

wirtschaft

03/2019

Gemeinsam stärker

Erfolgsfaktor Zusammenarbeit –
wie Unternehmen von
Kooperationen & Co. profitieren

Kleine Firmen

Hilfe bei Finanzierung, Recht und Steuern –
die IHK baut ihre Angebote aus

Dr. Schnell

Der Reinigungsspezialist
und sein rasches Wachstum

5G-Mobilfunk

Was vom neuen Standard
zu erwarten ist

Ford Gewerbewochen

Mehrwert für Ihr Business

KÜPPERSMÜHLE



FORD TRANSIT CUSTOM CITY LIGHT

260L1H1, 6-Gang, 77 kW (105 PS), u.a. mit Berganfahrassistent, Doppelflügelhecktür, Schiebetür rechts, elektr. Zuheizer, Seitenwind-Assistent, Trennwand zum Laderaum, Zentralverriegelung mit FB, elektr. Fensterheber, u.v.m.

ab monatlich netto

€199,-^{1,2,3}

Abb. zeigt Wunschausstattung gegen Mehrpreis.

Automobilforum
Kuttendreier
Just drive!

Automobilforum Kuttendreier GmbH

- 1 Hauptbetrieb mit Transit Center • Drosselweg 21 • 81827 München
- 2 Moosach mit Transit Center • Dachauer Straße 463 • 80993 München
- 3 FORD STORE | Solln • Meglinger Str. 30-32 • 81477 München
- 4 Berg am Laim • Neumarkter Str. 80 • 81673 München
- 5 Wolfratshausen • Hans-Urmiller-Ring 42 • 82515 Wolfratshausen
- 6 Unterschleißheim • Hauptstr. 41 • 85716 Unterschleißheim



www.kuttendreier.de - 5x in und um München! • www.facebook.de/kuttendreier • www.instagram.com/automobilforum_kuttendreier

¹⁾ Angebot gilt bei Vertragsabschluss bis 30.04.2019 und nur für Gewerbekunden (ausgeschlossen sind Großkunden mit Ford Rahmenabkommen sowie gewerbliche Sonderabnehmer wie z.B. Taxi, Fahrschulen, Behörden). ²⁾ Ein Gewerbekundenangebot der ALD AutoLeasing D GmbH, Nedderfeld 95, 22529 Hamburg, für die der Angebotsleistende als ungebundener Vertreter tätig ist. ³⁾ € 0,- Leasing-Sonderzahlung, 48 Monate Laufzeit und 40.000 km Gesamtleistung, zzgl. ges. MwSt, Frachtkosten i.H.v. 831,93 € netto und Logistikpauschale i.H.v. 211,- €.

Ein neuer Generationenvertrag

Zum Ersten, zum Zweiten, zum Dritten: In diesem Monat sollten die Frequenzen für den neuen Turbo-Mobilfunk 5G versteigert werden – die fünfte Generation der mobilen Kommunikation.

Doch es drohen – wieder einmal – Verzögerungen bei der Einführung einer Schlüsseltechnologie für die Digitalisierung in Deutschland. Die drei bis vier Netzbetreiber, die ins Rennen gehen wollen, beanstanden zu harte Versorgungsaufgaben durch Politik und Bundesnetzagentur.

Klar ist: Deutschland braucht dringend den Echtzeitmobilfunk, um fit zu sein für die digitale Zukunft. Eine Zukunft, in der Maschinen miteinander kommunizieren, Autos vernetzt und autonom fahren, Computer komplizierte Produktionsprozesse überwachen, Algorithmen die Gebäudetechnik intelligent steuern und die Aufnahmefähigkeit der Energienetze optimieren. Das alles und noch viel mehr funktioniert nur mit immer blitzschnell übertragenen Daten in einem Hochleistungsnetz.

Klar ist aber auch: Die Ziellatte liegt am obersten Anschlag. Denn die neue Technik braucht viel mehr Funkmasten als die heutigen Mobilfunkstandards. Experten rechnen für ein flächendeckendes 5G mit mindestens 750 000 zusätzlichen Basisstationen, mehr als das Zehnfache der bereits vorhandenen rund 70 000 Funkmasten.

Die neuen Basisstationen müssen aufgebaut werden. Aber wo? »Bloß nicht in meinem Sichtfeld«, denken vermutlich viele. Das ist verständlich, verschärft jedoch das Problem: Der Bedarf an einem schnellen und überall verfügbaren Internet ist deutlich größer als die Bereitschaft, Standorte für Mobilfunkmasten zu schaffen.

Selbstständige und Unternehmen, Ärzte und Krankenhäuser, Forscher und Universitäten, alle Infrastrukturen der Zukunft brauchen 5G. Ein moderner und wettbewerbsfähiger Standort Deutschland und Bayern bringt allen Vorteile – den Bürgern, den Millionen Mobilfunknutzern und unseren Unternehmen.

Fazit: Was die digitale Infrastruktur anbelangt, ob Breitband oder Mobilfunk, ist der Standort Deutschland alles andere als Weltklasse. Alles braucht zu lange. Die Politik muss energisch einen raschen Aufholprozess einleiten. Vorrangig müssen in der Umsetzung lokale 5G-Netze aufgebaut werden, damit die Unternehmen in Bayern und Deutschland ihre Technologieführerschaft nicht verlieren. Die fünfte Generation des Mobilfunks ist also ein Generationenvertrag der ganz besonderen Art: Er schafft die Voraussetzung, dass auch die nächste Generation in einem technologisch führenden Land leben kann. Es wird spannend!

Ihr Manfred Gößl



Foto: IHK

Dr. Manfred Gößl, Hauptgeschäftsführer der IHK für München und Oberbayern

TITELTHEMA

KOOPERATION

Mittelständler verfügen über Erfahrung, Marktwissen und Kapital. Start-ups punkten mit neuen Technologien und frischen Ideen. Zusammen ergibt das eine viel versprechende Mischung.



UNTERNEHMEN

MEHR ALS SAUBER

Das Familienunternehmen Dr. Schnell bietet Produkte und Services rund um das Thema Reinigen. In den vergangenen Jahren legte die Münchner Firma ein beeindruckendes Wachstum hin.



BETRIEB + PRAXIS

NACHFOLGE

Beim Medizintechnikhersteller MedTech & Science vertraute Alleingesellschafter Peter Müller die Geschäftsführung zwei jungen Mitarbeitern an. Die Geschichte einer Übergabe.



NAMEN + NACHRICHTEN

- 6 ENERGIEAUDIT
Rechtzeitig vorbereiten

UNTERNEHMERPROFIL

- 10 KHALED KAISSAR
Immobilien und Filmgeschäft – der Unternehmer verbindet beides

TITELTHEMA

- 12 KOOPERATION
Wenn Mittelständler und Start-ups zusammenarbeiten, profitieren alle Seiten
- 16 ERFOLGSFAKTOREN
Wie funktioniert die Kooperation mit Firmengründern am besten?
- 18 PARTNERSCHAFT
Auch Mittelständler können Influencer für ihre Marketingziele einsetzen
- 20 COWORKING
Neue Räume für kooperative Arbeit

STANDORTPOLITIK

- 22 KLEINE UNTERNEHMEN
Hilfe bei Finanzierung, Recht und Steuern – die IHK baut ihre Angebote aus
- 25 IHK-AUSSCHÜSSE
IHK-Position zum Klimaschutz/
Tourismus in Bayern
- 26 EUROPAAWHL I
Bayerische Kandidaten im Interview – Teil 1
- 29 EUROPAAWHL II
Datenschutz als Wettbewerbsvorteil?
- 31 175 JAHRE IHK
IHK Talk zur Zukunft der Arbeit
- 34 NACHHALTIGKEITSZIELE
Was Firmen unternehmen, um den Hunger zu bekämpfen
- 36 KONJUNKTUR
Ein leichter Dämpfer
- 38 AUS DER REGION
Debatte um Brenner Nordzulauf
- 40 PRO & CONTRA
Verkaufen auf Amazon – für Händler sinnvoll?

UNTERNEHMEN + MÄRKTE

- 42 DR. SCHNELL
Reinigungsmittelspezialist mit Tradition
- 46 NEUE MÄRKTE
Delegationsreisen erleichtern den Einstieg

BETRIEB + PRAXIS

- 48 NACHFOLGE
Wenn die übernächste Generation übernimmt
- 52 WEBSEITE
Wie Firmen ihren Onlineauftritt verbessern
- 54 IHK AKTUELL
Rohstoffreport/Münchener Steuerfachtagung
- 56 STIFTUNGEN
Unternehmer Alexander Brochier und Philipp Hof über die Stiftungskultur
- 58 MOBILFUNK
Was vom neuen Standard 5G zu erwarten ist

EVENTS

- 60 BAYERISCHE BEGEGNUNGEN
IHK-Empfänge, Münchner Agenturgipfel

DA SCHAU HER

- 64 MESSE MÜNCHEN
München etablierte sich spät als Ausstellungsstandort, dann aber mit aller Kraft

VERLAGSSONDERSEITEN

- 66 KFZ-SPEZIAL

RUBRIKEN

- 3 EDITORIAL
- 8 IHK ONLINE
- 70 EHRUNGEN
- 71 EHRUNGEN/TERMINE/FIRMENINDEX
- 72 VERÖFFENTLICHUNGEN + BEKANNTMACHUNGEN
– Einrichtung eines IHK-Ausschusses
Unternehmensverantwortung – Berufung der Mitglieder
- 74 KARIKATUR/IMPRESSUM



fb.com/ihk.muenchen.oberbayern



@IHK_MUC

Das IHK-Magazin gibt es auch online:
www.ihk-muenchen.de/ihk-magazin

„Betriebliche Altersvorsorge
ist ein Erfolgsfaktor
für mein Unternehmen.“

Markus Schmid,
Geschäftsführer Schmid Tiefbau GmbH

Mein Weg.
Meine Bank.

Wir machen den Weg frei.

Qualifizierte, zufriedene Mitarbeiter sind das Fundament eines erfolgreichen Unternehmens. Binden Sie Ihre Mitarbeiter und gewinnen Sie neue Fachkräfte: mit der betrieblichen Altersvorsorge der Volksbanken Raiffeisenbanken.

Jetzt kostenfreies Whitepaper downloaden:
www.bayern.vr.de/BAV

Volksbanken
Raiffeisenbanken



Energieaudit 2019

Rechtzeitig vorbereiten

Für Unternehmen steht 2019 das zweite Energieaudit nach dem Energiedienstleistungsgesetz (EDL-G) an. Seit 2015 ist das Audit Pflicht für Betriebe, die kein kleines oder mittleres Unternehmen (KMU) im Sinne der EU sind. Das Audit muss alle vier Jahre wiederholt werden und soll beispielsweise Maßnahmen für mehr Energieeffizienz feststellen. Von der Verpflichtung ausgenommen sind

Unternehmen, die den Betrieb eines Energie- oder Umweltmanagementsystems (DIN EN ISO 50001 oder EMAS) nachweisen können. Mehr Infos unter: www.bafa.de



Termine

Vollversammlungen

der IHK für München und Oberbayern

Mittwoch, 27. März 2019

Mittwoch, 24. Juli 2019

Mittwoch, 4. Dezember 2019

Adressänderung der IHK für München und Oberbayern

Anpassung des Internet-Impressums

Der offizielle Sitz der IHK für München und Oberbayern (IHK) ist nach der Rückkehr ins Stammhaus wieder die Max-Joseph-Straße 2, 80333 München. Gewerbetreibende, für die die IHK die zuständige Aufsichtsbehörde ist, müssen daher ihr Internet-Impressum entsprechend anpassen. Sofern Sie als Versicherungsvermittler, -berater, Finanzanlagenvermittler, Honorar-Finanzanlagenberater, Immobiliendarlehensvermittler oder Wohnimmobilienverwalter tätig sind und sich Ihre Hauptniederlassung in Bayern (ausgenommen: Kammerbezirk der IHK Aschaffenburg) befindet, überprüfen Sie deshalb bitte Ihr Impressum.

Im IHK-Merkblatt »Internet-Impressum« gibt es weitergehende Informationen und Beispiele:

www.ihk-muenchen.de/Versicherungsvermittler

www.ihk-muenchen.de/Finanzanlagenvermittler

www.ihk-muenchen.de/Immobiliendarlehensvermittler

www.ihk-muenchen.de/wohnmobilienverwalter

KURZ & KNAPP

EU/Japan

Freihandel mit JEFTA

JEFTA beziehungsweise EU-Japan EPA, das Wirtschaftspartnerschaftsabkommen zwischen der EU und Japan, ist am 1. Februar 2019 in Kraft getreten. Über 90 Prozent der japanischen Zölle auf Importprodukte aus der EU werden damit im Rahmen von JEFTA stufenweise abgebaut – eine klare Verbesserung für viele bayerische Erzeugnisse auf dem japanischen Markt. Das Abkommen bietet aber noch weitere Vorteile. Mehr unter: www.ihk-muenchen.de/jefta

Datenbank Umwelt und Energie

»UMFIS« ist der neue »IHK ecoFinder«

Das Portal »UMFIS« hat nach mehr als 20 Jahren erfolgreichen Bestehens am Markt ein neues Erscheinungsbild bekommen und heißt jetzt IHK ecoFinder. Dabei wurden auch die Anforderungen der Datenschutz-Grundverordnung neu umgesetzt. Die Datenbank enthält über 8500 Dienstleistungsunternehmen, Berater, Hersteller und Händler, die in der Umwelt- und Energiebranche tätig und bundesweit verzeichnet sind. Die Recherche ist für Unternehmen kostenlos. Firmen, die ihr Profil veröffentlichen wollen, können ihre Daten direkt online erfassen auf: www.ihk-ecofinder.de

LfA

Rekord bei Förderkrediten

Die LfA Förderbank Bayern hat 2018 die höchste Nachfrage nach Förderkrediten seit ihrer Gründung verzeichnet. Die bayerische Wirtschaft wurde mit Darlehen in Höhe von rund 2,8 Milliarden Euro unterstützt. Bei den programmgebundenen Förderkrediten stieg das Zusagevolumen um knapp 18 Prozent auf zwei Milliarden Euro. Besonders gefragt war die Förderung für Gründer und Unternehmensnachfolger. Von den Fördervorteilen der staatlichen Spezialbank haben über 4800 Mittelständler und Kommunen profitiert. www.lfa.de

PERSONALIA

BMW Group

Neuer Leiter der Markenführung

Zum 1. Januar 2019 hat Jens Thiemer (46) bei der BMW Group die Leitung der Markenführung für BMW übernommen. Der promovierte Diplom-Kaufmann arbeitet seit Beginn seiner Laufbahn in der Automobilbranche. www.bmwgroup.com



Medical Park AG

Jens Breuer verstärkt den Vorstand

Der Aufsichtsrat der Medical Park AG bestellte den 45-jährigen Diplom-Kaufmann und Steuerberater Jens Breuer zum neuen Vorstand für den Geschäftsbereich Finanzen. Am 14. Januar 2019 hat er die Ressorts Controlling, IT, Finanzbuchhaltung und

Einkauf übernommen. www.medicalpark.de



mobileX AG

Thorsten Fischer im Aufsichtsrat

Die Hauptversammlung der mobileX AG, München, hat Thorsten Fischer (49) mit Wirkung zum 1. Januar 2019 in den Aufsichtsrat berufen. Er folgt auf Gerald Boyne, der sein Amt aus persönlichen Gründen zum 31. Dezember 2018 zur Verfügung gestellt hatte.

www.mobilexag.de



Foto: StMwV/Elckmann

Festakt im Wirtschaftsministerium – Bayerns Wirtschaftsstaatssekretär Roland Weigert (4. v. l.) hat zur Eröffnung der neuen Handelsvertretung von ProChile Marcelo Villágran (Büroleiter ProChile), Matias Undurraga Abbott (Generalkonsul), Jorge O’Ryan (ProChile-Direktor), Cecilia Mackenna (chilenische Botschafterin), Pamela Valdivia (bayerische Repräsentantin Südamerika) und Diego Torres (chilenischer Wirtschaftsattaché) eingeladen.

Chile

Handelsvertretung in München

Chile stärkt mit einer neuen Handelsvertretung in München seine Präsenz in Bayern. Es ist das dritte Büro von ProChile in Deutschland, der Exportfördergesellschaft der chilenischen Regierung, und das erste im süddeutschen Raum. Damit soll die bilaterale Zusammenarbeit zwischen Bayern und Chile weiter ausgebaut werden. Bayerns Wirtschaftsstaatssekretär Roland Weigert eröffnete das neue Büro im Beisein der chilenischen Botschafterin in Deutschland, Cecilia Mackenna, des Generalkonsuls in Bayern, Matías Undurraga, und des CEO von ProChile, Jorge O’Ryan.

O’Ryan lud die Vertreter bayerischer Unternehmen und Institutionen dazu ein, sich über die Chancen auf dem chilenischen Markt zu informieren. Im Rahmen der Eröffnung traf er zusammen mit dem Leiter des Münchner Büros, Marcelo Villagrán, Frank Dollendorf, Bereichsleiter International, Industrie und Innovation, in der IHK für München und Oberbayern zum Gespräch.

Chile ist an Kooperationen mit Wissenschaft und Bildung interessiert und will zum Thema Industrie 4.0 Partnerschaften mit Unternehmen und Institutionen in Bayern eingehen.

Weitere Informationen unter: www.bavariaworldwide.de/chile

Zahl des Monats

**Bayern bleibt Arbeitsmarktprimus:
Die Arbeitslosenquote im Freistaat lag im
Jahresdurchschnitt 2018 bei nur**

2,9 Prozent.

Quelle: Bundesagentur für Arbeit

IHK-Links des Monats

Auf www.ihk-muenchen.de informiert die IHK immer aktuell über wichtige News, neue Serviceangebote und interessante Veranstaltungen.

Foto: IHK für München und Oberbayern



#IHK175

IHK Talk: Wirtschaft 2030

Schluss- und Höhepunkt unserer Talk-Reihe zum IHK-Jubiläum: Wie wird die Wirtschaft im Jahr 2030 aussehen? Welche Rolle spielt die Digitalisierung? Brauchen wir eine Ethik der Algorithmen? Talk-Termin ist der 28. März 2019.

www.ihk-muenchen.de/175

Brexit

Der Ausstieg der Briten aus der Europäischen Union bleibt kompliziert. Den aktuellen Stand und wichtige Informationen zum Brexit finden Unternehmer online unter:

www.ihk-muenchen.de/brexit

Umsatzsteuer

Umsatzsteuer-Voranmeldung, Umsatzsteuersätze, Umsatzsteuer-Identifikationsnummer oder Pflichtangaben bei Rechnungen – der IHK-Onlineratgeber hilft weiter:

www.ihk-muenchen.de/umsatzsteuer

Werkvertrag oder Dienstvertrag?

Was ist der Unterschied? Die Vertragsformen regeln unter anderem die Bedingungen für die Vergütung. Die IHK gibt einen Überblick:

www.ihk-muenchen.de/werkvertrag-dienstvertrag

Europawahl 2019

Zwischen dem 23. und dem 26. Mai 2019 stimmen die Europäer über ein neues Parlament ab, in Deutschland wird am 26. Mai gewählt. Wir haben die wichtigsten Informationen zur Europawahl zusammengefasst.

www.ihk-muenchen.de/europawahl

Links des Monats

Wahl der Rechtsform

www.ihk-muenchen.de/rechtsform

Internetrecht

www.ihk-muenchen.de/internetrecht

Forderungen durchsetzen

www.ihk-muenchen.de/forderungen

Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB)

www.ihk-muenchen.de/kaufrecht

Webseiten & Datenschutz

www.ihk-muenchen.de/dsgvo-datenschutz-webseite

Digitalisierung juristischer Arbeitsprozesse

www.ihk-muenchen.de/legaltech



fb.com/ihk.muenchen.oberbayern



[@IHK_MUC](https://twitter.com/IHK_MUC)

IHK-Newsletter und IHK-Magazin

Den IHK-Newsletter können Sie abonnieren unter:

www.ihk-muenchen.de/newsletter

Das IHK-Magazin steht online unter:

www.ihk-muenchen.de/ihk-magazin



SECRET SALE

– Der Premium-Service für
besondere Immobilien!

Sie wollen Ihre Immobilie verkaufen und die außergewöhnlichen Vorzüge Ihres Objekts ins rechte Licht rücken? Alles soll gleichzeitig möglichst diskret und ohne allzu große öffentliche Aufmerksamkeit passieren?

Dann nutzen Sie unseren Premium-Service mit der Lizenz zum diskreten Verkauf.

Rufen Sie uns an: (089) 17 87 87 – 8786

Stichwort: Secret Sale – und lassen Sie sich von unseren spezialisierten Secret Sale Agenten mit der Lizenz zum diskreten Verkauf beraten!



In 2 Welten zu Hause

Unternehmer Khaled Kaissar verbindet mit Leidenschaft zwei unterschiedliche Branchen: Er hat sich in der Immobilienwirtschaft und im Filmgeschäft einen Namen gemacht.

HARRIET AUSTEN

Khaled Kaissar ist in zwei Welten zuhause – und in beiden ziemlich erfolgreich. Als Immobilienunternehmer schloss er gerade ein Rekordjahr ab: Das von ihm gegründete Investmenthaus Domicil Real Estate GmbH, München, führte eine Transaktion von 3700 Wohnungen für eine dänische Pensionskasse in Deutschland durch. »Unser bisher größtes Geschäft«, verkündet Kaissar stolz und vergleicht es mit dem Oscar für die besten Filme. Auch hier kennt er sich sehr gut aus. Filmemachen ist von Kindheit an sein Traum, den er als Inhaber der Kaissar Film umsetzt. Sein Spielfilm »Luna«, bei dem er die Regie führte, war 2017 »einer der erfolgreichsten deutschen Genrefilme im Ausland«, begeistert sich der Produzent.

Zwischen beiden Bereichen sieht er durchaus Synergieeffekte. Im Filmgeschäft ist Kaissar zudem als Business- und Finanzexperte gefragt, der etwas von Zahlen, Organisation, Strukturierung und Motivation versteht. Der »schwierige Beruf, Filme zu machen«, habe ihn als Unternehmer weitergebracht. Er lernte, wie man mit ganz unterschiedlichen Menschen umgeht, wie man sich auf einem unbekannten Terrain mit großen Risiken bewegt, und legte sich ein dickes Fell zu.

Der 46-Jährige bezeichnet sich selbst als »übertrieben ehrgeizig und nie zufrieden« – wobei er zugibt, dass nach Erfolgen in seinen beiden Berufen langsam das Gefühl eintritt, »es geschafft zu haben«. Was ihn antreibt, wird im Gespräch schnell klar: Die Familie musste aus politischen Gründen aus Afghanistan fliehen, ließ ihren ganzen Besitz in Kabul zurück und kam mit nichts 1986 nach München. »Das passiert mir nie wieder«, schwor sich Kaissar und legte sich ins Zeug.

Dank zahlreicher Unterstützer – »wir waren damals herzlich willkommen« – lernte er schnell die Sprache, hatte deutsche Freunde und jobbte schon als Schüler

ohne Pause. »Ich will weiter« – dieser Satz ging ihm nicht mehr aus dem Kopf. Was genau er nach dem Abitur machen sollte, trieb ihn zwei Jahre lang um. BWL studieren? Auf die Filmhochschule gehen? Geld verdienen? Kaissar entschloss sich zunächst zu einer Lehre bei einer Bausparkasse und sammelte dort erste Erfahrungen im Immobilienbereich. Das gefiel ihm. Er machte sich bald selbstständig, war recht erfolgreich und wurde schließlich Partner verschiedener Projektgesellschaften der Domicil Beteiligungs GmbH. Nach dem Ausstieg des Eigentümers kaufte der Finanzfachmann die Namensrechte der Firma, übernahm die drei Mitarbeiter und fing »bei null an«.

Anstrengend, aber schön

Er sei damals immer wieder zur richtigen Zeit am richtigen Ort« gewesen, die Geschäfte liefen von Anfang an gut, der Immobilienboom trug zum schnellen Wachstum bei. Heute ist die Domicil Real Estate Group ein mittelständisches Investment- und Dienstleistungshaus, das nicht nur Immobiliengeschäfte für den eigenen Bestand betreibt, sondern zusätzlich Research, Akquisition, Asset- und Portfoliomanagement für institutionelle Anleger übernimmt. Dieser Bereich macht inzwischen zwei Drittel der Domicil-Aktivitäten aus. Um nicht nur in München aktiv zu sein, expandierte das Unternehmen deutschlandweit.

Kaissars wahre Leidenschaft gilt jedoch dem Film, »da schöpfe ich Kraft«. Er hatte in Afghanistan schon als Kind in TV-Sendungen mitgespielt und wollte am liebsten Filmregisseur werden, »der schönste Beruf der Welt«. Doch er wusste: Damit verdient man kein Geld. Deshalb gründete er Kaissar Film erst, als er sich im Immobiliengeschäft schon fest etabliert

hatte. So begann ein anstrengendes Doppelleben, das ihm viel Spaß machte, aber auch viel abverlangte.

Er schrieb sich als Gaststudent an der Münchner Hochschule für Fernsehen und Film ein und baute gleichzeitig die Domicil-Gruppe mit ihren Tochtergesellschaften auf. Er produzierte 13 Kurz- und Langspielfilme, bei denen er teilweise auch Regie führte.

Wenn Kaissar von den Drehzeiten erzählt, gerät er richtig in Fahrt: »Das war das Schönste beim Filmemachen.« Schließlich musste er sich eingestehen, dass es so nicht mehr weiterging. 2017 freute er sich noch über das erfolgreiche Debüt seines Spielfilms »Luna«, dann legte er eine Pause ein.

Kaissar will sich jetzt nur noch als Co-Produzent betätigen und insgesamt »ein bisschen langsamer machen« – nicht ohne bereits eine kleine Geschichte für den nächsten Film im Hinterkopf zu haben. ■

Zur Person

Khaled Kaissar wurde 1972 in Kabul in Afghanistan geboren und kam mit 14 Jahren nach Deutschland. Nach einer Ausbildung als Bauspar- und Finanzierungsfachmann arbeitete er zunächst bei einer Bausparkasse und machte sich 1998 im Immobilienbereich selbstständig.

2009 übernahm er die Namensrechte der Domicil Beteiligungs GmbH und baute das Unternehmen zu einem Investmenthaus mit knapp 100 Mitarbeitern aus. Die Domicil Real Estate Group verwaltet ein Portfolio von über zwei Milliarden Euro und ist deutschlandweit tätig. Der Unternehmer gründete 2008 zudem die Kaissar Film GmbH & Co.KG und produzierte zahlreiche Filme.

www.domicil-group.de

Es passt perfekt

Die Stärken von Mittelständlern
und Start-ups ergänzen sich hervorragend

Mittelständler entdecken zunehmend Start-ups als Kooperationspartner. Davon profitieren beide Seiten.

MONIKA HOFMANN

Sie passen – eigentlich – perfekt zusammen: Mittelständler sind wie Start-up-Gründer meist geprägt von einem ausgeprägten Unternehmergeist. In gestandenen Familienunternehmen stehen Kundenwünsche ebenso weit oben auf der Agenda wie bei jungen Firmen. Vor allem aber bringt jede Seite genau das mit, was die jeweils andere braucht: Kapital, Erfahrung und Netzwerke für die Start-ups, neue Ideen und neue Methoden für die Mittelständler.

Dennoch bestehen offenbar Berührungsängste. »Bislang gibt es hier in Bayern noch viel zu wenige Kooperationen von Mittelständlern mit Start-ups«, bedauert Carsten Rudolph (54), Geschäftsführer des Netzwerks BayStartUP GmbH in München und Nürnberg. Es bündelt rund 250 Business Angels und 100 institutionelle Investoren.

Mit seinem Team unterstützt Rudolph Gründer dabei, Businesspläne zu erarbeiten und Investoren zu finden. 2018 vermittelte BayStartUP in 50 Finanzierungsrunden 62,7 Millionen Euro Kapital an Start-ups. In mehr als 70 Prozent der Finanzierungsrunden sind Business Angels als Investoren dabei.

1. Die Chancen erkennen

Inzwischen spielen Business Angels, die aus dem Mittelstand stammen, eine immer größere Rolle, beobachtet der BayStartUP-Geschäftsführer. »Grundsätzlich besteht hier viel mehr Spielraum, wenn man ein finanzielles Engagement nicht als Voraussetzung für eine Zusammenarbeit sieht«, betont Rudolph. Kooperationen sollten also nicht nur finanziell gesehen werden.

Die wichtigste Chance für Mittelständler sieht er darin, dass gerade auch kleinere und mittlere Firmen

zunächst einmal neue Ideen ausprobieren können, ohne eine eigene Forschungsabteilung aufzubauen. Zudem lassen sich neue Vertriebswege, Technologien und Methoden extern testen, die eigenen Kernprozesse werden dabei nicht gefährdet. »Und sie schnuppern in die Start-up-Kultur hinein, die von flexiblen Teams geprägt ist«, gibt Rudolph zu bedenken. Damit die Kooperation gelingt, ist es wichtig, vorab zu klären, welche Projekte und Produkte sie betreffen soll. Auch die Chemie muss stimmen: »Die strategischen Ziele, die Unternehmenskulturen und Persönlichkeitsstrukturen sollten zueinanderpassen.«

2. Weitsichtige Auswahl treffen

Clarissa Käfer, Aufsichtsratsvorsitzende der Käfer AG und Geschäftsführerin der Käfer Capital GmbH in Parsdorf, nimmt deshalb immer wieder Start-ups sehr genau unter die Lupe. Sie möchte mit ihren Gründerinvestments neue Technologien in ihrer Branche vorantreiben, sie in der eigenen Unternehmensgruppe umsetzen und so eine Vorreiterrolle einnehmen. Käfer betont: »Als großes Unternehmen mit einem bekannten Namen sehen wir uns in der Pflicht, zukunftsfähige Digitalkonzepte zu fördern.«

Vor einigen Monaten entschied sich Clarissa Käfer für das Team von ORDA Tech

Darum geht's

- Kooperationen mit Hightechgründern bringen Mittelständler weiter.
- Etablierte Firmen können so ihre Erfahrung nutzen, um mit den Start-ups Innovationen zu entwickeln und zu testen.
- Gemeinsam lassen sich neue Märkte erobern.

nologies GmbH in München, das mit seiner Bestell- und Bezahlapp die Gastronomie revolutionieren will.

»Wir sehen in der digitalen Bestellung und Bezahlung großes Potenzial speziell für die Systemgastronomie im weitesten Sinne«, urteilt sie. Einer der häufigsten Gründe für Frustration bei Gästen seien lange Wartezeiten. »Dafür bietet ORDA eine ebenso einfache wie moderne Lösung«, ist sie überzeugt.

Eine der wichtigsten Voraussetzungen für den Erfolg sieht sie in der möglichst flächendeckenden Verbreitung in den Betrieben. »Nur dann erkennen die Kunden dauerhaft die Vorteile«, so Käfer. Daher will sie mit ihrer Investition dazu beitragen, dass ORDA die Expansion überregio-

schäftsführer von ORDA, sieht in der Branchennähe seiner mittelständischen Investoren eine große Chance. »Einerseits profitieren wir von der fundierten Erfahrung in der Gastronomie, andererseits von Kontakten, die uns bereits jetzt Türen zu Kunden oder Ratgebern geöffnet haben«, sagt der Jungunternehmer.

