

wirtschaft

08/2019

Auf *neuen* Pfaden

Tourismus –
wie die Branche
auf das veränderte
Reiseverhalten
reagiert

Kastner AG

Unternehmer Dennis Kastner will
das Medienhaus neu positionieren

IHK-Report

Wie entwickelt sich das
Fachkräfteangebot in Bayern?

Onlinehandel

Neue Regeln für
Zahlverfahren im Internet



MINI ELECTRIC

ELEKTRISIERT IHR BUSINESS.

Kommen Sie bei Ihren Kunden gut an - als nachhaltiges Unternehmen. Mit dem MINI Countryman Plug-In Hybrid genießen Sie emissionslose Stadtfahrten im Elektromodus und benzinbetriebene Agilität auf längeren Strecken. Jetzt zu attraktiven gewerblichen Konditionen bei uns.

LEASINGANGEBOT VON DER BMW BANK GMBH: DER MINI COUNTRYMAN PLUG-IN HYBRID.

Moonwalk Grey metallic, Stoff-/Leatherettekombination Black Pearl, Connected Navigation Plus, Automatikgetriebe Steptronic, Ausstattungspaket Chili, Business Paket, Steuerung EfficientDynamics, Sport-Lederlenkrad, MINI Driving Modes, Park Distance Control (PDC), Sonnenschutzverglasung u.v.m.

Anschaffungspreis:	31.596,64 €	Sollzinssatz p. a.*:	0,99 %
Leasingsonderzahlung:	0,00 €	Effektiver Jahreszins:	0,99 %
Laufleistung p. a.:	10.000 km	Gesamtbetrag:	38.378,16 €
Laufzeit:	36 Monate	36 monatliche Leasingraten à:	299,00 €

Ein unverbindliches Leasingbeispiel der BMW Bank GmbH, Lilienthalallee 26, 80939 München; alle Preise exkl. 19% MwSt.; Stand 07/2019. Nach den Leasingbedingungen besteht die Verpflichtung, für das Fahrzeug eine Vollkaskoversicherung abzuschließen. Dieses Beispiel gilt nicht für Verbraucher. Es richtet sich ausschließlich an selbstständige und gewerbliche Kunden. Informationen hinsichtlich weiterer Bedingungen und Details erhalten Sie bei Ihrem MINI Partner. * gebunden für die gesamte Vertragslaufzeit
Firma: Autohaus Michael Schmidt GmbH; Geschäftsführung: Goerg Pfeffer; Sitz und Registergericht: München HR B 165983.

Wir vermitteln Leasingverträge ausschließlich an die BMW Bank GmbH, Lilienthalallee 26, 80939 München.

Zzgl. 722,69 EUR für Transport.

Kraftstoffverbrauch innerorts: 0,0 l/100 km, außerorts: 0,0 l/100 km, kombiniert: 2,5 l/100 km, CO₂-Emission kombiniert: 56 g/km, Stromverbrauch: 13,7 kWh/100km, Energieeffizienzklasse: A+

DER MINI COUNTRYMAN PLUG-IN HYBRID.



Autohaus Michael Schmidt GmbH

Leutstettener Straße 26
82319 Starnberg
Info@bmw-schmidt.com
Tel. 08151 2698-0

MINI Service
Hans-Urmiller-Ring 46b
82515 Wolfratshausen
Tel. 08171 41869-0

MINI Service
Industriestraße 8
82110 Germering
Tel. 089 894153-0

MINI Service
Demmeljochstraße 3
83646 Bad Tölz
Tel. 08041 7899-0

Autohaus Baierbrunn

MINI Service
Oberdillerstraße 29
82065 Baierbrunn
Tel. 089 74418-10

Die IHK ist der Anwalt der kleinen Firmen

Die Aufgaben, mit denen sich Unternehmer auseinandersetzen müssen, werden mehr und aufwendiger: der Umgang mit neuen Gesetzen und Vorschriften, zum Beispiel beim Datenschutz. Die Konsequenzen aus politischen Verwerfungen, etwa durch Brexit oder Russlandboykott. Die richtigen Entscheidungen beim technischen Wandel, zum Beispiel zur Digitalisierung oder Energiewende. Kein Unternehmen kann sich dem entziehen. Doch während große Firmen und Konzerne dafür ihre Stabsabteilungen haben, sehen sich Führungskräfte kleiner Firmen im Alltagsgeschäft allein mit diesen Aufgaben konfrontiert.

Dabei steht ihnen ein Ratgeber zur Verfügung, der auf all diesen Feldern – und noch vielen anderen mehr – mit großer Kompetenz versehen ist: die IHK. Mehr noch als »die Großen« profitieren »die Kleinen« vom dort versammelten Know-how. Nach dem Prinzip »gleiches Recht für alle« steht ihnen der Zugang zum gesamten Wissen und zu allen Informationen offen, die aus der täglichen Arbeit heraus in die IHK fließen und dort gesammelt, analysiert und verarbeitet werden.

Gerade in turbulenten Phasen des Wirtschaftslebens oder bei widrigen Entwicklungen der Konjunktur ist es wichtig, auf diese Eigenschaft einer Industrie- und Handelskammer hinzuweisen. Weil wir uns als Selbsthilfeorganisation der Wirtschaft verstehen, gibt es keine Zugangsschranken zu unserem Service. Und auch keine Hierarchie in der Wichtigkeit. Jede Frage, die sich ein Mitgliedsunternehmen stellt, jede Sorge, die es plagt, jede Unsicherheit, die es am Vorankommen hindert, ist eine Aufgabe für die IHK.

Wir nehmen im Interesse aller Mitglieder Einfluss auf Politik und Verwaltung – unabhängig von vermeintlicher Wichtigkeit. Die Vollversammlung, in der eine stattliche Anzahl von Inhabern und Geschäftsführern kleiner und mittelständischer Betriebe ihre Branche und ihre Regionen repräsentieren, ist ein Spiegelbild dieser Haltung. Von den dort hineingewählten Unternehmerinnen und Unternehmern wird die Arbeit der ganzen Kammer daran gemessen, ob sie jedem Unternehmen gleichermaßen dient. Dies gilt noch stärker in den Augen der Öffentlichkeit.

In einer Zeit der Sharing Economy ist dieses vorbehaltlose Teilen von Erfahrung und Wissen einer unserer größten Vorzüge. Es zeugt von gelebter Verantwortung und vom Bewusstsein wechselseitiger Abhängigkeit. So macht es jeden Einzelnen stark – und damit die Gemeinschaft aller Unternehmen in unserer Region.



Dr. Eberhard Sasse, Präsident der IHK für München und Oberbayern

TITELTHEMA

TOURISMUS

Das Reiseverhalten verändert sich, das Klima ebenfalls. Ferienregionen müssen sich auf den Wandel einstellen und reagieren mit neuen Angeboten, Strukturen und Kooperationen.



UNTERNEHMEN

LEUCHTTURM

In Martinsried bei München arbeiten Biotech-Unternehmen und Wissenschaft eng zusammen, zahlreiche neue Firmen sind entstanden. Doch das Geschäft braucht viel Zeit – und Kapital.



BETRIEB + PRAXIS

KULTURWANDEL

Wie kommt das Neue ins Unternehmen? Die digitale Transformation verlangt nach einer Innovationskultur. Wie Firmen dabei am besten vorgehen.



NAMEN + NACHRICHTEN

- 6 **PRODUKTPIRATERIE**
Fälschungen kosten Milliarden

UNTERNEHMERPROFIL

- 10 **DENNIS KASTNER**
Wie der Unternehmer das Medienhaus Kastner AG neu positionieren will

TITELTHEMA

- 12 **TOURISMUS**
Neue Reisevorlieben, Klimawandel, Über-tourismus – die Branche steckt im Umbruch
- 16 **FÖRDERUNG**
Angebote für Tourismusbetriebe
- 18 **RECHT**
Gästekarten: Was Hoteliers beachten sollten
- 20 **MOBILE PAYMENT**
Touristen schätzen Alipay & Co.

STANDORTPOLITIK

- 22 **EHRENAMT**
Warum sich Speditionsunternehmerin Katrin Eissler gleich mehrfach engagiert
- 25 **IHK-AUSSCHÜSSE**
Tourismus, Dienstleistungen und Handel/ Wohnraumangel in Fürstentfeldbruck
- 26 **NACHHALTIGKEITSZIELE**
Bezahlbare und saubere Energie
- 28 **IHK-FACHKRÄFTE-REPORT**
Wie entwickelt sich das Fachkräfteangebot?
- 30 **FACHKRÄFTE**
Ralf Holtzwardt von der Bundesagentur für Arbeit über die Sicherung von Fachkräften
- 31 **INTERVIEW**
Arbeitsministerin Kerstin Schreyer macht sich für Menschen mit Behinderung stark
- 32 **GRUNDSTEUER**
Der Weg für ein Flächenmodell ist frei
- 34 **MEDIZINPRODUKTE**
Zulassung neuer Produkte wird aufwendiger
- 36 **PRO & CONTRA**
Jahresgespräche – sinnvoll oder zu unflexibel?

UNTERNEHMEN + MÄRKTE

- 38 **BIOTECHNOLOGIE**
Der Campus in Martinsried will optimale Bedingungen für Biotech-Firmen bieten
- 41 **IHK AKTUELL**
Elektronische Patientenakte/Termine

- 42 FINNLAND
Chancen für oberbayerische Unternehmen
- 44 LAUFSERIE B2RUN
Warum sich die Teilnahme für Firmen lohnt

BETRIEB + PRAXIS

- 46 LEBENSMITTELHYGIENE
Versäumnisse werden öffentlich
- 49 UNTERNEHMENSFÜHRUNG
Die Suche nach dem höheren Sinn
- 50 INNOVATIONSKULTUR
Wie Firmen gute Ideen gedeihen lassen
- 52 EINZELHANDEL
Neue Regeln für Zahlverfahren im Internet

EVENTS

- 54 BAYERISCHE BEGEGNUNGEN
Jubiläum Münchner Existenzgründungsbüro,
IHK-Unternehmerinnentag, IHK-Forum
Ingolstadt und Erich Greipl Gedächtnisturnier

DA SCHAU HER

- 58 HAUPTBAHNHOF MÜNCHEN
Der neue Hauptbahnhof soll zum echten
Wahrzeichen der Landeshauptstadt werden

RUBRIKEN

- 3 EDITORIAL
- 72 EHRUNGEN
FIRMENINDEX
- 74 KARIKATUR/IMPRESSUM

Beilagenhinweis: SCHULTZ Büromöbel

 fb.com/ihk.muenchen.oberbayern
 @IHK_MUC

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



SpardaBusiness | FÜR FREIBERUFLER
UND SELBSTSTÄNDIGE.

NEU!



Gemeinsam mehr als eine Bank

SpardaBaufinanzierung:

Deutschlands fairster Weg ins Eigenheim für **Freiberufler** und **Selbstständige**.

- Günstige Sollzinsen
- Bis zu 20 Jahre Zinsfestschreibung
- Einfache Abwicklung
- Kein Verkauf von Darlehensforderungen

Informieren Sie sich in Ihrer Filiale oder online.

Arnulfstraße 15 · 80335 München

Weitere Geschäftsstellen in München (19x) und Oberbayern (26x)
SpardaService-Telefon: 089 55142-400

Sparda-Bank

www.sparda-m.de



Mittelstand

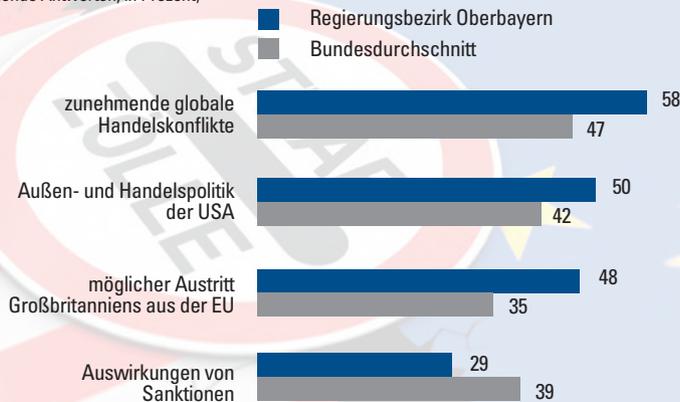
Handelskonflikte belasten Geschäft

Handelskonflikte, politische Krisen und der Brexit treffen Unternehmen aus Oberbayern besonders stark. Zu diesem Ergebnis kommt die aktuelle Mittelstandsstudie der Commerzbank »Wie sicher sind die Märkte? Risiken managen im internationalen Geschäft«. 58 Prozent bewerten die zunehmenden globalen Handelskonflikte als negativ für die eigene Geschäftstätigkeit, 48 Prozent den anstehenden Brexit (s. Grafik).

Befragt wurden bundesweit 2000 Unternehmen, 115 davon aus Oberbayern, mit einem Jahresumsatz von mehr als zwei Millionen Euro.

www.unternehmerperspektiven.de

Haben die folgenden wirtschaftspolitischen Entwicklungen und Ereignisse heute oder in den nächsten Jahren Auswirkungen auf Ihre Geschäftstätigkeit?
(zustimmende Antworten, in Prozent)



Quelle: Commerzbank; Foto: blueesign_Fotolia.com

Produktpiraterie

Fälschungen kosten Milliarden

Marken- und Produktfälscher verursachen gewaltige Schäden. Einer neuen Schätzung des Amtes der Europäischen Union für geistiges Eigentum (EUIPO) zufolge entgehen der EU durch Marken- und Produktpiraterie in elf wichtigen Wirtschaftszweigen bis zu 60 Milliarden Euro pro Jahr – ein Gesamtverlust von 7,4 Prozent aller Verkäufe in den Sparten Kosmetika, Bekleidung/Schuhe, Sportartikel, Spiele, Schmuck/Uhren, Taschen, bespielte Tonträger, Alkoholika, Arzneimittel, Pestizide und Smartphones.

EUIPO geht davon aus, dass EU-weit dadurch bis zu 468000 Arbeitsplätze direkt verloren gehen. In Deutschland büßen die elf Branchen 7,1 Milliarden Euro an Einnahmen ein. euipo.europa.eu/ohimportal/de – Suchbegriff »Statusbericht«

KURZ & KNAPP

Ranking

Münchner Unis top

International behaupten die Universitäten in der bayerischen Landeshauptstadt ihren guten Ruf. Im aktuellen QS World University Ranking 2020 liegen die Technische Universität München (TUM, Rang 55) und die Ludwig-Maximilians-Universität München (Rang 63) unter den Top 100. Die Technische Universität München steht damit zum fünften Mal in Folge im QS-Ranking an der Spitze der deutschen Universitäten. Von den deutschen Hochschulen schaffte es ansonsten nur noch die Ruprecht-Karls-Universität Heidelberg (66) unter die besten 100.

www.topuniversities.com

Verpackungen

Was muss registriert werden?

Die Stiftung Zentrale Stelle Verpackungsregister hat ihren neuen Katalog systembeteiligungspflichtiger Verpackungen veröffentlicht. Damit können Unternehmen ermitteln, ob die von ihnen mit Waren befüllten Verpackungen systembeteiligungspflichtig sind. Auch die Nutzung wurde verbessert: Verpackungen und Produkte können jetzt über eine Volltextsuche gefunden werden. Der Katalog wird jährlich überarbeitet.

www.ihk-muenchen.de/verpackungsgesetz und www.verpackungsregister.org

Einzelhandel

Geschäft legt zu

Der Umsatz im bayerischen Einzelhandel (ohne Kraftfahrzeughandel) wuchs im Mai 2019 gegenüber dem Vorjahresmonat nominal um sieben Prozent und preisbereinigt um knapp über sechs Prozent, meldet das Bayerische Landesamt für Statistik. In den ersten fünf Monaten erhöhte sich der nominale Umsatz im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 5,5 Prozent (preisbereinigt: +4,9 Prozent).

www.statistik.bayern.de

PERSONALIA

Sparkassenverband Bayern

Uwe Brandl neu im Präsidium

Die Ordentliche Verbandsversammlung des Sparkassenverbands Bayern hat ein zusätzliches Präsidiumsmitglied gewählt: Neuer stellvertretender Verbandsvorsitzender ist Uwe Brandl (59), Bürgermeister der Stadt Abensberg, Präsident des Bayerischen Gemeindetags sowie Präsident des Deutschen Städte- und Gemeindebunds.



www.sparkassenverband-bayern.de

Lilium GmbH

Anja Maassen van den Brink ist CPO

Anja Maassen van den Brink erweitert das Führungsteam des Start-ups Lilium GmbH in Weßling bei München als Chief People Officer. Sie wird den Teamaufbau verantworten und das Wachstum des Unternehmens in den kommenden Jahren unterstützen.



www.lilium.com

Generali Deutschland AG

Neuer Country Chief Insurance Officer

Mit Wirkung zum 1. Juli 2019 hat Roland Stoffels (52) die Funktion als Country Chief Insurance Officer P&C bei der Generali Deutschland AG, München, übernommen. Er löst Ulrich Rieger ab, der zum 30. Juni 2019 in den Ruhestand gegangen ist.



www.generali.de

Fotos: Abensberg, Lilium, Generali Deutschland

Foto: stimuv.bayern.de



Bei der Verleihung »Blühender Betrieb« – Antje Arnold, AUDI, Robert Wittig, Bauer Unternehmensgruppe, Julia Gotzler und Hermann Blomeyer, beide Flughafen München (v.l.)

Auszeichnung

Engagiert für Bienen & Co.

Acht Unternehmen aus Oberbayern sind als »Blühender Betrieb« vom Bayerischen Umweltministerium im Rahmen des Blühpakts Bayern ausgezeichnet worden. Ziel ist es, möglichst viele Akteure zu gewinnen, die Lebensraum für Bienen und andere Insekten schaffen, beispielsweise mit einer naturnahen Gestaltung der Außenanlagen. »Die »Blühenden Betriebe« sind ein leuchtendes Beispiel dafür, dass unternehmerischer Erfolg und ökologisches und nachhaltiges Handeln miteinander vereinbar sind«, so Bayerns Umweltminister Thorsten Glauber (Freie Wähler).

Die ausgezeichneten Unternehmen aus Oberbayern sind: Arthrex GmbH, München, AUDI AG, Werk Münchsmünster, Bauer Unternehmensgruppe GmbH & Co. KG, Weilheim, Flughafen München GmbH, Kilian Willibald GmbH, Lenggries, Leicher Engineering GmbH, Kirchheim, Océ Printing Systems GmbH & Co. KG, Poing und SALUS Haus Dr. med. Otto Greither Nachf. GmbH & Co. KG, Bruckmühl.

Mit AUDI, Bauer und dem Flughafen München engagieren sich drei der prämierten Betriebe auch im Ausschuss Unternehmensverantwortung der IHK für München und Oberbayern, der sich zum Ziel gesetzt hat, Nachhaltigkeit als Leitbild einer zukunftsfähigen Entwicklung zu stärken und zur Umsetzung der UN-Agenda 2030 in der Region beizutragen.

www.bluehpakt.bayern.de

Zahl des Monats

Reiseland Bayern – der Umsatz von Hotels und anderen Unterkünften stieg von Januar bis Mai 2019 um

3,9 Prozent

im Vergleich zum Vorjahreszeitraum (preisbereinigt).

Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik

IHK-Links des Monats

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

Foto: Monika Wisniewska, Fotolia.com



Hitze am Arbeitsplatz – was ist zu tun?

Ein generelles Hitzefrei am Arbeitsplatz gibt es nicht. Arbeitgeber müssen aber ihre Fürsorgepflicht beachten: Sobald im Büro 30 Grad erreicht sind, müssen Unternehmen tätig werden, damit es den Mitarbeitern weiterhin gut geht. Mehr auf unserer Website:

www.ihk-muenchen.de/hitze

GmbH-Gründung

Die Haftungsbeschränkung macht die GmbH zu einer der beliebtesten Rechtsformen bei der Firmengründung. Was Unternehmer beachten sollten:

www.ihk-muenchen.de/gmbh-gruenden

Studie: Fahrzeugbau in Bayern

Neue Technologien verändern den Fahrzeugbau in den nächsten Jahren entscheidend. Welche Folgen dies für die Branche in Bayern hat, untersuchte das ifo Institut im Auftrag des Bayerischen Industrie- und Handelskammertags:

www.ihk-muenchen.de/fahrzeugbau

Infos rund um Verpackungen

In den Meeren sammelt sich Plastikmüll, Läden ohne Verpackungen florieren – wie Waren verpackt werden, wird immer mehr zum Thema. Aktuelle Infos und den neuen Leitfaden zu nachhaltigen Verpackungen gibt es unter:

www.ihk-muenchen.de/verpackung

Die neue Medizinprodukteverordnung

Ab 26. Mai 2020 gilt die neue Medizinprodukteverordnung (MDR). Für Hersteller von Medizinprodukten bedeutet sie eine große Umstellung. Die wichtigsten Änderungen, Fristen zur Anwendung und weitere Informationen:

www.ihk-muenchen.de/mdr

Links des Monats

Kassenbuchführung

www.ihk-muenchen.de/kassenbuchfuehrung

Mutterschutz

www.ihk-muenchen.de/mutterschutz

Steuerliche Abschreibung und AfA-Tabellen

www.ihk-muenchen.de/abschreibung

Abmahnung

www.ihk-muenchen.de/abmahnung

Mediation

www.ihk-muenchen.de/mediation

Internetrecht

www.ihk-muenchen.de/internetrecht



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



Foto: zhu difeng_Fotolia.com

Ausländische Fachkräfte – leichter Einstieg in den Arbeitsmarkt

Fachkräfte

Erleichterung beim Zuzug

Das neue Fachkräfteeinwanderungsgesetz soll qualifizierten Fachkräften aus Staaten außerhalb der Europäischen Union (Drittstaaten) ermöglichen, künftig leichter nach Deutschland einzuwandern. Im Juni hat der Bundesrat das Gesetz gebilligt. Es tritt Anfang 2020 in Kraft und sieht für den Zuzug von Fachkräften einige Erleichterungen vor.

Kann beispielsweise eine qualifizierte Fachkraft einen Arbeitsvertrag und eine in Deutschland anerkannte Qualifikation vorweisen, dann entfällt die sogenannte Vorrangprüfung der Bundesagentur für Arbeit. Damit entfällt in diesen Fällen auch eine sogenannte Vorabzustimmung. Bei der Vorrangprüfung wurde kontrolliert, ob die konkrete Stelle auch mit einer in Deutsch-

land arbeitsuchend gemeldeten Person besetzt werden könnte. Als Fachkraft gelten künftig einheitlich Hochschulabsolventen und Beschäftigte mit einer qualifizierten Berufsausbildung.

Die IHK für München und Oberbayern bietet Unternehmen zum Fachkräfteeinwanderungsgesetz zahlreiche Informationen im Internet unter:

www.ihk-muenchen.de/Auslaenderrecht

IHK-Ansprechpartnerin

Maral Noruzi, Tel. 089 5116-1206
maral.noruzi@muenchen.ihk.de

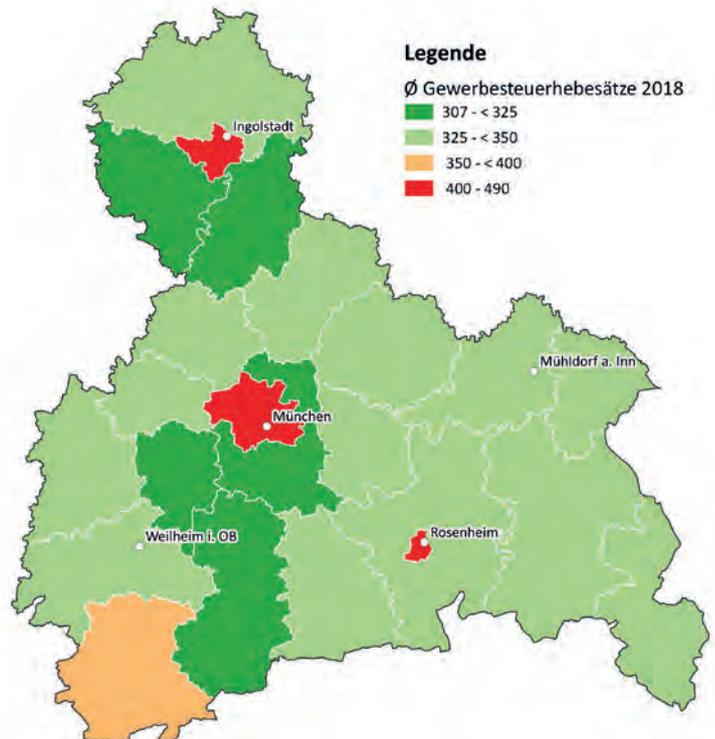
Gewerbesteuer

Große Unterschiede

Die Gewerbesteuerhebesätze fallen in Oberbayern höchst unterschiedlich aus. In Grünwald, Stammham, Pöcking am Starnberger See und in Bad Wiessee ist der Hebesatz am niedrigsten. Er liegt dort mit 240 Prozent nicht einmal halb so hoch wie in München (490 Prozent). Städte und Gemeinden bestimmen ihren Hebesatz selbst. Er muss allerdings mindestens 200 Prozent betragen. So sollen sogenannte Gewerbesteueroasen verhindert werden.

Die IHK für München und Oberbayern hat die Hebesätze der oberbayerischen Kommunen sowie Tipps zur Gewerbesteuer zusammengestellt. Sie sind abrufbar unter:

www.ihk-muenchen.de/Gewerbesteuer



Quelle: IHK/Broschüre Gewerbesteuer in Oberbayern

334 Prozent betrug der durchschnittliche Gewerbesteuerhebesatz in Oberbayern 2018

Seit 2017 im Vorstand des
Medienhauses – Dennis Kastner

Druck zur Veränderung

Dennis Kastner steht vor einer beachtlichen Herausforderung: Er will das Medienhaus Kastner AG aus Wolnzach neu positionieren, damit es in einer kriselnden Branche zukunftsfähig bleibt.

HARRIET AUSTEN

Sein Lebenslauf enthält eine ungewöhnliche Station. Da ist das Designprojekt »El Gráfico« aufgeführt, das Dennis Kastner in sieben Länder Lateinamerikas führte. »El Gráfico, das war ich, der Grafiker«, sagt der Vorstand der Kastner AG lachend und berichtet, dass er sich damit einen Traum erfüllte. Er wollte den Wunsch zu reisen mit seinem Beruf verbinden. »Das ist wie auf die Walz gehen«, ergänzt er.

Zweieinhalb Jahre lang klopfte der Kommunikationsdesigner Kastner in namhaften Werbeagenturen an, zeigte sein Portfolio und fragte, ob er für eine Weile bei ihnen arbeiten könne. Er konnte. »Alle waren sehr offen«, sagt Kastner und beschreibt diese Zeit als »unglaubliche Erfahrung«. Er lernte verschiedene Kreativberufe kennen, festigte sein Know-how als Kommunikationsdesigner, bekam Einblick in andere Firmenkulturen und nahm nicht zuletzt eine Fülle von Inspirationen für die eigene Firma mit.

Dennis Kastner stieg 2017 in fünfter Generation in die Geschäftsleitung des 120 Jahre alten Familienunternehmens ein. »Das wird keine einfache Herausforderung«, sagt er mit Blick auf die Krise in seiner Branche, in der eine Druckerei nach der anderen verschwindet. Das 1897 mit dem Wolnzacher Anzeiger gegründete, inzwischen international tätige Medienhaus ist gerade dabei, sich neu zu positionieren. Eine Mammutaufgabe, die auf den 32-Jährigen jetzt zukommt, auch wenn Vater Eduard Kastner noch im Unternehmen tätig ist und ihm »mit Rat und Tat zur Seite steht«. Sohn Dennis ahnte, dass wohl er das Unternehmen weiterführen würde. Seine Schwester Patricia ist Mitinhaberin der ContentServ GmbH aus Rohrbach. »Deshalb lief es auf mich hinaus«, sagt der Jungunternehmer, der schon immer gerne gestaltete und deshalb zunächst Kommunikationsdesign in München stu-

dierte. Vor dem Einstieg ins Unternehmen studierte er auf Anraten des Vaters noch Wirtschaftswissenschaften an der Universität Erlangen-Nürnberg sowie Innovation Management am Central Saint Martins College in London. Dort hatte er das Glück, bei einem New-Work-Stammtisch erfolgreiche Unternehmer zu treffen, die ihre Rezepte untereinander austauschten. Derart inspiriert, entwickelte er Überlebensstrategien für die Kastner AG, die er wegen dem »Druck zur Veränderung« unbedingt umsetzen will.

Kosten halbieren

Für die ersten Aufräum- und Strukturierungsarbeiten im Unternehmen suchte sich der junge Chef die größten Sorgenkinder heraus: ein gesellschaftspolitisches Kulturmagazin, das er neu ausrichtete, das Anzeigenblatt »Aktion – der Hallertauer«, bei dem er Kosten einsparen konnte, und schließlich die Onlinezeitung »hallertau.info«, die 2007 aus dem Wolnzacher Anzeiger hervorgegangen war. Das Medienportal stellte Kastner 2018 komplett um. Seine neue digitale Heimatzeitung heißt jetzt hallertau.de. Ihr liegt ein verändertes Geschäftsmodell zugrunde, mit dem Kastner die Kosten halbieren, Synergien schaffen und den Mehrwert für die Leser steigern will.

Für den Kommunikationsdesigner stellt die Entwicklung von hallertau.de »einen wichtigen Teil des ganzheitlichen Innovationsprozesses dar«. Mit einem neuen Logo und einer schärferen Definition der Kernbereiche Print-Publishing und Medienentwicklung will er das Medienhaus zur Full-Service-Agentur formen. »Bei uns im Haus können viele Dinge entwickelt und gleich produziert werden.« Die größte Herausforderung sieht Kastner im Wandel der

Firmenkultur. Beim Unternehmerstammtisch in London lernte er, dass vor allem »weiche Faktoren« entscheidend für das Überleben einer Firma sind. Das bezieht sich hauptsächlich auf die Beteiligung der Mitarbeiter, die mitentscheiden und Verantwortung übernehmen sollen.

Sein Ziel ist es, aus jeder Abteilung kleine Minifirmen zu formen, »auch wenn das angesichts der komplexen Wertschöpfungskette nicht ganz einfach ist«. So stellte Kastner für den Newsletter ein interdisziplinäres Team aus vier Abteilungen zusammen. Die Ideen stammen von den Mitarbeitern, er selbst betreut sie nur.

Kastner weiß, dass es für manche der langjährig Beschäftigten nicht ganz einfach ist, sich umzustellen. Aber der Unternehmer ist bekannt für seine Ausdauer und Kreativität. Er wird nicht lockerlassen in seinem Versuch, die klügsten Ideen zusammenzubringen. Kastner: »Unser Geschäft ist hart und ich brauche die Intelligenz von allen, um weiter zu bestehen.« ■

Zur Person

Dennis Kastner, 1987 in München geboren, ging nach Abschluss der Designakademie U5 in München für zweieinhalb Jahre nach Lateinamerika, um in verschiedenen Agenturen zu arbeiten. Er studierte anschließend Wirtschaftswissenschaften in Nürnberg-Erlangen und Innovation Management am Central Saint Martins College in London, bevor er 2017 in die Geschäftsleitung und den Vorstand der Kastner AG in Wolnzach einstieg. Das Medienhaus beschäftigt 120 Festangestellte und macht zehn Millionen Euro Umsatz pro Jahr.

www.kastner.de

Im Zeichen des Wandels

Das Klima ändert sich, das Reiseverhalten der Menschen ebenfalls. Höchste Zeit für Ferienorte und -regionen, sich mit neuen Angeboten und Strukturen darauf einzustellen.

