

HANDEL DIREKT

ERFOLG BRAUCHT VERBÜNDETE • Die Zeitung für den Einzelhandel in Bayern

MÄRZ / APRIL 2022 | #2

Das neue Handel direkt

Mehr Seiten und mehr Informationen aus Bayern

Liebe Leserinnen, liebe Leser, mit dieser Ausgabe präsentiert sich Handel direkt, unsere Zeitung für den bayerischen Einzelhandel, in einem etwas veränderten Format. Wir haben den Umfang unseres redaktionellen Angebots deutlich erhöht. Handel direkt ist um ganze vier Seiten erweitert worden. Wir kommen damit dem Wunsch vieler Leser nach, die mehr Informationen und Themen aus Bayern haben wollen. Während andere Medien ihr Angebot zurückfahren und den Umfang reduzieren (müssen), um Kosten zu sparen, geht der HBE damit einen ganz anderen Weg: Mehr Seiten, mehr einzelhandelsrelevante Informationen, immer aktuell, übersichtlich und praxisnah. Die vier zusätzlichen Seiten sind ausschließlich für bayerische Themen reserviert. Ansonsten ändert sich nichts. HBE-Mitglieder erhalten Handel direkt wie bisher kostenlos per Post. Übrigens: Der HBE bietet Handel direkt natürlich auch weiterhin als **E-Paper** an! Mehr dazu lesen Sie auf der Seite 11. Doch egal, für welche Variation Sie sich entscheiden, ob als Printausgabe oder als E-Paper: Freuen Sie sich auf das neue Handel direkt. Die Redaktion wünscht Ihnen viel Spaß beim Lesen!

Corona-Regelungen

Das gilt aktuell in Bayern

Mit dem neuen Infektionsschutzgesetz sind bundesweit viele Corona-Auflagen weggefallen. Bayern hatte wegen rasant steigender Infektionszahlen auf die Bremse getreten und - ähnlich wie andere Bundesländer auch - von den Übergangsregeln Gebrauch gemacht. Bis zum 2. April gelten in Bayern die bisherigen 2G- und 3G-Zugangsregeln und auch die Maskenpflicht im Einzelhandel weiter. Achtung: Dies ist der Stand der Corona-Regeln in Bayern bei Redaktionsschluss! Die angepasste **Bayerische Infektionsschutzmaßnahmenverordnung** (gültig bis 2. April) war

bei Redaktionsschluss noch in Kraft. Ob und wie die Staatsregierung die Hotspot-Regelung im neuen Infektionsschutzgesetz nutzen wird, war zu diesem Zeitpunkt noch unklar. Für regionale Hotspots können die Länder schärfere Corona-Schutzmaßnahmen beschließen (z. B. Maskenpflicht im Einzelhandel). Bayern hatte kritisiert, dass die Hotspot-Regelung rechtlich nicht sicher umsetzbar und praktisch nicht nutzbar sei. Wahrscheinlich überschneidet sich das Erscheinen dieser Ausgabe von Handel direkt mit möglicherweise neuen Corona-Rege-



Foto: © bluedesign - stock.adobe.com

lungen in Bayern. HBE-Mitglieder sollten sich daher an ihre **Geschäftsstelle** wenden. Aktuelle Infos erhalten Sie auch auf der **Corona-Sonderseite** unter www.hv-bayern.de.

Beschäftigung ukrainischer Mitarbeiter und Flüchtlinge

Wichtige Infos für Arbeitgeber

Flüchtlinge aus der Ukraine sollen in der EU unbürokratisch aufgenommen werden. Mindeststandards wie z. B. der Zugang zu Sozialhilfe und eine Arbeitserlaubnis werden ihnen garantiert. Diese Regelung gilt zunächst für ein Jahr. In Zusammenarbeit mit der bekannten Initiative **„Händler helfen Händlern“** bietet das Portal **„Job Aid Ukraine“** Stellen für Geflüchtete. Das zweisprachige Portal (Englisch und Ukrainisch) richtet sich direkt an Flüchtlinge aus der Ukraine. Unternehmen können Stellenanzeigen

schalten und Geflüchtete nach einer passenden Stelle suchen. Zu Aufenthaltsrechtlichen, arbeitsrechtlichen und sozialversicherungsrechtlichen Fragen hat die Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände unter www.arbeitgeber.de einen FAQ-Leitfaden erstellt. Dieser richtet sich auch an Unternehmen, die in der Ukraine noch Standorte mit Beschäftigten haben. Weitere Informationen zur Beschäftigung ukrainischer Mitarbeiter und Flüchtlinge erhalten Sie auch in den **HBE-Bezirksgeschäftsstellen**.

Praxiswissen

Mitglied werden und von unseren Leistungen profitieren

www.hv-bayern.de/leistungen/praxiswissen

HERAUSGEBER

Handelsverband Bayern e.V.
Redaktion/V.i.S.d.P: Bernd Ohlmann –
©HBE, Erscheinungsweise: 2-mtl.,
Postfach 201342, 80013 München,
Tel. 089 55118-115, www.hv-bayern.de

HBE BEZIRKE

■ Oberbayern | München |
Tel. 089 55118-0 | Fax 089 55118-163 |
info@hv-bayern.de
■ Oberpfalz/Niederbayern | Regensburg |
Tel. 0941 60409-0 | Fax 0941 60409-99 |
oberpfalz-niederbayern@hv-bayern.de

■ Oberfranken | Bayreuth |
Tel. 0921 72630-0 | Fax 0921 72630-30 |
oberfranken@hv-bayern.de
■ Mittelfranken | Nürnberg |
Tel. 0911 24433-0 | Fax 0911 24433-55 |
mittelfranken@hv-bayern.de

■ Unterfranken | Würzburg |
Tel. 0931 35546-0 | Fax 0931 17127 |
unterfranken@hv-bayern.de
■ Schwaben | Augsburg |
Tel. 0821 34670-0 | Fax 0821 36435 |
schwaben@hv-bayern.de

Kampagne des Handels

Mehr als eine Million Corona-Impfungen



Im Rahmen der gemeinsamen Impfkampagne des Handels und der Handelsimmobilienwirtschaft wurden bundesweit bislang mehr als eine Million Impfdosen verimpft. „Leben statt Lockdown“ ist damit die größte privatwirtschaftliche Impfkampagne Deutschlands. „Eine Million Impfungen im Handel sind ein beeindruckender Zwischenstand. Die niedrigschwelligen Impfangebote des Handels wurden in den vergangenen Monaten sehr gut angenommen und werden auch in den kommenden Monaten zur Verfügung stehen. Gemeinsam können wir aktiv zur Eindämmung und Überwindung der Pandemie beitragen“, so HDE-Hauptgeschäftsführer Stefan Genth. Seit dem Sommer 2021 leistet die Impfkampagne des Handels mit niedrigschwelligen Impfangeboten, Plakaten und Flyern in Geschäften und vielen Einkaufszentren einen großen Beitrag zur Eindämmung der Pandemie in Deutschland. Auch in den nächsten Monaten werden sich der Handel und die Handelsimmobilienwirtschaft gemeinsam für die weitere Steigerung der Impfbereitschaft einsetzen und Erst-, Zweit- sowie Booster-Impfungen vor Ort anbieten. Siehe auch Seite 6.