»Letztlich steht Käfer für Qualität und Leidenschaft«, weiß Marquardt. Und das schafft Vertrauen gegenüber dem jungen Unternehmen und seiner Vision. Die Investments der fünf Business Angels des Start-ups liegen zwischen 25000 Euro und 100000 Euro. Hinzu kamen bei der ersten Finanzierungsrunde im Herbst vergangenen Jahres institutionelle Kapitalgeber. Interessenskonflikte bei der strategischen

Trends früh zu erkennen, neue Verfahren auszutesten und einen Technologievorsprung aufzubauen – das sieht David Stephenson, Kooperationsexperte der IHK für München und Oberbayern, als die wichtigsten Pluspunkte bei Partnerschaften zwischen etablierten Unternehmen und Start-ups. »Innovationen sind für viele Mittelständler die richtige Antwort auf den wachsenden Marktdruck, denn so können sie ihre Nische weiter ausbauen«, argumentiert der Experte.

4. Auch das Scheitern zulassen

In Kooperation mit Start-ups lassen sich neue Horizonte oft einfacher erschließen, weil die etablierten Firmen damit auf frisches Wissen zurückgreifen können. Au-

»Treiber sind immer die Kunden und Lieferanten.«

Hans J. Langer, Vorstandsvorsitzender der EOS Group



»Wir sehen uns in der Pflicht, zukunftsfähige Digitalkonzepte zu fördern.«

Clarissa Käfer, Geschäftsführerin der Käfer Capital GmbH



nal vorantreiben kann. »Besonders in der rasch getakteten Theater-, Messe- oder in der Flughafengastronomie liegen große Potenziale«, sagt die Investorin.

Käfer unterstützt das Start-up über das Investment hinaus mit gezieltem Know-how, langjähriger Erfahrung und umfassenden Netzwerken. Vom Fine Dining über Mischkonzepte bis zur Systemgastronomie deckt die Käfer-Gruppe fast alle Bereiche ab. Daher helfen ihre Einschätzungen bei der Weiterentwicklung der App.

»Denn wir kennen unsere Gäste sehr genau und wissen, wie ihre Bedürfnisse aussehen und wo der Einsatz von ORDA vielversprechend ist«, begründet sie. Allerdings sei es eine Gratwanderung, Prozesse zu automatisieren und zugleich die persönliche Beziehung zum Gast zu pflegen. Die Kooperation mit ORDA soll beides ermöglichen.

Und was sagt der Kooperationspartner? Janis Marquardt (26), Gründer und Ge-

Ausrichtung der Firma befürchtet der Gründer nicht.

3. Vorab Ziele formulieren

Mit dem Geld aus der ersten Finanzierungsrunde investiert ORDA zunächst in den Aufbau eines schlagkräftigen Teams. »Besonderen Fokus legen wir auf das Produktteam, das den Kern unserer Firma ausmacht, um den Ansprüchen unserer Kunden gerecht zu werden«, betont Marquardt.

Zudem will das Unternehmen neue Restaurantpartner gewinnen, um gesund weiterzuwachsen. »Dabei geht es uns um zukunftsorientierte, innovative Gastronomen, die unsere langfristige Vision nachvollziehen und mit uns wachsen möchten«, sagt Gründer Marquardt. Das Start-up verfolgt ehrgeizige Ziele: »Bis 2028 wollen wir ORDA in Europa zum Marktführer für Bestellungen und Zahlungen in der Gastronomie aufbauen.«

ßerdem bieten die Partnerschaften den Zugang zu hochqualifizierten Fachkräften, zu spannenden Investitionsoptionen und neuen Impulsen.

Damit die Kooperation gelingt, sollten Mittelständler zuerst die Wettbewerbsfähigkeit der Start-ups genau prüfen, Kosten und Risiken der gemeinsamen Projekte ausloten und juristische, vor allem patentrechtliche, Fragen klären (siehe auch S. 16). »Eine besondere Rolle spielen die unternehmerischen Ziele, die beide Partner schon im Vorfeld gemeinsam formulieren und immer wieder aktualisieren sollten«, empfiehlt Stephenson.

Sollten sich dabei Interessenskonflikte ergeben, hilft der ehrliche Dialog. Aber auch das Scheitern zählt zu den Risiken, die Firmen bei Experimenten mit neuen Verfahren einplanen sollten. Mit dem KooperationsKompass und vielen weiteren Hilfen unterstützt die IHK ihre Mitglieder dabei, diese Themen anzugehen (s. Kasten S. 15).

Hans J. Langer lebt jeden Tag ein ausgeklügeltes Geschäftsmodell, das ihm immer wieder neue Märkte erschließt. »Inzwischen hat es sich fast zum Selbstläufer etabliert«, sagt der Vorstandsvorsitzende der EOS Group, einer weltweit aktiven Firmengruppe in Familienbesitz mit Hauptsitz in Krailling bei München.

5. Strukturen schaffen

Langer unterhält ein stark wachsendes Netzwerk aus Partnerunternehmen und Start-ups. Zu seiner Beteiligungsgesellschaft gehören heute mehr als 20 Firmen. Allein im vergangenen Jahr kamen zehn Beteiligungen an Start-ups dazu.

Der Mittelständler investiert gezielt in solche Unternehmen, die exakt zu seinem

bringtsieauchmitseinenoftmittelständischen Geschäftspartnern zusammen. Sie treiben dann ebenfalls die Innovationen weiter voran.

Seine Kernkompetenz: Langer gründete im Jahr 1989 die EOS GmbH mit der Vision, mit Lasertechnologie direkt aus CAD-Daten dreidimensionale Körper zu erzeugen. Als Pionier entwickelte er das Unternehmen zum heute weltweit führenden Hersteller von hochqualitativen Lösungen in der additiven Fertigung (auf Basis digitaler 3-D-Konstruktionsdaten wird durch das Ablagern von Material schichtweise ein Bauteil aufgebaut). Das Unternehmen beschäftigt inzwischen mehr als 1200 Mitarbeiter

»Einerseits profitieren wir von der Erfahrung, andererseits von Kontakten.«

Janis Marquardt, Gründer und Geschäftsführer von ORDA Technologies



Geschäftsmodell passen, weil sie neue Anwendungen, Systeme oder Software rund um seine Kernkompetenz entwickeln. »Treiber dafür sind immer die Kunden und Lieferanten«, erzählt Langer.

Daher investiert er nicht nur selbst über seine Beteiligungsgesellschaft, sondern

weltweit. »Wir ermöglichen unseren Kunden, die nicht nur aus der Autobranche, sondern aus vielen anderen Branchen stammen, etwa der Medizintechnik, innovative Produkte auf Basis von industriellem 3-D-Druck herzustellen«, fasst der Unternehmer zusammen.

KooperationsKompass Mittelstand & Start-ups

Wie gehen etablierte Unternehmen am besten vor, wenn sie mit Start-ups zusammenarbeiten wollen? Dies erfahren Firmen im neuen KooperationsKompass der IHK für München und Oberbayern.

Der Leitfaden steht neben umfassendem weiteren Material kostenlos auf der IHK-Website zur Verfügung:

www.ihk-muenchen.de/mittelstand-startups

Langer weiß aus eigener Erfahrung, wie wichtig Beteiligungen für Start-ups sind. In seinen Anfangsjahren als EOS-Chef unterstützte ihn mit der Carl Zeiss AG ein renommierter Mittelständler – und half ihm dank eines hohen Investments, einen langwierigen Patentstreit erfolgreich beizulegen. »Ohne diese Beteiligung stünden wir nicht da, wo wir jetzt sind«, ist Langer überzeugt. Später kaufte er die Firmenanteile wieder zurück.

Daher bezeichnet der Unternehmer es als sein Herzensanliegen, wenn er heute selbst Start-ups unterstützt – nicht nur mit Kapital, sondern auch mit Wissen, Erfahrung und Kontakten. ■

IHK-Ansprechpartner zu Kooperationen

David Stephenson, Tel. 089 5116-1162
david.stephenson@muenchen.ihk.de



Individuell geführte Privatreise: Shanghai - Qingdao - Shenzhen - Hongkong

WIRTSCHAFTSREISE CHINA - DER DIGITALE DRACHE

Höhepunkte der Reise:

Wirtschafts- und Techniktrends auf der Spur, Tongji-Universität in Shanghai, Roboter Restaurant, größter Containerschiffhafen der Welt, High-Tech-Unternehmen in Shenzhen, Testfahrt mit modernem Elektroauto u.v.m.

Asien Special Tours GmbH | Adams-Lehmann-Str. 109 | 80797 München
Tel.: 089 127 091 0 | info@asien-special-tours.de | www.china-reisen.de



Eine Idee, zwei Partner –
einige Regeln erleichtern
die Zusammenarbeit

Mit Start- ups *kooperieren* – aber richtig

Foto: REDPIXEL_Fotolia.com

Deutsche Unternehmen sind innovativ. Ein vielversprechender Weg, es auch zu bleiben, ist die Zusammenarbeit mit Firmengründern – progressiv, fantasievoll und produktiv. Doch wie funktioniert die Kooperation zwischen Jung und Alt am besten?

UTE BERGER/ULI DÖNCH

Das eigene Unternehmen rundum verjüngen. Schneller Trends erkennen, zukunftsweisende Technologien einsetzen und neue Märkte erobern – wer will das nicht? Viele Großkonzerne kooperieren inzwischen mit Start-ups. Mittelständler tun sich hier meist noch schwer. Sie sind es zwar gewohnt, mit anderen Traditionsunternehmen zusammenzuarbeiten, aber kaum mit Firmengründern. Die Bereitschaft ist da, doch die

Hürden in der täglichen Praxis schrecken ab.

Das zeigt auch eine Studie der Technischen Universität München (TUM): Kleine und mittlere Unternehmen bemängeln die unausgereiften Geschäftskonzepte der Firmengründer, die zu geringen Budgets und die Unerfahrenheit der Start-up-Teams. »Auch wenn kulturelle Unterschiede nicht als die größte Hürde für die Zusammenarbeit gesehen werden, ist die Kluft zwischen Etablierten und Start-ups für viele Befragte ein Problem«, weiß Isabell Welp, Professorin für Strategie und Organisation an der TUM. »Entsprechend wichtig ist der direkte Austausch. Denn strategische Partnerschaften mit Start-ups oder gezielte Investitionen sind für Unternehmen wichtige Impulsgeber bei der Weiterentwicklung ihrer Geschäftsmodelle.«

Tatsächlich treiben Start-ups mit ihren Innovationen bereits ganze Branchen vor sich her. Gerade für kleine und mittlere Firmen lohnt es sich also, die Kooperation mit den Herausforderern zu suchen.

Die Zusammenarbeit mit Start-ups unterscheidet sich nicht grundlegend von Projekten mit anderen Partnern. Auch hier müssen die gemeinsamen Ziele nach dem sogenannten SMART-Prinzip formuliert werden: spezifisch, messbar, aktionsorientiert, realistisch, terminiert.

Darum geht's

- Damit Kooperationen zum Erfolg werden, müssen die Partner ihre unterschiedlichen Interessen managen.
- Wer die Zusammenarbeit vorab detailliert regelt – auch den Fall des Misserfolgs – kann Missverständnisse vermeiden.

Erfolgsfaktoren

Entscheidend ist es, alle Erwartungen zu managen. So erhoffen sich Mittelständler vor allem »neue Denk- und Arbeitsweisen« sowie das »frühzeitige Erkennen wichtiger Trends«. Firmengründer erwarten hingegen »Zugang zu Ressourcen und Netzwerken«, spezifisches »Fach- und

Branchenwissen« sowie »schnelleren Zugang zum Kunden«.

Trotz unterschiedlicher Interessen haben beide ein gemeinsames Ziel: den Erfolg. Damit der auch eintritt, sollten die Partner ihre Zusammenarbeit genau planen und vor Projektbeginn offen über mögliche Probleme reden. Das häufigste Missverständnis: Der Firmengründer wünscht sich vom etablierten Unternehmen ein klares Bekenntnis zum Risiko, weil Produkt oder Dienstleistung noch nicht am Markt eingeführt sind. Der Mittelständler dagegen rechnet mit einem marktreifen Erzeugnis. Mindestens ebenso wichtig ist es, das gemeinsame Vorgehen klar zu formulieren: Was wollen wir bis wann erreichen? Welche Methoden verwenden wir? Wer sind die Ansprechpartner? Wie oft besprechen wir den Projektstatus? Wer informiert wen? Wie werden die Absprachen dokumentiert?

Wissen schützen

Selbst der schlimmste Fall muss vorab geregelt sein: Wann bricht man ein erfolgreiches Projekt ab? Wer trägt welche Kosten? Das bedeutet auch, dass Start-up-Leistungen bezahlt werden müssen. Etablierte Unternehmen sollten diese Produkte oder Dienstleistungen nicht einfach kostenfrei auf Probe verwenden. Die Firmengründer fühlen sich sonst ausgenutzt, die Vertrauensbasis schwindet. Die Partner müssen auch klären, welches Know-how sie ein-

ander zur Verfügung stellen. Experten raten, sich auf das Wesentliche zu beschränken und das eigene Kernwissen zu schützen, etwa durch Verschlüsselungen oder Sicherungssensoren. Auch der Umgang mit Erfindungen sollte vertraglich geregelt sein.

Während der Zusammenarbeit tauchen Komplikationen oft beim Faktor Zeit auf. Start-ups sind flache Hierarchien gewohnt, handeln schnell und nehmen Fehler in Kauf. Klassische Unternehmen agieren gründlicher, aber auch langsamer. Wer solche Kulturunterschiede offen anspricht, räumt eines der größten Hindernisse für erfolgreiche Zusammenarbeit aus dem Weg. Denn die vermeintlich langsamen Unternehmen stehen für wohlüberlegte und eindeutige Entscheidungen. Gleichzeitig bringt das bisweilen chaotisch anmutende Vorgehen eines Start-ups belebende Denkanstöße und Flexibilität in eine eingespielte Belegschaft.

Das erfordert vom Mittelstand mehr Offenheit und Risikobereitschaft als bisher und weniger Sicherheitsdenken. Kleine und mittlere Unternehmen haben einen einzigartigen Wettbewerbsvorteil: Als meist familiengeführte Firmen können sie schnell und zentral entscheiden. Genau das schätzen Start-ups, die durch langwierige Abstimmungsprozesse in Großkonzernen zermüht sind. Wenn die Grundbedingun-

Start-ups wünschen sich von etablierten Unternehmen:

- Fairness bei Verträgen und geistigem Eigentum
- Risikobereitschaft
- Kommunikation – kontinuierlich, sachlich und auf Augenhöhe
- Klare Aufgabenzuordnung

gen der Kooperation – also Vertrauen, Realismus, Offenheit und Fairness – stimmen, dann können die Partner erfolgreich neue Produkte, Prozesse und Geschäftsmodelle entwickeln.

Gerade Start-ups und Mittelstand haben in ihren Werten und Gedanken überraschend viel gemeinsam: Firmengründer sind schließlich auch nichts anderes als Familienunternehmer der ersten Generation. ■

Mehr Informationen zu Kooperationen gibt es unter:

www.ihk-muenchen.de/mittelstand-startups

IHK-Ansprechpartner zu Kooperationen

Dr. Ute Berger, Tel. 089 5116-1341
ute.berger@muenchen.ihk.de

David Stephenson, Tel. 089 5116-1162
david.stephenson@muenchen.ihk.de

 **DEUTSCHE LICHTMIETE**

Full-Service-Mietmodell für LED-Industriebeleuchtung



Robert Maiwald
Gebietsleiter Bayern

Ohne Aufwand zur neuen Beleuchtung? Wir übernehmen das für Sie!

Über 300 erfolgreiche Projekte sprechen für sich: Wir sind auf dem besten Weg, den Markt für Industriebeleuchtung in Deutschland zu verändern. Mit moderner und langlebiger LED-Technik Made in Germany und einem Full-Service-Paket von der Planung bis zur Wartung – mit 100 % Beleuchtungsgarantie.

Dank unseres innovativen Mietmodells fallen für unsere Kunden keine Investitionen an. Sie verbessern ihre Lichtqualität, sparen Kosten und senken die CO₂-Emissionen – sofort und dauerhaft. Und das bei voller Flexibilität: mit dem TotalFlex-Mietvertrag ohne Laufzeitbindung und mit der Möglichkeit des Eigentumsübergangs.

Gerne erstellen wir Ihnen ein unverbindliches Angebot. Herr Maiwald freut sich auf Ihre Kontaktaufnahme und stellt Ihnen gerne erfolgreich umgesetzte Projekte in Ihrer Umgebung vor.

E-Mail: r.maiwald@deutsche-lichtmiete.de | Telefon: 0441 923 298 89 | Web: www.lichtmiete.de/ihk

Kreativer Einfluss

Die Zusammenarbeit mit Influencern kann auch Mittelständlern helfen, Marketingziele zu erreichen. Bei der Kooperation mit diesen digitalen Multiplikatoren gelten allerdings besondere Regeln.

EVA ELISABETH ERNST

Darum geht's

- Influencer-Marketing ist auch für Unternehmen mit kleineren Budgets interessant.
- Wichtig ist es, die passenden Influencer zu identifizieren und die Zusammenarbeit klar zu regeln.
- Zu starre Vorgaben für die Influencer sind jedoch kontraproduktiv und untergraben die Glaubwürdigkeit.

Die Fotos seiner Islandreise, die der Abenteuerblogger Sebastian Canaves auf www.off-the-path.com zeigt, sind atemberaubend. Dass darauf mitunter auch sein roter Tatonka-Rucksack zu sehen ist, hängt nicht nur damit zusammen, dass der in all dem Grün, Grau und Braun einen farblich interessanten Kontrapunkt bildet. Das ist auch ein Ergebnis des Influencer-Marketings der Tatonka GmbH aus Dasing.

»Seit knapp drei Jahren arbeiten wir mit mehreren Influencern zusammen, um damit die Sichtbarkeit unserer Marke zu erhöhen«, erklärt Sebastian Glasner (36), Marketingleiter des mittelständischen Outdoor-Unternehmens. »Wir betreiben zwar auch eigene Social-Media-Kanäle, doch mit Influencern wollen wir neue,

jüngere Zielgruppen erreichen.« Manchmal stellt Tatonka den Influencern Testprodukte zur Verfügung, manchmal vereinbart das Unternehmen weitergehende Kooperationen, für die dann auch Geld fließt.

2019 will das Unternehmen rund 30000 Euro in Influencer-Kampagnen investieren – ein Bruchteil des Werbebudgets. »Für uns ist es wichtig, dass ein Influencer zu unserer Marke passt und unsere Produkte toll findet«, sagt Glasner, der darüber hinaus großen Wert auf eine langfristige Zusammenarbeit legt.

»Dabei lassen wir unseren Partnern großen kreativen Spielraum. Schließlich geht es beim Influencer-Marketing um die authentische Präsentation von Produkten und Marken.« Influencer publizieren Inhalte auf verschiedenen Social-Media-Kanälen wie YouTube,

Instagram und Twitter sowie auf ihren eigenen Blogs. Für ihre Fans und Follower gelten sie als Sympathieträger, Meinungsführer und Experten für ihre jeweiligen Themenschwerpunkte.

»Grundsätzlich sind Influencer durchaus offen für Kooperationen mit Unternehmen, die für sie selbst oder ihre Follower interessant und relevant sind«, sagt Silja Troll (36), Leiterin Content Marketing bei der Münchner Onlineagentur Seokratie GmbH. »Dann sind Influencer auch schon mal bereit, gegen eine Aufwandsentschädigung wie beispielsweise einen kostenlosen Hotelaufenthalt mitzumachen – mit dem Ziel einer Berichterstattung in Form eines Blogbeitrags, eines Fotos oder Videos.«

Bei intensiven Kooperationen bezahlen die Unternehmen die Influencer. Insbesondere prominente Influencer, deren Aktivitäten mitunter ein Millionenpublikum



Influencer Marketing – Abenteuerblogger Sebastian Canaves mit Tatonka-Rucksack

Foto: www.off-the-path.com

»Wichtig ist es, für alle Maßnahmen vorab klare Ziele festzulegen.«

Silja Troll, Leiterin Content Marketing bei der Onlineagentur Seokratie GmbH



Foto: Seokratie GmbH

verfolgt, haben daraus ein lukratives Geschäftsmodell entwickelt.

Troll betont jedoch, dass sich für mittelständische Unternehmen diese Kooperationen ebenso lohnen. Die Firmen könnten so beispielsweise ihren Bekanntheitsgrad erhöhen, sich neue Zielgruppen erschließen und für ihre eigenen Social-Media-Kanäle Inhalte und zusätzliche Besucher generieren. Einzelne Aktionen seien genauso möglich wie langfristig angelegte Kooperationen, bei denen Influencer in die klassischen Marketingaktivitäten eingebunden werden und etwa als Experten für das Unternehmen werben.

»Wichtig ist es, für alle Maßnahmen vorab klare Ziele festzulegen. Bei der Auswahl passender Influencer sollte darauf geachtet werden, dass deren Fans und Follower tatsächlich den Zielgruppen des Unternehmens entsprechen«, rät Silja Troll.

Influencer für jedes Thema

Auch Stefan Schumacher (41), Geschäftsführer der Full Service Influencer Agentur Territory Influence Group, ist überzeugt, dass Influencer-Marketing mittelständische Unternehmen bei der Erreichung ihrer Kommunikations- und Vertriebsziele unterstützen kann. »Es gibt schließlich nicht allein die großen Social-Media-Stars, sondern auch Influencer mit einer kleineren Gemeinde an Fans und Followern, die sich mit nahezu jedem erdenklichen Thema intensiv auseinandersetzen«, sagt er. Territory Influence selbst wirbt mit mehr als vier Millionen registrierten Influencern, die die gesamte Bandbreite abdecken können. Dabei hilft die Agentur den Kunden nicht

nur dabei, die für ihre Ziele geeigneten Kandidaten zu identifizieren, sondern entwickelt zusätzlich mit ihnen gemeinsam passende Konzepte für eine professionelle Inszenierung.

Eine differenzierte Nutzung der Kanäle sowie klare Briefings, die den Influencern trotzdem genügend kreativen Spielraum geben, sind für Schumacher wichtige Erfolgsfaktoren. »Und selbstverständlich müssen die Ergebnisse der Kooperationen auch ordnungsgemäß als Werbung gekennzeichnet werden«, betont der Experte. Laut Schumacher lassen sich schon mit Budgets im mittleren vierstelligen Bereich wirkungsvolle Kampagnen realisieren, die den Abverkauf von Produkten fördern.

Bei Tatonka macht sich die Zusammenarbeit mit Influencern wie Canaves nicht nur in steigenden Klickzahlen auf Website und Blog des Unternehmens bemerkbar. »Auch unsere Händler berichten immer wieder von Kunden, die sich auf Tatonka-Berichterstattung in Blogs beziehen«, berichtet Marketingleiter Sebastian Glasner. »Und das hat dann durchaus positiven Einfluss auf die Verkaufszahlen.«

IHK-Ansprechpartnerinnen für PR und Marketing

Tanja Färg, Tel. 089 5116-1347
tanja.faerg@muenchen.ihk.de

für Wettbewerbsrecht

Svenja Hartmann, Tel. 089 5116-1480
svenja.hartmann@muenchen.ihk.de



Foto: Christina Kiel

Christina Kiel,
Mitglied der
Geschäftsführung
der Zentrale zur
Bekämpfung
unlauteren
Wettbewerbs

Regeln beachten!

»Wenn ein Influencer für eine Veröffentlichung eine Gegenleistung erhält, muss dieser kommerzielle Hintergrund für die Verbraucher klar ersichtlich sein«, erklärt Christina Kiel, Mitglied der Geschäftsführung der Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs. Dort gehen vor allem über bezahlte Beiträge auf Instagram, die nicht oder nur sehr versteckt als Werbung gekennzeichnet werden, regelmäßig Beschwerden ein.

Unternehmen sollten daher darauf bestehen, dass Instagrammer die aus einer Zusammenarbeit resultierenden Posts klar als »Werbung« kennzeichnen. »Es gibt noch keine eindeutige Rechtsprechung, ob hierzulande auch die Begriffe »Ad«, »Sponsored Post« oder »Promotion« ausreichen«, sagt Kiel.

Weitere Tipps gibt der »Leitfaden zur Kennzeichnung von Werbung auf Instagram« unter: www.wettbewerbszentrale.de

Die IHK informiert zu Influencer-Marketing unter: www.ihk-muenchen.de – Suchbegriff »Influencer Marketing«

**1/2 m
breiter**

Mobile Räume mieten.
www.container.de/ihk

ela[container]

**Full Service –
von der Planung
bis zur Montage
vor Ort**

Mobile Räume mieten.
www.container.de/ihk

ela[container]



Foto: WeWork LLC/2018VRX Studios

Räume für neue
Ideen –
»Common Area«
bei WeWork

Arbeiten *unter* Freunden

Lockere Netzwerke mit Wohlfühl-Charakter gelten als Nonplusultra. Der Funke der »Coworking-Spaces« springt von Selbstständigen und Kreativen immer mehr auf Unternehmen über. Aber es gibt gewaltige Unterschiede.

LORENZ GOSLICH

Jan-Ulrich Bittlinger (44) war selbst überrascht. »Wir haben mal 28 Unternehmer aus unserer Region an einen Tisch gebracht«, erzählt der Wirtschaftsförderer des Markts Murnau im Landkreis Garmisch-Partenkirchen: »Und anschließend hatten mehrere von ihnen Aufträge von anderen in der Tasche.«

Darum geht's

- Coworking-Spaces bieten neue, kooperative Arbeitswelten – für Selbstständige oder komplette Teams von Unternehmen.
- Schreibtische oder größere Büroflächen können kurz- oder langfristig genutzt werden.
- Das vielschichtige und interdisziplinäre Umfeld soll den Blick weiten und neue Ideen fördern.

Das ist Netzwerk pur – oder neudeutsch: Coworking. »Leute an einen Tisch setzen und sie sich unterhalten lassen«, folgert Bittlinger, »das reicht oft schon.« Heute treibt er mit dem der Kommune gehörenden InnovationsQuartier Murnau das Konzept voran.

Solche und ähnliche Einrichtungen, bei denen ein zeitlich flexibler Arbeitsplatz genutzt werden kann, entstehen gerade überall. Coworking-Spaces sind ein »Hype« geworden, sagt Marc Schlüpmann (48). Er hat 2013 in Dießen (Kreis Landsberg am Lech) das Ammersee Denkerhaus mitgegründet. Auch dort geht es darum, »im Netzwerk neue Ideen zu generieren und gemeinsam umzusetzen«. Schlüpmann ist Vorsitzender einer Genossenschaft, die das Denkerhaus trägt. Er hat für den Webseitengestalter SMP IT-Media GmbH, an dem er beteiligt ist, drei

Arbeitsplätze gemietet. 170 Euro zahlt er im Monat für jeden, zusammen 510 Euro Warmmiete inklusive Strom und Internet. »Keine Abschreibung auf die Möbel, keine Sorge, ob die Technik funktioniert, keine Reparaturen«, schwärmt er. Es gibt zudem eine Küche, einen Besprechungsraum mit Beamer und einen Rückzugsraum. So wie in Dießen war die Coworking-Idee ursprünglich überall ein Arbeitsort für Freiberufler, Kreative, Homeworker oder Angestellte, die mal ein, zwei Tage in der Woche von daheim aus arbeiten. »Arbeite, wo du arbeiten möchtest« – diese Formulierung gefällt Hans-Peter Sander (58), einem der Mitgründer des Ammersee Denkerhauses, besonders. Er ist sich sicher: »Die Leute arbeiten besser, wenn sie sich wohlfühlen.«

Als wichtig gilt der interdisziplinäre Aspekt: Menschen aus ganz unterschiedlichen Branchen und Berufen treffen, den Blick weiten, auf neue Ideen kom-

men. Mittlerweile breitet sich die Coworking-Idee rasant aus. Längst engagieren sich größere Anbieter wie etwa WeWork Companies Inc. oder Rent24 GmbH. Hier stehen Schreibtische oder ein paar Büros zur Verfügung, die man mieten kann, dort größere Flächen oder ganze Etagen. WeWork ist weltweit an mehr als 400 Standorten vertreten und bietet je nach Mitgliedschaft eigene oder wechselnde Schreibtische an, aber auch abschließbare Büros. Es gibt Gemeinschaftszonen mit Sofas, Eventbereiche, Konferenzräume und »unbegrenzten Konsum von Kaffee, Tee, Milch, Wasser, Wasser mit frischen Früchten und frisch gezapftem Bier«. Verschiedene Unternehmen versuchen sich unterdessen mit eigenen Coworking-Konzepten. Beim Münchner Siemens-Konzern gibt es bereits sechs Coworking-Spaces, entwickelt von der für die Immobilienaktivitäten zuständigen Gesellschaft Siemens Real Estate. Sie sind für Mitar-

dort bereits tätig, vom Dienstleister für Rückholtransporte von Krankenversicherten über Anbieter für die Filmproduktion bis zu Programmierern, Produktdesignern, Werbeagenturen und einem Start-up, das sich mit neuen Mobilitätsangeboten für den ländlichen Raum befasst.

Als besonders wichtige Ergänzung gilt ein von Gemeinde, Unternehmen und örtlichen Schulen initiiertes MakerLab mit städtischer Einrichtung: 3-D-Drucker, Jugendprogrammiergruppe, Fotostudio, Lasercutter, Elektronik-, Siebdruck-, Holz-, Textil- und Medienwerkstatt. Von den Selbstständigen und Kreativen ist der Funke mittlerweile auf die breite Wirtschaft übergesprungen. Potenziale wie im Murnauer InnovationsQuartier oder MakerLab sind beispielsweise bei mittelständischen Unternehmen sehr gefragt, wie Wirtschaftsförderer Bittlinger bestätigt. Anderswo interessieren sich ganze

Vorteile von Coworking-Spaces

Die gesamte Büroinfrastruktur steht zur Verfügung, oft gibt es weitere Angebote wie Events. Alle Nutzer können sofort starten und müssen sich nicht um Technik kümmern. Im Idealfall arbeiten sie nicht nur nebeneinander, sondern miteinander.

tet: Mit 23 Mitarbeitern entwickelt er Arbeitswelten für Unternehmen.

Im Murnauer InnovationsQuartier gibt es mittlerweile auch eine Kinderkrippe. »Wir müssen akzeptieren«, sagt Wirtschaftsförderer Bittlinger, »dass die Arbeitszeiten nicht um 16.30 Uhr oder gar mittags enden wie manche Kindergärten.«

»Der klassische Nine-to-five-Büroalltag von Montag bis Freitag wird immer unwichtiger«, sagt Friendsfactory-Vorstand Gregor Gebhardt. Er setzt auf das Motto »Arbeiten unter Freunden«. Aber alles klappt doch nicht. Aus einem Transfer ticket, mit dem Interessenten Coworking-Angebote in ganz Deutschland nutzen können, ist beispielsweise bisher nichts geworden. Grund: Die Preismodelle sind zu unterschiedlich. ■

IHK-Ansprechpartner zum Thema Arbeit

Daniel Meyer, Tel. 089 5116-2024
daniel.meyer@muenchen.ihk.de

»Coworking-Spaces sind ein Hype geworden.«

Marc Schlüpmann, Mitgründer des Ammersee Denkerhauses



Foto: Lorenz Goslich

beiter des Konzerns gedacht, die hier besonders gut zusammenarbeiten sollen. Die Münchner Flughafen München GmbH sieht den im Aufbau befindlichen Lab-Campus, bei dem sich »alles um Innovationen« drehen soll, gleichzeitig als unternehmens- und branchenübergreifendes Ideenzentrum.

