

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



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

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

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

E-Paper statt Print

**Handel direkt  
online lesen.**

Alle Infos unter:  
[www.hv-bayern.de/handeldirekt](http://www.hv-bayern.de/handeldirekt)

## Gewerkschaften und Kirche: Klage gegen das neue Bayerische Ladenschlussgesetz

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

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

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

## Ladenöffnungszeiten: Neue Spielräume werden (noch) nicht genutzt

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

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

## Kostenlose Erste-Hilfe-Kurse für Mitglieder



Foto: @ benjaminolte - stock.adobe.com

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

## Stadtmarketingpreis: Jetzt bewerben!

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

## Veranstaltungen & Termine

13.4.2026, Augsburg

[Brandschutzhelfer im Betrieb](#)

15.4.2026, online

[Lebendige Innenstädte gestalten](#)

16.4.2026

[Erlebnismarketing](#)

27.4.2026, Regensburg

[Azubi-Knigge](#)

30.4.2026, Regensburg

[Ostbayerische HBE-Bezirksdelegiertentagung](#)

5.5.2026, online

[Zahlungsverfahren im Check](#)

5.5.2026, München

[HBE-Bezirksdelegiertentagung](#)

5.5.2026, München

[Tag des oberbayerischen Handels](#)

18.6.2026, Augsburg

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

23.6.2026, München

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

Unsere Praxiswissen

**Mitglied werden und von Leistungen profitieren.**

Alle Infos unter:

[www.hv-bayern.de/leistungen/praxiswissen](http://www.hv-bayern.de/leistungen/praxiswissen)



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

## Positive Bilanz und Rückenwind

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

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

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

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

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

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

## Technologie ersetzt Baugesühl

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

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

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



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