

HANDEL **h** DIREKT

ERFOLG BRAUCHT VERBÜNDETE • Die Zeitung für den Einzelhandel in Bayern

MAI / JUNI 2022 | #3

Lockdown

Keine Entschädigung



Foto: © Christian Schwier - stock.adobe.com.

Monatelange Schließungen haben bei vielen Unternehmen für hohe Einbußen gesorgt. Doch diese Betriebe haben laut einem Urteil des Bundesgerichtshofs (BGH) über die Soforthilfe hinaus keinen Anspruch auf staatliche Entschädigung. Der BGH hat mit diesem Urteil die Klage eines Gastronomen zurückgewiesen, der zusätzlich zu den Soforthilfen Schadensersatz forderte. Hilfeleistungen für schwer getroffene Wirtschaftszweige seien jedoch keine Aufgabe der Staatshaftung, so die Richter. Vielmehr müsse der Gesetzgeber Ausgleichsmaßnahmen treffen. Dieser Verpflichtung sei der Staat durch die Corona-Hilfsprogramme nachgekommen. Dieses wegweisende Urteil des BGH wird Auswirkungen auf andere, noch anhängige Verfahren haben.

Vorsicht vor Abmahnungen

Neue Preisangabenverordnung

Am 28. Mai 2022 ist die novellierte Preisangabenverordnung (PAngV) in Kraft getreten. Preisangaben sollen künftig transparent, nachvollziehbar und leichter vergleichbar sein. Für den Einzelhandel bringt die Novelle einige neue Vorgaben mit sich. Die neuen Vorgaben, z. B. bei der Werbung mit Preisen, müssen künftig im stationären Handel und im E-Commerce unbedingt beachtet werden. Ansonsten riskieren Einzelhändler (teure) Abmahnungen. Mit der neuen Preisangabenverordnung sollen die rechtssichere Anwendbarkeit der Vorschriften erleichtert,

Rechtsstreitigkeiten vermieden und Abmahnrisiken gesenkt werden. Die vorgenommenen Klarstellungen im Hinblick auf die Preisauszeichnung bei pfandpflichtigen Waren und bei Produktpräsentationen im Schaufenster schaffen mehr Rechtssicherheit, lassen im Hinblick auf die Schaufensterwerbung aber leider auch einige Einzelfragen ungeklärt. In unserem aktualisierten **HBE-Praxiswissen** werden alle einzelhandelsrelevanten Neuregelungen umfassend erläutert. Das Praxiswissen steht auf unserer HBE-Website für Mitgliedsunternehmen unter



Foto: © Wilim Ihlenfeld - stock.adobe.com.

www.hv-bayern.de zum Download bereit. Bei Fragen dazu können Sie sich gerne auch an die **Juristen** in den **HBE-Bezirksgeschäftsstellen** wenden.

Transparenzregister

Eintragungspflicht für Unternehmen

Das neue Transparenzregister- und Finanzinformationsgesetz erweitert das bekannte Transparenzregister zu einem Vollregister. Für bestimmte Gesellschaften (Einzelunternehmen und e.K.s sind nicht betroffen) besteht jetzt eine Eintragungspflicht. Dies gilt auch für jene Unternehmen, für die bisher eine Eintragung nicht erforderlich war. Von den Änderungen betroffen sind insbesondere Gesellschaften wie GmbHs oder Personengesellschaften, bei denen sich die erforderlichen Angaben aus an-

deren Registern, wie etwa dem Handelsregister, entnehmen lassen. Einzutragen ist der sogenannte wirtschaftlich Berechtigte. Die kostenfreie Eintragung ist unter www.transparenzregister.de möglich. Weitere Informationen zur Eintragungspflicht für Unternehmen im Transparenzregister (u.a. eine FAQ-Liste) finden Sie beim Bundesverwaltungsamt unter www.bva.bund.de. Hinweis: Die Eintragungsfrist endet am 30. Juni 2022. Ab dann drohen (hohe) Bußgelder.

Praxiswissen

Mitglied werden und von unseren Leistungen profitieren

www.hv-bayern.de/leistungen/praxiswissen

HERAUSGEBER

Handelsverband Bayern e.V.
Redaktion/W.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

Mehrwertsteuer-Rückerstattung

Das müssen Unternehmen beachten



Foto: © Andrey Popov - stock.adobe.com

Ausfuhrlieferungen von Unternehmen sind umsatzsteuerfrei. Das gilt unter bestimmten Voraussetzungen auch für Verkäufe von Einzelhändlern an Reisende aus Staaten außerhalb der EU. Die Steuerbefreiung beim sogenannten „Export über den Ladentisch“ wird dem Unternehmer gewährt, wenn sein Käufer im Drittlandsgebiet ansässig ist. Zudem müssen die Waren innerhalb von drei Monaten nach Kauf in das Drittlandsgebiet gelangen. Die Steuerbefreiung gilt nicht für Lieferungen zur Ausrüstung und Versorgung von privaten Beförderungsmitteln. Eine unmittelbare Steuererstattung durch die Finanzämter an die Käufer ist ausgeschlossen. Achtung: Verkäufe an Reisende mit Wohnort im EU-Gebiet sind nicht umsatzsteuerfrei! Infos über die Umsatzsteuer- bzw. Mehrwertsteuerbefreiung für Ausfuhrlieferungen im nichtkommerziellen Reiseverkehr (Ausfuhren für den privaten Bedarf) erhalten Sie in unserem [HBE-Praxiswissen](#). Ihr HBE-Ansprechpartner: Martin Wallner, E-Mail: wallner@hv-bayern.de, Tel.: 089 55118-140.

Handel direkt gibt's auch als E-Paper!

www.hv-bayern.de/handeldirekt

Betriebe werden auch 2022 finanziell entlastet

BGHW: Stundung oder Ratenzahlung



Foto: © eccolo - stock.adobe.com

Die BGHW bietet wegen der Pandemie auch 2022 Erleichterungen bei der Beitragszahlung an. Unternehmen, die in eine finanzielle Notlage geraten sind, können unbürokratisch eine zinslose Stundung beantragen, sobald sie den Beitragsbescheid erhalten haben. Nach Eingang des Stundungsantrags gilt die zinslose Stundung bei Beiträgen bis maximal 10.000 Euro bis auf Weiteres (längstens bis zum 15. Dezember 2022). Bei Beiträgen von mehr als 10.000 Euro bewirkt Ihr Antrag mit Antragseingang zunächst eine zinslose Stundung von 50 Prozent des Beitrags. Den [Antrag](#) auf Stundung oder Ratenzahlung finden Sie unter www.bghw.de.

Ukraine-Hilfe

Jobbörse für geflüchtete Menschen



Foto: © tayyap - stock.adobe.com

Sie sind ein Unternehmen, das einen Job für Geflüchtete anbieten möchte? Sie sind aus der Ukraine und suchen einen Job in Bayern? Unterstützung und praktische Hilfe bei der Jobvermittlung finden Sie unter ukraine.sprungbrett-intowork.de, dem Stellenportal der vbw. Die Jobbörse bietet Unternehmen die Möglichkeit, in nur wenigen Schritten kostenlos Stellenangebote für die geflüchteten Menschen aus der Ukraine einzustellen. Die Webseite ist in deutscher und ukrainischer Sprache aufrufbar und bietet die Chance, sich einfach und ohne Registrierung zu bewerben. Alle relevanten Fragen rund um die Integration in Arbeit beantwortet eine Hotline (Montag bis Freitag 8 bis 18 Uhr unter 089 1895529111) oder per E-Mail an hotline@sprungbrett-intowork.de.