Sogar Banken, Bibliotheken, Gartencenter und zum Verkauf stehende Bahnhöfe werden für Coworking in Erwägung gezogen. Die Konzepte, Kapazitäten und Angebote sind recht unterschiedlich. Und ob alles immer mit der Grundidee des Coworking übereinstimmt oder manch einer doch eher von einem Trend zu profitieren versucht, sollten sich die potenziellen Nutzer wohl am besten selbst genau anschauen. Das Murnauer InnovationsQuartier scheint viele zu überzeugen: Rund 65 Mieter sind

Firmenabteilungen oder Projektteams für die Coworking-Idee. Die Initiatoren des Ammersee Denkerhauses sehen besonders Pendler als künftige Zielgruppe: Wenn Unternehmen in einer Region etliche Mitarbeiter haben, könnten sie für diese Coworking-Büros mieten und bestimmte Tätigkeiten dorthin auslagern.

Die betreffenden Beschäftigten würden nicht nur täglich viel Fahrtzeit sparen. »Der Chef hat ein besseres Gefühl, wenn er weiß, dass seine Mitarbeiter in einem Büro sitzen und nicht daheim auf dem Sofa«, glaubt Axel Praus (49). Er hat 2017 im Ammersee Denkerhaus die Firma ww workingwell GmbH gegründet, mit der er – inzwischen von München aus – ein verwandtes Thema bearbei-

IHK-Veranstaltungstipp

Kooperationstag Digitale Produktion

Die Veranstaltung bringt Geschäftsführer und Entscheider von IT- und Industrieunternehmen zusammen. In Workshops können die Teilnehmer aktuelle Themen diskutieren, Erfahrungen und Ideen über digitale Produktion austauschen und neue Geschäftsmodelle und Partner kennenlernen.

Termin: 22. März 2019, 13–20.30 Uhr

Ort: IHK Akademie München, Orleansstraße 10–12, 81699 München

Die Veranstaltung ist kostenpflichtig.

Informationen und Anmeldung:

www.itkoop.com

Kleine ganz GROSS

Die Mehrheit der IHK-Mitgliedsbetriebe sind Selbstständige und Kleinunternehmen. Damit ihnen mehr Zeit für ihr Kerngeschäft bleibt, unterstützt die IHK sie nun noch stärker bei zahlreichen Themen wie Finanzierung oder Recht und Steuern.

— EVA MÜLLER-TAUBER —

Sein Hobby zum Beruf zu machen klingt erst einmal sehr romantisch. Tatsächlich müssen viel Leidenschaft und Idealismus dahinterstecken, wenn sich ein Versicherungsvermittler und eine Polizistin dazu entschließen, ein Unternehmen zu gründen, um selbst angebaute scharfe Gewürze – Chilis und Paprika – zu verkaufen.

Engagement und eine gute Idee allein reichen allerdings nicht aus, um als Unternehmer zu bestehen, selbst wenn man sich ausgiebig vorbereitet, gut organisiert und sogar Kenntnisse in Finanzen und Versicherungen besitzt. »Wenn wir gewusst hätten, worauf wir uns einlassen, hätten wir vielleicht noch ein zweites Mal überlegt, ob wir diesen Schritt wagen sollen«, schmunzelt Tobias Arlt.

Der 42-Jährige führt die Puszta Peppers GmbH in Prutting/Landkreis Rosenheim seit April 2016, seine Frau Andrea (32) unterstützt ihn dabei. Was Kleinunternehmen bei ihrer Gründung sowie in Wachstumsphasen bewerkstelligen müssen, ist sehr anspruchsvoll, »vor allem in der Lebensmittelbranche, weil es hier über die

normalen Hürden hinaus rechtlich, etwa haftungstechnisch wie auch in puncto Zertifizierung, einiges zu beachten gibt«, so Arlt. »Ohne Unterstützung von Beratern und Experten ist das schwer zu schaffen.« Das Ehepaar holt sich bei Bedarf fehlende Expertise ins Unternehmen. Vor allem die Services der IHK für München und Oberbayern, die es als Mitgliedsunternehmen kostenlos nutzen kann, nehmen die Arlts immer wieder in Anspruch. Ob bei Fragen zu Fördermitteln, zur richtigen Etikettierung von Lebensmitteln, zum passenden Warenwirtschaftssystem, zu wasserdichten Handelsverträgen oder zur Beschäftigung von 450-Euro-Mitarbeitern. Auch bei der Zertifizierung ihrer Produkte wenden sie sich immer wieder an die IHK.

Rückgrat der Wirtschaft

»Das Besondere ist, dass wir hier zu jedem Fachgebiet zeitnah gute Tipps bekommen, auch bei Themen, zu denen uns weder der Steuer- noch ein Unternehmensberater Auskunft geben können«, erklärt Tobias Arlt. Er war damals positiv überrascht von dem breiten Spektrum, das die IHK abdeckt, und davon, wie prompt seine Fragen beantwortet wurden. »Dadurch sind wir als Unternehmen natürlich schneller handlungsfähiger und können uns stärker wieder aufs Kerngeschäft konzentrieren.« Und wenn es doch einmal Themengebiete gibt, bei denen es noch detaillierteres Fachwissen braucht? »Dann vermittelt uns die IHK weiter, sagt, wo wir uns zusätzlich informieren können.« Kleine Unternehmen wie die Puszta Peppers GmbH bilden das Rück-

grat der Wirtschaft. Rund 96 Prozent aller bayerischen Betriebe mit sozialversicherungspflichtig Beschäftigten haben laut Bundesagentur für Arbeit weniger als 50 Mitarbeiter (s. Grafik S. 24). In diesen rund 355 000 Betrieben arbeiten etwa 2,2 Millionen Menschen. Hinzu kommen jenseits des Handwerks mehr als 600 000 Selbstständige ohne Beschäftigte. Ein ähnliches Bild ergibt ein Blick auf die Mitgliedsunternehmen der IHK für München und Oberbayern: Rund 62 Prozent sind Selbstständige ohne Angestellte. Von den restlichen 38 Prozent der Betriebe mit Personal wiederum haben 90 Prozent weniger als 20 Mitarbeiter.

»Diese Entwicklung ist ein Resultat des Wandels von einer industriell geprägten Wirtschaft zu einer Wissensökonomie«, sagt Martin Drognitz, Referatsleiter Mittelstand, Handel, Tourismus, Dienstleistungen bei der IHK. Eine Entwicklung, der die IHK Rechnung trägt. Schon bisher bot sie dieser Zielgruppe zahlreiche Services. Jetzt baut sie das Angebot weiter aus und bündelt es. So finden sich viele Informationen für Selbstständige und Kleinunternehmen auf einer eigenen IHK-Website (s. Kasten S. 24). Weiter soll die Beratung ausgebaut und die Anzahl der Workshops für diese Zielgruppe erhöht werden.

»Aufgrund geringer personeller Kapazitäten fällt es kleinen Unternehmen besonders schwer, allen Gesetzen, Verordnungen, Richtlinien und Normen nachzukommen und sie überhaupt zu kennen«, erläutert Drognitz. Durch die Komplexität vieler Gesetze und Themenverflechtungen benötigten diese oftmals externe Beratung.

Darum geht's

- Da sie keine eigene Rechts- und Steuerabteilung haben, fällt es Kleinbetrieben schwer, sich mit allen Gesetzen, Verordnungen und Normen auszukennen.
- Die IHK hat zentrale Informationen für diese Zielgruppe auf ihrer Webseite gebündelt.
- Außerdem setzt sich die IHK dafür ein, kleine Unternehmen stärker zu entlasten.

So wie Andreas Schmidt. Der 36-Jährige ist zusammen mit Bastian Scherbeck (39) Geschäftsführer des Münchner Unternehmens LiveCycle GmbH, das ein professionelles Flottenmanagement für Fahrradmobilität anbietet. Zwar beschäftigt die Firma insgesamt 40 Mitarbeiter. Davon sind neben den Geschäftsführern jedoch nur vier für administrative Aufgaben zu-

ständig. Der Rest arbeitet im Außendienst an sechs verschiedenen Standorten.

»Da wir gute Erfahrungen mit zwei engagierten Praktikanten aus Syrien und Afghanistan gemacht haben, überlegen wir, auch Flüchtlinge bei uns zu beschäftigen«, sagt Schmidt. »Nun ist das Thema aber sehr komplex, es gibt arbeitsrechtlich einiges zu beachten, auch, was deren Aus-

bildung betrifft. Hier brauchen wir deshalb die Expertise der IHK.« Die hat Schmidt schon des Öfteren genutzt, etwa bei einer Wachstumsfinanzierung. »Wir hatten in unserer zweiten Finanzierungsrunde nochmals alle Unternehmensbereiche auf den Prüfstand gestellt«, erinnert er sich. Mit einer IHK-Expertin sprach er die einzelnen Posten durch. Diese wies ihn darauf

Holen sich Expertise von außen – Tobias und Andrea Arlt, Geschäftsführer der Puszta Peppers GmbH



Foto: Puszta Peppers/Andreas Jacob

hin, dass das Unternehmen im Zuge der schnell fortschreitenden Digitalisierung in absehbarer Zeit seinen Webauftritt samt Buchungsplattform voraussichtlich einmal völlig neu erneuern müssen. Für ein kleines Unternehmen ein existenzieller Hinweis. Denn: »So etwas kostet mindestens eine viertel Million Euro«, sagt Schmidt. Das Führungsduo hatte für den Internetauftritt zwar einiges an Kapital eingeplant, allerdings nur maximal 150 000 Euro für dessen Wartung und Aktualisierung vorgesehen.

Die Unternehmer passten den Kapitalbedarf umgehend an. Das Interessante: Den Tipp hatte die IHK-Beraterin aus Gesprächen mit anderen Unternehmern mitgenommen. »Bei den Beratungen der IHK profitieren wir also auch von deren Netzwerk sowie dem Erfahrungsschatz aus der Praxis«, betont Schmidt. Er würde sich wünschen, dass kleine Betriebe zudem bei der Entlastung von bürokratischen Pflichten stärker unterstützt würden.

IHK-Services für kleine Firmen

Die IHK bietet unter anderem folgende Leistungen an:

Recht: allgemeine Rechtsauskünfte, Auskünfte zu Arbeits-, Internet- und Wettbewerbsrecht

Betriebswirtschaftliche Beratung: Unternehmenswachstum, Absicherung und Vorsorge, Nachfolge

Weiterbildung: Basisinformationen zu Recht und Steuern, zulassungsgebundenem Gewerbe, Coaching

Brancheninformationen: Branchenkennzahlen, Firmendatenrecherche, Marktstudien, strategische Ausrichtung

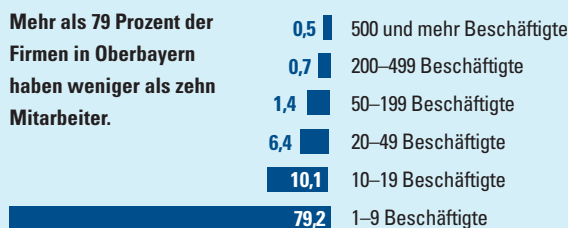
Seit Kurzem gibt es wichtige Informationen für Selbstständige und Kleinunternehmen auf der IHK-Webseite www.ihk-muenchen.de unter dem Reiter »Alles für Selbstständige«.

Haben Sie Fragen?

Melden Sie sich unter: 089 5116-0 oder per E-Mail: info@muenchen.ihk.de

Viele Unternehmen mit kleiner Belegschaft

Betriebe* nach Beschäftigtenzahl (in Prozent)



Quelle: Bundesagentur für Arbeit, eigene Berechnungen; *mit mindestens einem sozialversicherungspflichtig Beschäftigten



Foto: davooda_Fotolia.com

Dies strebt die IHK ebenfalls an: »Wir plädieren für eine aktive und engagierte Wirtschaftspolitik für Selbstständige und kleine Unternehmen, um auf deren besondere Bedürfnisse eingehen zu können. Eine Entlastungsoffensive soll Erleichterungen für ihre Belange gezielt in den Fokus rücken«, sagt IHK-Experte Drogitz.

Die Bayerische Staatsregierung hat ihre Unterstützung zugesagt. »Mein Politikverständnis lautet: Bürgern und Unternehmern Freiheit zutrauen!«, sagt der Leiter der Bayerischen Staatskanzlei Florian Herrmann (CSU). »Deswegen schmieden wir einen Pakt für Freiheit mit der Wirtschaft. Gerade den kleinen Unternehmen ohne eigene Rechtsabteilung wollen wir mit weniger, aber dafür praxistauglichen Vorschriften und einer verständlichen Sprache das Leben erleichtern. Auch beim Bund werden wir weiter für gesetzgeberische Zurückhaltung und Augenmaß kämpfen.«

Schnelle Hilfe

Die Vorschriften werden zwar weniger, gesetzliche Neuerungen und fachspezifische Fragen wird es aber immer geben. »Deshalb sollten gerade kleine Unternehmen das Beratungsangebot der IHK nutzen, speziell Selbstständige ohne oder mit nur wenigen Beschäftigten«, betont Johannes Weidl, IHK-Referent für Kleinunternehmen.

Nicole Hoffmann macht dies regelmäßig seit Gründung ihrer Münchner SportKITA Glückskind, vor allem in ar-

beitsrechtlichen und finanziellen Fragen. Sie arbeitet tagsüber in der Kita mit und kommt oft erst abends dazu, administrative Dinge zu erledigen. »An die IHK kann ich auch abends eine Mail schicken und bekomme gleich am nächsten Tag eine fundierte und ehrliche Antwort«, sagt die 29-jährige Chefin von zehn Angestellten.

Gerade erst hat die Erzieherin und Bewegungspädagogin mit einem Bachelor in Sozialmanagement den Wechsel der Rechtsform von der GbR zur GmbH gemeistert. Dahinter stehen zum einen haftungsrechtliche Gründe. Sie will zum anderen expandieren und einen weiteren Geschäftsführer mit ins Unternehmen holen. »In solchen Phasen ist die Unterstützung der IHK – zumal fast kostenlos – Gold wert«, findet die gebürtige Offenburgerin. Eine Stunde bei ihrer Unternehmensberaterin koste zwischen 80 und 150 Euro. »Die nehme ich dann bei weiterführenden Fragen ergänzend in Anspruch.«

Das Unternehmerpaar Arlt wird die Dienste der IHK ebenfalls demnächst wieder nutzen. »Wir planen, unsere Exportmöglichkeiten nach Dubai zu prüfen. Hier bestehen bereits erste Kontakte zu Interessenten«, sagt Tobias Arlt.

IHK-Ansprechpartner zum Thema Kleinunternehmen und Selbstständige

Martin Drogitz, Tel. 089 5116-2048
martin.drogitz@muenchen.ihk.de

Johannes Weidl, Tel. 089 5116-1856
johannes.weidl@muenchen.ihk.de

Umwelt und Energie

IHK-Position zum Klimaschutz beschlossen



Diskutierten über Klimaschutz und Koalitionsvertrag – der
IHK-Umwelt- und Energieausschuss, zu Gast bei der Müller-BBM GmbH

Foto: Müller-BBM

Mit dem Klimaschutz und dem bayerischen Koalitionsvertrag befasste sich der **IHK-Umwelt- und Energieausschuss** auf seiner Sitzung, die bei der Müller-BBM GmbH in Planegg stattfand.

Nach der Analyse des Koalitionsvertrags von CSU und Freien Wählern zieht Peter Kammerer, stellvertretender IHK-Hauptgeschäftsführer, ein gemischtes Fazit: Positiv sei, dass Versorgungssicherheit und bezahlbaren Energiepreisen oberste Priorität eingeräumt werde. Aus IHK-Sicht müsse aber konkretisiert werden, wie die dezentrale Stromversorgung umgesetzt und dabei Stabilität und Wirtschaftlichkeit der Stromversorgung gewährleistet bleiben sollen. Fraglich sei, so der Tenor im Ausschuss, wie der angekündigte schnelle Kohleausstieg gelingen

soll, ohne die Strompreise noch weiter in die Höhe zu treiben. Zudem fehle ein klares Bekenntnis zum Übertragungsnetzausbau, der im Bundesbedarfsplan festgelegt ist, und zur europäischen Energieunion.

In der Runde präsentiert und diskutiert wurde zudem ein Positionspapier, in dem die IHK zu aktuellen klimapolitischen Themen auf EU-, Bundes- und Landesebene Stellung nimmt. Dazu zählen die Weiterentwicklung des Europäischen Emissionshandelssystems, das von der Bundesregierung geplante Klimaschutzgesetz und die Entwicklung und Anwendung von Klimaschutztechnologien am Standort. Die Position wird im ersten Quartal 2019 Präsidium und Vollversammlung der IHK vorgelegt.

Tourismus

Bayern authentisch vermarkten

Wie lassen sich Reisende für das Ziel Bayern begeistern? Im **IHK-Tourismusausschuss** stellte Barbara Radomski, Geschäftsführerin der BAYERN TOURISMUS Marketing GmbH, die Aufgaben und die Strategie der Landesmarketingorganisation des Freistaates vor. Kernthema: Wie können potenzielle Kunden auf der Inspirationsebene erfolgreich angesprochen werden? Schließlich haben Urlauber inzwischen viele Reiseoptionen im Hinterkopf. Die Dachmarkenstrategie »Bayern – Traditionell anders« soll Bayern authentisch vermarkten, unterstützt von Storytelling, Testimonials und einer einheitlichen Bildsprache.

Zum Thema Bürokratieabbau in der Tourismus- und Freizeitwirtschaft präsentierte Walter Nussel, Bürokratiebeauftragter der Bayerischen Staatsregierung, Ergebnisse aus der vergangenen Legislaturperiode. Er verwies zum Beispiel auf den Entwurf eines Kassenleitfadens, der Ängsten vor der falschen Anwendung von Kassensystemen entgegenwirken soll. Zudem wurde der sogenannte Praxis-Check auf das Gaststättenmodernisierungsprogramm angewandt: Mit ihm sollen staatliche Regelungen, bevor sie in Kraft treten, auf ihre praktische Umsetzbarkeit überprüft werden. Untersucht wurden hier ge-



Foto: EdNurg - Fotolia.com

Tourismusmarketing Bayern – Kunden erwarten Inspiration

meinsam mit dem Beauftragten für Bürokratieabbau die Förderrichtlinien sowie die geplanten Antragsformulare. Sabine Jarothe, Leiterin der Abteilung Tourismus im Bayerischen Wirtschaftsministerium, stellte außerdem Förderprogramme vor, darunter das Sonderprogramm PremiumOffensive Tourismus und Tourismusland Bayern – Qualität und Gastlichkeit.

In der anschließenden Diskussion mit den Ausschussmitgliedern ging es unter anderem um die Flexibilisierung der Arbeitszeit im Hotel- und Gaststättengewerbe, die Entlastung der Auszubildenden bei der Versteuerung und der Sozialversicherung freier Kost und Logis als Sachbezüge.

www.ihk-muenchen.de – Suchbegriff »Tourismusausschuss«

Wer soll Verantwortung übernehmen?

Die IHK hat nachgefragt: Für welche Positionen stehen die Frauen und Männer, die die bayerischen Kandidatenlisten zur EU-Wahl anführen? Welche wirtschaftspolitischen Ideen haben sie? Teil 1

MARTIN ARMBRUSTER



EU-Parlament in Brüssel – zwischen 23. und 26. Mai wählen die Europäer

Europa spielt eine wesentliche Rolle für Deutschland und Bayern. Was in Brüssel und Straßburg von Parlament, Kommission und Rat beschlossen wird, hat oft unmittelbare Wirkung auf uns als Bürger und Unternehmer. Deshalb sollte es für alle von großem Interesse sein, welche Personen und Parteien in den kommenden Jahren über Fragen entscheiden, die wichtig für die Unter-

nehmen sind. Wie sieht der freie Handel der Zukunft aus? Wie soll sichergestellt werden, dass bayerische Dienstleister problemlos und ohne Hürden in anderen EU-Staaten tätig sein können? Wie soll sich die künftige E-Privacy-Richtlinie auf den Mittelstand auswirken? Und trotzdem: Bei keiner Wahl ist die Beteiligung niedriger als bei einer Europawahl – 40,8 Prozent in Bayern waren es

zuletzt 2014. In einer eigenen Serie stellt die IHK für München und Oberbayern deshalb die Kandidaten und ihre wirtschaftspolitischen Ideen vor.

»Als Unternehmerinnen und Unternehmer müssen wir uns ein Bild machen, welche Wirtschaftspolitik die Parteien vertreten. Die hier veröffentlichten Interviews zeigen aber auch, welche Grundeinstellung bestimmte Kandidaten zu Europa haben. Denn darunter sind auch Personen, welche die EU und den Euro ablehnen und am liebsten eine Mauer rund um Deutschland für Menschen und Güter aufbauen würden«, so IHK-Präsident Eberhard Sasse.

Die IHK für München und Oberbayern veröffentlicht in dieser Ausgabe des Magazins Auszüge aus den Interviews mit den bayerischen Listenführern von FDP, SPD und AfD. In der April-Ausgabe folgen Auszüge aus den Gesprächen mit den Listenführern von CSU, Grünen, Linke und Freien Wählern. Die ÖDP hat ein Gespräch mit der IHK abgelehnt. ■

Die Langfassungen der Interviews stehen auf der IHK-Website unter:

www.ihk-muenchen.de/europawahl

Alle Interviews führte Martin Armbruster.

Sozialer, digitaler, nachhaltiger

Maria Noichl, Spitzenkandidatin der bayerischen SPD, erklärt, wie sie sich Europas Zukunft vorstellt.

Im SPD-Programm für die Europawahl liegt der Akzent auf neuen Steuern (Digitalsteuer, Finanztransaktionssteuer, CO₂-Grenzsteuer) und höheren Kosten (europäischer Mindestlohn, europäische Sozialversicherung). Schwächt das nicht die europäische Wirtschaftskraft?

Es geht nicht um die Einführung neuer Belastungen, sondern um die Koordinierung von sozialen Sicherungssystemen. Niemand fordert einen europäischen Mindestlohn in Höhe von x Euro. Uns schwebt ein Mindestlohn relativ zum nationalen Pro-Kopf-Einkommen bei etwa 60 Prozent vor. Der deutsche Mindestlohn erfüllt dieses Kriterium, es entstünden also keine Belastungen für deutsche Unternehmen. Vielmehr geht es darum, den Standortwettbewerb zulasten von unfairen Lohnpraktiken zu beenden. Eine europäische Sozialversicherung fordern wir nicht. Es gibt den Vorschlag einer Arbeitslosenrückversicherung, auf die die Mitgliedstaaten in wirtschaftlichen Krisen zurückgreifen können und die so das System der Eurozone stabilisiert.

Was versteht die SPD unter »innovativer Neugestaltung der europäischen Verkehrspolitik«?

Im Jahr 2050 werden fast 70 Prozent der Menschen in Städten leben. Schon jetzt sind die Folgen ständiger Stau und Verkehrslärm, eine zu hohe Luftverschmutzung und somit eine extreme Umweltbelastung. Die Anzahl der Pkws pro Kopf ist in den letzten zehn Jahren weltweit um 26 Prozent gestiegen. Nicht zuletzt der Skandal um manipulierte Abgaswerte bei Dieselfahrzeugen hat gezeigt, dass die Konzepte des letzten Jahrhunderts nicht die Antwort auf die Herausforderungen der Mobilitätsbedürfnisse des 21. Jahrhunderts sein

können. Die Antwort ist klar: Die Hersteller müssen den CO₂-Ausstoß von Pkws deutlich reduzieren. Die SPD kämpft für ambitionierte CO₂-Grenzwerte für Autos, denn sie sind ein wichtiger Teil einer nachhaltigen Industriepolitik für Europa. Anliegen der Europa-SPD ist es, Mobilität sauberer zu machen, sie zu digitalisieren und zu automatisieren und damit das Verkehrsaufkommen zu reduzieren. Die Europa-SPD will zudem die Verkehrsnetze besser verbinden, den öffentlichen Nahverkehr stärken und ausbauen und dabei unser wichtiges Anliegen – die Sicherung der Arbeitsplätze – in Form von frühzeitiger Weiter- und Fortbildung gewährleisten. Nur eine nachhaltige Verkehrswende kann diese Ziele miteinander verbinden.

Wie stehen Sie zum freien Handel?

Es wäre schwarz-weiß gedacht, wenn man sich nur zwischen Freihandel und Protektionismus entscheiden dürfte – denn dazwischen befinden sich viele Grautöne. Eine ganz besondere Bedeutung beim Freihandel kommt der Definition von Handelshemmnissen zu. Hier ist meine Position klar: Arbeitnehmer*innenrechte, Umweltstandards und Menschenrechte dürfen nie als Handelshemmnisse betrachtet werden. Einen ungeregelten Freihandel, der nur das Recht des Stärkeren kennt, kann ich nicht unterstützen. Freihandel muss nachhaltig, ökologisch und sozial ausgestaltet werden und die Handelspartner*innen müssen sich ihrer Verantwortung bewusst sein – auch gegenüber den Ländern, die nicht mit am Tisch sitzen. Die 17 SDGs, die Nachhaltigkeitsziele, die für jeden Politikbereich der EU gelten müssen, müssen auch für die Handelspolitik verbindlich sein.



Foto: SPD

Zur Person

Maria Noichl war von 2008 bis 2013 Abgeordnete im Bayerischen Landtag. Seit der Europawahl 2014 ist sie Mitglied des Europaparlaments.

Die Politikerin aus Rosenheim ist im Europaparlament Mitglied des Ausschusses für Landwirtschaft und ländliche Entwicklung sowie des Ausschusses für die Rechte der Frau und die Gleichstellung der Geschlechter.



PLANUNGSSICHERHEIT

Firmenchef Klaus Koller gibt seinen Kunden Planungssicherheit bei der Umsetzung von Investitionsvorhaben. Durch gleichbleibende und von Zinsschwankungen unbeeinflusste Leasingraten oder Finanzierungsraten erhalten Firmen Sicherheit in ihrer Finanzplanung. Die Raten werden mit den Erträgen aus dem Objekt parallel zur Finanzierung erwirtschaftet und sind obendrein bei Leasingfinanzierungen steuerlich absetzbar.

Leasing-Finanzierungen für mobile Wirtschaftsgüter

PKW	Transporter	LKW
Maschinen	Ausrüstungen	EDV

BAYERN-LEASING.de

Wir finanzieren Bayerns Mittelstand

Stellen Sie bei uns online oder telefonisch Ihre Leasing-Anfrage

Steuerlich interessant schon ab einem Kaufpreis von 5.000 Euro

Nehmen Sie mit uns Kontakt auf und faxen uns Ihr Händler-Angebot über die geplante Anschaffung. Wir erstellen Ihnen ein herstellernabhängiges Leasingangebot oder Finanzierungsangebot.
Fax 089 - 945522-20

**BAYERN-LEASING GMBH
85622 München-Feldkirchen**

Information und Beratung

 089-9455220

Ein persönliches Gespräch ist unser wichtigstes Informationsangebot

»Der Binnenmarkt muss Priorität haben«

Weniger Soziales, mehr Investitionen und Jobs: Die **FDP-Europaabgeordnete Nadja Hirsch** fordert eine Neuorientierung der EU-Politik.

Ein Ende des europäischen Binnenmarkts: Wie sollen sich die Wähler dieses Szenario vorstellen?

Es gibt Zehntausende Berufspendler, die jeden Tag eine nationale Grenze passieren. Stellen Sie sich vor, die stehen täglich wieder in der Schlange, um den Pass herzuzeigen. Möglicherweise dürfen die dann im EU-Nachbarland

nicht mehr arbeiten. Oder Firmen können dort keine Niederlassung mehr gründen. Das versteht jeder.

Sie fordern eine politische Akzentverschiebung. Bislang hat die Forderung nach einem sozialeren Europa Konjunktur in der Debatte.

Genau. Das ist die Idee unserer politischen Konkurrenten. SPD und die Grünen diskutieren eine europäische Arbeitslosenversicherung. Das löst doch keine Probleme. Besser ist es, die Bedingungen für mehr Jobs zu schaffen. Dazu gehört, dass Unternehmen überall ihre Waren und Dienstleistungen anbieten können. Wenn das garantiert wird, haben die Firmen auch Lust zu investieren. Das steht für mich ganz oben auf der europäischen Agenda.

Stehen die Freien Demokraten uneingeschränkt zu einem offenen Europa?

Schengen, Freizügigkeit der Arbeitnehmer, der Euro – das ist die Basis, klar. Wir dürfen uns das, was unsere Bürger als Fortschritt erleben, nicht kaputt machen lassen. Wieder Schlagbäume zu errichten, das wäre ein absolut falsches Signal.



Foto: Alexander Louvet

Zur Person

Nadja Hirsch war von 2009 bis 2014 Abgeordnete des Europäischen Parlaments und zog 2017 erneut ein.

Die gebürtige Münchnerin ist dort Mitglied des Handelsausschusses. Außerdem ist Hirsch stellvertretendes Mitglied im Ausschuss für Binnenmarkt. Hirsch gilt als Expertin für digitale Themen und künstliche Intelligenz.

Deutschland First

Bernhard Zimniok, Kandidat der AfD, erläutert, warum seine Partei vehement einen Neuanfang Europas verlangt.

Die Europawahl gilt als Schicksalswahl. Warum sollten Unternehmer gerade da auf die AfD bauen?

Weil wir klare Positionen und Verlässlichkeit bieten. Wenn ich Journalist wäre, würde ich an Horst Seehofer (Bundesinnenminister, die Red.) verzweifeln. Der sagt am Abend etwas, Sie schreiben es, am nächsten Morgen wird das gedruckt – und dann sagt der Seehofer wieder genau das Gegen-

teil. So eine Politik macht einen wahnsinnig. Das gilt auch für die SPD, diese sterbende Partei. Da weiß niemand mehr, für was die noch steht.

Sie wollen einen Staatenbund statt eines geeinten Europas. Würde das im Wettbewerb mit China und den USA nicht den Untergang bedeuten?

Das glaube ich nicht. Wenn wir nur Teile des Geldes, das wir seit dem Jahr 2000 in wirkungslose

EU-Förder- und -Strukturprogramme stecken, zurückbekommen, ließe sich wahnsinnig viel bewegen. Wir könnten bei Digitalisierung und künstlicher Intelligenz eine Vorreiterrolle übernehmen. Es nützt nichts, wenn wir an die 100 Milliarden Euro im Gießkannenprinzip an Spanien, Griechenland und Portugal verteilen. Wer Zukunftstechnologien fördern will, muss das in Deutschland machen.

Fassen wir zusammen: Sie sind überzeugter Europäer, aber im Zweifel für die Vorfahrt Deutschlands?

Stimmt ganz genau. Wenn man nur in globalen Zusammenhängen denkt, besteht die Gefahr, dass man seinen eigenen Kern vergisst. Dann fällt das eigene Volk hinten runter. Ich denke national, gerade weil ich so viel im Ausland war. Wir müssen uns auf unsere eigenen Stärken besinnen. Das bringt auch Europa mehr als der lächerliche Versuch Brüssels, mit Genderprojekten Afrika zu beglücken.



Foto: AfD

Zur Person

Bernhard Zimniok hat in seinem Leben viel gemacht. Der studierte Ingenieur war Berufssoldat, hat lange Jahre im diplomatischen Dienst gearbeitet und war zehn Jahre lang Chef seiner eigenen Firma.

Zimniok ist seit 2015 AfD-Mitglied. Er kandidiert für die AfD München West/Mitte und steht auf Listenplatz 5 der Bundesliste AfD für die Europawahl 2019.



Die *zweite* Welle

Datenschutz könnte Europas Wirtschaft zum Durchbruch verhelfen.
Europa liegt bereits vor den USA und China.