**Handel
direkt gibt's
auch als
E-Paper!**

www.hv-bayern.de/handeldirekt

Kurzarbeitergeld

Sonderregelungen verlängert



Foto: © Stockfotos-MG - stock.adobe.com

Der vereinfachte Zugang zur Kurzarbeit ist bis Ende Juni 2022 verlängert worden. Durch das Kurzarbeitergeldverlängerungsgesetz bleiben die Voraussetzungen für den Zugang zum Kurzarbeitergeld damit bis zum 30. Juni 2022 herabgesetzt. Auf den Aufbau von Minusstunden wird verzichtet. Einkommen aus während der Kurzarbeit aufgenommenen Minijobs wird nicht auf das Kurzarbeitergeld angerechnet. Ab dem 4. bzw. 7. Bezugsmonat gelten erhöhte Leistungssätze. Die maximale Bezugsdauer für das Kurzarbeitergeld wird befristet bis zum 30. Juni 2022 von 24 auf 28 Monate verlängert. Weitere Informationen zu den Sonderregelungen zum Kurzarbeitergeld erhalten Sie in unserem [HBE-Praxiswissen](#) (Download für Mitglieder unter www.hv-bayern.de).

Serviceverpackungen

Registrierungspflicht ab Juli

Die Novellierung des Verpackungsgesetzes bringt neue Pflichten für den Handel. Bis zum 30. Juni 2022 müssen sich auch Händler beim Verpackungsregister [LUCID](#) registrieren, die (durch den Lieferanten) vorlizenzierte Serviceverpackungen in Verkehr bringen. Die Registrierung im Register „LUCID“ ist kostenlos, muss jedoch selbst höchstpersönlich durch das Unternehmen erfolgen. Andernfalls unterliegt die Ware einem Vertriebsverbot innerhalb Deutschlands. Beauftragungen von Dritten sind nicht erlaubt. Das Register ist öffentlich einsehbar. Dort sind neben den Stammdaten usw. Meldungen zu den in Verkehr gebrachten Verpackungsmengen abzugeben. Bislang konnten gerade kleinere Händler eine eigene Registrierung und Lizenzierung vermeiden, wenn ausschließlich vorlizenzierte Verpackungen verwendet wurden. Ab dem 1. Juli 2022 ist jedoch auch für diese Händler eine [kostenlose Registrierung](#) für sogenann-

Was Arbeitgeber wissen müssen

Turnusmäßige Betriebsratswahlen 2022



Foto: © Robert Kneschke - stock.adobe.com

Anfang März haben in ganz Deutschland die turnusmäßigen Betriebsratswahlen begonnen. Noch bis zum 31. Mai können Beschäftigte ihre Stimme abgeben und damit ihre Betriebsräte wählen. Was müssen Arbeitgeber unbedingt beachten? In Betrieben mit in der Regel mindestens fünf ständig wahlberechtigten Arbeitnehmern, von denen drei wählbar sind, können Betriebsräte gewählt werden. Wer alles zu den wahlberechtigten oder wählbaren Arbeitnehmern gehört, wie Sie Fehler bei der Betriebsratswahl vermeiden und was für Gestaltungsmöglichkeiten der Arbeitgeber hat, erfahren Sie in unserem [HBE-Praxiswissen](#) „[Betriebsratswahlen](#)“, das für HBE-Mitglieder auf unserer [Homepage](#) zum Download bereit steht.



Foto: © Soho A Studio - stock.adobe.com

te Serviceverpackungen erforderlich. Dies sind Verpackungen, die erst bei der Abgabe an den Kunden mit Ware befüllt werden (z. B. Brötchentüten, Tragetaschen, To-go-Artikel). Die Vorlizenzierung von Serviceverpackungen kann jedoch weiterhin an den Lieferanten übertragen werden. Weitere Informationen dazu finden Sie in unserem aktualisierten [HBE-Praxiswissen](#) (Download für Mitglieder unter www.hv-bayern.de). Ihr HBE-Ansprechpartner: Martin Wallner, E-Mail: wallner@hv-bayern.de, Tel.: 089 55118-140.

HBE-Handbuch für den stationären Handel

Mehr Kunden, mehr Umsatz



Foto: © Robert Kneschke - stock.adobe.com

Viele stationäre Händler stehen massiv unter Druck. Die Corona-Krise hat die Lage weiter verschärft. Wie kann sich der stationäre Handel nach der Krise am Markt behaupten? Wie gelingt die erfolgreiche Kundenansprache? Antworten gibt das [HBE-Handbuch für den stationären Handel](#).

Der stationäre Handel steht vor großen Herausforderungen: Das veränderte Konsumverhalten, der demografische Wandel und die Ansprüche des Kunden an Angebot, Service und Bequemlichkeit machen eine Überprüfung bisheriger Konzepte und Strategien erforderlich. HBE-Präsident Ernst Läger: „Dieser Strukturwandel wird zudem massiv durch den Online-Handel getrieben. Der Internethandel und das Mobile-Shopping verändern das Geschäftsmodell des Handels tiefgreifend und nachhaltig.“ Der Boom des E-Commerce kostet den stationären Handel Kundenschaft, Frequenz und Umsatz.

Wie andere Branchen auch, sieht sich der Handel durch die Digitalisierung vor völlig neue Herausforderungen gestellt. Läger: „Für den stationären Handel kann E-Commerce sowohl ein Risiko als auch eine Chance darstellen.“ Durch die wachsende Anzahl an digitalen Angeboten und die damit einhergehenden Vorteile für den Kunden verschärfe sich die Wettbewerbssituation für den stationären Einzelhandel.

Kunden möchten sich vor dem Kauf jederzeit, überall und über alle Kanäle informieren können. Dies geschieht im Geschäft durch die Beratung vor Ort, mit Laptop, PC, Tablet und Smartphone online auf Webseiten, Vergleichsportalen und in sozialen Netzwerken genauso wie analog über Printmedien. Dabei reicht es laut Läger nicht mehr, nur einen Kanal als Händler zu bedienen, sondern alle Kanäle sollten genutzt und (gleichzeitig) bedient werden. So bestehen für den Kunden u.a. die Möglichkeiten des Multi- bzw. Cross-Channeling. Er kann beim sogenannten Multi-Channeling beim Kauf zwischen mehreren Vertriebskanälen wählen, z.B. zwischen Online-Shop, Katalog oder stationärem Geschäft. Beim Cross-Channeling kann der Kunde während des Einkaufs zwischen den Kanälen wechseln, z.B. das Produkt online bestellen und stationär im Geschäft abholen (Click and Collect).

Der durch die Digitalisierung und die Corona-Krise unter wachsenden Druck geratene Handel muss seine Prozesse und Konzepte optimieren und professionalisieren. „Nur so kann der stationäre Handel in diesem gestiegenen Wettbewerb mit dem Online-Handel dauerhaft bestehen“, so Läger. Das „Handbuch für den stationären Handel“, das vor der Corona-Pandemie in Auftrag gegeben wurde und jetzt umso wichtiger ist, soll Händlern Anregungen für die tägliche Arbeit bieten. Kundenorientierung, Ladengestaltung und Online-Präsenz stehen im Mittelpunkt. Präsentiert werden die aktuellen Trends im Handel, praktische Hinweise zur erfolgreichen Kundenorientierung, Beispiele für eine attraktive Ladengestaltung und Anleitungen für die verbesserte digitale Sichtbarkeit. Checklisten zu allen Themenbereichen helfen bei der konkreten Umsetzung. Für HBE-Mitglieder steht das Handbuch für den stationären Handel unter www.hv-bayern.de zum kostenlosen Download bereit.

Kaufleute im E-Commerce

Neuer Ausbildungsberuf wird immer beliebter

Durch die Digitalisierung im Einzelhandel ist das Interesse an einer Ausbildung zum [Kaufmann/Kauffrau im E-Commerce](#) groß. Laut dem Bundesinstitut für Berufsbildung hat der Ausbildungsberuf bei den Neuvertragsabschlüssen am stärksten zugelegt. In dem neuen Beruf werden seit dem 1. August 2018 Auszubildende für eine Karriere im Online-Handel qualifiziert. Durch die seit Dezember 2019 existieren-

de Fortbildung [Fachwirt/Fachwirtin im E-Commerce](#) wird jungen Leuten zudem eine interessante Zukunftsperspektive angeboten und der Einstieg z.B. in die mittlere Managementebene ermöglicht. Weitere Informationen finden Sie auch in unserem HBE-Praxiswissen „[Kaufmann/Kauffrau im E-Commerce](#)“. Ihre HBE-Ansprechpartnerin: Simone Streller, E-Mail: streller@hv-bayern.de, Tel.: 089 55118-112.