Arbeitszeugnis

So vermeiden Arbeitgeber teure Fehler

Ob Zwischenzeugnis oder endgültiges Arbeitszeugnis: Zeugnisse sind leider häufig Gegenstand von Meinungsverschiedenheiten oder Gerichtsverfahren zwischen Arbeitgeber und Arbeitnehmer. Jeder Arbeitnehmer – auch geringfügig Beschäftigte und Aushilfen – hat einen einklagbaren Anspruch auf Erteilung eines Zeugnisses. Auch eine kurze Beschäftigungszeit, sogar von nur wenigen Tagen, befreit nicht von der Verpflichtung, ein Zeugnis zu erteilen. Während ein Zwischenzeugnis und ein qualifiziertes Zeugnis nur auf Verlangen des Arbeitnehmers zu erteilen sind, ist der Arbeitgeber verpflichtet, ein einfaches Schlusszeugnis auch ohne Verlangen des Arbeitnehmers auszustellen. Der Inhalt des qualifizierten Zeugnisses muss wahrheitsgemäß, vollständig



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

und von verständigem Wohlwollen getragen sein. Es müssen daher alle wesentlichen Tatsachen und Bewertungen enthalten sein, die für die Gesamtbeurteilung des Arbeitnehmers – insbesondere aus Sicht eines möglichen zukünftigen Arbeitgebers – von Bedeutung sind. Weitere Informationen finden Sie im HBE-Praxiswissen „[Zeugnis](#)“. Darin enthalten sind nicht nur die generellen Anforderungen an ein Zeugnis, sondern u.a. auch eine Checkliste für ein qualifiziertes Zeugnis und ein Musterzeugnis. Bei Fragen wenden Sie sich bitte an die [Juristen](#) in Ihrer [HBE-Geschäftsstelle](#).

Mitarbeiter im Einzelhandel

Kostengünstig absichern



Foto: © © Gerd Altmann - pixabay.com.

Sie überwachen das Warensortiment, packen aus und füllen Regale auf, beraten Kunden freundlich und fachkundig, kennen das Produktsortiment und stehen dabei stundenlang auf den Beinen: Um die vielfältigen Anforderungen ihres Berufes erfüllen zu können, müssen Mitarbeiter im Einzelhandel rundherum gesund und fit sein. Was aber tun, wenn Körper und Seele nicht mehr mitmachen? Die finanziellen Folgen können gravierend sein. Die Absicherung der Arbeitskraft ist daher äußerst wichtig.

Damit neben der Gesundheit nicht auch noch die wirtschaftliche Existenz bedroht ist, brauchen Einzelhändler einen Einkommensschutz. Doch aufgrund der relativ hohen Gesundheitsrisiken, ist es insbesondere für Verkäufer nicht einfach, eine Berufsunfähigkeitsversicherung zu einem bezahlbaren Preis zu finden. „Prüfen Sie auch bezahlbare Alternativen, wie die bisher noch nicht so bekannte **Grundfähigkeitsversicherung**“, rät Christian Burghard vom HBE-Kooperationspartner **Signal Iduna**.

Diese spezielle Risikoabsicherung zahlt bei Verlust von Grundfähigkeiten wie Sprechen, Hören, Greifen, Stehen – und bei der Signal Iduna auch bei Pflegebedürftigkeit und Demenz eine monatliche Rente. Und zwar so lange die Beeinträchtigung

besteht beziehungsweise bis zum im Versicherungsvertrag vereinbarten Termin. Im Tarif SI WorkLife Komfort-Plus kann man bis zu 20 Grundfähigkeiten absichern. Burghard: „Die Leistung wird bereits gezahlt, wenn nur eine dieser Fähigkeiten verlorengeht. Wenn beispielsweise die Verkäuferin nicht mehr stehen oder der Einzelhandelskaufmann seine rechte Hand nicht mehr einsetzen kann, z. B. für das Schreiben am Computer.“ Auch Pflegebedürftigkeit und Demenz lösen eine Leistung der Versicherung aus. Extra-Leistungen bei Krebs, Herzinfarkt oder anderen schweren Krankheiten können bei der Signal Iduna ebenfalls vereinbart werden. Dann springt die Zusatzversicherung „Worst-Case Kapitalhilfe“ mit einer Einmalzahlung in zwölfacher Höhe der versicherten Monatsrente ein.

Um eine Rente aus der Grundfähigkeitsversicherung zu erhalten, muss u. a. ein Facharzt bescheinigen, dass eine der versicherten Grundfähigkeiten mindestens sechs Monate lang nicht mehr ausgeübt werden kann. Der Versicherte erhält von der Signal Iduna dann die volle vereinbarte Rente. Damit können Einkommensverluste abgemildert und der soziale Abstieg abgewendet werden.

Wer bis zum 30. Lebensjahr eine Grundfähigkeitsversicherung mit der kostenlosen Exklusiv-Option bei der Signal Iduna abschließt, hält sich den Weg in eine Berufsunfähigkeitsversicherung weiter offen. Bis zum 35. Lebensjahr ist ein Wechsel ohne erneute Gesundheitsprüfung möglich. Für Einzelhandelskaufleute, die in einer Berufsunfähigkeitsversicherung den optimalen Versicherungsschutz sehen, erhalten ab einer Berufsunfähigkeit von 50 Prozent die volle vereinbarte Rente und bleiben in dieser Zeit beitragsfrei weiter versichert. Weitere Informationen zur Einkommenssicherung im Einzelhandel erhalten Sie direkt bei: Christian Burghard, E-Mail: hbe@Signal-Iduna.de, Tel.: 089 55144-280.

Süddeutsche Personalleitertagung 2022

Jetzt anmelden

Auf Arbeitgeber warten im deutschen Arbeitsrecht viele Fallstricke. Auf der **38. Süddeutschen Personalleitertagung** werden Ihnen Wege durch den unendlichen Dschungel der gesetzlichen Vorschriften gezeigt. Nach einer exklusiven Seerundfahrt auf dem Titisee stehen diesmal die aktuelle BAG-Rechtsprechung sowie die Änderungskündigung und das Direktionsrecht im Mittelpunkt der Veranstaltung. Die 38. Süddeutsche Personalleitertagung, die wieder vom HBE und dem Handelsverband Baden-Württemberg organisiert wird, findet am 30. Juni / 1. Juli 2022 im **Maritim Titisee Hotel** in Titisee-Neustadt statt. Weitere Informationen zum Programm und zur Anmeldung erhalten Sie bei Ihrer HBE-Ansprechpartnerin: Jennifer Baumgart, E-Mail: baumgart@hvbayern.de, Tel.: 089 55118-123.

Krankfeiern

Was tun bei Verdacht auf Blaumachen?