MARTIN ARMBRUSTER

Politik kann einfach sein. Ein Bundestagsabgeordneter sprach im Oktober Klartext vor dem IHK-Dienstleistungsausschuss. Nur Deutschland sei so dumm, seine Firmen mit Datenschutz zu belasten. Er sagte: »Ein Grüner hat sich das ausgedacht. Das EU-Parlament hat das nur abgenickt.« So wirbt man für Europa. Das ist kein Einzelfall. EU-Wettbewerbskommissarin Margrethe Vestager beklagt, in einigen Hauptstädten Europas wüssten Politiker bis heute nicht, was die Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) sei, wozu sie diene und wie stark Unternehmen davon betroffen seien. Wie soll so Vertrauen in der Wirtschaft entstehen? Auch Monate nach Inkrafttreten der DSGVO im Mai 2018 seien Firmen verunsichert.

IHK-Juristin Rita Bottler und ihr Team haben Mühe, alle Anfragen abzuarbeiten. »Keiner darf auf der Strecke bleiben. Wir unterstützen die Firmen mit Informationen auf allen IHK-Kanälen«, sagt Bottler.

Großes Missverständnis

Sie leistet am Telefon das, was die EU vernachlässigt hat: Aufklärungsarbeit. Dass Unternehmer die Abschaffung der Verordnung fordern, hält Bottler für ein großes Missverständnis. »Wir brauchen die Regulierung. Wir müssen sie nur so gestalten, dass sie die Betriebe nicht überfordert«, erklärt die Juristin. Ferner werde sich die IHK-Organisation im Vorgriff auf die zum 25. Mai 2020 anstehende Evaluierung insbesondere dafür einsetzen, dass überhöht

te Anforderungen etwa zu Informations- und Meldepflichten gestrichen werden. Bottler erinnert daran, dass Europa geliefert habe, was die Wirtschaft wollte – einen einheitlichen Rechtsrahmen. EU-weit tätige Unternehmen müssen sich nicht länger mit 28 nationalen Regelwerken herumschlagen. Eine Anlaufstelle im jeweiligen Heimatland genügt. Laut EU-Kommission senkt das die Bürokratiekosten um jährlich 2,3 Milliarden Euro. Diese Fortschritte sind kaum bekannt. Verbreitet wird dagegen der Mythos, die EU sei auf Verbraucherschutz fixiert. Kaum ein anderes EU-Gesetz ist in so enger Zusammenarbeit mit Unternehmen entstanden wie die DSGVO. Selten war ein Verfahren so transparent. Der LIBE-Ausschuss des

EU-Parlaments (Ausschuss für bürgerliche Freiheiten, Justiz und Inneres) hat über 3 100 Änderungsanträge bearbeitet.

Mit dem Ergebnis hat die EU weltweit für Aufsehen gesorgt. Jan Philipp Albrecht, damals Europaabgeordneter der Grünen und DSGVO-Berichtersteller des Parlaments, sagte der »Zeit«, man habe erreicht, was niemand für möglich hielt: Europa habe erstmals Standards für die digitale Zukunft definiert, die auch für Google und Facebook bindend seien.

Dass darin so wenige Europäer einen Erfolg sehen, findet Albrecht absurd. Er fühlt sich von Kommission und Europas Regierungen im Stich gelassen. Niemand habe die Bürger ausreichend informiert. Den Job übernahmen andere. Rechtsanwälte, Berater und IT-Consultants schürten die Angst, um danach teure Services anzubieten.

Thomas Kranig, Präsident des Bayerischen Landesamts für Datenschutzaufsicht, spricht von einer Goldgrube für Berater und Juristen. Die DSGVO habe Firmen Zeit, Nerven und bis zu zweistellige Millionensummen gekostet, räumt er ein. Nach Studien von Deloitte und des Digitalverbands Bitkom haben in Österreich und Deutschland nur ein Viertel der Firmen alle Prozesse schon komplett DSGVO-konform gestaltet. Bayerns oberster Datenschützer sieht aber die meisten Nachzügler auf dem richtigen Weg.

Kritik lässt nach

Horrorszenarien jedenfalls sind ausgeblieben. Es gibt keine Abmahnwelle, in Bayern wurde bislang kein Bußgeld verhängt. »Die Kritik der Firmen lässt nach. Man sieht im Datenschutz wieder das Positive«, stellt Kranig fest. Klagen würden nur noch diejenigen, die sich schon vor der DSGVO nie um Datenschutz gekümmert hätten. IHK-Juristin Bottler will diese Unternehmer mit an Bord bekommen: »Die Anti-Haltung führt zu nichts. Jeder muss sich damit befassen. Daten nicht zu schützen, das ist das größte Risiko.«

Die IHK hat einheitliche Datenschutzregeln für Europa von Beginn an unterstützt, auch wenn nicht alle Forderungen durchgesetzt werden konnten. Zu den IHK-Positionen für die Europawahl gehört die Forderung, die weitere Umsetzung an die technischen Entwicklungen wie KI oder autonomes Fahren anzupassen. Bayerns Wirtschaft, so Bottler, wolle diesen Prozess mitgestalten. Sie ist

stolz darauf, dass Sophie Nerbonne für den 5. Datenschutztag der IHK eigens nach München kam. Nerbonne ist Direktorin der französischen Datenschutzbehörde CNIL und eine der einflussreichsten Fürsprecherinnen der DSGVO. Sie erklärte, Europa habe sich mit der Verordnung emanzipiert. Man rede heute auf Augenhöhe mit amerikanischen IT-Konzernen. Wer behaupte, die DSGVO bedrohe neue Geschäftsmodelle, verstehe nichts von Digitalisierung. Nerbonne bringt das auf die Formel »ohne Datenschutz keine Innovation«.

Die technologische Avantgarde bestätigt das. Henrik Wenders etwa, Marketingmanager des chinesischen Start-ups Byton Limited. Byton will 2020 die ersten vernetzten Autos auf die Straße bringen. Fahrer und Mitfahrer können dann über die Byton-Cloud jederzeit auf alle ihre Daten zugreifen. Glaubt man Skeptikern, müsste die DSGVO Wenders Albtraum sein. Das Gegenteil ist der Fall. »Wir haben europaweit einheitliche Regelungen. Ich halte das für einen großen Fortschritt. Wir werden eine IT-Infrastruktur aufbauen, die diesem Standard entspricht«, erklärte Wenders auf dem IHK-Talk »Mobilität der Zukunft« im Juli 2018.

Alexa Rauscher, Pressesprecherin des Münchner Start-ups Sono Motor GmbH, hält Datenschutz für die Connected-Cars-Technologie für entscheidend. Sono Motors wird Ende 2019 die ersten Modelle des E-Autos Sion ausliefern. Käufer können mit dem Sion sogar Geld verdienen. Über die App goSono kann man Mitfahrer suchen, das Auto vermieten oder als mobile Ladestation anbieten. »Das entlastet die Straßen, hilft der Umwelt und schafft Lebensqualität. Ein absolut nachhaltiges Konzept«, meint Rauscher.

Europas Datenschutz kommt offensichtlich zur richtigen Zeit. Skype-Gründer und Investor Niklas Zennström spricht von der zweiten Welle der Digitalisierung. Gemeint sind Gründer, die nicht mehr an Google und Apple verkaufen wollen, sondern aus Europa heraus globales Geschäft aufbauen wollen. Es geht um Start-ups, die mit der Industrie kooperieren und wer-tebasierte Algorithmen programmieren.

»Europa erlebt den Durchbruch«, sagte Zennström dem »Handelsblatt«. Er hält das Münchner Start-up Liliu GmbH für spannender als das, was im Silicon Valley passiert. Mit Hilfe des Geldes von Zenn-

ström sollen die Lufttaxis von Liliu schon bald über Europas Städten kreisen. Liliu hat unfassbare 100 Millionen US-Dollar eingesammelt. Personalchefin Jeanette Bet sieht im Datenschutz kein Problem: »Wir bauen alle Prozesse neu auf, machen alles sicher, wir haben keine Altlasten«.

Thomas Konrad, Pressesprecher der Cliqz GmbH, formuliert es noch positiver: »Die Umstellung auf die DSGVO war ein wahnsinniger Aufwand. Aber jetzt ist das eine Exporthilfe und ein Wettbewerbsvorteil.« Cliqz bietet einen Browser mit integrierter Suchmaschine, die die Privatsphäre der Nutzer schützen soll. Das Start-up will beweisen, dass man Kunden mit passgenauer Werbung füttern kann, ohne selbst Daten zu speichern. Die Werbeplatzierung orientiert sich nur am Browserverlauf, der User behält die volle Kontrolle über seine Daten. Das nutzt auch Werbekunden. Sie haben die Garantie, Anzeigen absolut DSGVO-konform zu schalten.

Die DSGVO geht Konrad nicht weit genug. Ihn stört, was bereits EU-Wettbewerbskommissarin Vestager bemängelte: dass Apple und Google an jeder App mitverdienen oder dass man WhatsApp-Spielregeln bedingungslos akzeptieren muss. »Ich hoffe da sehr auf die Politik«, sagt Konrad.

Einfluss auf Onlinedienste

Die kommenden Monate dürften spannend werden. Die Lobby-schlacht um die geplante E-Privacy-Verordnung, die elektronische Kommunikation (etwa über Telefonate, Internetzugang, Messaging-Dienste, E-Mails oder Internet-Telefonie) regeln soll, ist in vollem Gange. Damit wird sie erheblichen Einfluss darauf haben, wie Onlinedienste künftig angeboten werden dürfen. Verbraucherschutzverbände bereiten Klagen gegen Google, Apple & Co. vor. Europas Spitzenpolitiker diskutieren eine strengere Regulierung der IT-Konzerne.

IHK-Juristin Bottler erklärt, es gehe um Grundsatzfragen des Wettbewerbs- und Kartellrechts, das Ergebnis sei völlig offen. Bayerns Datenschutzhelfer Kranig hält einen Punkt für entscheidend: Im Datenschutz liege Europa vor den USA und China. »Wir haben alle Chancen, daraus einen Exportschlag zu machen.« ■

IHK-Ansprechpartnerin zu Datenschutz

Rita Bottler, Tel. 089 5116-1683
rita.bottler@muenchen.ihk.de



Foto: Goran Gajarin

Inspirierende Atmosphäre – IHK Talk im Barocksaal von Schloss Tüßling

Volles Haus, spannendes Thema, aufregende Location: Beim IHK Talk »Zukunft der Arbeit« präsentiert sich die Wirtschaftsregion Südostbayern in Bestform.

MARTIN ARMBRUSTER

Allein der Ort war den Besuch wert: Für die fünfte Ausgabe ihres Jubiläumstalks »Ideen haben Kraft« hatte die IHK ins Schloss Tüßling geladen. Das in IHK-Blau angestrahlte Schloss im Landkreis Altötting verschaffte den 220 Teilnehmern schon vor dem Event einen Wow-Effekt.

Man musste im Barocksaal des Schlosses jene bedauern, die es von der Warteliste nicht in den ausgebuchten Talk zur »Zukunft der Arbeit« geschafft hatten. Man trank Helles von Bräu im Moos zu thailändischem Curry und diskutierte über KI-Strategien des Silicon Valley. Ingrid Obermeier-Osl, IHK-Vizepräsidentin und Vorsitzende des IHK-Regionalausschusses Altötting-Mühldorf, durfte zufrieden sein. So stellt man sich eine moderne, weltoffene Wirtschaftsregion vor.

IHK-Präsident Eberhard Sasse fühlte sich vom Schlossambiente inspiriert (»Man

spürt, wie es hier vibriert«) und warb für Optimismus. Digitalisierung könne das ermöglichen, was der Sozialismus immer versprochen hatte: ein Paradies für die Werktätigen. Er sprach vom Arbeiten mit Laptop am Strand.



Schnell auf die neuen Ansprüche der Arbeitnehmer reagieren – Günter Dillig, Chef des Stellenportals Jobroller

Dass bislang nur ein paar Dutzend digitaler Nomaden von dieser Chance profitieren, hält Sasse für ein großes Versäumnis der Politik. Die IHK plädiert seit Jahren für ein zeitgemäßes Arbeitsrecht. »Wir bauen auf die Einsicht der Vernünftigen in der Politik«, sagte der IHK-Präsident.

Es liegt aber nicht nur an der großen Koalition in Berlin, an Arbeitsrecht und Betriebsräten, dass sich Deutschland schwer tut mit dem Aufbruch in die digitale Arbeitswelt. Die Angst vor Veränderung herrscht auch in Chefetagen. SAP-Netzwerkerin Deepa Gautam-Nigge klagte, in der Industrie werde sehr hierarchisch gedacht. Vorrang habe die Kontrolle der Mitarbeiter.

Mit dieser Haltung, warnte die IHK-Regionalvorsitzende Obermeier-Osl, werde man keine Fachkräfte mehr gewinnen können. »Es sind wir, die Unternehmer, die sich ändern müssen«, stellte sie fest.

Foto: Goran Gajarin



Foto: Goran Gajanić

Im Publikum – Erwin Schneider (l.), Landrat in Altötting, und Georg Huber, Landrat in Mühldorf



Foto: Goran Gajanić

Stephanie Gräfin von Pfuel, Schlossherrin in Tüßling, im Gespräch mit IHK-Präsident Eberhard Sasse



Foto: Goran Gajanić

Ingrid Obermeier-Osl (l.), IHK-Vizepräsidentin und Vorsitzende des IHK-Regionalausschusses Altötting-Mühldorf, mit Stephanie Gräfin von Pfuel



Foto: Goran Gajanić

Gäste im Schloss – Marcel Huber, Mitglied des Bayerischen Landtags (CSU), mit seiner Ehefrau

Wie dringlich das ist, zeigte der Vortrag von Günter Dillig, Chef der Deal 11 UG in Straubing, die das Stellenportal Jobroller betreibt.

Leistung am Ergebnis messen

Dillig sorgte national für Aufsehen, weil er für seine Mitarbeiter die 30-Stunden-Woche bei vollem Lohn eingeführt hat. Im schwedischen Göteborg hat das eine Toyota-Werkstatt schon zur Jahrtausendwende gemacht. Auch Kitas und Kliniken in Schweden haben den Sechs-Stunden-Arbeitstag bereits mit Erfolg getestet. In Norwegen gilt es als normal, Arbeitsleistung nicht mehr in Zeit und Ort, sondern am Ergebnis zu messen.

Das lässt deutsche Arbeitsmodelle alt aussehen. Entsprechend hart formulierte Dillig die unternehmerische Selbstkritik. »Wir sind völlig unbeweglich geblieben. Wir erwarten von unseren Mitarbeitern seit Jahren das Gleiche«, meinte Dillig. Nicht jedem im Publikum gefiel das, aber Dilligs Thesen wurden im Barocksaal bis in die späte Nacht hinein diskutiert.

Laut Dillig stehen kleinere Unternehmen mit bis zu 120 Mitarbeitern unter akutem

Zugzwang. Wenn sie nicht schnell auf die neuen Ansprüche der Arbeitnehmer – mehr Freizeit, Selbstbestimmung und Lebensqualität – reagierten, würden diese Firmen die ersten Opfer des Fachkräftemangels.

Unternehmer Dillig riet zu einem Sofortprogramm, bestehend aus einer anonymen Mitarbeiterumfrage (»Wie fühlen Sie sich? Was wünschen Sie sich?«), Freizeitausgleich, Gutscheinen fürs Fitnessstudio, Geldprämien für besondere Leistungen, Schulkostenerstattung und Unterstützung bei den Kita-Kosten.

Der Firmenchef zitierte Studien, wonach ein Mitarbeiter pro Tag ohnehin nicht länger als fünf Stunden kreativ und produktiv arbeiten könne. Mehr Freizeit sei heute für Mitarbeiter die größte Motivation. Verluste habe er wegen der 30-Stunden-Woche in seinem Betrieb daher nicht gemacht, versicherte Dillig. Im Gegenteil. Umsatz und Zahl der Kundenkontakte seien gestiegen.

Werte hält SAP-Managerin Gautam-Nigge für ebenso entscheidend. Die Menschen erwarteten heute von

ihrem Arbeitgeber Antworten auf die Sinnfrage. Ihren Worten zufolge müsste auch die IG Metall von der digitalen Zukunft der Arbeit begeistert sein: Stempeluhr, adieu, Abbau der Hierarchien, Ende der Präsenzpflicht und der stupiden Tätigkeiten.

Neue Einsichten

Ryan Nadeau, Projektentwickler beim kalifornischen Unternehmen Galvanize, hält die Frage »Gibt es meinen Job in zehn Jahren noch?« für ein Missverständnis. künstliche Intelligenz (KI) sei nicht dazu da, Menschen zu ersetzen. KI solle zu

IHK-Veranstaltungstipp

IHK Talk »Wirtschaft 2030«

Schluss- und Höhepunkt der Talk-Reihe: Wie sieht die Wirtschaft im Jahr 2030 aus?

Termin: 28. März 2019

Ort: Flugmotorenhalle von BMW Classic, Moosacher Straße 66, 80809 München

Anmeldung: www.ihk-muenchen.de/175



Foto: Goran Gajnin

Kritisierte das hierarchische Denken in der Industrie – SAP-Netzwerkerin Deepa Gautam-Nigge

neuen Einsichten verhelfen. Dass Berufe sterben werden, hält Nadeau für unvermeidlich. Im Gegenzug entstünden aber neue. Galvanize selbst bildet zum Beispiel Fachkräfte der Industrie binnen weniger Monate zu »Data Engineers« oder »Data Strategists« aus.

Der entscheidende Punkt: Glaubt man Nadeau, müssen sich Firmenchefs um die Zukunft größere Sorgen machen als um gute Mitarbeiter. Gegen die Veränderun-



Foto: Goran Gajnin

Sieht Datenkompetenz als Schlüsselqualifikation – Ryan Nadeau vom Unternehmen Galvanize

gen, die mit dem Durchbruch der künstlichen Intelligenz anstehen, wirke die Digitalisierung bisher nur wie ein laues Lüftchen. Nadeau beziffert die Lebenserwartung eines heutigen Großunternehmens auf weniger als acht Jahre.

Es geht dabei nicht nur um den Niedergang von Handelsfirmen wie Schlecker oder Karstadt. Einstige Weltkonzerne wie Nokia verschwinden quasi über Nacht, weil sie den nächsten Technologiesprung

verpassen. Nach Einschätzung Nadeaus bahnt sich der nächste große Umbruch in allen Sektoren der Wirtschaft an. »Fangen Sie an, die richtigen Fragen zu stellen«, riet Nadeau.

Datenkompetenz sei heute eine Schlüsselqualifikation der Mitarbeiter. Das sei Basis für den wichtigen Schritt: aus Daten neue Geschäftsideen und bessere Produkte zu machen. Mit dieser Klippe tun sich auch Großkonzerne schwer.

Airbus etwa kooperiert mit einem Münchner Start-up, um Daten der Flugzeugsensoren weiterzuverwerten. Ein neues Servicetool soll die Wartung von Airbus-Maschinen effizienter machen. Watson, die KI von IBM, kann den Verlauf einer Grippewelle, Energieverbräuche oder die Produktlebensdauer besser vorhersagen als menschliche Wissenschaftler. Es liegt an den Unternehmen, daraus Innovationen zu entwickeln. Nadeau, der KI-Fachmann aus dem Silicon Valley, sagte im Barocksaal, heute sei auch Tempo gefordert: »Zögern Sie nicht. Treffen Sie Ihre Entscheidungen datenbasiert.« Daraus könnten Lösungen entstehen, die nicht nur Geld bringen. Sie könnten die Welt besser machen. ■

Ansprechpartnerin für die IHK Talks

Beate Eisinger, Tel. 089 5116-1356
beate.eisinger@muenchen.ihk.de

Bauen mit System

Schnell, wirtschaftlich
und nachhaltig.



GOLDBECK Süd GmbH, Niederlassung München, 80807 München,
Domagkstraße 1a, Tel. +49 89 614547-100, muenchen@goldbeck.de
GOLDBECK Süd GmbH, Niederlassung Rosenheim, 83022 Rosenheim,
Gießereistraße 8, Tel. +49 8031 40948-0, rosenheim@goldbeck.de

konzipieren bauen betreuen
goldbeck.de



Gemeinsam etwas gegen den **Hunger** unternehmen

Mit der Agenda 2030 haben die UN 17 Sustainable Development Goals verabschiedet. Firmen können dazu beitragen, sie zu erreichen. Nachhaltigkeitsziel Nummer 2: Kein Hunger.

GABRIELE LÜKE

Darum geht's

- Hunger und Ernährungsmangel betreffen weltweit mehr als 800 Millionen Menschen.
- Ihre Lage lässt sich mit finanzieller Unterstützung, mit unternehmerischem Wissenstransfer und Empowerment verbessern.
- Unternehmen können sich als Spender, Sponsoren oder Ideengeber einbringen.

Mangel an Nahrung in die Städte fliehen, erwartet sie dort zumeist ein noch größeres Elend.« Allein in den ersten 25 Jahren ihres Bestehens förderte die Stiftung rund 650 Projekte, die 650 000 Menschen erreichten. Die Projekte befähigen die Bauern, ihre Anbaumethoden und die Tierhaltung zu verbessern. So können sie nicht nur den Lebensunterhalt für ihre Familien sichern, sondern auch für den Markt produzieren und ihr Einkommen erhöhen. Dazu gehören die Förderung der Wasserversor-

gung, der Zugang zu fruchtbarem Boden und sauberer Luft, Klimaschutz, der Erhalt der biologischen Vielfalt, Bildung und die Stärkung benachteiligter Frauen. Antoni: »Wir können einen Beitrag leisten, die Lebenssituation der Ärmsten zu verbessern. Davon sind wir zutiefst überzeugt.« Mit dem Schwerpunkt Ernährungssicherheit zählt die Stiftung auf das zweite Nachhaltigkeitsziel der Vereinten Nationen (UN) »Kein Hunger« ein. Nach Angaben des UN World Food Programme (WFP) hungerten 2018 weltweit rund 821 Millionen Menschen dauerhaft oder immer wieder aufs

Verantwortung tragen wir nicht nur für uns selbst, sondern auch für unsere Nachkommen und diejenigen Menschen, die nicht in der glücklichen Lage sind, mit materiellen Gütern so reich gesegnet zu sein wie wir.« Diese Gedanken Josef Erbachers, ehemaliger Geschäftsführer der Firmen Josera und Erbacher im fränkischen Kleinheubach, führten 1989 zur Gründung der Erbacher Stiftung. Ihr Zweck ist angelehnt an das Kerngeschäft der Erbacher Unternehmensgruppe, die Lebens- und Futtermittel produziert: Die Stiftung will eine ausreichende und gesunde Ernährung in Entwicklungsländern fördern.

»Konkret fokussieren wir uns derzeit auf Tansania, Uganda und Indien, unterstützen dort in ländlichen Regionen die Ernährungs- und damit Zukunftssicherung«, erklärt Stiftungsleiterin Brigitte Antoni (41). »So wollen wir auch helfen, Landflucht zu verhindern. Wenn die Kleinbauern aus



Innovative Hilfe – mit einem speziellen Verfahren kann frisches Futter ohne Boden und mit sehr wenig Wasser in Trockengebieten des Tschad angebaut werden, ein Projekt des UN World Food Programme

Gemeinsam helfen

Der in München ansässige und unter anderem von der Bayerischen Staatsregierung mitfinanzierte **Innovation Accelerator des World Food Programme** vernetzt und fördert Unternehmen, Start-ups, Wissenschaft und Hilfsorganisationen, damit sie gemeinsam Lösungen gegen den Hunger entwickeln können – von Lagerboxen bis hin zu Apps. Weitere Infos: innovation.wfp.org

Das **Programm develoPPP.de des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung** unterstützt mit Fördergeldern Unternehmen, die in den Entwicklungsländern wirtschaftlich aktiv sind oder sein wollen und zugleich mit Projekten Entwicklung fördern möchten. Weitere Infos: develoPPP.de

Neue. Die Gründe dafür sind bewaffnete Konflikte oder Folgen des Klimawandels wie Überschwemmungen oder Dürren.

»Beim Kampf gegen Hunger geht es zwar im Katastrophenfall vor allem darum, schnell mit Nahrungsmitteln zu helfen«, erklärt WFP-Sprecherin Katharina Weltecke (36). »Mehr noch aber helfen innova-

tive, nachhaltige Anbau-, Lager- oder Vertriebsmethoden für Kleinbauern.« Dafür sei die Kompetenz von Unternehmen sehr gefragt. »Sie können ihr Know-how teilen, praktische Innovationen entwickeln oder Projekte als Spender oder Stifter begleiten.« Kernkompetenz und Wissen zu transferieren und damit zugleich etwas Gutes zu tun ist auch der Ansatz des Rückversicherers MunichRe. Er unterstützt in Peru gemeinsam mit der Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) den Aufbau von Versicherungsstrukturen im Agrarsektor. »Wenn die Kleinbauern Kredite aufnehmen und diese dann wegen Ernteausfällen nicht zurückzahlen können, geraten sie in den wirtschaftlichen Abwärtsstrudel, im Extremfall verbunden mit Nahrungsmittelknappheit«, erklärt Joachim Herbold (59), Agraringenieur bei der MunichRe.

»Wir haben mit dem peruanischen Landwirtschaftsministerium sowie den örtlichen Agrarbanken und Versicherern daher neue Versicherungsstrukturen aufgebaut.« Die Bauern schließen im Paket mit dem Kredit eine Risikoversicherung ab. Kommt es witterungsbedingt zu einem Ernteausfall, entschädigt die Versicherung – die Bauern bleiben kreditfähig und können in der nächsten Anbausaison normal weiter produzieren. Herbold freut sich: »Mittlerweile ist ein ähnlicher Ansatz auch in Bolivien gut gestartet.«

Hunger in Deutschland

»Auch bei uns in Deutschland gibt es Menschen, die in Armut leben und deshalb unterstützende Angebote wie etwa die Tafeln in Anspruch nehmen; bis zu 16 Prozent der Menschen hierzulande gelten als arm oder armutsgefährdet«, erklärt Jochen Brühl (53), Vorsitzender der Tafel Deutschland.

Die Tafeln unterstützen rund 1,5 Millionen Menschen an bundesweit 2000 Ausgabestellen mit geretteten Lebensmitteln. Sie zeigen, wie Unternehmen helfen können. »Gefragt ist der Einzelhandel, der kostenlos noch haltbare, aber aussortierte Lebensmittel zur Verfügung stellt«, erläutert Steffen Horak (49), Sprecher der Münchner Tafel. Damit retten die



Tafeln jährlich 264 000 Tonnen Lebensmittel vor der Vernichtung. »Firmen können zudem mit Geldspenden helfen, mit rabattierten oder kostenlosen Dienstleistungen oder wenn sie ihren Mitarbeitern etwa an Corporate Social Days erlauben, uns Zeit zu spenden.«

Zu den Firmen, die sich für die Tafeln engagieren, gehört der Babynahrungshersteller HiPP. Seit 1996 ist Unternehmer Claus Hipp (80) Schirmherr und Sponsor der Münchner Tafel. »Es ist unsere Verantwortung und Aufgabe, den Armen unter uns zu helfen«, betont er. Seinen Beitrag zum SDG 2 »Kein Hunger« sieht er aber noch grundsätzlicher: »Wir erreichen dieses UN-Ziel hier und in aller Welt leichter mit nachhaltiger Landwirtschaft – dieser fühlen wir uns bei HiPP schon seit über 60 Jahren verpflichtet.«

IHK-Ansprechpartnerin für die UN-Nachhaltigkeitsziele

Verena Jörg, Tel. 089 5116-1502
verena.joerg@muenchen.ihk.de



Reifeprüfung von Bohnen – die Erbacher Stiftung hilft Bauern, Anbaumethoden zu verbessern

Veranstaltungstipp

Einstieg in die CSR-Strategie

Die Veranstaltung gibt einen kompakten Überblick über Trends in CSR und Nachhaltigkeit, informiert über die wichtigsten CSR-Themen und zeigt vorbildhafte Unternehmensbeispiele.

Termin: 21.3.2019, 9–17 Uhr

Ort: Hotel Cristal, Schwanthalerstr. 36, 80336 München

Teilnahmekosten: 410 Euro

Weitere Infos: www.ihk-akademie-muenchen.de/unternehmensentwicklung/praktischer-einstieg-csr-strategie

Ansprechpartnerin:

Jana Wening, Tel. 089 5116-5710

Wening@ihk-akademie-muenchen.de

Politik bringt Boom ins Wanken

Die Stimmung der Unternehmen ist zwar nach wie vor überdurchschnittlich gut. Die jüngste BIHK-Umfrage zeigt jedoch: Die Zeiten hoher Wachstumsraten sind vorerst vorbei.

MONIKA HOFMANN

Noch laufen die Geschäfte der bayerischen Firmen gut, doch die Risiken wachsen. Daher starten die Unternehmen mit gedämpfter Stimmung ins Jahr 2019, wie der BIHK-Konjunkturindex zeigt (s. Grafik unten).

»Im langfristigen Vergleich herrscht zwar eine überdurchschnittlich gute Stimmung, jedoch bricht das Fundament des Booms aus 2018 an mehreren Stellen auf«, stellt Robert Obermeier, Chefvolkswirt der IHK für München und Oberbayern, fest. Vor allem in außenpolitischen Unsicherheiten wie dem Brexit, den Handelskonflikten und der Abkühlung wichtiger Auslandsmärkte sieht er Gefahren für die Exporteure.

Obwohl steigende Einkommen, sichere Arbeitsplätze, niedrige Zinsen und sinkende Ölpreise für ein gutes Konsumklima sorgen, erweist sich auch das Inlandsgeschäft als zunehmend schwierig.

Zunächst zeigt der Blick auf die aktuelle Geschäftslage positive Ergebnisse:

56 Prozent der Betriebe sind mit der derzeitigen Lage zufrieden, nur sechs Prozent bezeichnen sie als schlecht. Allerdings war zuletzt vor sechs Jahren so wenig Optimismus zu beobachten wie heute. Aktuell rechnen nur 22 Prozent der Unternehmen mit mehr, 13 Prozent mit weniger Geschäft. »Daher sinken die geplanten Investitionen auf den niedrigsten Stand seit drei Jahren«, so Obermeier. Langsamer reagiert der Arbeitsmarkt: 21 Prozent der Firmen möchten Personal einstellen.

Mitarbeiter gesucht

Die getrübt Stimmung kann sich zusammen mit den wachsenden Risiken als Gefahr für den Konjunkturmotor erweisen. Risiko Nummer eins bleibt dabei der Fachkräftemangel. 63 Prozent der Betriebe sehen darin eine Belastung (s. Grafik unten rechts).

»Dies ist weiterhin ein außerordentlich hoher Wert, sowohl im Zeitablauf als auch

im Vergleich zu anderen Risiken«, sagt Obermeier. Den wirtschaftspolitischen Risiken messen die Unternehmen derzeit ein so hohes Gewicht bei wie zuletzt vor zwei Jahren: 48 Prozent befürchten, dass davon Gefahren für ihr Geschäft ausgehen.