Freier Samstag

Infos für Arbeitgeber

Der Samstag ist ein ganz normaler Werktag, deshalb ist Samstagsarbeit gesetzlich erlaubt. Der Anspruch auf Freistellung steht allen Arbeitnehmern zu. Dies gilt unabhängig von der Dauer (Vollzeit-, Teilzeit- und geringfügig Beschäftigte) sowie der Lage der Arbeitszeit. Aber: Der Beschäftigte kann zwar vom Arbeitgeber verlangen, dass dieser ihn an einem Samstag pro Kalendermonat von der Arbeit freistellt. Die Wahl, welcher Samstag sein freier Samstag ist, trifft jedoch der Arbeitgeber. Weitere Informationen zum Thema „Freier Samstag“ finden Sie in unserem [HBE-Praxiswissen](#).

Neue Arbeitsschutzverordnung

Basisschutz ist weiterhin notwendig



Mit dem Inkrafttreten (20. März) der neuen SARS-CoV-2-Arbeitsschutzverordnung sind die pauschale Testangebotspflicht (2x wöchentlich) ebenso wie die generelle Maskenpflicht entfallen. Der Arbeitgeber kann nun z.B. selbst darüber entscheiden, ob ein Testangebot für seine Beschäftigten eine sinnvolle Schutzmaßnahme ist. Laut der neuen Verordnung müssen Arbeitgeber aber mit einer sogenannten Gefährdungsbeurteilung prüfen, ob Basisschutzmaßnahmen in betrieblichen Hygienekonzepten noch erforderlich sind (Atemschutzmasken oder Corona-Testangebote). Dabei sind das örtliche Infektionsgeschehen und tätigkeitsspezifische Infektionsgefahren (z.B. räumliche Begebenheiten) zu berücksichtigen. Die Arbeitgeber müssen zudem weiterhin über die Risiken einer COVID-19-Erkrankung und die Impfmöglichkeiten informieren und letztere während der Arbeitszeit ermöglichen. Bei Fragen wenden Sie sich bitte an unsere [HBE-Juristen](#). Die Änderungen der neuen Corona-ArbSchV gelten bis einschließlich 25. Mai 2022.

Fotowettbewerb „Fokus Handel“

Tolle Preise für kreative Schnappschüsse



Die Innenstadt, der Laden um die Ecke oder digitale Einkaufswelten: Der Einzelhandel hat viele Facetten. Der HDE ruft mit einem Fotowettbewerb dazu auf, die Branche in den Blick zu nehmen. Gesucht sind kreative Schnappschüsse und einzigartige Fotos. HBE-Hauptgeschäftsführer Wolfgang Puff: „Zeigen Sie uns, wie Sie den Handel sehen. Zücken Sie die Kamera und halten Sie den Handel in einem Bild fest.“ Eine Expertenjury aus Handel und Fotografie zeichnet die spannendsten, besten, außergewöhnlichsten Motive aus. Machen Sie jetzt mit bei dem HDE-Fotowettbewerb „Fokus Handel“! Einsendeschluss ist der 15. August 2022. Mitmachen können fotobegeisterte Händler und Kunden sowie Fotoprofis. Auf die Sieger warten Preise im Gesamtwert von 5.000 Euro. Infos unter www.einzelhandel.de/fokus.

Fehlzeiten eines Mitarbeiters

Anspruch auf Bezahlung?

Arztbesuch, Beerdigung, Betreuung eines erkrankten Kindes, Eheschließung, Pflegezeit oder Umzug: Es gibt viele Anlässe, aufgrund derer Beschäftigte an ihrem Arbeitsplatz fehlen. In welchen Fällen hat der Mitarbeiter einen Anspruch darauf, nicht am Arbeitsplatz zu sein? Muss der Arbeitgeber Entgelt trotz Abwesenheit des Mitarbeiters zahlen? In unserem HBE-Praxiswissen „Fehlzeiten - Anspruch auf Bezahlung“ erhalten Arbeitgeber zu jeder Ursache für eine Fehlzeit des Mitarbeiters alle wichtigen Informationen. Das Praxiswissen finden sie auf unserer HBE-Homepage unter www.hv-bayern.de. Wichtig: Kommen Tarifverträge nicht zur Anwendung, gelten nur die gesetzlichen Vorschriften! Bei Fragen wenden Sie sich bitte an unsere [Juristen](#) in den [HBE-Bezirksgeschäftsstellen](#).

Abmahnung erhalten

Wie sollten Händler reagieren?

Abmahnungen nach dem Lauterkeitsrecht (Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb – UWG) treffen irgendwann jeden Einzelhändler. Sie können mit erheblichen wirtschaftlichen Belastungen und praktischem Aufwand für den Betroffenen verbunden sein. Dabei werden die Händler nicht selten in eine existenzbedrohende Situation gebracht. Dem hat der Gesetzgeber mit dem „Gesetz zur Stärkung des fairen Wettbewerbs“ Rechnung getragen. Es soll in erster Linie der Eindämmung des Abmahnmissbrauchs dienen. Der Gesetzgeber hat mit diesem Gesetz insbesondere den sog. „fliegenden Gerichtsstand“ für den gesamten Online-Handel abgeschafft und zum anderen die Anreize reduziert, Bagatelverstöße abzu-

mahnen, wodurch insbesondere kleine und mittlere Unternehmen vor unseriösen Anwaltskanzleien geschützt werden sollen. Die private Rechtsdurchsetzung soll durch diese gesetzlichen Änderungen jedoch nicht grundsätzlich in Frage gestellt werden. Einzelhändler werden auch in Zukunft rechtskonformes Marktverhalten gewährleisten müssen, da andernfalls weiterhin Abmahnungen drohen und auch nur so ein fairer Wettbewerb sicherzustellen ist. Unser HBE-Praxiswissen „[Abmahnung - was nun?](#)“ soll kleineren und mittleren Händlern helfen und ihnen eine Orientierungshilfe bieten. Es erhebt dabei nicht den Anspruch der Vollständigkeit und ersetzt nicht den Rat unserer [HBE-Juristen](#).

Corona-Wirtschaftshilfen

Verlängerung bis Ende Juni 2022

Um die Corona-Folgen abzufedern, sind die Überbrückungshilfen für Firmen verlängert worden. Die Fixkosten betroffener Unternehmen werden zu unveränderten Bedingungen bis Ende Juni 2022 erstattet. Dies betrifft sowohl die [Überbrückungshilfe IV](#) als auch die [Neustarthilfe](#). Unternehmen erhalten über die Überbrückungshilfe IV weiterhin eine anteilige Erstattung von Fixkosten. Zusätzlich zur Fixkostenerstattung erhalten Unternehmen, die im Rahmen der Corona-Pandemie besonders schwer betroffen sind, einen Eigenkapitalzuschuss. Nach Anpassung des Programms kann die Antragstellung online über die bekannte Plattform (www.ueberbrueckungshilfe-unternehmen.de) erfolgen. Ihr HBE-Ansprech-



Foto © ImagEbine - stock.adobe.com

partner: Martin Wallner, E-Mail: wallner@hv-bayern.de, Tel.: 089 55118-140.

Muss der Arbeitgeber Abfindungen zahlen?