Foto: © Ralf Geithe - stock.adobe.com

Blaumachen ist kein Kavaliersdelikt. Denn unter Mitarbeitern, die krankfeiern, leidet der gesamte Betrieb. Welche Rechte haben Arbeitgeber, wenn ein Mitarbeiter sich ständig krankmeldet? Bei Zweifeln an der Arbeitsunfähigkeit kann er von der Krankenkasse verlangen, dass zur Überprüfung eine gutachterliche Stellungnahme des Medizinischen Dienstes eingeholt wird. Derartige Zweifel sind z. B. dann gegeben, wenn der Arbeitnehmer auffällig häufig arbeitsunfähig erkrankt ist, sich genesungswidrig verhält oder die Arbeitsunfähigkeit im Voraus angekündigt wird. Informationen dazu erhalten Sie im HBE-Praxiswissen „**Arbeitsunfähigkeit und Krankheit**“.



11. STADT MARKETINGPREIS BAYERN

www.stadtmarketingpreis-bayern.de

Bewerben Sie sich bis zum 30. Juni 2022!

NEU

Die Auszeichnungen der Gewinnerprojekte beinhalten erstmals ein Preisgeld.

Einfach online

Praxistipps für kleine Einzelhändler



Foto © Funtap - stock.adobe.com

Erfolgreiche Händler verbinden die Vorteile des Internets mit den Vorteilen des stationären Ladens. Wie können kleine Händler mit überschaubarem Aufwand erste Schritte ins Internet unternehmen und dabei teure Fehler vermeiden? Antworten gibt der Leitfaden „Einfach online: Praxistipps für kleine Einzelhändler in Bayern“ des bayerischen Wirtschaftsministeriums. Egal ob Website, Bewertungsportale, Suchmaschinenoptimierung, Online-Marktplätze, Newsletter oder der eigene Webshop: Alle Themen werden darin angesprochen und praktische Hilfestellungen gegeben. Den digitalen Leitfaden erhalten Sie bei Martin Wallner, E-Mail: wallner@hv-bayern.de, Tel.: 089 55118-140.

Online-Handel

Wachstum geringer

Nach zwei Rekordjahren stößt das Umsatzwachstum im Online-Handel 2022 wohl an seine Grenzen. Grund ist die schlechte Konsumstimmung wegen des Krieges in der Ukraine. Der HBE hat deshalb seine Umsatz-Prognose für den Online-Handel in Bayern für 2022 auf 13,3 Milliarden Euro gesenkt. Insbesondere in den Bereichen Fashion sowie Elektro und Unterhaltungselektronik waren die Online-Umsätze im vergangenen Jahr enorm gestiegen. Doch genau wie der gesamte Einzelhandel leidet auch der E-Commerce unter der schlechten Verbraucherstimmung. 2022 wird sich daher die Lage laut dem [HDE-Online-Monitor](#) wieder ein wenig normalisieren. Ihr HBE-Ansprechpartner: Martin Wallner, E-Mail: wallner@hv-bayern.de, Tel.: 089 55118-140.

Bezahlen an der Kasse

Smartphones auf dem Vormarsch

Zwar dominiert beim mittlerweile weit verbreiteten kontaktlosen Bezahlen nach wie vor die Karte. Doch das Smartphone hat sich nicht nur beim Online-, sondern auch beim stationären Shopping etabliert. Immer und überall dabei – rund die Hälfte der Konsumenten, die sich überwiegend online informieren, wählt dabei das Smartphone, weil es immer zur Hand ist. Mittlerweile shoppt der Großteil der Konsumenten online regelmäßig über das Mobiltelefon. Aber nicht nur beim Online-Shopping, sondern auch im stationären Geschäft steigt die Relevanz des Smartphones. Schon heute bezahlt jeder dritte Konsument zumindest gelegentlich kontaktlos per Smartphone. Das geht aus der neuen „[ECC Paymentstudie Vol. 26](#)“ des ECC Köln hervor. Auch über das Bezahlen hinaus

wird das Smartphone von den Konsumenten im stationären Handel vielseitig genutzt. Sei es für das Verwalten von Bonuskarten, das Abrufen von Gutscheinen oder die allgemeine Verwaltung von Mitgliedschaften in Kundenprogrammen. Weniger häufig wird hingegen der vielfach diskutierte digitale Kassenzettel genutzt. Besonders onlineaffine Kunden nutzen digitale und vernetzte Angebote erwartungsgemäß signifikant häufiger als der Durchschnitt. Online ist das Smartphone nicht mehr nur Informations- und Inspirationskanal für die Mehrheit der Konsumenten, sondern längst auch direkter Kaufkanal. So wird laut Studie mittlerweile mehr als jeder zweite Online-Kauf per Smartphone getätigt und auch Apps von Händlern werden immer beliebter.

Trend zum Homeoffice

Das müssen Arbeitgeber wissen

Die Corona-Pandemie hat gezeigt, dass das Homeoffice sowohl für Arbeitnehmer als auch für Arbeitgeber ein Gewinn sein kann. Nach dem Auslaufen der gesetzlichen Homeoffice-Pflicht wollen viele Unternehmen weiterhin mobiles Arbeiten anbieten. Führungskräfte, die eine Unternehmenskultur pflegen, die auf Vertrauen und Souveränität basiert, sind die wichtigste Voraussetzung für flexible Lösungen zur Gestaltung des Homeof-

office. Daneben braucht es außer der Schaffung der technischen Voraussetzungen unbedingt auch feste Regeln. Eine gute Orientierungshilfe für Arbeitgeber bietet eine [Checkliste](#) zur Gestaltung mobiler Arbeit, die das Institut für angewandte Arbeitswissenschaft auf seiner Homepage veröffentlicht hat (www.arbeitswissenschaft.net). Dort finden Sie auch weitere ausführliche Informationen zu diesem Thema.

E-Commerce Zusatzqualifikation

Azubis kostenfrei fit für den digitalen Handel machen

Das Verkaufspersonal kann nur dann optimal auf Kundenwünsche eingehen, wenn es die Wechselwirkungen zwischen stationärem Handel und Online-Handel versteht. Ein [kostenfreies Seminar](#) zeigt, wie Unternehmen im E-Commerce „funktionieren“. Das zertifizierte Training vermittelt praktisches Fachwissen zu den Instrumenten und Strategien im Online-Marketing und Online-Handel. Themen wie z. B. Suchmaschinenoptimierung, Google Ads, Website, Webanalyse, Social-Media-Marketing, Online-Shop-Erstellung und dessen

Optimierung werden anhand konkreter Beispiele bearbeitet. Das Seminar der Akademie Handel richtet sich an Auszubildende, Ausbildungsabsolventen und Quereinsteiger im Einzelhandel und ist durch die Förderlinie REACT-EU des Europäischen Sozialfonds kostenfrei. Starttermin für die nächsten Seminare ist am 20. Juni 2022. Weitere Informationen erhalten Sie unter www.akademie-handel.de oder direkt bei Judith Bolsinger, E-Mail: judith.bolsinger@akademie-handel.de, Tel.: 0911 376627-10.

Kosten senken

So sparen Einzelhändler schnell (russische) Energie



Energiesparen lohnt sich für das eigene Geschäft und für das Klima.

Foto © Locker Studio - stock.adobe.com.