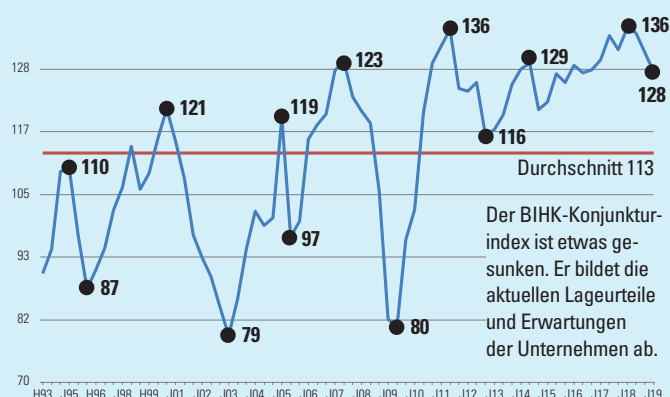
Neben dem Brexit und den Handelskonflikten nennen Unternehmen vor allem die ausgeprägte Bürokratielast, den geringen Stellenwert einer Wirtschaftspolitik und die hohen Steuern und Abgaben.

»Belastende bürokratische Auflagen müssen abgebaut und hohe Steuern, Abgaben und politisch getriebene Energiepreise reduziert werden«, fordert daher Obermeier. »Nachdem im Boom die Wirtschaftspolitik ins Hintertreffen geraten ist, muss nun umso schneller gehandelt werden.«

IHK-Ansprechpartner zur Konjunktur

Dr. Jochen Wiegmann, Tel. 089 5116-1200
jochen.wiegmann@muenchen.ihk.de

Ein leichter Dämpfer



Die größten Gefahren

Im Fachkräftemangel sehen 63 Prozent der bayerischen Unternehmen eine Belastung für die wirtschaftliche Entwicklung ihres Betriebs in den kommenden zwölf Monaten.



#ELODigital



Unsere Lösungen für Ihre Fachabteilungen.



Keynote, Kundenvorträge und Workshops

ELO Solution Day München

27. März 2019

Vortrag IHK München:

Digitalisierung fördern lassen

Dr. Ute Berger,
Referatsleiterin Industrie und Innovation

Workshop:

Herausforderung GoBD

Dirk-Peter Kuballa,
Finanzministerium Schleswig-Holstein

Jetzt kostenlos anmelden:

www.elo.com/solutionday-M

„Das ist unsere Chance“

IHK-Ausschüsse setzen ein Zeichen für den Brenner Nordzulauf – und hoffen auf Druck aus Brüssel. Denn in Bayern wird der Trassenverlauf noch diskutiert.

MARTIN ARMBRUSTER

Der Gasthof »Alte Post« in Flintsbach diente früher als Etappenziel alpenquerender Handelsströme. Nirgendwo sonst ist das Inntal, durch das dereinst Güterzüge auf neuen Trassen Richtung Brenner rollen sollen, so schmal. Und nirgendwo sonst wird der Streit um den Brenner Nordzulauf so verbissen geführt. So gesehen, war die Alte Post der ideale Ort für die erste gemeinsame Sitzung des IHK-Verkehrsausschusses und des IHK-Regionalausschusses Rosenheim. Es ging schließlich um ein großes Thema, den Brenner Nordzulauf, und ein noch größeres Ziel: Die Wirtschaft Oberbayerns stemmt sich gegen ein Desaster von europäischem Ausmaß.

Konrad Bergmeister, Vorstand der Brenner-Basistunnel-Gesellschaft, war nach Flintsbach gekommen, um für Zuversicht und das Potenzial dieses Projekts zu werben. »Das ist unser Tunnel«, machte Bergmeister den Unternehmern klar. Es gehe dabei nicht nur um ein Bauvorhaben, sondern um Europas Einstieg in die nachhaltige Mobilität.

Darum geht's

- Der Warentransport über den Brenner wächst, die bestehenden Verkehrswege stehen am Rande ihrer Kapazitäten.
- Entlastung soll der Zugverkehr durch den Brennertunnel bringen, der 2028 eröffnet werden soll.
- Der Nordzulauf soll aber erst 2038 oder 2041 zur Verfügung stehen.

Die Brennerbahn



Herzstück der neuen Brennerbahn zwischen München und Verona ist der Brenner Basistunnel. Er gilt als längste unterirdische Eisenbahnverbindung der Welt und soll 2028 eröffnet werden.

Grafik: AGB – Aktionsgemeinschaft Brennerbahn

Die heutige Lage, da waren sich die Referenten auf der Sitzung einig, widerspreche allen verkehrspolitischen Zielen: Heute fahren mehr Lkws über den Brenner Richtung Süden als durch die gesamte Schweiz. Knapp 2,5 Millionen waren es im vergangenen Jahr, nochmals ein Plus von 7,4 Prozent. Hinzu kommen elf Millionen Pkws. Entlang der Brenner-Autobahn liegt die Luftschadstoffbelastung im roten Bereich.

Georg Dettendorfer, IHK-Vizepräsident und Vorsitzender des Verkehrsausschusses, klagte, schon jetzt hätten Spediteure Mühe, die Logistikkette über den Brenner aufrechtzuerhalten. Staus, Fahrverbote, Grenzkontrollen – Dettendorfer sieht den Warenverkehr in Europa ernsthaft in Gefahr. Und das ist erst der Anfang.

Josef Ölhafen, Spartenchef der Tiroler Wirtschaftskammer, erklärte, alle

bestehenden Fahrverbote auf der Inntal-Autobahn würden nachgeschärft. Was auf der Sitzung niemand erwähnte: Die EU arbeitet daran, eine CO₂-Abgabe zu erheben, um ihre Klimaschutzziele zu verwirklichen. Dann würde sich die Nachfrage nach dem Schienengütertransport sprunghaft erhöhen.

Lohnende Investitionen

Für ein solches Szenario gibt es jedoch bislang keine Kapazitäten. Tunnelsprecher Bergmeister forderte folglich ein Maßnahmenpaket: Bau aller Zulaufstrecken, mehr Terminals, um überhaupt Fracht verladen zu können, und einheitliche Regeln für den Schienenverkehr. »Wir können nicht im Tunnel die Lok und den Lokführer tauschen, nur weil wir eine Staatsgrenze passieren«, sagte er.

Dass sich diese Investitionen lohnen, steht für Bergmeister außer Frage: »Ein funktionierendes System wird angenommen.«

Er verwies auf den Erfolg des Express-ICE von München nach Berlin. Bergmeister erwartet den gleichen Effekt für den Brenner Basistunnel, wenn sich etwa die Fahrzeit von München nach Innsbruck auf eine Stunde verkürzt.

Bergmeisters Visionen standen im Kontrast zu dem, was Torsten Gruber über Bayerns Realität sagte. Gruber ist bei der Deutschen Bahn Netz AG der Mann für den Nordzulauf. »Herr Bergmeister, ich bin neidisch auf Sie. Ich wäre froh, wenn ich eine Baustelle hätte«, gab der Bahnsprecher offen zu.

Während man in Italien und Österreich mit Hochdruck am Tunnel arbeitet, befindet sich Bayern laut Gruber in der Phase der Trassenauswahl. Sein Zeitplan ließ die Unternehmer in der »Alten Post« leicht stöhnen. Der Brenner Basistunnel wird 2028 eröffnet. »Im Idealfall«, so Gruber, »steht der Nordzulauf aber erst im Jahr 2038 oder 2041 zur Verfügung.«

Hilfreicher Streit?

Gruber kritisierte eine »Verrohung der Diskussion«, die Zeit und Energie kostete. Ein Großteil der Bevölkerung sehe die Bahn und das Tunnelprojekt positiv. Daher sei diese IHK-Veranstaltung ein wichtiges Signal. Flintsbachs Bürgermeister Stefan Lederwascher argumentierte ähnlich. Die Menschen in der Region stünden zu dem Projekt, wenn man sie in die Planungen einbinde. »Wir wollen keine Bürger zweiter Klasse sein«, stellte er fest.

Tunnelsprecher Bergmeister beurteilte den Trassenstreit sogar als hilfreich. So komme Bewegung in die Sache. Als ermutigend wertete er zudem, dass



Debattierten über den Brenner Nordzulauf – Josef Ölhafen (WKÖ Tirol), Andreas Bensegger (Vorsitzender IHK-Regionalausschuss Rosenheim), Stefan Lederwascher (Bürgermeister Flintsbach am Inn), Konrad Bergmeister (Vorstand Brenner Basistunnel BBT SE), Torsten Gruber (Projektleiter DB Netz) und Georg Dettendorfer (IHK-Vizepräsident und Vorsitzender IHK-Verkehrsausschuss) (v.l.)

EU-Verkehrskommissarin Violeta Bulc im Dezember die Baustellen des Brenner Basistunnels besucht habe. Die EU werde das Projekt nicht mit 40 Prozent fördern, um es danach scheitern zu lassen. »Das ist unsere Chance«, sagte Bergmeister. Als Fazit der Veranstaltung verabschiedeten beide IHK-Ausschüsse einstimmig ein Positionspapier zum Brenner Nordzulauf. IHK-Verkehrsfachmann Korbinian Leitner erklärte, man wolle nicht nur ein verkehrspolitisches Zeichen setzen. Ziel sei es, die

Belastungen für Anwohner und Umwelt so gering wie möglich zu halten. Hierfür müsse man auch über unterirdische Streckenabschnitte reden. In dem Punkt waren sich Leitner und Bürgermeister Lederwascher einig: Am Geld darf es nicht scheitern. ■

IHK-Ansprechpartner zum Brenner Basistunnel

Dr. Korbinian Leitner, Tel. 089 5116-1770
korbinian.leitner@muenchen.ihk.de



Entwurf: COPLAN AG, Eggenfelden . Ausführung: Laumer Komplettbau . Foto: Michael Peters

SCHLÜSSELFERTIGER GEWERBEBAU

**Planungssicherheit von Anfang an.
Aus der Erfahrung von über 60 Jahren.**

Aus unserer Referenzliste:

Firmenzentrale

Bürogebäude
mit großzügiger Glasfassade

Laumer Komplettbau GmbH
Bahnhofstr. 8 . 84323 Massing
Tel.: 087 24/88-0 . www.laumer.de



PRO & CONTRA

Verkaufen auf Amazon

Der Marktanteil von Amazon im E-Commerce wächst kontinuierlich. Händler, aber auch Hersteller stehen vor der Frage: Ist es sinnvoll, auch über den Marktplatz von Amazon zu verkaufen? Zwei Meinungen.



In unserem Onlineshop www.varia-living.com, den wir 2014 eröffnet haben, können sowohl Firmen- als auch Endkunden bestellen und sich über unsere Produkte informieren. Leider war die Resonanz im B2C-Bereich zunächst äußerst mäßig, obwohl ich sogar eine Schnittstelle zu Amazon in den Shop einbauen ließ.

Dazu motivierten mich die Veränderungen in der Handelslandschaft und im privaten Konsumverhalten, die man seit Jahren verfolgen kann: Der Onlinehandel wächst kontinuierlich und mittlerweile werden in Deutschland knapp 50 Prozent des E-Commerce-Umsatzes über Amazon generiert. Doch viele kleine Ladengeschäfte, die einen Großteil unserer geliebten Kunden ausmachen, haben kein Interesse, einen weiteren Kanal hinzuzunehmen.

Durch reines Glück wurde ich 2018 in das Förderprogramm »Unternehmerinnen der Zukunft« aufgenommen, durch das ich fünf Monate lang beim Ausbau des Onlinegeschäfts unterstützt

wurde. Dadurch wurde der Vertrieb auf Amazon für mich zu einem wichtigen Projekt. Bereits zwei Wochen nachdem ich einzelne Produkte händisch inklusive passender Texte, Bilder und Keywords auf dem Amazon-Marktplatz eingestellt hatte, konnte ich erste Umsätze über diesen Kanal verbuchen. Mittlerweile haben wir uns mit einer separaten Kollektion, die ich speziell für den Endkundenverkauf über Amazon zusammengestellt habe, noch ein kleines zweites Standbein aufgebaut. Zu unserer Überraschung verkaufen wir dort selbst hochpreisige Artikel.

Gerade für klassische stationäre Händler ist der Verkauf über Amazon meiner Meinung nach deutlich einfacher als über einen eigenen Onlineshop. Denn der allein bringt noch keinen Umsatz. Da muss man viel investieren, damit Konsumenten auf die Website kommen. Man darf sich als Händler zwar nicht nur auf den Kanal Amazon verlassen. Dennoch sollten Unternehmer meiner Meinung nach die Nachfrage- und Wachstumspotenziale, die ihnen Amazon bietet, nutzen und keine Feindbilder aufbauen. Schließlich treibt nicht das Internet und auch nicht Amazon den E-Commerce voran: Einzig und allein die Kunden haben entschieden, dass sie auf diese Weise einkaufen möchten.



Foto: Tobias Koch

Bärbel Grünberger, geschäftsführende Gesellschafterin der Varia Volkskunsthandelsgesellschaft mbH & Co. Metallkunst KG in Straßlach bei München

Varia Living wurde 1975 als Schubert & Streibel gegründet und entwickelte sich vom Importeur türkischer Kupferwaren zum Spezialisten für hochwertiges Interieur und Wohnaccessoires. Das Angebot umfasst mehr als 1 000 Artikel, die über den Fachhandel vertrieben werden. Bärbel Grünberger leitet das Unternehmen in zweiter Generation.



Foto: francesco chiesa_Fotolia.com

Amazon ist sowohl Plattformanbieter als auch Händler und steht damit in unmittelbarer Konkurrenz zu den Handelsunternehmen, die ihre Produkte über den Amazon-Marktplatz verkaufen. Die Gebühren, die rund 15 Prozent des Umsatzes betragen, finden wir unangemessen hoch. Meiner Meinung nach schließt auch die Machtkonzentration bei Amazon ein partnerschaftliches Miteinander aus. Wie Unternehmen, die bei Amazon verkaufen, immer wieder beklagen, haben sie auf manche Prozesse keinen Einfluss. Verstoßen die von Amazon automatisiert erstellten Artikelbeschreibungen zum Beispiel gegen das Wettbewerbsgesetz, so haftet nicht Amazon, sondern der Händler. Bei Problemen gerät man bei Amazon mangels direkter Ansprechpartner mitunter schnell in ein Labyrinth standardisierter Fragen und Antworten. Zudem besteht immer das Risiko, dass Amazon Produkte, die ein Händler gut verkauft, ins eigene Sortiment aufnimmt.

Natürlich lässt sich durch den Verkauf über Amazon schnell Umsatz generieren. Die Frage ist, wie viel davon unterm Strich übrig bleibt. Denn auch bei Amazon muss man Zeit und Werbebudget investieren, um mit seinen Artikeln bei den Ergebnissen der Produktsuche nach vorne zu kommen. In der Startphase sind

wir sicher langsamer gewachsen, als dies durch den Verkauf auf Amazon möglich gewesen wäre. Da wir uns jedoch intensiv mit unserem Online-shop und der Suchmaschinenoptimierung beschäftigen, konnten wir unsere Sichtbarkeit sowie die Umsätze Schritt für Schritt aus eigener Kraft erhöhen und uns als Marke autonom entwickeln. Ergänzend dazu nutzen wir die Plattform Medizinfuchs.de sowie doittl, ein Netzwerk, das eine Handelsplattform integriert hat.



Während wir die in Deutschland vorgegebenen Steuern und die Tariflöhne im Einzelhandel bezahlen, entzieht sich Amazon dem anscheinend so weit möglich. Außerdem nehme ich bei Amazon schlechte Arbeitsbedingungen wahr. Dies alles schafft ungleiche Wettbewerbsbedingungen. Zudem geraten die urbanen Strukturen und der regionale Handel durch Amazon in Gefahr. Gefährlich finde ich außerdem die Konzentration von Daten in den Händen eines gigantischen Unternehmens.

Maria Weininger, Geschäftsführerin der Hofer'schen Sanvithek aus Grafting bei München

Unter dem Motto »1 000 Dinge für die Gesundheit« vertreibt das 2004 gegründete Unternehmen sowohl im stationären Geschäft in Grafting als auch im 2014 eröffneten Onlineshop unter www.sanvithek.de Produkte zum Erhalt von Gesundheit, Fitness und Wohlbefinden. Die Sanvithek beschäftigt derzeit drei Mitarbeiter.



Foto: Hofer'sche Sanvithek



Sauberkeit in roten
Flaschen –
Produktion des
Sanitärreinigers
Milifee

Foto: Wolf Heider-Sawall

Mehr als nur sauber

Der Reinigungsmittelspezialist Dr. Schnell im Münchner Norden rührt Putzmittel in großen Kesseln an. Doch vor allem übt sich das Familienunternehmen im Dienst am Kunden.

CORNELIA KNUST

Kann man mit einer knallroten 1-Liter-Plastikflasche voll Sanitärreiniger ein Jubiläum begehen? Noch dazu mit dem etwas gefährlich klingenden Produktnamen »Milizid«? Wolfgang und Thomas Schnell, Vater Chemiker, Sohn Jurist, machen das, ohne mit der Wimper zu zucken. Nicht 1642, das Gründungsjahr des Vorgängerunternehmens Münchner Seifenfabrik, feiern sie. Die Losung lautet: »40 Jahre Milizid«.

Das Mittel wurde entwickelt für die Putzkolonnen der damals noch jungen Olympia-Schwimmhalle. Diese waren dem Kalk aus dem Münchner Wasser vorher noch mit zischenden Säuren zu Leibe gerückt, was die Armaturen zerstörte. Heute ist Milizid zwar nur eine Produktlinie von vielen bei der Dr. Schnell GmbH & Co. KG mit Sitz nahe dem Frankfurter Ring in München.

Am Jubilar lässt sich das Selbstverständnis des Familienunternehmens gut erzählen. »Wir verkaufen mehr als nur die Flasche mit dem Mittel«, sagt Thomas Schnell (44), der das väterliche Unternehmen 2013 komplett übernommen hat. »Bei einem großen Hotelkunden zum Beispiel schauen wir uns die Anwendung und die verbauten Materialien von A bis Z an. Wir entwickeln maßgeschneiderte Rei-



Thomas Schnell,
seit 2013 Firmenchef

nigungsprodukte samt Dosiersystemen, schulen das Reinigungspersonal, organisieren die Dokumentation, kontrollieren die Sauberkeit bei unangekündigten Besuchen. Ich behaupte: In diesem Umfang und mit dieser Präzision macht das keiner so wie wir.«

65 Millionen Euro Umsatz, 330 Mitarbeiter, davon 120 im Vertrieb – das sind die

Eckdaten des Unternehmens. 2004, als Schnell Junior in die Firma eintrat, lag der Umsatz noch bei 25 Millionen Euro. Das deutliche Wachstum hätten sie zu zweit gestemmt, sagt Thomas Schnell. Der Vater betreute die Stammkunden (Gebäudereiniger, Catering-Unternehmen). Der Sohn kümmerte sich um neue Kunden, vor allem im Gesundheitswesen.

Foto: Wolf Heider-Savall



Blick ins Werk – das Unternehmen produziert im Münchner Norden

Key-Account-Management hätten sie eingeführt, die Schulungstochter Allegria gegründet, in Apps und E-Learning investiert. Vom Vater, der als junger Mann einen spektakulären Auftrag der Deutschen Bahn gewann, spricht Thomas Schnell mit Respekt: »Miteinander zu denken, das ist das Wichtigste.«

Die ersten vier Jahre seines Lebens hat Thomas Schnell auf dem Werksgelände gelebt. Im Bungalow, den er mit den Eltern und zwei Geschwistern bewohnte, sitzt heute die Buchhaltung. Reste des Hausgartens sind noch sichtbar. Doch nun rollen hier überall die Baumaschinen; es wird um- und angebaut.

Das Lager ist nach Feldkirchen gezogen. Die Produktion läuft seit Januar im Zweischichtbetrieb, drei Schichten wären prinzipiell möglich. Neben dem Werksgelände errichtet der Bruder (30), der die Immobilien der Familie verwaltet, ein neues Gewerbeobjekt. Die Schwester (46), eine Schriftstellerin, geht andere Wege.

»Er hat nie gesagt, du musst in die Firma«, berichtet Thomas Schnell über seinen Vater (75). Der musste schon als ganz junger Mann ran und durfte sein Chemiestudium

nur neben dem Job beenden. Schnell junior hatte die Freiheit zu gehen – nach drei Monaten als Trainee im Unternehmen. Er studierte Jura in Regensburg und München, begann bei einer Personalberatung, machte Wagnisfinanzierung für die Metro in der Schweiz, heuerte bei der Unternehmensberatung Roland Berger an.

Zehn Prozent Marktanteil

Erst da wurde der Vater langsam unruhig. Die Promotion ging noch durch – der im 19. Jahrhundert gewählte Firmenname »Dr. Schnell« ist schließlich Programm. Dann wurde aus dem Berater doch noch ein Familienunternehmer, der heute Wettbewerber auf eigene Rechnung übernimmt, »wenn sie zu uns passen«, und weiter sieben bis neun Prozent Wachstum im Jahr anpeilt.

»Die Tradition ist es nicht, die mich hier hält«, versichert er, »nur der Spaß.« Er will voran, aber schön langsam, aus dem Cash-flow finanziert, ohne Abhängigkeiten zu erzeugen. Zehn Prozent Exportanteil, gut zehn Prozent Marktanteil, weniger als zehn Prozent vom Umsatz mit den drei größten Kunden – das findet er ganz gesund.

Vor dem Marktführer Ecolab aus den USA mit 48000 Mitarbeitern weltweit und Börsenlistung in New York habe er keine Angst. Ärgerlich findet er es dagegen, wenn gerade Krankenhäuser an der Hygiene sparen; wenn die Ausschreibungen der öffentlichen Hand den Billigsten belohnen, nicht den Besten; wenn immer mehr Betreuungseinrichtungen von großen Ketten oder Finanzinvestoren aufgekauft werden.

Marketing mit Rezepten

Das Unternehmen agiert durchaus unkonventionell. So ließ es einen Starfotografen mehrere Sterneköche und Kantinenchefs porträtieren. Fotos und Rezepte der Kochkünstler veröffentlichte Dr. Schnell unter dem Titel »Der Geheimtipp« als Buch. Die Botschaft: Köche sollen kochen, wir kümmern uns um den Rest. Vom Hygienekonzept laut EU-Richtlinie bis zu Umweltfragen und Recycling, von der farblichen Kennzeichnung der Gebinde gegen Verwechslungen bei der Anwendung bis zur fehlervermeidenden Dosiertechnik, von schonender Desinfektion bis zu schützender Hautpflege.

Auch der Senior kann es nicht lassen, neue Ideen zu haben. Er scheint im Büro sehr oft präsent zu sein. Zack, plötzlich steht er vor einem und bewirbt wortreich die selbst entwickelte Kosmetiklinie, die online zu bestellen ist. Man wolle als Unternehmer ja schließlich nicht einrostern.

Sein Sohn, der längst selbst Familie hat, denkt noch nicht an Nachfolgefragen: »Ich habe gelernt, dass man ein eigenes Interesse mitbringen muss, um sich für eine solche Aufgabe zu entscheiden. Meine Eltern haben mir die Zeit dafür gegeben. Genauso will ich es mit meinen Kindern machen.«

www.dr-schnell.com

Die perfekte WLAN-Welle?

WLAN „Wave 2“ für Hotellerie, Gastronomie, Bildung und Medizin



WLAN „Wave 2“

Mobiles Leben und Arbeiten benötigt flexible Netzwerke. Mit dem neuen WLAN-Standard der Produktgeneration „Wave 2“ machen Sie Ihr Unternehmen fit für die Zukunft – und erhöhen zugleich die Loyalität Ihrer Kunden.

Ob Smartphone, Tablet oder Laptop: Ein robustes, hochverfügbares und vor allen Dingen super schnelles WLAN ist heute für viele Gäste, zum Beispiel bei der Auswahl eines geeigneten Hotels, ein absolutes „Must-Have“.

Ebenfalls ganz weit oben auf der Wunschliste steht ein sicherer, komfortabler Gast-Zugang ins Internet – natürlich ohne umständliche Registrierung. Mit dem neuen WLAN-Standard 802.11ac, der auch als WLAN-Produktgeneration „Wave 2“ bezeichnet wird, eröffnen sich für viele Betreiber und Pächter in der Hotellerie und Gastronomie, aber auch in Krankenhäusern, Schulen und Universitäten neue Möglichkeiten bei der Datenübertragung und des Datendurchsatzes.

Robert Sendner (Foto) ist Vertriebsleiter

bei MTG: „Setzen Sie sich beim Thema WLAN keine unnötigen Grenzen. Vertrauen Sie auf einen mittelständischen Partner, der Ihre Sprache spricht.“ Willkommen in einer Welt, die jeden Tag mobiler wird. Als eines der führenden Systemhäuser in Deutschland unterstützt Sie die MTG bei der Umstellung auf den neuen WLAN-Standard „Wave 2“ von A bis Z.

Sichern Sie sich jetzt den entscheidenden Vorsprung und kontaktieren Sie uns an unserem Stammsitz in München oder in unserer Niederlassung in Leipzig.

Für weitere kostenlose Infos zum Thema WLAN, kontaktieren Sie uns über die Website der MTG unter www.mtg-systemhaus.de



Mehr Erfolg durch bessere Kommunikation.

Ob Systemintegration oder Service: Höchste Sicherheit und sehr kurze Reaktionszeiten sind unser Maßstab.

Information	Kommunikation	Services
▶ Netzwerk aktiv/passiv ▶ Security-Lösungen ▶ Netzwerkanalyse und -design ▶ Wireless LAN ▶ Applikationslösungen	▶ Kommunikationslösungen ▶ Contact-Center ▶ Voice-over-IP ▶ Unified Messaging-Lösungen ▶ Videokonferenzsysteme ▶ CTI	▶ 365 Tage rund um die Uhr Service ▶ maximale Investitionssicherheit ▶ minimale Ausfallzeiten Ihrer Anlage ▶ Schulung und Einweisung Ihrer Mitarbeiter ▶ Remote Service

MTG-Kommunikations-Technik GmbH

81825 München | Truderinger Straße 250 | Telefon 089/4 51 12-0 | Telefax 089/4 51 12-330
muenchen@mtg-systemhaus.de | www.mtg-systemhaus.de

04329 Leipzig | Portitzer Allee 8 | Telefon 03 41/25 80-0 | Telefax 03 41/25 80-100
leipzig@mtg-systemhaus.de | www.mtg-systemhaus.de

Autorisierter Partner von:



Ein weltweites Netzwerk

Neue Märkte zu erschließen ist für kleine und mittelständische Unternehmen aufwendig, kostspielig und oft nicht einfach. Delegationsreisen können den Einstieg wesentlich erleichtern.

MECHTHILDE GRUBER

Es ist der persönliche Kontakt, der auf diesen Reisen zählt und sie für uns so erfolgreich macht«, sagt Joseph Müllner (64), Geschäftsführer und Inhaber

von e.sigma Systems GmbH aus Dornach bei München. Das Unternehmen ist auf interaktive Trainings- und Simulationssysteme für militärische und zivile Anwendungen spezialisiert. Zudem entwickelt es KI-basierte Inspektionssoftware, die zum Beispiel Stadtwerke zur Fehlerdiagnose von Abwassersystemen einsetzen.

Seit über zehn Jahren nimmt Müllner regelmäßig an Delegationsreisen teil. Zuletzt war er in Pakistan und Rumänien. Sein Ziel, dort neue Geschäftspartner zu finden, hat er erreicht. Müllner konnte drei rumänische IT-Firmen als Unterauftrag-

nehmer gewinnen. »Dadurch können wir mehr neue Aufträge annehmen und auch Produktmodernisierungen durchführen«, sagt der Unternehmer. Auch in Pakistan, das für e.sigma Systems als Absatzmarkt interessant ist, hatte Müllner Erfolg: Sein neuer Geschäftspartner dort hat direkten Zugang zu den Sicherheitsbehörden, den potenziellen Endkunden.

Darum geht's

- Delegationsreisen können Mittelständlern den Weg in internationale Märkte ebnen.
- Die Teilnehmer profitieren von persönlichen Kontakten und dem Praxisbezug der Reisen.
- Bayern International übernimmt die gesamte Reiseorganisation, das entlastet die Firmen.

Gute Beziehungen

Schon im Mai ist der Unternehmer wieder mit einer Delegation unterwegs, diesmal geht es ins Silicon Valley. Die guten Beziehungen der Delegationsteilnehmer untereinander schätzt Müllner ebenfalls. Daraus



Delegationsreisen –
Geschäftskontakte rund
um den Globus

habe sich ein kleines internes Netzwerk entwickelt – inklusive einiger Aufträge.

»Was gibt es Neues, geht da etwas für uns?« Auf diesen Nenner lässt sich die Motivation der meisten Teilnehmer an Delegationsreisen bringen. Ob China oder Silicon Valley, Chile oder Subsahara, Spanien oder das Baltikum: Mitreisen und sich detailliert über Erfolg versprechende Märkte informieren wird bayerischen Unternehmen dabei einfach gemacht.

Delegationsreisen sind – neben dem Messebeteiligungsprogramm und den Delegationsbesuchen in Bayern – eines der Kernangebote von Bayern International, das dabei eng mit dem Bayerischen Wirtschaftsministerium zusammenarbeitet.

»Wir sind Dienstleister für die bayerische Wirtschaft. Alle unsere Angebote sind auf kleine und mittlere Unternehmen ausgerichtet«, sagt Martina Maschauer, Geschäftsführerin von Bayern International. »Das Programm der Reisen wird

Mittelständler sonst nicht so einfach, Zugang zu hochrangigen Vertretern von Ministerien und Behörden zu bekommen.

Jede Reise besteht aus drei Bausteinen:

► Die Teilnehmer führen Gespräche mit Unternehmern ihrer Branche aus dem Gastland.

► Die Reisenden besuchen deutsche Unternehmen, die sich im Zielland bereits etabliert haben und über ihre Erfahrungen berichten.

► Bei Events und Veranstaltungen von ortsansässigen Organisationen oder auch den deutschen Auslandsrepräsentanzen wie Botschaft oder Generalkonsulat bietet sich in informeller Atmosphäre die Möglichkeit zum Netzwerken mit Vertretern aus Wirtschaft und Politik des Ziellands sowie aus der deutschen Community.

Ein erfahrener Delegationsteilnehmer ist auch Ingolf Mayer, Direktor Osteu-

Die nächsten Reisen

In Kooperation mit dem Bayerischen Staatsministerium für Wirtschaft sind unter anderem folgende Delegationsreisen geplant:

► **mit politischer Begleitung** durch
Wirtschaftsminister Hubert Aiwanger
oder Staatssekretär Roland Weigert

Mexiko	1.–8.6.2019
Polen	4.–7.6.2019
Schweden und Norwegen	18.–20.9.2019
Russland	21.–25.10.2019

► **ohne politische Begleitung**

Kanada	3.–8.6.2019
--------	-------------

Aktuelle Informationen zu diesen und weiteren Delegationsreisen sind abrufbar unter:
www.bayern-international.de

»Wir beobachten, wie andere Märkte sich entwickeln, und lernen, wie andere ihre Wirtschaft vorantreiben.«

Hans-Joachim Schott, Geschäftsführer
der Schott Systeme GmbH



Foto: Schott Systeme

mit Partnern vor Ort gestaltet, oft mit den Auslandshandelskammern, aber auch mit den bayerischen Auslandsrepräsentanzen. Wir erstellen das Programm grundsätzlich unter dem Gesichtspunkt: Wo haben Mittelständler reale Chancen?« Bayern International übernimmt die gesamte Reiseorganisation, was gerade für kleinere Firmen eine große Erleichterung ist. Lediglich die Reisekosten müssen sie selbst tragen.