ULRICH PFAFFENBERGER





AUS DER
REGION



Grandioser Ausblick am Blomberg – intakte Natur ist für Reisende ein Faktor bei der Wahl ihres Urlaubsziels, aber längst nicht mehr der einzige

Foto: Stadt Bad Tölz

Eine ganze Reihe von Veränderungen hält die Touristik derzeit in Atem. Reiseströme verschieben sich – regional, national und international. Urlauber wechseln häufiger ihr bevorzugtes Zielgebiet als früher und gestalten ihre Aufenthaltsdauer flexibler. Während der Klimawandel traditionelle Saisonen zersetzt, greift der Onlinevertrieb altbewährte Buchungsverfahren an. Posts auf Social Media können kurzfristige Hypes mit Massenandrang auslösen – oder Anbieter mit überraschender Kritik treffen.

Davon bleibt auch eine weltweit geschätzte Tourismusdestination wie Oberbayern nicht verschont. Um die Folgen des Wandels zu erkennen, braucht man längst nicht mehr mit der Lupe zu suchen. Jeder Blick in einen Reiseprospekt, jedes Werbebanner auf einschlägigen Webseiten signalisiert: »Wir ändern uns gerade!« Einige Anbieter und Destinationen sind ein gutes Stück weiter. Sie haben bereits Angebote etabliert, die den Wandel auffangen sollen.

Wandern, Natur – und Kultur

Ein schönes Beispiel dafür liefern die Ammergauer Alpen. Sie vermarkten sich nicht mehr allein, sondern gehen die Aufgabe partnerschaftlich an mit »Das Blaue Land«, einem Zusammenschluss mehrerer Tourismus- und Verkehrsämter rund um Murnau. Das Zielgebiet, das sich in der Vergangenheit überwiegend mit Wandern und Naturerlebnissen profiliert hat, bringt nun einen weiteren Faktor ins Spiel: »Schon 2010 haben wir die Kulturmeile gestartet: also die Möglichkeit, Audiobeiträge zu den Kulturhighlights mit dem eigenen Mobiltelefon anhören zu können – in Deutsch, Englisch und Italienisch«, berichtet Flori-



Auf dem Sprung – Biobauer Georg Mayr aus Riegsee ist in das Projekt Klimamenu der Zugspitz-Region eingebunden

Foto: ZugspitzregionGmbH/Christian Kolb

an Hoffrohne, Geschäftsführer der Ammergauer Alpen GmbH. Die Idee kommt an, die Nutzerzahlen steigen. Inzwischen ergänzen diverse Apps für Wandertouren (www.ammergauer-alpen.de/Service/Ammergauer-Alpen-APPs) oder interaktive Rätsel- und Quiz-Apps das Angebot. Mit einem anderen Service will die Ferienregion eine Erwartungshaltung befriedigen, die bei der Internationalen Tourismusmesse Berlin in diesem Jahr intensiv diskutiert wurde: »Das Luxusverständnis hat sich von materiellen zu immateriellen Dimensionen verschoben«, sagt Hoffrohne. »Heute sind Raum und Zeit, Abgeschlossenheit und Individualität relevant.« Die Gäste suchten »Sinnhaftigkeit und Sinnvolles«. Hoffrohne und sein Team haben als Antwort »buchbare Erlebnisse« (erlebnisse.ammergauer-alpen.de) auf den Markt gebracht – ein Hybrid aus geführter Tour und individueller Abenteuerausuche. Die örtlichen Touristiker machen sich Gedanken darüber, wie sich auch Einzelhandel, Gastgeber und weitere Geschäfte in

Darum geht's

- ▶ Urlauber bevorzugen kürzere und abwechslungsreichere Reisen als früher.
- ▶ Onlinekommunikation und Klimawandel bringen Destinationen bei der Angebotsgestaltung in Zugzwang.
- ▶ Kooperationen über Branchengrenzen hinweg können Ferienregionen neue Perspektiven eröffnen.

der Region einbinden lassen. So könnte zum Beispiel ein Kunde, der online einen Gutschein über 200 Euro geschenkt bekommt, für 100 Euro eine Unterkunft buchen, gleich eine Führung dazu wählen, sich vor Ort eine Wanderkarte besorgen und als Souvenir noch Käse mitnehmen. In der Branche läuft derlei unter dem Stichwort »Destinationsmanagement«. Dahinter verbirgt sich ein übergreifender Ansatz mit dem Ziel, die Ressourcen eines Zielgebiets ganzjährig und unabhängig zu nutzen, Reisende anzusprechen, zu begeistern und zu einer Buchung zu bewegen. Wie es die Marketingorganisation für den Tourismus in Bayern seit Jahren vor macht, gehören dazu vor allem der Blick über die eigenen Branchengrenzen hinweg und die Bereitschaft, lieb gewordene Gewohnheiten aufzugeben.

Auch in der touristischen Fakultät der Hochschule München erhält das Thema mehr Raum im Studienplan. Da führt zum Beispiel eine Exkursion in die Domstadt Freising, in der Ingo Bartha, Leiter des Referats Kultur und Tourismus, gleichzeitig E-Coach im Digitalisierungsprojekt »Oberbayern – echt digital« ist. Mit diesem Projekt will Tourismus Oberbayern München e.V. (T.O.M.) der Branche in der Region Impulse geben und Ängste vor der Onlinewelt beseitigen. Aufmerksam notieren die Studierenden dann, wie Weihenstephan mit der Bayerischen Staatsbrauerei und dem Wissenschaftszentrum für Ernährung, Landwirtschaft und Umwelt der TU München sowie die Flughafennähe die örtliche Gastronomie

und Hotellerie beeinflussen – und welche Wechselwirkung mit anderen Wirtschaftszweigen und potenziellen neuen Zielgruppen entstehen.

Neue Zielgruppen bedeuten für Anbieter touristischer Leistungen mehr denn je, dass sie sich mit Umweltfragen auseinandersetzen müssen. Darunter fallen nicht nur Veränderungen in der Natur selbst. Anbieter müssen den zunehmend kritischen Verbrauchern auch zeigen, dass sie verantwortungsvoll mit den vorhandenen Ressourcen umgehen.

Regionale Lebensmittel

So hat die Zugspitz-Region ein »Klimamenu« kreiert als Ergebnis von nachhaltigem Denken und Handeln über die Tourismusbranche hinaus. »Das Klimamenu bringt regionale Erzeuger mit lokalen Gastronomen zusammen – und zwar auf dem kürzesten Weg«, erklärt Georg Mayr, Biobauer in Riegsee. So sollen nicht nur alle Produkte möglichst aus dem Landkreis beziehungsweise aus einem Radius von maximal 100 Kilometern stammen, sondern auch die Wege zur Schlachtung kurz sein. »Die Fleischqualität ist besser ohne Stress«, weiß der Landwirt, der rund 120 Rinder hält – den Sommer über auf der Weide oder auf Almen rund um Garmisch-Partenkirchen und die Alpenwelt Karwendel.

Vor fünf Jahren begann der 48-Jährige, sich der männlichen Kälber anzunehmen, die in Biobetrieben geboren und trotzdem in konventionelle Mastbetriebe verkauft werden. »Die meisten Biobetriebe brauchen für die Nachzucht der Milchwirtschaft nur weibliche Kälber«, sagt Mayr. Sein Hof liefert nun hochwertiges, heimisches Rindfleisch. Als Kooperationspartner hat er die Bayerische Zugspitzbahn gewonnen, die sowohl die Sonnenalm am Wank als auch das Gipfelrestaurant Panorama 2962 auf der Zugspitze betreibt. Sieben ganze Ochsen sind schon verkauft, Mayr verarbeitet seine Tiere »nose-to-tail«, also alles Essba-

Hintergrundbild: Hochseilgarten Isarwinkel



Erlebnisse lassen sich buchen –
zum Beispiel Gleitschirmfliegen

Foto: mauritius images/go-images

re von der Nase bis zum Schwanz. »Unser Partner ist schon eine Größe, der Umsatz schafft und alles brauchen kann, eben nicht nur die Edelteile wie etwa Rinderlende«, so Mayr. Gewonnen haben damit alle drei: der landwirtschaftliche Unternehmer, der touristische Anbieter und die Region, die glaubwürdig zeigen kann, dass sie es mit Umweltthemen ernst meint.

Bleibt noch der sogenannte Overtourism, also die Belastung der Zielgebiete durch zu viele Besucher. Eine Entwicklung, die online doppelt angefacht wird: Immer mehr Menschen haben Zugriff auf verlockende Bilder jenseits ihrer Heimat. Sie wollen sich damit aber nicht zufriedengeben, sondern sich selbst ein Bild machen – und das dann wieder im Netz posten.

»Das Thema betrifft nicht nur die Anwohner in den Regionen, die schon seit Jahren gegen die Touristenströme protestieren, sondern auch zunehmend die Reisenden selbst«, sagt Rolf Freitag, CEO der IPK International World Tourism Marketing Consultants GmbH, einem Münchner Forschungsinstitut, das weltweit als eines der führenden Beratungsunternehmen im Tourismus gilt. Jüngste IPK-Umfragen zeigen, dass sich mehr als jeder zehnte Reisende weltweit durch Overtourism beeinträchtigt fühlt. »Dies ist ein Anstieg von 30 Prozent in den letzten zwölf Monaten. Peking, Mexiko-Stadt, Venedig und Amsterdam, aber auch Istanbul und Florenz gehören laut Umfrage zu den Städten, die am stärksten vom Overtourism betroffen sind«, so Freitag. Reisende aus Asien fühlten sich weitaus mehr von Übertourismus negativ beeinflusst als etwa Europäer. Auch junge

Reisende hätten ein viel größeres Problem mit überfüllten Destinationen als Reisende aus älteren Altersgruppen.

»Overtourism ist schlecht für Natur, Kultur, Einheimische und Touristen gleichermaßen. Jedoch ist der globale Tourismus nicht an seine Grenzen gestoßen«, analysiert Freitag die Ergebnisse des World Travel Monitor, in dem IPK jedes Jahr Entwicklungen auf dem Reisemarkt darstellt. Der Ansatzpunkt, den er daraus erkennt, entspricht genau der Aufgabe, der sich Fe-

rienorte und -regionen auch aus anderen Gründen stellen müssen: »Viele Destinationen würden sich freuen, mehr Besucher willkommen zu heißen, entweder während des Jahres oder in der Nebensaison. Der Tourismus hat also kein Wachstumsproblem, sondern ein regionales und saisonales Problem.«

IHK-Ansprechpartner zu Tourismus

Christian Nordhorn, Tel. 089 5116-1172
christian.nordhorn@muenchen.ihk.de



Radtour mit Stopp an der Staffelei
– kreative Angebote sind im Kommen

Foto: Radtourtour Elisabeth Eberth



Raftingtour – viele Gäste
suchen überschaubare Abenteuer

Foto: mauritius images/Christian Bäck

Jennerbahn – ohne öffentliche Fördermittel hätte die alte Bahn aus dem Jahr 1953 nicht so rasch ersetzt werden können



Foto: @jennerbahn

Geld für Neues

Für Unternehmen aus der Tourismusbranche gibt es zahlreiche öffentliche Förder- und Finanzierungsangebote. Eine gewisse Herausforderung kann es allerdings sein, das passende Programm zu finden.

— EVA ELISABETH ERNST —

Rund 900 000 Euro wird der Neubau eines Gebäudes mit sechs Gästezimmern kosten, den Wolfgang Bartels (39) für seinen Wörndlhof in Ramsau/Hintersee bei Berchtesgaden plant. »Die zusätzlichen Kapazitäten brauchen wir als

Ausgleich für die Umsatzeinbußen, die uns durch den Ausstieg aus dem Tagesgeschäft entstanden sind«, sagt Bartels, der den Familienbetrieb in dritter Generation führt. Denn seit vier Jahren hat das Restaurant mangels Fachkräften nur noch abends geöffnet. Dank der vorhandenen acht Gästezimmer, die Bartels 2015 renovieren ließ, kommt der Wörndlhof zwar dennoch über die Runden. Aber für künftiges Wachstum, so der Gastronom, seien die zusätzlichen Zimmer dringend erforderlich.

Zur Finanzierung seiner Investition stellte Bartels einen Antrag auf öffentliche Mittel der Bayerischen Regionalförderung. Mit ihr unterstützt das Bayerische Wirtschaftsministe-

rium die »konsequente und kontinuierliche Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen«, so die Beschreibung auf der Website. Dass Bartels für den geplanten Neubau Fördermittel beantragen konnte, wusste er von Bankgesprächen und aus Informationen des Hotel- und Gaststättenverbands. Welches konkrete Programm für sein Vorhaben dann tatsächlich infrage kam, fand er in Eigenregie heraus. »Das war allerdings fast schwieriger als die Antragstellung selbst«, sagt er. Angesichts der vielfältigen Förderprogramme, die auch oder ausschließlich Unternehmen aus der Tourismuswirtschaft zur Verfügung stehen, ist dies durchaus verständlich. Allein auf der Webseite des Bayerischen Wirtschaftsministeriums fin-

Darum geht's

- ▶ Für Unternehmen der Tourismusbranche gibt es zahlreiche öffentliche Fördermaßnahmen.
- ▶ Auswahl und Beantragung dieser Mittel können allerdings aufwendig sein.
- ▶ Zu beachten sind insbesondere ein eventuell erforderlicher Eigenkapitalanteil und die Auszahlungsmodalitäten.

den sich zahlreiche Angebote. Die Palette reicht von Beteiligungskapital über den Digitalbonus Bayern bis hin zur Förderung von Messeteilnahmen, Gründungscoachings und Ladeinfrastruktur, um nur einige wenige zu nennen.

Darüber hinaus ist zu unterscheiden, ob ein Unternehmen einen finanziellen Zuschuss oder ein zinsgünstiges Darlehen beantragen kann. Ist eine öffentliche Bürgschaft möglich, kann die wiederum der Hausbank eine Kreditzusage erleichtern. Manche Fördermaßnahmen müssen über die Hausbank beantragt werden, bei anderen können Unternehmer die Unterlagen direkt bei den zuständigen Stellen einreichen.

Eigenkapital vorhanden?

Thomas Geppert (38), Landesgeschäftsführer des Hotel- und Gaststättenverbands DEHOGA Bayern, begrüßt, dass es viele Fördermöglichkeiten für Hoteliers und Gastronomen gibt. »Wie so oft hat aber die Medaille zwei Seiten: Wir stellen immer wieder fest, dass die Betriebe, denen eine Förderung nachhaltig helfen würde, an die Mittel nicht herankommen, weil ihr Eigenkapital zu niedrig ausfällt.« Bei vielen Fördermaßnahmen, unter anderem auch bei der Bayerischen Regionalförderung, sind nämlich Eigenmittel in Höhe von mindestens 20 Prozent der Investitionssumme vorgeschrieben.

Dieses Eigenkapital aufzubringen, war auch für den Würndlhof schwierig. »Daran wäre das gesamte Projekt fast gescheitert«, erinnert sich Bartels. »Schließlich haben wir in den letzten Jahren schon viel investiert.«

Für das Gaststättenmodernisierungsprogramm des Bayerischen Wirtschaftsministeriums ist dagegen grundsätzlich kein Eigenkapital vorgeschrieben. »Denn es schließt zum einen eine Förderlücke«, so DEHOGA-Landesgeschäftsführer Geppert. »Zum anderen eignet es sich hervorragend für die große Masse an Klein- und Kleinstbetrieben im bayerischen Gastgewerbe; also genau die Betriebe, deren Eigenkapitaldecke sehr dünn ist.« Das Förderprogramm mit dem rekordverdächtigen Namen sieht direkte Zuwendun-

5 Tipps: Fördermittel richtig nutzen

Auf diese Punkte sollten Hoteliers, Gastronomen und andere Touristikunternehmer besonders achten:

1. Erkundigen Sie sich bereits in der Planungsphase eines Projekts nach geeigneten Förderprogrammen. Gute Anlaufstellen sind unter anderem die regionale Wirtschaftsförderung, die Hausbank und die LfA Förderbank.
2. Beantragen Sie öffentliche Fördermittel unbedingt vor Projektstart. Für bereits begonnene Maßnahmen kann keine Förderung mehr erfolgen.
3. Bei Fragen lohnt es sich, Kontakt mit den zuständigen Bewilligungsstellen aufzunehmen.

4. Beachten Sie die Förderrichtlinien besonders im Hinblick auf den Beginn des Projekts: Bei einigen Angeboten müssen Unternehmen mit der Vergabe der Aufträge an die Leistungspartner warten, bis sie den offiziellen Bewilligungsbescheid in Händen halten oder die zuständige Stelle einem vorzeitigen Beginn des Vorhabens zugestimmt hat. Bei anderen Programmen ist es möglich, bereits mit der Antragstellung mit dem Vorhaben zu starten.

5. Um finanzielle Engpässe zu vermeiden, sollten Unternehmen auf die Regularien rund um die Auszahlung der Zuwendungen achten. Bei vielen Programmen müssen Unternehmen in Vorleistung gehen.

gen für Umbau-, Erweiterungs-, Sanierungs- und Modernisierungsarbeiten vor und erfreut sich beachtlicher Resonanz: Nur wenige Tage nach dem Start am 17. Mai 2019 war das erste Antragskontingent bereits erschöpft. In einem zweiten Förderaufruf können die verbleibenden Mittel beantragt werden. Informationen dazu finden sich auf der Website des Bayerischen Wirtschaftsministeriums (siehe Internet-Tipp unten).

Öffentlichen Fördergeldern ist es auch zu verdanken, dass die Jennerbahn erneuert werden konnte. Seit dem Sommer 2018 fährt die neue barrierefreie Seilbahn mit komfortablen 10er-Kabinen bis zur Mittelstation. Am Pfingstwochenende 2019 wurde die Bergstation eingeweiht. »Das Gesamtprojekt wurde in Absprache mit dem Nationalpark Berchtesgaden realisiert und stärkt die touristische Infrastruktur der Region«, erklärt Franz Moderegger (56), Vorstand der Berchtesgadener Bergbahn AG, die die Jennerbahn betreibt. Insgesamt 57 Millionen Euro wurden in die Seilbahn, die Restaurants in der Mittel- und Bergstation, in ein Sportgeschäft im Tal sowie in zwei neue Sesselbahnen investiert. Davon stammen 10,5 Millionen Euro aus der Seilbahnförderung des Bayerischen Wirtschafts-

ministeriums. Dieses Programm lief Ende 2016 aus.

Die Berchtesgadener Bergbahn AG beantragte die Fördermittel gerade noch rechtzeitig. »Das war unser Glück«, zieht Moderegger Bilanz. »Denn ohne öffentliche Fördermittel hätten wir die alte Jennerbahn, die im Jahr 1953 gebaut wurde, wohl kaum so zeitnah und so zeitgemäß ersetzen können.«

IHK-Ansprechpartner zu Tourismus

Christian Nordhorn, Tel. 089 5116-1172
christian.nordhorn@muenchen.ihk.de

Martin Drognitz, Tel. 089 5116-2048
martin.drognitz@muenchen.ihk.de

Internet-Tipp

Auf der Website des Bayerischen Wirtschaftsministeriums gibt es umfassende Informationen zu Fördermaßnahmen. Besonders informativ ist die Broschüre »Tourismusoffensive – Leitfaden für die Förderung des Tourismus in Bayern«.

www.stmwi.bayern.de/tourismus/daten-fakten

Auf der **sicheren** Seite

Viele Hoteliers sind verunsichert. Fallen sie nach neuer Rechtslage unter das Pauschalreiserecht, wenn sie Gästekarten mit Bonusfunktion anbieten? Wer bestimmte Regeln einhält, kann dieses Risiko entscheidend verringern.

— EVA MÜLLER-TAUBER —

Wenn jemand eine Reise tut, so kann er was erzählen«, schrieb Matthias Claudius in seinem Gedicht »Urians Reise um die Welt« vor rund 200 Jahren. In unserer Zeit müssten die Zeilen wohl lauten: »Wenn jemand eine Reise tut, dann will er was erleben, damit er was zu erzählen hat.«

Wer heute vom Tourismus lebt, muss angesichts der starken Konkurrenz einiges bieten, und das zu einem möglichst attraktiven Preis. Deshalb sind regionale Gästekarten mit Bonusfunktion weit verbreitet. Sie offerieren deutliche Vergünstigungen wie etwa ermäßigte Eintritte in Museen, Schlösser, Schwimmbäder oder Freizeitparks, verbilligte Fahrten mit Bergbahnen, Liften und dem öffentlichen Nahverkehr sowie Einkaufsnachlässe in Geschäften. Gerade für Familien mit mehreren Kindern können Bonuskarten wie etwa die Chiemgau Card ein entscheidendes Kriterium bei der Wahl von Urlaubsziel und Unterkunft sein.

Ungewollt Reiseveranstalter?

»Wesentliche Voraussetzung für den Erfolg touristischer Regionen sind die Kooperation und Interaktion aller Beteiligten«, bestätigt Christian Nordhorn, Referent für Tourismus bei der IHK für München und Oberbayern. »Wir begrüßen daher solche Destination-Card-Systeme.« Derzeit erreichen den Tourismusexperten jedoch viele Anfragen von Hoteliers und anderen Beherbergungsbetrieben, die überlegen, ob sie die jeweilige regionale Gästekarte überhaupt noch anbieten sollen.

Sie fürchten, nach dem neuen Reiserecht möglicherweise als Reiseveranstalter zu gelten, weil sie neben der Beherbergung noch eine weitere entscheidende Reiseleistung – die Gästekarte – anbieten. Dann kämen zahlreiche weitere Pflichten auf sie zu.

Reiseveranstalter müssen sich beispielsweise zusätzlich auch eine kostspielige spezielle Haftpflichtversicherung zulegen.

Gemäß dem neuen Reiserecht, das mit Umsetzung der EU-Pauschalreiserichtlinie in Deutschland seit 1. Juli 2018 gilt, fällt derjenige unter das Pauschalreiserecht und ist somit Reiseveranstalter, der mindestens zwei verschiedene Arten von Hauptreiseleistungen zum Zweck einer Reise miteinander kombiniert anbietet.

Als Hauptreiseleistungen nennt das Gesetz explizit die Personenbeförderung, die Beherbergung von Personen sowie die Vermietung von Kfz und Krafträdern. Mitunter zählen aber auch sonstige touristische Leistungen dazu, die nicht von den drei erstgenannten erfasst werden.

Die entscheidende Frage ist daher: Wird das Angebot einer Gästekarte mit Bonusfunktion als eine (sonstige) Hauptreiseleistung gewertet? »Auf eine aktuelle Rechtsprechung können wir in diesem Fall nicht zurückgreifen, da das Gesetz erst seit 2018 in Kraft ist und es hierzu noch keine Urteile gibt«, sagt IHK-Rechtsexpertin Andrea Nützel. Gleichwohl weist einiges darauf hin, dass eine Touristenkarte mit Bonusfunktion in den allermeisten Fällen nicht als Hauptreiseleistung zählen dürfte.

»Die EU-Richtlinie definiert selbst nicht, welche sonstigen touristischen Leistungen, die nicht von den drei erstgenannten Hauptreiseleistungen erfasst werden, als Hauptreiseleistung gelten«, erläutert Ernst Führich, bis 2013 Professor der Rechtswissenschaften an der Hochschule Kempten und als Sachverständiger am Umsetzungsverfahren der EU-Pauschalreiserichtlinie beteiligt. Die Richtlinie nennt nur Beispiele wie Wellnessbehandlungen oder Ausflüge.

»Aber der deutsche Gesetzestext ist hier ziemlich präzise«, betont der Reiserechts-Experte. Gemäß Paragraf 651a Absatz 4

Bürgerliches Gesetzbuch (BGB) liegt keine Pauschalreise vor,

- ▶ wenn nur eine Art von den drei erstgenannten Hauptreiseleistungen (Personenbeförderung, Beherbergung, Vermietung von Kfz oder Krafträdern) mit einer oder mehreren sonstigen touristischen Leistungen kombiniert wird,
- ▶ diese zudem keinen erheblichen Anteil am Gesamtwert der Zusammenstellung ausmachen und
- ▶ sie weder ein wesentliches Merkmal der Zusammenstellung darstellen noch als solches beworben oder erst nach Beginn der Erbringung einer Hauptreiseleistung vereinbart werden.

Kein erheblicher Anteil bedeutet dabei, dass auf die sonstige touristische Leistung weniger als 25 Prozent des Gesamtwerts des Kombipakets entfallen. »Das dürfte auf 99 Prozent der Gästekarten mit Bonusfunktion zutreffen«, so Führich. Im Umkehrschluss heißt das aber auch: »Je werthaltiger eine solche Karte ist, desto eher kann es sein, dass der Beherbergungsbetrieb im Einzelfall doch zum Anbieter einer Pauschalreise und damit zum Reiseveranstalter wird«, so der Experte.

Wichtig aus Führichs Sicht: »Hoteliers sollten die Destination Card nicht offensiv in ihrem Angebot bewerben, sonst könnte diese als Hauptreiseleistung ausgelegt werden.« Die Karte im Rahmen anderer Nebenleistungen wie Verpflegung oder Kinderbetreuung gleichwertig zu nennen, sei hingegen wenig risikoreich. ■

IHK-Ansprechpartner zur EU-Pauschalreiserichtlinie

Andrea Nützel (Recht), Tel. 089 5116-1318
andrea.nuetzel@muenchen.ihk.de

Christian Nordhorn, Tel. 089 5116-1172
christian.nordhorn@muenchen.ihk.de

IHRE CHANCE AUF LOGISTIKFLÄCHEN DIREKT AM FLUGHAFEN MÜNCHEN

Hochmoderne und flexible Hallen-, Service- und Büroflächen

6.200 – 12.500 m² • sofort verfügbar

E: germany@segro.com T: 0211 - 497 65 200



SEGRO Logistics Centre München Airport
Film ab! Hier scannen für ein Kurzvideo.

SEGRO ist an den wichtigsten Standorten Europas vertreten. Wir haben uns, als derzeit einziger Marktteilnehmer, sowohl auf kleinteilige Gewerbeparks als auch auf großflächige Logistikimmobilien-Lösungen spezialisiert.

Ob für Logistik, Produktion oder Handel - wir haben den wachsenden Bedarf unserer Kunden und den steten Wandel der Prozesse immer im Blick, und das seit fast 100 Jahren.

ZAHLEN auf Chinesisch

In vielen Ländern weltweit hat sich das elektronische Bezahlen via Handy, Tablet oder Smartwatch bereits etabliert. Touristen erwarten diese Zahlungsform daher auch hierzulande. Höchste Zeit also, dass sich Hoteliers, Gastronomen & Co. darauf einstellen.

EVA ELISABETH ERNST

Rund 2,9 Millionen Touristen aus China kamen im vergangenen Jahr nach Deutschland, Tendenz weiterhin stark steigend. Für viele Unternehmen hierzulande ist das eine ausgesprochen gute Nachricht. Denn Reisende aus dem Reich der Mitte gelten als sehr ausgabenfreudig. Die BBE Handelsberatung GmbH in München ermittelte im März 2017, dass jeder chinesische Kurzbesucher in München im Schnitt mehr als 600 Euro pro Tag ausgibt.

Für hiesige Einzelhändler, Restaurants und andere Firmen, zu deren Zielgruppe chinesische Touristen zählen, lohnt es sich also, sich auf die Wünsche dieser Kunden einzustellen. Das gilt nicht nur für das Angebot an Waren und Dienstleistungen, sondern auch für die Möglichkeiten, die Rechnung zu begleichen.

Wie das funktionieren kann, lässt sich auf dem Münchner Viktualienmarkt beobachten. Sizilianische Tomatensuppe, Chili con Carne, Hühnerbrühe mit Einlagen nach Wahl und noch viele weitere Spezialitäten zum Löffeln – das Angebot der Münchner Suppenküche lassen sich mittlerweile auch viele Gäste aus China schmecken. Denn im Sommer 2018 wurde auf dem Münchner Viktualienmarkt das chinesische Bezahlssystem Alipay eingeführt.

Darum geht's

- ▶ Mobile Payment ist für viele Gäste aus dem Ausland längst selbstverständlich.
- ▶ Die technischen Hürden sind auch für mittelständische Hoteliers und Gastronomen zu bewältigen.
- ▶ Die Alipay-App leistet zudem wertvolle Übersetzungsarbeit.

»Wer mit Alipay kooperiert, kann sich in der App listen lassen und ein Profil anlegen.«

Sarah Buchwieser, Marketingleiterin bei Safety Tax Free



Foto: Safety Tax Free GmbH

Bei den teilnehmenden Händlern und Gastronomen können chinesische Touristen seither per Smartphone bezahlen. Die Alipay-App leistet überdies wertvolle Übersetzungsarbeit. »Wir haben dort unsere Speisekarte auf Mandarin hinterlegt und die Beschreibungen der Gerichte auf die Bedürfnisse chinesischer Gäste zugeschnitten«, sagt Stefan Tschoner (42), Geschäftsführer der MSK Systemgastronomie GmbH, die insgesamt vier Münchner Suppenküchen betreibt.

Auf diesen Service werden die chinesischen Touristen durch das Alipay-Symbol aufmerksam, das bei der Suppenküche an der Menütafel angebracht ist. Auch wenn sie die App für einen Stadtbummel nutzen, werden sie auf Lokale und Geschäfte hingewiesen, die Alipay akzeptieren.

Geld kommt prompt

Und das Bezahlen selbst? »Das geht ruckzuck«, erklärt Tschoner. »In unserer App geben wir den Betrag ein, den der Gast auf dem Bildschirm erkennt. Daraufhin erzeugt er mit seinem Smartphone einen Barcode, der wiederum von uns eingescannt wird.« Die Informationen werden an die Blue Code International AG mit Zentrale im schweizerischen Lachen übermittelt,

die bei diesem Projekt als Zahlungsdienstleister fungiert. Die Alipay-Zahlungen gingen prompt und pünktlich ein, versichert Tschoner. »Und auch die Technik hinter diesem System funktioniert bestens.«

Für die Umsetzung des Viktualienmarkt-Projekts engagierte Alipay die Safety Tax Free GmbH aus Garching. Das Start-up wurde vor drei Jahren von chinesischen Absolventen der TU München gegründet und bietet Touristen eine digitale Lösung zur Rückerstattung der Mehrwertsteuer. Mittlerweile beschäftigt die Firma rund 40 Mitarbeiter und hat ihr Portfolio um zusätzliche Dienstleistungen erweitert, darunter das Erstellen von chinesischen Kundeninformationen für deutsche Handels- und Gastronomieunternehmen.

