ist nicht nur die Zahl der gemeindeweiten Shoppingnächte an Werktagen auf bis zu acht Einkaufsnächte pro Jahr und Kommune erhöht worden. Es wurde endlich auch der umstrittene „besondere Anlass“ bei der Genehmigung einer Einkaufsnacht gestrichen. Shoppingnächte sind laut Puff allerdings kein Allheilmittel, aber eine echte Chance, den sta-

tionären Handel zu stärken und die Innenstädte wieder als soziale und wirtschaftliche Zentren zu positionieren. „Die Ausweitung auf bis zu acht Einkaufsnächte pro Jahr kommt dabei nicht nur dem Handel zugute, sondern auch den Bürgern“, so Puff. Denn längere Öffnungszeiten an ausgewählten Abenden würden mehr Komfort für die Kunden, insbesondere für Berufstätige und Familien, bedeuten.

Der HBE appelliert mit Blick auf die neuen Möglichkeiten an die bayerischen Kommunen, diese auch zu nutzen. Puff: „Die Staatsregierung hat den rechtlichen Rahmen geschaffen. Jetzt kommt es auf die Umsetzung vor Ort an. Wir fordern Städte und Gemeinden ausdrücklich auf, den neuen Spielraum bei der Genehmigung von Einkaufsnächten unkompliziert und großzügig zu nutzen.“ Wichtig sei die enge Abstimmung mit dem Einzelhandel vor Ort. HBE-Präsident Ernst Läger ergänzt: „Die besten Konzepte entstehen dort, wo Kommunen, Händler und Gastronomie gemeinsam an einem Strang ziehen.“

Neu im Ladenschlussgesetz ist zudem, dass Händler werktags ihr Geschäft bis zu viermal pro Jahr länger öffnen können (bis max. 24 Uhr). Einen besonderen Anlass oder andere Händler, die ebenfalls öffnen, sind für diese individuelle Öffnung nicht erforderlich.

Technologie ersetzt Baugesühl

Das Projekt „Smart City Analytics Waldkirchen“ hat detaillierte Daten zu Besucherströmen und Aufenthaltsverhalten in der Innenstadt erhoben: Einzelhandel, Veranstaltungen und Freizeitangebote spielen eine zentrale Rolle für die Attraktivität der Stadt. Wirtschaftsminister Hubert Aiwanger stellte die Erkenntnisse gemeinsam mit lokalen Akteuren vor.

Im Zeitraum von Januar 2024 bis Oktober 2025 wurden rund 2,4 Millionen Besucher in der Waldkirchener Innenstadt gezählt. Die Auswertung zeigt deutlich, dass Bereiche mit starkem Einzelhandel eine um 36 Prozent höhere Besucherfrequenz aufweisen als der Stadtdurchschnitt. An Feiertagen, wenn Geschäfte geschlossen sind, sinkt die Frequenz dagegen auf rund 35 Prozent des Normalwerts. Wirtschaftsminister Hubert Aiwanger: „Bis jetzt sind Bauchgefühl und individuelle Erfahrungen die Grundlage der meisten Entscheidungen über Flächennutzung und Besucherlenkung gewesen. Die hier erprobte Technologie ermöglicht es den Kommunen, dem Stadtmarketing und den Einzelhändlern, Kundenanalysen in Echtzeit nachzuverfolgen.“

Das Projekt wurde vom Bayerischen Wirtschaftsministerium gefördert. Außerdem haben sich der HBE und die Günther Rid Stiftung für den bayerischen Einzelhandel beteiligt. Die Durchführung erfolgte durch die Stadt Waldkirchen mit der Ariadne Maps GmbH und der Cima.



v.l.: Projektleiter Michael Seidel, Johannes Huber (Geschäftsführer Modehaus Garhammer), Moderator Christian Hörmann und Wirtschaftsminister Hubert Aiwanger Foto: © StMWi/K. Huber

Die neue Währung des Handels: Erlebnis pro Quadratmeter



Foto: Kzenon © stock.adobe.com

Viele Händler steuern noch immer nach der falschen Kennzahl: Umsatz pro Quadratmeter. Sie ignoriert jedoch Markenerlebnis, Kundenbindung und die intelligente Verknüpfung aller Kanäle. Es ist Zeit für die neue Erfolgsgröße: Erlebnis pro Quadratmeter. Ein praxiserprobtes Modell der BBE Handelsberatung macht erstmals messbar, wie emotionale Bindung, praktische Funktionalität und Inspiration den wirtschaftlichen Erfolg Ihrer Fläche direkt beeinflussen.