Es gibt Delegationsreisen mit und ohne politische Begleitung. Entweder leitet der bayerische Wirtschaftsminister oder der Staatssekretär persönlich die Delegation, ansonsten ein hochrangiger Vertreter des Wirtschaftsministeriums. »Die politische Begleitung ist besonders in den asiatischen, arabischen und osteuropäischen Ländern ein ganz wichtiger Türöffner«, sagt Maschauer. Dort ist es für kleinere

ropa bei Plattenhardt + Wirth GmbH. Das Unternehmen baut weltweit Kühlhäuser, hauptsächlich für die Lagerung von Obst und Gemüse. Er will vor allem Wissen über Land und Leute sammeln und ein örtliches Netzwerk etablieren. »Auf diesen Reisen lernt man viel dazu, selbst wenn man sich vorher schon intensiv mit dem Land beschäftigt hat«, sagt Mayer. Die Reise in den Iran beispielsweise habe den Teilnehmern ein neues und vorurteilsfreies Bild von der dortigen Gesellschaft und dem Potenzial des Landes vermittelt.

Nützlich sei auch die Aufmerksamkeit, die Delegationsreisen mit hoher politischer Begleitung erregen, sagt der Manager: »Das hebt unser Ansehen, auch bei Geschäftspartnern, zu denen wir bereits gute Beziehungen haben und die wir zu den Veranstaltungen einladen können. Das

stärkt unseren Ruf als seriöses deutsches Unternehmen und kann manchmal der Anstoß sein für neue Projekte.«

Als ideale Gelegenheit, von anderen zu lernen, sieht Hans-Joachim Schott, Geschäftsführer der Schott Systeme GmbH, die Reisen. Das Unternehmen aus Gilching ist spezialisiert auf CAD/CAM, Computergrafik sowie Produktions-IT und bietet seinen Kunden innovative Softwarelösungen. »Delegationsreisen dienen uns in erster Linie zur Orientierung«, sagt Schott. »Wir beobachten, wie andere Märkte sich entwickeln, und lernen, wie andere ihre Wirtschaft vorantreiben.« Die asiatischen Märkte seien hier besonders interessant. »Dadurch erhalten wir Anregungen für unsere zukünftige Entwicklung«, so Schott.

Die politische Begleitung hält er für einen wichtigen Türöffner. Bei der Reise nach Japan im letzten Jahr führte er mit Hochschulvertretern und führenden Industrieunternehmen intensive Gespräche. »Alleine könnten wir diese guten Kontakte nicht organisieren«, sagt Schott. »Es ist nun unsere Aufgabe, sie zu vertiefen.« ■

IHK-Ansprechpartner für Delegationsreisen

Hannes Aurbach, Tel. 089 5116-2017
hannes.aurbach@muenchen.ihk.de

Die übernächste Generation



Alleingesellschafter Peter Müller übergab die Geschäftsführung des Medizintechnikherstellers MedTec & Science an zwei Mitarbeiter. Warum sich der Unternehmer bei der Nachfolge für die beiden jungen Ingenieure entschied.

— EVA ELISABETH ERNST —



Gründer Peter Müller (r.) mit den Geschäftsführern Christian Zirngibl (l.) und Michael Ecker

Darum geht's

- Bei MedTec & Science traten zwei Geschäftsführer die Nachfolge an, die als Praktikanten in der Firma starteten.
- Das neue Führungsduo bewährte sich zuvor als Leitung der Entwicklungsabteilung.
- Nächster Schritt soll der Verkauf von Firmenanteilen an Mitarbeiter sein.

Vielleicht liegt es ja an der vielen Bewegung an frischer Luft, dass Peter Müller deutlich jünger wirkt als 70 Jahre. Rund 15 Kilometer beträgt die Entfernung zwischen Wohnsitz und Büro, die der Gründer und mittlerweile alleinige Gesellschafter der MedTec & Science GmbH (M&S) selbst bei Wind und Wetter ausschließlich mit dem Fahrrad zurücklegt. Seit einem guten Jahr radelt er die Strecke allerdings immer seltener: Denn seit Anfang 2018 führen Michael Ecker (37) und Christian Zirngibl (36) die Geschäfte des Medizintechnikherstellers.

Die beiden Diplomingenieure absolvierten bereits als Studenten Praktika bei M&S und schätzten die Innovationskraft, das gute Betriebsklima und die »eher lockeren Strukturen«, wie Michael Ecker sagt. Er startete daher gleich nach Abschluss seines Studiums im Jahr 2008 in der Entwicklungsabteilung. Dort traf er auf Christian Zirngibl, der einige Monate vorher zu M&S gewechselt war.

»Das Unternehmen war im Aufbruch. Wir hatten von Anfang an das Gefühl, dass wir hier etwas erreichen können«, erinnert sich Zirngibl. Das lag nicht zuletzt daran, dass sich Oscar Sebastiani, mit dem Peter Müller das Unternehmen im Jahr 1980 als Müller & Sebastiani Elektronik GmbH gegründet hatte, kurz zuvor in den Ruhestand verabschiedet hatte. Mit Unterstützung der BayBG Bayerische Beteiligungsgesellschaft mbH übernahm Müller

dessen Gesellschaftsanteile und gab nochmals kräftig Gas.

M&S entwickelt und produziert Diagnosegeräte und medizinische Software für Ärzte und Kliniken. Die Produkte werden von der 1981 gegründeten Tochtergesellschaft custo med GmbH vertrieben. Immer mehr namhafte deutsche und internationale Medizintechnikunternehmen beauftragen den Mittelständler aus Ottobrunn zudem mit der Entwicklung neuer Geräte. In der Branche gilt M&S längst als Innovationsschmiede. Dieses Image kommt nicht von ungefähr: Schließlich sind mehr als die Hälfte der derzeit 40 Mitarbeiter in Forschung und Entwicklung tätig. Für Unternehmer Müller sind Motivation und Know-how seines Teams sehr wichtig. »Ich habe immer großen Wert darauf gelegt, nicht nur den Entwicklern, sondern allen Mitarbeitern Freiräume zu geben, sich individuell zu entfalten«, betont Müller. Das können Ecker und Zirngibl nur bestätigen.

»In den gut zehn Jahren, die zwischen unserem Einstieg und der Ernennung zum Geschäftsführer vergingen, hatten wir immer das Gefühl, dass wir uns persönlich und innerhalb des Unternehmens weiterentwickeln«, sagt Ecker, der ab 2011 noch ein betriebswirtschaftliches Fernstudium absolvierte und kaufmännischer Geschäftsführer ist. Für die Technik ist nun Zirngibl verantwortlich, der laut Müller nicht nur über ein hervorragendes Gespür für technologische Weiterentwicklungen und deren Integration in Medizintechnik verfügt, sondern zudem besonders gut mit Ärzten diskutieren kann.

Dass sich Ecker und Zirngibl von Anfang an fachlich wie persönlich bestens ergänzten, bezeichnet Peter Müller als Glücksfall. Er übertrug dem Duo rasch die Leitung der Entwicklungsabteilung, anschließend stiegen sie in den Führungskreis auf, der bei M&S »Beirat« heißt. »Ich habe immer geschaut, ob den beiden ihr schneller Auf-

stieg in irgendeiner Form zu Kopf steigt – aber das war nicht der Fall«, sagt Müller. Dennoch fiel ihm die Entscheidung, Ecker und Zirngibl zu Geschäftsführern zu befördern, nicht leicht. »Schließlich habe ich damit die Führungskräftegeneration dazwischen übergangen.« Dass nach wie vor das gesamte Team an Bord ist, freut ihn daher sehr.

Weihnachten 2016 machte sich Müller erstmals Gedanken über seinen Rückzug aus der Unternehmensführung. Im Februar 2017 sprach er mit Ecker, Zirngibl und den anderen Führungskräften. Anfang 2018 zog sich Müller als Geschäftsführer zurück. »Trotzdem will ich natürlich alles wissen. Ich weiß auch zu allem etwas und vor allem alles besser«, sagt er lachend, während Ecker und Zirngibl glaubhaft beteuern, dass sie froh sind, auf Müllers Erfahrungsschatz zurückgreifen zu können, und dass sie ihn als Fels in der Brandung sehen. »Selbst bei Themen, die Peter Müller anders angehen würde, akzeptiert er unsere Entscheidungen«, betont Zirngibl.

Firmenanteile abgeben

Da Müller sämtliche Unternehmensanteile hält, besteht keine Gefahr, dass MedTec & Science von Investoren oder einem der internationalen Branchenriesen aufgekauft wird. »Damit ist M&S so eine Art kleines gallisches Dorf unter den Medizintechnik Anbietern«, sagt Müller. Er denkt derzeit darüber nach, wie sich der Verkauf der Firmenanteile an M&S-Mitarbeiter am besten regeln lässt. Er ist der Meinung, dass ein Unternehmen von seinen Eigentümern geführt werden sollte.

»Wichtig ist natürlich, dass meine Familie abgesichert ist. Andererseits müssen die Nachfolger den Kaufpreis für das Unternehmen auch finanzieren können«, so Müller. Er kann sich durchaus vorstellen, die BayBG wieder mit ins Boot zu holen. »Die Zusammenarbeit funktioniert gut und dass die BayBG bei uns engagiert ist, wird von Außenstehenden durchaus

als Qualitätsmerkmal gesehen.« In den nächsten Jahren wollen Ecker und Zirngibl internationale Märkte mit neuen Vertriebsstrukturen erschließen und das OEM-Geschäft ausweiten. Damit erwirtschaftet M&S derzeit zwanzig Prozent des Umsatzes, Tendenz stark steigend.

Den strategischen Fokus werden sie weiterhin auf Innovationen richten. »Das ist schließlich unser Alleinstellungsmerkmal«, so Zirngibl. Ein Ergebnis der intensiven Entwicklungsarbeit präsentiert M&S noch in diesem Jahr: ein manschettenloses Blutdruckmessgerät. »Damit geht mein ganz persönlicher unternehmerischer Wunschtraum, den ich seit 20 Jahren verfolge, in Erfüllung«, freut sich

Müller. Dass er die Führung seiner Firma in kompetente Hände gelegt hat, demonstrieren auch die Zahlen: 2018 war das erfolgreichste Jahr der Firmengeschichte. ■

IHK-Ansprechpartner zur Unternehmensnachfolge

Markus Neuner, Tel. 089 5116-1259
markus.neuner@muenchen.ihk.de

Joachim Linke, Tel. 089 5116-1335
joachim.linke@muenchen.ihk.de

Die IHK berät zur Nachfolge. Infos unter: www.ihk-muenchen.de/unternehmensnachfolge

Veranstaltungstipp

Unternehmensnachfolge-Training für Junioren/-innen

Das IHK Unternehmensnachfolge-Training versteht sich als Orientierungshilfe und richtet sich speziell an Junioren aus Unternehmerfamilien. Es bereitet Übernehmende gezielt auf ihre künftige Rolle als Unternehmer vor.

Termin: auf Anfrage; 2 Tage

Ort: IHK Akademie Westerham,
Von-Andrian-Str. 5, 83620 Westerham

Teilnahmekosten: 1 220 Euro

Anmeldung und Infos:

[www.ihk-akademie-muenchen.de/
unternehmensnachfolge/training](http://www.ihk-akademie-muenchen.de/unternehmensnachfolge/training)

Ansprechpartner

Markus Weingärtner, Tel. 08063 91-270
markus.weingaertner@muenchen.ihk.de



WIR FÖRDERN GRÜNDER UND ETABLIERTE

Bayerns Mittelstand ist stark in seiner Vielfalt. Als Förderbank für Bayern unterstützen wir Zukunftspläne junger Firmengründer genauso wie Vorhaben erfahrener Unternehmer. Gerne beraten wir Sie kostenfrei, wie Sie unsere Fördermöglichkeiten nutzen können.
Tel. 0800 - 21 24 24 0

Erlebnis im Internet

Nutzerfreundliche Webseiten locken die Kundschaft und tragen zum Geschäftserfolg bei.
Wie Unternehmen ihren Onlineauftritt verbessern können.

JOSEF STELZER

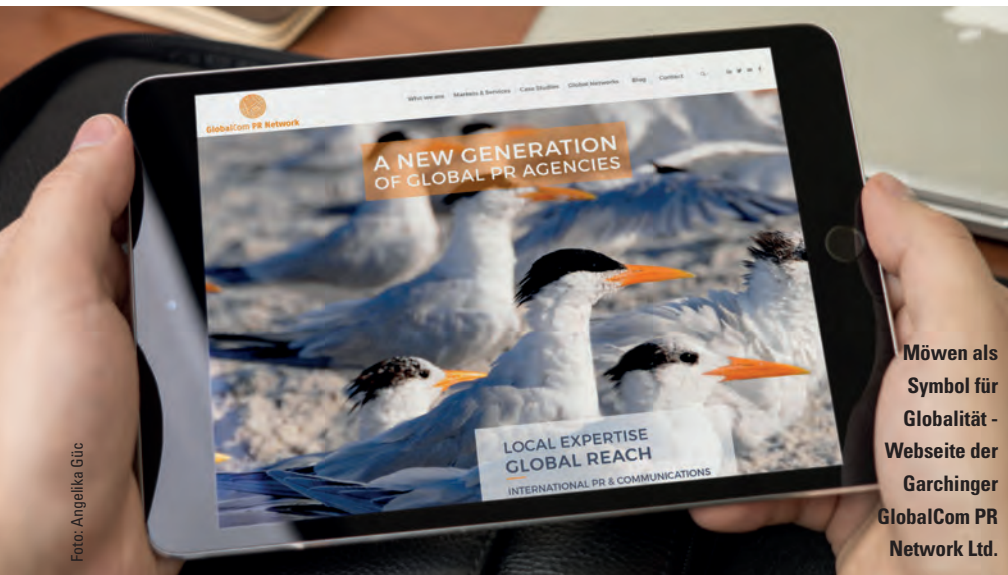


Foto: Angelika Güc

Auf der Webseite der Garchinger GlobalCom PR Network Ltd. erscheint eine Möwenschar – was nicht unbedingt gleich auf eine international aufgestellte Public-Relations-Agentur schließen lässt. Grafik- und Webdesignerin Angelika Güc erläutert die Idee dahinter: »Wir setzen dies ganz gezielt als Bildsprache ein, weil die Möwen für Teamfähigkeit, Schnelligkeit, Dynamik und Globalität stehen.«

Die 53-jährige Marketingexpertin hat das Design der GlobalCom-Seite entwickelt. Dabei konzentrierte sie sich auf die User Experience (UX), wörtlich übersetzt etwa »Nutzererfahrung« oder »Nutzungserlebnis«. Die Internetseiten gestaltete sie so, dass Besucher gern längere Zeit dort verbringen. »Unternehmen, die die User Experience ihres Internetauftritts im Blick haben, erzielen Wettbewerbsvorteile, erleichtern die Neukundengewinnung und die Kundenbindung. Letztlich steigern sie so den Umsatz«, weiß Güc.

Interesse lasse sich mit Bewegtbildern wecken, vor allem aber durch eine übersichtliche Seitenstruktur mit sogenannten Ak-

kordeons zum Aufblättern. Zudem sollten User gleich Kontakt aufnehmen können, etwa über E-Mail, Social Media und Blogs oder eine telefonische Rückruf Funktion. Um das Nutzererlebnis zu verbessern, seien überdies authentische Fotos, Kundenreferenzen sowie aktuelle Firmeninfos gut geeignet. Neu konzipiert hat Marketingexpertin Güc zum Beispiel den Onlineauftritt der Ismaninger ELSIMA Elektroanlagenbau GmbH: »Hier zeigen wir keine Technik, keine Schaltschränke und Kabelbäume, sondern das Umfeld der potenziellen Kunden, sodass sich diese darin wiederfinden.«

Die Münchner LoadFox GmbH ging das Redesign ihrer Webseite an, weil Vertrieb und Kunden »das Nutzererlebnis verbesserungsbedürftig fanden«, sagt Lukas Ponikowski (29), bei LoadFox für User Experience zuständig. Das Start-up bietet eine Onlinelösung für die Transportbranche: Ein Algorithmus prüft und berechnet die möglichen Ladungskombinationen für Lkws, so dass Disponenten ihren Frachtraum optimal auslasten

können. Die Website dient als wichtiges Aushängeschild. Interessenten machen sich dort ein erstes Bild von LoadFox, können sich registrieren und Kontakt mit dem Verkaufsteam aufnehmen, etwa über das interaktive Formular für E-Mails und die Rückruffunktion. Zu den Neuerungen gehören Infos, die auf die Zielgruppen des Start-ups genau zugeschnitten sind.

Die Webseite enthält jetzt ein eigenes Blogsystem, mit dem Besucher Blogartikel via Social Media empfehlen können. Davon erhofft sich Ponikowski eine größere Reichweite und ein besseres Suchmaschinenranking, so dass die LoadFox-Seite auf den Ergebnislisten weiter oben erscheint: »Dies erhöht unsere Bekanntheit, verbessert das Firmenimage und könnte womöglich auch die Personalrekrutierung erleichtern.« Zudem ist eine Sticky-Navigation eingefügt worden: Die Navigationsleiste bleibt jetzt beim Scrollen am oberen Bildschirmrand sichtbar, was die Übersichtlichkeit spürbar verbessert. ■

IHK-Ansprechpartner zu Digitalthemen

Daniel Meyer, Tel. 089 5116-2024
daniel.meyer@muenchen.ihk.de

Julia Christiansen, Tel. 089 5116-1249
julia.christiansen@muenchen.ihk.de

IHK-Veranstaltungstipp

netzblicke

Den Onlineauftritt richtig gestalten!

Von User Experience bis zum vollständigen Webseiten-Redesign

Termin: 14.3.2019, 18–20 Uhr

Ort: IHK Akademie, Orleansstraße 10–12, 81669 München

Die Veranstaltung ist kostenfrei.

BayBG – Partner der heimischen Wirtschaft



Eine adäquate Eigenkapitalausstattung ist Grundlage unternehmerischen Erfolgs. Seit 45 Jahren begleitet die BayBG den Mittelstand mit Beteiligungskapital: langfristig, kompetent, krisenresistent. Wir haben an zahlreichen unternehmerischen Erfolgsgeschichten mitgewirkt – bei Expansionsstrategien, bei der Unternehmensnachfolge, bei Turnarounds oder der Markteinführung neuer Technologien, Produkte und Dienstleistungen. Ein paar oberbayerische Beispiele stellen wir hier vor.

Peter Pauli,
Sprecher der BayBG-Geschäftsführung



1 BrauKon GmbH, Seeon

BrauKon produziert von Einzelkomponenten über Braumaschinen bis hin zu schlüsselfertigen Anlagen alles, was mittelständische Braubetriebe benötigen. Weltweit stellen 550 (Craft-)Bauereien ihre Bierspezialitäten mit BrauKon-Anlagen her. Die BayBG arbeitet seit 2010 mit dem Chiemgauer Erfolgsunternehmen zusammen.

2 MedTec & Science GmbH, Ottobrunn

1978 als Ingenieurbüro gestartet, überzeugt die MedTec & Science GmbH mit Innovationen im Jahrestakt bei Entwicklung und Produktion medizintechnischer Geräte, vor allem für die kardiopulmonale (Herz-/Lungen-)Diagnostik. Mit der innovativen „custo watch“ macht MedTec das drahtlose Langzeit-EKG möglich.

3 Dietrich's AG, Neubiberg

Dietrich's bietet alle digitalen Planungstools für den realen Holzhausbau. Die professionelle 3D CAD/CAM-Software für Zimmerei, Industrie- oder Fertighausbau beinhaltet modulare und individuelle Lösungen für Planung, Konstruktion und Fertigung von Holzbauten. Regelmäßig wird Dietrich's mit dem „Oscar“ der Branche, dem HOLZHAUS Award, ausgezeichnet.

4 NavVis GmbH, München

NavVis bringt digitale Karten und Positionierung ins Gebäude. Heute profitieren bereits Kunden in mehr als 30 Ländern von der NavVis 3D-Scantechnik und Indoor-Navigation. Sie digitalisieren mit NavVis-Navigationstechnik ihre Prozesse auf der Baustelle, in der Fabrik oder dem Firmencampus.

5 SM Selbstklebetechnik GmbH & Co. KG, Emmering

Ob Produkt-, Problem- oder Branchenlösungen: SM Selbstklebetechnik hat sich im Nischenmarkt für Etiketten, Klebebänder und selbstklebende Stanzteile für professionelle Anwendungen einen herausragenden Namen gemacht. Die BayBG begleitete die Regelung der familienexternen Unternehmensnachfolge.

6 Kunststoffverarbeitung Reich GmbH, Pürgen

Die BayBG steht für erfolgreiche Restrukturierung – Reich ist ein Beispiel hierfür. Nach einem hohen Forderungsausfall geriet der Marktführer bei Winterdienstanlagen vor drei Jahren in eine schwierige Situation. Mit dem Einstieg der BayBG als Minderheitsgesellschafter kehrte der Hersteller von Silos und Tanks aus glasfaserverstärktem Kunststoff (GFK) auf den Erfolgsweg zurück.

Rohstoffreport Bayern 2019

Engpässe und höhere Preise



Bayern bietet viele Rohstoffe – Abbau von Kaolin im bayerischen Gebenbach

Foto: mauritius images/imageBROKER/ROM

Steigende Preise und verstärkte Versorgungsengpässe insbesondere bei den Basismetallen – das ist das Ergebnis des aktuellen Rohstoffreports. Der Bayerische Industrie- und Handelskammertag (BIHK) hat rund 5000 Unternehmen zu ihrer Rohstoffsituation, zur Entwicklung der Rohstoffpreise sowie zu bisher umgesetzten Maßnahmen bei der Ressourceneffizienz befragt.

Bayern verfügt über erhebliche Vorkommen an Steinen und Erden, deren Preise weiter steigen. Mittlerweile klagt fast jedes dritte Unternehmen auch über Versorgungsengpässe. Der Großteil der befragten Betriebe setzt bereits eine Vielzahl an Maßnahmen zur Steigerung der Ressourceneffizienz um.

Der Zugang zu freien Märkten und der Abbau von Handelshemmnissen sind entscheidend für die Wettbewerbsfähigkeit. Die bayerischen IHKs fordern daher eine engere Zusammenarbeit der Politik mit der Wirtschaft und einen verbesserten Zugang bayerischer Betriebe zu ausländischen wie inländischen

Rohstoffen. Der vollständige Rohstoffreport ist verfügbar unter:

www.ihk-muenchen.de/de/Wirtschaftsstandort/Rohstoffe/Rohstoffe-und-Ressourceneffizienz

IHK-Rohstofftag

Wie ist die aktuelle Rohstoffsituation in Bayern? Die südbayerischen IHKs laden zu einer Diskussionsrunde ein. Unternehmen aus der Region zeigen, vor welchen Herausforderungen Betriebe stehen, und diskutieren mit Staatssekretär Roland Weigert vom Bayerischen Wirtschaftsministerium, welche Weichen die Politik 2019 stellen muss.

Termin: 20. März 2019, 17–19 Uhr

Ort: IHK-Geschäftsstelle Ingolstadt, Despag-Str. 4 a, 85055 Ingolstadt

Die Veranstaltung ist kostenfrei, die Teilnehmerzahl begrenzt.

IHK-Ansprechpartner: Björn Athmer, Tel. 089 5116-1548
bjoern.athmer@muenchen.ihk.de

58. Münchner Steuerfachtagung

Steuerthemen aktuell – von Grundsteuer bis Datenmanagement

Der Bayerische Industrie- und Handelskammertag (BIHK) ist Mitveranstalter der 58. Münchner Steuerfachtagung. Auf der Tagesordnung der zweitägigen Fachveranstaltung stehen unter anderem folgende Punkte:

- ▶ Geldpolitik und Reformagenda im Euroraum
- ▶ Grundrechtsschutz des Steuerpflichtigen im europäischen Verfassungsstaat
- ▶ Aktuelle Steuerpolitik der Bundesregierung
- ▶ Grundsteuerreform
- ▶ Grunderwerbsteuer
- ▶ Aktuelle Fragen zur Gewerbesteuer
- ▶ Neue Regelungsebenen und Kompetenzen im internationalen Steuerrecht
- ▶ Grenzüberschreitende Konzernbesteuerung in der Prüfungspraxis
- ▶ Anzeigenpflichten nach europäischem und nationalem Recht
- ▶ Erbschaftsteuer

- ▶ Digitales Daten- und Prozessmanagement im Steuerbereich
- ▶ Die Besteuerung der digitalen Wirtschaft – was kommt und wer ist betroffen?
- ▶ Umsatzsteuerrechtliche Behandlung der öffentlichen Hand
- ▶ Lohnsteuer in der neueren Rechtsprechung des BFH
- ▶ Verdeckte Gewinnausschüttung, vor allem Altersversorgung

Termin: 27. und 28. März 2019

Ort: Hilton München Park Hotel, Am Tucherpark 7, 80538 München

Die Veranstaltung ist kostenpflichtig. Anmeldeunterlagen und Informationen unter: **www.steuerfachtagung.de** oder beim Büro der Münchner Steuerfachtagung: Tel. 089 600 35 737

IHK-Ansprechpartner

Martin Clemens, Tel. 089 5116-1252
martin.clemens@muenchen.ihk.de

Durch die digitale Zusammenarbeit
mit meinem Steuerberater

habe ich **volle Transparenz**
bei den Geschäftszahlen.

Mit den digitalen DATEV-Lösungen haben Sie jederzeit den Überblick – über betriebswirtschaftliche Auswertungen oder aktuelle Geschäftszahlen. Und sind direkt mit Ihrem Steuerberater verbunden. So können Sie anstehende Projekte auf der Basis fundierter Daten sicher entscheiden. Informieren Sie sich im Internet oder bei Ihrem Steuerberater.

[Digital-schafft-Perspektive.de](https://www.digital-schafft-perspektive.de)



Zukunft gestalten. Gemeinsam.

»Wir haben den **Stifter** neu definiert«

Unternehmer Alexander Brochier, Gesellschafter der Haus des Stiftens gGmbH in München, und Geschäftsführer Philipp Hof fördern seit 25 Jahren gemeinsam die Stiftungskultur und das bürgerschaftliche Engagement.

HARRIET AUSTEN



Foto: Marion Vogel

Gründer Alexander Brochier (l.) und Geschäftsführer Philipp Hof

Herr Brochier, Herr Hof, Sie arbeiten seit 25 Jahren zusammen und haben unter anderem die Stiftung Kinderfonds, die Stiftung Stifter für Stifter und zuletzt das Haus des Stiftens mit dem Onlineportal Stifter-helfen.de gegründet. Was treibt Sie an?

Brochier: Ich weiß aus eigener Erfahrung, wie komplex die Gründung und Verwaltung einer Stiftung ist. Deshalb wollen wir mit unseren vielfältigen Beratungs- und Serviceangeboten Stiften und gemeinnütziges Engagement einfacher machen.

Wer ist Ihre Zielgruppe?

Hof: Am ehesten Privatpersonen, die kleine und mittelgroße Stiftungen gründen, und Unternehmen, die spenden wollen.

Mit welchen Fragen kommen sie zu Ihnen?

Brochier: Die meisten möchten einfach etwas tun, sind aber unsicher und scheuen vor zusätzlicher Arbeit, Haftung und Verantwortung zurück.

Hof: Zweck und Rechtsform treten immer mehr in den Hintergrund. Wichtig ist, sich klar zu werden, was man erreichen will. Dafür gibt es viele Varianten, über deren Vor- und Nachteile wir informieren.

Sie haben besonders Treuhandstiftungen in Deutschland zum Durchbruch verholfen. Worin bestehen die Vorteile dieses Modells?

Brochier: Wir haben dadurch den Stifter neu definiert. Treuhandstiftungen sind schon mit einem kleineren Budget schnell, flexibel und unkompliziert zu gründen sowie günstiger zu verwalten. Man muss also nicht zu den Superreichen zählen, diese Idee eignet sich auch für weniger Wohlhabende.

Hof: Wir machen die Erfahrung, dass sich diese Gründer auch persönlich stark einbringen, mit Zeit und eigenen Kontakten. Und sie lösen einen erheblichen Multiplikatoreffekt aus, der andere zum Stiften motiviert.

Brochier: Inzwischen vermachen die Stifter auch ihr Vermögen testamentarisch ihrer Treuhandstiftung. Da kommen plötzlich hohe Summen zusammen.

Ihr Konzept hat deutschlandweit Schule gemacht. Wie messen Sie Ihren Erfolg?

Brochier: Derzeit betreuen wir bundesweit rund 1400 Stiftungen und andere gemeinnützige Organisationen. Außerdem merke ich bei meinen Vorträgen, dass das Thema Stiften nicht mehr belächelt wird, sondern auf immer mehr Interesse stößt.

Hof: Für mich ist auch der Einzelfall wichtig. Ich lerne Menschen kennen, denen Stiften Spaß macht, die ihr Leben verändert haben und ganz neue Erfahrungen machen.

Hof: Der MünchnerStiftungsFrühling trägt dazu bei, das Thema Stiften mehr in die Breite zu bringen, die positive Wirkung des Stiftens aufzuzeigen und Stifter untereinander zu vernetzen.

Ihr Tipp an potenzielle Stifter?

Hof: Gehen Sie Partnerschaften ein – mit anderen Stiftungen, mit Unternehmen, mit NGOs. Gemeinsam lassen sich gesellschaftliche Aufgaben nachhaltig lösen. ■

www.hausdesstiftens.org

Zur Person

Alexander Brochier (69), Gesellschafter der Nürnberger Brochier-Gruppe für technische Gebäudeausrüstung, gründete mehrere Stiftungen. Er arbeitet mit **Philipp Hof** (51) zusammen, der unter anderem Geschäftsführer des Haus des Stiftens ist.

Veranstaltungen wie der MünchnerStiftungsFrühling wollen wie Sie Hürden abbauen und noch mehr Menschen zum Stiften animieren. Wie gelingt das?

MünchnerStiftungsFrühling

Termin: 23. bis 29. März 2019

Informieren – Vernetzen – Mitmachen

www.muenchnerstiftungsfruehling.de

IHK-Ansprechpartnerin für den MünchnerStiftungsFrühling

Verena Jörg, Tel. 089 5116-1502

verena.joerg@muenchen.ihk.de

IHK-Veranstaltungstipp

Erfolgreich stiften – von Anfang an die richtigen Weichen stellen

Die Motive für die Gründung einer Stiftung sind vielfältig. Doch welche Stiftungsform ist die passende?

Welche rechtlichen und steuerrechtlichen Bedingungen sind zu beachten?

Rechtsanwältin Carolin Eisner gibt einen Überblick über die verschiedenen Erscheinungsformen von Stiftungen und deren rechtliche Ausgestaltung. Sie erhalten darüber hinaus einen Einblick in das alltägliche Stiftungsleben – mit und für Menschen, die stiften gehen wollen.

Termin: 27. März, 18 Uhr

Ort: IHK Akademie München, Orleansstr. 10–12, 81669 München.
Die Veranstaltung ist kostenfrei.

Anmeldungen bitte

per Mail an:

verena.joerg@muenchen.ihk.de

MÜNCHNER STIFTUNGS FRÜHLING

23. bis 29. März 2019
Auftritt: Sa 23. März, BMW Welt



Informieren & Mitmachen

250 Veranstaltungen • Programmheft in der Stadtinformation

www.muenchnerstiftungsfruehling.de

Unterstützt von:



Landeshauptstadt München

BMW Welt

Medienpartner: m.ve.chance

STIFTUNG

Freizeitaktivitäten

Stadion München

Ideeller Förderer: Bundesverband Stiftervereine

Veranstalter: münchner kultur

In den Startlöchern

Das mobile Internet der Zukunft heißt 5G. Die Neuerung soll die Entwicklung von wegweisenden Innovationen vorantreiben.