»Aufgrund der sogenannten Great Firewall haben Chinesen keinen Onlinezugriff auf Dienste wie Twitter, Facebook oder Google. Daher sind die Informationen auf Alipay für sie so wichtig«, erklärt Safety-Tax-Free-Marketingleiterin Sarah Buchwieser (27). Hiesige Unternehmen sollten die Bedeutung von Alipay und WeChat, der zweiten wichtigen Kommunikations- und Payment-App im Reich der Mitte, daher nicht unterschätzen. »Wer mit Alipay kooperiert, kann sich in der App listen lassen, ein Pro-



Bezahlen wie daheim – am Flughafen München wirbt ein Duty-Free-Shop mit Alipay um chinesische Kunden

fil anlegen und dort sogar Sonderaktionen anbieten«, erklärt Buchwieser. Viel zu tun mit den zahlungskräftigen Reisenden aus Fernost hat naturgemäß der Flughafen München. Dort wuchs die Zahl der chinesischen Fluggäste in den letzten Jahren jeweils zweistellig und summierte sich 2018 auf mehr als 300 000 Passagiere. Bereits im Juli 2016 führte die Retailtochter des Flughafens, die Eurotrade GmbH, Alipay ein, im November 2017 folgte WeChat. Bei Alipay war Eurotrade laut Marketingdirektor Stefan Koenen (41) deutschlandweit Pionier, bei WeChat so-

gar die erste Einzelhandelsorganisation Europas. Die Rolle des Zahlungsdienstleisters übernimmt hier die Wirecard AG. Wie hoch der Umsatzanteil der Alipay- und WeChat-Zahlungen ist, ermittelt Eurotrade nicht. Doch Koenen berichtet, dass die Durchschnittsbons bei diesen Zahlungsverfahren deutlich höher ausfallen als bei anderen – und sich durch Werbeaktionen spürbar steigern lassen. »Eurotrade ist quasi das internationalste Kaufhaus Europas«, sagt Koenen. »Daher beschäftigen wir uns intensiv mit internationalen Trends – nicht nur bei den Sortimenten, sondern auch im Hinblick auf Zahlungssysteme.«

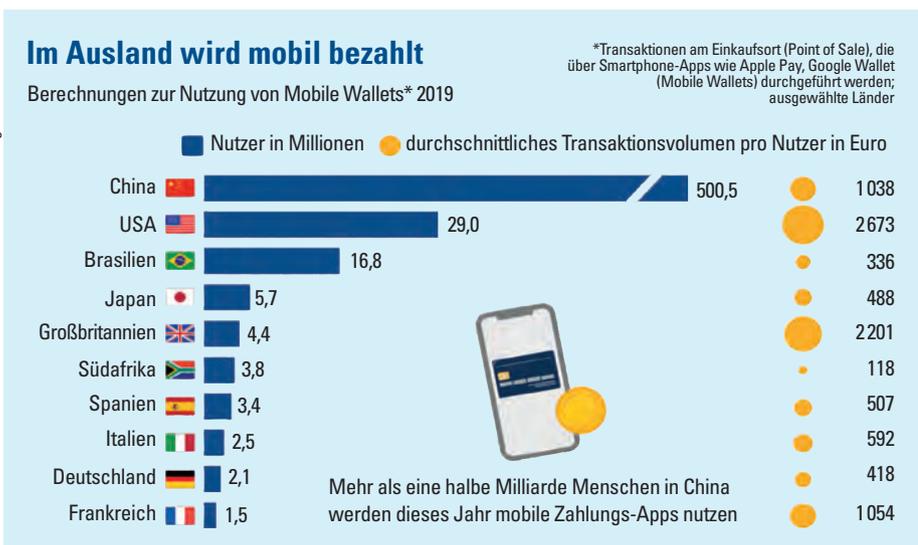
Kleine Beträge

Zu dieser offenen Haltung rät Christian Nordhorn, Tourismusexperte der IHK für München und Oberbayern, auch mittelständischen Gastronomen, Hoteliers und allen anderen Unternehmern mit internationalen Zielgruppen. Denn auch wenn die Deutschen nach wie vor große Bargeldfans sind: Nicht nur in China, sondern auch in den USA, in Großbritannien und in vielen weiteren Ländern haben sich mobile Bezahlfverfahren etabliert (siehe Grafik).

Insbesondere bei Micro-Payments, also beim Bezahlen von kleineren Beträgen, zücken viele Menschen außerhalb Deutschlands schon fast automatisch ihr Smartphone. Sie reagieren vielfach verständnislos, wenn sie hierzulande nicht auf diese Weise bezahlen können.

»Mittelfristig sollten sich Gastronomen und Hoteliers das Umsatzpotenzial, das sich ihnen durch Mobile Payment bietet, nicht entgehen lassen und sich daher mit diesen Zahlverfahren vertraut machen«, betont Nordhorn. »Denn weltweit werden sowohl die Nutzerzahlen als auch die Anzahl der Transaktionen künftig stark zunehmen.« Und vielleicht steigen ja auch die Einheimischen eines Tages um: Bei der Münchner Suppenküche am Viktualienmarkt, die seit Anfang des Jahres auch Apple Pay bietet, gewinnt diese Zahlungsalternative jedenfalls zunehmend an Bedeutung.

IHK-Ansprechpartner zu Mobile Payment
Christian Nordhorn, Tel. 089 5116-1172
christian.nordhorn@muenchen.ihk.de





**Mit Leidenschaft für die
Logistik – Katrin Eissler,
Chefin der Spedition Neuner**

Gemeinsam Lösungen finden

Katrin Eissler übt gleich mehrere verschiedene Ehrenämter aus. Die Kontakte und das Fachwissen, das sie dabei erwirbt, kommen ihr nicht nur in den unterschiedlichen Gremien zugute. Sie nutzt sie auch im eigenen Speditionsunternehmen.

HARRIET AUSTEN

Der Anruf kam kurz vor der Jubiläumsfeier des Verbands deutscher Unternehmerinnen (VdU) im Mai dieses Jahres. Sie habe »eine Gänsehaut« bekommen, erzählt Katrin Eissler. Denn die Inhaberin und Geschäftsführerin der Spedition Neuner GmbH & Co. KG aus Mittenwald erfuhr am Telefon, dass der VdU ihr den diesjährigen Next Generation Award zuerkannt hatte. Mit diesem Preis will der Verband Nachfolgeunternehmerinnen sichtbarer machen. Eissler hatte sich gegen Hunderte Bewerberinnen aus ganz Deutschland durchgesetzt.

Ihre Siegerrede hielt sie dann an demselben Pult, an dem zuvor Bundeskanzlerin Angela Merkel den VdU gewürdigt hatte. »Das ist wie olympisches Gold«, freut sich die 42-Jährige.

Für sie bedeutet diese Auszeichnung eine Bestätigung, dass sie am 1. Januar 2015 die richtige Entscheidung getroffen hat: Damals übernahm sie die 1974 gegründete elterliche Firma. Den Preis nimmt sie aber auch als Ansporn, mit

neuem Elan weiterzumachen und an ihre Vision zu glauben: das Unternehmen gesund in die Zukunft zu führen, auszubauen und weitere Arbeitsplätze zu schaffen.

Eissler brennt leidenschaftlich für die Logistikbranche. Waren aller Art quer durch Europa und darüber hinaus zu transportieren »und das alles zu organisieren, fasziniert mich«, sagt die gelernte Speditionskauffrau und Verkehrsfachwirtin. Die richtigen Voraussetzungen also für eine erfolgreiche Geschäftsübergabe. Die Nachfolge gelang aber auch deshalb so gut, »weil sich meine Eltern seit dem ersten Tag zu 100 Prozent herausgehalten haben«, so Eissler.

Der Familienbetrieb ist neben dem klassischen Speditionsgeschäft mit eigener Flotte in der Kontraktlogistik aktiv. In der männerdominierten Branche sei sie oft die einzige Frau am Verhandlungstisch, erzählt Eissler. Die selbstbewusste Unternehmerin bekommt das souverän hin. Das spüren alle, die mit ihr zusammenarbeiten – Angestellte, Kunden, Partner,

aber auch die Mitglieder der Gremien, in denen sie sich ehrenamtlich engagiert. Ihr Rezept: fachlich überzeugen, um wahrgenommen zu werden. Mut haben, aufzustehen und sich zu Wort zu melden. Das brachte ihr übrigens den Respekt von Ex-Bundesverkehrsminister Alexander Dobrindt (CSU) ein, der sie schätzt und regelmäßig bei ihr Einschätzungen aus der Branche einholte.

Kritische Stimme

Sich rege zu beteiligen, etwas zu bewegen, Dinge zu hinterfragen und branchenübergreifend gemeinsam Lösungen zu finden – das ist Eissler bei ihren Ehrenämtern immens wichtig. »Ich bin kein passives Mitglied, das nur kommt, um Kuchen zu essen«, sagt sie. Im IHK-Regionalausschuss Garmisch-Partenkirchen verfolgt sie alle Themen mit großem Interesse und einer kritischen Stimme – egal, ob es sich um regionale oder überregionale Anliegen handelt: Infrastruktur, Bürokratieabbau, Fachkräftesicherung oder die sich seit Jah-

ren hinziehende Debatte um Abriss, Sanierung oder Teilneubau des Garmischer Kongresshauses. Der Unternehmerin gefällt, dass sie im IHK-Regionalausschuss die wirtschaftlichen Interessen des Landkreises wahrnehmen, sich für drängende Themen der Bevölkerung einsetzen und mit der Kommunalpolitik in Austausch treten kann.

Dank ihrer Mitgliedschaft im Verein Unternehmer im Landkreis Garmisch-Partenkirchen e.V., den sie 2016 mitgegründet hat, ist die Geschäftsführerin bestens vernetzt – branchen- und kammerübergreifend, wie sie betont. »Wir wollen mit geballter Kraft versuchen, die Rahmenbedingungen für die Unternehmen im Landkreis

»Ich bin kein passives Mitglied, das nur kommt, um Kuchen zu essen.«

Katrin Eissler, Geschäftsführerin Spedition Neuner

zu optimieren«, sagt Eissler und nennt die Errichtung eines dringend nötigen Gewerbegebiets als Beispiel. Sie selbst profitiert vom Austausch mit den Mitgliedern, an die sie sich jederzeit bei Problemen und Fragen wenden kann. Ihr Einsatz dort kommt offenbar gut an. Derzeit ist sie

Kassenprüferin, soll aber zweiter Vorstand werden. Den ersten Vorstandsposten lehnte sie ab, »das schaffe ich vom Zeitmanagement her nicht«.

Verständlich, denn Eissler ist mit der Aufzählung ihrer Ehrenämter noch nicht fertig. Abgesehen davon, dass sie alle 14 Tage als Schülerlotsin in der Früh auf der Straße steht, ist die Unternehmerin auch noch in zwei Branchenverbänden im Juniorenkreis aktiv: im LBS – Landesverband Bayerischer Spediteure e.V. und im LBT – Landesverband Bayerischer Transport- und Logistikunternehmen e.V. Ihr Vorteil dabei: »Ich bin bei der aktuellen Gesetzeslage immer auf dem neuesten Stand – und zwar bereits im Vorfeld.« Dieses Wissen kann sie auch als IHK-Prüferin für Kaufleute

für Spedition und Logistikdienstleistung gut gebrauchen. Denn bei den Prüfungsfragen muss sie die neuesten gesetzlichen Änderungen kennen.

Erfahrung, Kontakte, Wissen

Die Unternehmerin kommt mit der Vielfalt und Anzahl ihrer Ehrenämter sichtlich gut zurecht. »Je mehr ich unterwegs bin, desto mehr Leute lerne ich kennen«, sagt Eissler zufrieden. So gewinne sie Erfahrung, Kontakte und Fachwissen. Das kommt auch der Spedition Neuner zugute. In den vier Jahren als Geschäftsführerin gelang es ihr, die Flotte zu erweitern, mehr Kontraktpartner zu finden und die Mitarbeiterzahl von 20 auf 35 zu erhöhen. Firma, Familie, Ehrenämter – das alles schafft sie nach eigener Aussage, weil »hinter jeder erfolgreichen Geschäftsfrau und Mutter eben auch ein starker und verständnisvoller Ehemann steckt«. ■

IHK-Ansprechpartner zum Ehrenamt

Dr. Robert Obermeier, Tel. 089 5116-1243
robert.obermeier@muenchen.ihk.de

Zur Person

Katrin Eissler, Jahrgang 1977, ist gelernte Speditionskauffrau und Verkehrsfachwirtin. Sie war zunächst als Controllerin bei Dachser Air & Sea Logistics in Frankfurt am Main tätig. Im Jahr 2015 übernahm sie von ihren Eltern das Familienunternehmen, die Spedition Neuner GmbH & Co. KG in Mittenwald.

Eissler ist Mitglied im IHK-Regionalausschuss Garmisch-Partenkirchen sowie im IHK-Prüfungsausschuss für Kaufleute für Spedition und Logistikdienstleistung. Sie ist verheiratet und hat zwei Söhne. Ihr Ehemann ist ebenfalls im Unternehmen aktiv.



Diskussionsrunde im IHK Campus mit Staatssekretär Roland Weigert (Bildmitte)

Foto: IHK

Gemeinsame Sitzung

»Wir machen Druck«

Bayerns Wirtschaftsstaatssekretär Roland Weigert (Freie Wähler) war Gast auf einer gemeinsamen Sitzung der drei **IHK-Ausschüsse Tourismus, Dienstleistungen und Handel**. IHK-Präsident Eberhard Sasse nahm ebenfalls an dem Gespräch teil.

Die Runde diskutierte unter anderem über Bürokratie, Arbeitszeiten, Ladenschluss, Fachkräfte und Flächennutzung. Die Unternehmer unterstrichen dabei die IHK-Forderungen nach Bürokratieabbau sowie einer Liberalisierung des Ladenschlus-

ses und des Arbeitszeitgesetzes. Staatssekretär Weigert sagte Unterstützung zu. Vor allem bei der Schließung der Mobilfunklöcher und beim Ausbau von E-Government will er für rasche Erfolge sorgen. »Wir machen Druck«, betonte der Staatssekretär. Das Thema Sustainable Finance stand ebenfalls auf der Agenda. Die im Rahmen der Diskussion von den Unternehmern eingebrachten Punkte fließen in ein Positionspapier ein.

www.ihk-muenchen.de/tourismusausschuss

Fürstenfeldbruck

Wege aus der Wohnraumnot

Der Fachkräftemangel ist für Firmen im Landkreis Fürstenfeldbruck ein Dauerthema. »Wenn neue Mitarbeiter leichter eine Wohnung finden könnten, würde das die Personalsuche der Unternehmen erheblich entspannen«, betonte Michael Steinbauer, Vorsitzender des **IHK-Regionalausschusses Fürstenfeldbruck** auf der jüngsten Sitzung des Gremiums. Gemeinsam mit den Ausschussmitgliedern diskutierte Steinbauer, wie die schwierige Wohnraumsituation im Landkreis verbessert werden kann.

Andreas Haas, Oberbürgermeister (CSU) der Stadt Germering westlich von München und Gastgeber des Gremiums, stellte zusammen mit Stadtbaurat Jürgen Thum beispielhaft das aktuelle Wohnbauprojekt am Kreuzlinger Feld vor. 1500 Menschen sollen dort einmal leben, 30 Prozent der entstehenden Wohnungen werden kommunal gefördert. »Nur mit solchen Bauprojekten kann das Bevölkerungswachstum der kommenden Jahre angemessen begleitet werden«, betonte IHK-Ausschussvorsitzender Steinbauer. Eine aktuelle Demografiestudie sagt für Germering einen Anstieg der Ein-



Diskussion über den Wohnraumangel – Germerings Oberbürgermeister Andreas Haas (Stirnseite Mitte) war Gastgeber der Sitzung des IHK-Regionalausschusses Fürstenfeldbruck

Foto: IHK

wohnerzahl um etwa 7000 auf über 48000 im Jahr 2032 voraus. Germering ist bereits jetzt die sechstgrößte Stadt in Oberbayern.

www.ihk-muenchen.de/de/IHK-in-der-Region

Saubere und sichere Energie für alle

Die Vereinten Nationen haben 17 Sustainable Development Goals (SDGs) verabschiedet, zu deren Erreichung auch Unternehmen beitragen können. Das siebte Nachhaltigkeitsziel lautet: bezahlbare und saubere Energie.

GABRIELE LÜKE

Ein kleines Wasserkraftwerk an der Mangfall war für die Salus Haus Dr. med. Otto Greither Nachf. GmbH & Co. KG ein wesentlicher Grund, sich 1968 im oberbayerischen Bruckmühl anzusiedeln. »Als Hersteller von Naturheilmitteln ist unser ökonomischer Erfolg insbesondere von einer intakten Umwelt abhängig«, sagt Salus-Nachhaltigkeitsmanagerin Cassandra Wood (28). »Deshalb haben wir den Umweltschutz stets mitgedacht und wollten von Anfang an naturfreundliche Energien nutzen. Wasserkraft passt bestens ins Konzept.«

1990 erwarb Salus noch ein zweites Wasserkraftwerk und installierte zahlreiche Photovoltaikanlagen. So können bilanziell bis zu 90 Prozent des Stromverbrauchs aus eigenen regenerativen Quellen gedeckt werden, der Rest wird aus grünen Stromquellen hinzugekauft.

Energie ist Thema des siebten Nachhaltigkeitsziels der Vereinten Nationen: Alle Menschen sollen Zugang zu bezahlbarer,

verlässlicher und nachhaltiger Energie haben, die dem Klima nicht schadet. In der Deutschen Nachhaltigkeitsstrategie, die die SDGs auf Deutschland herunterbricht, übersetzt die Bundesregierung dies in mehr Energiesparen, Energieeffizienz sowie den Ausbau erneuerbarer Energien.

Die Wirtschaft befürwortet Energiewende und Klimaschutz generell. Sie sieht in ihnen aber auch eine Gefahr für ihre Wettbewerbsfähigkeit, so das aktuelle DIHK-Energiewendebarometer. Damit die Energieversorgung umweltverträglich, aber eben auch sicher, wirtschaftlich und bezahlbar bleibt, fordern die Unternehmen von der Politik, die Stromnetze zügig auszubauen, Genehmigungsverfahren zu beschleunigen und den Wettbewerb auf den Strom- und Gasmärkten zu stärken.

Mit Energieeffizienzmaßnahmen und Energiemanagement, der betrieblichen Nutzung erneuerbarer Energien oder dem Austausch in Energieeffizienznetzwerken (s. Kasten S. 27) können die Firmen aber auch selbst dazu beitragen, SDG 7 zu erreichen.

So ist die grüne Stromversorgung bei Salus Teil eines umfassenden Energiemanagements auf Basis von EMAS, dem europäischen Eco-Management and Audit Scheme. Es wird begleitet von zahlreichen technischen Energieeffizienzmaßnahmen wie LED-Beleuchtung oder hocheffizienten Pumpen. Über ein ausgeklügeltes System zur Abwärmerückgewinnung spart Salus beim Heizen Energie, gekühlt wird möglichst mit Flusswasser oder Außenluft. »Allein durch die Wasser-

Foto: Salus



Darum geht's

- ▶ Prognosen rechnen damit, dass der weltweite Primärenergiebedarf bis 2040 um 30 Prozent steigt.
- ▶ Damit dies nicht zu Lasten des Klimas geht, muss die Energie sauber und nachhaltig sein.
- ▶ Firmen können durch Energiesparen, Energieeffizienz und die Nutzung regenerativer Energiequellen einen Beitrag leisten.

kraft verringern wir unseren CO₂-Eintrag um rund 1000 Tonnen im Jahr«, sagt Nachhaltigkeitsmanagerin Wood stolz.

Die Internationale Energieagentur IEA hat berechnet, dass der globale Primärenergiebedarf von 2014 bis 2040 unterm Strich um 30 Prozent ansteigen wird. »Das ist, als ob ein weiteres China und Indien als Energieverbraucher hinzukommen; die beiden Länder stehen heute für etwa



30 Prozent des globalen Energiebedarfs«, erklärt Manfred Fishedick (55), Vizepräsident des Wuppertal Instituts für Klima, Umwelt, Energie. Bleiben die globalen Klimaschutzziele bei diesem Anstieg auf der Strecke? »Nicht unbedingt«, sagt der Experte. »Energieeffizienz und der Ausbau der erneuerbaren Energien müssen jedoch konsequent umgesetzt werden. In vielen Entwicklungsländern verzeichnen wir hierbei eine große Dynamik.«

Deutschland hingegen hat seine Vorreiterrolle eingebüßt: Der Primärenergiebedarf sinkt zwar seit 1990, auch der Ausbau der

und morgens in die Landeshauptstadt zurückgebracht. Die radelnden Zusteller erhalten ihre Pakete in der Innenstadt. »Das spart unterm Strich zwölf Dieselfahrzeuge, die sonst zwischen München und Garching gependelt und in der City gefahren wären«, freut sich Niederlassungsleiter Peter Blösl (56). »Wir sind so besser auf Umweltzonen und Dieselfahrverbote vorbereitet und kommen sogar schneller voran. Wir verringern unseren CO₂-Abdruck und werden als Unternehmen attraktiver.« UPS weitet das Münchner Fahrradkonzept nun weltweit aus.



Naturfreundliche Energie –
Salus-Wasserkraftwerk
an der Mangfall

erneuerbaren Energien liegt über Plan. »Deutlicher Nachholbedarf besteht aber bei der Energieeffizienz«, so Fishedick. Vor allem der Verkehrssektor sei ein Sorgenkind.

Der Paketdienst UPS zeigt, dass es auch anders geht. Seit 2017 setzt er in der Münchner Innenstadt Lastenfahräder und E-Bikes ein. Deren Batterien werden über Nacht im Lager in Garching aufgeladen

Dass der Blick über das eigene Umfeld hinaus wichtig ist, verdeutlichen Daten der UNO. So können mehr als eine Milliarde Menschen keine elektrische Energie nutzen. 40 Prozent heizen und kochen gesundheitsgefährdend mit Holz, Kohle oder tierischen Abfällen. Allein in Afrika haben 620 Millionen Menschen überhaupt keinen Zugang zu Strom. Das Social Start-up Africa GreenTec AG im hessischen Hain

Ideen für mehr Energieeffizienz

Die Mittelstandsinitiative Energiewende und Klimaschutz (Klimaschutzunternehmen) unterstützt die Wirtschaft bei der Energiewende. Infos im Internet unter: mittelstand-energiewende.de

Die Bayerische EnergieEffizienz-Netzwerk-Initiative (BEEN-i) will die Energieeffizienz der Wirtschaft durch gezielte Initiierung von Netzwerken verbessern: been-i.de

Ökoprofit ist ein Kooperationsprojekt zwischen Kommunen und der örtlichen Wirtschaft für mehr Energieeffizienz: muenchen.de – Suchbegriff »Ökoprofit«

Firmen können Azubis zu Energie-Scouts qualifizieren: akademie.muenchen.ihk.de – Suchbegriff »Energie-Scouts«

burg hat deshalb ein containergroßes Solarkraftwerk, den Solartainer®, entwickelt. »In afrikanischen Dörfern basiert Energieversorgung zumeist auf Diesel und Holzkohle, die Mensch und Klima krank machen«, erklärt Vorstandsmitglied Harald T. Schreiber (56). »Dabei gibt es allein in Mali ungefähr doppelt so viele Sonnenstunden pro Jahr wie in Deutschland.« Zwei Dutzend Dörfer in Mali und Niger profitieren bereits von den Mini-Solarkraftwerken. »Durch unsere Solartainer sind bereits 300 neue Kleinbetriebe entstanden«, so Schreiber. »Zugang zu Energie fördert mit hin entscheidend auch wirtschaftliche Entwicklung.«

IHK-Ansprechpartner zu CSR und Energie
Verena Jörg (CSR), Tel. 089 5116-1502
verena.joerg@muenchen.ihk.de

Björn Athmer (Energie), Tel. 089 5116-1548
bjorn.athmer@muenchen.ihk.de



Foto: auremar_Fotolia.com

Gefragt – Fachkräfte sichern
die Wettbewerbsfähigkeit

Dringend gesucht

Der aktuelle IHK Fachkräfte-Report zeigt, wie viele Mitarbeiter heute fehlen und wie sich die Situation in den nächsten Jahren entwickeln wird. Die Zahlen sind beunruhigend. Es müssen schnell neue Potenziale erschlossen werden.

————— SABINE HÖLPER —————

Der Fachkräftemangel verschärft sich. Von 2018 bis 2030 wird der Engpass bayernweit von 260 000 auf 450 000 Menschen ansteigen. Knapp zehn Prozent aller Stellen werden 2030 vakant bleiben, sofern sich die Vorzeichen bis dahin nicht ändern. Dies sind die Kernergebnisse des soeben veröffentlichten Fachkräfte-Reports Bayern. Dieser basiert auf den Daten des Fachkräftemonitors, der vom Wirtschaftsforschungsinstitut Wifor erstellt wird.

»Treiber dieser Entwicklung ist vor allem der demografische Wandel«, sagt Sebastian John, Referent für Fachkräfte und Zukunft der Arbeit bei der IHK für München und Oberbayern. Bis 2030 sinke das Fachkräfteangebot in Bayern um fast eine Million – von rund 5,2 auf 4,2 Millionen Menschen. Die Situation sei also ernst.

Und auch eine konjunkturelle Abkühlung könne bestenfalls kurzfristig für etwas Entspannung sorgen.

John: »Die geburtenstarken Jahrgänge gehen bald in Rente.« So steigt auch das Durchschnittsalter der bayerischen Arbeitnehmer: Ende 2018 betrug es 43,7 Jahre, 2030 wird es bei 48,6 Jahren liegen.

Fehlende Fachkräfte bedeuten einen Verlust an Wettbewerbsfähigkeit – und steigende Wertschöpfungsverluste. Laut den Berechnungen des aktuellen Fachkräftemonitors beliefen sich diese im Jahr 2018 auf 23 Milliarden Euro, was 4,6 Prozent der gesamten Bruttowertschöpfung entspricht. Im Jahr 2030 wird sich der Betrag auf 38 Milliarden Euro und somit 6,5 Prozent der Bruttowertschöpfung erhöhen. Die Wertschöpfungsverluste summieren sich von 2018 bis 2030 über alle Jahre hin-

weg auf rund 300 Milliarden Euro. »Angesichts der Situation ist es geboten, zusätzliche Fachkräftepotenziale zu erschließen«, sagt IHK-Experte John. Vor allem Frauen, ältere Fachkräfte sowie Arbeitnehmer aus dem Ausland stehen dabei im Fokus. Würden zum Beispiel nur die in Teilzeit arbeitenden Frauen in Bayern – das ist immerhin fast jede zweite – ihre durchschnittliche Arbeitszeit von 20,7 auf 25 Stunden erhöhen, ergäben sich daraus 5,2 Millionen zusätzliche Arbeitsstunden pro Woche. Das entspricht 130 000 Vollzeitbeschäftigten. ■

www.ihk-muenchen.de/fachkraeftereport

**IHK-Ansprechpartner zum
Fachkräfte-Report**

Sebastian John, Tel. 089 5116-1109
sebastian.john@muenchen.ihk.de

Die Lücke wird größer

	2018	2030
Angebot	5 190 000	4 230 000
Nachfrage	5 450 000	4 680 000
Engpass	260 000	450 000
Engpass in Prozent	4,8	9,6

Über alle Wirtschaftszweige hinweg war 2018 in Bayern die Nachfrage der Arbeitgeber nach Fachkräften um 260 000 Personen größer als das Angebot.

Die Belegschaften altern

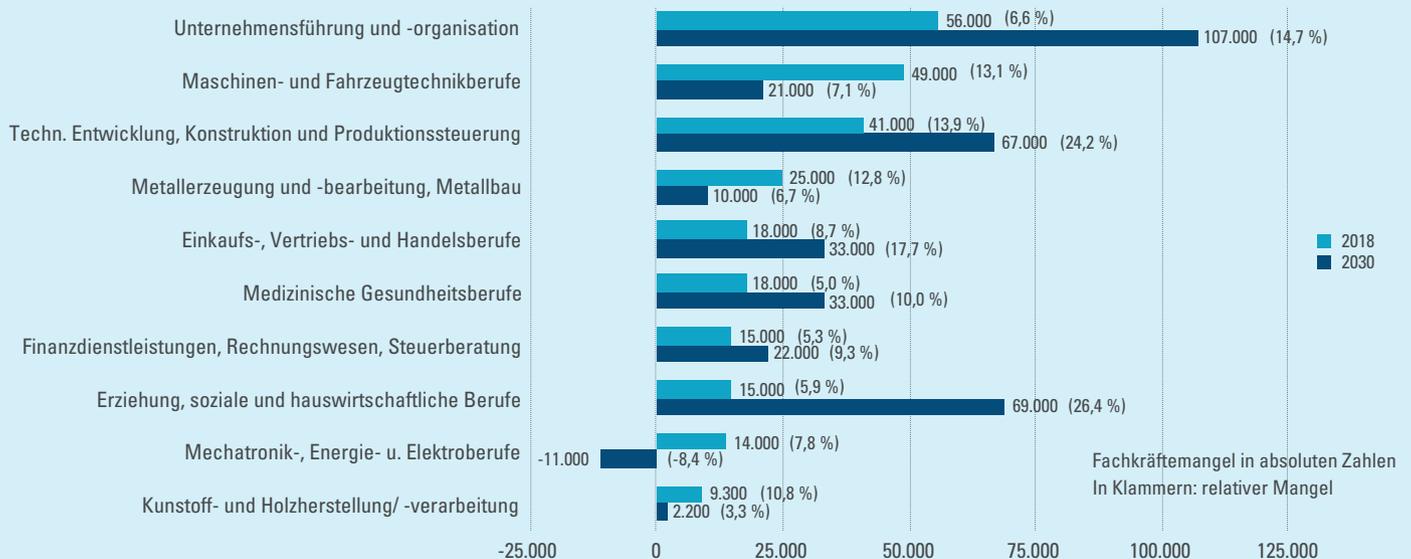


Das Durchschnittsalter der Arbeitnehmer in Bayern steigt. 2018 betrug es 43,7 Jahre, 2030 wird es fast fünf Jahre höher liegen.

Besonders gefragt in Oberbayern

Die Top-3-Engpassberufsgruppen	2030
Unternehmensführung und -organisation	50 000
Technische Entwicklung, Konstruktion und Produktionssteuerung	26 000
Erziehung, soziale und hauswirtschaftliche Berufe	24 000

Die Lage in einzelnen Berufsgruppen in Bayern



In absoluten Zahlen gemessen, fehlten 2018 insbesondere Fachkräfte mit Berufen in Unternehmensführung und Organisation. Hier waren 56 000 Stellen unbesetzt, das entspricht 6,6 Prozent der gesamten Nachfrage. Bis 2030 wird sich der Mangel in den meisten Berufsgruppen weiter verschärfen. Nur für Mechatronik-, Energie- und Elektroberufe wird ein leichter Überschuss prognostiziert. Grund ist ein voraussichtlicher Rückgang der Nachfrage im Zuge der Digitalisierung.

Der Engpass nach Qualifikationsniveau



Experten, Spezialisten, Fachkräfte – auf allen Qualifikationsniveaus werden Mitarbeiter gesucht. So fehlten 2018 den bayerischen Betrieben 50 000 Experten, es blieben 6,9 Prozent der Stellen unbesetzt. Bis 2030 vergrößert sich der Engpass.

Wer macht was?

Die Einteilung der Qualifikationsniveaus richtet sich nach der Klassifikation der Bundesagentur für Arbeit.

Experte: Sie verrichten hochkomplexe Tätigkeiten (z.B. Entwicklung) sowie Leitungs- und Führungsaufgaben. Meist setzt die Ausübung dieser Berufe eine mindestens vierjährige Hochschulausbildung oder entsprechende Berufserfahrung voraus.

Spezialist: Diese Tätigkeiten sind zusätzlich mit Spezialkenntnissen verbunden, die häufig im Rahmen einer beruflichen Fort- oder Weiterbildung, etwa einer Techniker- oder Meisterausbildung oder eines Bachelor-Abschlusses vermittelt werden.

Fachkraft: Für die Tätigkeiten einer Fachkraft werden fundierte Fachkenntnisse vorausgesetzt, die üblicherweise mit dem Abschluss einer Berufsausbildung erreicht werden.

Ausbilden und Entwickeln

Die Bundesagentur für Bayern unterstützt die Fachkräftesicherung.
Ein Beitrag von Ralf Holtzwardt, Vorsitzender der Geschäftsführung der
Regionaldirektion Bayern der Bundesagentur für Arbeit.