Kündigung von Mitarbeitern

Im deutschen Arbeitsrecht besteht grundsätzlich kein Anspruch des Arbeitnehmers auf Zahlung einer Abfindung. Wehrt sich der Arbeitnehmer gerichtlich gegen eine Kündigung, kann er nur gegen deren Wirksamkeit und somit die Beendigung des Arbeitsverhältnisses vorgehen. Grund dafür, dass es im Rahmen arbeitsgerichtlicher Kündigungsschutzverfahren dennoch oftmals zu Abfindungszahlungen kommt, sind die hohen Hürden für eine wirksame Kündigung und die hieraus für den Arbeitgeber resultierenden Prozessrisiken. Zur Zahlung einer Abfindung kommt es in diesen Fällen grundsätzlich dann, wenn ein zum Zwecke einer einvernehmlichen

Erledigung geschlossener Vergleich dies vorsieht. Ein gesetzlicher Anspruch besteht lediglich nach § 1 a KSchG unter bestimmten Voraussetzungen bei betriebsbedingter Kündigung. Die Höhe der Abfindung beträgt 0,5 Monatsverdienste für jedes Jahr des Bestehens des Arbeitsverhältnisses. Bei der Ermittlung der Dauer des Arbeitsverhältnisses ist ein Zeitraum von mehr als sechs Monaten bereits auf ein volles Jahr aufzurunden. Andere Abfindungsvereinbarungen sind trotzdem möglich. Der Arbeitgeber ist nicht gehindert, stattdessen einen beliebigen Betrag als Abfindung in Aussicht zu stellen, falls keine Klage gegen die ausgesprochene Kündigung erhoben wird.

Generationenfreundliches Einkaufen

Besondere Qualität und Kundenfreundlichkeit

Der HBE zeichnet seit 2010 Unternehmen mit dem Qualitätszeichen „Generationenfreundliches Einkaufen“ aus. Das Zertifikat wird an Geschäfte verliehen, bei denen der Einkauf für Menschen aller Altersgruppen, Familien, Singles und für Menschen mit Handicap komfortabel, angenehm und barrierearm ist. HBE-Präsident Ernst Läger: „Generationenfreundlichkeit sollte ein Markenzeichen unserer Gesellschaft, aber ausdrücklich auch unserer Wirtschaft werden. Ziel ist es, mit dem Zeichen ein Signal zu setzen. Möglichst viele Einzelhändler sollten sich auf diesem Gebiet fit machen.“ Kunden schätzen es sehr, wenn sie im Einzelhandel komfortabel einkaufen können. Das Qualitätszeichen bestätigt geprüften Einzelhandelsgeschäften diese Leistung und den damit verbundenen Service. Läger: „Das Zertifikat ist eine besondere Anerkennung für die herausragende Qualität und Kundenfreundlichkeit eines Einzelhandelsunternehmens.“

Trägt ein Geschäft das Qualitätszeichen, dann kann sich der Kunde darauf verlassen, dass er dort sicher und bequem einkaufen kann, dass der Zugang zum Geschäft barrierearm ist, dass das Geschäft gut ausgeleuchtet ist, dass mögliche Gefahrenstellen ausreichend markiert sind, dass er rutschfeste Böden vorfindet, dass die Gänge breit und nicht verstellt sind, dass die Preise und alle Auszeichnungen gut lesbar sind, dass Beratung und Ausschilderung von hinreichender Qualität sind, dass er dort eine Sitzgelegenheit zum Ausruhen vorfindet.

Wer Vorbildhaftes für den Verbraucher leistet, soll dies auch öffentlich dokumentieren können. Dies verschafft ihm einen Wettbewerbsvorsprung, mit dem er sich im Markt positionieren kann. Er kann mit höherer Kundenzufriedenheit, längerer Verweildauer und stärkerer Kundenbindung rechnen. In Bayern sind mittlerweile über 1.400 Geschäfte ausgezeichnet worden. Das Qualitätszeichen wird nur für drei Jahre verliehen. Danach ist eine erneute Prüfung erforderlich. Tester prüfen vor Ort verschiedene Kriterien ab, darunter auch sogenannte K.o.-Kriterien, die in jedem Fall positiv beschieden werden müssen. Zusätzlich müssen mindestens 70 Prozent aller prüfbaren Kriterien erfüllt sein, damit das Zertifikat von

einer neutralen Bewertungsstelle erteilt werden kann. Läger: „Ich kann an alle Händler nur appellieren: Nutzen Sie den Wettbewerbsvorteil als generationenfreundliches Geschäft. Tun Sie Gutes für Ihre Kunden und erschließen Sie gleichzeitig Umsatzpotenziale.“ Die Menschen werden immer älter. Damit wächst zwangsläufig auch die Zahl derer, die auf

Geh- und Sehhilfen angewiesen sind und die Sitzgelegenheiten und Ruhezeiten schätzen. Aber auch, wer nur vorübergehend auf Gehhilfen oder andere Hilfsmittel angewiesen oder wer mit Kinderwagen unterwegs ist, schätzt Geräumigkeit und Bequemlichkeit. Läger: „Guter Service ist eben für alle Generationen ein Plus. Lassen Sie sich zertifizieren. Bei erfolgreicher Zertifizierung erhalten Sie das Qualitätszeichen in Form eines Zertifikats und Aufklebers – ab dann sind Sie offiziell ge-

enerationenfreundlich!“ Mehr zum Qualitätszeichen unter www.generationenfreundliches-einkaufen.de und auf der HBE-Homepage (www.hv-bayern.de). Ihre HBE-Ansprechpartnerin: Simone Streller, E-Mail: streller@hv-bayern.de, Telefon: 089 55118-112.



Aktuelle Handels-Infos online

HBE-Newsletter bestellen!

www.hv-bayern.de

Sozialversicherungsbeiträge

Vereinfachte Stundung für Februar bis April 2022

Sozialversicherungsbeiträge für die Monate Februar bis April 2022 können längstens bis zum Fälligkeitstag für die Beiträge des Monats Mai 2022 im vereinfachten Verfahren gestundet werden. Es gelten die gleichen Stundungsvoraussetzungen wie im vergangenen Jahr. Wichtig: Der Antrag auf Stundung der Beiträge muss unbedingt mit einem einheitlich gestalteten [Antragsformular](#) gestellt werden. Den entsprechenden Musterantrag sowie weitere Informationen zu den Voraussetzungen für das vereinfachte Stundungsverfahren finden Sie unter www.gkv-spitzenverband.de.

Das müssen Sie wissen

Neue GEMA-Tarife für 2022



Nachzahlungen, geänderte Lizenzverträge oder ungerechtfertigte Gebührenforderungen: Immer wieder berichten Händler über Ärger mit der GEMA. Falls Sie Probleme z. B. mit der Berechnung Ihres Tarifs haben, wenden Sie sich bitte an den [HBE](#). Zur Info: Die einzelhandelsrelevanten GEMA-Tarife sind ab dem 1. Januar 2022 um 2,5 Prozent teurer geworden. Die Tarife für Hintergrundmusik erhöhen sich zusätzlich aufgrund der vereinbarten, auf mehrere Jahre verteilten Anpassungen. Das neue GEMA-Handbuch 2022 enthält u. a. alle wichtigen Tarife sowie Hinweise zur Anwendung im Handel und zur urheberrechtlichen Vergütung. Bei Interesse an der digitalen Version des GEMA-Handbuchs oder an einer Musterrechnung wenden Sie sich bitte an ihre HBE-Ansprechpartnerin Claudia Chondros, E-Mail: chondros@hv-bayern.de, Tel.: 089 55118-115.

■ Rosenheim

Digital noch besser sichtbar werden



Die Digitalisierung ist eine große Chance für den stationären Handel.