JOSEF STELZER



Der neue Mobilfunkstandard 5G beschleunigt die Übertragung von Daten um ein Vielfaches

Die fünfte Mobilfunkgeneration 5G gilt als Schlüsseltechnologie für die Digitalisierung der Wirtschaft. Dank 5G lassen sich Maschinen und Geräte aller Art miteinander vernetzen, von simplen Strom- und Wasserzählern über mobile Roboter bis zu komplexen Fabrikanlagen. Denkbar ist auch, dass sich Fahrzeuge mittels 5G so sicher und zuverlässig steuern lassen, dass Auffahrunfälle etwa

nach Vollbremsungen von vorausfahrenden Autos zuverlässig verhindert werden. Das mobile, ultraschnelle 5G-Internet fördert Innovationen rund um Industrie 4.0, Telemedizin oder autonomes Fahren und stärkt die globale Wettbewerbsfähigkeit der Wirtschaft – wenn die Weichen richtig gestellt werden.

Gegenüber LTE («Long Term Evolution») erhöht 5G beispielsweise die Übertragungsgeschwindigkeiten und -kapazitäten um ein Vielfaches und ermöglicht weitaus kürzere Reaktionszeiten der verbundenen Geräte. Weltweit wird der neue Standard ab 2020 schrittweise eingeführt. Dabei löst 5G die älteren Standards nicht einfach ab. Vielmehr werden die verschiedenen Mobilfunkgenerationen auf lange Sicht gleichzeitig existieren. Voraussichtlich im Frühjahr oder Sommer 2019 beginnt in Deutsch-

land die Versteigerung der 5G-Frequenzen im 2-Gigahertz- und 3,6-Gigahertz-Band, deren kurze Reichweite vor allem für städtische Anwendungen geeignet ist. Die für ländliche Gebiete besser geeigneten Frequenzen von 700 MHz liegen bereits bei den aktuellen Netzbetreibern Deutsche Telekom, Vodafone und Telefónica Germany. Allerdings können diese erst genutzt werden, wenn bis 13. März 2019 in Bayern das Hörfunk- und Fernsehsignal DVB-T komplett auf DVB-T2 umgestellt ist. Angemeldet für die Versteigerung haben sich die genannten drei Netzbetreiber sowie der Onlinekonzern United Internet. Laut Bundesnetzagentur, die als Bundesbehörde den Netzausbau in Deutschland reguliert und überwacht, ist die Auktion wegen »Knappheit« an freien Frequenzbändern nötig. Die Behörde will außerdem Frequenzen für den regionalen Einsatz bereitstellen, sodass Betriebe eigenständige

Darum geht's

- Der neue 5G-Mobilfunk ermöglicht Innovationen rund um Industrie 4.0, autonomes Fahren und andere Anwendungen.
- Die Lücken in der Mobilfunkversorgung in ländlichen Regionen müssen unabhängig von 5G geschlossen werden.

5G-Netze aufbauen können, etwa für Produktionsanlagen.

Allerdings haben die Netzbetreiber und weitere Unternehmen am Verwaltungsgericht Köln gegen die Versteigerungsaufgaben geklagt. Nach Einschätzung der Kläger seien die Vorgaben der Bundesnetzagentur für die Frequenzvergabe zu streng, unrealistisch oder unklar. Beispielsweise ist die »Diensteanbieterverpflichtung« umstritten, nach der ein Netzbetreiber anderen Mobilfunkanbietern, die über kein eigenes Netz verfügen, erlauben müsste, seine Infrastruktur zu nutzen.

Andere Industrieländer sind beim Aufbau von 5G-Netzen schon weiter. In den USA werden bereits kommerzielle 5G-Projekte getestet, in Japan ist für 2019 Ähnliches vorgesehen, in China für 2020. Zur Winterolympiade 2018 im südkoreanischen Pyeongchang kamen bereits 5G-Netze zum Einsatz, um autonom fahrende Busse zu steuern oder hochauflösende Videobilder aus dem Bobbahn-Eiskanal zu senden.

TV-Übertragung mit 5G

Kathrein SE, Hersteller von Kommunikationstechnik, hat ein Antennensystem entwickelt, das 5G mit den Standards älterer Mobilfunktechniken kombiniert. Mit dieser Lösung lassen sich bestehende Antennenstandorte für das ultraschnelle mobile Internet aufrüsten. Das Rosenheimer Unternehmen untersucht derzeit im Forschungsprojekt 5G TODAY die großflächige TV-Übertragung mittels 5G. Der Testbetrieb startete bereits am Sendestandort Wendelstein sowie in Ismaning. Projektpartner sind der Münchner Elektronikhersteller Rohde & Schwarz GmbH & Co. KG, der Bayerische Rundfunk und Telefónica Germany. Das Münchner Institut für Rundfunktechnik GmbH leitet das Projekt. Noch liegen aber keine Ergebnisse vor.

Für den Unternehmer Anton Kathrein (34) ist das Forschungsvorhaben nur ein Baustein: »Mit Blick auf den nächsten Mobilfunkstandard 5G setzen wir unsere intensive Entwicklungsarbeit fort und bauen die Kooperationen mit namhaften Partnern wie Ericsson, Nokia, Telefónica oder

Orange weiter aus. So gestalten wir 5G federführend mit, sozusagen als Nervensystem der Branche.«

Der Aufbau der 5G-Netze zielt vorwiegend auf den Massenmarkt ab. »Die Mobilfunknetze müssten jedoch in erster Linie bedarfsgerecht der anwendenden Wirtschaft zur Verfügung stehen, denn nur dann können Unternehmen darauf aufbauend zeitnah innovative Geschäftsmodelle mit einem Mehrwert für die gesamte Volkswirtschaft entwickeln«, sagt IHK-Referent Bernhard Kux. Zumal die Unternehmen eine relevante Nutzergruppe für 5G-basierte Anwendungen darstellen: etwa bei Industrie 4.0, für Konferenzen und Veranstaltungen, für die Steuerung dezentraler Energieversorgung oder für Mobilitätsdienste.

Um das Netz aufzubauen ist eine Vielzahl neuer Antennen nötig, die in der Regel mit Glasfaserleitungen verbunden sind. Dies erfordert eine enge Zusammenarbeit zwischen Kommunen, Mobilfunkbetreibern, Festnetzanbietern sowie Tief- und Hochbaufirmen. Die IHK für München und Oberbayern fordert daher, dass sich die Kommunen insbesondere hinsichtlich der Genehmigungsprozesse bereits jetzt mit 5G auseinandersetzen. Das heißt: Antennenstandorte möglichst frühzeitig identifizieren und zügig genehmigen.

Allerdings wird das neue Netz die vorhandenen Lücken in der Mobilfunkversorgung ländlicher Regionen keineswegs schließen können. IHK-Experte Kux: »Die Funklöcher und weißen Breitbandflecken, die teilweise die Geschäftsabläufe in den Betrieben massiv beeinträchtigen, sollten unabhängig von der 5G-Einführung endlich beseitigt werden.« Eine Umfrage zeigte: Fast 40 Prozent der Firmen sind mit ihrer aktuellen Mobilfunkversorgung nicht zufrieden. Ähnlich sehen die Werte für den Festnetzanschluss aus. Und die Bedarfe steigen.

Deshalb hat die IHK-Vollversammlung vergangenen Juli das Positionspapier »Gigabit für Unternehmen« verabschiedet, das der Politik Vorschläge zur Verbesserung

Programm gegen Funklücken

Die Bayerische Staatsregierung startete im Dezember 2018 das bayerische Mobilfunkförderprogramm, um auch in dünn besiedelten, ländlichen Regionen die Mobilfunklücken zu beseitigen und eine gute Funkversorgung zu schaffen. Kommunen und Netzbetreiber können Förderanträge stellen, etwa für einen Mastbau und Netzbetreiber für die Ertüchtigung von Digitalfunkmasten.

Weitere Infos gibt es online unter:

www.mobilfunk.bayern

der Versorgung mit schnellem Breitband und Mobilfunk unterbreitet. ■

Weitere Informationen unter:

www.ihk-muenchen.de/de/Themen/Digitalisierung/Digitale-Infrastruktur

IHK-Ansprechpartner für Mobilfunk

Bernhard Kux, Tel. 089 5116-1705
bernhard.kux@muenchen.ihk.de

HALLEN

INDUSTRIEBAU & GEWERBEBAU

PLANUNG - PRODUKTION - MONTAGE



WOLF SYSTEM GMBH
 94486 Osterhofen
 Tel. 09932 37-0
gbi@wolfsystem.de
WWW.WOLFSYSTEM.DE



KÜNSTLICHE INTELLIGENZ UND INDUSTRIE 4.0



Foto: Goran Gajjanin

»Keine Angst vor KI« – Marco Gercke, Direktor des Cybercrime Research Institute, sprach über digitale Trends wie Big Data und Robotik und die zwiespältigen Gefühle, die sie bei vielen Menschen auslösen



Foto: Goran Gajjanin

Empfangskomitee – Gastgeber Martin Eickelschulte, IHK-Regionalausschussvorsitzender Starnberg (r.), mit seinem Stellvertreter Ingo Schwarz (l.) und Gastredner Marco Gercke, Direktor des Kölner Cybercrime Research Institute

Foto: Goran Gajjanin



Im Publikum und auch Gastrednerin – Ute Eiling-Hütig, Mitglied des Bayerischen Landtags (CSU)



Foto: Goran Gajjanin

Geschäftsführerrunde – Ernst-A. Riebensahm, Riebensahm Systemhaus für Elektronik und Elektrotechnik GmbH, Thomas Blasig, Immobilien-Studio-Blasig KG, und Maximilian Eck, eMoSys GmbH (v.l.)

Bayerische Begegnungen

IHK-Jahresempfang Starnberg

Über 250 Gäste kamen in die Starnberger Schlossberghalle zur Netzwerkveranstaltung des IHK-Regionalausschusses Starnberg für Vertreter aus Wirtschaft, Politik und Gesellschaft.



Foto: Goran Gajarin

Gemeinsam beim Empfang – Veronika Savel (Geschäftsführung, r.) und Romina Savel von der Frigocad-Savel GmbH



Foto: Goran Gajarin

Gut gelaunt – Ralf Rübsam, Energie-Genossenschaft Fünfseenland eG, Ines-Andrea Reinhold von Drüben von der gleichnamigen Rechtsanwaltskanzlei und Andreas Reinhold von Drüben, Reinhold-Stahl-Metallbau GmbH (v.l.)

Foto: Goran Gajarin



Networking – Michael Willberg, Geschäftsführer Ultrason AG, Klaus Pittrich, Gemeinderat Herrsching, und Perry Reisewitz, Geschäftsführer der Compass Communications GmbH (v.l.)



Foto: Goran Gajarin

Adolf Pöschl, Geschäftsführer der Immobilien Verwaltungs-KG, Carola Rieskamp, Seniorenbeirat, und Klaus Rieskamp, Zweiter Bürgermeister Stadt Starnberg (v.l.)

Münchener Agenturgipfel

Agenturen und Vertreter der Unternehmenskommunikation erhielten auf dem Münchener Agenturgipfel in der IHK Akademie einen umfassenden Einblick in die Welt der Influencer.



Foto: Severin Schweiger

Wir sind dabei – Selfie für die eigenen Follower



Foto: Severin Schweiger

Berichtete über seine Tätigkeit als Influencer und Community Manager – Steve Heng, Creative Producer bei creative.forge (Bavaria Film)

Foto: Severin Schweiger



Geballtes Expertenwissen – die Referenten und Kooperationspartner
 hintere Reihe (v.l.): Dietmar Turocha (Marketing Club München), Annegret Haffa (DPRG Bayern), Tanja Färg (IHK), Petra Lorenz (CommClubs Bayern e.V.), Christina Kiel (Wettbewerbszentrale), Nina Zimmermann (Burda), Annika Kirchner (SOS-Kinderdorf), Silja Troll (Seokratie)
 unten (v.l.): Leif Pellikan (w&v), Stefan Schumacher (Territory Influence) und Steve Heng (Bavaria Film)

Fachkundiges Publikum – viele Fragen an die Referenten

Foto: Severin Schweiger



IHK-Neujahrsempfang

Der traditionelle Neujahrsempfang der beiden IHK-Regionalausschüsse Eichstätt und Neuburg-Schrobenhausen stand im Zeichen des Gedankenaustauschs zwischen Politik und Wirtschaft.



Foto: Stefan Bösl

Bürgermeister unter sich – Andreas Steppberger, Oberbürgermeister Stadt Eichstätt (l.), und Bernhard Gmehling, Oberbürgermeister Stadt Neuburg a.d. Donau



Foto: Stefan Bösl

Unterhielten sich prächtig – die Gäste des Neujahrsempfangs

Foto: Stefan Bösl



Gefragter Gesprächspartner – Georg Stark (Mitte), Wirtschaftsförderer des Landkreises Eichstätt



Foto: Stefan Bösl

Freuten sich auf den Austausch – Hartmut Beutler, Vorsitzender des IHK-Regionalausschusses Neuburg-Schrobenhausen, der Eichstätter Landrat Anton Knapp (CSU), Gastgeber Alexander Kessel, Vorsitzender des IHK-Regionalausschusses Eichstätt, Elke Christian, Leiterin der IHK-Geschäftsstelle Ingolstadt, und Reinhard Brandl, MdB (CSU) (v.l.)

**Da
schau
her!**

Imposante Ausstellungsstücke –
die Bauma der Messe München

Foto: Messe München GmbH

Bühne

München etablierte sich eher spät als Messestandort, aber dann mit aller Kraft. Großen Anteil daran hatten die Wittelsbacher. Sie wollten Industrialisierung ausstellen.

CORNELIA KNUST

Wie ein Zoo voll bunter Giraffen, Bullen oder Elefanten stehen sie da, all die Kräne, Bagger und Maschinen. Mit ihren Rüsseln, Schaufeln und Ketten sind sie ja auch die großen Arbeitstiere der Bauindustrie. Wenn in München Bauma ist, werden sie vorgeführt: in diesem Jahr in 18 Hallen und auf mehr als 400 000 Quadratmetern Freifläche. Die Messe München GmbH als Veranstalter hat 2018 angebaut und spricht von der »größten Bauma aller Zeiten«.

Auf Messen präsentiert sich die Wirtschaft mit Stolz und Selbstbewusstsein. Unternehmen finden hier eine Bühne. Das Messengeschäft zeigt sich widerständig – trotz Onlinehandel und Social Media, trotz digitalisierter Wertschöpfungsketten und virtueller Welten. Menschen treffen, Waren prüfen, staunen, lernen – das funktioniert schon, seit München im 12. Jahrhundert als Zollstation an einer Salzhandelsstraße gegründet wurde.

Damals profitierten Herbergen und Wirtshäuser von der Verordnung, wonach die Händler 24 Stunden in der Stadt bleiben mussten. Auch heute geht es Handel und Gastronomie gut, wenn die Messebesucher kommen – selbst wenn das Messegelände die Innenstadt aus Platzgründen schon vor 20 Jahren verlassen hat. Raum für die Händler war auch schon Jahrhunderte zuvor wich-

tig, weshalb der Schranrenplatz im Zentrum (heute Marienplatz) im Mittelalter auf höchste Anweisung frei von Bauten gehalten wurde. Viel später, im 19. Jahrhundert, ließ der König in der Nähe sogar ein Kloster samt Spital abreißen, um Raum für die Viktualienhändler, also die Anbieter von Lebensmitteln, zu schaffen.

Messen, wie das Wort schon sagt, fanden im Umfeld kirchlicher Feiertage statt. Sie boten Konsum und Unterhaltung nach dem Kirchgang wie etwa die Jakobi-Dult in München auf dem Jakobsplatz. Sie wird als Auer Dult noch heute Ende Juli auf dem Mariahilfplatz begangen, genauso wie die Kirchweihdult im Oktober.

Die Wandlung vom Jahrmarkt mit angeschlossener Hausratenteilung zu einer echten Leistungsschau vollzog sich erst mit Beginn der Industrialisierung. In seinem Buch »Vom Markt zur Messe« beschreibt Martin Schäfer die erste Münchner Industrierausstellung im Jahr 1834 in der Konzerthalle Odeon – mit immerhin 779 Ausstellern. Aber gegen Frankfurt und Leipzig als alte Messestandorte hatte München damit trotzdem keine Chance.

Messe im Glaspalast

Das sollte sich ändern. Der bayerische König Maximilian II. wollte den industriellen Rückstand seines Reichs aufholen. In nur elf Monaten ließ er im Alten Botanischen Garten in München den Glaspalast errichten mit einer damals sensationellen Konstruktion aus Eisen. Die »Allgemeine Ausstellung deutscher Industrie- und Gewerbeerzeugnisse« soll zur Eröffnung 1854 200 000 Besucher angelockt haben.

Als Provisorium geplant, diente der Glaspalast noch jahrzehntelang als Ausstellungsfläche. Dasselbe galt für leicht zu demontierende Bauten aus Holz, die am Isartor und auf einer Isarinsel er-



Größtes Bauprojekt in München seit den Olympischen Spielen – die Neue Messe wird im Februar 1998 fertig



Grundsteinlegung der Neuen Messe München in Riem im Juni 1995



Die Anfänge – Kraft- und Arbeitsmaschinenausstellung 1888 am Isartorplatz

der Wirtschaft

richtet wurden. Ob es um die Erzeugung von Elektrizität ging oder um alle Arten von Kraftmaschinen – das Publikum kam in Massen. Das Ende dieser Provisorien läutete wieder ein Wittelsbacher ein: Prinz Ludwig, der spätere König Ludwig III. Hinter Bavaria und Ruhmeshalle, mitten in dem idyllischen Park auf der Theresienhöhe, sollte der berühmte Architekt Gabriel von Seidl ein Ausstellungszentrum errichten. Die Stadt erwarb das Grundstück, interessierte Bürger gründeten 1903 den Verein Ausstellungspark. Fünf Jahre später eröffnete das Zentrum mit »München 1908«, einer Ausstellung des guten Geschmacks für alle Lebenslagen. Nach Krieg und Revolution erfolgte der Neustart mit der Ernährungsausstellung Anuga (heute in Köln) und ganz groß 1925 mit der Deutschen Verkehrsausstellung. Unter den Nationalsozialisten wurde in den Messehallen der »Reichsnährstand« gefeiert oder einfach die Partei, bevor alles im Bombenhagel versank. Die erste Nachkriegsmesse in notdürftig hergerichteten Hallen widmete sich 1948 der freien Presse und zeigte eine Zeitungsredaktion live bei der Arbeit. 1949 folgte die erste Handwerksmesse, unterstützt vom Verein für Handwerksausstellungen. Ab 1950 war der Wiederaufbau abgeschlossen. Für die nächste Deutsche Verkehrsausstellung 1953 wurde sogar eine Seilbahn zwischen Theresienwiese und Theresienhöhe errichtet. Es folgte eine Reihe von Spezialmessen. Doch erst ab 1964 mit der Gründung der Münchner Messe- und Ausstellungsgesellschaft (MMG) stieg München voll in den Wettbewerb der Messestandorte ein.

Es wurde gebaut, erweitert, modernisiert. Brauereitechnik, Transportwesen, Baumaterialien, elektronische Komponenten, Mode – die Messengesellschaft zog immer neue Themen an sich. In den 1970er-Jahren starteten die Sportartikelschau Ispo und die Schmuckmesse Inhorgenta. Mit dem Kauf der Imago 1981 folgte der Schritt ins Ausland. Heute tragen Ableger und Neuerfindungen von Messen in China oder Indien ein Drittel zum Umsatz bei.

Viel mehr Platz in Riem

Die wichtigste Voraussetzung dafür, dass München heute in Deutschland die Nummer zwei nach der Messe Frankfurt ist, war wohl der Umzug nach Riem. Dort entstand ab 1994 nach Entwürfen dänischer Architekten ein riesiges Messe- und Kongresszentrum – und gleichzeitig ein ganz neuer Stadtteil. 2,3 Millionen Mark kostete die erste Bauphase der neuen Messe in Riem. Der Freistaat Bayern trug die Finanzierung mit und stockte seine Anteile auf rund 50 Prozent auf. Weitere Gesellschafter sind die Stadt München und – mit kleinen Beteiligungen – die IHK für München und Oberbayern sowie die Handwerkskammer.

23 Jahre nach dem Baubeginn zahlte jetzt die Messe ein Baudarlehen in Höhe von einer halben Milliarde Euro an den Freistaat zurück. Das Geschäft läuft seit Jahren rund. Im Vorjahr erwirtschafteten die rund 1000 Mitarbeiter aus 415 Millionen Euro Umsatz knapp 14 Millionen Euro Gewinn.

www.messe-muenchen.de

1843 wurden die bayerischen Industrie- und Handelskammern gegründet. Das IHK-Magazin berichtet aus diesem Anlass über Firmen, Persönlichkeiten, Themen und Ereignisse, die 175 Jahre Unternehmertegeist in Bayern lebendig werden lassen.

Offen für Unkonventionelle und Individualisten: Die Türen öffnen sich gegenläufig, die vier Sitze passen sich automatisch den Passagieren und der Fahrsituation an.

Fotos: Opel



Die Zukunft des Blitzes

GT X Experimental ist ein Blick auf kommende Modelle von Opel

In diesem Jahr feiert Opel seinen 120. Geburtstag. Dass sich die Rüsselsheimer auf dieses Jubiläum vorbereiten durften, war vor einigen Jahren noch fraglich. Doch seit man zur französischen PSA-Gruppe gehört, geht es aufwärts. Mit der Experimentalstudie GT X zeigt Opel nun, wie die Zukunft des Blitzes aussehen könnte.

Natürlich ist diese Zukunft elektrisch. Das futuristische SUV dient dabei vor allem als Zeichen dafür, wie sich die hauseigene Kreativabteilung das Opel-Design der Zukunft vorstellt. Es soll „deutsch, nahbar und begeisternd

sein“, sagt Friedhelm Engler, der fürs Exterior Design des kompakten Elektroautos verantwortlich zeichnet. Seit Opel zu PSA gehört, sei wieder viel mehr eine eigenständige Linie gefragt. So habe eine der Forderungen der Franzosen gelaute.

Man merkt dem Design-Chef immer noch die Überraschung über den neuen Kurs an. Früher hätte Opel Design für den amerikanischen Markt geliefert, „jetzt sollen wir das deutsche Design herausarbeiten“. Klarheit sei gefragt, Präzision und Detailarbeit, „ein reduzierter, klarer Stil“, sagt Fried-

helm Engler. Kein Weltauto sollten sie schaffen, sondern ein deutsches. Eine starke, prägnante Marke funktioniere schließlich auch in anderen Ländern.

Der GT X wirkt groß und breit, dabei ist das SUV tatsächlich eher klein: 4,06 Meter ist es lang, 1,83 Meter breit und 1,52 Meter hoch. Die 17-Zoll-Räder lassen es optisch größer erscheinen. Wichtig sei gewesen, den Blitz als Markenemblem zu betonen – „den kennt jeder“.

Die Power liefert eine 50 kWh-Lithium-Ionen-Batterie, die auch in den kommenden Großserienmodellen





von Opel Verwendung finden soll. Im GT X Experimental erhält der Fahrer dank entsprechender Kameras einen 360-Grad-Rundumblick, gelenkt wird mit Drive-by-Wire und der Fahrer bekommt im Cockpit die Informationen, die der Fahrsituation und der Ge-

schwindigkeit entsprechen. Je schneller man fährt, desto reduzierter ist die Menge, dafür sei die Info umso klarer. Der Innenraum sei aufs Wesentliche reduziert, so der Designer. Die vier Sitze sind am Mitteltunnel befestigt und laufen nicht – wie sonst in herkömm-

lichen Personenwagen – in Schienen. Das spare jede Menge Platz, erklärt Friedhelm Engler. In dem Prototyp sei überdies die Windschutzscheibe mit schwebendem Glas konstruiert, sodass eine direkte Belüftung von außen möglich sei.

Volker Pfau

Einfach alles drin:

Renault Leasing für Gewerbekunden

Inklusive Full-Service-Paket¹



RENAULT
Passion for life

z. B. Renault Mégane Grandtour
BUSINESS Edition TCe 140 GPF

ab **119,- €²** netto mtl.
141,61 € brutto mtl.



5 Jahre
Garantie³

² Monatliche Rate netto ohne gesetzl. USt 119,- €/brutto inkl. gesetzl. USt 141,61 €, Leasingsonderzahlung netto ohne gesetzl. USt 0,- €/brutto inkl. gesetzl. USt 0,- €, Laufzeit 36 Monate, Gesamtleistung 30.000 km. Ein Angebot für Gewerbekunden der Renault Leasing, Geschäftsbereich der RCI Banque S.A., Niederlassung Deutschland, Jagenbergstraße 1, 41468 Neuss. Gültig bis 30.04.2019.

Renault Mégane Grandtour TCe 140 GPF: Gesamtverbrauch (l/100 km) innerorts: 7,1; außerorts: 4,6; kombiniert: 5,5; CO₂-Emissionen kombiniert: 125 g/km; Energieeffizienzklasse B. Renault Mégane Grandtour: Gesamtverbrauch kombiniert (l/100 km): 5,9 – 3,9; CO₂-Emissionen kombiniert: 135 – 102 g/km (Werte nach Messverfahren VO [EG] 715/2007).

Abb. zeigt Renault Mégane Grandtour BUSINESS Edition mit Sonderausstattung.



RENAULT RETAIL GROUP Deutschland GmbH

Milbertshofen | Frankfurter Ring 71 | 80807 München | Tel.: 089 350901-54

Trudering | Wasserburger Landstraße 143 | 81827 München | Tel.: 089 437786-200

NIEDERLASSUNG MÜNCHEN

www.renault-retail.de/muenchen

¹ Angebot enthält einen Renault Full-Service-Vertrag, bestehend aus der Abdeckung aller Kosten der vorgeschriebenen Wartungs- und Verschleißarbeiten sowie Hauptuntersuchung (HU) inkl. Mobilitätsgarantie für die Vertragsdauer von 36 Monaten bzw. 30.000 km ab Erstzulassung gemäß Vertragsbedingungen. ² 2 Jahre Renault Neuwagen-garantie und 3 Jahre Renault Plus Garantie (Anschlussgarantie nach der Neuwagen-garantie) für 60 Monate bzw. 100.000 km ab Erstzulassung gem. Vertragsbedingungen.

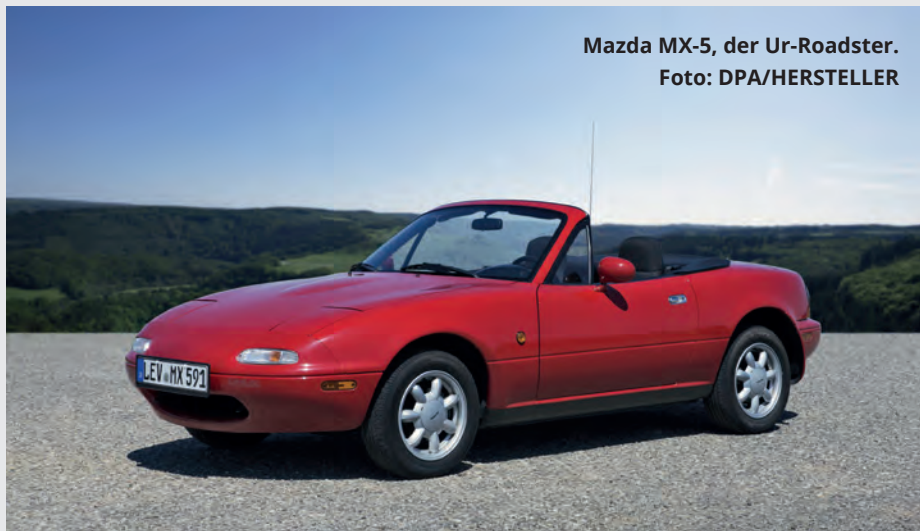
Gib mir ein H!

Alles rund um die neuen Oldtimer 2019

Wie die Zeit vergeht. Wer nicht erst in diesem Jahrtausend seine Fahrerlaubnis erworben hat, kennt sie noch bestens als Traum- und Alltagsautos auf unseren Straßen – und doch sind sie ab diesem Jahr offiziell Oldtimer: Sie sind 30 Jahre alt und dürfen nun ein H-Kennzeichen tragen. Zu den Neuen unter den Alten gehören zum Beispiel der Audi 200 Quattro 20V, das Spitzenmodell der Ingolstädter Baureihe. Oberklasse war auch der Citroën XM, bei dessen Design Bertone mitwirkte und dessen Hydractiv-Fahrwerk damals richtungsweisend war. Eine Sportskanone hatte Opel im Jahr 1989 mit dem Lotus Omega im Angebot: 377 PS leistete das hochgezüchtete Mittelklassemodell und war mit 283 km/h eine der schnellsten Serienlimousinen.

Heute ein Klassiker und damals der Vorreiter der Roadster-Welle war der Mazda MX-5, der dank günstigem Einstiegspreis viele Käufer und jede Menge Nachahmer fand. Deutlich exklusiver war dagegen der BMW 850i. Das zweitürige Coupé mit Fünfliter- Zwölfzylindermotor kostete bei der Markteinführung 135 000 Mark.

An diese Fahrzeuge, die allesamt erstmals 1989 zugelassen wurden, darf nun also ein sogenanntes H-Kennzeichen montiert werden. Das kann steuerliche



Mazda MX-5, der Ur-Roadster.

Foto: DPA/HERSTELLER

Vorteile bringen, günstigere Versicherungstarife und Ausnahmen beim Befahren von Fahrverbotszonen wie beispielsweise städtischen Umweltzonen ermöglichen. Um das begehrte Kennzeichen zu erhalten, ist ein Gutachten notwendig, das den Klassikerstatus dokumentiert.

Kriterien für die Beurteilung, die ein amtlich anerkannter Sachverständiger durchführen muss, sind unter anderem:

- Das Fahrzeug darf keinerlei technische Mängel im Sinne der StVZO haben.
- Es darf nur leichte Gebrauchsspuren aufweisen.

– Es dürfen keine wesentlichen Bauteile fehlen.

– Unfallspuren oder Anzeichen unsachgemäßer Instandsetzung dürfen nicht vorhanden sein.

– Alle wesentlichen Bauteile müssen sich im Original- beziehungsweise zeitgenössischen Zustand befinden.

– Umbauten und auch Tuningmaßnahmen sind erlaubt, sofern sie für das Fahrzeug typisch und zeitgenössisch sind.

Erfüllt ein Klassiker alle diese Kriterien, kann er demgemäß als „kraftfahrzeugtechnisches Kulturgut“ eingestuft werden.

Volker Pfau



KFZ-Werkstätte von Görbing
Karosserie in Landsberg/Lech
nach der Modernisierung

GLÄNZEND POLIERT GEBEN SIE VOLLGAS!

Erneuern Sie Ihr Autohaus, Ihren Schauraum oder Ihre KFZ-Werkstätte und starten Sie erfolgreich durch.

Wir sind Ihr Totalunternehmer, Ihr Businessbau-Experte:

ARCHITEKTUR, BAUMANAGEMENT, NACHBETREUUNG.

peneder.com

PENEDER ►
FAST FORWARD

Mal hart, mal zart

So fährt sich der 275 PS starke Hyundai i30 Fastback N

Die Kundschaft will Leistung. Hyundai liefert. Darum wurde vom Volumenmodell i30 – neben SUV Tucson, Kleinwagen i20 und Kleinstwagen i10 eine der vier Erfolgssäulen der Koreaner – die potente und kompakte N-Version aufgelegt. Weil aber auch sportlich orientierte Fahrer mal mehr Platz brauchen, geht nun das fünftürige Coupé i30 Fastback N an den Start. Wir waren mit dem 275-PS-Brenner unterwegs.