Die zunehmende Digitalisierung der Arbeitswelt ist in aller Munde. Und das ist gut so. Denn nur gemeinsam können wir den Prozess des Wandels mitgestalten. Ihnen als Unternehmer in Industrie und Handel kommt in meinen Augen dabei eine Schlüsselrolle zu: Sie müssen Ihren Betrieb schon heute zukunftsfähig aufstellen, damit Sie mit Ihren Mitarbeitern auch morgen noch konkurrenzfähig sind. Dabei ist entscheidend, ob Sie die Arbeitskräfte haben, die Sie benötigen. Die Zeiten, in denen Sie aus einer Vielzahl von Bewerbern den besten aussuchen konnten, sind vorbei. Potenzial steckt in alternativen Besetzungsstrategien. Wir wollen Sie als unsere Arbeitgeber-Kunden bestmöglich unterstützen auf drei Wegen der Fachkräftesicherung: Ausbilden, Gewinnen, Entwickeln.

Zahlreiche Betriebe bieten Ausbildungsstellen an – das freut mich sehr. Aber es können längst nicht alle Ausbildungsstellen besetzt werden. Ich empfehle Ihnen, alle Möglichkeiten zu nutzen, um Ihr Unternehmen als attraktiven Ausbildungsbetrieb darzustellen, sei es über Social

Media, Onlinebörsen, Homepage, Tage der offenen Tür, Ausbildungsmessen und so weiter. Wenn Sie bereit sind, auch schwächeren Jugendlichen eine Chance zu geben, bieten wir die jeweils passende Förderung an.

Circa 150000 Fachkräfte vermitteln wir jedes Jahr in Erwerbstätigkeit. Die Chancen für die Gewinnung von Fachkräften am Arbeitsmarkt vergrößern Arbeitgeber selbst, wenn sie nicht die eine passende Kraft suchen. Unter Langzeitarbeitslosen, Menschen mit Schwerbehinderung und älteren Personen finden sich oftmals Bewerber mit Potenzial für die offene Stelle. Auch hier unterstützen wir Sie gerne bei der Finanzierung notwendiger Qualifizierungsmaßnahmen.

Gerade in der Entwicklung von Fachkräften aus der eigenen Mitarbeiterschaft heraus sehe ich ein großes Potenzial, das wir gemeinsam heben können. Wir bauen unsere Beratung und Förderung für Betriebe zur Sicherung des benötigten Fachkräftebedarfs kontinuierlich aus. Besonders das Qualifizierungschancengesetz bietet uns erweiterte Finanzierungsmöglichkeiten.

Wir als Bundesagentur für Arbeit in Bayern werben dafür, dass Unternehmen von diesen Möglichkeiten intensiv Gebrauch machen. Wir übernehmen bei einer Qualifizierung folgende Kosten:

- ▶ Zuschuss zu den Maßnahmekosten für eine Anpassungsqualifizierung
- ▶ Volle Übernahme der Maßnahmekosten bei nachträglichem Erwerb eines Berufsabschlusses über eine Umschulung, Vorbereitung auf eine Externenprüfung oder Teilqualifizierung
- ▶ Förderung von umschulungsbegleitenden Hilfen (z.B. zusätzlicher Unterricht in der Fachtheorie) zur Sicherstellung des angestrebten Berufsabschlusses
- ▶ Förderung von Grundkompetenzen (Unterricht in Mathematik, Deutsch, IT etc.) zur Vorbereitung auf abschlussbezogene Weiterbildungen
- ▶ Nach Betriebsgröße gestaffelter Zuschuss zum Arbeitsentgelt für die wegen der Weiterbildung ausgefallene Arbeitszeit

Wenn Sie zum Thema Fachkräftesicherung mit uns in Kontakt kommen wollen, empfehle ich Ihnen, sich mit Ihrem persönlichen Ansprechpartner im Arbeitgeber-Service in Verbindung zu setzen. Dort beraten die Kollegen Sie gerne zu unseren Unterstützungsmöglichkeiten.

Sie haben noch keinen persönlichen Kontakt? Dann erreichen Sie Ihren Arbeitgeber-Service kostenlos unter der Nummer 0800 4 5555 20.

Ich freue mich, wenn wir als Bundesagentur für Arbeit einen Beitrag dazu leisten können, den Fachkräftebedarf im Bereich der Industrie und im Handel zu decken. ■

»Wir bauen unsere
Beratung und Förderung
für Betriebe
kontinuierlich aus.«

Ralf Holtzwardt, Vorsitzender der Geschäftsführung
der Regionaldirektion Bayern der Bundesagentur
für Arbeit



Foto: www.Zeighit.de/Stefan Brending



Gute Ausbildung und hohe Motivation – Menschen mit Behinderung sind für Betriebe eine Bereicherung

»Inklusion ist ein Gewinn für alle«

Kerstin Schreyer (48), Bayerische Staatsministerin für Familie, Arbeit und Soziales, macht sich stark für die berufliche Teilhabe von Menschen mit Behinderung.

GABRIELE LÜKE

Frau Staatsministerin Schreyer, warum sollten wir mehr Menschen mit Behinderung in den ersten Arbeitsmarkt bringen?

Die Teilhabe am Arbeitsleben ist für Menschen mit Behinderung sehr wichtig. Sie bringt aber auch den Arbeitgebern viele Vorteile. Und zwar nicht zuletzt in Zeiten des Fachkräftemangels. Menschen mit Behinderung verfügen oft über eine sehr gute Ausbildung oder haben ein Studium absolviert. Sie sind hochmotiviert und engagiert. Arbeitgeber sehen zumeist keine Leistungsunterschiede gegenüber Menschen ohne Einschränkungen.

Trotz allem fürchten Firmen aber geringere Leistungen, mehr Betreuungsaufwand oder den strengeren Kündigungsschutz.

Alle Arbeitgeber, die sich für Menschen mit Behinderung entscheiden, erhalten passgenaue Unterstützung: Beratung, Zuschüsse, konkrete technische Hilfen, Begleitung bei Kündigungen. Der Freistaat nimmt viel Geld in die Hand. Das Budget für Arbeit, das Arbeitgebern einen Lohnkostenzuschuss zugesteht, liegt

»Alle Arbeitgeber, die sich für Menschen mit Behinderung entscheiden, erhalten Unterstützung.«

Kerstin Schreyer, Bayerische Staatsministerin für Familie, Arbeit und Soziales



Foto: Atelier Kramer/Welter Köttnner

in Bayern um 20 Prozent über dem des Bundes. Im vergangenen Jahr haben wir fast 100 Millionen Euro für Ausbildung, Beschäftigung und berufliche Rehabilitation von Menschen mit Behinderung zur Verfügung gestellt. Klar ist aber auch: Es gibt Menschen, die aufgrund ihrer Behinderung nur sehr wenig arbeiten können. Auch ihnen müssen wir eine Chance geben.

Sie zeichnen Arbeitgeber, die sich vorbildlich für Inklusion einsetzen, aus.

Ja! Wir überreichen ihnen das Emblem »Inklusion in Bayern – Wir arbeiten miteinander«. Damit können sie für sich werben. Denn Verantwortung zu übernehmen, Menschen mit Behinderung zu beschäftigen, stärkt auch den guten Ruf – und motiviert andere zur Nachahmung.

Alle Informationen zu Beratungs- und Fördermöglichkeiten sowie zu Anlaufstellen im Internet unter:

www.arbeit-inklusive.bayern.de

Bayern setzt auf ein Flächenmodell

Der Gesetzgeber muss die Grundsteuer reformieren. Das Modell des Bundesfinanzministers würde Firmen erheblich belasten. Doch jetzt sollen Ausnahmen möglich sein.

MONIKA HOFMANN

Um die Neugestaltung der Grundsteuer wird seit Langem gestritten. Zuletzt ging es vor allem um die Frage, ob eine Öffnungsklausel den Gesetzentwurf von Bundesfinanzminister Olaf Scholz (SPD) ergänzen sollte, der bislang nur ein bundesweit einheitliches Konzept vorsah. Was viele Firmenlenker erhofften, wollen nun zumindest einige Bundesländer Wirklichkeit werden lassen:

Nach den Gesetzesplänen der Bundesregierung soll es ihnen erlaubt sein, bei der Grundsteuer in wesentlichen Punkten in Eigenregie zu verfahren.

Dafür setzte sich besonders Bayerns Ministerpräsident Markus Söder (CSU) ein. Seine Regierung hat bereits angekündigt, eine bayerische Version der Grundsteuer umzusetzen, die sich einzig an der Fläche orientiert.

Der Zeitdruck ist enorm. In ihrer aktuellen Form verstößt die Grundsteuer gegen das Grundgesetz. Wird sie bis Ende 2019 nicht reformiert, dürfen Städte und Gemeinden sie ab 2020 nicht mehr erheben. Damit fiel eine ihrer wichtigsten Einnahmequellen weg.

Von der Grundsteuer als Substanzsteuer sind fast alle Firmen betroffen, egal, ob als Mieter oder Eigentümer. Zuletzt flossen

Reform der Grundsteuer – was kommt auf Unternehmen zu?



mehr als 14 Milliarden Euro jährlich in die kommunalen Kassen.

Welche Pläne verfolgt der Bund?

Nach den Reformplänen der Bundesregierung sollen grundsätzlich bundesweit einheitliche Regelungen gelten. Das von Bundesfinanzminister Scholz entwickelte Konzept sieht eine aufwendige Neubewertung der mehr als 35 Millionen Grundstücke hierzulande vor. Es berücksichtigt den aktuellen Wert der Immobilie, nicht die Fläche. Die wichtigsten Punkte:

► Bei Wohngrundstücken knüpft die Bewertung an die durchschnittlichen Nettokaltmieten und an die Bodenrichtwerte an. Die tatsächlich vereinbarten Mieten werden nur berücksichtigt, wenn sie unter diesen Durchschnittswerten liegen.

► Das Baujahr fließt in die Bewertung ein. Für Gebäude, die vor 1948 erbaut wurden, gelten vereinfachte Regeln.

► Für gemischt und geschäftlich genutzte Grundstücke soll ein vereinfachtes Sachwertverfahren gelten. Es berücksichtigt neben den Bodenrichtwerten vor allem die Baukosten.

► Ausgangspunkt für die Bewertung von Grund und Boden ist weiterhin der jeweilige Bodenrichtwert. Dies ist der amtliche durchschnittliche Lagewert von verkauften Grundstücken, den Gutachterausschüsse ermitteln.

► Die Eigentümer sollen alle sieben Jahre ihre Angaben aktualisieren.

Welche Möglichkeiten ergeben sich aus der Öffnungsklausel?

Bayern setzte einige gravierende Änderungen der geplanten Reform durch. Zu den wichtigsten zählt eine Öffnungsklausel, die in das Grundgesetz eingefügt werden soll. Danach dürften die Länder künftig teilweise oder sogar vollständig von den bundesweiten Grundsteuerregeln abweichen und eigene Landesgrundsteuergesetze schaffen. Für die dafür erforderliche Verfassungsänderung benötigt die Regierungskoalition allerdings in Bundestag und Bundesrat zwei Drittel der Stimmen, also auch weitere von anderen Parteien. Sollte die notwendige Mehrheit nicht zustande

kommen, gibt es auch schon einen Plan B: ein sogenanntes Freigabegesetz des Bundestags. Auch damit könnten beziehungsweise müssten allein die Länder eigene Regeln für die Grundsteuer erlassen.

Einzelne Länder, allen voran Bayern, kündigten schon an, dass sie das Flächenkonzept für ihre Städte und Gemeinden vorsehen. Derzeit arbeitet das Landesfinanzministerium bereits an einer bayernweit geltenden Lösung, die an physikalische Größen, also Grundstücksgröße, Wohn- oder Nutzfläche, anknüpft. Dabei geht es nur um die Bemessungsgrundlage der Grundsteuer. Die Gestaltung der Hebesätze soll auch weiterhin in der Hand der Kommunen bleiben.

Auch andere Länder wie Nordrhein-Westfalen und Sachsen erwägen offenbar, die Öffnungsklausel zu nutzen.

Warum muss die Politik die Steuer reformieren?

Besonders wichtig ist bei dieser Reform, dass die Bemessungsgrundlagen die Wirklichkeit treffender abbilden. Das Bundesverfassungsgericht in Karlsruhe hatte schon im April 2018 die veralteten Regeln gerügt. Zurzeit nutzen die Finanzbehörden für die Ermittlung noch die sogenannten Einheitswerte von 1964, in den neuen Ländern sogar von 1935.

Für das Umsetzen der Reform räumte das Gericht der Finanzverwaltung einen zusätzlichen Zeitraum ein: Die verfassungswidrigen Regeln dürfen zunächst bis zum 31. Dezember 2019 weiter angewandt werden, nach dem Verkünden eines neuen Regelwerkes für höchstens weitere fünf

Jahre ab dem Verkünden, längstens aber bis zum 31. Dezember 2024.

Was hält die Wirtschaft davon?

»Die Vorschläge für ein wertabhängiges Modell hätten zu einem erheblichen zusätzlichen bürokratischen Aufwand geführt, sowohl für die Steuerpflichtigen als auch für die Finanzverwaltung«, urteilt IHK-Hauptgeschäftsführer Manfred Gößl. Entsprechend begrüßt er die Lösung auf Länderebene. »Jetzt kann Bayern die einfache und bürokratiearme Regelung umsetzen, für die sich die Wirtschaft starkgemacht hat und die allen Bürgern zugutekommen wird«, sagt der IHK-Chef.

Er sieht die Ankündigung der Bayerischen Staatsregierung zum Flächenkonzept positiv. »Mit diesem Modell haben wir die Möglichkeit einer verfassungsgemäßen, aufkommensneutralen und möglichst einfachen Neuregelung, die zudem innerhalb der vorgegebenen Fristen umsetzbar ist und nicht zu Mehrbelastungen für die Unternehmen führt«, so Gößl. Einstimmig sprach sich auch die IHK-Vollversammlung für ein Flächenmodell aus. ■

Informationen zur Reform der Grundsteuer sowie zur Positionierung der IHK für München und Oberbayern unter:
www.ihk-muenchen.de/grundsteuer

IHK-Ansprechpartner zur Grundsteuer
Martin Clemens, Tel. 089 5116-1252
martin.clemens@muenchen.ihk.de

Jörg Rummel, Tel. 089 5116-1633
joerg.rummel@muenchen.ihk.de

BRANDSCHUTZ

Prüfungsverständige für vorbeugenden Brandschutz bilden aus zum Brandschutzbeauftragten

5-Tage-Seminar Qualifikation zum Brandschutzbeauftragten:
21.10. – 25.10.2019 1.750,- € zzgl. Mwst

2-tägige Weiterbildung für Brandschutzbeauftragte:
22.10. + 23.10.2019 750,- € zzgl. Mwst





Anmeldung: www.edbauer.com/seminare - Tel.: 0861/7222

Verschärfte Bedingungen

Die EU-Medizinprodukte-Verordnung erschwert die Zulassung neuer Produkte. Hersteller müssen sich auf strengere Anforderungen einstellen und frühzeitig reagieren.

MELANIE RÜBARTSCH

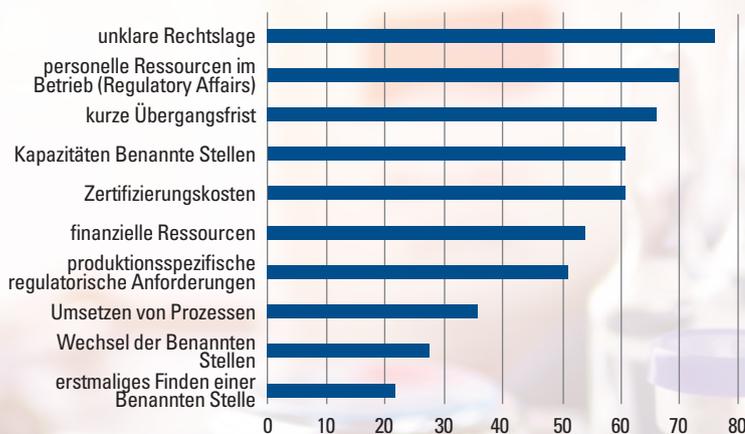
Thomas Heske atmet hörbar tief durch, bevor er loslegt. »Unsere Branche ist inzwischen bis ins kleinste Detail durchreguliert«, sagt der Geschäftsführer der BIP Biomedizinische Instrumente und Produkte GmbH in Tübingen. Es gebe immer mehr Auflagen, Zertifizierungen, Prüfungen und Dokumentationspflichten. »Für unsere eigentliche Arbeit, innovative Produkte zu entwickeln, bleibt immer weniger Raum«, ärgert sich der 56-Jährige. Das bekommen vor allem die kleinen und mittleren Unternehmen zu spüren, die in Deutschland immerhin 90 Prozent des Markts ausmachen.

Die neue EU-Verordnung über Medizinprodukte (MDR), die ab 26. Mai 2020 zur Anwendung kommt, wird die Situation weiter zuspitzen. »Sie hat die Voraussetzungen für die Erlangung der CE-Kennzeichnung, ohne die das Produkt nicht auf den Markt darf, erheblich erhöht«, sagt Karen Tittel, Referentin Innovation und Produktsicherheit bei der IHK für München und Oberbayern. Das Regelwerk beschert den Herstellern unter anderem weitergehende Vorgaben bezüglich ihrer Risiko- und Qualitätsmanagementsysteme, ihrer Systeme zur Deckung einer finanziellen Haftung, der Durchführung klinischer Be-

Foto: bukhta79_Fotolia.com

Probleme bei der Umsetzung der Verordnung ...

Anteil der Unternehmen, die in den genannten Faktoren ein großes oder sehr großes Problem bei der Umsetzung erkennen (in Prozent, Mehrfachnennungen)



wertungen oder der technischen Dokumentation. Die größten Unwägbarkeiten liegen jedoch im System der sogenannten Benannten Stellen. Diese sind EU-weit für die Zertifizierung von Medizinprodukten zuständig. Um prüfen zu dürfen, müssen sie bereits heute ein nationales Notifizierungsverfahren durchlaufen haben. »Nach der MDR brauchen sie nun aber auch noch den Segen von mindestens zwei weiteren Sachverständigen anderer Mitgliedsstaaten sowie der EU-Kommission«, erklärt Tittel. Diesem Prozedere müssen sich sämtliche Benannte Stellen unterziehen – auch solche, die bereits aktiv sind.

»Im Idealfall dauert diese Neubenennung mindestens 18 Monate«, schätzt die Expertin. Deshalb müssen sich Hersteller auf immense Wartezeiten einstellen, wenn sie neue Produkte auf den Markt bringen wollen. Aktuell sind gerade einmal zwei Benannte

Stellen nach der MDR akkreditiert: TÜV SÜD Product Service GmbH sowie die britische BSI Group. Ob und wie Letztere nach einem harten Brexit noch EU-Unternehmen prüfen darf, ist jedoch unsicher. Der Flaschenhalseffekt wird dadurch verstärkt, dass sich aufgrund der zusätzlichen Hürden viele Benannte Stellen aus der Zertifizierung zurückziehen. Von den aktuell 59 Stellen haben bisher erst 39 einen Antrag auf Neubenennung nach der MDR gestellt. Hinzu kommt: Die verbleibenden Stellen werden künftig mehr Produkte prüfen müssen. Das liegt an einer neuen Einteilung der Risikoklassen für Medizinprodukte. »Nur Produkte der niedrigsten Risikoklasse benötigen keine Zertifizierung durch eine Benannte Stelle. Das sind etwa Gehhilfen oder Rollstühle«, so Tittel. »Ab Mai fallen aber einige der jetzigen Klasse-I-Produkte unter die höheren Risikoklassen.« Beispiele sind wiederverwendbare chirurgische Instrumente

Darum geht's

- ▶ Die EU-Medizinprodukte-Verordnung (MDR) wird ab 26. Mai 2020 angewandt.
- ▶ Sie sieht wesentliche Neuregelungen bei Zulassung und Regulierung vor.
- ▶ Insbesondere bei den Benannten Stellen, die für die Zertifizierung von Medizinprodukten zuständig sind, drohen Engpässe.

oder stoffliche Medizinprodukte wie Nasensprays. »Falls die Anzahl der Stellen nicht deutlich erhöht wird, müsste allein deshalb über eine Verlängerungsfrist der Übergangszeit nachgedacht werden«, fordert Tittel.

Engpässe sind für Unternehmer Heske bereits Realität: »Schon in den vergangenen knapp sechs Jahren hat sich eine ganze Reihe von Benannten Stellen aus der Prü-

ausgereiften Produkte noch nach geltender Rechtslage zertifizieren zu lassen. »Die Unterlagen für unsere neuen Produktreihen sind bereits seit 2018 bei unserer Benannten Stelle – es dauert.«

Firmen sollten sich also dringend mit den geänderten Anforderungen auseinandersetzen, rät IHK-Expertin Tittel: »Wer bereits zugelassene Medizinprodukte hat, sollte sich zudem bei seiner Benannten Stellen

... und die Folgen daraus

Anteil der Unternehmen, die in den genannten Faktoren ein großes oder sehr großes Problem sehen (in Prozent, Mehrfachnennungen)



Mehr als 75 Prozent der Firmen beurteilen die unklare Rechtslage rund um die Medizinprodukte-Verordnung MDR als (sehr) großes Problem. 70 Prozent befürchten Engpässe bei Spezialisten für Regulatory Affairs. Diese sind notwendig, um die rechtlichen und technischen Anforderungen im Zertifizierungsprozess zu sichern (Grafik links). Die Konsequenz: Fast 80 Prozent der Firmen erwarten Schwierigkeiten, innovative Produkte auf den Markt zu bringen, fast ebenso viele rechnen mit Kostensteigerungen (Grafik oben).

fung zurückgezogen.« Das schlage sich in den Kosten für die Prüfverfahren nieder. »Die Preise haben sich in der Zeit beinahe verdoppelt«, berichtet Heske. Wenn nun unter MDR-Ägide noch weniger Stellen zuständig sind, dürften deren Rechnungen noch weiter steigen. »Dann werden auch wir Hersteller überlegen müssen, unsere Preise anzuheben. Ganz am Ende leidet der Patient darunter, den die Verordnung ja eigentlich schützen soll«, ärgert sich der Unternehmer. BIP versucht, alle bereits

informieren, um die neuen Anforderungen der Konformitätsbewertung mit ihr zu planen.«

Die Unsicherheit ist in der gesamten Branche zu spüren. Nach einer Umfrage des Deutschen Industrie- und Handelskammertags und des Industrieverbands Spectaris rechnen 79 Prozent der Medizinproduktehersteller damit, dass es aufgrund der MDR wesentlich schwieriger werden wird, Innovationen auf den Markt zu bringen (siehe Grafik).

Gesundheitswirtschaft

In Bayern gehört die Gesundheitswirtschaft zu den größten Arbeitgebern. Ein funktionierendes Gesundheitswesen ist überdies ein wichtiger Standortfaktor. Die Branche steht derzeit jedoch vor großen Herausforderungen. In einem Arbeitspapier hat die IHK für München und Oberbayern Stellschrauben ermittelt, an denen die Politik drehen sollte. Zentrale Forderungen betreffen die Bereiche:

- ▶ Fachkräfte
- ▶ Digitalisierung
- ▶ Finanzierung und Kostentransparenz
- ▶ Versorgung in Stadt und Land
- ▶ Bürokratieabbau
- ▶ Innovationen
- ▶ Prävention und betriebliches Gesundheitsmanagement.

Das Arbeitspapier Gesundheitswirtschaft steht zum Download bereit unter: ihk-muenchen.de/positionen

»Der Regelungszweck der Verordnung, die Risiken für Patienten aufgrund von mangelhaften Medizinprodukten einzudämmen, ist natürlich richtig«, sagt BIP-Chef Heske. Der Gesetzgeber sei aber deutlich über das Ziel hinausgeschossen. »Die MDR ist offenbar auf Konzernstrukturen ausgerichtet. Der Großteil der Innovationen kommt aber von kleinen Spezialisten, die von der zunehmenden Regulierung erdrückt werden.«

IHK-Ansprechpartnerin zur EU-Medizinprodukte-Verordnung

Karen Tittel, Tel. 089 5116-1425
karen.tittel@muenchen.ihk.de

Wir erstellen als Generalunternehmen Schlüsselfertige Bauwerke in allen Dimensionen und Schwierigkeitsgraden



Wohn- und Geschäftshäuser • Büro- und Hotelbauten • Industriebauten • Gesundheitszentren

Im Gewerbepark D75
93059 Regensburg

Tel. 0941/40244 23-0
gubau.regensburg@swietelsky.de
www.swietelsky.de



Baugesellschaft m.b.H.

PRO & CONTRA

Jahresgespräche

In Mitarbeitergesprächen geben Vorgesetzte Feedback, setzen neue Ziele oder besprechen Chancen zur Weiterentwicklung. Sollten Unternehmen für diese Gespräche feste Termine vorsehen? Oder engen Vorgaben zu sehr ein? Zwei Meinungen.



Jahresgespräche werden von Mitarbeitern und Vorgesetzten oftmals zu Unrecht als lästige Pflicht empfunden. Vielmehr sehe ich in ihnen eine Chance, die mindestens einmal im Jahr unbedingt ergriffen werden sollte. Die Vorteile liegen auf der Hand: Führungskräfte und auch Mitarbeiter können in ruhiger Atmosphäre wertvolles Feedback geben. Gemeinsam können weitere Ziele für die zukünftige Entwicklung des Mitarbeiters festgelegt werden. Mitarbeiter erhalten wertvolles Feedback zu ihrer Arbeit sowie Perspektiven für die kommenden Monate.

Bei der Organisation von Mitarbeitergesprächen setzen wir bewusst auf feste Termine im Kalender. Wenn alle Gespräche zentral für einen bestimmten Zeitraum vereinbart werden, verringert sich der Verwaltungsaufwand erheblich. Andernfalls müsste der Vorgesetzte den Überblick behalten, mit welchem Mitarbeiter er im Jahresverlauf schon Gespräche geführt hat oder nicht. Damit beide Seiten das bestmögliche Ergebnis aus dem Gespräch erzielen, ist sowohl für Führungskräfte als auch für Mitarbeiter eine eingehende Vorbereitung nötig. Bei unterjährig und spontan vereinbarten Terminen kann diese Vorbereitung im Trubel des

Tagesgeschäfts zu kurz kommen. Mit fest verankerten Terminen ist meiner Ansicht nach eher sichergestellt, dass Feedbackgespräche auch wirklich regelmäßig stattfinden und nicht aufgrund von Deadlines, Geschäftsreisen oder Kundenterminen vor sich hergeschoben werden oder im schlimmsten Fall gar nicht stattfinden.

Außerdem wird durch fest verankerte Termine verhindert, dass sich manche Mitarbeiter benachteiligt fühlen, wenn Kollegen womöglich öfter das Gespräch suchen. Eine klare Terminvorgabe schafft somit auch klare Fronten für alle. Mitarbeiter können sich auf das Gespräch einstellen und Unsicherheiten, wann und ob Feedback gegeben wird, werden verhindert. Haben Führungskräfte mit ihren Mitarbeitern Jahres- oder Bonusziele vereinbart, die in einem definierten Zeitraum erreicht werden sollen, erleichtern feste Abstände zwischen den Jahresgesprächen deren Vereinbarung und Kontrolle enorm.

Auch wenn wir mit der Vereinbarung von Mitarbeitergesprächen zu wiederkehrenden Zeiten gute Erfahrungen gemacht haben, entbindet das unsere Führungskräfte nicht von ihrer Aufgabe, Mitarbeitern auch unterjährig informelles Feedback zu übermitteln. Das kann und sollte jederzeit geschehen – egal, ob es sich nun um konstruktive Kritik oder um ein Lob für die gelungene Arbeit handelt.



Foto: Treugast

Moritz Dietl (40), Geschäftsführender Partner TREUGAST Solutions Group, München

Die TREUGAST Solutions Group ist eine Unternehmensberatung für Hotellerie, Gastronomie, Tourismus- und Freizeitwirtschaft. Sie besteht seit über 30 Jahren und hat sich auf die vier Geschäftsbereiche Gutachten, Beratung, Wissenschaft & Forschung und Management spezialisiert.

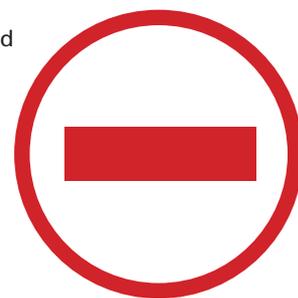


Foto: Daniel Ernst, Fotolia.com

Jahresgespräche waren bis vor ein paar Jahren sinnvoll und notwendig. Heute sind sie anachronistisch. Der Grund: Die Einheit Jahr als überschaubarer und planbarer Zeitraum für die Kommunikation mit Mitarbeitenden passt buchstäblich nicht mehr in die Zeit. Die ist nämlich geprägt von einer hohen Dynamik: Von immer schneller aufeinanderfolgenden Changes. Von immer kürzeren Zyklen in Entwicklung, Produktion, Aftersales. Von immer kurz- bis mittelfristigeren Zielen. Von flacheren Hierarchien, schrumpfenden Autoritäten und einer sinkenden Bedeutung von Arbeit als etwas Sinnstiftendem. Von sich immer häufiger selbst organisierenden Teams. Von höherer Fluktuation und neuen Arbeitszeitmodellen. Von neuen Formen der Kollaboration und Kooperation. Von häufigeren, dafür kürzeren Meetings etwa in Form regelmäßiger Stand-ups inklusive der agilen Methode Timeboxing.

Gilt das auch für Unternehmen, die (noch) nicht so agil sind und diese und andere Elemente von New Work nicht in ihre Prozesse und Strukturen integriert haben? Ja! Aus unserer Erfahrung als Changeberater wissen wir, dass selbst in primär hierarchisch organisierten Unternehmen Mitarbeitergespräche mittlerweile in höheren Frequenzen stattfinden – etwa in Form von Vierteljahresgesprächen. Diese Firmen haben erkannt, dass ein auf zwölf Monate angelegtes Management by Objectives im Zeitalter rapider Innovationen und Veränderungen im Grunde nicht mehr smart

ist. Das gilt erst recht für Start-ups und agile Unternehmen, die auf neue Formen der Beteiligung setzen. Dort wählen sich Teams zum Beispiel eigene kurz- bis mittelfristige (ambitionierte!) Ziele und Meilensteine. Klar, dass diese Objectives & Key Results dann auch in kürzeren Zeiträumen bewertet werden müssen.



Kurzum: Weil sich die Arbeit des Unternehmens in kürzeren Abständen verändert, muss sich auch die Kommunikation zwischen Führungskräften und Mitarbeitenden situativ an diese Veränderung anpassen – und den Informationsbedarf der »Geführten« stärker berücksichtigen. Mitarbeitergespräche als Mittel effektiver Personalentwicklung, -führung und -motivation sind daher heute wichtiger denn je. Doch nicht immer passen die traditionell damit verknüpften HR-Prozesse (Schulungen, Leitfäden, Betriebsvereinbarungen, Prämien etc.) samt der darin enthaltenen Vorlagen und Fristen noch in die Zeit. Unternehmen, die ihre Kultur, ihre Prozesse und Strukturen den Herausforderungen des digitalen Wandels anpassen möchten, sei daher auch eine Überprüfung dieser Prozesse empfohlen. Denn das eine kann nicht ohne das andere gelingen.

Dominik Faust (52), Geschäftsführer viadoo GmbH, Oberhaching bei München

Dominik Faust ist Gründer und Geschäftsführer der Changeberatung viadoo. Das Unternehmen begleitet Firmen sowohl bei langfristigen Veränderungen als auch bei kurzfristigen Projekten.