Klimaschutz und Energieeffizienz sind schon lange ein großes Thema im Einzelhandel. Wegen des Krieges in der Ukraine hat die Bundesregierung zum Energiesparen gegen Russland aufgerufen. Wie kann der Handel den Verbrauch von Gas und Öl reduzieren? Wege und Möglichkeiten, wie die Unternehmen schnell und einfach Energie und Kosten einsparen können, zeigt die HDE-Klimaschutzoffensive. Diese richtet sich insbesondere an kleine und mittelständische Unternehmen aller Handelsbranchen mit dem Ziel, einen deutlichen Beitrag zu Klimaschutz und Energieeffizienz zu leisten und konkrete Einsparungen von 300.000 Tonnen CO₂ zu erreichen. HBE-Hauptgeschäftsführer Wolfgang Puff: „Auch der Handel kann einen großen Beitrag leisten, Energie zu sparen. Das reduziert nicht nur die Betriebskosten, sondern schadet auch indirekt Putin“. Auf der Webseite www.hde-klimaschutz.de werden Einzelhändler dabei unterstützt, selbst aktiv zu werden und Klimaschutzmaßnahmen umzusetzen: verschiedene Materialien, Tipps und Hilfestellungen, wie z. B. eine virtuelle Marktstraße, Leitfäden zu Kühlung, Beleuchtung, Klimatisierung sowie praktische Checklisten können kostenlos heruntergeladen werden. Puff: „Einzelhändler aller Branchen haben damit die Möglichkeit, ihren Energieverbrauch unter die Lupe zu nehmen, Investitionen zu planen und durchzurechnen, sowie sich Anregungen und Ideen für das eigene Ladengeschäft zu holen.“ Auf deutschlandweiten Veranstaltungen, Workshops und Vorträgen wird zudem über das

Angebot der Klimaschutzoffensive informiert. Puff: „Energiesparen lohnt sich für den Handel: Für das eigene Geschäft und für das Klima!“ Sie möchten gerne Ihre Energiekosten senken und etwas für den Klimaschutz tun? Dann lassen Sie Ihre Effizienzprojekte fördern: Der Bund und auch der Freistaat Bayern unterstützen den Einzelhandel mit verschiedenen Programmen finanziell bei der Umsetzung von Klimaschutzmaßnahmen. Ihr HBE-Ansprechpartner: Martin Wallner, E-Mail: wallner@hv-bayern.de, Tel.: 089 55118-140.

**Handels-Infos
online
HBE-Newsletter
bestellen!**

hv-bayern.de

Teilzeitbeschäftigte

Worauf müssen Arbeitgeber achten?

Für Teilzeitbeschäftigte gelten sämtliche arbeitsrechtlichen Vorschriften wie für Vollzeitbeschäftigte auch. Doch Arbeitgeber müssen auch besondere Regeln beachten. Grundsätzlich gilt: Kommen die Tarifverträge nicht zur Anwendung, gelten die gesetzlichen Vorschriften. In unserem HBE-Praxiswissen „[Teilzeitarbeit](#)“ finden Sie alle gesetzlichen Vorschriften und besonderen Regelungen (z. B. Recht auf Reduzierung oder Erhöhung der Arbeitszeit, Urlaub, Weihnachtsgeld). Das Praxiswissen finden Sie unter www.hv-bayern.de. Bei Fragen stehen Ihnen unsere [Juristen](#) gerne zur Verfügung.

Kundenorientierung

Individuelle und schnelle Beratung



Foto: © .shock - stock.adobe.com.

Händler, bei denen die Qualität stimmt, die kulant sind und die individuelle Beratung großschreiben, geben Kunden am ehesten das Gefühl, im Mittelpunkt zu stehen. Kunden ist es wichtig, beim Einkauf im Geschäft individuell beraten zu werden und das Verkaufspersonal muss umgehend verfügbar sein. Zudem wollen sie bei Bedarf einfach und schnell mit dem Kundendienst eines Unternehmens kommunizieren können. Neben einer guten Qualität von Produkten und Dienstleistungen wünschen sich Konsumenten, als Kunden in den Mittelpunkt gestellt zu werden und kulante Rückgabemöglichkeiten zu haben. In unserem HBE-Praxiswissen „[Kundenorientierung](#)“ finden Sie dazu eine praktische Checkliste. Download unter www.hv-bayern.de.

■ Dietramszell

Läuger fährt LKW in die Ukraine



HBE-Präsident Ernst Läuger (vorne) beim Entladen des LKWs in Beresuranyi an der ungarisch-ukrainischen Grenze.

Auch in Bayern ist die Hilfsbereitschaft nach wie vor groß: Viele Hilfsorganisationen, Kommunen, Vereine und private Initiativen organisieren zur Unterstützung der ukrainischen Bevölkerung Transporte von humanitären Hilfsgütern in die Ukraine oder in hilfeleistende Nachbarländer. Auch HBE-Präsident Ernst Läuger hat jetzt zusammen mit einem Freund einen Transporter (samt Anhänger) mit Hilfsgütern an die über 1.000 Kilometer entfernte ungarisch-ukrainische Grenze gefahren. Der LKW war voll beladen mit Lebensmitteln (u. a. eine Tonne Kartoffeln und 3.000 Eier), Decken, Babynahrung, Medikamenten usw. Gesammelt hatte die Hilfsgüter der Tölzer Montessori-Verein. Läuger: „Wir hatten auch rund 50 mit Kleidung, Stofftieren und Süßigkeiten befüllte Kinderrucksäcke für ein Kinderheim dabei.“ Jeder einzelne Rucksack war zuvor mit einem Namensschild versehen worden.

■ Oberfranken

Kunden und Händler verbinden

Unternehmen bei Digitalisierungsmaßnahmen unterstützen und den lokalen Handel nachhaltig stärken: Das sind die Ziele von Shopdaheim. Viele Händler kennen die Plattform schon. Sie diente als digitales Schaufenster während der Pandemie, um Kunden vor Ort auf lokale Warensortimente aufmerksam zu machen. Die Plattform wird nun weiterentwickelt. Im Rahmen eines Pilotprojektes ist jetzt als Großstadt Düsseldorf und als Region Oberfranken ausgewählt worden. Interessierte Händler in den Pilotregionen können nun ihre bestehenden Angebote erweitern bzw.

Oberfranken ist Pilotregion für das Händlernetzwerk Shopdaheim.

neu einsteigen. Die Plattform gibt ihnen die Möglichkeit, individuelle Profile anzulegen, auf denen tagesaktuelle Informationen, angebotene Serviceleistungen oder das Produktsortiment im digitalen Schaufenster abgebildet werden. Eine maximale Kundenorientierung wird zudem durch digitale Terminvereinbarungen und Beratungen via Video-Call und Kunden-Chat oder Händler-Newsletter ermöglicht. Auch ein einfaches Tool zum Managen von Kundenreservierungen wird zur Verfügung stehen. Weitere Informationen unter www.shopdaheim.de.