Noch bis zum Sommer bietet die Stadt Rosenheim zusammen mit dem Bayerischen Wirtschaftsministerium und unter anderem auch dem HBE eine digitale Know-how-Offensive für Einzelhändler, Gastronomen und Dienstleister an. Um die digitale Sichtbarkeit der Unternehmen zu erhöhen, werden bis zum 22. Juni verschiedene Vorträge und Workshops angeboten (online und in Präsenz). Über Google Business, SEO, Unternehmenswebseiten, Social Media, Instagram & Youtube bis hin zu individuellen Werkstattterminen können sich Rosenheimer Einzelhändler, Gastronomen und Dienstleister in die digitale Welt einarbeiten. Das Angebot ist kostenfrei. HBE-Ortsvorsitzende Maria Reiter: „Für uns Einzelhändler ist das Projekt ein Schritt in Richtung Zukunft, den wir zu diesem Zeitpunkt mehr als dringend gehen müssen.“ Digitale Technologien seien wichtig, damit die Verkaufskanäle „Stationär“ und „Online“ weiter zusammenwachsen.

■ Altenthann

Rund um die Uhr einkaufen

In der oberpfälzischen Gemeinde Altenthann im Landkreis Regensburg wird voraussichtlich in diesem Sommer der erste digitale Supermarkt Bayerns öffnen. Während viele Dorfläden auf dem Land schließen, soll dieser Supermarkt die Grundversorgung der knapp 1.600-Einwohner-Gemeinde sichern und verbessern. Dank künstlicher Intelligenz wird das Einkaufen 24 Stunden täglich an sechs Tagen in der Woche das ganze Jahr hindurch möglich sein. Um in einem Supermarkt einzukaufen, müssen die Altenthanner derzeit noch nach Bernhardswald und Rossbach fahren. Die Strecke beträgt 5 bzw. 9 Kilometer.

Das digitale Geschäftsmodell ist darauf ausgelegt, dass das System eigenständig nachordert, sobald sich die Regale leeren. Diese werden dann von Personal alle paar Tage mit der neu eingetroffenen Ware aufgefüllt. Der Zutritt erfolgt über eine kostenlose Kundenkarte und eine Pin, die der Kunde selbst festlegt. Nach der Eingabe der Pin kommt man in den Supermarkt.

Dank künstlicher Intelligenz 24 Stunden täglich Lebensmittel einkaufen.

Nachdem der Einkaufszettel abgearbeitet ist, gelangt der Kunde in den Kassenbereich mit Selbst-Scan-Kassen. Der Kunde kann die Produkte selbst einscannen und mit seiner EC-Karte oder Kreditkarte bezahlen.

■ München

Shared-Mobility-Angebote

In Zukunft sollen in München Sharing-Angebote den Verzicht auf das eigene Auto erleichtern. Damit Carsharing erfolgreich ist, sollen stets genügend Autos verfügbar sein, die nicht weiter als maximal fünf Gehminuten entfernt parken und unkompliziert zu buchen sind. An den 200 geplanten „Mobilstationen“ sollen laut einem entsprechenden Stadtratsbeschluss Carsharing-Autos, Leihräder oder Elektroroller ge-

bündelt zur Verfügung stehen. Für die geteilten Autos sollen mindestens 1.600 Stellplätze entstehen. Die ersten Mobilstationen will die Verwaltung noch in diesem Jahr einrichten und eröffnen. Für die Anbieter von Sharing-Angeboten wird die Stadt ein neues Gebührenmodell schaffen. Die nun beschlossene Teilstrategie „Shared Mobility“ ist eine von 19 Teilstrategien der „**Mobilitätsstrategie 2035**“, dem Fahrplan für die Verkehrswende in München. HBE-Hauptgeschäftsführer Wolfgang Puff: „Wichtig ist, dass nicht nur die Bürger, sondern auch der Handel und das Gewerbe bei der Etablierung und Umsetzung dieser Maßnahmen sowie bei deren Evaluierung rechtzeitig aktiv eingebunden werden.“

■ Weisendorf

Zwingel organisiert erfolgreiche Impfkaktion

Impfungen gegen das Corona-Virus unterbrechen Infektionsketten und schützen vor einem schweren Verlauf der Erkrankung. Doch solange große Teile der Bevölkerung nicht geimpft sind, bleiben die Infektionszahlen hoch. Aus diesem Grund hatte HBE-Vizepräsident Matthias Zwingel in seinem Rewe-Markt in Weisendorf (Landkreis Erlangen-Höchstädt) eine Sonderimpfkaktion organisiert. Zwingel: „Die Kunden waren sehr dankbar für das Impfangebot. Sehr viele Menschen haben sich erfreulicherweise auch das erste Mal impfen lassen.“ Insgesamt krempelten knapp 300 Menschen während der rund fünfstündigen Aktion die Ärmel hoch, um sich impfen zu lassen. Zwingel: „Mit solchen Aktionen leistet der Handel einen großen Beitrag im Kampf gegen die Corona-Pandemie.“



Warten vor dem Rewe-Markt in Weisendorf: HBE-Präsident Matthias Zwingel hatte eine Impfkaktion in seinem Geschäft organisiert und der Andrang war groß.

■ München

Neues Ausbildungsformat

Die Ausbildung von Jugendlichen stabilisieren und langfristig den Fachkräftenachwuchs für Unternehmen sichern: Das sind die Ziele des Kombimodells für den Handel. Das neue Ausbildungsformat ist im vergangenen September gemeinsam von der IHK für München und Oberbayern und dem HBE gestartet worden. Das Kombimodell vertieft mit einem zusätzlichen Berufsschultag die duale Berufsausbildung. Damit bleibt den Azubis mehr Zeit zum Lernen von

berufsspezifischem Grundwissen. Corinna Trier, Leiterin Kompetenzzentrum Rewe Süd und Vorsitzende des Bildungspolitischen Ausschusses des HBE: „Das Kombimodell kann helfen, dass junge Menschen alle Potenziale nutzen und sich zu einer Fachkraft entwickeln.“ Nach dem erfolgreichen Start wird es im Schuljahr 2022/2023 eine weitere Kombimodell-Klasse an der Städtischen Berufsschule für den Einzelhandel München Mitte geben.

■ München

Marktplatz Innenstadt



Auch in der Münchner Fußgängerzone merken Einzelhandel und Gastronomie, dass coronabedingt weniger Kunden und Besucher unterwegs sind.

Die Pandemie hat deutliche Spuren hinterlassen. Auch in Bayern sind die Besucher- und Kundenfrequenzen immer noch nicht auf dem Niveau von vor der Corona-Krise und viele Innenstädte immer noch auf dem Weg zurück zur Normalität. Die Münchner Innenstadt mit ihren 1a-Toplagen macht da keine Ausnahme. Der expansiv wachsende Online-Handel oder z.B. auch die Neuausrichtung im touristischen Bereich erfordern innovative Methoden, um Stadtzentren multifunktional weiterzuentwickeln. Gefragt sind hier alle innerstädtischen Akteure: Einzelhandel, Gastronomie, Hotellerie, Immobilienbesitzer, Stadtverwaltung und Politik sowie nicht zuletzt auch die Bürgerschaft. Auf der Zukunftskonferenz „Marktplatz Innenstadt“ diskutierten auf Einladung des Referates für Arbeit und Wirtschaft Vertreter verschiedener Branchen über Maßnahmen und Rahmenbedingungen, die speziell die Münchner Innenstadt braucht. Erwartungen, Herausforderungen und Lösungsansätze wurden erwartungsgemäß unterschiedlich beurteilt. Nahezu einig waren sich alle Teilnehmer der Konferenz, dass sich der Einzelhan-

del in einem enormen und dauerhaften Umbruch befindet. Der demografische Wandel, ein immer stärker boomender Online-Handel, die Ausdünnung der Nahversorgung, neue Trends im Einkaufsverhalten und nicht zuletzt die Corona-Pandemie bewirken eine Erosion des inhabergeführten und stationären Einzelhandels. Eine attraktive und lebendige Innenstadt ist das Aushängeschild der Landeshauptstadt München. Damit dies auch in Zukunft so bleibt, sind Politik und Wirtschaft gleichermaßen gefordert.