Foto: J. Unitch, Vogel Communications Group

Foto: IZB

**IZB Residence CAMPUS AT HOME –
zum Biotechnologie-Standort in Martinsried
gehört auch ein Hotel**



Lauter Leuchttürme

Der Campus in Martinsried bei München will optimale Bedingungen für Biotechnologie bieten. Das Geschäft braucht Zeit – und mehr Risikokapital als derzeit vorhanden ist.

CORNELIA KNUST

Die U-Bahn endet am Toaster. So nennen manche Münchner das gigantische Klinikum Großhadern von 1977. Die Grenze zwischen Stadt und Landkreis muss von hier aus per Bus überwunden werden. Hinter einem Wäldchen beginnt die Zukunft: Martinsried, Zentrum der Biotechnologie, Campus und Gründerschmiede.

Anfang der 1990er-Jahre hatte der Freistaat begonnen, die ihm gehörenden Konzerne zu privatisieren und die Erlöse in ein innovationsfreundliches Umfeld für Unternehmen zu stecken. Im zweiten Schritt, ab 1999, definierte er in der High-Tech-Offensive fünf Technologiefelder, die besonders förderungswürdig erschienen. 2006 folgte die Cluster-Offensive Bayern. Ein »Cluster«, eine Art Ballung von Forschungseinrichtungen und Universitäten, jungen und etablierten Firmen, Lieferanten und Kunden sowie qualifizierten Arbeitskräften, sollten entstehen. Die »Lebenswissenschaften« (Life Sciences) waren eines der Felder, genauer: die rote Biotechnologie, also medizinische Anwendungen. Und draußen auf dem Feld vor der Stadt, wo die Gemeinde Planegg schon in den 1970er-Jahren zwei Max-Planck-Institute aufgenommen hatte, sollte der Campus wachsen.

Ein Blick auf den Campus

Der erste Eindruck ist eher nüchtern, wenn man die Büroetage in einem Verwaltungsbau der Martinsrieder Fraunhoferstraße besucht, die sich das Biotech-Unternehmen 4SC als Zentrale ausersehen hat. Bereits 1997 von vier Würzburger Studenten

Darum geht's

- ▶ Das Biotech-Cluster entstand im Rahmen der Bayerischen High-Tech-Offensive Ende der 1990er-Jahre.
- ▶ Wirtschaft und Wissenschaft arbeiten in Martinsried eng zusammen, zahlreiche neue Firmen entstehen.
- ▶ Die Bedingungen für Risikokapital sind allerdings noch nicht optimal.

erschaffen, ging es 2005 an die Börse und konnte 2007 die Brüder Strüngmann (die Gründer des später an Novartis verkauften Pharmakonzerns Hexal) überzeugen einzusteigen. Außer ein paar Büros und Laborräumen braucht so ein Campus-Unternehmen wohl nicht viel. Denn hier werden keine Pillen produziert, wird keine Grundlagenforschung betrieben. Hier versucht eine kleine Mannschaft, wenige ausgewählte Wirkstoffe in stabile Medikamente zu überführen und diese dann durch die extrem aufwendigen Zulassungsverfahren der Aufsichtsbehörden zu schleusen. Solche Unternehmen brauchen alle zwei Jahre frisches Kapital – und sehr viel Geduld. »Das ist ein Hochrisikogeschäft«, sagt 4SC-Entwicklungschef Frank Herrmann (42). Wenn die erste Arznei zugelassen ist (in diesem Fall zur Stabilisierung von Patienten mit einer seltenen Krebserkrankung), wenn auch noch die Preisverhandlungen mit den Versicherungsträgern geglückt sind, dann erfolgt der Markteintritt in Europa im Jahr 2021. Umsatzpotenzial: 100 bis 150 Millionen Euro pro Jahr.

Ganz so lang wollte man eigentlich nicht auf die Erfolge warten, damals 1996, als Peter Zobel (54) im Auftrag der Staatsregierung das Gründerzentrum IZB in Martinsried übernahm. Schließlich verschlang allein der Bau schon 65 Millionen Euro. Auch 4SC begann dort als Start-up und blieb stolze zwölf Jahre. Auf den anfänglichen Hype folgte die Ernüchterung. »Nach dem Platzen der Internetblase war hier erst mal Ruhe«, sagt Zobel. In den Jahren danach mussten sich auch bekannte Firmen wie Morphosys oder Medigene mehrmals neu erfinden und ihre Strategie ändern.

»Ohne Familieninvestoren wie die Strüngmanns oder SAP-Gründer Dietmar Hopp hätte die Branche wahrscheinlich nicht überlebt«, meint Zobel. Nach wie vor seien Risikokapitalgeber in Deutschland zögerlich unterwegs; sie fänden Großbritannien oder die USA steuerlich interessanter. »Wir haben hier Hochtechnologie geschaffen und trocknen sie aus, weil wir mit der Förderung auf halbem Weg aufhören«, beklagt Ute Berger, Leiterin Industrie und Innovation bei der IHK für München und Oberbayern. Der Biochemiker Horst Domdey (67), Chef des Inkubators BioM, an dem früher renommierte deutsche Banken beteiligt waren, sagt: »Wenn wir hier nicht die großen Fonds aus den Benelux-Ländern hätten, sähe es düster aus.«

Noch strenger kommentiert Rainer Strohmenger, Managing Partner bei Wellington in München, einem führenden Unternehmen für Risikokapital (Venture Capital, kurz: VC) im Bereich Biotechnologie, die Entwicklung: »In Martinsried ist zwar Beachtliches entstanden. Aber das risikoscheue und stark regulierte deutsche Finanzsystem ist nicht ausreichend in der Lage, diese Entwicklungen voranzubringen. In den USA ist fünf- bis zehnmal so viel Risikokapital da und ein liquider Markt für Biotech-Börsengänge.«

Keine Banken, keine Analysten, kein Know-how, so fasst Strohmenger das Finanzierungsumfeld für deutsche Biotech-Start-ups zusammen. Wenn sie die kostspielige Spätphase der Medikamentenzulassung erreicht hätten, müssten sie zwangsläufig eine amerikanische Tochter gründen und später an die US-Börse Nasdaq gehen – ein Kraftakt.

Doch es gibt auch gute Nachrichten. IZB-Chef Zobel zählt gern die Finanzierungen und Deals seiner über die Jahre ein- und wieder ausgezogenen Unternehmen zusammen – egal, ob aus Börsengängen, dem Verkauf von Firmenanteilen, Lizenzverträgen oder neuem Risikokapital. Dabei kommt er für die letzten vier Jahre auf 3,8 Milliarden Euro.

Verbinden und vernetzen

Das Gründerzentrum hat mehrfach angebaut, ist ausgebucht und deckt die Kosten. Zobel ist stolz auf den neuen kleinen Hotelturm für Gäste samt französischem Restaurant. Die Bar mit Dachterrasse nennt er »Faculty Club« und hofft, dass sie ein Treffpunkt für den ganzen Campus wird, einschließlich der Nobelpreisträger. Denn die Effekte des Zusammenspannens von allen möglichen Akteuren der Lebenswissenschaften stellen noch nicht alle zufrieden.

»Wir bräuchten noch viel mehr Verbindung zwischen den Unternehmen und dem akademischen Bereich«, sagt Domdey, selbst einst Mitbegründer der Medigene AG. Ein richtiges Campus-Management hält er für wünschenswert. Und am besten jede Woche eine Party – aber dafür gebe es leider keine Förderung. Domdey: »Wir haben hier unheimlich viele Leuchttürme, aber die sind schon in den Wolken und sehen sich nicht.«

»Die Vernetzung ist ziemlich gut«, sagt dagegen Peter Becker (61), Professor für Molekularbiologie und Chef des Biomedizinischen Centrums (BMC) der Ludwig-Maximilians-Universität. Die nagelneuen Bauten in Martinsried, über die er gebietet, vereinen acht zuvor über München verstreute Lehrstühle. Sie unterrichten einerseits rund 1000 Medizinstudenten in der »Vorklinik« und betreiben andererseits Grundlagenforschung. Zum Beispiel zur Plastizität von Zellprogrammen oder zur Chromatin-Dynamik. 60 Arbeitsgruppen, 400 Wissenschaftler.

Auch Ausgründungen von Firmen gibt es schon aus dem BMC. Zwei Start-ups haben sich gerade im IZB eingemietet: EpiQmax und Eisbach. »Wenn man eine gute Idee hat, ist das tatsächlich jetzt sehr einfach«, meint Becker. »Da gibt es Ermutigung, wichtige Informationen und innerhalb eines Jahres die richtigen Finan-

ziers.« Kostspielige Großgeräte können gemeinsam genutzt werden, fächerübergreifende Netzwerke bilden sich leichter – so lauteten die Argumente für den 165 Millionen Euro teuren Bau. Doch die Forscher, räumt Becker ein, sind ohnehin mit ihren Computern in den globalen Datenwelten unterwegs oder sitzen im Flugzeug auf dem Weg zu Konferenzen mit Kollegen ihres Fachs. Alle, auch die Wissenschaftler der Max-Planck-Institute, seien sehr beschäftigt; auf dem Campus treffe man sich nicht so oft. Immerhin: Der erste Tag der offenen Tür im BMC sei ein Erfolg gewesen: 1800 Besucher, viel positive Resonanz, Kontakt zur Bevölkerung.

Denn die gilt als teilweise kritisch dem Campus gegenüber. Die Sehnsucht nach Ruhe, Natur und freien Parkplätzen kollidiert mit den Wachstumswünschen der Unternehmen und der Institute. Sogar Pläne zu Umgehungsstraßen oder der Verlängerung der U-Bahn lösen bei den Bewohnern teils Ängste aus, weil dann womöglich noch mehr Betrieb entsteht.

Eine Frage des Standorts

»Die Gemeinde Planegg ist stolz, mit Martinsried in der ganzen Welt bekannt zu sein«, sagt Bürgermeister Heinrich Hofmann (SPD). »Aber das ist eben ein sehr interaktiver Prozess.« Der Interessenausgleich sei schwieriger und langwieriger geworden. Und das mit der Bekanntheit in der ganzen Welt ist eben auch Ansichtssache: »In Deutschland halte ich den Standort für sehr attraktiv«, sagt Dominique Doyen, Direktorin bei 4SC. »Im internationalen Vergleich mit beispielsweise der Schweiz, den USA oder Großbritannien sehe ich Martinsried allerdings nicht als einen der führenden Biotech-Standorte.«

Ihr Kollege Frank Herrmann merkt an: »Leider gibt es in München keine Global Headquarters großer internationaler Pharmaunternehmen, aber Konzerne wie Bristol-Myers Squibb, GlaxoSmithKline oder Daiichi Sankyo sind zumindest mit ihren europäischen Zentralen vertreten.« ■

IHK-Ansprechpartnerin zu Biotechnologie

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

Elektronische Patientenakte

Krankmeldung digital

Spätestens ab Januar 2021 müssen die gesetzlichen Krankenkassen ihren Versicherten eine elektronische Patientenakte (ePA) anbieten. So steht es im Terminservice- und Versorgungsgesetz. Neben Befunden, Diagnosen oder Therapiemaßnahmen können mit dem System außerdem Krankmeldungen online an den Arbeitgeber übermittelt werden. Unternehmen sollten sich mit den Auswirkungen der ePa frühzeitig auseinandersetzen.

Bereits jetzt bieten Versicherungen an, Krankmeldungen online an den Arbeitgeber zu übertragen. Derzeit erproben die BKK Linde und die CompuGroup Medical (CGM) im Raum Darmstadt und Aschaffenburg den Einsatz von elektronischen Arbeitsunfähigkeitsbescheinigungen (eAU), die der Arzt direkt aus seinem Arztinformationssystem heraus erstellen kann. Die eAU steht dem Patienten über seine elektronische Patientenakte zur Verfügung. Auf seinen Wunsch hin wird die Arbeitsunfähigkeitsbescheinigung elektronisch an Krankenkasse und Arbeitgeber verschickt.



IHK-Ansprechpartner

Christian Nordhorn Tel. 089 5116-1172
christian.nordhorn@muenchen.ihk.de

Termine

International, Industrie, Innovation

Informationen und Anmeldeunterlagen zu den Veranstaltungen und Seminaren erhalten Interessenten unter den jeweils angegebenen Telefonnummern. Falls nicht anders angegeben, finden die Veranstaltungen in München statt.

Veranstaltungen

Webinar Mitarbeiterentsendung Österreich | 12.9.2019
kostenfrei | petra.henke@muenchen.ihk.de |
Tel. 089 5116-1456

Forschung zum Frühstück: KI? Aber sicher! |
20.9.2019 kostenpflichtig | www.ihk-muenchen.de/fzf-ki
Tel. 089 5116-1457

Seminare Zoll und Außenhandel

Zoll für Einsteiger: Grundlagen des Zollwesens | 18.9.2019

Basisseminar Warenursprung und Präferenzen mit Lieferantenerklärung | 24.9.2019

Grundlehrgang für die betriebliche Zollpraxis (4-tägig)
7., 9., 10. und 14.10.2019

Umsatzsteuerliche Behandlung des Waren- und Dienstleistungsverkehrs mit dem Ausland | 8.10.2019

Berufsbegleitender Lehrgang: Exportmanager/-in | 8.10.2019 bis 2.4.2020

Basislehrgang Zolltarif | 16.10.2019

Importe effizient gestalten | 21.10.2019

Neu im Programm: Sanktionslisten-Compliance im Unternehmen
23.10.2019

Neu im Programm: Digitalisierung von Zollprozessen | 4.11.2019

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

Unternehmergespräch: ZF-Gruppe – TRW Airbag Systems GmbH
17.10.2019 | kostenpflichtig | www.ihk-muenchen.de/trw
Tel. 089 5116-1360

Forschung zum Frühstück: Innovation durch Beleuchtung
21.10.2019 | kostenpflichtig | www.ihk-muenchen.de/fzf-hm
Tel. 089 5116-1457

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

Leadership and Communication | 8.–9.10.2019

Successful Business Negotiation | 22.–23.10.2019

Project Management Essentials | 15.–16.10.2019

Diese und weitere Themen werden auch als Inhouse-Seminare angeboten. Weitere Angebote wie »Internationale Teams erfolgreich führen«, »Internationales Change Management«, »Erfolgreich mit internationalen Geschäftspartnern zusammenarbeiten« und vieles mehr in Kürze auf der Webseite der IHK Akademie:

akademie.muenchen.ihk.de/aussenwirtschaft – unter: Seminare & Lehrgänge Außenwirtschaft/International Business International Business

Informationen zu englischsprachigen Seminaren: Bianca Lörenz
Tel. 089 5116-5403, loerenz@ihk-akademie-muenchen.de

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

Alle Seminare im Zoll- und Außenhandel/International sind kostenpflichtig.

Chancen im Norden

Finland ist bekannt als eines der digitalsten Länder der Welt. Bayerischen Unternehmen bieten sich hier gute Anknüpfungspunkte für Wissenstransfer und Kooperation.

MECHTHILDE GRUBER

Darum geht's

- ▶ Finnland beweist Innovationskraft bei Digitalisierung und künstlicher Intelligenz.
- ▶ Für Produktinnovationen oder die Umsetzung einer Digitalisierungsstrategie bieten sich Kooperationen an.
- ▶ Chancen eröffnen sich etwa bei den Themen Industrie 4.0, erneuerbare Energien, Smart City, Smart Building.

Europas Zentrum rückt nach Norden – zumindest in der zweiten Hälfte des Jahres: Finnland hat im Juli die EU-Ratspräsidentschaft übernommen. Wichtige Weichenstellungen stehen an, wie etwa der geplante Austritt Großbritanniens. Aber auch Themen wie nachhaltiges Wachstum, Sicherheit und Klimaschutz sollen vorangetrieben werden. Finnland wird gerade in diesen Bereichen seine Innovationsfähigkeit und Digitalisierungskompetenz präsentieren, sagt Friedhelm Forge, Skandina-

vienexperte bei der IHK für München und Oberbayern: »Da wird sich der Blick mehr als sonst nach Norden richten. In Finnland bieten sich bayerischen Unternehmen gute Möglichkeiten zum Wissensaustausch, um neue Ideen zu entwickeln und Lösungen zu realisieren.«

Finnland ist bereits ein guter Handelspartner und vor allem für Technologiegüter ein interessanter Absatzmarkt für die bayerische Wirtschaft. Seit 2014 ist Deutschland der wichtigste Handelspartner Finnlands. 2018 stieg das Handelsvolumen um rund zehn Prozent auf knapp 20 Milliarden Euro.



Foto: Elina Fotolia.com

Finnland ist ein wichtiger Handelspartner – Hauptstadt Helsinki

Die guten Beziehungen beschränken sich jedoch längst nicht mehr nur auf den Handel, betont Dagmar Ossenbrink, Geschäftsführerin der Deutsch-Finnischen Handelskammer (AHK Finnland): »Das Interesse deutscher Unternehmen und auch der Politik an Finnland hat in den beiden letzten Jahren stark zugenommen.« Grund dafür sei die enorme Innovationskraft, die gerade die kleinen und mittleren Unternehmen dort entwickelt hätten. »Sie sind heute in vielen Bereichen Vorreiter für neue Technologien und vor allem mit ihrer weltweit führenden Digitalexpertise interessante Kooperationspartner für deutsche Firmen.«

Das mit 5,5 Millionen Einwohnern dünn besiedelte Finnland hat sich zuletzt massiv verändert. In der Industrie hat es einen Strukturwandel vollzogen – von der Holzwirtschaft hin zum High-tech-Lieferanten. Die Auflösung des Handygeschäfts bei Nokia und der massive Arbeitsplatzabbau bei Microsoft haben Finnland aber nicht wie befürchtet in die Krise gestürzt, sondern neue Chancen eröffnet. Die frei gewordenen, gut ausgebildeten Fachkräfte gründeten äußerst kreative Start-ups, die heute wichtige Akteure der Digitalisierung sind. »Das finnische Start-up-Ökosystem ist eines der attraktivsten Themen – hier ist man anderen Ländern Europas einige Schritte voraus«, sagt AHK-Geschäftsführerin Ossenbrink. Eine gute Gelegenheit, diese jungen, innovativen Wachstumsunternehmen kennenzulernen, ist das Slush Festival in Helsinki. Die Start-up-Veranstaltung lockt rund 20000 Teilnehmer an und findet dieses Jahr im November statt. Die AHK Finnland ist offizieller Partner. »Slush ist für Unternehmen die perfekte Plattform, um in die Zukunft zu schauen«, so Ossenbrink. »Wer für das eigene Geschäft eine Digitalisierungsstrategie und dazu Lösungen sucht, kann sich hier gut vernetzen und Kooperationsmöglichkeiten finden.«

Chancen für Innovationspartnerschaften gibt es in vielen Bereichen, allen voran bei der Industrie 4.0. Viele finnische Firmen sind auf Internet-of-Things-Software, Datensicherheit oder Cloud-Lösungen spezialisiert. Die AHK hat vor zwei Jahren eine Digitalisierungspartnerschaft ins Le-

Know-how über Ländergrenzen hinweg nutzen

»Finnland und Deutschland – das ist eine sehr reizvolle Konstellation«, sagt Dirk Hofmann (46), Mitgründer und CEO der DAIN Studios GmbH in München, Berlin und Helsinki. Die Beratungsfirma unterstützt Industrie- sowie Marketingfirmen bei der digitalen Transformation. »Unsere finnisch-deutsche Kooperation bringt uns entscheidende Vorteile«, erklärt Hofmann. »In Deutschland fängt die Digitalisierung erst an. Wir aber haben bereits seit Jahren Erfahrungen auf dem finnischen Markt gesammelt und können diese an unsere Kunden in

Deutschland weitergeben. Wir benutzen dabei das Know-how unserer Mitarbeiter über die Ländergrenzen hinweg. Bei vielen Projekten arbeiten wir mit deutsch-finnischen Teams.«

Die Zusammenarbeit der beiden Nationalitäten sei kein Problem, betont Hofmann, der selbst jahrelang in Finnland bei Nokia und in Industrieunternehmen beschäftigt war. Dort lernte er auch seine beiden Mitgründerinnen kennen. »Die Einstellung zur Arbeit, die Werte sind äußerst kompatibel« in beiden Ländern, so der Unternehmer.

ben gerufen, die bereits zu Vereinbarungen zwischen deutschen und finnischen Programmteilnehmern führte. Finnische Firmen gründeten Niederlassungen in Deutschland, so startete etwa der Transponderhersteller für RFID-Systeme Confidex in München.

Erneuerbare Energien und Smart City sind weitere wichtige Themen – in Finnland wie in Bayern. Finnland hat sich verpflichtet, bis 2030 komplett aus der Kohle auszusteigen und den Anteil erneuerbarer Energien auf über 50 Prozent zu erhöhen. Dafür soll eine Milliarde Euro investiert werden. Deutsche Unternehmen sind als Projektentwickler und Komponentenslieferanten gefragt. Im Smart Building entwickeln Finnen oft Teillösungen, etwa für Lichtsteuerung, Türöffnung oder Heizungsoptimierung. Deutsche Unternehmen integrieren diese in ihre Gesamtproduktpalette. Durch den in Finnland anhaltenden Trend zur Urbanisierung gibt es für bayerische Firmen beim energieeffizienten Bauen ebenfalls gute Absatzchancen.

Das sieht auch Markus Hilpoltsteiner (53), Geschäftsführer der ELWA Elektro-Wärme GmbH & Co. KG in Maisach, so: »Für unser spezielles Produkt, das Power-to-Heat-System, ist Finnland ein vielversprechender Absatzmarkt.« Power-to-Heat (P2H) kann überschüssige erneuerbare Energie auffangen und das Stromnetz stabilisieren. Hilpoltsteiner nahm im

Juli an der von der Deutsch-Finnischen Handelskammer organisierten Unternehmerreise »Urbane Wärmeenergie« nach Helsinki teil. Er knüpfte dabei Kontakte zu finnischen Energieversorgern und einem Planungsbüro, das kleinere Kraftwerke projektiert. Eine weitere Marktbearbeitung verspricht Erfolg, ist Hilpoltsteiner überzeugt. »Wir wollen, dass Planer wissen, was wir liefern können, und das bei ihren künftigen Kraftwerksprojekten berücksichtigen.« ■

IHK-Ansprechpartner für Skandinavien

Friedhelm Forge, Tel. 089 5116-1676
friedhelm.forge@muenchen.ihk.de

IHK-Veranstaltungstipp

Trade & Connect

Auf der Trade & Connect können sich Unternehmen über eine Vielzahl von Auslandsmärkten informieren und auch ihre Chancen auf dem finnischen Markt ausloten. Die Veranstaltung bietet zum Beispiel Einzelberatungen durch Experten der Deutschen Auslandshandelskammern, Fachvorträge und zahlreiche Gelegenheiten zum Netzwerken.

Termin: 21. November 2019

Weitere Informationen:

www.ihk-trade-connect.de

Ein starkes WIR-Gefühl

Die Firmenlaufserie B2Run setzt ihren Erfolg fort. Mitte Juli gingen 1 500 Unternehmen in München an den Start. Warum sich die Teilnahme lohnt – zwei Unternehmen berichten.

MARTIN ARMBRUSTER

Es ist das größte Event der ganzen Serie: Rund 30 000 Teilnehmer liefen am 16. Juli im Olympiastadion ins Ziel – zehnmal mehr als 2004, als B2Run den ersten Firmenlauf in München startete. Das Konzept: Unternehmen stärken mit der Teilnahme das Bewusstsein für Bewegung in der Belegschaft, motivieren ihre Mitarbeiter und fördern den Teamgedanken. Und das geht offensichtlich auf: B2Run-Läufe finden deutschlandweit mittlerweile in 17 Städten statt mit einem großen Finale der schnellsten Läufer am Ende.

Zwei Unternehmen schildern, warum sie sich an dem Sportevent beteiligen.

»Wir finden die Idee gut«

Das sagt Nina Zillien aus der Geschäftsleitung von chicco di caffè Gesellschaft für Kaffeedienstleistungen mbH. Die Münchner Firma bietet Kaffeespezialitäten-Bars in der Gemeinschaftsverpflegung großer Unternehmen an und beschäftigt deutschlandweit rund 600 Mitarbeiter an über 165 Standorten. An B2Run beteiligte sich die Firma bereits sechsmal.

Frau Zillien, warum startet Ihr Unternehmen mit einem Laufteam beim B2Run?

Wir finden die Idee gut. Der Mix aus Spaß und Fitness motiviert auch Leute, die nicht superfit sind. Wenn andere Läufer beim B2Run unsere chicco-Trikots sehen, denken sie vielleicht an ihr Lieblingsgetränk an einer unserer Kaffeebars. Ein klar positiver Eindruck, der in Erinnerung bleibt.

Sehen Sie im B2Run auch einen Schritt zu mehr Teambuilding?

Natürlich fördert der Lauf Gemeinschaftsgefühl und Teamgeist. Für unser Unternehmen ist das wichtig, weil wir sehr dezentral organisiert sind. Wir haben ein bunt gemischtes Team mit Läufern verschiedener Standorte und aller Unternehmensebenen. Der B2Run bringt sie an einem Ort zusammen. Das schafft Kontakte, die über den Sport hinausgehen.

Kam die Anregung für den B2Run von den Chefs oder den Mitarbeitern?

Ursprünglich von den Mitarbeitern, wir haben das aufgegriffen und gefördert. Wir laufen jetzt schon seit sechs Jahren mit. Und das Team ist stetig gewachsen. In diesem Jahr hatten wir mehr als 30 sogenannte Funstarter.

Wie bereiten Sie Ihr Team auf den Lauf vor?

Wir haben fitte Läufer, die trainieren so wieso das ganze Jahr. Für den B2Run haben wir eigens einen Teamkapitän gekürt, der für unsere Hobbysportler die Trainingsläufe organisiert. Jeder unserer B2Run-Starter bekommt ein Care-Paket mit Fitnessriegeln, Obst und Getränken.

Hat der B2Run auch einen längerfristigen Effekt?

Den wollen und fördern wir. Wir haben den Hashtag #chiccoaktiv zum Posten von Trainingstipps und Wettkampfergebnissen. Auch in unserem internen Newsletter berichten wir über sportliche Erfolge unserer Kollegen.

Ist der B2Run für Sie eher ein Wettkampf oder eine Laufparty?

Auch beim B2Run gilt für uns der Claim »Einfach genießen«. Wir haben aber auch ehrgeizige Kollegen, die eine gute Zeit laufen wollen. Jeder kommt auf seine Kosten.

Mit welchen Erwartungen sind Sie dieses Mal an den Start gegangen?

Der B2Run von 2018 ist für uns ins Wasser gefallen. Wegen eines Gewitters durften die Läufer der hinteren Startblöcke nicht an den Start. Umso motivierter waren wir in diesem Jahr. Unser Motto war: »Kaffee – läuft. Karriere – läuft. chicco – läuft.«

Der B2Run ist klimaneutral und unterstützt DKMS, die Initiative gegen Blutkrebs. Sind das Themen, mit denen Sie sich identifizieren?

Ja, das unterstützen wir. chicco di caffè steht zur Verantwortung, die wir gegenüber Gesellschaft und Umwelt haben. Wir setzen auf Müllvermeidung. Wir verwenden Mehrweg-to-go-Becher im Pfandsystem sowie kompostierbare To-go-Becher. Plastikstrohhalm ziehen wir aus dem Verkehr.

»Der Zusammenhalt wächst«

So urteilt Nils Burmester, Teamkapitän und Organisator für den B2Run-Lauf bei der BSH Hausgeräte GmbH. Das Unternehmen ist der größte Hausgerätehersteller in Europa und unterhält 42 Fabriken weltweit. Mit rund 61 000 Mitarbeitern verbuchte BSH 2018 einen Umsatz von 13,4 Milliarden Euro.



Hohe Anforderungen an die Hygiene – Mitarbeiter in der Fleischverarbeitung

Versäumnisse werden öffentlich

Seit Kurzem werden Beanstandungen von Lebensmittelkontrollen online gestellt – allerdings nur bei gravierenden oder wiederholt auftretenden Hygienemängeln sowie beim Einsatz nicht zugelassener oder verbotener Stoffe. Was Betriebe dazu wissen sollten.

— EVA ELISABETH ERNST —



Foto: Industrieblick_Fotolia.com

gebnisse von Lebensmittelkontrollen zu veröffentlichen, entschied das Bundesverfassungsgericht im Frühjahr 2018, dass dies zulässig ist und online erfolgen darf. Im April 2019 wurde das Lebensmittel- und Futtermittelgesetzbuch (LFGB) deshalb entsprechend geändert.

Was wird veröffentlicht?

Seit dem 1. Mai 2019 werden auch in Bayern Hygieneverstöße sowie das Auffinden von nicht zugelassenen oder verbotenen Stoffen bei Lebensmittelkontrollen veröffentlicht. Die Liste findet sich auf der Webseite des Bayerischen Landesamts für Gesundheit und Lebensmittelsicherheit (LGL, siehe Internet-Tipps S. 48).

Allerdings führt längst noch nicht jedes kleine Verstoß zu einem Eintrag in diese Liste, die in der Vergangenheit mitunter als »Internetpranger« bezeichnet wurde. »Grundsätzlich werden dort nur Verstöße veröffentlicht, für die ein Bußgeld von mehr als 350 Euro verhängt wurde«, sagt Anita Schütz, Referentin Lebensmittelsicherheit und Umweltmanagement bei der IHK München. »Dazu müssen die Kontrolleure jedoch gravierende Mängel feststellen oder nicht zugelassene oder verbotene Stoffe vorfinden.«

Auch wiederholte Beanstandungen können zur Veröffentlichung führen. Verstöße gegen bauliche Anforderungen sowie gegen Aufzeichnungs- oder Mitteilungspflichten, die keine Gefahr einer nachteiligen Beeinflussung von Lebensmitteln bewirken, zählen dagegen nicht.

Zudem kommt es nicht automatisch zu einer Veröffentlichung des Unternehmensnamens und des Grunds der Beanstandung auf der LGL-Webseite. Das Gesetz sieht zunächst eine Anhörung des Unternehmens vor. Das kann sich mit einem Einspruch gegen das Bußgeldverfahren so-

Saubere Arbeitskleidung, konsequente Temperaturkontrollen bei Kühlschränken und -vitrinen, regelmäßiges Desinfizieren von Maschinen, Geräten und Behältern, ununterbrochene Kühlketten, besondere Sorgfalt beim Umgang mit leicht verderblichen Lebensmitteln wie Eiern, Fisch und Fleisch: Unternehmen, die Lebensmittel verarbeiten und verkaufen, müssen eine ganze Reihe von Hygienevorschriften beachten und deren Einhaltung dokumentieren. Dabei umfasst diese Aufzählung nur einen Bruchteil der zahlreichen Anforderun-

gen. Es gibt jedoch immer wieder Unternehmen, die sich nicht daran halten und damit letztlich die Gesundheit ihrer Kunden und Mitarbeiter gefährden. Wenn es sich nicht gerade um große Skandale mit hoher Medienresonanz oder offiziellen Lebensmittelwarnungen handelte, hat die Öffentlichkeit bislang nichts von den Beanstandungen der Lebensmittelkontrolleure in diesen Unternehmen erfahren. Doch damit ist jetzt Schluss: Nach jahrelangen Diskussionen, ob es sinnvoll und juristisch erlaubt ist, negative Er-

Darum geht's

- ▶ Seit Mai 2019 sind die Behörden verpflichtet, gravierende Hygieneverstöße online zu veröffentlichen.
- ▶ Das betrifft Verstöße, für die mehr als 350 Euro Bußgeld verhängt wurden.
- ▶ Auch wiederholte Beanstandungen können zur Veröffentlichung führen.
- ▶ Die Einträge werden nach sechs Monaten wieder gelöscht.