Das ist neu: Das zweite Hochleistungsmodell der Baureihe ist optisch deutlich zivilisierter gestaltet als der i30N. Damit kann man auch bei den Schwiegereltern vorfahren, sofern man sich den herzhaften Tritt aufs Gaspedal und die damit verbundene Soundorgie aus dem Auspuff verkneifen kann. Der 2-Liter-Turbo leistet 250 PS, in der Performance-Version sogar 275 PS, die Höchstgeschwindigkeit ist auf 250 km/h begrenzt.

Das kann er: Vier Erwachsene haben bequem Platz, zudem fasst der Kofferraum zwischen 450 und 1351 Liter Gepäck. Diverse elektronische Assistenzsysteme unterstützen einerseits die sportlichen Ambitionen, andererseits bremsen sie allzu kühne Fahrer (weitgehend) ein. Bei flotter Gangart auf der Rennstrecke zeigt er seine exzellenten Qualitäten in diesem Metier, bei der tempolimitierten Fahrt im Alltag überzeugt er mit Souveränität. Besonders erfreulich: Der Hyundai giert nicht ständig danach, die üppig vorhandene Leistung abzurufen, sondern lässt sich auch bei gemäßigtem Tempo mit Freude fahren. An der Zapfsäule kann es bitter werden: Nach der Landstraßentour zeigte der Bordcomputer einen Verbrauch von zehn Litern auf 100 Kilometer an – der 50-Liter-Tank ist also bei zügiger Fahrweise ruckzuck leer.

Das kostet er: Als i30 Fastback N kostet er ab 31 100 Euro, die Performance-Version ab 33 600 Euro. Unter anderem können Panorama-Schiebedach

(1100 Euro), Komfort-Paket (1700 Euro), Navi-Paket (600 Euro) sowie Wunschfarbe (ab 250 Euro) für beide Versionen extra geordert werden. Der flotte Kom-

pakte ging mit vielen Vorschusslorbeeren an den Start: 1000 Kunden hatten den Hyundai bereits vor Verkaufsstart vorbestellt.
Volker Pfau



Testen Sie eine neue Kutsche.

Die neue B-Klasse ist der Inbegriff des Familienautos. Sportlich und überaus praktisch, kompakt und äußerst geräumig. All das mit einer Vielzahl von innovativen Fahrassistenz-Systemen. Erleben Sie es selbst auf einer exklusiven Probefahrt bei Ihrem Autohaus Nagel in Erding, Mainburg und Neufahrn.

Jetzt Probefahrt vereinbaren.

Mercedes-Benz



Anbieter: Daimler AG, Mercedesstraße 137, 70327 Stuttgart, Partner vor Ort:

AUTOHAUS NAGEL 

Autohaus Nagel GmbH & Co. KG, Autorisierter Mercedes-Benz Verkauf und Service
85435 Erding, Robert-Bosch-Straße 9, Tel. 08122 9796-0, www.mercedes-nagel.de
84048 Mainburg, Karl-Benz-Straße 2, Tel. 08751 8666 0
85375 Neufahrn, Münchner Straße 17, Tel. 08165 64749-0

Jubiläen des Monats

50 Jahre

Foto: Franz Obermeier GmbH



v.l.: Ingrid Obermeier-Osl (Vizepräsidentin IHK für München und Oberbayern/Geschäftsführerin), Franziska Obermeier, Georg Moser (Jubilar), Rosmarie Moser, Alexander Palloch
Franz Obermeier GmbH, Holzwerk, Schwindegg

Foto: Ludwig Kriechbaum GmbH



v.l.: Michael Krämer (Jubilar), Richard Meisinger (Geschäftsführer), Herbert Zängerl (Geschäftsleiter Audi Zentrum)
Ludwig Kriechbaum GmbH, Audi Zentrum Rosenheim

Weitere Jubilare 50 Jahre:

Christa Kronwinkler
FIBA-Finanzberatung und Vermögensverwaltung GmbH, München

40 Jahre

Foto: Franz Obermeier GmbH



v.l.: Ingrid Obermeier-Osl (Vizepräsidentin IHK für München und Oberbayern/Geschäftsführerin), Wolfgang Froschmeier (Jubilar), Anita Froschmeier, Franziska Obermeier, Alexander Palloch
Franz Obermeier GmbH, Holzwerk, Schwindegg

Foto: Franz Obermeier GmbH



v.l.: Alexander Palloch, Franziska Obermeier, Ingrid Obermeier-Osl (Vizepräsidentin IHK für München und Oberbayern/Geschäftsführerin), Johann Rott (Jubilar), Elisabeth Rott
Franz Obermeier GmbH, Holzwerk, Schwindegg

Weitere Jubilare 40 Jahre:

Alois Blöching, Rudolf Hitschfel
Gebr. Geiselberger GmbH, Druck und Verlag, Altötting

Foto: Karl Daum GmbH



v.l.: Dipl.-Betriebswirt (FH) Karl Daum (Geschäftsführer), Juliane Brems (Jubilarin, 30 Jahre), Margarete Daum
Karl Daum GmbH, Eichstätt

Foto: Schrobenshauser Bank eG



v.l.: Klaus Misch (Vorstand), Silvia Jaks (Bankkauffrau/Jubilarin), Carlhans Hofstetter (Vorstand)
Schrobenshauser Bank eG, Schrobenshausen

Karl Pfannenschmidt
METRO Deutschland GmbH, Brunnthal

25 Jahre

Maximilian Gnadl
Brauerei Jakob Wochinger & Sohn GmbH, Traunstein

Rupert Kleinschwärzer
Bayerische Asphalt-Mischwerke GmbH & Co. KG für Straßenbaustoffe

Mike Grünberg
Ecolab Engineering GmbH, Siegsdorf

Bernhard Jahl
Eirenschmalz Maschinenbaumechanik und Metallbau GmbH, Schwabsoien

Sabine Huber
Ganter Presse & Buch GmbH, Prien am Chiemsee

Slawomir Skrobisz
GBH-Gesellschaft für Baustoff-Aufbereitung und Handel mbH, Hofolding

Gerald Blank
Gentherm GmbH, Odelzhausen

Johann Ortner
Hans & Willi Zimmermann GbR, Gars-Bahnhof

Christian Hausler
Heitz GmbH & Co. KG, Garmisch-Partenkirchen

Sabine Weizmann
Ludwig Kriechbaum GmbH, Rosenheim

Rainer Seidel
Ludwig Wallner GmbH, Volkswagen Zentrum Rosenheim

Erwin Brückl
Rieblinger Tiefbau GmbH, Weilach

Harald Baumgartner, Ignazio Leale
Tretter-Schuhe, Josef Tretter GmbH & Co. KG, München

Helmut Geisberger
Wägetechnik Heinz Geisberger, Obing

Aydin Ceylan, Yusuf Ercan, Annette Hacker, Tuncay Sari
Wendelstein Käsewerk GmbH, Bad Aibling

Barbara Gottschall
WIPAG Deutschland GmbH, Neuburg (Donau)

Mitarbeiterjubiläen

IHK-Ehrenurkunde

- ▶ Verleihung ab 10-jähriger ununterbrochener Betriebszugehörigkeit (15, 20, 25 Jahre usw.)
- ▶ Versand oder Abholung bei der IHK
- ▶ auf Wunsch namentliche Veröffentlichung der Jubilare bei 25-, 40- oder 50-jähriger Betriebszugehörigkeit
- ▶ Award/Urkunde ab 30 Euro (35,70 Euro inkl. 19 % MwSt.)

IHK-Award

- ▶ bei 25-, 40- oder 50-jähriger Betriebszugehörigkeit

Antragsformulare und weitere Informationen:

www.ihk-muenchen.de/ehreauszeichnung

IHK-Ansprechpartnerin

Monika Parzer, Tel. 089 5116-1357
monika.parzer@muenchen.ihk.de



Foto: Goran Gajarin

INTERNATIONAL, INDUSTRIE, INNOVATION

HINWEIS: Informationen und Anmeldeunterlagen erhalten Sie unter den jeweils angegebenen Telefonnummern. Falls nicht anders angegeben, finden die Veranstaltungen in München statt.

VERANSTALTUNGEN

Fachkräftequalifizierung international | 11.3.2019

kostenpflichtig | Tel. 089 5116-1365 | delatree@muenchen.ihk.de

Deutsch-Italienische Designkonferenz DDesign IT! | 14.3.2019

kostenpflichtig | Tel. 089 5116-1456 | henke@muenchen.ihk.de

Intensivberatung CHINA | 19.3.2019 | kostenpflichtig

Tel. 089 5116-1328 | ilga.koners@muenchen.ihk.de

Investitionsstandort Deutschland – das aktuelle EFI-Gutachten

19.3.2019 | kostenfrei

Tel. 089 5116-1360 | sabine.kuehnert@muenchen.ihk.de

Intensivberatung ZENTRALASIEN | 22.3.2019 | kostenpflichtig

Tel. 089 5116-1367 | karin.ruf@muenchen.ihk.de

Intensivberatung USA | 29.3.2019 | kostenpflichtig

Tel. 089 5116-1362 | triebess@muenchen.ihk.de

Inhouse-Beratung ITALIEN | 3.4.2019 | kostenpflichtig

Tel. 089 5116-1456 | henke@muenchen.ihk.de

Workshop Warenverkehr in der Zollunion EU-TÜRKEI | 8.4.2019

kostenpflichtig | Tel. 089 5116-1361 | neugebauer@muenchen.ihk.de

Unternehmergespräch: THIMM Verpackung Süd GmbH + Co. KG

10.4.2019 | kostenpflichtig

Tel. 089 5116-1360 | sabine.kuehnert@muenchen.ihk.de

SEMINARE ZOLL UND AUSSENHANDEL

Umsatzsteuer – Behandlung des Waren- und Dienstleistungsverkehrs mit dem Ausland | 13.3.2019

Zoll für Einsteiger: Grundlagen des Zollwesens | 18.3.2019

Grundkurs für Sachbearbeiter im Export (5-tägig) | 19.–28.3.2019

Basislehrgang Zolltarif (Einreihen von Waren) | 27.3.2019

Neu im Programm | IHK-Fachkraft Zoll | 28.3.–29.6.2019

Importe effizient gestalten | 1.4.2019

Statistik des innergemeinschaftlichen Warenverkehrs (INTRASTAT) 12.4.2019

Basisseminar Warenursprung und Präferenzen mit Lieferantenerklärung 7.5.2019

US-(Re-)Exportkontrolle für deutsche Exporteure | 7.5.2019

Hinweis: Alle Seminare im Zoll und Außenhandel sind kostenpflichtig.

Informationen und Anmeldung: Silvia Schwaiger, Tel. 089 5116-5373
silvia.schwaiger@ihk-akademie-muenchen.de

Ganz neu im Programm für international agierende Unternehmen:
Seminare in englischer Sprache:

Leadership and Communication | 8.–9.5.2019

Successful Business Negotiation | 16.–17.5.2019

Project Management Essentials | 16.–17.5.2019

Informationen zu englischsprachigen Seminaren:

Bianca Lörenz, Tel. 089 5116-5403, Loerenz@ihk-akademie-muenchen.de

Weitere Seminare unter: akademie.muenchen.ihk.de/aussenwirtschaft

Firmenindex

Firma	Seite	Firma	Seite
BayBG Bayerische Beteiligungsgesellschaft mbH	48	LoadFox GmbH	52
Bayern International Bayerische Gesellschaft für Internationale Wirtschaftsbeziehungen mbH	46	MedTec & Science GmbH (M&S)	48
BAYERN TOURISMUS Marketing GmbH	25	Messe München GmbH	64
BayStartUP GmbH	12	Müller-BBM GmbH	25
Bräu im Moos GmbH & Co. KG	31	Müller & Sebastiani Elektronik GmbH	48
Byton Limited	29	Münchener Rückversicherungs-Gesellschaft Aktiengesellschaft in München	34
Carl Zeiss AG	12	Nokia Corporation	58
Cliqz GmbH	29	Orange SA	58
custo med GmbH	48	ORDA Technologies GmbH	12
Deal 11 UG (haftungsbeschränkt)	31	Plattenhardt + Wirth GmbH	46
Deutsche Telekom AG	58	Puszta Peppers GmbH	22
Domicil Real Estate Group	10	Rent24 GmbH	20
Dr. Schnell GmbH & Co. KG	42	Rohde & Schwarz GmbH & Co. KG	58
ELSIMA Elektroanlagenbau GmbH	52	SAP SE	31
EOS Group	12	Schott Systeme GmbH	46
e.sigma Systems GmbH	46	Seokratie GmbH	18
Flughafen München GmbH	20	Siemens AG	20
Friendsfactory AG	20	SMP IT-Media GmbH	20
GlobalCom PR Network Ltd.	52	Sono Motors GmbH	29
Haus des Stiftens gGmbH	56	SportKITA Glückskind	22
HiPP GmbH & Co. Vertriebs KG	34	Stadtwerke München GmbH	25
Hofer'sche Sanvithek	40	Tatanka GmbH	18
Institut für Rundfunktechnik GmbH	58	Telefonaktiebolaget LM Ericsson	59
Käfer AG	12	Telefónica Germany GmbH & Co. KG	59
Käfer Capital GmbH	12	Territory Influence Group	18
KAISSAR FILM GmbH & Co. KG	10	Varia Volkskunsthändlergesellschaft mbH & Co. Metallkunst KG	40
Kathrein SE	58	vodafone GmbH	59
Krömer GmbH & Co. KG	38	WeWORK Companies Inc.	20
Lilium GmbH	29	ww workingwell GmbH	20
LiveCycle GmbH	22	<i>Die Seitenangaben beziehen sich auf den Anfang des jeweiligen Artikels.</i>	

Einrichtung eines IHK-Ausschusses Unternehmensverantwortung – Berufung der Mitglieder

Die Vollversammlung hat in ihrer Sitzung vom 05.12.2018 gemäß § 9 der Satzung der IHK für München und Oberbayern wie folgt beschlossen:

Anstelle des bisherigen IHK-Arbeitskreises Unternehmensverantwortung wird zum 01.01.2019 ein IHK-Ausschuss Unternehmensverantwortung eingerichtet.

Die nachfolgend aufgeführten Personen wurden gemäß § 9 Abs. 1 der Satzung der IHK für München und Oberbayern in den IHK-Ausschuss Unternehmensverantwortung berufen:

Anderson, Ingmar
CR-Manager, Lowa Sportschuhe GmbH
Jetzendorf

Attin, Peter
Senior Vice President CSR
MAN SE + VW Truck + Bus AG
München

Barfuß, Georg Stephan Prof. Dr.
Head of Sustainability Management
Dräxlmaier Group
Vilsbiburg

Berghäuser, Christina
Referentin strategisches
Nachhaltigkeitsmanagement
Flughafen München GmbH, München

Berr-Sorokin, Martin
CEO / Gründer, Integrity Next GmbH
München

Braun, Sabine
Geschäftsführerin
akzente kommunikation und beratung GmbH
München

Depping, André, Dr.
Partner, BEITEN BURKHARDT
Rechtsanwaltsgesellschaft mbH
München

Désilets, Peter
Geschäftsführer
pacoön GmbH | strategie + design
München

Dichtl, Johanna, Dr.
Nachhaltigkeitsmanagerin
Münchener Hypothekenbank eG
München

Eckert, Fabian
Geschäftsführer, ReCup GmbH
München

Egert, Johannes
Bankdirektor, Abteilungsleiter
Unternehmer- und Immobilienkunden
DONNER & REUSCHEL Aktiengesellschaft
München

Fuchs, Detlef, Personaldirektor
HiPP GmbH & Co. Vertrieb KG
Pfaffenhofen an der Ilm

Fuchsberger Paukert, Sabine
Geschäftsführerin
ilapo pharmazeutischer Großhandel GmbH & Co KG
München

Gloeden, Sandra
Head of Responsibility & Sustainability
Airbus Defence and Space, München

Heinrich, Peter
Geschäftsführer
Heinrich GmbH - Agentur für Kommunikation
Ingolstadt

Holzapfel, Florian
Marketing/Kommunikation, Kessel AG
Lenting

Kauer, Fabian
Vorstandsreferent, Messe München GmbH
München

Kümmel, Annette
Senior Vice President,
Governmental Relations & Regulatory Affairs
ProSiebenSat1 Media SE
Unterföhring

Kugler, Christine
Leiterin Bäder, Stadtwerte München GmbH (SWM)
München

Lechner, Anton
Qualitätsmanager, Himolla Polstermöbel GmbH
Taufkirchen

Lenz, Sarah
Sustainability / Umweltmanagement
Bergzeit GmbH, Gmund am Tegernsee

Marschall, Thomas
Geschäftsführender Partner
Marschall & Andere GmbH, München

Mittermeier, Stefan
Abteilungsleiter Unternehmensentwicklung
Stadtsparkasse München, München

Molek, Yvonne
Co-Founder, Member advisory board
w&p Wilde & Partner Public Relations GmbH
München

Mund, Oliver
Geschäftsführer, Turtlebox GmbH
Pullach im Isartal

Paffen, Jessica
Leiterin Corporate Responsibility
BayWa AG, München

Piskora, Astrid
Senior Manager Corporate Citizenship
Walt Disney Company (Germany) GmbH
München

Ramgraber, Christina
Geschäftsführerin, sira Projekte GmbH
München

Sardison, Markus, Dr.
Head of Corporate Responsibility
Telefonica Deutschland Holding AG
München

Sasse, Laura
Chief Digital Officer, Dr. Sasse AG
München

Schambeck, Cornelia
Gesellschafterin
KAUT-BULLINGER Office + Solution GmbH
München

Schenk, Michaela
Geschäftsführerin, MAWA GmbH
Pfaffenhofen an der Ilm

Scherzer, Sandra
Bereichsleitung Unternehmenskommunikation
und Konzernpressesprecherin, Zeppelin GmbH
Garching

Schneidermeier, Christian
CEO, Ortovox Sportartikel GmbH
Taufkirchen

Schüle, Norbert
Leiter Qualitäts- und Nachhaltigkeitsmanagement
Studiosus Reisen München GmbH, München

Seitz, Helga
Nachhaltigkeitsmanagement
Abfallwirtschaftsbetrieb (München), München

Strödel, Sara
Social Compliance Managerin
Marc O'Polo International GmbH, Stephanskirchen

Struppler, Markus
Geschäftsführer, Proske GmbH
Rosenheim

Suhr, Lisa
Sustainability-Managerin + QM-Managerin
Molkerei MEGGLE Wasserburg GmbH & Co. KG
Wasserburg am Inn

Tropschuh, Peter-Felix Prof. Dr.-Ing.
Leiter Nachhaltigkeit, Audi AG, Ingolstadt

Wickenhäuser-Egger, Kathrin
Vorstand, Wickenhäuser & Egger AG
München

Wittig, Robert
Leiter Managementsysteme Qualität,
Umwelt und Energie
Bauer Unternehmensgruppe GmbH & Co. KG
Weilheim in Oberbayern

Witting, Hannah
Consultant, B.A.U.M Consult GmbH
München

LADENBAU

Tegometall

Regale für Laden + Lager

Hermann Ladenbau GmbH
Meglingerstr. 60
81477 München,
Tel. 089/1 68 43 07 • Fax 1 68 92 75
www.hermann-ladenbau.de

UNTERNEHMENSBERATUNG

Biete Unternehmensanalyse
Telefon 08141/888 24 13

HALLEN- UND GEWERBEBAU

In allen Größen.



Hallen mit System.



www.rentz-container.com

ZAUNANLAGEN

Vertriebsmarken:

CTI ZAUN DISCOUNT DER VERKÜRZTEN ZAUNEN

deutsche zauntechnik INNOVATIVE SYSTEME

Zaun- & Toranlagen

Jetzt auch in München!

089 4132605-1420

AOS STAHL

www.aos-stahl.de

HALLEN- UND GEWERBEBAU



Hallen für Handwerk, Gewerbe und Industrie

Aumer Stahl- und Hallenbau
Am Gewerbepark 30
92670 Windischeschenbach
Telefon 09681 40045-0
hallenbau@aumergroup.de

Aumer Gewerbebau
Gewerbepark B4
93086 Wörth a. d. Donau
Telefon 09482 8023-0
gewerbebau@aumergroup.de

Aumer Gewerbebau
Schleißheimer Straße 95
85748 Garching b. München
Telefon 089 327087-40
garching@aumergroup.de

www.aumergroup.de



IMMOBILIEN

WEICHSELGARTNER seit 1975

■ **WOHN- & GEWERBEIMMOBILIEN IN MÜNCHEN & REGION**
Immobilienkaufleute (IHK) verkaufen & bewerten Ihre Immobilie ****kostenfrei**.

www.weichselgartner-immo.de • Ihr Münchner Immobilienbüro ☎ 089/918071

WERBEARTIKEL

STIEFEL®

eurocart

Ihr Partner für Langzeitwerbung
Info (0 84 56) 92 43 00
www.stiefel-online.de

Wandkarten • Kalender • Schreibunterlagen • Wahlplakate

GROSSFORMAT- UND DIGITALDRUCK

STIEFEL

digitalprint

Wir beraten Sie gerne.
Service-Telefon (0 84 56) 92 43 50
www.stiefel-online.de

XXL-Werbebanner • Fahnen/Displays • Plattendruck • Wahlplakate

HAUSVERWALTUNGEN

Hausverwaltung Lederer

Verwaltung von Mietwohnanlagen, Gewerbeobjekten und Wohn- und Geschäftshäusern.

Sie suchen für Ihr Objekt in München oder Umland eine kompetente und zuverlässige Hausverwaltung?

Fordern Sie unverbindlich unsere Informationsbroschüre an!



Mitglied im Verband
der Immobilienverwalter
Bayern e.V.

Hausverwaltung Lederer GmbH
Maistraße 63 • 80337 München
Tel.: 089 / 543 92 63
www.hausverwaltung-lederer.de



TELEFONANLAGEN

Ihr Kommunikationsserver vom Fachmann

mehr als 50 Jahre Erfahrung – kompetente Beratung

Individuelle Lösungen wie CTI/Cordless/VoIP/UMS/VoiceMail/Komf.-Geb.Erfassung u.a.m.
Zögern Sie nicht uns anzurufen um ein unverbindliches Angebot anzufordern.

UNIFY

OpenScape Business / 4000

KNOTGEN

Telefonsysteme Vertriebs GmbH

Alcatel-Lucent

OMNI - PCX



Neue und gebrauchte TK-Anlagen
KAUF - MIETE - EINRICHTUNG - SERVICE
- günstiger als Sie glauben -
www.knoetgen-tel.de / info@knoetgen-tel.de
Raiffeisenallee 16, 82041 Oberhaching/München
Tel. 089/614501-0, Fax 089/614501-50
- Unser SERVICE beginnt mit der Beratung -



**Jetzt
testen!**

2 Wochen gratis:
merkur.de/epaper

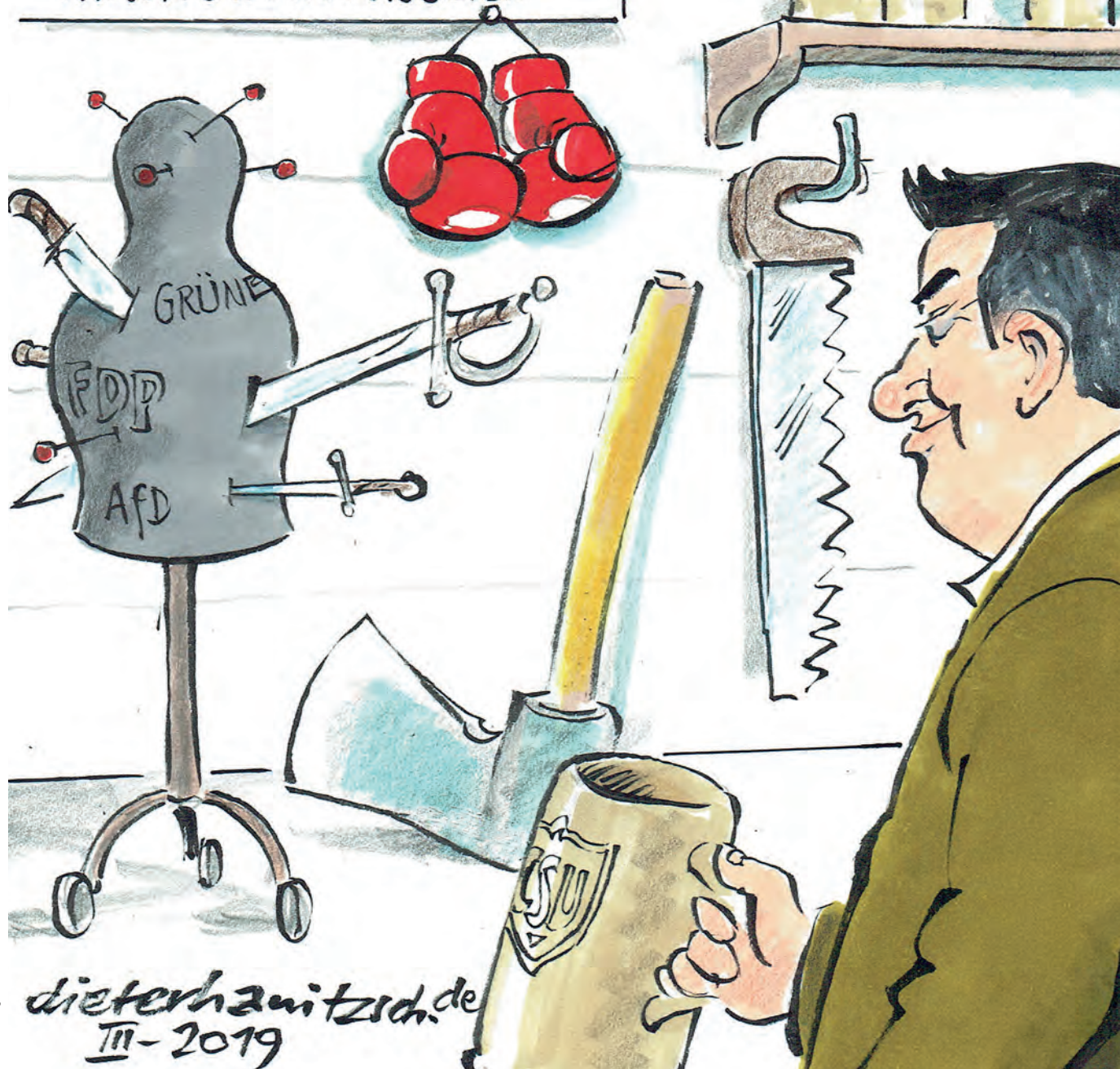
Wo immer Sie sind – Ihre digitale
Heimatausgabe des Münchner Merkur
wartet auf Sie. Für PC, Tablet und Smartphone.

EINFACH MEHR WISSEN.



Für den politischen Ascher-
mittwoch in Passau.

Zeichnung: Dieter Hanitzsch



IMPRESSUM

Wirtschaft –
Das IHK-Magazin für München und Oberbayern
75. Jahrgang, 1. März 2019
www.ihk-muenchen.de/ihk-magazin
ISSN 1434-5072

Verleger und Herausgeber
Industrie- und Handelskammer
für München und Oberbayern
80323 München

Hausanschrift:
Max-Joseph-Straße 2, 80333 München
Telefon 089 5116-0, Fax 089 5116-1306

Internet: www.ihk-muenchen.de

E-Mail: info@muenchen.ihk.de

Chefredakteurin: Nadja Matthes

Redaktion: Andrea Schneider-Leichsenring

Redaktionsassistent: Iris Oberholz

Redaktionelle Mitarbeiter:

Harriet Austen, Stefan Bottler, Uli Dönch,
Eva Elisabeth Ernst, Dr. Lorenz Goslich,
Mechthilde Gruber, Monika Hofmann, Cornelia Knust,
Dr. Gabriele Lücke, Eva Müller-Tauber,

Ulrich Pfaffenberger, Melanie Rübarsch,
Josef Stelzer

Redaktion Berlin: Sabine Hölper
Gesamtherstellung/Anzeigen/Vertrieb:
Münchener Zeitungs-Verlag GmbH & Co. KG
Paul-Heyse-Str. 2-4, 80336 München
www.merkur-online.de

Anzeigenleitung (verantwortlich) & Vertriebsleitung:

MuP Verlag GmbH, Nymphenburger Str. 20 b,
80335 München – Christoph Mattes, GF,
Tel. 089 139284220

E-Mail: christoph.mattes@map-verlag.de

Stellvertretende Anzeigenleiterin:

MuP Verlag GmbH, Nymphenburger Str. 20 b,
80335 München – Regine Urban-Falkowski,
Tel. 089 139284231, E-Mail: wirtschaft@map-verlag.de

Produktion: adOne

Nymphenburger Str. 20 b, 80335 München
Telefon 089 1392842-0, Fax 089 1392842-28

www.adone.de

Projektleitung/Geschäftsführung: Boris Udina

Grafik: Petra Hoffmann

Druck: Firmengruppe APPL, Senefelderstraße 3–11,
86650 Wemding

Titelbild: jackfrog_Fotolia.com

Schlussredaktion: Lektorat Süd,
Hohenlindener Straße 1, 81677 München
www.ektorat-sued.de

Nachdruck mit Quellenangaben sowie fototechnische
Vervielfältigung für den innerbetrieblichen Bedarf gestattet.
Belegexemplare bei Nachdruck erbeten. Die signierten
Beiträge bringen die Meinung des Verfassers, jedoch nicht
unbedingt die der Kammer zum Ausdruck.

»Wirtschaft – Das IHK-Magazin für München und
Oberbayern« ist das öffentliche Organ der Industrie- und
Handelskammer für München und Oberbayern.

Das Magazin wirtschaft erscheint monatlich.

Druckauflage: 109.954 (IVW IV. Quartal 2018)

Zurzeit gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 75
vom 1.1.2019



Für mich hat sich's gelohnt!

Westerhamer Projektleiter/-in IHK

15. April – 20. Sept. 2019

Führung 4.0

Führung agiler gestalten

28. März 2019

Nutze die Zeit

Effektives Zeitmanagement

Ingolstadt: 19. März oder 15. Okt. 2019

Mühldorf am Inn: 14. Mai oder 05. Nov. 2019

**Jetzt online
anmelden!**

Auf geht's: Wählen Sie jetzt aus über 500 Prüfungslehrgängen, Seminaren, Zertifikatslehrgängen und Management Trainings für alle Karrierestufen. Online, Vollzeit oder berufsbegleitend – bei uns finden Sie die Weiterbildung, die perfekt zu Ihnen passt.

Alle Infos auf: www.ihk-akademie-muenchen.de



IHK

Akademie

München und Oberbayern



**SIE SUCHEN
GESTALTUNGS-
FREIRÄUME
DIREKT VOM
EIGENTÜMER?**

**ALLES EINE FRAGE
DES STANDORTS.**

Stellen Sie sich vor, Sie haben heute 3 Mitarbeiter und morgen 30. Dann brauchen Sie einen zuverlässigen Vermieter, der Sie versteht und unkompliziert auf Ihren Bedarf eingeht, weil er nicht nur mehr Platz für Ihren Erfolg anbieten kann, sondern auch eine mitwachsende Infrastruktur. Mit persönlichen Ansprechpartnern direkt vor Ort, die offen auf Ihre Erfordernisse und Ideen eingehen. **Weitere Infos und provisionsfreie Vermietung unter +49 89 30909990 oder info@businesscampus.de**

**DER
STANDORT**

Business Campus 