■ Würzburg

Neuer lokaler Online-Marktplatz

In Zusammenarbeit mit der Stadt hat Ebay Deutschland einen lokalen Online-Marktplatz für Würzburg eingerichtet. Unter ebay-deine-stadt.de/wuerzburg finden Käufer die Angebote von mehr als 200 gewerblichen Händlern aus Würzburg – viele von ihnen mit stationärem Geschäft. So können die Würzburger den lokalen Einzelhandel online gezielt unterstützen – auch dann, wenn sie gerade selbst nicht im jeweiligen Ladengeschäft einkaufen können oder wollen. Kunden, die örtliche Geschäfte online unterstützen möchten, finden dort eine breite Auswahl an Produkten. „Wir haben intensiv und eng mit der Stadt Würzburg und dem [HBE-Bezirk Unterfranken](#) zusammengearbeitet und wir freuen uns sehr über den schnellen Start von Würzburg bei Ebay“, so Oliver Klink, Geschäftsführer von Ebay Deutschland. Mit dem neuen lokalen Online-Marktplatz ist Würzburg Teil eines deutschlandweiten Projekts zur Stärkung des lokalen Handels. Die Initiative „Ebay Deine Stadt“ ermöglicht es allen interessierten Städten und Kommunen, lokale Online-Marktplätze einzurichten. Neben Würzburg ist z.B. auch [Bamberg](#) erfolgreich mit dem Modellprojekt gestartet.

■ Erlangen

Corona und die Folgen für den Handel



Gespräch (v.l.): Innenminister Joachim Herrmann, Gerhard Fritz (stellvertr. HBE-Ortsvorsitzender), Thomas Bühler (HBE-Ortsvorsitzender) und Walter Nussel, MdL.

Verschiedene einzelhandelsrelevante Themen standen im Mittelpunkt eines Gesprächs des Erlanger HBE-Ortsvorsitzenden Thomas Bühler und dessen Stellvertreter Gerhard Fritz mit Innenminister Joachim Herrmann. An dem Treffen nahm auch der örtliche Landtagsabgeordnete Walter Nussel (CSU) teil. Bühler und Fritz machten dabei deutlich, dass die Corona-Pandemie und die daraus resultierenden politischen Konsequenzen für großen Unmut im Handel gesorgt haben. Bühler: „Viele Entscheidungen in Berlin und in München haben uns und unsere Mitarbeiter deprimiert und wütend gemacht.“ Ein weiterer Schwerpunkt des Gesprächs war die Kommunalpolitik: z.B. Probleme mit der Stadtverwaltung bei verschiedenen Themen (Verkehr, Parken, Erreichbarkeit der Innenstadt). Außerdem forderten die HBE-Vertreter, die sogenannte Anlassbezogenheit bei der Genehmigung von verkaufsoffenen Sonntagen ersatzlos zu streichen. Bühler: „Ansonsten gibt's in Erlangen keinen verkaufsoffenen Sonntag mehr.“

REGIONAL

Wir sind
für Sie vor Ort!

■ Bayern

Stabwechsel bei der BBE Handelsberatung

Das HBE-Tochterunternehmen BBE Handelsberatung hat mit Wirkung zum 1. März 2022 Dr. Johannes Berentzen als neuen Geschäftsführer berufen.

Der promovierte Betriebswirt Johannes Berentzen blickt auf mehr als 12 Jahre Erfahrung in der Unternehmensberatung mit Fokus auf Einzelhandel und Konsumgüter zurück und soll den Wachstumskurs von Deutschlands größtem Consulting-Anbieter im Einzelhandel weiter vorantreiben. Besonderer Schwerpunkt wird neben der traditionell wichtigen Standort- und Branchenberatung künftig die Managementberatung werden.



„Ich gehe mit maximaler Motivation und Freude an diese spannende neue Aufgabe heran.“

Dr. Johannes Berentzen, Geschäftsführer der BBE Handelsberatung.

Berentzen freut sich auf seine neue Aufgabe. „Ich gehe mit maximaler Motivation und Freude an diese spannende neue Aufgabe heran. Die BBE verfügt mit den bundesweit 170 Handelsexperten über ein beispielloses Expertise-Netzwerk und enormes Potenzial. Hinzu kommt die interdisziplinäre Zusammenarbeit mit unseren Kollegen aus dem Unternehmensverbund, etwa den E-Commerce-Spezialisten von Elaboratum oder den Immobilien-

experten der IPH.“ Auf dieser einzigartigen Grundlage wolle man aufsetzen, die führende Marktstellung der BBE weiter ausbauen und passgenaue Beratungsleistungen für das Management von Mittelständlern wie Konzernen anbieten.

Nach seiner Promotion Summa cum laude am Handelslehrstuhl der Universität Münster sowie verschiedenen studienbegleitenden und freiberuflichen

und seit 2007 als Geschäftsführer der BBE Handelsberatung tätig ist, übernimmt die neu geschaffene Position der Geschäftsführung der BBE Holding und bündelt strategisch in dieser Funktion die Geschäfte des gesamten BBE Firmenverbunds aus BBE Handelsberatung, IPH Handelsimmobilien, Elaboratum und Cima. Stumpf: „Mit der einschlägigen Erfahrung von Johannes Berentzen wollen wir ge-

mäß dem Motto ‚Erfolgsgeschichten statt Überlebenskampf im Handel‘ gemeinsam mit Unternehmen nachhaltige Strategien und Perspektiven erarbeiten und das Leistungsangebot der BBE gezielt weiter ausbauen.“ Dies gilt laut Stumpf insbesondere für die entscheidende Transformation hin zu erfolgreichen Omnichannel-Plattformen.

chen Tätigkeiten hat Berentzen über 12 Jahre lang bei der renommierten Unternehmensberatung Dr. Wieselhuber & Partner gearbeitet. Zuletzt verantwortete er dort als Mitglied der Geschäftsleitung den Bereich Handel und Konsumgüter sowie das Kompetenzzentrum Marketing. Zudem ist er als Geschäftsführender Vorstand des Marketing Club München e.V. ehrenamtlich aktiv.

Joachim Stumpf, der seit 35 Jahren in leitender Posi-

men.

Das HBE-Tochterunternehmen BBE Handelsberatung mit Hauptsitz in München und Niederlassungen in Hamburg, Berlin, Köln, Leipzig und Erfurt berät seit mehr als 65 Jahren Handelsunternehmen aller Betriebsgrößen und Betriebsformen, Einkaufskooperationen, Verbundgruppen und die Konsumgüterindustrie sowie die Immobilienwirtschaft und Kommunen.

■ Bayern

KUNDEN SPENDEN FÜR EINEN GUTEN ZWECK

Die jährliche Rewe-Spendentüten Aktion „Gemeinsam Teller füllen“ war wieder ein voller Erfolg: Fast eine halbe Million Euro konnte allein an die Tafeln in Bayern gespendet werden.