Internet-Tipps

- ▶ Umfangreiche Informationen rund um Lebensmittelhygiene von den IHKs in Bayern:
www.onlinehilfe-lebensmittelhygiene.de
- ▶ DIHK-Infoblatt zur Veröffentlichung von Kontrollergebnissen:
www.dihk.de – Suchbegriff
»Lebensmittelkontrollergebnisse«
- ▶ Namen von Firmen, die gegen Paragraph 40 Abs. 1a LFGB verstoßen haben, werden auf der Website des Bayerischen Landesamts für Gesundheit und Lebensmittelsicherheit (LGL) veröffentlicht. Dort finden sich auch Antworten zu häufig gestellten Fragen: www.lgl.bayern.de
- ▶ Vollzugshinweise zum Gesetz erklären genau, was wichtig ist:
www.verkuendung-bayern.de/baymbl/2019-161

wie mit einer gerichtlichen Überprüfung der beabsichtigten Veröffentlichung wehren. Detaillierte Informationen, wie Unternehmen auf drohende Veröffentlichungen reagieren können, hat der Deutsche Industrie- und Handelskammertag (DIHK) in einem Infoblatt zusammengestellt (siehe Internet-Tipps links).

Der Eintrag in der Liste bleibt sechs Monate online – selbst wenn das Unternehmen die Mängel zwischenzeitlich beseitigt hat. In diesem Fall wird allerdings ein Hinweis auf die Behebung neben dem Eintrag veröffentlicht.

Um es gar nicht erst so weit kommen zu lassen, empfiehlt IHK-Expertin Schütz Unternehmern, das Thema Hygiene ernst zu nehmen und ein Hygienemanagementsystem einzurichten. »Damit gelingt es, die spezifischen Risikopunkte während der Herstellungs- und Vertriebsprozesse

im Auge zu behalten und sämtliche Maßnahmen schriftlich zu dokumentieren«, sagt die IHK-Expertin. Worauf es hier im Detail ankommt, erklärt die »Onlinehilfe Lebensmittelhygiene« des Bayerischen Industrie- und Handelskammertags (BIHK e.V.) verständlich auf Deutsch, Englisch, Mandarin und Türkisch. »Dieser Online-service der hilft Lebensmittelherstellern und -händlern sowie Gastronomen und Imbissbetreibern dabei, die umfassenden Vorschriften zur Lebensmittelhygiene Schritt für Schritt korrekt umzusetzen«, betont Schütz. Sauber zu arbeiten sei schließlich die beste und letztlich auch die einfachste Möglichkeit, einen Eintrag in der Onlineliste des LGL Bayern zu vermeiden. ■

IHK-Ansprechpartnerin zum Thema Lebensmittelhygiene

Anita Schütz, Tel. 089 5116-1409
anita.schuetz@muenchen.ihk.de

EIN WUNDER- SCHÖNER BILDBAND

DER
SELBST EIN
KUNSTWERK
IST

HIRMER

FRANZ MARC
MUSEUM
DIE SAMMLUNG

Im Buchhandel oder Verlag: Tel. 0711 / 7899 2010
978-3-7774-3379-0 • € 39,90 • www.hirmerverlag.de
Franz Marc, Große Landschaft I, 1910, Franz Marc Museum, Stiftung Etta und Otto Stangl

Sinn entwickeln

Andreas Käter (53), Business Coach und Geschäftsführer der LNE GmbH, erklärt, warum es sich für Firmen lohnt, sich mit dem höheren Sinn und Zweck ihres Wirtschaftens zu beschäftigen und zur sogenannten Purpose Driven Organization zu werden.

EVA ELISABETH ERNST

Herr Käter, was verstehen Sie unter einer Purpose Driven Organization?

Übersetzt bedeutet »Purpose« ja Zweck, Ziel, Antrieb oder auch Sinn. Der Purpose ist Motivationstreiber und zugleich ein qualitatives Ziel, das gemeinsam angestrebt wird; quasi der Leitstern, der sowohl nach innen den Weg weist als auch nach außen in Richtung Kunden und Stakeholder strahlt.

Worin kann der Sinn eines Unternehmens jenseits von Gewinn, Umsatz und Wachstum bestehen?

Starbucks hatte einst die Zielsetzung, neben Arbeit und Wohnung noch einen dritten Ort zu schaffen, an dem sich Menschen treffen und austauschen können. Google verfolgt den Anspruch, den Menschen alle Informationen der Welt zugänglich zu machen. Ein mittelständischer Unternehmer sollte sich fragen, welche positiven Veränderungen er mit seinen Produkten und Dienstleistungen erreichen und wie er für seine Führungskräfte und Mitarbeiter inspirierende Verbindungen von Mensch zu Mensch fördern kann. Beim Alpenkongress (s. Veranstaltungstipp, d. Red.), der dieses Jahr zum neunten Mal stattfindet, geben Praktiker und Experten Impulse und Inspirationen für den Weg zu einer gesunden, zukunftsfähigen Organisation.

Wie unterstützen Sie Unternehmer bei der Entwicklung ihrer Purpose Driven Organization?

In der Regel kommen die Unternehmer auf uns zu, weil sie sich selbst und ihr Unternehmen weiterentwickeln möchten. Sie wollen wissen, wie sie ihre Attraktivität als

Arbeitgeber erhöhen können, wie sie innovativer werden oder Führung und Teamarbeit bereichsübergreifend verbessern können. Der erste Schritt des Purpose-Prozesses besteht in einem Workshop mit dem Unternehmer und den Führungskräften. Dort wird dann auch aus der Entwicklungsgeschichte heraus erarbeitet, auf welchen Säulen der Purpose des Unternehmens heute basiert und welchen Sinn und Zweck es jenseits von Umsatz und Gewinn erfüllt. In einem zweiten Schritt setzen wir einen systematischen Prozess auf, wie der Purpose mit eigenen Ressourcen erarbeitet sowie nach innen und außen getragen werden kann.

Der Sinn wird also von oben vorgegeben?

Keinesfalls. Denn in der dritten Phase geht es um Kommunikation und Beteiligung. Hier werden die Wünsche und Bedürfnisse der Mitarbeiter abgefragt. In internen Veranstaltungen werden die bisherigen Ergebnisse des Prozesses vermittelt und durch die Mitarbeiter bewertet. Erst wenn der Purpose klar ist, wird definiert, was sich daraus in Bezug auf die Führung, die Art der Zusammenarbeit und die Kommunikation nach innen und außen ergibt.

Was sind die größten Hindernisse auf diesem Weg?

Wichtig ist es, dass der Purpose nicht nur entwickelt und herausgearbeitet, sondern dass er auch in die Organisation, ins Tagesgeschäft überführt und nachgehalten wird. Es geht darum, die qualitativen Werte messbar zu machen – und dann auch regelmä-

ßig zu überprüfen, ob sie erreicht wurden. Dies geschieht in der Regel über das Feedback der Mitarbeiter.

Welche Vorteile hat ein sinngesteuertes Unternehmen?

Gemeinsam den Sinn zu entwickeln, ist eine geniale und sehr motivierende Form, Menschen mitzunehmen. Das Wissen um den Sinn des Unternehmens gibt Orientierung bei Entscheidungen und Konflikten. Es stärkt die Selbstverantwortung der Mitarbeiter. Daher müssen Abläufe und Prozesse weniger starr definiert und kontrolliert werden. Das schafft ein gesundes Arbeitsumfeld und steigert die Attraktivität als Arbeitgeber. Die Verbindung von Hirn und Herz sendet zudem auch eine starke Botschaft in den Markt. ■

IHK-Veranstaltungstipp

9. Alpenkongress »Leadership & Health«

Unter dem Motto »Purpose Driven Organizations« will der Alpenkongress Unternehmern Impulse und Inspirationen auf dem Weg zu einer gesunden, zukunftsfähigen Organisation geben. Im Mittelpunkt steht die Frage nach dem Purpose, also dem (höheren) Sinn und Zweck eines Unternehmens.

Termin: 19. 9. 2019, 10.30–16.30 Uhr

Ort: Kursaal Bad Tölz,
Ludwigstraße 25, 83646 Bad Tölz
Die Teilnahme ist kostenfrei.

Informationen und Anmeldung:

www.alpen-kongress.de



Neue Produkte im Blick – beim Bürohersteller Sigel tüfteln Mitarbeiter nun verstärkt an innovativen Lösungen für die digitale Welt

WILLE zum Wandel

Die digitale Transformation verlangt nach einer neuen Innovationskultur. Wie Unternehmen dabei vorgehen, welche Methoden hilfreich sind und welche Rolle die Kunden spielen.

SABINE HÖLPER

Im vergangenen Jahr eröffnete der Büromaterialhersteller Sigel aus Mertingen ein Innovation Hub in München. In einem schicken »Design Office« in den Highlight Towers treiben seither zwei Innovationsmanager die Entwicklung von

neuen Geschäftsfeldern und Produkten voran. »Das Hub ist stark an die Start-up-Szene angelehnt«, sagt Daniel Petrasch (45), kaufmännischer Leiter bei der Sigel GmbH. »Die Manager sind viel unterwegs, checken die Szene, treffen sich regelmäßig mit unseren Produktentwicklern am Hauptsitz.«

Das neue Büro ist Teil einer 2017 eingeführten Innovationskultur. Schon lange zuvor war dem Unternehmen, das vor allem den Formulardruck abdeckte, klar geworden, dass es sich wandeln muss, um in der digitalen Welt wettbewerbsfähig zu bleiben. 2016 definierte es deshalb gemeinsam mit Beratern eine Strategie und erarbeitete eine Vision für die

Zukunft. Im Jahr darauf begann die Umsetzungsphase. Seither entwickelte Sigel etliche neue Lösungen und Produkte und baute eine innovative Firmenkultur auf. »Ein Unternehmen, das keine Innovationskultur etabliert, wird in fünf bis zehn Jahren keine Daseinsberechtigung mehr haben«, ist Petrasch überzeugt.

Quer durch alle Branchen stellt die Digitalisierung bestehende Geschäftsmodelle in Frage und beschleunigt Innovationsprozesse. Die neuen Rahmenbedingungen werden oft als VUCA-Welt bezeichnet. Die Abkürzung steht für Volatility, Uncertainty, Complexity und Ambiguity – zu Deutsch: Volatilität, Unsicherheit, Komplexität und Vieldeutigkeit. Das neue Umfeld birgt Risiken, bietet vor allem aber auch Chancen.

Darum geht's

- ▶ Die Digitalisierung beschleunigt Innovationsprozesse deutlich.
- ▶ Innovation ist Chefsache und erfordert oft eine Änderung der Firmenkultur.
- ▶ Die Kundenbedürfnisse müssen dabei konsequent in den Mittelpunkt rücken.

»Ein Unternehmen ohne Innovationskultur wird keine Daseinsberechtigung mehr haben.«

Daniel Petrasch, kaufmännischer Leiter bei Sigel



Foto: Sigel

»Die Geschäftsführung muss den Wandel wollen, Geld, Zeit und Kapazitäten dafür zur Verfügung stellen.«

Begonia Vazquez Merayo, Inhaberin des Beratungsunternehmens why consult



Foto: privat

Nur die Unternehmen, die schnell neue, bessere und auf die Kundenbedürfnisse zugeschnittene Produkte oder Lösungen entwickeln und ihre Prozesse optimieren, können neue Geschäftsfelder und/oder Absatzmärkte erschließen. Anders ausgedrückt: Innovationen sind in der heutigen Zeit überlebensnotwendig. Sich darauf einzustellen fällt nicht allen Firmen leicht.

Innovationen beschleunigen

Je größer ein Unternehmen ist, desto schwieriger ist es oft, Neues schnell zu entwickeln und auf den Markt zu bringen, weiß Denis Eser, Verkaufsleiter bei der auf Innovationen spezialisierten Unternehmensberatung HYVE AG in München. »Die Innovationsprozesse sind oft zu komplex, die Strukturen im Unternehmen zu träge«, sagt der 35-Jährige und berichtet von einem Auftrag, um dies zu verdeutlichen: Ein Unternehmen wollte ein neues Produkt einführen. Dazu sollte vorher ein Prototyp gebaut werden.

Zwei Teams machten sich an die Aufgabe: eines aus dem Unternehmen und eines von HYVE. Am Ende schnitt der HYVE-Prototyp in der Bewertung besser ab, er war einfacher in der Handhabung. Die Ursache dafür lag in den Arbeitsbedingungen: »Ein entscheidender Grund dafür war, dass wir sofort Zugang zu allen benötigten Werkzeugen hatten«, sagt Eser. »In dem Unternehmen musste die Benutzung eines Werkzeugs meist erst genehmigt werden, das dauerte mitunter Tage.« Auch so können Innovationen abgewürgt werden.

Wie aber werden sie beschleunigt? »Indem Freiräume für Innovationen geschaffen werden«, sagt Eser. Und zwar von Seiten der Geschäftsführung. »Innovation ist Chefsache«, sagt Begonia Vazquez

Merayo (50), Inhaberin des Beratungsunternehmens why consult. »Die Geschäftsführung muss den Wandel wollen, Geld, Zeit und Kapazitäten dafür zur Verfügung stellen und dann die gesamte Belegschaft mitnehmen.« Vazquez Merayo, die auch bei Sigel beratend tätig war, nennt in diesem Zusammenhang drei wichtige Schlagwörter: »Können, Wollen, Dürfen.« Können bedeutet, dass das Unternehmen die Methoden beherrschen muss, um sie anzuwenden. Wollen beschreibt die positive Einstellung zur Innovation, laut der Beraterin der wichtigste Punkt. Dürfen heißt vor allem, dass Fehlermachen erlaubt ist. Anders gehe es gar nicht, da Mitarbeiter experimentieren müssten. »Innovieren ist ein iterativer Prozess«, sagt Merayo: »Man hat nicht von vornherein die richtige Antwort, sondern nähert sich der Lösung schrittweise an.«

Wichtig ist außerdem: Innovation bedeutet nicht nur die Entwicklung neuer Produkte und die Identifizierung neuer Geschäftsfelder. »Innovation kann auch sein, den Mitarbeitern das Du anzubieten«, sagt die Beraterin. Es könne ein erster Schritt sein, eine Innovationskultur im Unternehmen zu etablieren.

Bei der Entwicklung neuer Lösungen geht es wiederum darum, dass diese auch Umsatzpotenzial besitzen. Das ist am ehesten gegeben, wenn Unternehmen auf den Markt bringen, was die Kunden wirklich benötigen. Das klingt wie eine Binse. Und doch passiert es in der alten Welt häufig nicht.

Auch Petrasch, der kaufmännische Leiter bei Sigel, gibt zu, dass man früher zu sehr »von der Fertigungskompetenz her gedacht hat: Unsere Produktionsanlagen können Produkt X und Y herstellen, wie

können wir diese am besten verkaufen?« Diese Herangehensweise ist nicht mehr zeitgemäß. Es gilt, die Kundenbedürfnisse in den Mittelpunkt zu stellen.

»Möglich wird das zum Beispiel durch Open Innovation«, sagt Sebastian John, Referent Zukunft der Arbeit bei der IHK für München und Oberbayern. Gemeint sind damit digitale Plattformen, über die Verbraucher, Kunden und Dienstleister ihre Ideen einbringen oder Feedback geben können. Das Gleiche gilt im Übrigen für Mitarbeiter – etwa im Home Office oder an anderen Standorten: Sie bringen Prognosen und Wissen über Kollaborationsplattformen ein. Eine weitere Methode, um Innovationen hervorzubringen, die Kunden wollen, ist Design Thinking. Dabei versetzen sich die Mitarbeiter gedanklich in die Rolle des Anwenders, um die Nutzerbedürfnisse zu identifizieren.

Sigel ist noch einen anderen Weg gegangen. Ein Team um Petrasch machte eine Woche lang eine Tour durch Münchner Büros. Es sah sich an, wie die Leute dort arbeiten, was sie vermissen, was sie sich wünschen. Diese Besuche seien sehr lehrreich gewesen, sagt der Sigel-Manager. Und sie führten dazu, dass das Unternehmen vor zwei Jahren sein erstes digitales Geschäftsmodell lancierte: Sigel Smartpro ist ein digitales Procurement- und Marketing-Portal, das sich individuell den Bedürfnissen der Nutzer anpasst. Daneben hat das Unternehmen diverse neue Produkte herausgebracht – und wird weitere nachschieben. Petrasch: »Unsere Innovationspipeline ist bis 2022 gefüllt.«

IHK-Ansprechpartner zu Arbeit 4.0

Sebastian John, Tel. 089 5116-1109
sebastian.john@muenchen.ihk.de

Online bezahlen – aber sicher!

Ab Mitte September werden Zahlverfahren im Internet sicherer, aber auch etwas umständlicher. Onlinehändler sollten sich bereits jetzt darauf einstellen.

EVA ELISABETH ERNST

Darum geht's

- ▶ Die 2. EU-Zahlungsdiensterichtlinie erhöht die Sicherheitsanforderungen bei Onlinezahlungen.
- ▶ Ab 14.9.2019 ist grundsätzlich eine Zwei-Faktor-Identifizierung nötig.
- ▶ Onlinehändler können dies zum Anlass nehmen, ihre Zahlungsvarianten zu überdenken.

Nach dem Kauf auf Rechnung und per Paypal sind Kreditkarten das bevorzugte Zahlungsmittel der Konsumenten bei Onlinebestellungen. Dieses Ranking könnte sich allerdings ab kommendem September verschieben. Ernst Stahl (45), Director des ibi-Competence Centers Digital Commerce & Payment an der Universität Regensburg, geht davon aus, dass Kunden künftig seltener die Kreditkarte zücken werden.

Grund dafür ist die zweite EU-Zahlungsdiensterichtlinie (»Payment Services Directive 2«), kurz PSD2. Sie schreibt unter anderem vor, dass spätestens ab dem 14. September 2019 für Onlinezahlungen eine sogenannte starke Kundenauthentifizierung erforderlich ist. »Damit soll Missbrauch verhindert und die Sicherheit elektronischer Zahlungen erhöht werden«, erklärt Stahl.

Kernstück der PSD2 ist die Zwei-Faktor-Authentifizierung: Endkunden, die online bezahlen möchten, müssen künftig grundsätzlich anhand von jeweils zwei Elementen aus den Kategorien Wissen,

Besitz oder Biometrie nachweisen, dass sie dazu berechtigt sind, diese Zahlung zu tätigen. Zur Kategorie Wissen gehören Passwörter oder PIN. Beim Besitz zählen Chipkarte oder Smartphone. Und bei der Biometrie identifizieren sich die Kunden beispielsweise per Fingerabdruck, Stimme oder Iris-Scan.

»Es reicht also künftig nicht mehr, beim Bezahlen im Onlineshop nur seine Kreditkartendaten einzugeben, wie es heute häufig der Fall ist«, erklärt Stahl. Das würde nicht einmal den Faktor Wissen erfüllen, da Kartenummer und Prüfziffer offen erkennbar sind. Wer online auf einem Desktop oder Notebook bestellt, braucht daher zum Beispiel noch

ein Mobiltelefon, auf das der Zahlungsdienstleister eine Transaktionsnummer (TAN) via SMS schickt. Diese TAN muss er dann beim Bezahlvorgang im Onlineshop eingeben, womit der Faktor Besitz erfüllt ist. Schließlich lässt sich über die Mobilfunknummer dessen Besitzer zuordnen. Noch leichter kann es mit einem Smartphone werden: Dann generieren die Apps der Banken und Zahlungsdienstleister eine TAN oder Foto-TAN, bei der ein Bildcode mit dem Smartphone gescannt wird. Alternativ dazu kann der Käufer die Zahlung per Fingerabdruck oder Iris-Scan bestätigen. Kunden, die auf Mobile Shopping setzen, also den kompletten Onlineeinkauf per Smartphone erledigen, müssen dann nur zwischen Onlineshop

Shoppern im Internet – nur Kreditkartendaten eingeben reicht künftig nicht mehr

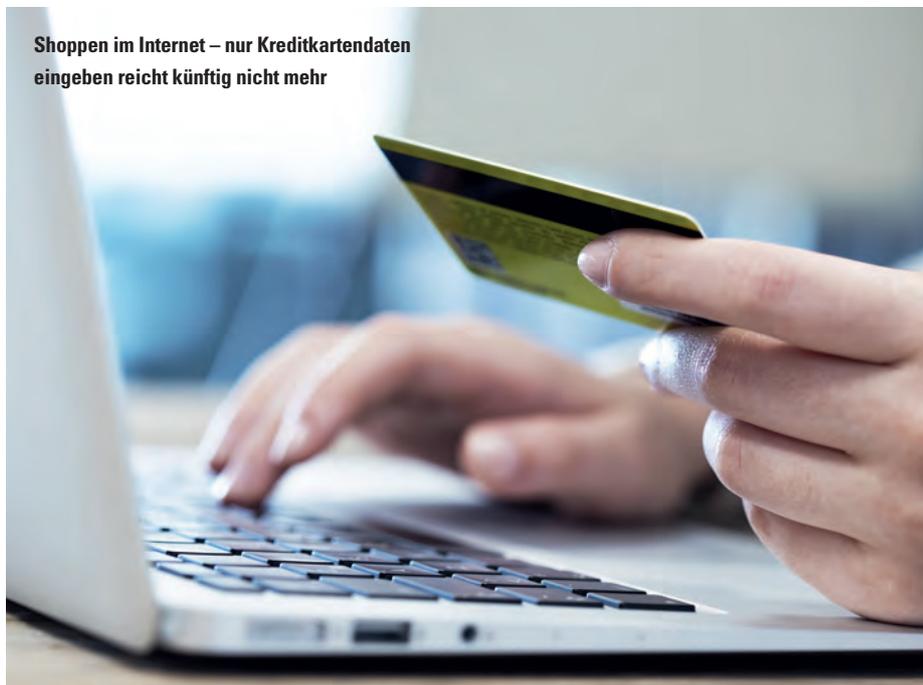
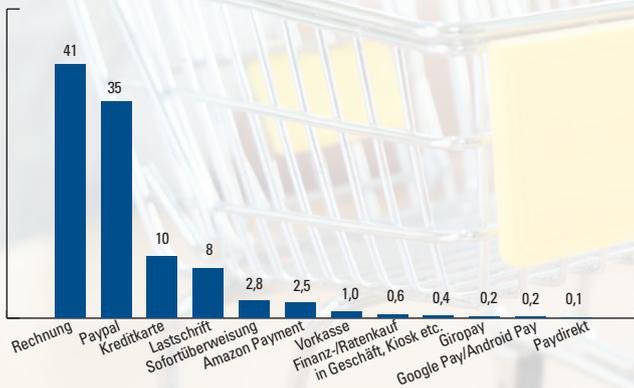


Foto: sebra_Fotolia.com

So bezahlen Käufer am liebsten ...

in Deutschland, Anteil in Prozent

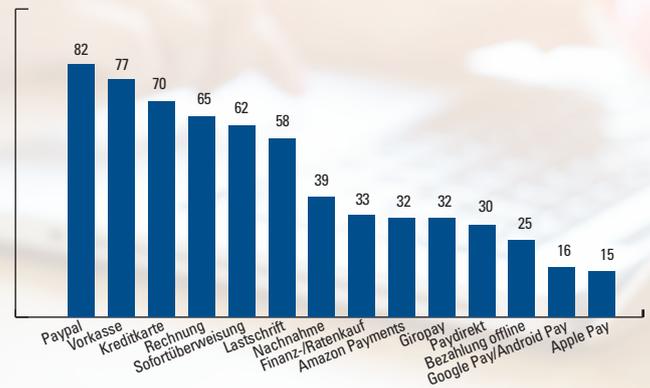


41 Prozent der Kunden bestellen online vorzugsweise auf Rechnung. Es folgen in der Beliebtheit Zahlungen über den Bezahldienst Paypal und – mit einigem Abstand – das Bezahlen per Kreditkarte.

Quelle: ECC-Payment-Studie Vol. 23, ECC Köln 2019
www.ifhshop.de/ECC-Payment-Studie

... diese Varianten sehen Händler vor

Zahlungsverfahren, die Händler bieten oder geplant haben, in Prozent



In Deutschland ermöglichen 82 Prozent der Onlinehändler Zahlungen über Paypal. Den bei Kunden beliebtesten Kauf auf Rechnung sehen 65 Prozent vor.

Quelle: ECC-Payment-Studie Vol. 22, ECC Köln 2018

Foto: @ljab_freepik.com

und Zahlungs-App hin- und herwechseln. »Doch insgesamt wird das Bezahlen per Kreditkarte, aber auch mit den anderen Verfahren wie PayPal etwas unkomfortabler«, sagt Stahl. Lediglich bei Rechnungsbeträgen unter 30 Euro kann die Zwei-Faktor-Authentifizierung entfallen – allerdings nur, wenn dies der Anbieter des Zahlungsverfahrens zulässt.

Lastschrift als Gewinner?

Bei Zahlungen auf Rechnung, per Nachnahme oder Lastschrift ändert sich durch die PSD2 dagegen nichts. Das Lastschriftverfahren könnte laut Stahl daher der heimliche Gewinner der neuen gesetzlichen Regelung werden. »Allerdings bleibt hier das Risiko des Zahlungsausfalls beim Händler«, warnt der Experte. Genau wie der Kauf auf Rechnung sei auch dieses Verfahren nur dann empfehlenswert, wenn der Händler anhand der Kundenhistorie oder einer Bonitätsauskunft davon ausgehen kann, dass seine Lastschrift tatsächlich eingelöst wird.

Bleibt die Frage, wie sich der Onlinehandel auf die Auswirkungen der PSD2 vorbereiten kann. »Grundsätzlich sind Banken und Zahlungsdienstleister in der Pflicht, spätestens bis zum Stichtag praktikable und gesetzeskonforme Lösungen

zu entwickeln und gemeinsam mit den Händlern zu implementieren«, sagt Stahl. Onlinehändlern empfiehlt er, diese Lösungen vorab intensiv zu testen.

Zudem könnte es sein, dass es zumindest in den ersten Wochen vermehrt zu Reklamationen und Kaufabbrüchen beim Bezahlvorgang kommt. Deshalb ist es wichtig, dass E-Commerce-Unternehmer ihre Mitarbeiter im Kundenservice auf Fragen und Beschwerden zu diesem Thema vorbereiten.

Im Onlineshop selbst sollten Kunden informiert werden, warum die Abwicklung bei einigen Zahlungsverfahren etwas komplexer geworden ist. »Außerdem können Händler die PSD2 zum Anlass

nehmen, darüber nachzudenken, welche Payment-Variante für sie am vorteilhaftesten ist, und diese Verfahren in ihrem Shop dann entsprechend prominent platzieren«, rät Experte Stahl. »Denn ibi-Studien haben gezeigt, dass die Anordnung der Zahlungsverfahren durchaus Einfluss auf deren Nutzung hat.«

IHK-Ansprechpartnerinnen zum Thema Handel

Carla Kirmis, Tel. 089 5116-2066
carla.kirmis@muenchen.ihk.de

Nicole Kleber, Tel. 089 5116-1339
nicole.kleber@muenchen.ihk.de

»Insgesamt wird das Bezahlen per Kreditkarte etwas unkomfortabler.«

Ernst Stahl, Director des ibi-Competence Centers Digital Commerce & Payment an der Universität Regensburg



Foto: Photo Studio Büttner

20 Jahre MEB

Jubiläum – die IHK für München und Oberbayern und die Landeshauptstadt München starteten vor 20 Jahren gemeinsam das MEB (Münchner Existenzgründungsbüro) als zentrale Anlaufstelle für angehende Selbstständige.



Foto: IHK/Andreas Gebert



Foto: IHK/Andreas Gebert

Erfahrungen austauschen und gemeinsam feiern im MEB im IHK-Stammhaus in der Max-Joseph-Straße

20 Jahre MEB

- ca. 32000 persönliche Beratungen
- mehr als 200000 Anrufe
- über 16000 E-Mail-Anfragen

Jubiläum in der IHK – Birgit Gehr, Geschäftsführerin des Umwelttechnikunternehmens BLUES, Johannes Diem vom Fitnessgerätehersteller Pullup & Dip, IHK-Hauptgeschäftsführer Manfred Gößl, Clemens Baumgärtner, Referent für Arbeit und Wirtschaft der Landeshauptstadt München, und die Gründerinnen Daniela Weinhold und Nastasia Broda von Urban Pop Up Food und Shquared (v.l.)

Foto: IHK/Andreas Gebert



Berichtete über die erfolgreiche Starthilfe durch das MEB – Johannes Diem, der nach dem Studium das Sportgeräte-Start-up Pullup & Dip gründete



Foto: IHK/Andreas Gebert

Erhielten ebenfalls wertvolle Unterstützung – Daniela Weinhold (l.) und Nastasia Broda vom veganen Catering-Dienst Urban Pop Up Food, deren Unternehmen schon ab dem vierten Tag profitabel war

Bayerische Begegnungen

IHK-Unternehmerinnentag

Unter dem Motto »Sichtbar werden und wachsen« bot der IHK-Unternehmerinnentag 2019 viele Möglichkeiten für Diskussion und Erfahrungsaustausch. Junge Unternehmerinnen zeigten ihre Gründungsideen.



Foto: IHK/Goran Gajjanin

»Wie geht Marketing heute?« – Fränzi Kühne, Deutschlands jüngste Aufsichtsrätin sowie Mitgründerin und Geschäftsführerin der Digitalagentur Torben, Lucy und die gelbe Gefahr GmbH, begeisterte mit ihrer Keynote die 250 Teilnehmerinnen



Foto: IHK/Goran Gajjanin

Präsentierten ihre Wachstumskonzepte – Christina Ramgraber, Geschäftsführerin der sira Kinderbetreuung, Sonja Ziegltrum-Teubner, Geschäftsführerin der Bayerischen Blumen Zentrale und IHK-Regionalausschussvorsitzende Ebersberg, sowie Monika Dech, stellvertretende Geschäftsführerin der Messe München



Foto: IHK/Goran Gajjanin

In Barcamps konnten die Teilnehmerinnen Inhalte und Ablauf aktiv mitgestalten und diskutieren – Nadja Tschirner von Cross Consult beim Panel-Vortrag



Foto: IHK/Goran Gajjanin

Geballte Frauenpower – die Gründerinnen Miriam Haerst (Kumovis), Marie Bockstaller (Modern Bakery), Anna-Maria Jansen (BurningBalance) (v.l.) und das Team des JUNIOR-Unternehmens Glasecco des Camerloher-Gymnasiums Freising stellten dem Publikum ihre Geschäftsideen vor

IHK-Forum – Region Ingolstadt

Der Wirtschaftsempfang des IHK-Forums für die Region Ingolstadt wurde erstmals mit der Initiative Regionalmanagement Region Ingolstadt e.V. (IRMA), und dem Virtual Innovation Forum (VI-Forum e.V.) veranstaltet.



Foto: IHK/Stefan Bösl

Aufmerksame Zuhörer beim Wirtschaftsempfang in den Räumen des Donaukuriers in Ingolstadt



Foto: IHK/Stefan Bösl

Sprach zu Europa nach der Wahl – Gastredner und Publizist Wolfram Weimer

Foto: IHK/Stefan Bösl



Begeisterte Teilnehmer – Karl und Katharina Daum von der Karl Daum GmbH

Foto: IHK/Stefan Bösl



Erfolgreicher gemeinsamer Empfang – Thomas Bauer, Vorsitzender des VI-Forums, Anton Knapp, Landrat Eichstätt, Gastredner Wolfram Weimer, Helmut Walter, Vorstand VI-Forum, Iris Eberl, Geschäftsstellenleiterin der Initiative Regionalmanagement Region Ingolstadt e.V. (IRMA), Fritz Peters, Sprecher des IHK-Forums, IHK-Hauptgeschäftsführer Manfred Gößl, Eduard Kastner, Vorsitzender des IHK-Regionalausschusses Pfaffenhofen a.d. Ilm

Erich Greipl Gedächtnisturnier

Zum Gedenken an den verstorbenen langjährigen Präsidenten der IHK für München und Oberbayern, Erich Greipl, fand dieses Jahr wieder ein großes Benefizfußballturnier statt.