■ München

EM 2024: Handel hält den Ball flach

Der Münchner Einzelhandel rechnet zwar mit positiven Auswirkungen der Fußball-Europameisterschaft 2024 in Deutschland. Die Umsatzerwartungen sind jedoch eher verhalten. Zwar sei die EM ein Stimmungsaufheller und steigere die Konsumlaune der Verbraucher. Eine richtige „EM-Euphorie“ hänge jedoch vom Abschneiden der deutschen Mannschaft ab, so HBE-Hauptge-

schaftsführer Wolfgang Puff. In München finden insgesamt sechs Partien, darunter das wichtige Eröffnungsspiel und eine Halbfinal-Begegnung, statt. Im Elektronikhandel steigt vor großen Sportereignissen wie der EM regelmäßig der Absatz von TV-Geräten. Im Lebensmittelhandel werden Grillartikel, Getränke und Snacks gefragt sein. Puff: „Der richtige Fan deckt sich natürlich auch rechtzeitig mit Fahnen, T-Shirts, Schals und anderen Utensilien ein.“ Im Sporthandel zieht besonders der Verkauf des Deutschland-Trikots und des offiziellen EM-Balls an. Puff: „Die Stimmung und der Umsatz hängen mit Blick auf Public Viewing und EM-Grillpartys zuhause auch vom Wetter ab.“

■ Würzburg

HBE auf kleinem Parteitag der CSU

Die Politikberatung und die Positionierung gegenüber Öffentlichkeit und Medien zählt zu den Kernkompetenzen des Handelsverbands Bayern. Der HBE nutzt daher neben den „offiziellen“ Gesprächen mit Staatsministern und den Führungsgremien der demokratischen Parteien jede Möglichkeit zum Gespräch mit den politisch Verantwortlichen. So auch auf dem kleinen Parteitag der CSU im Würzburger Kongresszentrum, auf dem der HBE an einem eigenen Stand Präsenz zeigte und bei der Politik für die Anliegen des bayerischen Einzelhandels warb. HBE-Hauptgeschäftsführer Wolfgang Puff: „Die Politikberatung ist gerade vor dem Hintergrund der Folgen der Pandemie wichtiger denn je. Wir müssen für die Positionen des Einzelhandels werben und überzeugen.“



Gespräch am Rande des CSU-Parteitags in Würzburg: HBE-Hauptgeschäftsführer Wolfgang Puff mit Arbeits- und Sozialministerin Ulrike Scharf.

■ Würzburg

Ende Juli Bürgerentscheid über Parkgebühren

Die umstrittene Einführung von Parkgebühren auf dem Würzburger Talavera wird am 24. Juli endgültig entschieden. An diesem Tag stimmen die Würzburger in einem Bürgerentscheid über ein Ratsbegehren und ein Bürgerbegehren ab. Das hat der Stadtrat entschieden. Zuvor hatte eine Initiative rund 13.000 Unterschriften gegen Parkgebühren auf dem Tala-

vera gesammelt. Auf dem Großparkplatz für etwa 1.000 Pkw ist das Parken bislang kostenlos. Geht es nach der Mehrheit des Stadtrates sollen dafür jedoch künftig 30 Cent pro angefangener halben Stunde fällig werden. Allerdings soll ein Parkticket dann auch als Straßenbahnfahrkarte verwendet werden können.

■ Augsburg

Parkgebühren sorgen für Ärger



Eine lebendige und attraktive Innenstadt muss erreichbar bleiben. Deshalb sorgt derzeit in Augsburg die Erhöhung der Parkgebühren nicht nur beim örtlichen Einzelhandel für großen Ärger. Symbolfoto: © Cornelia Pithart - stock.adobe.com.

Auf Kunden und Besucher von Augsburg kommen harte Zeiten zu: Die Parkgebühren werden massiv erhöht. Wut und Ärger nicht nur beim Einzelhandel sind groß. HBE-Ortsvorsitzender Ulrich Mayer kann nur mit dem Kopf schütteln: „Anstatt den innerstädtischen Einzelhandel gerade mit Blick auf die Auswirkungen der Corona-Pandemie zu stärken, macht man genau das Gegenteil. Die Parkgebühren-Erhöhung wird viele Kunden von einem Besuch abhalten.“ Sie werde negative Auswirkungen sowohl auf die Kundenfrequenzen als auch auf die Umsätze der lokalen Händler und Gastronomen haben. In Augsburg werden ab dem Sommer die Parkgebühren im Bereich der Innenstadt von zwei auf dann 2,60 Euro pro Stunde erhöht. Dies entspricht einer Anhebung um satte 30 Prozent. Im übrigen Stadtgebiet werden die Gebühren an den Parkautomaten von 60 Cent auf einen Euro pro Stunde steigen (Erhöhung um fast 70 Prozent!). Hinzu kommt, dass die Semmelaste, mit der man bislang bis zu 30 Minuten kostenlos

parken konnte, abgeschafft wird. Mayer: „Die Innenstadt muss erreichbar bleiben. Eine solche drastische Erhöhung der Parkgebühren ist das vollkommen falsche Signal. Gerade die auswärtigen Besucher und Kunden werden dadurch von einem Besuch Augsburgs abgeschreckt.“

■ Aschaffenburg

Stabwechsel beim HBE

Marco Schwarzkopf ist neuer HBE-Ortsvorsitzender in Aschaffenburg. Der Inhaber von „Sport und Outdoor Schädlich“ in der Innenstadt folgt damit Michael Kahl, der das Amt im vergangenen Jahr niedergelegt hatte. „Schwarzkopf wird sich bei Politik und Verwaltung engagiert einsetzen und die Belange des Handels mutig vertreten“, so HBE-Bezirksgeschäftsführer Volker Wedde. Er sei



Marco Schwarzkopf, neuer HBE-Ortsvorsitzender in Aschaffenburg.

„genau der richtige Mann“, da sich Schwarzkopf auch in anderen Bereichen ehrenamtlich einsetze und deshalb bestens vernetzt sei. Schwarzkopf selbst freut sich auf das neue Amt. Es sei geradezu „die Pflicht eines jeden Einzelhändlers“ mitzureden und die Belange des Handels in den verschiedenen Organisationen und Gremien zu vertreten. Schwarzkopf: „Gemeinsam sind wir stärker.“

■ Oberbayern

Neuer Retail Talk der Rid Stiftung



Retail Talk der Rid Stiftung im Munich Urban Colab in München.

„Wo ist der Handel der Zukunft zuhause?“ lautete die Fragestellung des ersten Retail Talks der Rid Stiftung. Denn die beiden letzten Jahre haben gezeigt, wie unverzichtbar die gemeinsame Gestaltung des öffentlichen Raumes ist und welche große Bedeutung das Zusammenwirken von Handel und Politik vor Ort hat. Die Rid Stiftung hatte daher in das Munich Urban Colab eingeladen. Neben Politik und Handel war auch Fachpublikum aus Verwaltung und Wissenschaft unter den rund 120 Gästen. Münchens 2. Bürgermeisterin Katrin Habenschaden, Rosenheims 2. Bürgermeister Daniel Artmann und Franz Müller aus dem Bayerischen Wirtschaftsministerium diskutierten mit Stefan Rollwagen (Egetemeier Wohnkultur) und Karin Stäbler (Eatenet GmbH, Rosenheim). Michaela Pichlbauer (Vorsitzende der Rid Stiftung) zeigte sich mit dem neuen Format sehr zufrieden: „Wir haben mit dem Retail Talk neue Wege zur Förderung des Einzelhandels erkundet.“

REGIONAL

Wir sind für Sie vor Ort!