Kunden der Rewe-Märkte und der Nahkauf-Märkte in Bayern haben sich wieder engagiert an der bundesweiten Spendenaktion „Gemeinsam Teller füllen“ von Rewe beteiligt und insgesamt 88.650 Tüten mit lang haltbaren Lebensmitteln à 5 Euro gekauft. Damit unterstützen sie die bayerischen Tafeln mit 442.854 Euro. Die Rewe Region Süd hat die Spende um Waren im Wert von 33.333 Euro aufgestockt. Folglich stellen die Kunden den lokalen Tafeln in Bayern Lebensmittel im Wert von insgesamt 476.187 Euro zur Verfügung. Bundesweit kamen bei der Rewe-Benefizaktion 1.770 Tonnen Lebensmittel im Wert von 2,8 Millionen Euro zusammen. Zusätzlich zur Warenspende gab es eine besondere Aktion: Die Rewe Region Süd spendete 1.810 Spielkaufkläden an die lokalen Tafeln, die diese an bedürftige Familien mit Kindern verteilen können. Zusätzlich beteiligten sich auch Rewe-Kaufleute, indem sie Kauf-



Spendenübergabe bei Rewe (v. l.) Bayram Altitas (Disponent CM Non Food), Ludwig-Maximilian Hoffmann (Projektmanager), Bernhard Saurenbach (Landesverband Tafel Bayern e.V.), Ursula Egger (Pressesprecherin), Thomas Börner (Lagerleiter Trockensortiment) und Christina Tomic (Bereichsleiterin CM Non Food).

kläden an Kindergärten vor Ort spendeten. Schon seit 1996 ist Rewe Partner der Tafel Deutschland und hat zusammen mit den Kunden deutschlandweit Lebensmittel im Wert von über 21 Millionen Euro gespendet und somit für ca. 4,3 Millionen Menschen Teller gefüllt.

■ Bayern

Digitale Champions: Auszeichnung für fünf bayerische Einzelhändler



Feierliche Preisverleihung: Wirtschaftsstaatssekretär Roland Weigert (Mitte vorne) und HBE-Hauptgeschäftsführer Wolfgang Puff (4.v.r.) mit den Digitalen Champions 2021. Fotos (2): © StMWi/E. Neureuther.

Verkaufskanäle offline und online sinnvoll verknüpfen – Das machen die Sieger des Wettbewerbs „Digitale Champions im bayerischen Einzelhandel“ vorbildlich. Unter den fünf Gewinnern sind drei HBE-Mitgliedsunternehmen.

Die „Digitalen Champions im bayerischen Einzelhandel 2021“ sind gekürt. Ausgezeichnet wurden im Auftrag des Bayerischen Wirtschaftsministeriums fünf kleine bzw. mittelständische Unternehmen aus verschiedenen Handelsbranchen. In jedem dieser Unternehmen sind vorbildliche Digitalisierungsprojekte umgesetzt worden, die anderen Händlern Orientierungshilfe geben können. Denn die Digitalisierung bietet viele neue Chancen in der Kundenansprache für den Einzelhandel.

Die Digitalen Champions wurden zum zweiten Mal vom Bayerischen Wirtschaftsministerium, Ibi Research und Datev gesucht. Eine unabhängige Fachjury kürte die Unternehmen, die digitale Displays, Virtual

Reality oder mobile Bezahlösungen in den Geschäftsalltag integrieren. Unter den Gewinnern sind mit dem E-Center Popp, Möbel Fischer und Sport Lang gleich drei HBE-Mitglieder. Der Edeka-Frischemarkt Popp aus Würzburg überzeugte die Jury mit einer Einkaufsapp auf Basis der sogenannten „Supersmart-Technologie“. Kunden scannen alle ge-

„Digitale Technologien bieten dem Einzelhandel viele neue Chancen, um sich am Markt zu behaupten.“

Wolfgang Puff, HBE-Hauptgeschäftsführer.

gesetzt. Tim Bauer, Leiter Marketing und IT: „Die Auszeichnung als Digitaler Champion hat unser gesamtes Team sehr gefreut. Sie bestätigt uns darin, dass wir auf dem richtigen Kurs sind und motiviert uns, weiter an unserer Digitalstrategie zu arbeiten.“ Sport Lang aus Vohenstrauß begeisterte das Expertengremium mit ihrem Telepräsenzroboter „Thors-

ten“. Kunden können das Sportgeschäft online von zu Hause aus besuchen, den Roboter durch den gesamten Laden steuern und sich beim Einkauf virtuell beraten lassen.

Wirtschaftsstaatssekretär Roland Weigert würdigte bei der offiziellen Preisverleihung in München die Gewinner. „Mit dem Preis wollen wir die innovativen digitalen Lösungsansätze mittelständischer Betriebe auszeichnen. Die Preisträger seien Vorreiter der Digitalisierung im bayerischen Handel. „Sie zeigen, wie Offline und Online intelligent verknüpft werden können. Mit Kreativität und einer großen Portion an Eigeninitiative haben sie maßgeschneiderte digitale Konzepte entwickelt, die ihren Kunden ein positives Einkaufserlebnis bieten. Unsere Digitalen Champions sind starke Vorbilder für andere Einzelhändler. Ich freue mich schon auf viele weitere Unternehmen im Freistaat, die diesen Beispielen folgen und die Digitalisierung ebenso beherzt anpacken.“

Laut HBE-Hauptgeschäftsführer Wolfgang Puff nutzen immer mehr Einzelhändler die Chancen der Digitalisierung. Denn digitale Technologien bieten Vorteile bei der Kundenbindung und Kundenakquisition, der Imagepflege, der Verbesserung des Service und bei der Erschließung neuer Zielgruppen. Allerdings seien gerade für den Mittelstand die Einstiegshürden oft zu hoch. Puff: „Um den inhabergeführten Einzelhandel bei entsprechenden Zukunftsinvestitionen zu unterstützen, brauchen wir Hilfe von der Politik.“ Die größten Hemmnisse bei der Digitalisierung im Einzelhandel sind laut Puff die Anforderungen an den Datenschutz und die Datensicherheit sowie die mangelnde Qualität der Internetanbindung.

**Handel
direkt gibt's
auch als
E-Paper!**

www.hv-bayern.de/handeldirekt

■ Bayern

Flexibel und attraktiv

Einzelhandelsunternehmen müssen sich gegen existenzgefährdende Risiken absichern. Um Betriebsinhabern in Sachen Absicherung Last von den Schultern zu nehmen, hat der HBE-Kooperationspartner Signal Iduna ein attraktives Angebot entwickelt.

Mit der **Signal Iduna** stellt sich den Betrieben seit vielen Jahren ein starker Partner an die Seite. Der **SI Handelsschutz** ist ein sehr gutes Instrument, um das Unternehmen gegen existenzgefährdende Risiken abzusichern. Christian Burghard, Signal Iduna: „Unsere Multi-Risk-Versicherung deckt lückenlos alle geschäftsrelevanten Risiken ab. Von der betrieblichen Haftpflicht- über die Geschäftsinhalts- und

Maschinen- bis zur Elektronikversicherung.“ Die einzelnen Leistungspakete können schnell und flexibel an den eigenen Bedarf angepasst werden. Der Eckpfeiler des betrieblichen Versicherungsschutzes und somit essenziell für die Existenzsicherung eines Betriebes ist die Haftpflichtversicherung. Das Haftpflicht-Paket des SI Handelsschutzes enthält unter anderem die erweiterte Produkthaftpflicht. Darüber hinaus sind auch Produktrückrufe sowie das Handelsrisiko – letzteres weltweit – abgesichert.