Foto: IHK/Joachim Burk

Stolz – die IHK-Mannschaft belegte beim Turnier den 2. Platz



Foto: IHK/Joachim Burk

IHK-Hauptgeschäftsführer Manfred Gößl (l.) mit dem Schauspieler und Sänger Wolfgang Viereck, der auf dem Event seine Hits zum Besten gab

Foto: IHK/Joachim Burk



Freuen sich über die gelungene Veranstaltung – Saskia Greipl-Kostantinidis mit IHK-Präsident Eberhard Sasse



Foto: IHK/Joachim Burk

Guter Zweck – neben viel Fußballspaß und attraktivem Rahmenprogramm kamen bei der Tombola 70000 Euro für die BR-Sternstunden und das Projekt Learning Lions zusammen

Da
schau
her!

So soll es einmal aussehen –
Modellansicht des
Starnberger Flügelbahnhofes

Hinter der Gleis

Der neue Münchner Hauptbahnhof entsteht in einem Korsett aus Nutzungs-, Platz- und Planungsfragen. Und dennoch soll aus ihm ein echtes Wahrzeichen werden – einladend, offen, transparent.

CORNELIA KNUST

Was ist das Herzstück des Hauptbahnhofs? In München, wo am Bahnhof von jetzt an zehn Jahre Baustelle ist, gehen die Meinungen darüber auseinander. »Es ist die Gleishalle«, sagt Iris Ludwig von der Deutschen Bahn AG bestimmt. Die Projektentwicklerin für den Neubau des Empfangsgebäudes, selbst Architektin und Immobilienökonomin, führt den Besucher als Erstes auf den Bahnsteig zwischen Gleis 18 und 19. Hier stehen die schlanken Mittelstützen des ansonsten frei tragenden Hallendachs aus dem Jahr 1960. Ludwig lobt die Modernität und die klare Raumwirkung des sogenannten Krupp-Dachs aus Stahlelementen, das unter Denkmalschutz steht und das im Westen seit Jahrzehnten der Schriftzug »Grundig« schmückt – ein längst untergegangenes Unternehmen. »Hier passiert Bahnhof«, meint Ludwig.

In München wird gerade nicht weniger als das »Tor zur Stadt« neu gebaut, wie die DB Netze in ihrer Broschüre zum neuen Münchner Hauptbahnhof titelt. Sowohl das Empfangsgebäude Richtung Stadtmitte als auch der Starnberger Flügelbahnhof für den Regionalverkehr mit eigener Gleisharfe im Nordwesten werden komplett neu errichtet. Eine Neugestaltung dieser Größenordnung gab es zuletzt am Berliner Hauptbahnhof im Niemandsland zwi-

schen den Hälften einer zuvor geteilten Stadt. Dort war Ludwig für die Möblierung zuständig.

»Früher waren Bahnhöfe Industriepaläste«, sagt sie. Auch München hatte 1849 mit dem sogenannten Bürklein-Bau (benannt nach dem Architekten Friedrich Bürklein, der auch die Maximilianstraße plante) einen solchen Palast. Er gliedert sich einer italienischen Basilika, romantisch mit Pavillons, Fensterrosetten und Arkadenhallen. »Dem Fremdling ein freundliches Willkommen«, auf dass er »in der Stadt der Künste mit ihren mannigfachen Kunstschöpfungen« angemessen begrüßt werde, so schreibt Angela Toussaint, ehemals Leiterin des Münchner Wirtschaftsarchivs, in ihrem Buch »Der Münchner Hauptbahnhof«. Als der Bau in der Gründerzeit zu klein wurde, flankierten weitere Bauten im Renaissancestil das verspielte Ensemble.

Als nach dem Zweiten Weltkrieg fast alles zerstört war, wurde abgerissen und im Stil der 1950er-Jahre neu gebaut. Das »Schwammerl«, also das pilzförmige Vordach des Haupteingangs, sowie das Alpenmosaik, das bis vor Kurzem an der Ostfassade hing, entstanden. Nur im Norden und Süden blieben Teile des Gründerzeitabschnitts stehen. In den 1980er-Jahren schließlich bekam die Empfangshalle im Inneren ein Facelifting in Chrom und Glas. Dies alles wird fallen. Zunächst ab diesem Sommer nur die Empfangshalle, unter der nun jahrelang für die zweite S-Bahn-Stammstrecke und den Anschluss einer weiteren U-Bahn gebuddelt wird. Während die Schlitzwandfräse sich in 60 Meter Tiefe arbeitet und Schritt für Schritt eine Betonwand im Boden entsteht, während im Inneren dieser Kuchenform Stützen gesetzt werden und am Schluss ein Deckel aufgelegt wird, heißt es für das Architekturprojekt Hauptbahnhof: warten. Nur am Starnber-



Stil der 1950er-Jahre – nach dem Zweiten Weltkrieg wurde der Bahnhof neu gebaut



Demontage – das Alpenmosaik wurde vorsichtig abgenommen, eingelagert und soll im neuen Bahnhof wieder einen prominenten Platz finden

halle



Historisch – Ansicht des Hauptbahnhofs um 1928



Moderne Verkehrsimmobilie mit Einkaufsmöglichkeiten – Modellansicht der Empfangshalle

von links oben nach rechts unten: Foto: Dagmar Wiede/Süddeutsche Zeitung; Bayerisches Wirtschaftsarchiv; DB Netz AG; DB/Auer Weber

ger Bahnhof will die DB schon 2023 loslegen. Dort ist auch ein 69 Meter hoher Büroturm mit einer »Sky-Bar« ganz oben geplant. Wenn irgendwann die zweite Stammstrecke fertig ist, beginnt der Abriss der restlichen Gebäude und der Neubau des eigentlichen Empfangsgebäudes. Es soll innerhalb von drei Jahren für einen dreistelligen Millionenbetrag entstehen – so der Plan. Mehr als 20 Jahre nachdem das Architekturbüro Auer Weber mit Sitz in Stuttgart und München den Wettbewerb um diesen Bau gewonnen hat, könnte er Realität werden – natürlich mit allen möglichen Änderungen, Konkretisierungen, Kompromissen. Nicht nur die Bahn, der Bund, die Stadt haben dabei mitzureden, auch ein Beirat aus weiteren Stararchitekten und lokalen Politikern.

Visitenkarte der Stadt

Projektbetreuerin Ludwig, für die sich seit 2009 alles um den neuen Hauptbahnhof dreht, braucht Geduld. Sie lebt mit ihrer Familie längst im Münchner Umland. Was ein Bahnhof heute sein und leisten soll, muss sie immer wieder neu denken. Ein Terminal mit großer Umschlaggeschwindigkeit und hoher Aufenthaltsqualität – das ist die Klammer. Eine Umfassung und Akzentuierung der Gleishalle, wie Ludwig sagt. Eine Visitenkarte der Stadt, offen, einladend, transparent. Natürlich – das klingt unterschwellig an – auch ein Renditebringer mit zahlungskräftigen Mietern und Pächtern.

350000 Bahnreisende und Pendler plus noch einmal 100000 U-Bahn-Benutzer und sonstige Gäste muss der Terminal jeden Tag bewältigen – Stand heute. Die ganz alte Idee, den Bahnhof nach Westen Richtung Pasing zu verlegen, um mehr Raum zu gewinnen, war keine Option, wohl auch aus Kostengründen.

»Wir bauen im bestehenden Fußabdruck des Bahnhofs«, betont Ludwig. Nur die obersten Stockwerke, die sich wie ein Riegel über Front und Seitenflügel legen, kragen etwas aus wie ein Balkon. Es sei eine Verkehrsimmobilie und keine Shopping Mall, sagt Ludwig sehr bestimmt, auch wenn 12000 Quadratmeter Verkaufsfläche geplant sind. Die Nutzung lautet: ankommen, abfahren, Auto und Fahrrad parken oder mieten, Gepäck lagern, kleine Besorgungen machen, etwas essen oder trinken, kurz Ruhe finden. Es soll wieder ein Reisezentrum geben, auch einen Konferenzbereich, aber kein Hotel mehr, wie es seit 1951 im Südtrakt bestand. Natürlich muss ein Hotspot sein für das Surfen im Internet. Die Kirchen wünschen sich eine kleine Kapelle wie am Flughafen. Das Schmutzdelige will man nicht mehr haben. Die Bahn sieht sich als Gastgeber mit Hausrecht und hofft auf weniger ungebetene Gäste, ein Abstrahlen des neuen Bahnhofs auf das ganze Viertel. Die Mittelständler und Hoteliers rundum hoffen offenbar dasselbe und haben sich dazu in einem Verein organisiert.

»Ein Bahnhof ist wohl mit das Schönste, was man bauen kann«, findet Ludwig. Für sie sind Bahnhöfe auch Orte voller Gefühle und Erinnerungen: Abschied, Aufbruch, Heimkehr, Erwartung. Kann diese Bahnhofsromantik in jeder Architektur aufkommen? Wird man gerne verweilen, auch wenn livrierte Boys, getäfelte Wartesäle und verschwenderische Restaurants längst nicht mehr Teil solcher Orte sind? Für die Reisenden heute zähle am meisten Schnelligkeit, meint Ludwig und verrät dann, dass sie ein anderes privates Faible hat: Sie schätzt bummelnde Nachtzüge mit Dusche und Speisewagen, die auch mal sinnlos an Stationen Stunden verschwenden, bis über den Gleisen die Sonne aufgeht. ■

www.hbf-muc.de

Kraft tanken auf höchster Ebene

Stilvoll und großzügig lockt das Hotel Pfösl in Südtirol seine Gäste mit einer ansprechenden Verbindung aus traditionellen Kräften und modernen Impulsen.

Die Stürme des Lebens – sie wehen aus allen Himmelsrichtungen. Willkommen sind in solchen Augenblicken jene Orte, die Zuflucht, Schutz und Geborgenheit bieten. Abseits des Alltags, umgeben von einer eigenen Atmosphäre, offen für Herzlichkeit. Das Hotel Pfösl in Südtirol ist ein solcher Ort. Nicht nur bei der Architektur steht die Natur im Mittelpunkt des Hauses der Kategorie Vier-Sterne-Superior. Es zeigt sich auch in der Lage als Kraftort inmitten der Dolomiten, in der Naturküche von Küchenchef Markus Thurner, dem Natur-Wellnessangebot sowie „aktiv sein“ in der Natur mit den Gastgebern und Mitarbeitern.

Dort oben, auf dem sonnigen Hochplateau Deutschnofen, verwandelt sich das, was einem „aus allen Himmelsrichtungen“ begegnet, in tragende Kräfte und inspirierende Perspektiven. Das hat zum einen mit dem schier grenzenlosen Ausblick über die umliegenden Bergwelten zu tun, mehr aber noch damit, dass sich das Hotel der ganzheitlichen Regeneration seiner Gäste widmet. Ein Prinzip, das in der rauen Wirklichkeit der hochalpinen Umgebung des Pfösl tief verwurzelt ist. Was der Natur dort innewohnt, wird

auch den Menschen zuteil, die dort zu Gast sind. Sie sollen sich nicht nur im Urlaub wohlfühlen, sondern auch körperlich fitter und mental ausgeglichen in ihren Alltag zurückkehren.

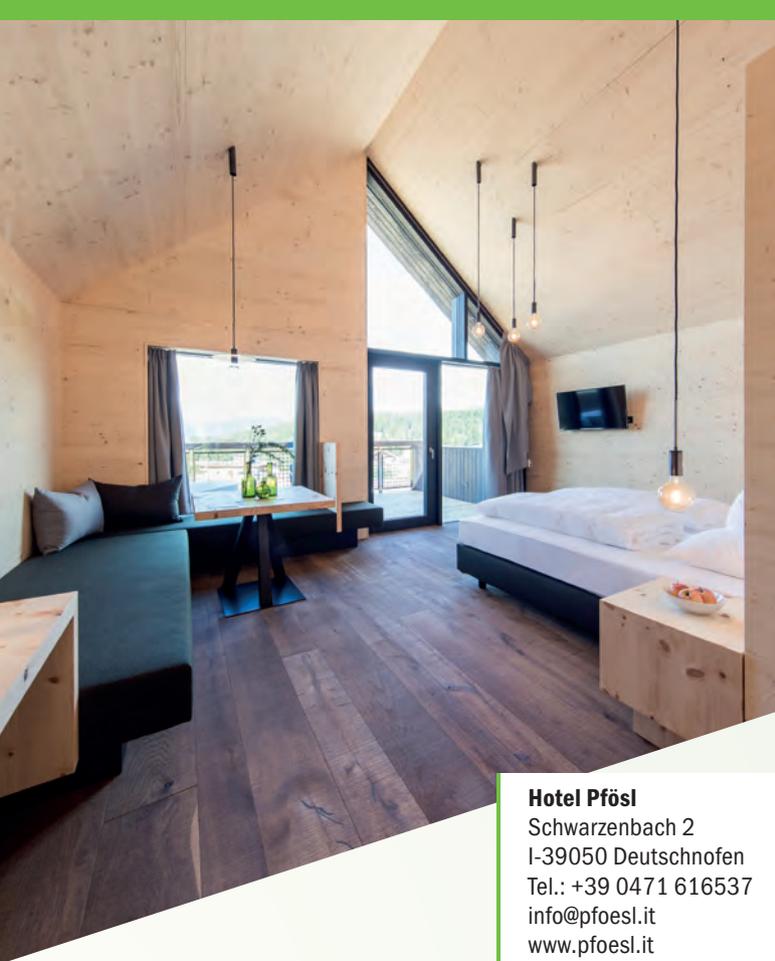
Mit seinem besonderen Ambiente und der einzigartigen Panoramalage bietet das Hotel seinen Gästen einen Ort, an dem sie zur Ruhe kommen und neue Energie für den Alltag schöpfen. Die Gastgeberfamilie Zelger-Mahlknecht hat ihr Hotel im Herzen dieses Kraftorts platziert, umgeben von 35 Hektar Wiesen und Wäldern. Sie legen großen Wert auf Naturverbundenheit, Regionalität und Nachhaltigkeit, sowohl bei der Einrichtung als auch beim Umgang mit den Ressourcen. Dabei bewahren sie althergebrachte Traditionen und verbinden den modernen Lebensstil mit Bodenständigkeit, Empathie und Individualität.

Das gibt den Gästen vom ersten Moment an das Gefühl, gut aufgehoben zu sein, schafft Zuversicht und Vorfreude auf frische Energie. Wer jeden Tag im Unternehmen seine Verantwortung wahrnimmt und mit Leib und Seele seiner Arbeit nachgeht, der weiß: „Leistung und Regeneration sind beste Freunde.“ Dass wir nur das herausnehmen können, was wir vorher hineingegeben haben – das ist eine Erfahrung, die bei Investitionen genauso zutrifft wie beim persönlichen Engagement. Das Prinzip der „Pfösl Regeneration

Im Jahr 2019 garantieren verschiedene Workshops, dass die Gäste sich nicht nur im Urlaub wohlfühlen, sondern auch körperlich fitter und mental ausgeglichen in ihren Alltag zurückkehren. Angeleitet von Franz Mühlbauer, stehen vielfältige Übungen und Ausflüge in die umgebende Bergwelt der Dolomiten auf dem Programm. Der CEO und Gründer von

SOLEMON, war als Mental- und Regenerationstrainer unter anderem für die österreichische Ski-Nationalmannschaft und deutsche Bundesliga-Fußballer tätig. Gemäß dem von ihm entwickelten Balance-Konzept geht es dabei nie um weiter, höher oder schneller, sondern um positive Impulse, tiefe Entspannung und Kraft tanken auf allen Ebenen.





Hotel Pfösl
 Schwarzenbach 2
 I-39050 Deutschnofen
 Tel.: +39 0471 616537
 info@pfoesl.it
 www.pfoesl.it



360°“ greift diesen Gedanken auf. Frei von Zwängen und Pflichten wird dabei die persönliche Regenerationsfähigkeit geschult. Die mentale und körperliche Balance rückt in den Mittelpunkt. Das Zusammenwirken vom Kleinen im Großen verbindet sich mit dem genussvollen Erleben Südtiroler Gastlichkeit.

Da finden sich Angebote, die sich dem Bewegungsapparat widmen. Denn muskuläre Balance garantiert Wohlfühlen, Leistung und Schmerzfreiheit. Oder das Bewusstsein für Flüssigkeitshaushalt und Stoffwechsel wird geweckt und gestärkt, liefert der eine doch den Brennstoff für Körper und Nervenzelle und der andere steuert das Säure-Basen-Gleichgewicht als Motor für gesunden Genuss. Burnout Prävention, neue Impulse für Awareness und Mentalkraft oder neue Zugänge zum Qualitäts- statt Mangelbewusstsein für den persönlichen Quantensprung sind weitere Elemente, aus denen sich die Gäste ihr individuelles Menü für eine umfassende, nachhaltige Regeneration zusammenstellen können. Aufmerksam begleitet finden sie zurück zu wahrer Begeisterung, werden wieder Feuer und Flamme, dringen vor zur inneren Kraftquelle ihres Seins.

Natürlichkeit und ein stilvolles Ambiente tragen dazu bei, dass im Hotel Pfösl die Tore zur Regeneration weit offen stehen. Worauf können sich Gäste freuen? 18 Natursuiten ergänzen die 44 modernen Zimmer und Suiten. Am Waldrand stehen drei exklusive Chalets. Das 2.000 Quadratmeter große naturaspa begeistert mit einem besonderen Highlight, dem 25 Meter langen Infinity-Sole-Pool. Von dort fällt der Blick auf die majestätische Bergkulisse des Rosengarten-Latemar, der seit 2009 zum UNESCO Weltnaturerbe Dolomiten zählt. In unmittelbarer Nähe zu verschiedenen Ski- und Wandergebieten, nur knapp 25 Kilometer von Bozen entfernt, ist Deutschnofen ideal als Ausgangspunkt für verschiedene Unternehmungen: Im Sommer gilt die Gegend als Wander-, Bike- und Kletterparadies, im Winter ist insbesondere Obereggen ein lohnendes Ziel zum Skifahren, Snowboarden, Langlaufen und Rodeln.



Der Direktor, Peter Eursch, heißt Sie herzlich willkommen. Die Spielbank Garmisch-Partenkirchen sorgt für einen eleganten Rahmen beim gesellschaftlichen Miteinander.

Ein anspruchsvolles Angebot, ein abwechslungsreiches Programm für Kultur und Kulinarik sowie gute Unterhaltung und viel Freude am Spiel erwartet Besucher der Spielbank Garmisch-Partenkirchen.

Spielvergnügen von *A* bis *Z*

Wer sich die Zeit nimmt, mit Spielbank-Direktor Peter Eursch eine Runde durch die Säle der Spielbank Garmisch-Partenkirchen zu drehen, der kommt sich bald vor wie im Film. Die klassische Atmosphäre der Salons, das Spiel von Licht und Farben, die Geräusche aus den Automaten, das Klappern der Chips, das Plaudern der einen und das Lachen, Kichern und Jubeln der anderen, all das vereint sich zu einem Gesamtkunstwerk, das alle Sinne berührt.

Seit fast 65 Jahren ist die Spielbank, in der 1955 Marianne Koch die erste, die „goldene Kugel“ beim Roulette warf – sie fiel, wie sollte es auch anders sein, auf die 13 – zuhause in der wunderschönen Marktgemeinde, ist ein Stück der Ortskultur geworden. Tagesbesucher wie Stammgäste finden dort Unterhaltung, Abwechslung und Freude am Spiel. Die ganze Vielfalt von A bis Z hat Peter Eursch in einem persönlichen Spielbank-ABC zusammengefasst:

A Das benachbarte Restaurant **Alpenhof** ist kulinarisch eine sichere Wette.

B Die **Berge** sind das Ziel vieler Besucher von Garmisch-Partenkirchen. Auf dem Weg dorthin lassen sich bei einem Abstecher in die Spielbank zwar keine Höhenmeter gewinnen, aber jede Menge Vergnügen.

C Wo an der Bar der **Cocktail** mundet, sieht am Spieltisch auch das **Cocktailkleid** gut aus.

D Wenn beim **Dice 52** die Würfel rollen, steigt die Spannung und ist der Spielspaß immer Sieger.

E Die **Einsatzlimits** an den sechs Roulette-Tischen des Hauses erstrecken sich von 1 **Euro** Minimum bis 12.000 **Euro** Maximum.

F Die Spielbank bietet ein anregendes Ambiente, um zu zweit oder mit **Freunden** zu feiern. Zum Beispiel den Jahresausklang mit Gala-Bufferet, Musik und Verlosung. Der Casino-Blitz fährt Gäste gegen 23.00 Uhr sicher und bequem zurück nach München.

G **Glück** und **Garmisch-Partenkirchen** – nicht nur im Alphabet eine vielversprechende Kombination.

H In Kino-Filmen sind die „grauen Eminenzen“ im Casino – die „**High Roller**“, die mit sehr hohen Beträgen spielen. In Garmisch-Partenkirchen spielen sie keine Rolle, die Spielbank weiß jeden Gast gleich zu schätzen.

I Allen **Interessierten** bietet die Spielbank in Garmisch-Partenkirchen täglich ausführliche Demonstrationsspiele am Roulette-Tisch an.

J „**Jetons** sind Trumpf.“ Und eines der beliebtesten Geschenkpakete der Spielbank trägt diesen Titel.

K Für **Kunst**, **Kultur** und **Kabarett** hebt sich regelmäßig der Vorhang zu abendlichen Vorstellungen im Salon der Spielbank, begleitet von **kulinarischen** Genüssen.

L Jeden Donnerstag haben die Damen bei der „**Ladies Night**“ die besten Karten. Die Spielbank begrüßt sie mit freiem Eintritt, Glücksjetons und einem Getränk.

M **Mitten** in der Fußgängerzone Garmisch gelegen, lädt die Nachbarschaft



der Spielbank zum Bummeln und Genießen ein – und bietet die perfekte Gelegenheit, frische Gewinne zu genießen.

NJeden Freitag und Samstag werden Texas Hold'em **No Limit-Pokerturniere** angeboten.

OVon **Omaha**, der legendären Eisenbahner-Stadt im Osten des Wilden Westens, führt eine direkte Verbindung an die Kartentische in Garmisch-Partenkirchen. Denn die entsprechende Poker-Variante steht hier natürlich auch auf dem Programm.

PNicht nur „Texas Hold'em“ ist am Kartentisch beim **Poker** angesagt, sondern auch die weiß-blaue Variante „Bavarian Texas Hold'em“.

Q**Quartett** ist sicher auch ein spannendes Kartenspiel. In der Spielbank Garmisch-Partenkirchen taucht es aber allenfalls in der Besetzung „Vier Asse“ beim Poker oder „Geige, Geige, Bratsche, Cello“ im Kulturprogramm auf.

RSobald die Kugel rollt und die Einsätze platziert sind, kann sich niemand mehr der Faszination des **Roulette**-Spiels entziehen. Der Freude am **Spiel** kommt die Hauptrolle in der Spielbank zu. Darum bietet das großzügige Ambiente auch viel Freiraum für geselliges Miteinander, **Smalltalk** mit Freunden und entspannte **Stunden**.

TEin Wochenende zu zweit in Garmisch-Partenkirchen – das Geschenk-Paket namens „All In for **two**“ (siehe rechts).

UFür **Unternehmen**, ihre Teams und Partner eignet sich die Spielbank zu jeder Jahreszeit als Ziel für Ausflüge und Exkursionen – mit praktischen Einblicken in die praktischen Seiten der Spieltheorie.

VWeil die vier Jackpot-Anlagen der bayerischen Casinos miteinander **vernetzt** sind, bestehen schon mit 50 Cent Einsatz an der „Slot Machine“ Chancen auf spektakuläre Gewinne.

WBeim Casino Grand Prix können Gruppen ab 10 Personen einen internen **Wettkampf** im Casino-Stil austragen. Drei verschiedene Spielstationen werden zur Verfügung gestellt: Roulette, Black Jack und Glücksrad.

XDie schönsten Gewinne „neben“ dem Spieltisch? **A xellig's** Miteinander und **a xund's** Vergnügen. Mit der Persönlichkeit unserer Gäste und der Freundlichkeit der Spielbank-Mitarbeiter als Einsatz.

Y**Yin** und **Yang** mögen das klassische Gegensatzpaar sein. In der Spielbank begegnen sich das helle, männliche, aktive Yang und das dunkle, weibliche und ruhige Yin im Spannungsfeld von Rouge und Noir.

Z„Das, wobei unsere Berechnungen versagen, nennen wir **Zufall**.“ (Albert Einstein)

Bayerische Spielbank Garmisch-Partenkirchen

Am Kurpark 10
82467 Garmisch-Partenkirchen
Tel.: +49 8821 9599-0
www.spielbanken-bayern.de/garmisch-partenkirchen

Unvergessliche Glücksmomente für besondere Anlässe finden Sie garantiert auch unter:

www.spielbanken-bayern.de/geschenkpakete

Zum Spielbank-Video:

youtu.be/ICykezqoRHI

Save the date

Ein Wochenende zu zweit in Garmisch-Partenkirchen – das Geschenk-Paket namens „All In for **two**“ zaubert dem Partner sicher ein Lächeln ins Gesicht – der schönste aller Gewinne! Im Paket enthalten sind:

- 2 x freier Eintritt
- 2 x ein Glas Begrüßungssekt
- Demospiel im Black Jack oder Roulette
2 x 20 € in Wertjetons
- 2 x 10 Glücksjetons zum Gewinn von Kleinpreisen
- 2 x Drei-Gänge-Menü (Fisch, Fleisch oder vegetarisch) und eine Flasche Gerolsteiner Gourmet 0,25 l
- 1x Übernachtung im Doppelzimmer im Dorint Sporthotel Garmisch-Partenkirchen inkl. Frühstück und Nutzung des Wellnessbereichs

Details und Bedingungen unter <https://www.spielbanken-bayern.de/geschenkpakete/16/all-in-for-two>





Lo(d)genplatz für Genießer

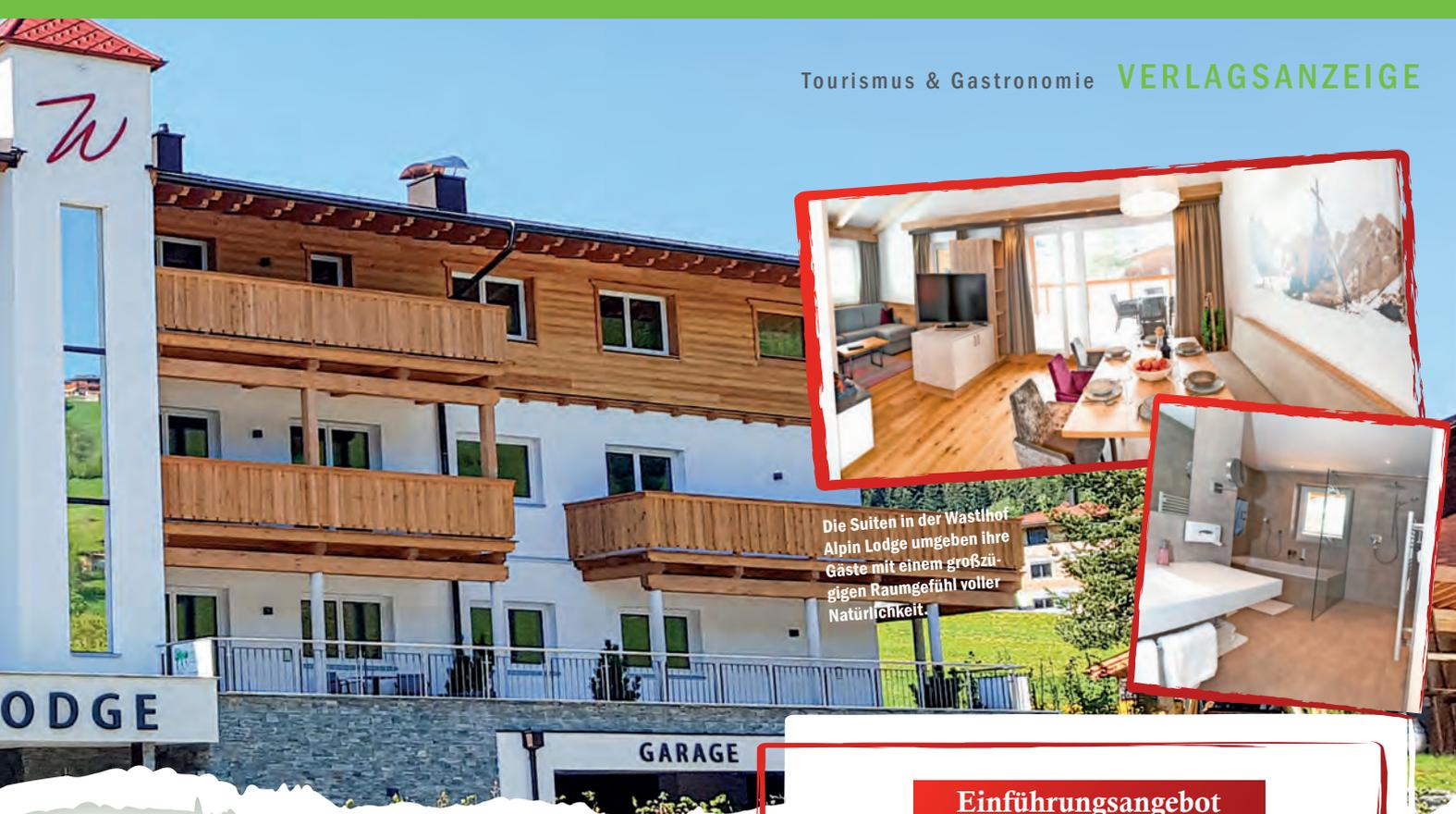
Die 14 exklusiven Suiten der neuen Wastlhof Alpin Lodge inmitten der Wildschönau bieten Sommer-Urlaubsfeeling mit Wow-Effekt.

Der Sternenhimmel über der Wildschönau, so berichten Kenner, gehöre zu den schönsten in den Alpen. Bevor nun jemand dazwischenruft, das Firmament sei doch überall das gleiche, macht Margit Brunner, Chefin im Wohlfühlhotel Wastlhof, auf den feinen Unterschied aufmerksam: „Auf die Perspektive kommt es an!“ Und die ist in einem Hochtal, ungetrübt vom Licht der Städte und in klarer Bergluft, eben außergewöhnlich gut. Noch besser fällt sie für jene aus, die sich den Ausblick auf einem der großzügigen Balkone oder einer der (Ausichts-)Terrassen in der Wastlhof Alpin Lodge gesichert haben. Denn

dort gewinnt die Redewendung „a room with a view“ noch eine Dimension dazu: Die Gäste der neuen und alpin-eleganten Suiten holen sich nicht nur den Blick auf den Nachthimmel, sondern auf all die Schätze der Wildschönauer Natur direkt in ihr Feriendomizil.