■ Gräfelfing

Mit Smart Analytics den Leerstand bekämpfen

Es ist ein ganz besonderes Pilotprojekt in Gräfelfing: Durch Nutzung datenbasierter Kenntnis von Bewegungsströmen und Verhaltensmustern sollen Trading Down und Leerstand in der oberbayerischen Gemeinde verhindert bzw. bekämpft werden.

Die Widerstandsfähigkeit des urbanen Zentrums von Gräfelfing soll durch die neugewonnenen Daten attraktiver und lebendiger und drohende Fehlentwicklungen rechtzeitig entdeckt werden. Die kommunalen Entscheidungsträger werden z. B. bei drohendem Trading Down und Leerstand frühzeitig intervenieren können. Für die Erhebung der Datengrundlage soll die innovative Technologie der Firma **Ariadne Maps GmbH**, die als Start-Up aus der Technischen Universität München (TUM) hervorgegangen ist, eingesetzt werden. Betreut wird das Projekt von der BBE Handelsberatung. Für das Projekt wurde konkret die zentrale Ein-



„Wir werden ein Frühwarnsystem für drohenden Leerstand entwickeln. Damit kann rechtzeitig gegengesteuert werden.“

Timm Jehne, BBE Handelsberatung

kaufsstraße, die Gräfelfinger Bahnhofstraße, mit einem Teil der angrenzenden Pasinger Straße ausgewählt. Mit ihren Geschäften, Gastronomieangeboten, Arztpraxen und Dienstleistungsangeboten und direkt angrenzend an den S-Bahnhof, bildet sie das Einzelhandelszentrum in Gräfelfing. In der Bahnhofstraße findet zurzeit und durch die Corona-Pandemie beschleunigt

ein Wandel des Angebots statt. Timm Jehne, Teamleiter Standort und Immobilie bei der BBE Handelsberatung: „Aus der Analyse mit Smart Analytics werden wir die Entwicklung eines Frühwarnsystems für drohenden Leerstand auf den Weg bringen. Dieses zeigt Bereiche mit abnehmender oder geringer Nutzerfrequenz auf, sodass frühzeitig gegengesteuert werden kann.“

Die fachliche Beratung für die Interpretation der gewonnenen Daten bezogen auf die individuelle Situation in Gräfelfing übernimmt die BBE Handelsberatung. Auch für die Übertragung der abgeleiteten Erkenntnisse auf künftige Planungen zur Förderung des Einzelhandels in Gräfelfing wird die BBE-Expertise genutzt.

Zu den Aufgaben der BBE gehört in den kommenden drei Jahren (Projektende: Sommer 2025) die fortlaufende Beratung und das Monitoring der Entwicklungen in den Untersuchungsbereichen, die Durchführung von Workshops und Beratungsleistungen sowie die Erstellung von sachbezogenen Berichten. Außerdem wird die BBE Immobilieneigentümer mit Blick auf die Vermietung leergefallener Ladenlokale beraten, um im Idealfall die Voraussetzungen für einen synergetischen und nachfrageorientierten Branchenmix in Gräfelfing zu schaffen. Zu den weiteren Schwerpunkten zählen unter anderem die Themen Parkraummanagement und Handelsimmobilienmanagement. Ihr Ansprechpartner: Timm Jehne, E-Mail: jehne@bbe.de, Tel.: 0152 04147365.

■ Cham

REGIONALER MARKTPLATZ

Für die überzeugende Präsentation des regionalen Sortiments in seinem Rewe-Markt in Cham ist Andreas Bortar mit dem „Regional-Star“ ausgezeichnet worden.

Mit dem „Regional-Star“ würdigen Lebensmittel Praxis und Internationale Grüne Woche Berlin nachhaltige Regional-Konzepte im Lebensmittelhandel. Gesucht werden Konzepte mit regionaler Prägung aus Handel, Industrie und Landwirtschaft, die unter nachhaltigen Aspekten („ökonomisch erfolgreich“, „ökologisch sinnvoll“ und „sozial verantwortlich“) die Vermarktung regionaler Produkte voranbringen. Im Jahr 2011 startete Kaufmann Andreas Bortar eine Kooperation mit einem Bauernhof aus Cham: „Der Landwirt belieferte uns mit Eiern. Damit begann die regionale Ausrichtung des Sortiments“, erinnert er sich. Inzwischen gibt es in seinem Rewe-Markt mehr als 1.500 Produkte von mehr als 110 regionalen Erzeugern und Lieferanten. „Als regional bezeichne ich Produkte, deren Wertschöpfung in der Region bleibt und die maximal 100 km von meinem Markt entfernt produziert wurden“, so der engagierte Kaufmann. Bei einem Entfernungsradius von 30 km spricht Andreas Bortar von lokalen Produkten. „Mein Rewe-Markt soll regionaler Marktplatz sein“, unterstreicht der frisch gebackene Preisträger. Sein Herzblut für heimische Ware zeigt sich deshalb in jeder Abteilung: Im ungekühlten Bereich finden die Kunden auf über 100 qm Regalfläche eine große Auswahl regionaler Produkte aus einem Umkreis von etwa 30 km. Beim Obst und Gemüse kommen etwa ein Drittel aus der Umgebung.



Andreas Bortar und sein Team haben den „Regional-Star“ gewonnen.

■ Waldkirchen

Garhammer feiert einen ganz besonderen Geburtstag



125 Jahre Modehaus Garhammer in Waldkirchen (Landkreis Freyung-Grafenau): Tradition, tiefe regionale Verwurzelung, kompetente Beratung und ein erstklassiger persönlicher Service.

Gegründet 1896 als Kolonialwarenhandlung, zählt Garhammer aus Waldkirchen heute zu den größten Modehäusern Deutschlands. Das Traditionsunternehmen feiert in diesem Jahr sein 125-jähriges Bestehen.

Es ist die Geburtsstunde des **Modehauses Garhammer**: Der ursprünglich aus der Messerschmiedmühle stammende Johann Garhammer kauft 1896 das heutige Haupthaus am Marktplatz und zieht mit seiner Familie nach Waldkirchen um. Er gründet das Unternehmen zunächst als Kolonialwarenhandlung. Das Sortiment wird jedoch rasch durch Textilwaren ergänzt. 1930 stirbt der Inhaber Johann Garhammer im Alter von 59 Jahren.

Noch im gleichen Jahr übernimmt sein Sohn

Hans die Leitung des Familienunternehmens. Zwei Jahre später steigt auch seine Schwester Karolina Garhammer (später Huber) ins Unternehmen ein. Anfang der 1930er Jahre liegt der Textilanteil bereits bei deutlich über 50 Prozent am gesamten Warenangebot. Während des zwei-

ten Weltkrieges wird das Modehaus Garhammer komplett zerstört. 1949 eröffnen Hans Garhammer und seine Schwester Karolina Huber das Kaufhaus Garhammer neu. Auf insgesamt 450 qm Verkaufsfläche werden neben Textilien auch Lebensmittel angeboten.