Das Sach-Paket wiederum deckt neben anderem das Betriebsunterbrechungsrisiko sowie Elementarschäden, Glasbruch, Einbruchdiebstahl und das Baustellenrisiko ab. Über das Unterwegs-Paket sind Beteiligungen an Ausstellungen und Messen versichert. Weitere essenzielle Risiken decken die Pakete „Elekt-

ronik“, „Maschinen“, „Food“ und „Transport“ ab. Für Betriebe, die in Sachen Versicherungsschutz künftig auf den SI Handelsschutz bauen möchten, gibt es mit der Differenzdeckung und der Top-Schutz-Garantie gleich noch zwei Besonderheiten. Hiermit erleichtert die Signal Iduna den Versicherungswechsel. So ist sichergestellt, dass der Betrieb auf der einen Seite bereits von den Vorteilen des Handelsschutzes profitiert, während auf der anderen Seite noch der Vorvertrag läuft. Burghard: „Mit dem SI Handelsschutz bieten wir einen umfassenden Versicherungsschutz für den Handel: Absicherung nicht von der Stange, sondern aufgebaut aus umfassenden Leistungspaketen.“ Ihr Ansprechpartner: Christian Burghard, E-Mail: hbe@signal-iduna.de, Telefon: 089 55144-280.

■ Bayern

Kundenbindung im Handel der Zukunft

Es ist die zentrale Fragestellung des Einzelhandels der nächsten Jahre: Wie gelingt im Handel der Zukunft gerade stationären Konzepten die Transformation des eigenen Geschäftsmodells zu einer auch künftig noch erfolgreichen Geschäftsidee?

Anhaltende Frequenzrückgänge und Digitalisierung zwingen den Handel zum Wandel. Ein einfaches „Weiter so“ in alten Strukturen wird unter diesen Voraussetzungen nicht erfolgreich sein können. Entscheidend dafür ist neben der Schärfung des eigenen Alleinstellungsmerkmals sicherlich die Kenntnis und konsequente Ausrichtung auf die Bedürfnisse der eigenen Zielkunden. Nur so führt Kundenorientierung auch zu nachhaltiger Kundenbindung. Wie Kundenbindung im Handel in der Zukunft aussehen muss, erfahren Sie in einem exklusiven **Seminar** der Rid Stiftung. Das zweitägige Seminar findet am 28./29. April im Hotel Alpenblick in Ohlstadt statt. Außer einer Verpflegungspauschale (29,96 Euro pro Teilnehmer) ist die Veranstaltung kostenfrei. Der Seminaransatz ist bewusst weit gefasst und versucht in aktiver Diskussion zwischen den Teilnehmern konkrete Lösungen auf die Fragen zu finden: Was ist mein USP?

Warum kaufen die Kunden bei mir und nicht bei der (Online-)Konkurrenz? Wer sind meine Zielkunden? Wie begeistere ich meine Kunden für meinen Laden durch Erlebnisse, Storytelling, Service etc.? Mit welchen Maßnahmen schaffe ich eine langfristige Kundenbindung? Michaela Pichlbauer, Rid-Vorständin: „Den Teilnehmern werden Entwicklungen und Zukunftstrends im Handel unter Einbeziehung von Best Practice Beispielen im nationalen und internationalen Handel präsentiert. Zudem vermitteln wir Grundlagen zu

„Nehmen Sie Ihre Zukunft aktiv in die Hand und binden Sie die Kunden langfristig an Ihr Geschäft.“

Michaela Pichlbauer, Vorständin der Rid Stiftung



Kundenbindung: Der stationäre Handel muss seine Kernkompetenzen (attraktives Sortiment und kompetente Beratung) konsequent weiterentwickeln. Foto: © MK-Photo - stock.adobe.com.

den Themen Zielkundendefinition, Alleinstellungsmerkmal (USP), Kundenorientierung und Kundenbindung.“ Außerdem erfolgt eine Ist-Analyse der bestehenden Positionierung und vorhandener Kundenbindungsmaßnahmen pro Teilnehmer. Den Schwerpunkt bildet aber das interaktive und kreative Erarbeiten von neuen Ansätzen und Ideen von und für jeden Seminarteilnehmer, die anschließend in der Gruppe besprochen und bewertet werden. Ziel ist die Erarbeitung von neuen Maßnahmen, die konkret um-

setzbar sind und nachhaltigen Unternehmenserfolg versprechen. Das Rid-Seminar richtet sich an alle Einzelhändler mit ausreichender Betriebsgröße und -struktur (ab 10 Mitarbeiter). Die Kundenstruktur sollte einen gewissen Stammkundenanteil umfassen. Pichlbauer: „Nehmen Sie Ihre Zukunft aktiv in die Hand und melden Sie sich für unser Seminar an.“ Weitere Informationen erhalten Sie online unter www.ridstiftung.de oder direkt bei: Dagmar Harnest, E-Mail: harnest@ridstiftung.de, Tel.: 089 21101-203.

■ Bayern

Gewohntes Lesegefühl im modernen Format: Handel direkt als E-Paper wird bei den Lesern immer beliebter



Schnell, bequem und zu jeder Zeit sofort verfügbar: Immer mehr Leser schätzen die elektronische Ausgabe von Handel direkt.

Mit der aktuellen Ausgabe von Handel direkt ist der Umfang noch einmal um vier Seiten erweitert worden. Die Printausgabe erhalten die HBE-Mitgliedsunternehmen per Post. Immer mehr Leser bevorzugen dagegen die elektronische Ausgabe von Handel direkt.

Der HBE bietet seinen Mitgliedsunternehmen schon seit einiger Zeit Handel direkt auch als elektronische Zeitung an. Das kostenlose **E-Paper** ist ein 1:1-Abbild der gedruckten Ausgabe mit allen Artikeln, Grafiken und Bildern. HBE-Mitglieder können jede Ausgabe direkt online lesen:

auf PC, Laptop, Tablet oder auch auf dem Smartphone. Handel direkt passt sich automatisch an die Displaygröße des mobilen Gerätes an (Responsive Design) HBE-Hauptgeschäftsführer Wolfgang Puff: „Dem Leser stehen dabei eine Reihe von spezi-



ellen Zusatzfunktionen, wie z.B. die Stichwortsuche oder das Archiv mit älteren Ausgaben, sofort zur Verfügung.“ Außerdem ist es möglich, das E-Paper

als PDF herunterzuladen, um es später offline zu lesen. So muss man auch unterwegs nicht auf Handel direkt verzichten, denn die neueste oder ältere Ausgaben sind jederzeit zu Hause oder unterwegs, im Büro oder im Urlaub abrufbar. Die Nutzung der E-Paper-Ausgabe von Handel direkt ist für HBE-Mitglieder selbstverständlich kostenlos. Puff: „Außerdem ist es auch eine gute Sache für den Umweltschutz: Im Vergleich zur Printausgabe wird weniger Papier und Strom verbraucht. Handel direkt als E-Paper ist also ökologisch viel besser.“ Die Vorteile von Handel direkt als E-Paper auf einen Blick: 1. Die Leser erhalten den Zugriff auf multimediale Inhalte (nützliche

„Alles, was die Leser von der Printausgabe kennen, liefern wir auch digital.“

Wolfgang Puff, HBE-Hauptgeschäftsführer

lesefreundlichen Zoom zum Vergrößern der Artikel und Bilder. 6. Die Volltextsuche erleichtert das Auffinden von bestimmten Themen. 7. Das E-Paper ist

für HBE-Mitglieder kostenlos. Puff: „Das sind sieben gute Gründe, Handel direkt ab sofort als E-Paper zu lesen.“ Die Anmeldung für Handel direkt als E-Paper ist unter www.hv-bayern.de/handeldirekt bequem und schnell möglich. Falls Sie Fragen rund um das E-Paper haben, wenden Sie sich bitte an die HBE-Presseabteilung in München: Claudia Chondros, E-Mail: chondros@hv-bayern.de, Tel.: 089 55 118-115.

TopNews – Der wöchent- liche E-Mail-News- letter

www.hv-bayern.de/newsletter

Immer perfekt den Überblick behalten!

TOPNEWS

Der wöchentliche HBE-Newsletter
mit aktuellen Nachrichten zu allen
einzelhandelsrelevanten Themen.
Exklusiv für HBE-Mitglieder.

Informationen unter www.hv-bayern.de/topnews