„Unsere Heimat ist ein Genuss für alle Sinne“, sagt Margit Brunner, die hier gemeinsam mit ihrer Familie aufgewachsen ist und die Tradition der Gastgeberrolle in dritter Generation übernommen hat. „Aber welche Schätze und Schönheiten sich dem Auge bieten, das ragt weit über alles andere hinaus.“ Allein schon, wie sich im Lauf der Jahreszeiten, genauso wie im Lauf jedes einzelnen Tages, die Landschaft im Spiel von Licht und Schatten wandelt, ist ein Erlebnis für sich. Wie die Gipfel im Licht der Bergsonne von mächtigen Riesen zu filigranen Gestalten werden, wie sich Lichtstrahlen in den Blättern von Bäumen und Sträuchern fangen und wieder befreien, wie die Wolken am Himmel Kurzgeschichten und Heldensagen erzählen – „es ist eine endlose





Die Suiten in der Wasthof Alpin Lodge umgeben ihre Gäste mit einem großzügigen Raumgefühl voller Natürlichkeit.

Einführungsangebot

In der Sommersaison 2019 (30.05. - 31.10.) gibt es 5 % Rabatt pro Erwachsenem auf die offiziellen Zimmerpreise der Alpin Lodge (ab 3 ÜN, außer Spezial- und Angebotswochen). Bei Nennung des Promocodes „IHK-MUC“ erhalten Erwachsene zusätzlich einen 20,- € Gutschein für eine Verwöhnbehandlung.

Geschichte vom Leben in der Natur der Berge, an der wir hier live und in Farbe teilhaben dürfen“, schwärmt die leidenschaftliche Tirolerin. „Da wirst du nicht müde, hinzuschauen.“

„Gute Stube“ für unbeschwerte Stunden

Damit ihre Gäste dies in vollen Zügen genießen können, hat die Gastgeberfamilie Brunner die Suiten in der neuen Alpin Lodge nicht nur mit großen Fenstern, Balkonen und Terrassen ausgestattet, „sondern mit extrabequemen Sesseln und Sofas, auf denen alle den Ausblick auf das Land genießen können, in dem wir daheim sind“, schwärmt Margit Brunner. Auch bei der Einrichtung und Ausstattung der Suiten in der Alpin Lodge wurde so viel Liebe hineingesteckt, als sei's die eigene „gute Stube“. Ob man sich für das Studio „Sonnberg“ entscheidet oder für die Penthouse-Suite „Rosskopf“ oder für die Familien-Suite „Lahnerköpfl“ – jedes Mal finden sich die Urlauber in der gemütlichen Wohnzimmer-Atmosphäre der großen Wasthof-Familie wieder. Natürliche Bau- und Werkstoffe sorgen für ein Wohlfühlklima, das die Urlauber während des ganzen Aufenthalts schonend umgibt. Darüber hinaus heißt es, sich an einigen kreativen Extras zu erfreuen: an den Infrarotkabinen als private „Wärmestube“ in den Familien-Suiten zum Beispiel, oder den Echtholzböden, auf denen es sich so schön behaglich barfuß gehen lässt, aber auch an den Außensaunen der beiden Penthouse-Suiten. Ein Refugium sollen diese Räume sein, ein geschützter Raum zum Hineinträumen in den Tag, zur Rast und Erfrischung nach einer ausgiebigen Wanderung, einer sportlichen Radtour oder einem fröhlichen Ausritt mit einem der Wasthof-Pferde. „Auch wenn ich davon begeistert bin, welche Qualität wir unseren Gästen für den Aufenthalt in der Lodge anbieten können – die Wildschönau ist wie geschaffen dafür, sie in aller Freiheit und Natürlichkeit draußen unter freiem Himmel zu erleben“, sagt Margit Brunner. Sie selbst ist immer wieder mit ihren Gästen unterwegs, begleitet sie im Sommer bei Touren zu markanten

Aussichtspunkten in den umliegenden Kitzbüheler Alpen und im Winter zu Ski-Ausflügen im weitläufigen Revier rund ums Hotel.

Kulinarik in entspannter Runde

Zum entspannten Komfort der Alpin Lodge gehört auch ein wind- und wetterfester, unterirdischer Gang hinüber ins Haupthaus. „Ob ihr ins Schwimmbad und ins Vital-Reich unterwegs seid, in unseren Pool-Gärten oder an die Bar“, begrüßt Margit Brunner ihre Gäste an der Rezeption: „Euer Weg ist geschützt und behütet.“ Am liebsten, so ihre Erfahrung, nutzen die Bewohner der Suiten diesen Weg am Abend, wenn sie das Restaurant des Hauses besuchen, um sich in entspannter Runde den Schmankerln aus der Küche zu widmen. Einer Küche, in der die Tradition der Tiroler Gaststube bewahrt und die Liebe zur feinen, regionalen Kochkunst gelebt wird. „Saftiger Apfelstrudel, lockerer Kaiserschmarrn oder ein hauchdünnes, butterfeines Wiener Schnitzel – auch auf dem Teller haben unsere Gäste immer den verlockendsten Ausblick“, verspricht Margit Brunner.

Wohlfühlhotel Der Wasthof ****
 Familie Brunner
 Wildschönauerstr., Niederau 206
 A-6314 Wildschönau/Tirol
 Tel.: +43 5339 8247
 info@hotelwasthof.at
 www.hotelwasthof.at
 www.hotelwasthof.at/alpinlodge

Rückzug vom Alltag, Eintauchen in Emotion

DAS.GOLDBERG in Bad Hofgastein empfiehlt sich als Ort fürs Loslassen, Relaxen und Entschleunigen.

Vera und Georg Seer sind seit ihrer Kindheit mit dem Hotelbetrieb vertraut. Sie wuchsen beide in einem Hotel auf und somit haben sich Servicebereitschaft und Gastfreundschaft bereits früh verankert. Georg Seer hat im elterlichen Betrieb eine Ausbildung zum Maler absolviert und später die Meisterprüfung abgelegt. Nebenbei war er stets im elterlichen Hotel, dem Pyrkerhof, mitbeschäftigt. Vera Seer besuchte die Höhere Lehranstalt für Tourismus im salzburgischen Klessheim. Beide Gastgeber haben sich mit dem 4-Sterne-Superior-Hotel DAS.GOLDBERG den lange gehegten Traum erfüllt, ein Refugium für Reisende zu schaffen, die mit dem Wunsch nach tiefschürfender Erholung auf hohem Niveau ihren Weg nach Bad Hofgastein finden. Als Zutaten dafür rücken sie einen persönlichen und leidenschaftlichen Service, authentische Angebote und viel Raum für Entspannung in den Mittelpunkt. Dabei setzen sie auf

einen ausgeprägten Bezug zur Natur, eine hochwertige, regional geprägte Kulinarik sowie ein Wellnessangebot, dessen fein gesponnene Fäden ein sanftes Netz für den Gast weben.

Natürlich relaxen

Mit Fug und Recht darf man daher das GOLDBERG Natur Spa als Herzstück des Hotels bezeichnen. In fünf Anwendungsräumen werden verschiedene Körper- und Gesichtsbehandlungen angeboten. Entspannung versprechen außerdem eine Kräuter- und Finnische Sauna sowie ein Dampfbad und eine Infrarotkabine. Nach dem Saunagang sorgt ein großer Freiluftbereich für Abkühlung. Nachruhen lässt es sich in der behaglichen Atmosphäre großzügiger Ruheräume mit Blick auf das einmalige Bergpanorama. Dazu kommen noch ein Yoga-Raum und ein weiteres Dampfbad namens GOLD.STOLLEN.




DAS.GOLDBERG

Haltestellenweg 23
 A-5630 Bad Hofgastein
 Tel.: +43 6432 6444
 info@dasgoldberg.at
 www.dasgoldberg.at

Dieses Caldarium greift in Design und Wirkung den Gasteiner Heilstollen als Vorbild auf. Bei einer konstanten Temperatur von 42 bis 45 Grad Celsius fühlen sich Erholungssuchende wie im Inneren eines Berges. Im großzügigen Außenbereich des Hotel-Spa befinden sich die Textilsauna im Untergeschoss des Chalets, ein beheizter Whirlpool auf der Spa-Terrasse sowie ein Infinity-Pool mit direktem Blick auf die Berge und das Gasteiner Tal.

Vera und Georg Seer war es wichtig, „mit dem Spa-Bereich einen Rückzugsort zu schaffen, der zum Loslassen, Relaxen und Entschleunigen einlädt“. Hierbei sollte, wie in den anderen Bereichen des Hotels auch, die Nähe zur Umgebung und Natur eine besondere Rolle spielen. Im weitläufigen Garten unterstreichen ein Kneippbach und ein erfrischender Naturbadese mit feinsandigem Goldstrand diesen Anspruch. In den Sommermonaten werden die Wellnessbehandlungen bei gutem Wetter im Freien durchgeführt. Eine weitere Besonderheit ist das Privat Spa, das als separates kleines Chalet bereitsteht. Hier genießen Paare ganz exklusiv eine eigene Sauna, einen offenen Kamin, eine Tee- und Minibar, Badewanne und Daybed. Auf der Galerie kann mit Blick in die Sterne auch übernachtet werden. Auf Wunsch werden Frühstück und Abendessen direkt in das Chalet gebracht.

Einmalig erholen

Ganz auf umfassendes Wohlfühlen ausgerichtet sind auch die privaten Räume der Gäste. Die 65 Studios und Suiten sind alle zur Tal- oder Südseite ausgerichtet. Große Glasfronten erlauben einen direkten Blick auf die historische Marktgemeinde Bad Hofgastein, den Gletscher und das Bergpanorama. Die Studios verfügen über großzügige Terrassen oder Balkone, Regendusche in den Bädern sowie teilweise über einen gemütlichen Schaukelstuhl und eine freistehende Badewanne. Die Suiten bieten zusätzlich

einen Wohnbereich mit Sitzecke, offenem Kamin und Teebar sowie Heaven Swing auf der Terrasse. Als exklusive Rückzugsorte mit eigenem Wellness-Bereich begeistern zwei SPA.SUITEN L sowie eine SPA.SUITE XL mit entspannenden Annehmlichkeiten. Je nach Kategorie verfügen sie über ein Doppelbett unterm Sternenhimmel, eine freistehende Doppelbadewanne, eine Bibliothek mit gemütlicher Sitzecke, eine Sauna aus Zirbenholz und einen Zirben-Ruheraum mit offenem Kamin, eine Schwebeliege auf der Terrasse oder einen Hot Tub auf dem Balkon.

Besonders nobel wohnen Gäste in den Loftsuiten, die in Holzbauweise entworfen wurden. Hier befindet sich auf der Dachterrasse eine Badewanne für zwei Personen. Ein offener Kamin sorgt für eine behagliche Atmosphäre. Die SPA.LOFT SUITE XL lässt mit eigenem Saunahaus, Kamin und Kuschelecke keine Wünsche offen. Warme Farben wie Rot-, Braun-, Creme- und Grüntöne sowie verschiedenes Holz und ausgesuchte Accessoires dominieren das Design und geben dem DAS.GOLDBERG eine unvergessliche, eigene Note.

Genüsse für Golfer und Gourmets

Die paradisiisch gelegenen Greens der zahlreichen Golfplätze in und um Bad Hofgastein sind eine Freude für jeden Golfer. DAS.GOLDBERG ist Premium-Partner des Golfclubs Gastein. Hotelgäste erhalten zeitweise einen Rabatt von bis zu 100 Prozent auf die Greenfee (1. September bis Anfang November, Buchung des Listenpreises). Zu anderen Zeiten erhalten Gäste dort stets 50 Prozent auf die Greenfee. Dem Genuss auf dem Green lässt sich einer für den Gaumen anschließen: Die gesunde und leichte Küche aus heimischen Produkten spiegelt die kulinarische Vielfalt der Region. Neue Interpretationen von Klassikern bereichern die Menükarte.

Besonderer Tipp: Das Bauernbrot aus der Brot-Manufaktur und der Kaffee aus der Rösterei des Hotels – himmlisch!

Ein Tal voller Lebenslust



Das Tannheimer Tal in Tirol bietet Urlaubern das ganze Jahr über einmalige Erlebnisse und individuelle Erholung.



Neue Kraft tanken, den Erlebnisspeicher füllen, Horizonte erweitern, die eigenen Leistungsgrenzen erkunden: Ein Urlaub im Tannheimer Tal bietet zahllose Möglichkeiten, den persönlichen Energiehaushalt anzureichern. Die Quellen dafür sprudeln zu jeder Jahreszeit und an vielen Orten und Plätzen im schönsten Hochtal Europas.

Ob beim Wandern, Klettern, Skifahren oder Langlaufen. Das Tannheimer Tal hat zu jeder Jahreszeit für sportlich aktive Urlauber, die ihre Entspannung in der Bewegung finden, das passende Rahmenprogramm. Und wer einfach nur sitzen, lesen, schauen oder entspannen will, der kann dies Sommer wie Winter an vielen beschaulichen Ecken und in gemütlichen Hütten des Tals tun.



Das Tannheimer Tal ist ein Paradies für Wanderer – und hat einmalige Highlights zu bieten. Etwa den Sonnenpanoramahut auf dem Füssener Jöchle. Es ist der größte drehbare Wanderhut der Alpen.



In den drei Januar-Wochen vom 13. bis 30. Januar 2020 sowie in der März-Woche vom 16. bis 19. März 2020 sind für alle Gäste, die einen Mindestaufenthalt von drei Nächten buchen, die Lifttickets von Montag bis Donnerstag inklusive.

Ein Tal zum Sattsehen und -gehen

Besonders Wanderer schätzen das Tannheimer Tal für seine Routen. Bei 300 Kilometern Wegenetz mit verschiedenartig gestalteten Touren auf drei Schwierigkeitsebenen findet jeder die richtige Wanderroute. So finden sich allein schon auf der Nordseite des Tales drei unterschiedlich anspruchsvolle Höhenwege, die Wanderern zur Wahl stehen. Der im Sommer beliebte „Vater-unser-Weg“ oberhalb von Grän ist da schon so etwas wie Pflicht für alle, die von sich sagen wollen: „Ich habe das Tannheimer Tal erwandert.“ Genauso wie die Runde um den Haldensee und der waldumstandene Weg zum Vilsalpsee, ja selbst ein Stück des bekannten Pilgerpfades „Jakobsweg“ lässt sich hier unter die Füße nehmen. Wem der direkte Weg hinauf auf die Höhe zu mühsam ist, dem leisten die sogenannten Aufstiegshilfen ihren wertvollen Dienst, sprich: die Berg- und Ka-

binenbahnen. Mit ihnen kommen zum Beispiel auch Familien mit kleinen Kindern oder weniger mobile Gäste in den Genuss dessen, was sich oberhalb des Tales an Abenteuern und Erlebnissen befindet. So bleibt auch ihnen ausreichend Energie, um sich auf dem Geo-Pfad am Füssener Jöchle mit der Natur vertraut zu machen – und mit jenem Kapitel der Erdgeschichte, in dem die Alpen entstanden sind und das Fundament für das Tannheimer Tal gelegt wurde. Oder sie begegnen am Neunerköpfe dem größten Gipfelbuch der Alpen und vermerken darin ihre Begeisterung über das Ankommen dort oben.

Bergbahnen inklusive: Da macht Urlauben doppelt Spaß

Verlockend bei der Wahl der jeweiligen Tour ist nicht zuletzt, dass mit dem Ticket „Sommerbergbahnen inklusive“ die Wanderfreunde einmal pro Tag eine Berg- und Talfahrt mit jeder der vier Sommerbergbahnen kostenfrei erhalten und freien Eintritt in das Freibad am Haldensee. Außerdem ist die Benutzung des Wanderbusses im Tannheimer Tal sowie auf den Strecken nach Jungholz, Reutte und Füssen mit der Gästekarte kostenlos. Da kann man schon mal unterwegs etwas Energie ins Wandern investieren, wenn man danach komfortabel und sicher nach Hause gebracht wird. Gerade im Winter, nach einer zünftigen Schneepartie, ist der Bus-Service hoch willkommen.

Im Winter gibt es mit „Winterbergbahnen inklusive“ kostenlosen Winterspaß im Aktionszeitraum zwischen dem 13. und 30. Januar 2020 und zwischen 16. und 19. März 2020. Besucher können von Montag bis Donnerstag die Bergbahnen in den sechs verschiedenen Orten der Region

kostenlos nutzen – ob auf Skiern, dem Snowboard, dem Schlitten oder in Wanderschuhen (Fußgänger nur in Tannheim, Grän und Nesselwängle). Auch hier ist die Gästekarte, die Besucher von ihren Vermietern erhalten, die Eintrittskarte zum Winterspaß.

Beim RAD-MARATHON trifft sich die Rennrad-Szene

Neben den Wanderern schätzen vor allem auch Rad-Enthusiasten die abwechslungsreiche Landschaft des Tannheimer Tals. Das Highlight im Veranstaltungskalender: Der RAD-MARATHON, der hier gerade am 7. Juli mit einer Rekordbeteiligung von über 2.500 Fahrern über die Bühne ging und nächstes Jahr am 5. Juli 2020 stattfinden wird. Wer sich auf das umfassende und intensive Training in der Vorbereitungswoche einlässt, bekommt wertvolle Tipps der Rad-Profis Marcel Wüst und Gerrit Glomser, die sich seit Jahren für das Marathon-Training begeistert in den Sattel schwingen.

Neben dem Marathon auf Rädern, lockt ein Trail auf Skiern Sportbegeisterte ins Tannheimer Tal: der SKI-TRAIL, der vom 17. bis 19. Januar 2020 stattfindet. Mittlerweile ist er ein Stelldichein für alle, die mit Leidenschaft und Energie in der Loipe unterwegs sind. Auch sie finden professionelle Anleitung und Begleitung: kein Geringerer als Olympia-Silbermedaillist Peter Schlickerrieder teilt sein Langlauf-Knowhow mit den Teilnehmern am Rahmenprogramm der „Nordic Fitness Wintertage“ (16. bis 18. Janu-

ar 2020). Am Rennwochenende selbst sind dann Kinder und Erwachsene, Amateure und Profis gefordert, die frisch erworbene Energie abzurufen, um ihre persönliche Herausforderung zu bestehen. Ein großes Vergnügen auch für die Zuschauer am Rande der Loipen.

Traildays: die Bergwander- und Trailrunwoche

Was der SKI-TRAIL im Winter sind die Traildays im Sommer. Dann findet ein Mix aus geführten Läufen und Workshops mit Leki-Experte und Olympiamedaillengewinner Peter Schlickerrieder und dem Höhentrainings-Experten Gerrit Glomser statt. Highlight ist der Seen-Lauf. Auf insgesamt drei Strecken können sich Läufer aller Altersgruppen im Tannheimer Tal messen – und das in einer der wohl schönsten Laufumgebungen: die Route führt umgeben vom einmaligen Bergpanorama vorbei am Vilsalp- und Haldensee.

Wer viel sportelt, der darf auch ordentlich und zünftig essen. Kaiserschmarrn, Gröstl, Knödelsuppe und Kässpätzn: Was die Wirtinnen und Wirte auf den 32 Hütten im Tannheimer Tal hungrigen Wanderern und Wintersportfans servieren, sorgt nicht nur für Energieausgleich im Körperhaushalt. Miteinander nach gemeinsamer Wanderung, erfolgreichem Gipfelsturm oder einer zünftigen Ski-Tour eine herzhaft Jause zu genießen, ist in der Bergwelt sozusagen ein „gesellschaftliches Erlebnis“. Denn wer sich auf über 1.000 Metern Höhe gemeinsam an den Tisch setzt, für den ist das „Du“ ganz selbstverständlich.





Das Video „Sommer im Tannheimer Tal“ finden Sie unter youtu.be/1LzxpwzKHM4

etwa geht auf die Zeit der Franzosenkriege und den Widerstand der aufständischen Bauern um Andreas Hofer zurück. Wenn Bergkämme „in Flammen stehen“, erinnern die vielgestaltigen Motiv-Feuer an den einstigen Kampf um die Freiheit, ganz im Sinne des Satzes „Tradition ist nicht die Anbetung der Asche, sondern die Weitergabe des Feuers“.

Vergangenheit trifft Gegenwart beim Talfeiertag

Wozu es noch eine ganze Reihe weiterer Gelegenheiten gibt, zum Beispiel die Kunstgalerie und das Heimatmuseum in Tannheim oder das Felixe Minas Haus, in dem die bäuerliche Geschichte und das Leben in den Bergen anschaulich werden. Auch der Talfeiertag am 17. September, ebenfalls ein Gedenken an die Abwehr der Besetzung während der napoleonischen Kriege, bringt Vergangenheit und Gegenwart zusammen. Die Energie dazu fließt allerdings nicht in Kalendern und Gebäuden, sondern in den Menschen und verbindet Einheimische und Gäste mit sanfter, aber nachhaltiger Kraft.

Im Tannheimer Tal werden Traditionen lebendig

Das Schöne im Tannheimer Tal: Hier werden Traditionen noch gelebt und geliebt. Von Nesselwängle und Grän, Jungholz und Tannheim, Schattwald und Zöblen: Jedes Dorf hat beispielsweise seine eigene Musik, die bei festlichen Anlässen und zu Platzkonzerten aufspielt. Da bekommt man sogar die Gelegenheit Alphornbläsern zu lauschen.

Oder der für Stammgäste bestens vertraute Anblick der sommerlichen „Herz-Jesu-Feuer“ auf den Berghängen im Tal



Das Video „Winter im Tannheimer Tal“ finden Sie unter youtu.be/KA6r005AUtg



Tourismusverband Tannheimer Tal

Vilsalpseestr. 1
A-6675 Tannheim / Tirol
Tel.: +43 5675 6220-0
info@tannheimertal.com
www.tannheimertal.com

Jubiläen des Monats

60 Jahre



Foto: Ellwanger
v.l. Johannes Ellwanger (Geschäftsführer), Johann Ellwanger (Jubilare)
Ellwanger GmbH & Co. KG, Schrobenhausen

Weitere Jubilare 40 Jahre:

Norbert Schubeck
ALZMETALL Werkzeugmaschinenfabrik & Gießerei Friedrich GmbH & Co. KG, Altenmarkt Alz

40 Jahre



Foto: ISEG
v.l. Rudolf Ruß (Jubilare), Roland Winkler-Elsinger (Geschäftsführender Vorstand)
ISEG Fachgroßhandel für Gebäudetechnik eG, München

Florian Widmann
Elektrizitätswerk Tegernsee Carl Miller KG, Tegernsee



Foto: Versicherungskammer Bayern
v.l. Klaus Schneider (Vertriebsdirektor der Versicherungskammer Bayern), Wolfgang Unger (Jubilare)
Versicherungskammer Bayern, Geschäftsstelle Nabburg

Heidemarie Küttner, Wolfgang Wengert
Sparkasse Freising

25 Jahre

Winfried Bärthel
ATOMA Gesellschaft für automatische Waagen GmbH, Waldkraiburg

Martin Estermann
Bucher Hydraulics Erding GmbH, Erding

Josef Kathan
Elektrizitätswerk Tegernsee Carl Miller KG, Tegernsee

Thomas Betz, Manuela Kroll
Gienger München KG, Markt Schwaben

Walter Katin
HiPP GmbH & Co. Produktion KG, Pfaffenhofen a.d. Ilm

Johannes Hipetinger
KRAIBURG TPE GmbH & Co. KG, Waldkraiburg

Thomas Auernhammer, Klaus Meyer
LEDVANCE GmbH, Eichstätt

Michael Meyer
Schiebel Bauunternehmung GmbH, Gaimersheim

Joachim Kotula, Eleni Stampoli
SPECK-KOLBENPUMPENFABRIK Otto Speck GmbH & Co. KG, Geretsried

Gertraud Meyer
TOGU GmbH, Prien

Florian A. Salfner
Versicherungskammer Bayern, Regionaldirektion Südbayern, München

Ökkes Burc, Katharina Heid
V-Markt Balanstraße GmbH & Co. KG, München

Marlene Fink
ZVO Zeitungsvertriebs GmbH Penzberg

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/ehreneauezeichnung

IHK-Ansprechpartnerin

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

Firmenindex

Firma	Seite	Firma	Seite
4SC AG	38	Infront B2Run GmbH	44
Africa GreenTec AG	26	IPK International World Tourism Marketing	
Ammergauer Alpen GmbH	12	Consultants GmbH	12
BBE Handelsberatung GmbH	20	Kastner AG	10
Berchtesgadener Bergbahn AG	16	Medigene AG	38
BioM Biotech Cluster Development GmbH	38	MSK Systemgastronomie GmbH	20
BIP Biomedizinische Instrumente und Produkte GmbH	34	Safety Tax Free GmbH	20
BSH Hausgeräte GmbH	44	Salus Haus Dr. med. Otto Greither Nachf. GmbH & Co. KG	26
BSI Group	34	Sigel GmbH	50
chicco di caffè Gesellschaft für Kaffeedienstleistungen mbH	44	Spedition Neuner GmbH & Co. KG	22
Deutsche Bahn AG	58	TREUGAST Solutions Group	36
ELWA Elektro-Wärme GmbH & Co. KG	42	TÜV SÜD Product Service GmbH	34
Eurotrade GmbH	20	United Parcel Service Deutschland S.à.r.l. & Co. OHG	26
Flughafen München GmbH	20	viadoo GmbH	36
Fördergesellschaft IZB mbH	38	why consult, Inh. Begonia Vazquez Merayo	50
Gasthof Wöndlhof, Inh. Wolfgang Bartels	16	Wirecard AG	20
Georg Mayr, Biolandwirtschaft Riegsee	12		
HYVE AG	50		
ibi research an der Universität Regensburg GmbH	52		

Die Seitenangaben beziehen sich auf den Anfang des jeweiligen Artikels

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

INDUSTRIEMONTAGE

Aktive Beteiligung
 Industrie-Montage GmbH
 Ideal für Metallbauer, Elektriker
 Mobil: +49 (0) 171 435 4408
 info@imas-service.com

INTERIMSMANAGEMENT

Interimsmanagement
 Kaufm. Geschäftsführung
 Businessanalyse, Controlling
 ERP-System Auswahl/Einführung
 Telefon: 08092 708057
 info@mkoch-consulting.de

Wirtschaft

Das IHK Magazin für München und Oberbayern

LASER- UND BIEGETEILE



Laser- und Biegeteile auch in der Sommerpause

Profitieren Sie von Deutschlands größtem Produktionsnetzwerk mit Zugriff auf mehr als 250 Laser- und Biegemaschinen

- ✓ Sofortangebot
- ✓ Kurzfristig
- ✓ Perfekte Teile

20€ Rabatt mit Code: **IHK1**
 → laserhub.de/ihk



Merkur.de

TELEFONANLAGEN

Ihr Kommunikationsserver vom Fachmann
 mehr als 50 Jahre Erfahrung – kompetente Beratung

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

UNIFY
 OpenScape Business / 4000



Telefonsysteme Vertriebs GmbH
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 -

Alcatel-Lucent
 OMNI - PCX



UNTERNEHMENSBERATUNG

Biete Unternehmensanalyse
 Telefon 08141/888 24 13

Wirtschaft

Das IHK Magazin für München und Oberbayern

IMMOBILIEN

WEICHELGARTNER 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®
 euro cart

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

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



Jetzt testen!

2 Wochen gratis:
merkur.de/epaper

Alles, was wichtig ist – schnell auf den Punkt gebracht. Ihre digitale Heimatausgabe des Münchner Merkur wartet auf Sie – wo immer Sie sind. Für PC, Tablet und Smartphone.

**EINFACH
 SCHNELL
 INFORMIERT.**





Zeichnung: Dieter Hamitzsch

IMPRESSUM

Wirtschaft –
Das IHK-Magazin für München und Oberbayern

75. Jahrgang, 1. August 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,
Eva Elisabeth Ernst, Dr. Lorenz Goslich,
Mechthilde Gruber, Monika Hofmann, Cornelia Knust,
Dr. Gabriele Lüke, Eva Müller-Tauber,

Ulrich Pfaffenberger, Melanie Rübartsch,
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@mup-verlag.de

Stellvertretende Anzeigenleiterin:

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

Produktion: adOne

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

www.adone.de

Projektleitung: Philip Esser

Grafik: Petra Hoffmann

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

Titelbild: AROchau_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



AIGNER IMMOBILIEN

**SIE WOLLEN SOFORT WISSEN,
WAS IHRE IMMOBILIE WERT IST?**

**Starten Sie jetzt unsere
Online-Bewertung!**

Sofort, unverbindlich und kostenlos.

www.sofort-bewertung.de



Einfache Bedienung – unverbindliche E-Mail

Der schnelle Weg, Immobilien zu bewerten

Wie viel ist Ihre Immobilie derzeit wert? Unsere Online-Bewertung sagt es Ihnen in nur wenigen Minuten: bequem, einfach, kostenlos.

In einer Immobilie steckt viel Geld. Wie viel genau, ist von diversen Faktoren abhängig: dem Zustand, der Ausstattung, dem Baujahr, der Bausubstanz – und besonders vom Standort. Sie möchten aber einfach mal eine erste Orientierung für den potenziellen Wert Ihrer Immobilie? Ohne viel Aufwand, ganz unverbindlich und ohne Kosten? Dann nutzen Sie unser kostenfreies Online-Tool www.sofort-bewertung.de. Nach Eingabe einiger weniger Eckdaten und der Adresse erhalten Sie ein paar Minuten später eine Kaufpreisanalyse in Ihr E-Mail-Postfach. Diese Analyse basiert auf Auswertungen von vergleichbaren Im-

mobilien in ähnlicher Lage und beinhaltet zudem für Ihre Wohnlage wichtige Daten und Fakten zum aktuellen Marktgeschehen. Übersichtlich und ansprechend aufbereitet hilft Ihnen die Auswertung dabei, den derzeitigen Wert Ihrer Immobilie einzuschätzen.

Allerdings: Jedes Haus und jede Wohnung ist einzigartig. Und das spiegelt sich natürlich auch im Wert wider. Gerade die schon genannten Faktoren wie Baujahr oder Ausstattung, aber auch die Größe bestimmen den Verkaufspreis zum Teil immens. Um den höchstmöglichen Preis für Ihre Immobilie festzusetzen, ist unbedingt eine exakte, fachkundige Bewertung nötig. Dies ist gerade bei einem Verkaufsinteresse wesentlich. Denn mit dem richtigen Angebotspreis steht

und fällt der Erfolg. Deshalb empfehlen wir Ihnen in diesem Fall eine individuelle Wertermittlung. Durch die Nutzung von Profi-Methoden wie z.B. dem Sachwertverfahren können unsere Sachverständigen ermitteln, was Ihr Immobilieneigentum wirklich wert ist. Und das ist möglicherweise weit mehr, als die Hochrechnung in der Online-Bewertung ergibt.

Aigner Immobilien GmbH

Ruffinstraße 26
80637 München

Telefon (089) 17 87 87 - 8786
info@aigner-immobilien.de
www.aigner-immobilien.de



**SIE SUCHEN
BÜROFLÄCHEN,
DIE AUCH MORGEN
MIT IHREM
UNTERNEHMEN
SCHRITT HALTEN?**

**ALLES EINE FRAGE
DES STANDORTS.**

Wenn Sie für Ihr Unternehmen heute schon an morgen denken, sollte Ihr Standort mehr als nur gut angebunden sein.

Als Entscheider mit Weitblick brauchen Sie einen erfahrenen, zuverlässigen Vermieter. Einen, der immer für Sie da ist und Ihnen zahlreiche Mehrwerte bietet. Einen, der mit flexiblen Strukturen offen ist für Ihre sich wandelnden Bedürfnisse. Der auf Fairness und Transparenz ebenso Wert legt, wie auf die stetige Verbesserung der Infrastruktur – auch unter ökologischen Aspekten. **Weitere Infos und provisionsfreie Vermietung unter +49 89 30909990 oder info@businesscampus.de**

**DER
STANDORT**

Business Campus 