Nach dem Tod von Hans Garhammer im Jahr 1963 übernehmen Franz und Reinhard Huber gemeinsam mit ihrer Mutter Karolina die Geschäftsführung des Modehauses. Im Jahr 1966 wird



HBE-Hauptgeschäftsführer Wolfgang Puff (r.) gratuliert Christoph Huber (l.) und Johannes Huber (M.) zum Jubiläum.

zum ersten Mal großflächig ausgebaut und auf etwa 1.200 qm erweitert. 1971 feiert Garhammer sein 75-jähriges Firmenjubiläum. Das Modehaus hat sich mittlerweile zu einem attraktiven Anziehungspunkt in der gesamten Region entwickelt und beschäftigt bereits über 100 Mitarbeiter.

1994 wird das Parkhaus zu klein und daher auf 220 Stellplätze erweitert. Im gleichen Zuge baut man, sozusagen auf das Dach des Parkhauses, einen Supermarkt und lagert den bisher im Haupthaus befindlichen Eurospar dahin aus. Garham-

mer ist dadurch ab sofort ein reines Modehaus. Auf der Seite der Ringmauerstraße wird ein komplett neuer Eingangsbereich geschaffen. Zum Ende des Jahres 1997 verabschiedet sich Reinhard Huber in den Ruhestand. Am 1. Januar 1998 steigt Christoph Huber, zweitältester Sohn von Brigitte und Franz Huber, offiziell als Geschäftsführer ins Familienunternehmen ein – die 4. Generation ist somit angekommen.

Das neue Jahrtausend beginnt mit dem nächsten richtungsweisenden Umbau. Neben der Fassade, die in Richtung der Ringmauerstraße komplett verglast wird, bekommt das Haus auch eine veränderte Kundenführung. Johannes Huber, jüngster Sohn von Brigitte und Franz Huber, steigt 2010 ins Familienunternehmen ein und übernimmt so gemeinsam mit seinem Bruder Christoph und seiner Schwägerin Katrin die Leitung des Modehauses. Der bis dato größte Umbau beginnt im Jahr 2012. In zwei Projekten wird sowohl eine Erweiterung an der Ringmauerstraße, als auch eine am oberen Marktplatz vorgenommen.

Im Laufe der 125-jährigen Firmengeschichte hat das Traditionshaus unzählige, renommierte Auszeichnungen erhalten. 2014 wird das „herausragende, innovative Unternehmen“ nicht nur zum „Store of the Year“ gekürt, sondern Garhammer mit fünf weiteren Modehäusern aus der ganzen Welt für die Auszeichnung des „World Retail Awards“ in der Kategorie Modehäuser über 1.200 qm Verkaufsfläche nominiert.

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

www.hv-bayern.de/handeldirekt

■ Unterfranken

60 Jahre Frischemärkte Trabold



Die Frischemärkte Trabold sind fest in Familienhand (v.l.): Julian Trabold, Horst Trabold und Marco Trabold.

1962: im Würzburger Vorort Zell in der „Au“ eröffnete der damals 22-jährige Horst Trabold mit seiner Ehefrau und einer Aushilfsverkäuferin einen gerade einmal 50 qm „großen“ Tante-Emma-Laden. Das war der Grundstein für das Traditionsunternehmen **Trabold**. In diesem Jahr wird das 60-jährige Jubiläum gefeiert. Das Unternehmen Trabold hat sich stetig weiterentwickelt und dabei immer wieder kleinere Märkte zu Gunsten von neuen größeren, zukunftssträchtigeren Märkten geschlossen. Auf einer Gesamtverkaufsfläche von

über 9.000 qm, aufgeteilt auf fünf Märkte, wird den Kunden heute tagtäglich eine riesengroße Auswahl an Qualität und Frische angeboten. Als Familienbetrieb mit derzeit rund 270 Mitarbeitern und 18 Azubis sind die Frischemärkte Trabold über die Jahrzehnte fest mit der fränkischen Heimat verwachsen. Bereits in der zweiten Generation leitet seit 2005 Marco Trabold als Inhaber die Geschäfte. Auch einer seiner beiden Söhne, sein Sohn Julian Trabold, ist mittlerweile als 3. Generation im Betrieb tätig.

■ Oberbayern

Digitaler „Girls' & Boys' Day“

Regelmäßig im Frühjahr lädt die Edeka Südbayern zum „Girls' & Boys' Day“ ein, der Schülern der Klassen fünf bis zehn zur Orientierung für ihre berufliche Zukunft dient.

In diesem Jahr fand er infolge der Pandemie zum wiederholten Male online statt, was seiner Attraktivität jedoch keinen Abbruch tat. Rund 60 Mädchen und Jungen nahmen an der digitalen Veranstaltung teil und bekamen Einblicke in die Berufswelt. „Diese Veranstaltung ist immer wieder ein tolles Ereignis. Sie hat sich zu einer idealen Gelegenheit entwickelt, um jungen Menschen zu zeigen, welche vielfältigen Zukunftsperspektiven wir als Lebensmittelhändler bieten können,“ freute sich Ausbildungsleiterin Melody Achilles über das große Interesse. Mit den rund 28 verschiedenen Berufsbildern in den Bereichen Einzel-

handel, Großhandel, Verwaltung, Produktion und IT bietet die Edeka Südbayern nahezu die gesamte Palette der unterschiedlichsten Ausbildungsberufe an. Achilles: „Vier dieser Ausbildungsberufe standen beim diesjährigen „Girls' & Boys' Day“ im Rampenlicht: Kaufleute für Büromanagement, Fachkräfte für Lagerlogistik, Fachinformatiker für Systemintegration sowie Floristen.“ Die Berufsbilder wurden in Form von kurzen Videos präsentiert. Danach gab es eine Fragerunde mit Edeka-Azubis, die derzeit eine Ausbildung in diesen Berufen machen. Neu im Programm des „Girls' & Boys' Day“ war das Thema Bewerbung. Achilles: „Zu diesem Zweck haben wir den jungen Leuten gezeigt, wie man das Anschreiben und den eigenen Lebenslauf für die Bewerbung verfasst und wie ein Vorstellungsgespräch konkret abläuft.“

■ Bayern

Trainierte und schlagkräftige Innenstädte

Die bayerischen Innenstädte stärken, deren Attraktivität für Besucher ausbauen und den örtlichen Einzelhandel unterstützen – diese Ziele hat das Bayerische Wirtschaftsministerium mit dem Fitnessprogramm „**Starke Zentren**“ verfolgt. Im Rahmen der Abschlussveranstaltung zum Förderprogramm haben die Modellkommunen Beilngries, Coburg, Kempten, Rothenburg ob der Tauber und Schwandorf die Ergebnisse ihrer Projektarbeit vorgestellt. Wirtschaftsminister Hubert Aiwanger: „Die Modellstädte haben gemeinsam mit erfahrenen Stadt- und Regionalplanern sowie einem Projektbeirat in den vergangenen neun Monaten intensiv in unserem Fitnessstudio trainiert. Die entwickelten Strategien nehmen die Themen Mobilität, Wohnen, digitales und mobiles Arbeiten, Freizeit und Kultur, Veränderung der Einzelhandelsstruktur und Aufenthaltsqualität in den Fokus.“ Diese würden zeigen, wie Attraktivität und Versorgungsfunktion der Ortszentren weiter gesteigert werden können. Ziel ist es laut Aiwanger, die Bandbreite an kreativen Maßnahmen jetzt auch anderen Kommunen in Bayern zur Verfügung zu stellen. Aiwanger: „Unser Handbuch **Starke Zentren Bayern** soll möglichst viele bayerische Städte und Gemeinden inspirieren, selbst Konzepte zur Stärkung ihrer Innenstädte und Ortskerne zu erarbeiten und umzusetzen.“ Alle Informationen zum Fitnessprogramm „Starke Zentren“ sowie das Handbuch Starke Zentren in Bayern sind unter www.landesentwicklung-bayern.de/fitnessprogramm-starke-zentren abrufbar.

Abschlussveranstaltung zum Fitnessprogramm „Starke Zentren“ im Wirtschaftsministerium (v.l.): Thomas Kiechle (OB Kempten), Helmut Schloderer (1. Bürgermeister Beilngries), Andreas Feller (OB Schwandorf), Dr. Markus Naser (OB Rothenburg ob der Tauber), Hans-Herbert Hartan (2. Bürgermeister Coburg). Foto: Astrid Schmidhuber.



■ Bayern

Achtung Baustelle!

Bagger rollen an, Straßen werden aufgerissen, Lärm und Staub werden zum Alltag in den Innenstädten. Für viele Einzelhändler bedeutet dies den Verlust von Kunden über Monate oder gar Jahre. Umsatzeinbußen und Existenzängste sind die Folgen.

Baustellen bedeuten für den örtlichen Einzelhandel fast immer sinkende Kundenfrequenz und Umsatzrückgang. Doch müssen dramatische Umsatzverluste immer automatisch vorprogrammiert sein? Mit den Instrumenten Baustellenmanagement und Baustellenmarketing kann den negativen Auswirkungen entgegengewirkt werden. Die Probleme und Herausforderungen, mit denen Gewerbetreibende und Anlieger durch Baumaßnahmen in Innenstadtbereichen konfrontiert werden, sind sich in vielen Städten ähnlich. Roland Wölfel, Geschäftsführer der Cima Beratung + Management GmbH: „Im Wesentlichen lassen sich drei Hauptproblemfelder identifizieren: Einschränkungen in Bezug auf die Erreichbarkeit, die Präsentationsmöglichkeiten der betroffenen Betriebe sowie Belästigungen durch Schmutz und Lärm.“ Das Instrument des Baustellenmarketings kann den Beteiligten helfen, die negativen Auswirkungen einer Großbaustelle zu lindern und aus der Not eine Tugend zu machen. Voraussetzung ist zunächst, ein positives Image und eine

kontinuierlichen Informationsfluss, z. B. mittels Flyer, Homepage, Zeitung, Telefon etc., versorgt werden. Ein fester Ansprechpartner sollte zu Beginn des Prozesses benannt werden. Die zahlreichen Bauzäune, die Baustellen häufig abgrenzen, können als großflächige Werbe- und Präsentationsflächen für die anliegenden Betriebe genutzt werden. Wölfel: „Hier ist die Kreativität der Händler gefragt. Um geschlossen nach außen aufzutreten und Gemeinschaftsgefühl und Zusammengehörigkeit zu demonstrieren, empfiehlt sich die Verwendung bestimmter wiederkehrender Elemente, wie ein einheitlicher Gestaltungsrahmen für Werbeplakate, ein Baustellenmaskottchen oder ein Slogan, den man sofort auch emotional mit der Baustelle verbindet.“ Auch die gängigen Medien, wie Flyer und Annoncen, sind während der Bauphase verstärkt für die umfassende Information der Kunden zu nutzen. Kontakt: Roland Wölfel, E-Mail: woelfel@cima.de, Tel.: 09191-340892.

„Man kann auch eine Baustelle zur Attraktion für Kunden und Besucher machen.“

Roland Wölfel, Cima-Geschäftsführer

Aufbruchsstimmung bei den handelnden Akteuren zu erzeugen. Von großer Bedeutung ist eine transparente Informationspolitik über den gesamten Prozess bereits frühzeitig vor Beginn der Bauarbeiten. Sowohl Anlieger als auch Öffentlichkeit müssen durch einen verlässlichen und

■ Bayern

Räumungsverkauf – aber richtig!

Wenn das Geschäft aufgegeben und der Betrieb aufgelöst wird, heißt es auch beim Räumungsverkauf einen kühlen Kopf zu bewahren.

Damit ein Totalräumungsverkauf erfolgreich ist, sollten Preispolitik, Aufbau der Ware und Warenzukauf sehr genau geplant und kalkuliert sein. Eine gute Organisation des Ablaufs entscheidet oftmals über den Erfolg oder Misserfolg eines Räumungsverkaufs. Textilbetriebswirt Ralf Heimsch berät Unternehmen bei der Veräußerung der Wirtschaftsgüter bei einer Geschäftsaufgabe. Sein Credo: Nicht draufzahlen, sondern Totalräumungsverkauf mit Gewinn! Damit dieses Ziel auch wirklich erreicht wird, weist er seine Kunden immer eindringlich auf eine gleichlautende Innen- und Außenwerbung hin. Wichtig ist außerdem die fortwährende Spannung beim Räumungsverkauf. Heimsch: „Die Neugier muss den Kunden alle 3-4 Tage immer wieder in das Geschäft ziehen. Spannung und die richtige Dramaturgie sind das A und O eines erfolgreichen Räumungsverkaufs.“



Foto: Peter Kerkhoff - stock.adobe.com

Wichtig sei außerdem, dass man eine Sortimentsanalyse durchführt und sich z. B. über die Struktur des Altwarenbestandes oder die Präsentation der Ware im Klaren ist. Im direkten Gespräch mit dem Inhaber klärt Heimsch die wichtigsten Fragen vor einem Räumungsverkauf. Dies fängt bei bestehenden Verträgen an, die aufgelöst werden müssen und endet bei der detaillierten Planung des (zeitlichen) Ablaufs des Räumungsverkaufs. Kontakt: Heimsch Handelsberatung und Coaching, E-Mail: info@heimsch-landsberg.de, Tel.: 08261 9095076. www.heimsch-landsberg.de

■ Bayern

Innenstädte reanimieren

Das innerstädtische Veranstaltungsgeschehen soll nach Corona wieder angeschoben werden. Dazu hat das Wirtschaftsministerium die neue Initiative „Innenstadt neu erleben!“ ins Leben gerufen.

Bis Mitte Juli können sich Händler, Werbegemeinschaften sowie City- und Stadtmarketingorganisationen um eine Förderung bewerben. Gefördert werden Projekte, die eine kurzfristige Wiederbelebung der Innenstädte auf Basis von Veranstaltungen oder durch eine Erhöhung der Aufenthaltsqualität zum Ziel haben (max. Laufzeit bis zu 24 Monaten, max. Höhe der zuwendungsfähigen Ausgaben: 100.000 Euro). Alle weiteren Informationen und die Bewerbungsunterlagen finden Sie unter www.stmwi.bayern.de/wirtschaft/mittelstand/.



Ausgezeichnet ✓
Generationenfreundlich

www.generationenfreundliches-einkaufen.de