Die meisten Händler steuern noch immer nach der Kennzahl: „Umsatz pro Quadratmeter“. Diese eindimensionale Metrik ist laut Dr. Johannes Berentzen, Geschäftsführer der **BBE Handelsberatung**, im heutigen Wettbewerb irreführend. „Sie ignoriert die wahren Erfolgsfaktoren Markenerlebnis, Kundenbindung und die intelligente Verknüpfung aller Kanäle.“ Wer nur auf den reinen Abverkauf optimiere, steuere sehenden Auges in die Irrelevanz. Die neue Erfolgsgröße heißt laut Berentzen Erlebnis pro Quadratmeter. „Wir haben dieses Konzept in ein praxiserprobtes Kausalmodell überführt. Es macht erstmals messbar, wie die drei zentralen Erlebnisdimensionen – emotionale Bindung, praktische Funktionalität und Inspiration – den wirtschaftlichen Erfolg einer Fläche direkt beeinflussen.“

Lange Zeit war die Hauptaufgabe der Fläche klar: Bedarfsdeckung mit hoher Warenverfügbarkeit und starkem Warendruck. Kennzahlen wie Umsatz pro Quadratmeter oder Rohertrag pro Quadratmeter passten zu einem Verständnis von Fläche

als Verkaufsregal mit Kasse. Preiswettbewerb und Abverkauf standen im Vordergrund, der POS war primär ein Transaktionsort. Heute hat sich die Rolle grundlegend verschoben: Viele Sortimente sind jederzeit online bestellbar, Kunden kommen nicht mehr nur zur Bedarfsdeckung, sondern mit Erlebnisenerwartungen.

Berentzen: „Die Fläche muss Bedürfnisse wecken, Orientierung geben, Beratung und Service bieten, Marken erlebbar machen und digitale Kanäle ergänzen.“ Klassische Flächenkennzahlen blenden diese neuen Rollen weitgehend aus und liefern damit nur noch einen Teil der Wahrheit. Es braucht neue Ansätze und neue Kennzahlen, die ganzheitlicher wirken und bessere Entscheidungen ermöglichen.

Das BBE-Modell „Erlebnis pro Quadratmeter“ ersetzt klassische Steuerungsgrößen wie Umsatz pro Quadratmeter oder Rohertrag pro Quadratmeter nicht, sondern erweitert sie. Die betriebswirtschaftlichen Kennzahlen bleiben die Messfaktoren, die am Ende stimmen müssen.

Das Wirkungsmodell liefert die strategische Logik dahinter: Welche Rolle soll die Fläche für die Kunden erfüllen – und welche Erlebnistreiber müssen dafür gezielt entwickelt werden? Im Kennzahlensystem eines Händlers funktioniert E/qm damit als verbindende Ebene: Auf der einen Seite stehen Flächenrollen und Erlebnistreiber (z. B. Beratung, Inszenierung, Community-Angebote). Auf der anderen Seite stehen Ergebniskennzahlen wie Umsatz, Frequenz, Conversion, NPS oder Loyalität.

„Erlebnis pro Quadratmeter“ ist kein Zusatzprojekt für bessere Stimmung im Store, sondern ein Steuerungsansatz für Fläche, Prozesse und Investitionen. Entscheidend ist, vom Bild schöner Erlebnisflächen zur konkreten Priorisierung im eigenen Geschäftsmodell zu kommen.

Der pragmatische Einstieg erfolgt in drei Schritten: 1. Standort und Branche richtig einordnen, 2. das eigene Rollen- und Erlebnisprofil schärfen und anschließend 3. Maßnahmen, Budgets und Kennzahlen systematisch ausrichten. Berentzen: „Ziel ist nicht Perfektion im ersten Wurf, sondern ein klarer Rahmen, mit dem sich Lernkurven steuern lassen – über Formate, Standorte und Organisationsbereiche hinweg. Wer diese drei Schritte konsequent durchläuft, schafft die Basis für messbare Verbesserungen.“

Die klassische Formel „Umsatz pro Quadratmeter“ bewertet nur, was heute an der Kasse passiert. Sie blendet aus, welchen Beitrag ein Store zur Marke, zur Kundenbeziehung und zu digitalen Kanälen leistet. In der neuen Handelsformel bleiben Umsatz und Rohertrag pro Quadratmeter wichtig – werden aber ergänzt um Kennzahlen zu Verweildauer, Zufriedenheit, Loyalität, Omnichannel-Nutzung und Markenstärke. So wird sichtbar, welche Flächen heute unprofitable Kostenstellen sind und welche tatsächlichen Wert schaffen. Ein aktuelles Whitepaper der BBE gibt Händlern dafür in einem ersten Schritt die richtigen Werkzeuge an die Hand.

Kostenloser Download des BBE-Whitepapers:
www.bbe.de/de/aktuelles/fokusthemen/30/



Foto: Phawat Saivong © stock.adobe.com



SIGNAL IDUNA 
füreinander da

Die tarifvertragliche Altersversorgung im Einzelhandel.

Eine innovative Branchenlösung für Arbeitgeber und
Mitarbeitende.

Für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ist die Absicherung im Alter ein wichtiges Thema. Vor diesem Hintergrund haben die Arbeitgeberverbände im Einzelhandel Tarifverträge zur Altersvorsorge geschlossen.



Für weitere Informationen oder ein Beratungsgespräch
nutzen Sie den QR-Code.

Unser Kooperationspartner:

