IHK
Das IHK-Magazin für München und Oberbayern
www.ihk-muenchen.de

wirtschaft

09/2019

Autobranche im Umbau

Vom autonomen Fahren bis zur Vernetzung – wie bewältigen Hersteller und Zulieferer den Wandel?

AzubiCard
Neues Angebot für Auszubildende und Unternehmen

Nachfolge
Wie dem Familienunternehmen Büchl der Generationswechsel gelang

Mediation
Streit beilegen ohne Gerichtsprozess

Sie vertraut auf...

... HAIX-Schuhe! Die legendäre New Yorker Feuerwehr vertraut bei ihren Einsätzen auf die Spezialschuhe von HAIX. Das Unternehmen steht weltweit für Sicherheits- und Outdoorschuhe.

Bei der Finanzierung des erfolgreichen Wachstums- und Internationalisierungskurses setzt HAIX auf Beteiligungskapital der BayBG.

Sie wollen:

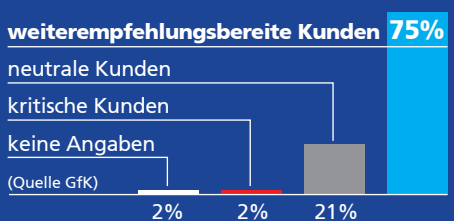
- **Ihr Unternehmen vergrößern?**
- **Ein bestehendes übernehmen?**
- **Ihr Unternehmen international aufstellen?**

Nutzen Sie Ihre Chancen.
Mit Beteiligungskapital.
Mit der BayBG.

Weitere Informationen:
KChristian.Vogel@baybg.de
Tel. 089 12 22 80-100
www.baybg.de

BayBG

Unternehmen vertrauen auf die BayBG



Eine Studie des Nürnberger Forschungsinstituts GfK weist beim Thema „Kundenzufriedenheit mit dem Kapitalgeber“ **höchste Werte für die BayBG** aus. Die GfK selbst spricht von Rekordwerten. Die Kunden der BayBG loben in besonderer Weise Verlässlichkeit, Kundennähe, Langfristorientierung und das hohe Mitarbeiterengagement.

Klimaschutz – ohne Wirtschaft ist alles nichts

Die Sorge um den Klimawandel bewegt die Menschen. Die Politik reagiert: Die Bundesregierung bereitet für den 20. September ein Klimaschutzpaket vor, das den Ausstoß von Treibhausgasen bis 2050 um 95 Prozent reduzieren soll. Und die Bayerische Staatsregierung arbeitet an einem Klimaschutzgesetz, das die Umweltpartnerschaft mit der bayerischen Wirtschaft neu ausrichtet. Auch die Wirtschaft bekennt sich zum Klimaschutz: zu einem Klimaschutz, der effektiv, wirtschaftlich und sozial verträglich ist. Diesen klimapolitischen Dreiklang hat die IHK-Vollversammlung im März einstimmig verabschiedet – **www.ihk-muenchen.de/position-klimaschutz**

Unsere vier klaren IHK-Botschaften an die Politik lauten:

1. Stromnetz ausbauen! Unsere Firmen erwarten von der Bundesregierung ein verbindliches Konzept für ein funktionierendes Energiesystem. Dazu gehört der Netzentwicklungsplan mit den Stromautobahnen Südlink und Südostlink. Ohne diese neuen Leitungen sind die Stabilität unseres Stromnetzes und die Versorgungssicherheit gefährdet.
2. Stromintensive Wertschöpfung am Standort sichern! Diese Unternehmen mit ihren hochproduktiven Arbeitsplätzen können für Strom teilweise nicht mehr als 40 Euro je Megawattstunde bezahlen, um weltweit wettbewerbsfähig zu bleiben. Daher sollten die Stromabgaben EU-konform gesenkt werden. Wenn nicht, würden diese Unternehmen durch Konkurrenten im Ausland ersetzt, wo meist umweltschädlicher produziert wird. Verlierer wären unsere heimischen Betriebe, ihre Zulieferer, die Arbeitnehmer, der Fiskus – und auch der Klimaschutz.
3. Investitionsanreize schaffen! Gerade jetzt in Zeiten des wirtschaftlichen Abschwungs brauchen wir eine wuchtige steuerliche Stimulierung der CO_2-sparenden Energieerzeugung. Außerdem müssen Bund und Länder die Entwicklung von Speichermöglichkeiten für Ökostrom anschieben – am besten durch gemeinsame Förderprojekte für Wissenschaft und Wirtschaft.
4. Emissionshandel erweitern! Die effizienteste Lösung ist ein umfassendes Emissionshandelssystem mit einem einheitlichen CO_2-Preis. Viele Länder weltweit haben sich bereits hierfür entschieden. Auch die deutsche Politik sollte daher ihren komplizierten Sonderweg aus Energie-Entgelten, -Umlagen, -Abgaben sowie -Steuern beenden.

Klar ist: Wir können die Klima-Welt nicht durch einen nationalen Alleingang retten. Aber Deutschland und Bayern können zeigen, dass CO_2-Reduzierung und erfolgreiches Wirtschaften zusammenpassen: durch eine technologieoffene und marktwirtschaftliche Methodenführerschaft beim Klimaschutz. Wenn wir Innovationen und Investitionen stimulieren, wenn also die Wirtschaft Teil der Lösung ist, dann ist es für andere Länder attraktiv zu folgen. Denn am Ende zählen in offenen Gesellschaften Ergebnisse und Effizienz – nicht Ideologie und Aktionismus.

Ihr Manfred Gößl

Foto : Wolf Heider-Sawall

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

TITELTHEMA

FAHRZEUGBAU

Politische Vorgaben, Kunden und technischer Fortschritt fordern die Automobilindustrie heraus. Wo liegen die Chancen und Risiken für die Branche? Wie reagieren Hersteller und Zulieferer?

UNTERNEHMEN

SENKRECHTSTARTER

In nur sechs Jahren hat sich BBS Automation zu einem weltweit aktiven Anlagen- und Maschinenbauer mit rund 800 Mitarbeitern entwickelt. Dahinter steht eine ambitionierte Wachstumsstrategie.

BETRIEB + PRAXIS

GEHEIMSACHE

Um ihre Geschäftsgeheimnisse wirkungsvoll zu schützen, müssen Firmen heute mehr unternehmen als bisher. Was Betriebe jetzt beachten sollten.

NAMEN + NACHRICHTEN

6 MOBILFUNK
Wie gut ist das Netz in Bayern?

UNTERNEHMERPROFIL

10 BRIGITTE NUSSBAUM
Die Chefin der Eventagentur trendhouse hat Lust am Inszenieren

TITELTHEMA

12 ZUKUNFT DES FAHRZEUGBAUS
ifo-Studie zeigt Risiken und Chancen
16 NEUE AUTOMOBILE TRENDS
Wie können Unternehmen ihre Geschäftsmodelle anpassen?
20 KÜNSTLICHE INTELLIGENZ
Vorteile für die Produktion

STANDORTPOLITIK

22 PASSENDER NACHWUCHS
Warum die Gerg Lighthouse GmbH auf Ausbildung setzt
24 IHK AKTUELL
Medientage/Planspiel Ressourcen/ Zukunftsforum Handel
26 AZUBICARD
Unternehmen und Auszubildende profitieren
28 UN-NACHHALTIGKEITSZIELE
Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum
30 IHK-VOLLVERSAMMLUNG
Energiewende und Autoindustrie im Mittelpunkt
32 MEDIATION
Interessenausgleich ohne Gerichtsprozess
34 OBERBAYERN DIGITAL
Computerspiele als Marketinginstrument
36 AUS DER REGION
Wie sich ein Unternehmer mit Zubehör zum Hopfenanbau in einer Marktnische behauptet

UNTERNEHMEN + MÄRKTE

38 BBS AUTOMATION
Wachstum mit der richtigen Akquisitionsstrategie
41 BREXIT
Unternehmen sollten sich auf ein Worst-Case-Szenario vorbereiten
42 BRAUKON
Der Hersteller von Brauereianlagen hat sich weltweit einen Namen gemacht

44 EHRENAMT
Medizintechnikunternehmer Thomas Heske setzt sich für den Abbau von Bürokratie ein
46 MEDIA-CONCEPT BÜROBEDARF
Das Unternehmen hebt sich erfolgreich von Wettbewerbern ab
48 TOURISMUS
Touristikexperte Michael Buller erklärt, was künstliche Intelligenz in Hotellerie und Gastronomie bringt

BETRIEB + PRAXIS

50 BÜCHL GRUPPE
Unternehmensnachfolge Schritt für Schritt
53 IHK AKTUELL
Transparenzregister/BIM-Fachtagung/ Weiterbildungspflicht/Prüfungspflicht
56 GESCHÄFTSGEHEIMNISSE
Neues Gesetz verlangt gezielte Schutzmaßnahmen
60 KASSENNACHSCHAU
Hohe Anforderungen

DA SCHAU HER

62 ROCHLHAUS IN THAINING
Wie aus einer Ruine ein Schmuckstück wurde

RUBRIKEN

3 EDITORIAL
64 VERÖFFENTLICHUNGEN + BEKANNTMACHUNGEN
– Bilanz zum 31. Dezember 2018
– Gewinn- und Verlustrechnung für das Geschäftsjahr 2018
– IHK-Wahl 2021: Bestellung des Sitzverteilungsüberprüfungsausschusses
– Nachberufungen in IHK-Ausschüsse
– Statut für die Ausstellung von Ursprungszeugnissen und anderen dem Außenwirtschaftsverkehr dienenden Bescheinigungen
72 EHRUNGEN
74 KARIKATUR/IMPRESSUM

Beilagenhinweis: Aigner Immobilien (Teilbeilage), Chocolissimo (Teilbeilage), REWE Lieferservice, Stollfuß Medien (Teilbeilage)

fb.com/ihk.muenchen.oberbayern

@IHK_MUC

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

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

EIN UNTERNEHMEN DER DV IMMOBILIEN GRUPPE

businesscampus.de

Auszeichnung

Verdienstorden für Erika Schindecker

Der Bayerische Ministerpräsident Markus Söder (CSU) hat der Münchner Unternehmerin Erika Schindecker den Bayerischen Verdienstorden verliehen. Die Alleininhaberin der Gesellschaft für Organisation, Vorbereitung und Betreuung von Bauobjekten mbH setzt sich in zahlreichen Ehrenämtern für die Belange der Wirtschaft und für ihre Mitbürger ein. So ist Schindecker Mitglied der Vollversammlung sowie mehrerer Ausschüsse bei der IHK für München und Oberbayern. Sie engagierte sich überdies als Vorstand im Landesverband freier Immobilien- und Wohnungsunternehmen BFW Bayern. Seit Jahrzehnten ist sie als Schöffin und Handelsrichterin tätig.
Ihr ganz besonderes Engagement gilt dem von ihr mitbegründeten gemeinnützigen Verein Deutsche Stalkingopferhilfe. Als Vorsitzende und Betroffene setzte sie sich erfolgreich für das 2007 in Kraft getretene Gesetz zum strafrechtlichen Schutz von Stalkingopfern ein.

Foto: Bayerische Staatskanzlei/Jörg Koch

Geehrt – Erika Schindecker mit Ministerpräsident Markus Söder

Mobilfunk

Messen und nachprüfen

Bayern nimmt die Einhaltung der Ausbauauflagen zur Mobilfunkversorgung unter die Lupe. Wirtschaftsminister Hubert Aiwanger (FW): »Wir wollen jetzt genau wissen, wie weit die Netzbetreiber mit dem Mobilfunkausbau sind.« Bei Fahrten auf bayerischen Autobahnen komme es häufig zu Gesprächsabbrüchen, die Bundesnetzagentur aber gehe von Vollversorgung aus. Die Mobilfunkabdeckung auf den 2515 Autobahnkilometern in Bayern wird deshalb nachgemessen: So untersucht ein Netzwerkscanner die Versorgung, per Smartphone wird zudem die Versorgungsqualität im Auto ermittelt.
www.stmwi.bayern.de

KURZ & KNAPP

Umfrage

Protektionismus ist Risiko

Die Abkühlung der Weltwirtschaft und die globalen Handelsstreitigkeiten schmälern das internationale Geschäft deutscher Unternehmen. Das zeigen die Antworten von über 4500 Mitgliedsfirmen der deutschen Auslandshandelskammern, Delegationen und Repräsentanzen (AHKs) im neuen »AHK World Business Outlook«. Demnach erwarten nur noch 24 Prozent der international aktiven deutschen Unternehmen eine Verbesserung der Konjunktur in ihrem Gastland. 27 Prozent rechnen mit einer Verschlechterung der Wirtschaft vor Ort.
www.dihk.de

Invest in Bavaria

Top-Ergebnis

2018 war das bislang erfolgreichste Jahr in der Geschichte der bayerischen Ansiedlungsagentur Invest in Bavaria. Sie betreute 146 Projekte, davon 121 Neuansiedlungen. Bayernweit wurden dadurch 1817 Arbeitsplätze geschaffen und weitere 710 Arbeitsplätze gesichert. Unter den ausländischen Investoren belegten die USA vor Japan und Großbritannien die Spitzenplätze. Die Neuansiedlungen verteilten sich über alle sieben Regierungsbezirke, wobei das Investoreninteresse an München und Oberbayern überdurchschnittlich groß war.
www.stmwi.bayern.de

Baurecht

Vereinfachung gefordert

Aus Sicht der Wirtschaft sollten umständliche Prozesse aus dem Bau- und Immissionsschutzrecht in einem schlanken, einheitlichen Verfahren zusammengefasst werden. Durch ein solches Verfahren könnten für die Unternehmen auch unnötige Doppelprüfungen entfallen. Laut DIHK wäre eine Integration von Plan- und Zulassungsverfahren in das Baurecht hierzu hilfreich. Vorteil: Gutachten und sonstige Unterlagen müssen nur einmal erarbeitet und zur Verfügung gestellt werden.
www.dihk.de

PERSONALIA

Rohde & Schwarz GmbH & Co. KG

Wechsel in der Bereichsleitung

Cornelius Heinemann hat zum 1. Juli 2019 die Leitung des Geschäftsbereichs Broadcast & Media der Rohde & Schwarz GmbH & Co. KG übernommen. Damit einhergehend wurde er in die Geschäftsleitung des Unternehmens berufen. Heinemann ist seit 1991 bei Rohde & Schwarz tätig. **www.rohde-schwarz.com**

AUDI AG

Vertriebsvorstand neu besetzt

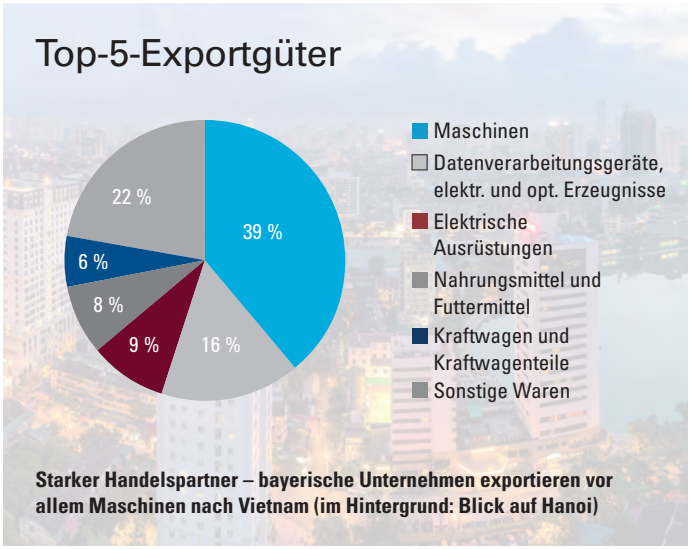
Hildegard Wortmann (52) ist seit 1. Juli 2019 Mitglied des Vorstands der Audi AG für den Bereich Vertrieb und Marketing. Die Fremdsprachenkorrespondentin und studierte Betriebswirtin startete ihre Karriere bei Unilever. 1998 wechselte sie zu BMW. Zuletzt verantwortete sie in Singapur die Vertriebsregion Asien-Pazifik.
www.audi.com

Allianz SE

Umbau an der Spitze

Renate Wagner (44), derzeit Chief Human Resources Officer der Allianz SE, wird zum 1. Januar 2020 in den Allianz-Vorstand berufen. Die Mathematikerin war bei der Westdeutschen Landesbank, beim Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsunternehmen KPMG sowie bei der Zürich Versicherung tätig. Seit 2013 arbeitet sie bei der Allianz in verschiedenen Führungspositionen.
www.allianz.com

Fotos: Rohde & Schwarz, Audi AG, Allianz/Andreas Pohlmann,



Starker Handelspartner – bayerische Unternehmen exportieren vor allem Maschinen nach Vietnam (im Hintergrund: Blick auf Hanoi)

Foto: Hanoi Photography_Fotolia.com

Freihandelsabkommen EU – Vietnam

Wichtiger Impuls

Vietnam mit seiner rasant wachsenden Volkswirtschaft ist für die EU der zweitgrößte Handelspartner in Südostasien. Jetzt haben beide Seiten einen Freihandelsvertrag geschlossen. Die Vereinbarung, die auch ein Investitionsabkommen enthält, sieht unter anderem den Abbau von 99 Prozent der Zölle vor: Mit Inkrafttreten Mitte 2020 entfallen 65 Prozent der Zölle auf EU-Exporte nach Vietnam. Der Rest soll schrittweise innerhalb von höchstens zehn Jahren abgeschafft werden. Bei vietnamesischen Exporten in die EU entfallen bei Inkrafttreten 71 Prozent der Zölle. Die übrigen sollen während eines Zeitraums von höchstens sieben Jahren nach und nach auslaufen.

Vietnam ist auch für bayerische Firmen ein attraktiver Markt. Mit der AHK Vietnam in Ho-Chi-Minh-Stadt, deren Geschäftsführer Marko Walde zugleich als Repräsentant Bayerns in Vietnam fungiert, steht den Unternehmen ein starkes Expertenteam vor Ort zur Verfügung. Am 21. November 2019 wird der AHK-Geschäftsführer auf der Trade & Connect in München Fragen rund um Vietnam beantworten. Weitere Informationen: **www.ihk-muenchen.de/de/Service/Internationalisierung/Exporttag**
Kontakt zur AHK unter: **vietnam.ahk.de/unser-team**

Zahl des Monats

315 000

neue Wohnungen werden 2019 voraussichtlich in Deutschland entstehen. Im Jahr davor waren es 286 000.

Quelle: Hauptverband der Deutschen Bauindustrie

IHK-Links des Monats

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

Foto: Fotolia © cirquedesprit

AzubiCard

Die IHK für München und Oberbayern startet zum Ausbildungsbeginn mit der neuen AzubiCard. Die Karte bietet nicht nur Informationen zur Ausbildung, sondern auch ein Vorteilsprogramm, mit dem Auszubildende in den Genuss von Vergünstigungen kommen.
Weitere Informationen unter:

www.ihk-muenchen.de/azubicard

Alles für Selbstständige und Kleinunternehmen

Einfach gut wirtschaften: Die wichtigsten Tipps und Infos für Selbstständige und Kleinunternehmen – von AGBs über Musterverträge bis hin zu Finanzierung und Datenschutz.

www.ihk-muenchen.de/selbststaendige

Mitarbeiter einstellen

Wer einen Betrieb gründet, will früher oder später meist auch Arbeitnehmer beschäftigen. Was Unternehmer dazu wissen sollten.

www.ihk-muenchen.de/mitarbeiter-einstellen

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

Schon vor der Gründung planen: Marketing für Existenzgründer

Ohne Marketing ist die beste Gründungsidee zum Scheitern verurteilt. Auf der neuen Ratgeberseite der IHK erfahren Unternehmer, wie sie als Existenzgründer Kunden gewinnen und binden.

www.ihk-muenchen.de/marketing

Aktuelle Links

Ausbildungsvertrag
www.ihk-muenchen.de/ausbildungsvertrag

E-Commerce
www.ihk-muenchen.de/ecommerce

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

fb.com/ihk.muenchen.oberbayern

@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

Müde im Job.

Schlaf, Arbeitswelt und Gesundheit

Donnerstag, 10.10.2019
18.00 Uhr
Einstein Kultur

Einsteinstraße 42 | 81675 München

Talk und Diskussion mit
TV-Moderator Ingo Nommsen,
Topmanagement-Coach Heidi Stopper
und Schlafforscher Prof. Ingo Fietze

Seien Sie mit dabei! Anmeldung bitte per E-Mail an:
gisbert.fruehauf@kbs.de | btz-m@bfz.de

Eine kostenlose Veranstaltung der Krankenkasse KNAPPSCHAFT in Kooperation mit:

BTZ
BERUFLICHES TRAININGSZENTRUM
bfz

KNAPPSCHAFT
für meine Gesundheit!

Lust am Inszenieren – Brigitte Nußbaum, Chefin der Eventagentur trendhouse

Den Zeitgeist aufschnappen

Foto: Marion Vogel

Brigitte Nußbaum, Gründerin der Eventagentur trendhouse, übersetzt strategische Ziele und Botschaften von Unternehmen in berührende und einmalige Events. In ihrer Branche gilt sie als Pionierin.

HARRIET AUSTEN

Brigitte Nußbaum sitzt mit ihrer Agentur in einem der lebendigsten Stadtteile Münchens, dem Werksviertel am Ostbahnhof. Rundherum wird gebaut, abgerissen, neu gestaltet. Ein Projekt folgt dem anderen. Jetzt ist sogar ein Riesenrad dazugekommen. »Man spürt, da bewegt sich was«, sagt die geschäftsführende Gesellschafterin der trendhouse EventMarketing GmbH. Und das ist gut fürs Geschäft. Denn das inspirierende Umfeld hilft ihr und ihren Mitarbeitern, »den Zeitgeist aufzuschnappen«, wie sie sagt. Zudem nutzt Nußbaum die flippigen Locations im Quartier, veranstaltet Events in ehemaligen Industriehallen oder zeigt den Gästen bei ihren Innovation-Journeys die Labs und Start-ups der jeweiligen Branche.

Trendhouse feiert in diesem Jahr sein 25-jähriges Jubiläum. Sich nach dem Zeitgeist zu richten und offen für Trends zu sein zieht sich wie ein roter Faden durch die Firmengeschichte. »Auf meiner ersten Visitenkarte stand noch Veranstaltungsmanagement«, sagt Nußbaum lachend. Den Begriff Event gab es damals noch nicht. Heute heißt Eventmarketing oder noch besser Life-Kommunikation, was die Agenturchefin für Auftraggeber wie die Versicherungskammer Bayern, Bosch, BMW, Allianz, Vorwerk oder die Stadt München konzipiert. Dabei verändert sich das Format der Events laufend, variiert mit den Kundenbedürfnissen und dem technischen Fortschritt.

Solche Herausforderungen meistert die Unternehmerin mit großer Begeisterung. »Die Lust am Inszenieren ist in meinen Genen verankert«, sagt Nußbaum. Schon in der Schule organisierte sie sämtliche Abibälle. Auf ihrer Wunschliste zur Berufswahl standen Reisen und Kommunikation – beides hat sie verwirklicht, indem sie »ihr Hobby zum Beruf machte«.

Ihr erstes Event ging gleich hoch hinaus. Für die Präsentation eines 7er BMW wurde das Auto auf die 192 Meter hohe Aussichtsplattform des Münchner Olympiaturms gebracht – ein echter Hingucker und Stadtgespräch. »An diesem Tag war mir klar: Das ist meine Welt«, erinnert sich Nußbaum. 1994 gründete sie trendhouse als GbR. Sie wollte ihr Können nicht als Angestellte, sondern selbstständig und frei beweisen.

Richtig Ernst machte die vorsichtig planende Marketingspezialistin allerdings erst 1998, als sie ihre ständig wachsende Firma in eine GmbH umwandelte und Empfang sowie Buchhaltung mit der Werbeagentur White Communications GmbH zusammenlegte, für die sie als Freiberuflerin arbeitete. Der Chef von White Communications ist heute übrigens ihr Ehemann.

Immer internationaler

Die kontinuierliche Erweiterung ihres Teams auf 17 Mitarbeiter erklärt Nußbaum mit dem Übergang von mehrheitlich lokalen Kunden zu immer mehr internationalen Aufträgen von Großunternehmen. Inzwischen verfügt trendhouse über Partner weltweit.

Die Auftraggeber schätzen nicht nur die perfekte Konzeption, Planung und Durchführung der Events. Die Agenturchefin besitzt auch ein feines Gespür für das, was ein Kunde wirklich wünscht und braucht. Die studierte Kommunikationswissenschaftlerin kann gut zuhören, handelt überlegt und geht mit ihren Mitarbeitern respektvoll um. »Wir sind wirklich ein Team«, sagt die 52-Jährige.

Besonders gefragt sind derzeit Strategy-Staging, also die Inszenierung der Firmenstrategie, sowie Storytelling. Die Kunden wollen das Potenzial von Jubiläen, Mitarbeiterveranstaltungen oder Produktvorstellungen für die Kommunikation nutzen, indem sie ihre Visionen von morgen aufzeigen. »Inzwischen geht es darum, die strategischen Ziele des Unternehmens zu erfassen, die richtige Botschaft zu finden und sie als berührende, emotionale Geschichte mit einer durchdachten Choreografie in alle Kanäle und auf die Bühne zu bringen«, erklärt Nußbaum. Das sei ein wesentlich komplexerer Vorgang als früher. Die Workshops im Vorfeld, die Auftraggeber in ihrer Ganzheit zu verstehen – all das sei deshalb genauso wichtig wie das Event selbst. »Da muss man sehr gut performen und das lieben wir«, betont die Agenturchefin.

Weil Wachstum und erhöhte Anforderungen schnell nicht mehr allein zu bewältigen waren, ernannte sie 2011 ihren freien Mitarbeiter Martin Danner zum Co-Geschäftsführer. Damit gewann sie auch mehr Zeit für Familie, Hobbys und besonders ihre Dozententätigkeit an der Ludwig-Maximilians-Universität München und dem Campus M21. Ihr liegt daran, ihre Erfahrungen weiterzugeben, junge Menschen an die Hand zu nehmen und auszubilden – und ihnen vor allem zu vermitteln: »Eventmanagement ist ein Knochenjob, in dem man sehr akribisch arbeiten muss.« ■

Zur Person

Brigitte Nußbaum studierte nach einer Lehre als Werbekauffrau Kommunikationswissenschaften an der Ludwig-Maximilians-Universität München. Sie baute die Eventabteilung für Radio Charivari auf und war in einer Werbeagentur für Messekunden zuständig. 1994 gründete Nußbaum die trendhouse EventMarketing, zunächst als GbR, 1998 erfolgte die Umwandlung in eine GmbH. Mit 17 Mitarbeitern organisiert sie weltweit Events für große und mittelständische Firmen. Daneben hat sie als Dozentin verschiedene Lehraufträge inne. Nußbaum ist verheiratet und hat zwei Kinder. **www.trendhouse.de**

Automobile Transformation

Politik, Kunden und technischer Fortschritt fordern die Automobilindustrie heraus. In einer Metastudie ließ der Bayerische Industrie- und Handelskammertag die Risiken und Chancen für die bayerischen Hersteller, die Zulieferer und die Beschäftigten untersuchen.

ULI DÖNCH

Auch die Welt von morgen braucht sichere, saubere und zuverlässige Fahrzeuge. Doch was bedeutet der fundamentale Mobilitätswandel für die Hersteller und Zulieferer in Bayern, was für die Arbeitsplätze? Was sollte die Politik tun? Und wie kann sich die für Bayern so wichtige Automobilbranche gegen die geballten Herausforderungen wappnen?

Diese Fragen beantwortet eine aktuelle Metastudie des ifo Instituts im Auftrag der bayerischen Industrie- und Handelskammern (BIHK). Die Autoren ziehen ein optimistisches Fazit: »Die bayerische Automobilindustrie wird die fortschreitende Transformation hin zu elektrischen Antrieben meistern.« Sie warnen aber gleichzeitig vor der Gefahr, »dass im Kernbereich vernetzte Fahrzeuge eine Abhängigkeit von führenden Internetkonzernen entstehen könnte«.

Vier automobile Megatrends werden in den nächsten 20 Jahren die Zukunft der bayerischen Autohersteller und Zulieferer beeinflussen – abgekürzt CASE (siehe auch Kasten rechts): alternative Antriebe (electric vehicles), autonomes Fahren (autonomous vehicles), miteinander vernetzte Fahrzeuge (connected cars) und alternative Mobilitätsangebote (shared mobility).

Megatrend 1
Elektrifizierung der Antriebe

Die Autohersteller werden in den nächsten fünf bis zehn Jahren ihre Modellpalette verändern. Sie investieren Milliarden, um diesen Wandel zu vollziehen. Der Anteil der Neuzulassungen bei Hybridfahrzeugen (Verbrennungsmotor plus Elektroantrieb) hat sich von 2009 bis 2017 auf gut 2,5 Prozent mehr als verzehnfacht. Ähnliche Zuwächse verbuchen die reinen Elektrofahrzeuge, wenn auch auf niedrigerem Niveau (0,7 Prozent der Zulassungen).

Das größte Problem der Hersteller: die Batterie. Der Erfolg der elektrischen Fahrzeuge hängt eng mit der Leistungsfähigkeit der Energiespeicher zusammen. Derzeit müssen Hersteller ihre Batterien nahezu komplett in Asien (Japan, Korea, China) einkaufen. Die mangelnde Reichweite der E-Autos schreckt noch immer viele potenzielle Käufer ab.

Die größte Herausforderung der Zulieferer: Die Elektromobilität bedroht viele Geschäftsmodelle. Wer heute zum Beispiel Auspuffanlagen, Ölfilter oder Kolbenringe herstellt, produziert etwas, das ein Elektroauto nicht mehr braucht. Umso wichtiger ist es für diese Betriebe, rechtzeitig zu reagieren. Die bayerische Autoindustrie muss gleichzeitig die Umstellung auf E-Antriebe bewältigen und ihr klassisches Produktportfolio pflegen. Sie muss »den Wandel gestalten, ohne das heutige Kerngeschäft zu vernachlässigen«, so die ifo-Studie.

Megatrend 2
Autonomes Fahren

Mit steigender Realisierung des autonomen Fahrens, weg vom Menschen, hin zur vollen Automation, ändern sich die Anforderungen an die Technik. Von besonderer Bedeutung sind dabei Sensoren, um die Umwelt wahrzunehmen, und Prozessoren, um die entstehenden Datenmassen zu verarbeiten. Auf beiden Feldern bieten sich große Chancen für die bayerische Autoindustrie – insbesondere wegen ihrer starken Marktstellung bei Sensoren. Die Metastudie warnt allerdings vor dem zunehmenden Einfluss der US-Konzerne wie Intel, Nvidia sowie der Google-Tochter Waymo.

Megatrend 3
Vernetzung und Digitalisierung

Wenn Autos miteinander und mit ihrer Umwelt kommunizieren, ergeben sich neue Möglichkeiten. Unfälle werden vermieden, Staus werden umfahren, Parkplätze und verfügbare Ladestationen schneller gefunden. Auch hier wächst der Einfluss der US-Technologiekonzerne. Google startete im Mai 2019 die Betriebssoftware Android Automotive OS und stellte sie der Branche zur Verfügung.

Die Autohersteller müssen nun entscheiden, ob sie weiterhin selbst Milliarden in eine eigene Betriebssoftware investieren oder ob sie Google nutzen. Hinzu kommt: Im Auto der Zukunft entstehen

Foto: Tierney_Fotolia.com

CASE – die Megatrends des automobilen Wandels

- **Connected Cars** (vernetzte Fahrzeuge): Insassen nutzen Informationen aller Art, das Auto interagiert mit der Umgebung.
- **Autonomous Vehicles** (autonome Fahrzeuge): Sie nehmen automatisiert (Fahrer greift ein) oder zu 100 Prozent eigenständig am Verkehr teil.
- **Shared Mobility** (alternative Mobilitätsangebote): Offerten für Autos, Fahrräder, Tretroller etc. orientieren sich an der Nachfrage.
- **Electric Vehicles** (elektrifizierte Antriebe): Die Elektromobilität ergänzt oder ersetzt den Verbrennungsmotor.

Foto: metamorworks_Fotolia.com

Autonom, vernetzt, elektrisch?
Die Autobranche steckt im Umbruch

Darum geht's

- Vier Megatrends beeinflussen die Autoindustrie in den nächsten 20 Jahren.
- Autohersteller und -zulieferer müssen diesen Wandel gestalten, ohne ihr Kerngeschäft zu vernachlässigen.
- Bei Software und Data Analytics drohen mittelfristig Abhängigkeiten von US-Anbietern, warnt die ifo-Studie.

immer mehr Daten, die gespeichert und analysiert werden müssen. Die Hersteller nutzen hierfür überwiegend die Speicherkapazitäten (Cloud) der großen US-Anbieter. Die ifo-Studie warnt: »In diesen Bereichen, Software und Data Analytics, drohen somit bereits mittelfristig Abhängigkeiten von den dominierenden amerikanischen Internetfirmen wie Google (Software) sowie Amazon, IBM und Microsoft (Cloud) zu entstehen.«

Megatrend 4
Alternative Mobilitätsangebote

Insbesondere in Ballungsräumen sinkt der Wunsch, ein eigenes Auto zu besitzen, durch gemeinsam genutzte Fahrzeuge und vernetzte Mobilität. Diese alternativen Fortbewegungskonzepte werden bis 2030 auf mehr als 30 Prozent des Umsatzes im weltweiten Automobilsektor stark zunehmen. Öffentliche Verkehrsbetriebe (Bus, S-Bahn, U-Bahn), private Anbieter (Taxi, Uber, Lyft), kurzfristige Mietmöglichkeiten (klassische Fahrräder, E-Bikes, E-Roller, E-Autos) gehören dazu.

Die ifo-Studie weist darauf hin, dass der Staat diesen wachsenden Markt der alternativen Mobilitätskonzepte klug regeln und überwachen muss. Damit die »Shared-Mobility-Dienste nicht den öffentlichen Nahverkehr kannibalisieren und die Staugefahr sowie die Anzahl der im Auto zurückgelegten Kilometer (und damit den CO_2-Ausstoß) erheblich erhöhen«.

Folgen für die Beschäftigten

In Bayern sind rund 137000 industrielle Arbeitsplätze mit dem klassischen Verbrennungsmotor verbunden – also mehr als jeder dritte Arbeitsplatz im Automobilbereich. Davon entfallen etwa 55000 Arbeitsplätze auf die Zulieferbetriebe. Allein hier wären bis zum Jahr 2030 zwischen 15000 und 31000 Jobs vom automobilen Wandel betroffen – je nachdem, wie schnell sich die vier Megatrends durchsetzen.

Die Betriebe geben an, diesen Verlust an Arbeitsplätzen hauptsächlich über Altersfluktuation zu regeln. Wie gut sind die Unternehmen und ihre Beschäftigten auf die neuen Anforderungen vorbereitet? Den größten Bedarf sehen die Befragten beim Thema Weiterbildung (»geänderte Qualifikationen und Kompetenzen«). Das gilt insbesondere für die Bereiche Maschinen und vernetzte Systeme sowie für die Informations- und Kommunikationstechnik (IKT).

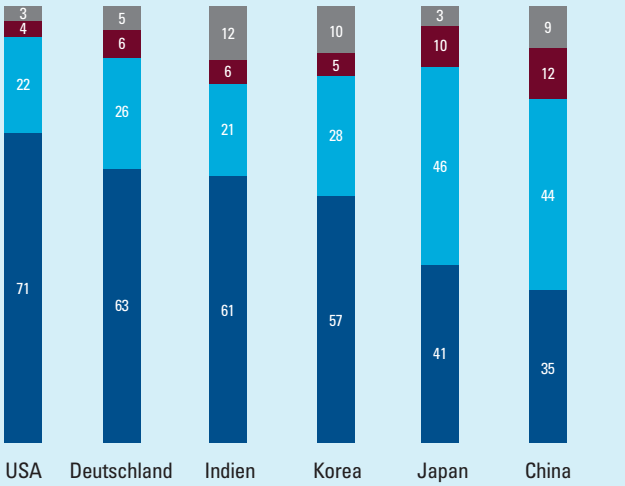
Vor diesem Hintergrund raten die Studienautoren den Unternehmen: »Sie sollten sich in ihrer Personalentwicklungsstrategie weniger von aktuellen Stellenbesetzungsproblemen leiten lassen, sondern gemeinsam mit Politik und Wissenschaft systematisch den künftigen Bedarf an Qualifikationen analysieren. Darauf aufbauend könnte man über neue Lehrstühle und Forschungs- und Lehrprogramme nachdenken und passgenaue Weiterbildungsmaßnahmen entwickeln.« ■

Die ifo-Studie »Fahrzeugbau – wie verändert sich die Wertschöpfungskette« steht zum Download bereit unter:
www.ihk-muenchen.de/fahrzeugbau

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

Urs Weber, Tel. 089 5116-1397
urs.weber@muenchen.ihk.de

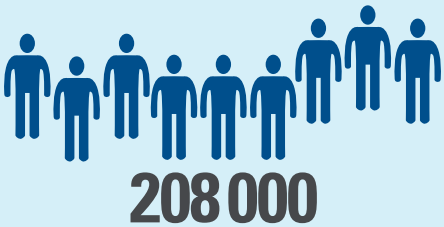
Welche Fahrzeuge Konsumenten anschaffen wollen



Bevorzugter Antrieb des nächsten eigenen Autos (in Prozent, 2019)

Quelle: ifo-Studie Fahrzeugbau

Automobilindustrie in Bayern



208000

- Im Bereich »Herstellung von Kraftwagen und Kraftwagenteilen« erwirtschafteten laut Statistischem Bundesamt (2018) rund 208000 Beschäftigte einen Umsatz von 106,5 Milliarden Euro.
- Das entspricht mehr als einem Viertel der bayerischen Industrieproduktion.
- Von diesen 208000 Beschäftigten sind rund 60 Prozent bei Automobilzulieferern tätig.

Quelle: ifo-Studie Fahrzeugbau

Anzeige

Die Zukunft der Telekommunikation steht nicht in den Sternen, sondern in der Cloud

Der Arbeitsplatz im Jahr 2019 ist längst nicht mehr nur an einen Ort gebunden. Mobiles Arbeiten mit Laptop und Tablet im Büro oder im Homeoffice und eine ständige telefonische Erreichbarkeit (falls gewünscht) sind heute „State of the Art". Das erfordert eine flexible Infrastruktur für alle Belange der Telekommunikation und damit eine Lossagung von der veralteten ISDN-Technologie. Als Unternehmen selbst die technischen Voraussetzungen dafür zu schaffen, ist allerdings mit hohen Anschaffungs- und Unterhaltungskosten verbunden. Die Lösung: eine cloudbasierte Kommunikationslösung. So werden Kosten gespart und wertvolle Ressourcen geschont.

Die virtuelle Telefonanlage von M-net

Die Antwort des regionalen Providers M-net auf die Herausforderungen der Zukunft heißt M-net CloudCom. Im Gegensatz zu einer physischen Telefonanlage, die tatsächlich im Unternehmen steht und meist noch per ISDN-Anschluss verbunden wird, ist CloudCom rein virtuell. Die Telefonanlage wird hier in die Cloud ausgelagert und benötigt für den täglichen Betrieb lediglich eine Datenanbindung. So gehören Kosten für Anschaffung und Instandhaltung einer stationären Telefonanlage der Vergangenheit an. Anpassungen der Kommunikationseinstellungen können zudem flexibel ganz bequem über ein Online portal von überall vorgenommen werden. Selbst kurzfristige Änderungen wie beispielsweise das Hinzubuchen oder Abbestellen von Teilnehmern sind jederzeit möglich. Dabei orientiert sich M-net CloudCom am Unified Communication & Collaboration-Konzept (kurz UCC). Ob Festnetz oder Mobilfunk, Videokonferenz, E-Mail oder Instant-Messaging, alle Anwendungen sind auf einer leistungsstarken Plattform intelligent integriert und werden über eine gemeinsame Benutzeroberfläche bedient. Hierüber kann z. B. auch die individuelle Erreichbarkeit jederzeit einfach angepasst werden. Der Umstieg auf eine Cloud-Lösung mit VoIP-Kommunikation verspricht also nicht nur mehr Flexibilität, sondern auch eine Vereinfachung und Vereinheitlichung.

Moderne Technologien nutzen

Riskiert man einen Blick in die Vergangenheit, in der Festnetztelefon und Firmenhandy noch völlig getrennt voneinander zu bedienen waren, sorgt die durchdachte CloudCom-Mobility-Lösung mit dem „One-Number-Konzept" dafür, dass ab jetzt nur noch eine Nummer für beide Endgeräte benötigt wird. Mit einer Softphone-Software ausgestattet, können PCs und Laptops ganz einfach mit Tischtelefonen und Smartphones vernetzt werden. So werden alle eingehenden Anrufe (wahlweise) über das stationäre IP-Telefon (z. B. im Büro), über das Smartphone (z. B. bei einem Kundentermin) oder über den PC via WebClient bzw. Softphone (z. B. im Homeoffice oder bei einem Auslandsaufenthalt) angezeigt und können auch von allen Geräten aus angenommen werden. Das bedeutet zum Beispiel auch, dass verschiedene Voicemails auf einer zentralen Voicebox landen und von dort gebündelt abgerufen werden können.

Voller Funktionsumfang immer auf dem neusten Stand

Da die Telefonanlage nicht im Unternehmen vor Ort, sondern in einem leistungsstarken und sicheren ISO-zertifizierten M-net Rechenzentrum in Bayern steht, ist der eigene Betrieb inklusive notwendiger Systemwartungen vor Ort überflüssig geworden. Dank regelmäßiger Updates sind überdies alle mit CloudCom genutzten Kommunikationstools immer in der aktuellsten Version auf allen Endgeräten verfügbar. Beste Voraussetzungen also für Unternehmen, um in eine flexible und erfolgreiche Zukunft zu starten.

„M-net CloudCom bietet unseren Kunden eine zukunftssichere IP-basierte Kommunikationslösung. Gerade vor dem Hintergrund der ISDN-Abschaltung ist jetzt der richtige Zeitpunkt sich für eine cloudbasierte Telefonanlage zu entscheiden"

Christian Smetana
M-net Abteilungsleiter Regional Sales

M-net hilft beim Wechsel

Lassen auch Sie sich kostenfrei unter Telefon 0800 7767887 (Montag bis Freitag 8.00 bis 18.00 Uhr) beraten oder informieren Sie sich unter www.m-net.de/cloudcom. Starten auch Sie mit CloudCom in die Zukunft der Kommunikation.

Niederlassung München
Frankfurter Ring 158
80807 München
geschaeftskunden@m-net.de

BUSINESS

Meine cloudbasierte Kommunikationslösung für die Zukunft

Moderne Business-Telefonie ohne Telefonanlage vor Ort.

m-net.de/cloudcom

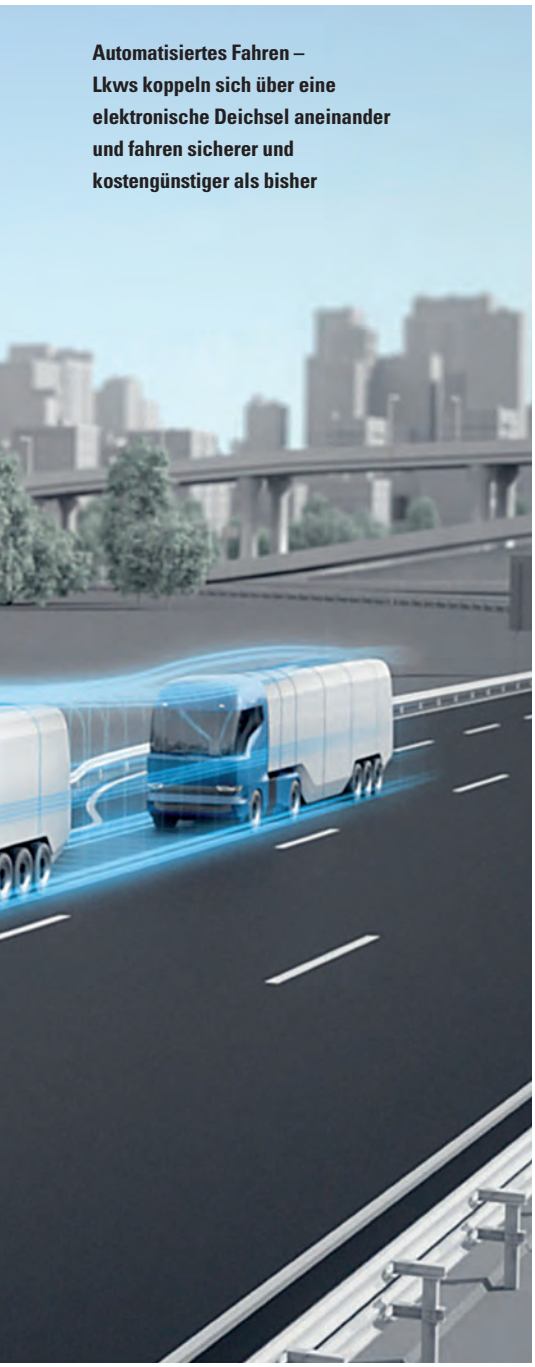
Jetzt kostenlos beraten lassen:
0800 7767887

m·net

Die Zukunft wird angemeldet

Die automobilen Megatrends bedeuten für viele Hersteller und Zulieferer einen dramatischen Wandel: Wie passen sie ihre bisher so erfolgreichen Geschäftsmodelle an und auf welche neuen Technologien setzen sie?

ULI DÖNCH



Automatisiertes Fahren – Lkws koppeln sich über eine elektronische Deichsel aneinander und fahren sicherer und kostengünstiger als bisher

Foto: Knorr-Bremse

Was die Zukunft bringt, weiß niemand. Doch es gibt Anhaltspunkte, an denen man ablesen kann, wohin der Weg führen wird. Ein solcher Indikator sind Patente. Was heute als Patent geschützt wird, begegnet uns vermutlich in einigen Jahren in Form von neuen Produkten auf dem Markt. »Natürlich gibt es auch Patente, die angemeldet, dann aber aus unterschiedlichsten Gründen nie umgesetzt werden«, sagt Karen Tittel von der IHK für München und Oberbayern. Allerdings zeigt allein die reine Anzahl an Anmeldungen in einer Patentklasse, ob die jeweiligen Technologiefelder zunehmend interessant für Unternehmen sind – oder eben nicht.

IHK-Expertin Tittel ermittelte auf Basis des BIHK-Reports »Patente in Bayern 2019« sowie mithilfe des Europäischen und des Deutschen Patentamts, wie sich die Patentlandschaft in Oberbayern in den vergangenen Jahren entwickelt hat: Mit 47 Prozent kamen fast die Hälfte aller bayerischen Patentveröffentlichungen und 13 Prozent aller Publikationen in Deutschland aus Oberbayern. Insgesamt waren es 6420. Die Spitzenreiter 2017: BMW AG, Audi AG und Siemens AG (s. Tabelle S. 18).

Betrachtet man die Rangliste der Technologien, in denen die Unternehmen ihre Patente angemeldet haben, wird ein Trend erkennbar: Die Patentklasse »Fahrzeuge, Fahrzeugausstattung oder Fahrzeugteile« führte 2017 die Liste an, gefolgt von »Regelung von Fahrzeug-Unteraggregaten, auch für Hybridfahrzeuge«. Weitere Klassen mit unmittelbarem Bezug zu Fahrzeugen wie »Einbau von Antriebseinheiten« schließen sich an. »2009 hatten wir noch drei entsprechende Technologien in den Top-10 der Rangliste, 2017 waren es bereits doppelt so viele«, bilanziert Tittel. »Das ist ein klarer Indikator, dass die Wirtschaft verstärkt in diesen Feldern forscht und anmeldet.«

Ihre Analyse deckt sich mit den Ergebnissen der Studie »Fahrzeugbau in Oberbayern«, die die IHK aktuell veröffentlicht hat. Das Branchenbild zeigt, in welcher Situation sich Fahrzeug- und Aufbauhersteller sowie die Zulieferer in Oberbayern aktuell befinden und welche Themen künftig an Bedeutung gewinnen werden. »Alternative Antriebe und die Digitalisierung geben im Fahrzeugbau bereits heute den Takt an – eine Tendenz, die in den kommenden Jahren noch stark zunehmen wird«, meint IHK-Industrieexperte Urs Weber. Dass die Unternehmen sich bereits heute mit den Zukunftstechnologien wie etwa dem autonomen Fahren aktiv auseinandersetzen, unterstreicht die Auswertung der Patentanmeldungen. Mit der schönen neuen Welt der Mobilität geht auch ein Wandel einher, der insbesondere jene Firmen betreffen wird, die heute noch unmittelbar mit dem Verbrennungsmotor und damit verbundenen Elementen ihr Geld verdienen. Wie stellen sich die betroffenen Unternehmen auf die Veränderungen ein, was bewegt sie? Ein Querschnitt durch die Branche:

Die Autohersteller

Beispiel BMW Group, München. Der Konzern fährt eine Dreifachstrategie. BMW beschleunigt seine Elektro-Offensive, bietet zusätzliche alternative Antriebe und entwickelt die dominierenden Verbrennungsmotoren weiter. Das Unternehmen will schon 2023 zwei Dutzend Elektroautos auf dem Markt haben – zwei Jahre früher als bisher geplant. Der Verkauf elektronischer Fahrzeuge soll jedes Jahr um mehr als 30 Prozent steigen.

Aber nicht nur das. BMW möchte Kunden die gesamte Palette der alternativen Antriebe anbieten. Der BMW-Vorstand verkündete, er glaube an Elektroautos, an Hybride und an die Brennstoffzelle. Und natürlich auch an das autonom fahrende Auto. BMW hat mit 70 Fahrzeugen in der ganzen Welt bereits rund fünf Millionen Kilometer auf echten Straßen autonom zurückgelegt.

Gleichzeitig entwickelt der Konzern seine Benziner und Dieselmotoren weiter. Entwicklungsvorstand Klaus Fröhlich (59) schätzt, dass 2025 zwar 30 Prozent der verkauften Modelle komplett elektrisch oder mit Hybridantrieb fahren. Aber »mindestens 80 Prozent« hätten damit weiterhin einen Verbrennungsmotor. BMW hat sich – anders als etwa VW – bewusst dagegen entschieden, Batteriezellen für E-Autos selbst zu produzieren, und baut auf langfristige Verträge mit Herstellern wie Samsung und Catl (bis 2025).

Beispiel Audi AG, Ingolstadt. Auch Audi (Teil des VW-Konzerns) hat sich für die E-Mobilität ehrgeizige Ziele gesteckt: Bis 2025 sollen 40 Prozent der ausgelieferten Neuwagen Elektro- oder Hybridantrieb haben. Vorstandschef Bram Schot (58) kündigte aber in einem Interview an, im Rahmen dieser Investitionsoffensive die Modellpalette zu straffen: »Wir müssen unser Portfolio genau analysieren. Was

wollen die Kunden wirklich und was nicht, womit können wir Geld verdienen?«
Beim Thema autonomes Fahren denkt Audi über neue Geschäftsmodelle nach. So könnten Robotertaxis dafür sorgen, dass der Verkehr abnimmt, weniger Parkplätze benötigt werden und die Fahrzeuge effizienter ausgelastet sind. »Wir sehen das Auto als Teil der Lösung, nicht als Teil des Problems«, so Schot. Audi testet zum Beispiel Schwarmtechnologien, selbstparkende Autos und Netzwerkampeln, um den Verkehrsfluss zu optimieren und die Parkplatzsuche zu erleichtern. Schots Schlussfolgerung: »Warum sollten Autos nur zu 30 Prozent ihrer Lebenszeit genutzt werden? Es können doch auch 70 Prozent Nutzungszeit sein. Dadurch wird es in Zukunft neue Geschäftsmodelle geben. Vielleicht verkauft Audi irgendwann gefahrene Kilometer pro Stunde.«

Zulieferer und Spezialanbieter

Beispiel Knorr-Bremse AG, München. Das Unternehmen konzentriert sich – vereinfacht gesagt – auf Bremssysteme für Lkws und Züge. »Technologische Innovationen gehen heute sowohl von den Herstellern selbst als auch in zunehmendem Maße von den Zulieferern aus«, weiß Alexandra Bufe, Leiterin Unternehmenskommunikation. Sie ist sicher, dass sich das »autonome Fahren bei Nutzfahrzeugen schneller durchsetzen wird als bei Pkws«. Denn der technische Fortschritt bedeutet längere Einsatzzeiten, weniger Unfälle sowie geringere Sprit- und Personalkosten.
Aktive Assistenzsysteme gelten als Vorstufe zum autonom fahrenden Lkw. Eine Zukunftslösung der Knorr-Bremse AG in Kooperation mit Continental heißt Lkw-Platoon: Mehrere Lkws koppeln sich auf der Autobahn in geringem Abstand über eine sogenannte elektronische Deichsel aneinander. In diesem Verbund sollen sie sicherer und kostengünstiger fahren als bisher. Das Unternehmen hat bereits erste Testfahrten absolviert.
Außerdem hat Knorr-Bremse seinen Truck Motion Controller vorgeführt, der künftig autonom fahrende Lkws auch im Notfall sicher steuert. Fällt etwa die Lenkung aus, werden gezielt einzelne Räder abgebremst, damit sich der Lastwagen sicher auf den Standstreifen lenken lässt. Ein zusätzliches Reservelenksystem ist nicht mehr nötig.
Beim E-Antrieb setzt Knorr-Bremse unter anderem auf Busse, die ihre Energie wie Straßenbahnen durch eine Oberleitung bekommen. Der Clou: Der E-Bus lädt seine Batterien während der Fahrt – auf den Strecken ohne Oberleitung nutzt er die Energie der Batterie (In-Motion-Charging-Konzept). Die Reichweite der Busse steigt so enorm, die Betreiber können sie 24 Stunden ohne Unterbrechung einsetzen.
Beispiel Knott Holding GmbH, Eggstätt. Der Spezialanbieter produziert Anhänger und Bremsen für Bauindustrie, Landwirtschaft und Wohnwagenhersteller. Bisher spürt die Firma die steigende Zahl der E-Motoren nicht. »Auch elektrisch betriebene Fahrzeuge brauchen derzeit noch ein konventionelles Bremssystem. Es reicht in Notsituationen nicht aus, dass der E-Motor mitbremst, wenn der Fahrer den Fuß vom Gaspedal nimmt«, erklärt Geschäftsführer Maximilian Knott. Aber auch er macht sich Gedanken über die Zukunft: »Sollte das elektrisch betriebene Fahrzeug eines Tages keine konventionelle Bremse mehr benötigen, würden wir diesen Markt verlieren. Das gilt allerdings nicht für die mechanische Feststellbremse – die wird ein Fahrzeug immer brauchen. Und die haben wir auch in unserem Programm.«
Die Firma bereitet sich darauf vor, dass die E-Mobilität die Anhängersparte stärker beeinflussen könnte. Elektrofahrzeuge eignen sich bisher nur bedingt dazu, Anhänger oder Wohnwagen zu ziehen. »Sollte sich jedoch die Reichweite der Batterien in Zukunft stark erhöhen, dann haben wir einige Konzepte in der Schublade«, sagt Knott. Grundsätzlich gilt für ihn: »Es ist unsere Aufgabe als Unternehmen, auf das richtige Timing zu setzen und neue Produkte dann für die Kunden bereitzustellen, wenn sie diese tatsächlich brauchen.«
Beispiel Goldbrunner GmbH, Eching. Die Firma hat sich auf Hebetechnik, Ladekräne und Aufbauten für Lkws spezialisiert. Den Geschäftsführer Stefan Goldbrunner beschäftigt derzeit vor allem die Konjunktur: »Bis voraussichtlich Ende 2020 profitieren wir vom Boom der Baubranche, die unsere Produkte und Dienstleistungen braucht. Sollte sich danach die wirtschaftliche Lage verschlechtern, haben wir immer noch unser zweites Standbein, die Reparatur unserer Geräte.« Um sein Geschäftsmodell macht er sich nur wenig Sorgen: »Lkws wird es immer geben – ganz gleich, ob sie von einem Verbrennungsmotor oder von einer Batterie angetrieben werden.« ■

TOP-20-Patentanmelder

Nennung der Anmelder in Patentpublikationen (Oberbayern 2017)

1	Bayerische Motoren Werke AG	1308
2	Audi AG	939
3	Siemens AG	322
4	Infineon Technologies AG	234
5	Linde AG	167
6	BSH Hausgeräte GmbH	148
7	MTU Aero Engines AG	130
8	Giesecke & Devrient GmbH	90
9	MAN Truck & Bus AG	80
10	Airbus Defence and Space GmbH	79
11	Knorr-Bremse Systeme für Nutzfahrzeuge GmbH	73
12	Webasto SE	71
13	Robert Bosch GmbH	57
14	Wacker Chemie AG	54
15	Deutsches Zentrum für Luft- und Raumfahrt e.V.	54
16	Lisa Dräxlmaier GmbH	49
17	BASF SE	47
18	Brainlab AG	47
19	Conti Temic Microelectronic GmbH	45
20	Knorr-Bremse Systeme für Schienenfahrzeuge GmbH	45

Quelle: EPA/DPMA, IHK-Report Patente in Bayern 2019

Der BIHK-Report »Patente in Bayern 2019« und die Studie »Fahrzeugbau in Oberbayern« sind im Internet abrufbar:
www.ihk-muenchen.de – Rubrik »Veröffentlichungen« unter »IHK Studien«

IHK-Ansprechpartner
zur Patentauswertung Oberbayern
Karen Tittel, Tel. 089 5116-1425
karen.tittel@muenchen.ihk.de

zur Automobilbranche
Urs Weber, Tel. 089 5116-1397
urs.weber@muenchen.ihk.de

Egal, was Sie geschäftlich planen: Die dafür notwendigen Freiräume verschaffen Sie sich mit durchgängig digitalen DATEV-Lösungen. Für sämtliche kaufmännischen Aufgaben – von der Angebotserstellung bis hin zum Jahresabschluss bei Ihrem Steuerberater. So können Sie sich ganz auf das Wesentliche konzentrieren – Ihr Unternehmen.

Digital-schafft-Perspektive.de

DATEV

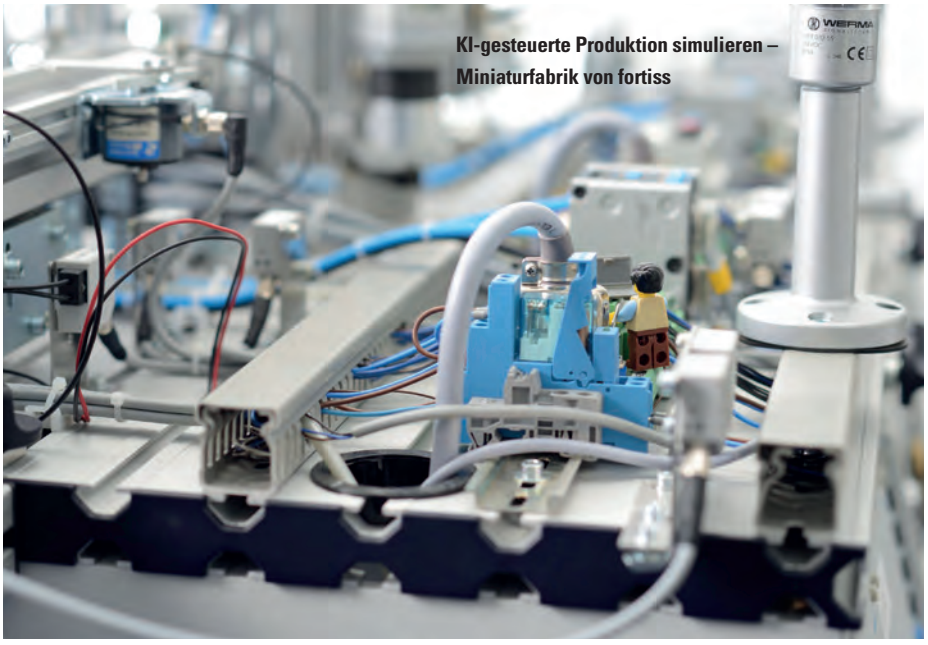
Zukunft gestalten. Gemeinsam.

Denkende Fabriken

Dank künstlicher Intelligenz (KI) passen sich künftig ganze Fertigungssysteme flexibel an Kundenwünsche an. In der Automobilherstellung spielt KI bereits eine wesentliche Rolle.

JOSEF STELZER

Foto: fortiss



KI-gesteuerte Produktion simulieren – Miniaturfabrik von fortiss

Die Idee ist faszinierend: Autokäufer können ihr neues Wunschfahrzeug direkt per Smartphone konfigurieren. Sie legen die Motorisierung fest, wählen das Design und die Ausstattung aus und leiten dann gleich die Herstellung in die Wege.

Eine derartige Produktindividualisierung, das sogenannte Customizing, ist zwar noch Zukunftsvision. Doch wesentliche Bausteine sind schon vorhanden. Möglich werden solche Herstellungsverfahren künftig in intelligenten Fabriken, die individualisierte Produkte mit stark variierenden Stückzahlen herstellen.

In Teilbereichen kommt künstliche Intelligenz bereits zum Einsatz. So nutzt die Automobilindustrie KI unter anderem für automatisierte Bilderkennungsverfahren. Damit lassen sich zum Beispiel Türgriffe vor der Montage automatisch erfassen, fehlerhafte Stücke identifizieren und aussondern.

Wie hilfreich solche Systeme in der Fertigung mittlerweile sind, zeigt sich bei der Münchner BMW AG. In der laufenden Produktion werden die Bilder eines beliebigen Bauteils binnen weniger Millisekunden mit Hunderten anderen Bildern der gleichen Sequenz abgeglichen. So ermitteln KI-gesteuerte Systeme in Echtzeit etwaige Abweichungen von der vorgeschriebenen Norm und prüfen, ob beispielsweise alle Teile korrekt verbaut und an der richtigen Stelle montiert sind. Wesentlicher Vorteil des Verfahrens: Zum einen entlastet der Automobilhersteller damit die Fertigungsmitarbeiter, zum anderen hilft das KI-gestützte Procedere, die hohen Qualitätsanforderungen im Fahrzeugbau zu erfüllen.

In der Endkontrolle im BMW-Werk Dingolfing vergleicht eine KI-Anwendung die Orderdaten eines Fahrzeugs mit dem Live-Bild des Modellschriftzugs des gerade hergestellten Pkw. Modellschriftzüge und weitere typspezifische Schilder wie »xDrive« bei allradgetriebenen Fahrzeugen sowie alle grundsätzlich freigegebenen Schriftzug-Kombinationen sind in einer Bilddatenbank gespeichert. Weichen Live-Bild und Bestelldaten voneinander ab – fehlt beispielsweise ein Schriftzug an der Karosserie –, erhalten die Mitarbeiter einen Hinweis.

Fabrik im Miniformat

Wie Wissenschaftler das Thema KI in der Fertigung vorantreiben, demonstriert das fortiss Forschungsinstitut des Freistaats Bayern für softwareintensive Systeme und Services in München mit der »fortiss future factory«. Dabei handelt es sich um eine intelligente Fabrik im Miniaturformat, die aus zehn Stationen mit einem echten Förderband besteht.

Derzeit kann die kleine Anlage ein Produkt in sechs verschiedenen Varianten zusammenbauen, beispielsweise Aufbewahrungsdosen. »Wir simulieren und erproben damit die KI-gesteuerte Produktion«, erklärt fortiss-Wissenschaftler Hendrik Walzel (32), der gemeinsam mit Kirill Dorofeev (33) für das factory-Projekt zuständig ist.

Darum geht's

- Künstliche Intelligenz (KI) bietet in der Produktion gravierende Vorteile.
- Die Autoindustrie nutzt KI etwa zur Produktionsbeschleunigung und Fehlererkennung.
- Das fortiss Forschungsinstitut erprobt die KI-gesteuerte Herstellung mit einer Fabrik im Miniformat.

KI steckt in der Software, die jedes Fabrikmodul für jeden Bearbeitungsschritt samt den mobilen Robotern einzeln steuert, sowie in einem zentralen Computer. Die Ministationen sind von der Teileanlieferung bis zu einer Prüfstation am Ende miteinander vernetzt und beliebig kombinierbar. »Unsere denkende Anlage passt sich je nach Auftrag automatisch an geänderte Anforderungen an, sodass der Programmier- und Konfigurationsaufwand deutlich sinkt«, verspricht Dorofeev. »So könnten wir individuelle Produkte in kleinen Stückzahlen zu Kosten produzieren, die bisher nur in der Massenfertigung möglich sind.«

Eine bei fortiss entwickelte Planungssoftware dient als virtueller Operator, der Aufträge einplant, vergibt, steuert und den Produktionsprozess im Blick behält. »Es wäre durchaus möglich, den Aufbau und die Prozessketten unserer Demoanlage, die wir seit einigen Jahren betreiben und weiterentwickeln, in einer realen Produktion umzusetzen«, ist Walzel überzeugt.

In echten Fertigungsabläufen hat sich der Standard OPC UA (Open Platform Communications Unified Architecture) für die reibungslose Kommunikation zwischen Robotern und Maschinen bewährt. »Diese Technologie steuert den Datenaustausch, die Datenbeschreibung sowie die Prozessabläufe zwischen Robotern oder Maschinen verschiedener Hersteller und ist für die KI-gesteuerte Produktion eigentlich unverzichtbar«, betont Walzel. ■

IHK-Ansprechpartner zu KI
Julia Christiansen, Tel. 089 5116-1249
julia.christiansen@muenchen.ihk.de

Urs Weber, Tel. 089 5116-1397
urs.weber@muenchen.ihk.de

IHK-Veranstaltungstipp

Forschung zum Frühstück: KI? Aber sicher!
Nach einem Initialvortrag zu KI gibt es Live-Vorführungen aktueller Entwicklungen sowie Gelegenheit zum Netzwerken bei einem kleinen Frühstück. Anschließend lädt fortiss zum Besuch des KI-Anwendungszentrums in den Highlight Towers ein

Termin: 20. September 2019, 8.30–10.30 Uhr
Ort: fortiss GmbH, Guerickestraße 25, 80805 München
Teilnahmekosten: 35 Euro (inkl. MwSt.)
Teilnehmeranzahl ist begrenzt. Anmeldung spätestens zehn Tage vor der Veranstaltung.

IHK-Ansprechpartnerin
Birgit Petzold, Tel. 089 5116-2057
birgit.petzold@muenchen.ihk.de

Passender Nachwuchs

Der Leuchtenspezialist Gerg Lighthouse in Baiern hat sich entschieden, in diesem Herbst zum ersten Mal einen Azubi einzustellen. Das Unternehmen erklärt die Gründe.

SABINE HÖLPER

Marco Tscherner, Geschäftsführer der Gerg Lighthouse GmbH, drückt sich gewählt aus. Er spricht von »drei Damen und drei Herren«, die er zum Vorstellungsgespräch geladen hatte. Das waren alle, die sich für den Ausbildungsplatz zum Modell- und Formenbauer bei dem Leuchtenspezialisten aus Baiern beworben hatten. Das Rennen machte schließlich »ein Herr«: Ludwig Öttinger, 16 Jahre alt.

Der Realschüler hatte gute Zeugnisnoten, meisterte den Einstellungstest und überzeugte den Chef auch charakterlich. Als er eine Woche zum Probearbeiten ins Unternehmen kam, konnte er zeigen, dass er motiviert und talentiert ist. Auch nicht unwichtig: Der junge Mann möchte nach der Lehre nicht studieren.

Öttinger ist der erste Azubi bei Gerg Lighthouse. Das Unternehmen ist eigenständig, aber 100-prozentige Tochter der Gerg Group, eines führenden Anbieters innovativer Lösungen für die globale Automobil- und Luftfahrtindustrie in den Bereichen Modell- und Formenbau, Composite-Anwendungen und Prototypenbau. Zu den Kunden des 1984 als 1-Mann-Betrieb gestarteten Unternehmens zählen

Firmenchef Marco Tscherner mit Azubi Ludwig Öttinger (r.)

Darum geht's

- Auf dem Arbeitsmarkt gibt es nicht genügend Fachkräfte für die spezifischen Anforderungen des Betriebs.
- Das Unternehmen will mit der eigenen Ausbildung nun gezielt Nachwuchs heranziehen.
- Bei der Bewerberauswahl setzt der Lichtspezialist unter anderem auf Einstellungstest und Probearbeiten.

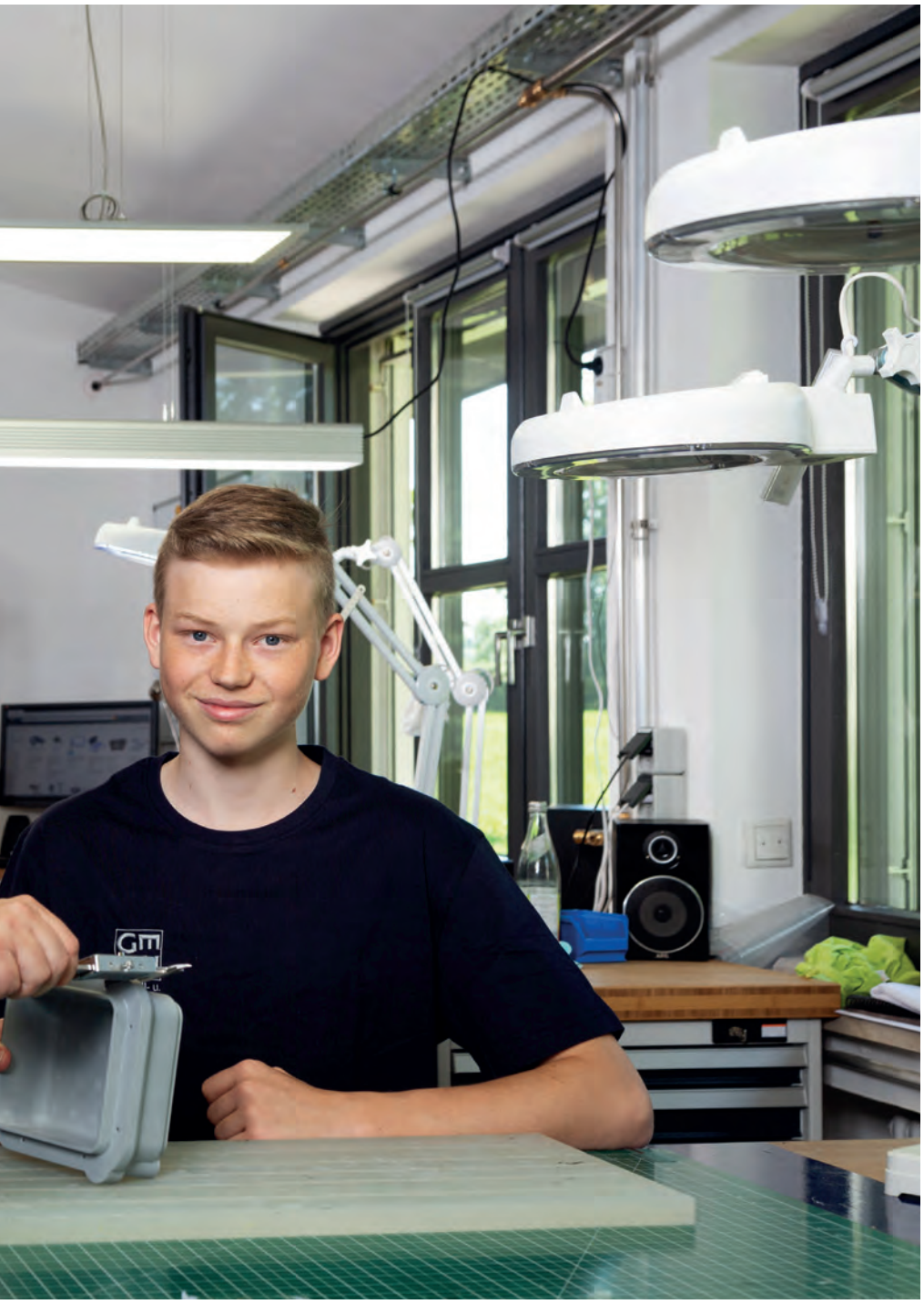


Foto: Wolf Heider-Sawall

namhafte Automobilhersteller und Motorsportteams sowie Firmen aus der Luft- und Raumfahrt.

In der Gruppe werden Azubis schon seit Längerem eingestellt. Aber der Ableger Gerg Lighthouse, der auf die Entwicklung und Fertigung von Leuchten spezialisiert ist, beschäftigte bislang keine Azubis. Tscherner (39), der 2017 die Firmenleitung übernommen hat, ist jedoch überzeugt, dass es gar nicht anders geht, als eigene Leute zu qualifizieren: »Es gibt einfach nicht genügend Techniker und Modellformer auf dem Markt, die die Erfahrung mitbringen, die sie bei uns brauchen.« Gerg Lighthouse sei ein »Nischenunternehmen«, die Mitarbeiter müssten sowohl die digitale Welt als auch die analoge der Fertigung beherrschen. Am besten sei es daher, eigene Leute auszubilden – und sie für die speziellen Bedürfnisse im Betrieb fit zu machen.

Diese Gedanken hatte der Gerg-Lighthouse-Geschäftsführer schon vor zwei Jahren. Dass er erst jetzt Ernst macht, liegt vor allem daran, dass es im Unternehmen jemanden geben muss, der sich ausreichend um einen Azubi kümmern kann. Das ist gar nicht so leicht, wenn man mit Arbeit bis unters Dach ausgelastet ist. Das junge Unternehmen ist mit sechs Mitarbeitern gestartet und beschäftigt mittlerweile 15.

Nun hat Tscherner einen Teamleiter im Unternehmen zum Ausbilder auserkoren. Er wird wohl rund 30 Prozent seiner Arbeitszeit für die Ausbildung des jungen Mannes aufwenden. Denn auch das ist dem Chef wichtig: »Wir wollen auf hohem Niveau ausbilden.« Das sei eine »Visitenkarte nach draußen« – zumal sich Tscherner vorstellen kann, in den nächsten Jahren weitere Lehrlinge einzustellen. Eine qualitativ hochwertige Ausbildung

dient dem Betrieb. Ein Unternehmen, das gute Leute beschäftigt, kann sich im Wettbewerb besser behaupten. Das gilt umso mehr für eine spezialisierte Firma wie Gerg Lighthouse.
»Bereichs-, technologie- und materialübergreifend müssen Kombinationen gefunden werden, um am Ende die perfekten Prototypen und Kleinserien zu fertigen. Das sind Leuchten für Automotive, Architektur, Medizin oder Messeauftritte«, sagt Tscherner. Für den gebürtigen Österreicher ist die Fertigung ab einer Losgröße von eins eines der entscheidenden Alleinstellungsmerkmale des Unternehmens. Ein weiterer Pluspunkt sei, dass vieles unter einem Dach vereint ist, von der Konstruktion über das Design bis hin zum Bau. Gleichzeitig ist es schwierig, gut ausgebildete Mitarbeiter mit bereichsübergreifendem Wissen zu finden. Das gilt umso mehr, als das Unternehmen eigenentwickelte Anlagen, vor allem modernste Maschinen aus dem 3-D-Druck, verwendet. Mit der Schaffung eines Ausbildungsplatzes und der Einstellung eines Azubis ist jetzt der erste Schritt getan, Nachwuchs zu qualifizieren. »Wir wollen unser Wissen weitergeben und mit ihm die nächsten Herausforderungen annehmen«, sagt Tscherner.
Der neue Azubi kann sich auf eine anspruchsvolle und spannende Ausbildungszeit freuen, die auch einen Einsatz im Hauptwerk in Hohenthann einschließt. Dort lernt er nicht nur das Bedienen von Fräsen, der Aufenthalt dient auch der Kontaktpflege. Der Mutterkonzern und die Tochter seien schließlich eng verbunden, so Tscherner: »Geht es der Gruppe gut, geht es uns gut – und umgekehrt.«
Die Gerg-Gruppe betont, dass »eine Lehre bei uns in einem Umfeld stattfindet, wo Lernen zum professionellen Selbstverständnis eines jeden Mitarbeiters gehört«. Neben dem grundlegenden Handwerk und dem nötigen Faktenwissen sollen die Azubis lernen, mit neuen Herausforderungen umzugehen – und das stets mit der Unterstützung von Vorgesetzten und Kollegen. Dabei gelte immer die Haltung, Perfektion anzustreben.

Positivkultur pflegen

Tscherner erklärt das so: »Natürlich werden Fehler gemacht. Aber aus denen lernt man.« Außerdem bedeute, Fehler machen zu dürfen, die Freiheit zu haben, Neues auszuprobieren. Und dafür hat die Gerg-Gruppe ein schönes Wort geprägt: die »Positivkultur«. ■

IHK-Ansprechpartner zu Ausbildung allgemein
Florian Kaiser, Tel. 089 5116-1386
florian.kaiser@muenchen.ihk.de
zu technischen Ausbildungsberufen
Friedrich Pröhl, Tel. 089 5116-1349
friedrich.proehl@muenchen.ihk.de

Medientage München

Mehr Medienvielfalt, mehr Verantwortung

»Next digital level – Let's build the Media we want!« Mit diesem Motto spannen die 33. Medientage München ihr Themenfeld bewusst weit auf: Rund 7000 Medienschaffende aus dem In- und Ausland diskutieren Trends und gesellschaftliche Verantwortung der Branche, befeuert durch die digitale Transformation.
Mit dem neuen Format »R U Ready Summit« informiert die Messe zu erfolgversprechenden Methoden für und von Medienunternehmen. Entwickler krönen nach einem Hackathon den letzten Messetag mit ihren Lösungen. Bewährtes wie der MedienCampus für Aus- und Weiterbildung trifft auf 21 Expo Topics und Areas, die alle Raum für Vernetzung bieten.
Als Partner der Medientage erhalten Mitglieder der IHK für München und Oberbayern einen Konferenzrabatt von 15 Prozent. Nach einer E-Mail an mediendialog@muenchen.ihk.de bekommen interessierte Teilnehmer einen Code zur Eingabe auf der Website. Das Kontingent ist begrenzt.

Wichtiger Branchentreff – Medientage München

Termin: 23. bis 25. Oktober 2019
Ort: Messegelände/ICM – Internationales Congress Center München, Am Messesee, 81829 München

Weitere Infos unter: **www.medientage.de**

Wie können Prozessketten optimiert werden?

Foto: Gorodenkoff_Fotolia.com

Ressourceneffizienz

Planspiel

Um ressourceneffizientes Handeln zu verankern, ist es manchmal nötig, die vorhandenen Unternehmensstrukturen zu überdenken. Mit dem Planspiel der IHK für München und Oberbayern in Zusammenarbeit mit dem Ressourceneffizienz-Zentrum Bayern (REZ) und der Hochschule Pforzheim lässt sich Ressourceneffizienz interaktiv und praxisnah verstehen und später im eigenen Unternehmen anwenden. Teilnehmer schlüpfen beispielsweise in die Rolle eines Mitarbeiters eines Automobilzulieferers und suchen Potenziale, wie sich Materialkosten und CO_2-Austausch senken lassen. Sie lernen, sich mit Energie- und Stoffströmen auseinanderzusetzen.

Ein kurzes Video gibt einen ersten Eindruck vom Planspiel: youtu.be/UUFl0fKH9fE
Weitere Infos: **www.replan-spiele.de/planspiele/rematerial**

Zielgruppe: Unternehmen, die sich mit dem Thema Materialeffizienz in Prozessketten auseinandersetzen, operative Entscheidungsträger im produzierenden Gewerbe (z. B. Produktion, Controlling, Einkauf, Umweltmanagement)
Termin: 24. September 2019, 9–16.15 Uhr
Ort: IHK Campus, Orleansstr. 10–12, 81669 München
Teilnahmekosten: Die Veranstaltung ist kostenfrei.
Die Teilnehmerzahl ist begrenzt.

Anmeldung und Programm unter:
www.ihk-muenchen.de/de/Wirtschaftsstandort/Rohstoffe

IHK-Ansprechpartnerin
Nicole Seyring, Tel. 089 5116-1623
nicole.seyring@muenchen.ihk.de

Zukunftsforum Handel

Tour durch die Region

Die Veranstaltungsreihe der IHK für München und Oberbayern will stationären Einzelhändlern Ideen für die weitere Entwicklung ihres Ladengeschäfts in digitalen Zeiten geben. Experten der CIMA Beratung + Management GmbH sprechen in einem Fachvortrag über die Zukunft des Einzelhandels in der City und geben Impulse für Händler und Standortverantwortliche. In Werkstattgesprächen berichten Unternehmer aus den jeweiligen Regionen über ihre Erfahrungen auf dem Weg in den Onlinehandel.

Termine:
- **Mühldorf a. Inn:** 8.10.2019, 19–21.30 Uhr, www.ihk-muenchen.de/zukunftsforum-innsalzach
- **Ingolstadt:** 9.10.2019, 17.30–20 Uhr, www.ihk-muenchen.de/zukunftsforum-ingolstadt
- **Weilheim:** 15.10.2019, 19.30–21.30 Uhr, www.ihk-muenchen.de/zukunftsforum-weilheim
- **Rosenheim:** 17.10.2019, 18–20 Uhr, www.ihk-muenchen.de/zukunftsforum-rosenheim

Die Veranstaltungen sind kostenlos. Anmeldung jeweils über die angegebenen Internetadressen.
Weitere Informationen und Tipps für Händler unter: **www.ihk-muenchen.de/handel**

IHK-Ansprechpartnerinnen
Carla Kirmis, Tel. 089 5116-2066, carla.kirmis@muenchen.ihk.de
Ylenia Di Corrado, Tel. 089 5116-1857, ylenia.dicorrado@muenchen.ihk.de

Anzeige

Die Kunden von morgen

Ab September erhalten alle Auszubildenden im IHK-Bezirk die neue AzubiCard. Sie trägt zum positiven Image der Ausbildung bei und bietet exklusive Rabatte – für Unternehmen ein direkt auf die Zielgruppe zugeschnittenes Marketinginstrument.

SABINE HÖLPER

Studierende besitzen einen Studentenausweis, Schüler einen Schülerausweis. Damit erhalten sie verbilligten Eintritt ins Kino oder ins Schwimmbad. Auszubildende hingegen haben das nicht – bis jetzt. Denn die IHK für München und Oberbayern gibt im September erstmals die neue AzubiCard aus. »Zum Start des Ausbildungsjahrs werden circa 44 000 Azubis die Karte in Händen halten«, sagt Florian Kaiser, Leiter der IHK-Bildungsberatung.

Die AzubiCard bietet gleich mehrere Vorteile: Ebenso wie ein Studentenausweis Studierenden eine Identifikation ermöglicht, können sich Azubis über die AzubiCard als Teil einer Gemeinschaft identifizieren. Somit stärkt die Karte insgesamt das Image der dualen Berufsausbildung. Sie ist ein Baustein im Azubi-Marketing, das in Zeiten zurückgehender Bewerberzahlen immer wichtiger wird.

Gleichzeitig gibt die AzubiCard Firmen die Chance, sich mit Angeboten der interessanten Zielgruppe der 14- bis 24-Jährigen zu präsentieren. »Sowohl unsere Azubis als auch unsere Unternehmen profitieren von der neuen IHK-AzubiCard«, sagt IHK-Hauptgeschäftsführer Manfred Gößl.

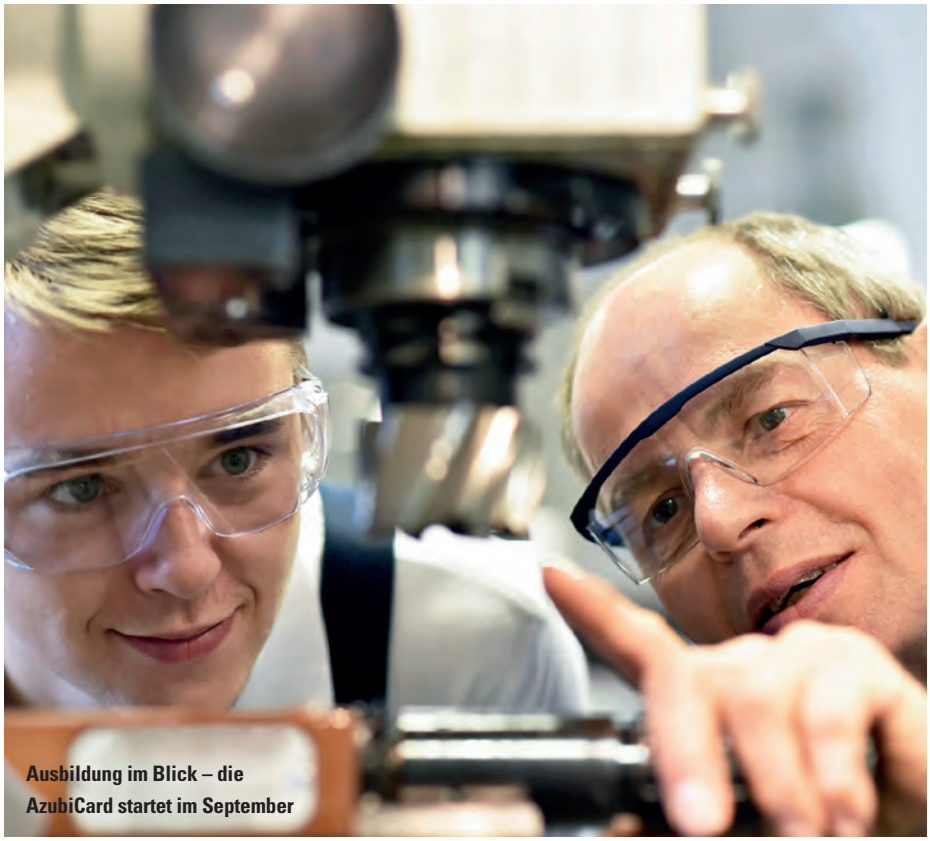


Foto: Industrieblick_Fotolia.com

Ausbildung im Blick – die AzubiCard startet im September

Darum geht's

- Alle Auszubildenden im IHK-Bezirk erhalten die AzubiCard automatisch zugeschickt.
- Die Karte bietet Zugang zu Ausbildungsinfos und zu Vergünstigungen von Unternehmen.
- Firmen können so mit attraktiven Angeboten gezielt die 14- bis 24-Jährigen ansprechen.

Die AzubiCard geht an alle, die bereits ein bei der IHK registriertes Ausbildungsverhältnis haben oder im Herbst eine Ausbildung beginnen. In der Folge werden dann quartalsweise alle Neueinsteiger versorgt. Die neue Karte hat das Format einer EC-Karte. Azubis können den Ausweis also immer in der Geldbörse mit sich führen. Der QR-Code auf der Vorderseite erlaubt ab Januar 2020 den Zugang zu einem digitalen Infocenter. Nach erfolgreichem Log-in können Azubis dort wichtige Informationen wie etwa die Prüfungsdaten einsehen. Sie können ihre gesamte Ausbildung verwalten und zum Beispiel ihr Berichtsheft einreichen.

Für die Azubis zahlt es sich aber auch noch aus einem anderen Grund aus, die Karte immer dabeizuhaben. Denn sie erhalten bei Vorlage der AzubiCard bei vielen Unternehmen Vergünstigungen. Und zwar in ganz Deutschland überall dort, wo das Programm bereits lanciert ist.

Unternehmen können sich mit exklusiven Angeboten und Rabatten für Azubis registrieren lassen. »Die Karte bedeutet Werbung ohne Streuverluste«, sagt Sebastian Klipp, Pressesprecher der IHK Trier, die 2018 als erste IHK die AzubiCard eingeführt hat. Die Idee entstand aus dem schon Jahre zuvor initiierten Projekt »Azubikult«, bei dem Azubis für einen Euro ins Theater gehen konnten. Es folgte kurz da-

rauf die IHK Erfurt, die zuvor schon einen analogen Azubi-Ausweis verteilt hatte. Neben der IHK für München und Oberbayern nehmen außerdem bereits die Handelskammer Hamburg und die IHK Rheinhessen teil. Demnächst werden die IHKs Niederbayern, Koblenz, Schwaben und Regensburg die Karte erstmals ausgeben.

Gute Erfahrungen

In Trier und Erfurt machen Unternehmen bereits sehr gute Erfahrungen mit Angeboten über die AzubiCard. »Gerade für uns lokale Firmen, die nicht viel in Google investieren, ist die Karte eine gute Werbung«, sagt Sebastian Römer, Geschäftsführer des Kletterparks Move up – Adrenalin in nature in Traben-Trarbach. Azubis zahlen dort 19 statt 23 Euro für drei Stunden Klettern. In der Trevi-Therm-Park-Sauna in Trier kostet Azubis der Tag zehn statt 13 Euro. Beim Basketballverein Römerstrom Gladiators gibt es manchmal sogar zwei Karten zum Preis für eine. »Oder aber wir geben Merchandise-Artikel aus, der Azubi erhält einen Aufkleber obendrauf«, sagt Pressesprecher Vincenzo Sarnelli.

Für Unternehmen lohnt es sich, die Zielgruppe der Azubis direkt anzusprechen. »Das sind die Kunden der Zukunft«, betont Park-Sauna-Geschäftsführerin Ingrid Knopp. »In wenigen Jahren haben sie ausgelernt, dann kommen sie aber wieder und zahlen den regulären Preis.« Außerdem würden die Azubis oft Freunde oder ihre Eltern mitbringen. »Ich kann jedem nur raten mitzumachen«, sagt Knopp. »Das Angebot wird gut angenommen.« Die AzubiCard sei die logische Ergänzung zu Schüler- und Studentenausweisen. »Diesen Gruppen geben wir schon lange Rabatte.«

Die Vergünstigungen können überdies zur besseren Auslastung in weniger frequentierten, sprich umsatzschwächeren Zeiten eingesetzt werden. Manche Firmen bieten zum Beispiel nur im Sommer einen Rabatt an. Jedes Unternehmen in der Region kann im Prinzip Partnerunternehmen der AzubiCard werden. Es muss kein Ausbildungsbetrieb und kein IHK-Mitglied sein.

Die IHK platziert das Angebot kostenlos. Manche Branchen und Betriebe eignen sich besonders als Partnerfirma wie etwa Einzelhändler und Dienstleister aus Freizeit, Kultur oder Gastronomie. Bei der IHK Trier haben sich zum Beispiel ein Dreivierteljahr nach dem Start der AzubiCard knapp 40 Firmen aus diesen Bereichen registriert. Bei der rund zehnmal so großen IHK für München und Oberbayern dürften es also in Kürze Hunderte Partnerunternehmen sein. Bereits jetzt haben sich über 30 Unternehmen verbindlich registriert, beispielsweise die Münchner Symphoniker, Olympiapark, Chiemgau Thermen, Hi-Sky München, Zweirad Stadler und Black fox Lasertec. ■

AzubiCard – Partner werden!

Unternehmen aus der Region können ab sofort AzubiCard-Partner werden und ihre Angebote kostenlos präsentieren:

- Interessierte Firmen füllen das Antragsformular im Internet (s. u.) aus.
- Nach Prüfung stellt die IHK für München und Oberbayern das Angebot online, das mindestens sechs Monate gelten sollte. Das Unternehmen erhält zudem eine schriftliche Bestätigung.
- Azubis sehen auf der Website die Angebote der Partnerunternehmen.

Weitere Informationen und Anmeldung als Partnerunternehmen:
www.azubicard.de/oberbayern

IHK-Ansprechpartner zur AzubiCard
Florian Kaiser, Tel. 089 5116-1386
florian.kaiser@muenchen.ihk.de

IHK München und Oberbayern

Mit diesem ehrenamtlichen Engagement bringen Sie nicht nur die berufliche Bildung voran, sondern Sie profitieren auch persönlich:

- Ausbau Ihres beruflichen Netzwerks
- Gewinnung wichtiger Impulse für Ihre Arbeit
- Chance zur Mitgestaltung
- Gesellschaftliche Anerkennung

Neben langjähriger Berufserfahrung sollten Sie auch Freude am Umgang mit Menschen mitbringen.
Besonders dringender Prüferbedarf besteht bei technischen und kaufmännischen Ausbildungen, Fortbildungen und Sach- und Fachkunde in unterschiedlichen Branchen.

Alle Infos unter:
ihk-muenchen.de/pruefer-werden

Werden Sie IHK Prüfer/in!

Berufliche Bildung aktiv mitgestalten

Anders wachsen

Die Vereinten Nationen haben 17 Sustainable Development Goals (SDGs) verabschiedet, zu deren Erreichung auch Unternehmen beitragen können. Das achte Ziel lautet: menschenwürdige Arbeit und nachhaltiges Wirtschaftswachstum.

GABRIELE LÜKE

Es war eine scharfe Warnung: »Wenn die Weltgemeinschaft nichts unternimmt, wird sich der globale Ressourcenverbrauch bis zum Jahr 2060 auf 190 Milliarden Tonnen mehr als verdoppeln«, erklärte im Frühjahr das International Resource Panel (IRP), ein wissenschaftliches Expertengremium der Vereinten Nationen (UN). »Das wird die Belastungsgrenzen der Erde überschreiten und das Wohlergehen der Menschen gefährden.«

Das Dilemma: Der steigende Ressourcenverbrauch ist bedingt durch Wirtschaftswachstum und bringt damit vielen Menschen Wohlstand. Muss also weiteres Wachstum unterbleiben, damit Erde und Menschheit überleben? Keineswegs, sagen die IRP-Experten. Es sei aber unerlässlich, die Art des Wirtschaftens zu überdenken und Wachstum vom Ressourcen- und Energieverbrauch zu entkoppeln.

Im Nachhaltigkeitsziel 8 fordern die UN dauerhaftes, inklusives und nachhaltiges Wirtschaftswachstum, zugleich produktive Vollbeschäftigung und menschenwürdige, gute Arbeit für alle. Die deutsche Nachhaltigkeitsstrategie, die die SDGs für Deutschland operationalisiert, übersetzt dies in Ziele wie Ressourcen sparen und effizient nutzen, gute Investitionsbedingungen schaffen, Wirtschaftsleistung umwelt- und sozialverträglich steigern, das Beschäftigungsniveau erhöhen und menschenwürdige Arbeit weltweit ermöglichen. Um Letzteres geht es beispielsweise beim Bündnis für nachhaltige Textilien, das sich für bessere Arbeitsbedingungen in der Textilindustrie einsetzt.

Wie lässt sich der komplexe Anspruch des achten Nachhaltigkeitsziels nun verwirklichen? Johannes Wallacher (53), Professor für Sozialwissenschaften und Wirtschaftsethik und Präsident der Hochschule für Philosophie München, bringt neben technischen Innovationen für mehr Ressourceneffizienz eine verursachergerechte Bepreisung von Umweltgebrauch in die Diskussion: »Dies kann beispielsweise durch eine CO_2-Steuer geschehen. Mit einer solchen – sozial und fair gestalteten – Steuer lässt sich CO_2-sparendes Verhalten fördern. Gleichzeitig gibt sie den Unternehmen kalkulierbarere Rahmenbedingungen.« Wallacher betont: »Zur Sicherung der Wettbewerbsgleichheit müssten die CO_2-Preise aber international abgestimmt werden.«

Um menschenwürdige Arbeit überall auf der Welt zu erreichen, rät der Experte, den Kernarbeitsnormen der Internationalen Arbeitsorganisation ILO über die gesamte Lieferkette Geltung zu verschaffen: Vereinigungsfreiheit, Recht auf Kollektivverhandlungen, Beseitigung der Zwangsarbeit, Abschaffung der Kinderarbeit, Verbot der Diskriminierung in Beschäftigung und Beruf sowie faire Bezahlung. Auch der IHK-Ausschuss Unternehmensverantwortung mit aktuell über 40 Firmen setzt sich mit seinen »10 Eckpunkten für zukunftsfähiges Wirtschaften« für einen umweltgerechten, wirtschaftlichen Fortschritt ein, der allen zugutekommt. »Immer mehr Kunden goutieren solche Ansätze, es entstehen neue Marktchancen, wir sichern damit unsere Wettbewerbsfähigkeit«, sagt die stellvertretende Ausschussvorsitzende Sabine Braun (57). Die Nachhaltigkeitsexpertin ist Geschäftsführerin der akzente kommunikation und beratung gmbh und plädiert wie das IRP für die Entkoppelung von Wachstum und Ressourcenverbrauch. »Ein guter Praxisansatz ist die Kreislaufwirtschaft, bei der bestehende Materialien und Produkte so lange wie möglich geteilt, wiederverwendet, aufgearbeitet und recycelt werden.«

Darum geht's

- Wirtschaftswachstum ging bisher immer mit höherem Ressourcen- und Energiebedarf einher.
- Um Wohlstand weiter zu ermöglichen, muss Wachstum nachhaltig gestaltet und Innovationen vorangetrieben werden.
- Um menschenwürdige Arbeit zu sichern, sind Firmen und Staaten weltweit gefragt, ihre Anstrengungen zu bündeln.

Doppelter Vorteil

Dem Automobilzulieferer Dräxlmaier Group in Vilsbiburg gelingt es bereits, Produktion und Wachstum ressourcenschonend zu gestalten. Das Familienunternehmen nutzt etwa die Jutepflanze Kenaf und recycelte Getränkeflaschen für die Innenauskleidung von Autos. Das schont nicht nur die Ölreserven. Durch das gerin-

IHK-Veranstaltungstipp

7. Bayerischer CSR-Tag
»Wirtschaft für Zukunft – höher, schneller, weiter?«
Termin: 24. September 2019, ab 14 Uhr
Ort: IHK Campus, Forum, Orleansstraße 10–12, 81669 München
Infos und Anmeldung zur kostenfreien Veranstaltung bis 20. September 2019 unter: **www.ihk-muenchen.de/csr-tag**

gere Gewicht der Türen braucht das Auto zudem weniger Antriebsenergie. Zugleich steht Kenaf für eine faire Lieferkette. »Wir achten darauf, dass die Bauern in Bangladesch fair bezahlt werden, wir schulen sie und es ist uns wichtig, dass der Kenafanbau nicht den Reisanbau und damit die Lebensmittelversorgung beeinträchtigt«, erklärt Dräxlmaier-Kommunikationschef Tobias Nickel (51). In Deutschland sind dem Unternehmen eine gute Vereinbarkeit von Beruf, Familie und Pflege sowie betriebliches Gesundheitsmanagement wichtig. Außerdem versucht Dräxlmeier in schwierigen Zeiten wie etwa in der Finanzkrise 2008, Entlassungen zu vermeiden. Nickel: »Familienunternehmen denken in Generationen, Umwelt- und Ressourcenschonung und Wertschätzung für die Menschen sind die Voraussetzung dafür.« Verantwortungsvoll zu wachsen gehört auch zu den Grundsätzen von Andrea Ziegler-Wrobel (52), Geschäftsführerin der Danuvius Klinik GmbH in Ingolstadt. »Ich möchte als Chefin für Mitarbeiter, Patienten und Angehörige vor Ort erreichbar sein. Deshalb expandieren wir aktuell nur in Oberbayern«, sagt sie. Diese Nähe sei zugleich Erfolgsrezept und Grund für das Wachstum.

Foto: tutu_1410_Fotolia.com

Juteernte – die Pflanzenfasern stecken bereits in der Innenauskleidung von Autos

Ressourcenschonung erreicht sie durch ein neues Nachhaltigkeitsprogramm: »Wir vermeiden Verpackungen, produzieren weniger Essensabfälle, sparen Papier, Strom und Benzin.« Auch gute Arbeit liegt ihr am Herzen: »Im Mittelpunkt steht für mich hier gewaltfreie, wertschätzende Kommunikation. Jeder Mitarbeiter ist auf seine Weise für das Gesamtunternehmen gleich wichtig.« Hinzu kommen flexible Arbeitszeiten, individuelle Schichtmodelle sowie Gesundheitsförderung – und der Erhalt von Arbeitsplätzen. Als aufgrund einer Gesetzesänderung einmal ein Pflegeteam überflüssig geworden wäre, entwickelte Ziegler-Wrobel das Alternativkonzept einer 24-Stunden-Pflege-Wohngemeinschaft. So konnte das Team an Bord bleiben. ■

IHK-Ansprechpartnerin zu den UN-Nachhaltigkeitszielen
Verena Jörg, Tel. 089 5116-1502
verena.joerg@muenchen.ihk.de

[1/2 m breiter]

Mobile Räume mieten.
www.container.de/ihk

ela[container]

[Full Service – von der Planung bis zur Montage vor Ort]

Mobile Räume mieten.
www.container.de/ihk

ela[container]

Foto: Frank Röthel, Faces by Frank

Will den Dialog mit Influencern und Klimademonstranten führen – IHK-Präsident Eberhard Sasse am Rednerpult

Foto: Frank Röthel, Faces by Frank

IHK-Hauptgeschäftsführer Manfred Gößl (l.) und Thomas Kürn, IHK-Bereichsleiter Berufliche Bildung, präsentieren die neue AzubiCard

»Den Schalter umlegen«

Die Energiewende und die Lage der Autoindustrie stehen im Mittelpunkt der Vollversammlung. IHK-Präsident Eberhard Sasse fordert überdies mehr Leidenschaft in der Kommunikation.

MARTIN ARMBRUSTER

Hitze wie in der Toskana, herrliche Alpenkulisse, ein laues Lüftchen aus dem Tal – die jüngste Sitzung der IHK-Vollversammlung Ende Juli in der IHK Akademie Westerham war quasi auf Sommeridylle programmiert. Dennoch war die Stimmung nicht wirklich entspannt. Zu deutlich waren die Sorgen der Unternehmer zu vernehmen.

Schon vor der Sitzung sagte IHK-Vizepräsidentin Ingrid Obermeier-Osl in kleiner Runde, es sei möglich, dass die Wirtschaft demnächst weniger rundlaufe, als man sich das wünsche. Die Unternehmerin befürchtet Risiken für die Demokratie. Wenn es vielen Menschen schlechter gehe, könne das wie in den USA oder in Brasilien den Ruf nach einem starken Mann befeuern, der einfache Lösungen und Wunder verspreche.

Schattenseite der Digitalisierung

Auch was die technische Entwicklung angeht, herrschte spürbare Ernüchterung. Es sei klar, dass die Zukunft selbstfahrende und vernetzte Autos bringe, sagte IHK-Hauptgeschäftsführer Manfred Gößl: »Die Frage ist aber: Wem gehören die unvorstellbaren Mengen an Daten, die uns die Sensoren bringen?«

Gößl hält die Antwort unter heutigen Bedingungen für klar: Amazon, Microsoft, IBM und Google waren bislang die Hauptgewinner der Digitalisierung, und sie sind dabei, ihre Monopole auszubauen. Selbst Audi und BMW seien gezwungen, mit den US-Riesen zu kooperieren, weil es nirgendwo in Europa konkurrenzfähige Server- und Cloudlösungen gebe, so Gößl.

Herbert Klein, Vorsitzender des IHK-Industrie- und Innovationsausschusses, forderte daher die Schaffung einer »Europa-Cloud«. Man müsse verhindern, dass die Entwicklung zur Industrie 4.0 deutsche Mittelständler zu bloßen Datenlieferanten mache. Klein stellte ein Positionspapier für eine zukunftsfähige Industriepolitik vor, das vom Plenum einstimmig verabschiedet wurde. Das Papier deckt sich teilweise mit der »Nationalen Industriestrategie 2030«, die Bundeswirtschaftsminister Peter Altmaier (CDU) in Berlin vorgestellt hatte. Es gibt aber einen Unterschied: Altmaier will über Fusionen Großunternehmen für die oberste Weltliga schmieden. Die IHK-Position hat vorrangig den Mittelstand im Blick.

Das hatte auch IHK-Präsident Eberhard Sasse, der sich in seinem Bericht vor dem Plenum gegen den IWF-Befund wehrte, Familienunternehmen seien für die wachsende Ungleichheit in Deutschland verantwortlich. Er erinnerte daran, vor welchen Mega-Aufgaben – Fachkräfte, Digitalisierung, Handelskrieg, Energiewende – man stehe. Mit »Aussitzen« seien die nicht zu lösen. »Wir müssen den Schalter umlegen«, betonte Sasse. Dies gelte auch in der Kommunikation.

Sasse will den Dialog mit Influencern und Klimademonstranten führen: »Wir müssen mit diesen Leuten reden.« Für ihn ist das auch eine Lehre aus dem Streit um die dritte Start- und Landebahn am Münchner Flughafen. Dort sei es nicht gelungen, sich

mit reinen Sachargumenten durchzusetzen.

Sasse nahm auch Bezug auf Rezo, den YouTuber, der mit einem kritischen Video kurz vor der Europawahl im Mai Mediengeschichte geschrieben hat. Man müsse den Menschen wieder erklären, was Wirtschaft ist. Dafür brauche es Emotion und Leidenschaft, so Sasse: »Wir müssen den Rezo in uns wecken.«

IHK-Hauptgeschäftsführer Gößl beschäftigte sich in seinem Bericht mit einer Studie zum Fahrzeugbau, die das ifo Institut für die bayerischen IHKs erstellt hat (siehe auch S. 12). Der Anlass ist klar: Die Autoindustrie hat für Bayerns Wirtschaft überragende Bedeutung. 137 000 Jobs und viele Zulieferer sind vom Fade-out des Verbrennermotors betroffen. Gößl betonte, dass Bayerns Firmen jetzt die Kurve kriegen müssen. Was ihm Sorgen bereite, sei nicht nur die Abhängigkeit von der US-IT-Industrie. In Sachen vernetztes und autonomes Fahren haben Bayerns Premiummarken Aufholbedarf. Kalifornien hat im April 2018 selbstfahrende Autos zugelassen. Während Bayerns Staatsregierung noch mit weißen Flecken im Mobilfunk kämpft, fahren die selbst gesteuerten Autos der Google-Schwesterfirma Waymo schon 17 000 Kilometer unfallfrei. Gößl bezweifelt, dass nur der E-Antrieb Zukunft hat. Eines sei aber sicher: Der Erhalt von Arbeitsplätzen hänge heute von digitalen Kompetenzen ab. Die Bayerische Staatsregierung arbeite an entsprechenden Qualifizierungsprogrammen. »Wir sind auf den Umbruch vorbereitet«, stellte Gößl fest.

Stromtrassen sind erforderlich

Nicht minder brisant sind die Ergebnisse einer ifo-Studie zur Energieversorgung Bayerns. Die Wirtschaft darf sich von den ifo-Forschern bestätigt fühlen: Mit einer Autarkiestrategie wird Bayern die Energiewende nicht bewältigen können. »Wir brauchen beides: Stromtrassen und mehr erneuerbare Energien«, betonte Gößl.

Rundum erfreulich war die Vorstellung der AzubiCard durch Thomas Kürn, Bereichsleiter Berufsbildung bei der IHK: Sie soll vom kommenden September an zu einem besseren Image der Ausbildung beitragen. Über sie können rund 44 000 oberbayerische Azubis die von Firmen gewährten Rabatte abrufen und die Vorteile nutzen (siehe auch S. 26).

Einstimmig votierte die Vollversammlung für ein Positionspapier zur Gesundheitswirtschaft, das mehr Wettbewerb, Digitalisierung und weniger Regulierung fordert. Die Vollversammlung verabschiedete ferner den Jahresabschluss 2018. Der Bilanzgewinn von 4,9 Millionen Euro wurde in die Rücklage für die Generalsanierung des IHK-Stammhauses an der Max-Joseph-Straße eingestellt. ■

IHK-Ansprechpartner zur Vollversammlung
Andreas Burkhardt, Tel. 089 5116-1647
andreas.burkhardt@muenchen.ihk.de

„Mein Rezept für Gründer: eine starke Idee und ein kompetenter Finanzpartner."

Steffen Marx,
Gründer und Geschäftsführer Giesinger Bräu

Mein Weg. Meine Bank.

Wir machen den Weg frei.

Eine starke Geschäftsidee ist wichtig. Worauf es bei der Existenzgründung sonst noch ankommt, wissen die Berater Ihrer Volksbank Raiffeisenbank. Ob Finanzierungsplan, Fördermittel vom Staat oder Versicherungen – wir unterstützen Sie auf Ihrem Weg in die Selbstständigkeit.

Jetzt informieren: bayern.vr.de/existenzgruendung

Volksbanken Raiffeisenbanken

Nachhaltige Lösungen

Die Konfliktkultur in Deutschland wandelt sich. Dafür steht auch die Mediation, die einen Interessenausgleich ohne Gerichtsprozess anstrebt. Wie das Verfahren funktioniert und welche Vorteile es bietet.

GABRIELE LÜKE

Foto: ASDF_Fotolia.com

Streit außergerichtlich beigelegt – beide Parteien profitieren

Sechzehn Jahre lang führte Brigitte Santo (48) als geschäftsführende Gesellschafterin den mittelständischen Betrieb ihrer Familie mit. In diese Zeit fiel ein Patentnutzungsstreit mit einem Partnerunternehmen. »Die Fronten hatten sich extrem verhärtet«, erinnert sich Santo. »Da wir nicht vor Gericht ziehen wollten, aber eine Lösung brauchten, wählten wir eine außergerichtliche Form der Streitbeilegung: eine Mediation.« Durch sie näherten sich beide Parteien einander wieder an, fanden eine Lösung und setzten sogar die Zusammenarbeit fort. Santo war erfreut über die Einigung und zugleich so von der Methode fasziniert, dass sie sich in Wirtschaftsmediation fortbildete und selbstständig machte.

Solche Beispiele zeigen ebenso wie die sinkende Zahl von Gerichtsprozessen, wie sich die Konfliktkultur in Deutschland wandelt. »In Wirtschaft und Zivilgesellschaft besteht ein starker Wunsch, Streitigkeiten ohne Gerichtsverfahren – zum Beispiel mit einer Mediation – zu lösen«, beobachtet Reinhard Greger (73), ehemaliger Richter am Bundesgerichtshof und Rechtsprofessor an der Universität Erlangen-Nürnberg. »Die Mediation ist heute aus der Streitbeilegung nicht mehr wegzudenken«, ergänzt der Bayerische Justizminister Georg Eisenreich (CSU).

Die Mediationsangebote sind vielfältig. Sie reichen von Mediationsdienstleistungen der Anwaltschaft und anderer privater Anbieter bis hin zur gerichtsinternen Mediation durch engagierte Güterichter. Auch der Trend zur Mediatorenausbildung etwa an der IHK Akademie Westerham hält an.

Dennoch sieht die Evaluation des Mediationsgesetzes bei Mediationsverfahren noch deutlich Luft nach oben. Die Güterichterverfahren in Bayern haben nur einen Anteil von 0,4 Prozent an den Zivilverfahren. »Damit sind sie noch ausbaufähig«, räumt

Darum geht's

- Bei der außergerichtlichen Mediation finden die Streitparteien die Lösung selbst.
- Das Verfahren ist in der Regel schneller und kostengünstiger als ein Prozess.
- Mit der Singapore Convention werden zukünftig Mediationsvergleiche auch international vollstreckbar sein.

Justizminister Eisenreich ein. Die Erfolgsquote sei hingegen erfreulich. »Etwa zwei Drittel der Fälle enden mit einem Vergleich, oftmals können gleich weitere Streitigkeiten miterledigt werden«, so der Minister.
Ein Grund für den Erfolg: In der Mediation verhandeln die Kontrahenten so lange, bis sie eine einvernehmliche Lösung gefunden haben. Kein Dritter spricht ein Urteil oder gibt eine Lösung vor. Die unparteiischen Mediatoren oder die gerichtsinternen Güterichter moderieren das Verfahren lediglich. »In einer gut und wertschätzend geführten Mediation lernen die Kontrahenten die andere Seite sachlich wie emotional besser zu verstehen, so kann ein wirklich nachhaltiger Interessenausgleich entstehen«, sagt Mediatorin Santo.
»Gerade für Wirtschaftskonflikte bringt diese Vorgehensweise viele Vorteile«, sagt Franziska Edlin vom IHK-MediationsZentrum. Diese Einrichtung verfügt über einen Mediatorenpool mit mehr als 135 qualifizierten Personen und bietet verschiedene Vertragsklauseln zur Lösung von Streitfällen an. »Oft arbeiten die Konfliktparteien nach der Mediation weiter miteinander. Zudem ist sie schneller und kostengünstiger als ein Prozess«, so Edlin.
Eine Mediation lässt sich auch mit anderen Verfahren kombinieren. Geht es etwa um messbare Fakten, bietet sich ein Schiedsgutachten durch einen vereidigten Sachverständigen an.
Damit die Mediation ihre positive Wirkung entfalten kann, muss das Verfahren jedoch noch bekannter werden. Nutzer müssen sich seiner Qualität und Rechtsstaatlichkeit noch sicherer sein können, meint Experte Greger. Einen wichtigen Impuls dafür könnte die gerade verabschiedete Singapore Convention liefern. Diese Übereinkunft ermöglicht es, dass mediativ erarbeitete Vereinbarungen bei internationalen Handelsstreitigkeiten nun weltweit vollstreckbar sind.
Jetzt müssen die Nationalstaaten die Convention umsetzen. Greger empfiehlt dies der Bundesregierung – und regt noch einige Verbesserungen an: »Der Gesetzgeber sollte die Mediation stärker institutionalisieren und zudem mit neuen Regelungen dazu beitragen, dass sich für jeden Konflikt der passgenaue gerichtliche oder außergerichtliche Lösungsweg findet.« Dies könne zum Beispiel durch die Einrichtung von Konfliktanlaufstellen, anwaltliche Beratungspflichten oder Vorprüfungen im Gerichtsverfahren geschehen. Greger betont: »Beste Voraussetzungen für die Institutionalisierung der Mediation und als Anlaufstellen bieten Kammern, Innungen und Wirtschaftsverbände. Ein Engagement, wie es die IHK für München und Oberbayern etwa mit dem MediationsZentrum bereits zeigt, ist daher von besonderem Wert.«
Der Experte würde die derzeit mögliche Selbstzertifizierung von Mediatoren lieber durch eine externe Konformitätsprüfung ersetzen. Dies unterstützt auch die IHK: »Wir denken – wie im Sachverständigenwesen – an öffentlich bestellte Mediatoren«, sagt IHK-Rechtsexperte Volker Schlehe. Solche Verbesserungen dürften die Akzeptanz und die Zahl der Mediationsverfahren vor allem auch in der Wirtschaft weiter erhöhen. ■

www.ihk-muenchen.de/mediationszentrum

IHK-Ansprechpartner zu Mediation
Franziska Edlin, Tel. 089 5116-1490
franziska.edlin@muenchen.ihk.de
Volker Schlehe, Tel. 089 5116-1254
volker.schlehe@muenchen.ihk.de

Veranstaltungstipp

4. Bayerischer Mediationstag
Der Mediationstag beschäftigt sich mit dem Wandel der Konfliktkultur in Gesellschaft, Wirtschaft und Justiz. Aus anwaltlicher, richterlicher, unternehmerischer und wissenschaftlicher Sicht wird dargestellt, wie die Praxis sich auf diesen Wandel einstellen und ihn mitgestalten kann.
Termin: 16. Oktober 2019, ab 9.30 Uhr
Ort: IHK Campus, Orleansstr. 10–12, 81699 München
Teilnahmekosten: 90 Euro
Infos und Anmeldung bis 2. Oktober 2019:
www.bayerischermediationstag.de

Ausbildung Wirtschaftsmediator/-in IHK
Termin: 17. Oktober 2019 bis 14. März 2020
Ort: IHK Akademie Westerham, Von-Andrian-Str. 5, 81669 Feldkirchen-Westerham
Kosten: 8400 Euro
Ansprechpartner:
Thomas Kölbl, Tel. 08063 91-251
thomas.koelbl@muenchen.ihk.de
www.ihk-akademie-muenchen.de

Den Spieltrieb wecken

Unternehmen können gezielt spielerische Elemente nutzen, um den Verkauf anzukurbeln, einen Messeauftritt interessanter zu machen oder Mitarbeitern Wissen zu vermitteln. Zwei Münchner Unternehmen zeigen, wie es funktioniert.

JOSEF STELZER

Darum geht's

- Gamification will über das Spiel Interesse und Motivation fördern.
- Die Einsatzmöglichkeiten sind äußerst vielfältig und reichen von Weiterbildung über Gesundheitstraining bis Marketing.

Wie lassen sich Mitarbeiter dazu ermuntern, ein eher trockenes Thema wie IT-Sicherheit am Arbeitsplatz konzentriert anzupacken? Roman Rackwitz, Geschäftsführer der Münchner Agentur Engaginglab GmbH, setzt auf den Spieltrieb der Menschen. Die wichtigen Inhalte verpackt seine Firma in sogenannte Serious Games (siehe »Das Stichwort« S. 35). »Ein einfaches Beispiel hierfür ist ein Computerspiel, bei dem sich Mitarbeiter selbst als Hacker in IT-Systeme einschleichen sollen, um dabei Tricks, Schwachstellen und Abwehrmöglichkeiten kennenzulernen«, erklärt Rackwitz. Das Thema IT-Sicherheit wird also mit spielerischen Elementen kombiniert. Im Fachjargon heißt das Gamification.

Gamification und Serious Games kommen mittlerweile in vielen Bereichen zum Einsatz, etwa in der firmeninternen Aus- und Weiterbildung, bei der Einarbeitung neuer Mitarbeiter, für Marketing, Werbung, Produktentwicklung oder bei der Fehlersuche in neuer Software. Das Spielerische weckt Interesse und Aufmerksamkeit bei den Nutzern und bringt so handfeste Vorteile. »Weil die Mitarbeiter auch auf Dauer engagiert bei der Sache und motivierter sind, ergeben sich teilweise erhebliche Verbesserungen im Lernerfolg«, sagt Unternehmer Rackwitz, der Engaginglab 2009 gegründet hat.

Im Rahmen eines Weiterbildungsprojekts will der 38-Jährige Unternehmen bei der Abwehr von Phishing-E-Mails unterstützen. Die Teilnehmer erfahren, wie Onlinekriminelle persönliche Daten ausspähen, und lernen, wie sich betrügerische Mails von echten unterscheiden. »Per Computer und Avatar können sie künftig ihre eigenen Phishing-Mails zusammenbauen, diese an Kollegen verschicken und dann beobachten, wie die Adressaten damit umgehen«, erläutert Rackwitz.

Auch im Marketing findet Gamification Anwendung. »Es geht dabei nicht allein um Rabattaktionen oder Bonusprogramme für Konsumenten«, sagt der Engaginglab-Chef. So lässt sich zum Beispiel mit der Onlineplattform sell & pick der Verkauf spielerisch forcieren. Sell & pick will die Zusammenarbeit im Verkauf verbessern, die Fluktuation verringern und setzt dabei auf die intrinsische Motivation der Verkaufsmitarbeiter: also auf deren inneren Antrieb, ihren Job gerne ausführen zu wollen. Anhand von grafisch dargestellten Absatzmeilensteinen erkennen Mitarbeiter auf einen Blick, wie viele Artikel sie während ihrer Betriebszugehörigkeit bisher verkauft haben. Das soll motivieren und den Wert des Einzelnen für das gesamte Unternehmen aufzeigen.

Rackwitz ist zudem überzeugt: »Wenn Mitarbeiter gelangweilt sind, entsteht für ihr Unternehmen auf Dauer ein erheblicher

Foto: Anastassiya_Fotolia.com

Spielend lernen oder verkaufen – Gamification findet in vielen Bereichen Anwendung

IHK-Veranstaltungstipp

netzblicke: spielerisch zum Erfolg mit Gamification

Auf der Informationsveranstaltung geben zwei Experten Einblicke in das Thema Gamification. Teilnehmer erfahren im Detail, was Gamification ausmacht, welche weiteren Einsatzmöglichkeiten hier zu finden sind und wie sie diese Methode in ihrem Unternehmen nutzen können.

Termin: 26. September 2019, 18–20 Uhr
Ort: IHK Campus, Raum A 401,
Orleansstr. 10–12, 81669 München

Anmeldung unter:
www.ihk-muenchen.de/gamification

wirtschaftlicher Schaden.« Spielerische Elemente zur Motivationssteigerung hätten sich als ein überaus wirksames Gegenmittel bewährt.

Wie groß das Einsatzspektrum von Gamification ist, zeigt das App-basierte Spiel »Aktiv mit MS«, das die Münchner Gamify now! UG entwickelt hat. Es will Multiple-Sklerose-Patienten ermuntern, die in der App angebotenen Trainingseinheiten durchzuführen. Das vom Pharmahersteller Ratiopharm in Auftrag gegebene Serious Game ermöglicht es, den Trainingsfortschritt sowie die Intensität der Übungen zu erkennen und die Erfolge mit denen anderer MS-Patienten zu vergleichen.

Geeignet seien Serious Games – vor allem in Kombination mit Virtual Reality (VR) – aber auch, um die Aufmerksamkeit der Besucher auf den eigenen Messestand zu lenken, sagt Maxim Karl (27), General Manager bei Gamify now!. Interaktive Live-Übertragungen per VR-Brillen machen die dort präsentierten Produkte erlebbar, können aus trockenen Produktinfos ein spannendes Event machen und einen bleibenden Eindruck hinterlassen.

Für ein Projekt des Bayerischen Wirtschaftsministeriums nutzte das Unternehmen ebenfalls die VR-Technologie. Messebesucher konnten dabei mittels VR-Brille verschiedene Firmenstandorte im Freistaat erkunden und bayerische Traditionsunternehmen oder Unternehmensgründer kennenlernen. Für eine Großbank entwickelte Gamify now! das Börsenspiel simVestor, mit dem sich Börseneinsteiger mit Themen wie Wertpapierhandel und Finanzmärkte vertraut machen. Wie in der realen Börsenwelt verfolgen sie in einer simulierten Umgebung Unternehmens- oder Börsennachrichten. Sie lernen, realistische Gewinnziele anzupeilen, Fehler zu vermeiden und die zur eigenen Risikoneigung passenden Investmententscheidungen zu treffen. Gamify now!-Manager Karl: »Wir nutzen spieltypische Elemente und verknüpfen diese mit relevanten Inhalten aus der Börsenwelt, wobei es sich um grundlegendes Finanz-Know-how wie auch um komplexe Zusammenhänge handelt.« Das Gefühl der Kontrolle über den eigenen Lernprozess, ein sofortiges Feedback und die pure Spielfreude sollen motivierend wirken.

»Spiele, die Markenbotschaften kommunizieren, können zudem die Kundenbindung stärken, da sie aufgrund der hohen Interaktionsfrequenz und -dauer eine optimale Plattform für eine langfristige Verbindung mit dem Kunden darstellen«, betont Karl. Im Übrigen ist er davon überzeugt, dass Spiele gerade gegenüber klassischer Onlinewerbung einen Vorteil bieten: »Bannerwerbung wird im Internet kaum noch wahrgenommen, mit Gamification besteht die Gefahr dieser Banner-Blindness gewiss nicht.« ■

IHK-Ansprechpartner zu Gamification
Daniel Meyer, Tel. 089 5116-2024
daniel.meyer@muenchen.ihk.de

Das Stichwort: SERIOUS GAME

Anders als typische Onlinespiele wollen Serious Games in erster Linie Informationen vermitteln, das aber mit so viel Spaß wie möglich. Serious Games können im Grunde alle Elemente enthalten, die aus der digitalen Unterhaltung bekannt sind – von interaktiven Spielmechaniken über aufwendige Grafiken bis hin zu Belohnungen oder Auszeichnungen.

AUS DER REGION

International auf DRAHT

Peter Heinzlmair hat sich mit seinem Familienunternehmen konsequent auf Zubehör zum Hopfenanbau spezialisiert. Er behauptet sich in einer sehr kleinen, aber lukrativen Marktnische.

EVA ELISABETH ERNST

Darum geht's

- Peter Heinzlmairs Firma ist Weltmarktführer für Hopfendraht.
- Der kleine Betrieb punktet mit großer Flexibilität und kurzen Lieferzeiten.
- Der regelmäßige Auftritt auf der Branchenleitmesse beflügelt das Exportgeschäft.

Foto: Thorsten Jochim

Statt Eisen – Peter Heinzlmair bietet auch Kokosschnüre an, die allerdings nur für regenarme Regionen geeignet sind

Wenn auf der Wiesn Maß um Maß ausgeschenkt wird, ist es nicht unwahrscheinlich, dass der Hopfen dafür an einem von Peter Heinzlmairs Drähten gewachsen ist. Schließlich ist Heinzlmairs Firma weltweit der größte Spezialanbieter für Hopfendraht. Der Betrieb im idyllisch gelegenen ehemaligen Bauernhof im ländlichen Eutenhofen, einem Ortsteil der Stadt Pfaffenhofen an der Ilm, offeriert zudem eine umfangreiche Palette an Klemmen, Stahlseilen, Stacheldrähten, Abdeckplatten und Bodenankern, die in Anlagen zum gewerblichen Anbau der Kletterpflanze zum Einsatz kommen. Seines Wissens ist er der Einzige, der sich ausschließlich auf den Hopfenanbau konzentriert. »Meine Mitbewerber verkaufen in der Regel auch noch andere Produkte wie etwa Dünger, Pflanzenschutzmittel oder Baustoffe«, sagt er.

Seinen Heimvorteil weiß der Unternehmer zu schätzen: »Rund die Hälfte der weltweiten Hopfenmenge wird bei uns in der Holledau erzeugt.« Weitere große Anbaugebiete gibt es in Frankreich in der Gegend um Straßburg sowie in Österreich und Belgien. Bestellungen von dort liefert Heinzlmair mit seinen beiden Transportern direkt aus. »75 Prozent der Weltanbaufläche sind von Eutenhofen aus binnen drei Stunden erreichbar«, erklärt der 54-Jährige. Die anderen Kunden in Europa erhalten ihre Ware per Spedition. Sie bauen in England, den Niederlanden, in Belgien, Italien, in der Schweiz, in Bulgarien, Rumänien, Slowenien und Polen Hopfen an. »Und seit 2013 liefern wir sogar nach

Finnland und Spanien – der Klimawandel ermöglicht den Hopfenanbau mittlerweile auch dort«, sagt der Unternehmer. Außerhalb Europas ist er nicht aktiv. Dort kommen als Kletterhilfe keine Eisendrähte, sondern Schnüre zum Einsatz. Und auch wenn Heinzlmair regelmäßig Alternativen testet: Die Eisendrähte sind das Produkt, mit dem er rund 70 Prozent des Umsatzes erzielt: »Die Hopfenanlagen halten bis zu 50 Jahre, die Drähte müssen dagegen jährlich erneuert werden.«

Das Geschäft mit dem Hopfendraht startete 1978 sein Vater Johann, der selbst Hopfen anbaute. Er belieferte zunächst die Hopfenbauern im Ort und expandierte nach und nach in der Region. Der einstige Nebenerwerb entwickelte sich so erfolgreich, dass Heinzlmair das Unternehmen einige Jahre später ins Handelsregister eintragen ließ. Im ersten Jahr verarbeitete er zwei Tonnen Draht. Heute, vierzig Jahre später, sind es 1500 Tonnen.

Einen beachtlichen Wachstumsschub brachte die frühzeitige Präsenz im Internet. Peter Heinzlmair absolvierte ein Agrartechnikstudium in Landsberg und war zwanzig Jahre lang als Versuchstechniker in der Bayerischen Landesanstalt für Landwirtschaft in Freising beschäftigt. »Dort hatte ich viel mit Computern und Informationstechnologie zu tun und habe früh erkannt, wie wichtig es ist, sich Adressen wie www.hopfendraht.de zu sichern«, sagt er. 1994 stellte er auf der deutschen Website des Unternehmens die ersten Informationen zu seinen Produkten ins Netz. Seit Anfang dieses Jahres können Kunden dort auch online bestellen. »Aber von der Stange verkaufen wir wenig«, sagt Heinzlmair. »Die meisten Hopfenpflanzer wollen individuelle Beratung. Schließlich sind die Anlagen unterschiedlich aufgebaut, wodurch zum Beispiel auch die Länge der Hopfendrähte variiert.«

Produkte ständig verbessern

Einen Umsatzsprung brachte die erste Messeteilnahme 2013 am Mainburger Gallimarkt. Neben einem Volksfest findet dort eine Landmaschinen- und Gewerbeschau mit der weltgrößten Hopfenfachmesse »HopFa« statt. Seither ist Heinzlmair dort jährlich mit einem Stand vertreten: »Das hat unseren Export explodieren lassen.« Potenzielle Kunden schreibt er direkt an, wobei er dem Firmenprospekt immer ein Bestellformular beilegt. Zudem freut er sich über Weiterempfehlungen. Daher ist ihm individueller Service sehr wichtig: »Als kleiner Betrieb sind wir unglaublich flexibel und haben kurze Lieferzeiten.«

Wichtig ist ihm, seine Produktpalette ständig zu verbessern. Derzeit experimentiert er unter anderem mit Kokosschnüren als Ersatz für Eisendrähte. Damit will er vor allem Öko-Hopfenbauern ansprechen. Ganz zufrieden ist er noch nicht mit der pflanzlichen Alternative, da die Seile bei zu viel Nässe reißen können. Eine andere Innovation, die vor 30 Jahren in der DDR entwickelt wurde, gefällt ihm deutlich besser: Die oberen 20 Zentimeter des Drahts werden durch ein Stück Polypropylen ersetzt, sodass sich der Spanndraht plus Hopfenranke problemlos im Wind bewegen kann. Ohne das flexible Ende aus Kunststoff kann es passieren, dass der Eisendraht durch das Hin- und Herwiegen der schweren Ranken durchgescheuert wird und reißt. »Durch das Polypropylen können wir mit dünneren Drähten arbeiten, was 35 Prozent Draht einspart«, erklärt Heinzlmair. Das Anbringen der Kunststoffenden übernimmt ein Unternehmen in Rumänien.

Mit sechs Mitarbeitern in Produktion und Versand erwirtschaftete Heinzlmair 2018 rund zwei Millionen Euro Umsatz. Einkauf, Marketing und Vertrieb übernimmt er selbst. Darüber hinaus engagiert er sich als Aufsichtsrat der Volks- und Raiffeisenbank Bayern Mitte und als Mitglied des IHK-Regionalausschusses Pfaffenhofen an der Ilm. Jetzt will er in eine IT-Lösung investieren, mit der er sein Büro und insbesondere seine Kundendatei digitalisieren kann. »Dann kann ich meine Kunden noch besser ansprechen und bedienen – und mir bleibt mehr Zeit, neue Lösungen für den Hopfenanbau zu entwickeln.« ■

www.hopfendraht.de

WIR BAUEN FÜR SIE – SCHLÜSSELFERTIG

- Gewerbe- und Industriegebäude
- Verbrauchermärkte
- Wohn- und Sozialimmobilien
- Neubau, Umbau, Modernisierung

Wir sind Ihr professioneller Partner für wirtschaftliche Gesamtlösungen mit Termintreue und Qualität.

InnCon Baugesellschaft mbH
Werkstraße 14 · 84513 Töging am Inn · T +49 8631 188 778-0 · info@inncon-bau.de
www.inncon-bau.de

INNCON Baugesellschaft mbH

Josef Wildgruber, Gründer und Geschäftsführer von BBS Automation

Foto: Wolf Heider-Sawall

Dynamischer Senkrechtstarter

Binnen sechs Jahren entwickelte sich die BBS Automation GmbH aus Garching zu einem weltweit aktiven Anlagen- und Maschinenbauer mit rund 800 Mitarbeitern. Eine globale Akquisitionsstrategie ermöglichte das rasante Wachstum.

EVA ELISABETH ERNST

Unternehmensgründung 2013, kurz darauf die Fusion mit einem bayerischen Anlagenbauer, ein Jahr später die Übernahme eines ungleich größeren Mitbewerbers aus den USA, 2018 die Akquisition einer polnischen Softwareschmiede und im Mai 2019 der Kauf eines italienischen Wickelautomatenherstellers: Man braucht kein BWL-Studium, um zu erkennen, dass Josef Wildgruber, Gründer und geschäftsführender Gesellschafter der BBS Automation GmbH, München, seinen Wachstumskurs durch internationale Akquisitionen realisiert.

Die BBS Unternehmensgruppe – das Kürzel steht für »Best Business Solutions« – spezialisiert sich auf maßgeschneiderte halb- und vollautomatische Fertigungs- und Prüfsysteme, in denen Maschinen und Roboter komplette Produkte zusammenbauen oder testen. Im Falle eines Smartphones kann sich die Montagelinie über 50 Meter erstrecken. Für die Produktion von Elektromotoren, wie sie in Pkw-Scheibenwischern zum Einsatz kommen, sind die Anlagen knapp 30 Meter lang. Die Kunden stammen aus den Branchen Automotive, Konsumgüter und Medizintechnik, auf die jeweils dreißig Prozent des Umsatzes entfallen. Den Rest erwirtschaftet BBS mit Automatisierungslösungen für die optische Industrie, für Elektronik- und Luftfahrtunternehmen sowie im Bereich erneuerbare Energien.

»Meine Zielsetzung war es bereits bei der Gründung von BBS Automation, ein internationales Unternehmen aufzubauen«, sagt Josef Wildgruber. »Denn unsere Kunden produzieren heute rund um den Globus und erwarten von uns, dass wir für sie nicht nur in Deutschland, sondern auf der ganzen Welt Montage- und Prüfanlagen bauen können.« Der 58-Jährige, der seit über 40 Jahren in der Branche tätig ist, setzt auf den Kauf etablierter Unternehmen. »Sie müssen ins Mosaik der BBS passen – entweder in technologischer Hinsicht oder weil ihre Standorte zu unserer Globalisierungsstrategie passen.«

Nach der Ausbildung zum Werkzeugmacher studierte Josef Wildgruber Maschinenbau und war danach bei einem japanischen Konzern tätig, in dem er schnell zum Werksleiter aufstieg. 1988 gründete er sein erstes Maschinenbau-Unternehmen in München und baute Standorte in Thailand und China auf. Zur Erschließung des nordamerikanischen Markts fusionierte er mit einem kanadischen Mitbewerber. Nach einem Managementwechsel beschloss Wildgruber 2012, auszusteigen und seine Anteile zu verkaufen.

Ein Neuanfang

Damals war er 52 Jahre alt, wollte sich aber keinesfalls zur Ruhe setzen. Also gründete er die BBS Automation GmbH. »Seither bin ich täglich rund 16 Stunden, sieben Tage die Woche im Einsatz«, sagt Wildgruber. »Das Arbeiten macht mir ein-

fach Spaß.« Dass er einige seiner ehemaligen Mitarbeiter für die BBS Automation gewinnen konnte, erleichterte den Start. »Durch meine internationale Vernetzung standen uns zudem weltweit genügend Fertigungskapazitäten für die ersten Aufträge zur Verfügung«, so Wildgruber.

Bereits wenige Monate später kam es zum Zusammenschluss mit der Behr Systems GmbH in Blaichach, an der Wildgruber seit ihrer Gründung im Jahr 2000 beteiligt war. Eine Herausforderung bildete die Übernahme der ixmation-Gruppe ein Jahr später: Das Unternehmen produziert am Stammsitz in Chicago sowie in Malaysia und China – und schrieb tiefrote Zahlen.

Während das Team von BBS und Behr Automation damals 90 Mitarbeiter umfasste, beschäftigte ixmation 500 Mitarbeiter. Dennoch gelangen Integration und Turnaround binnen eines Jahres. »Wir haben von A bis Z aufgeräumt und die Strukturen vom Vertrieb über die Herstellung der Maschinen bis zu den After-Sales-Prozessen komplett umgekrempelt«, so Wildgruber. »Dabei konnte ich mich auf unsere erfahrenen Mitarbeiter verlassen, die nicht nur die Branche kennen, sondern auch wissen, worauf es ankommt, wenn man erfolgreich Hightech-Maschinen bauen will.«

Darum geht's

- Seit Gründung 2013 ist die BBS Automation-Gruppe rasant gewachsen.
- Die Expansion erreicht das Unternehmen durch Übernahme und Integration anderer Gesellschaften.
- Der Auslandsanteil des Umsatzes liegt mittlerweile bei 70 Prozent.

Passendes Know-how

Zum Kauf des polnischen Systemhauses ANT Solutions 2018 entschied sich BBS Automation nach einer Analyse der eigenen Stärken und Schwächen: »Beim Thema Mechanik sind wir sehr stark. Uns fehlte jedoch die Softwareseite, die in Zeiten der Digitalisierung immer wichtiger wird«, sagt Wildgruber. Das Know-how der Neuakquisition schließt diese Lücke. ANT Solutions spezialisiert sich auf Softwarelösungen rund um die Überwachung und Optimierung von Produktions-, Wartungs- und Logistikprozessen. Die jüngste, aber laut Wildgruber keinesfalls letzte Akquisition wurde im Mai 2019 abgeschlossen: BBS erwarb den italienischen Wickelautomatenhersteller Team Automation.

Für 2019 rechnet Wildgruber damit, dass die über 800 Mitarbeiter der BBS-Automation-Gruppe einen Umsatz von rund 200 Millionen Euro erwirtschaften, der Auslandsanteil liegt bei 70 Prozent. »BBS agiert wie eine Familie – und zwar wie eine gut funktionierende«, betont Wildgruber. »Jeder unterstützt jeden, wobei die Zentrale in Garching quasi als Familienoberhaupt fungiert.« Hier befinden sich die Verwaltung und das Engineering Center.

Dass in Garching nicht produziert wird, sieht Wildgruber als großen Vorteil: »Dadurch sind unsere Kapazitäten nicht durch das Tagesgeschäft gebunden und wir können unsere Werke besser unterstützen.« Ein Team aus der Zentrale sieht sich jedes Projekt an, bevor Angebote abgegeben werden. Dabei kommt meist das Prinzip des »simultaneous engineering« zum Tragen: Bereits während der Kunde sein Produkt entwickelt, planen die Experten bei BBS Automation die Anlagen, die für dessen Herstellung erforderlich sind.

»Anfang der 1990er-Jahre vergingen zwischen der Auftragserteilung für eine Anlage und deren Auslieferung und Inbetriebnahme rund 18 Monate«, so Wildgruber. »Heute dauert es zwischen sechs und zwölf Monaten, bis unsere Kunden mit unseren Anlagen produzieren können.«

Derzeit arbeitet Wildgruber intensiv daran, eine junge Führungsebene aufzubauen, die das Unternehmen in die Zukunft leiten wird. Dabei kann er auf die Unterstützung seiner Tochter Carina (30) zählen, die nach einem Luftverkehrsmanagement-Studium und ersten beruflichen Erfahrungen in einem anderen Unternehmen bei BBS einstieg. Anschließend absolvierte sie ein Finance- und ein Maschinenbau-Studium – berufsbegleitend.

Offensichtlich haben sich das große persönliche Engagement und die Begeisterung für den globalen Maschinen- und Anlagenbau vom Vater auf die Tochter übertragen. **www.bbsautomation.com** ■

Die *Unsicherheit* bleibt

Der Brexit wird kommen – aber in welcher Form? Unternehmen, die mit dem Vereinigten Königreich im Geschäft bleiben wollen, sollten auf ein Worst-Case-Szenario vorbereitet sein.

MECHTHILDE GRUBER

Das jahrelange Gezerre um den EU-Austritt Großbritanniens bleibt spannend: »Hier weiß wirklich niemand, wie das ausgehen wird«, sagt Ulrich Hoppe, Hauptgeschäftsführer der Deutsch-Britischen Industrie- und Handelskammer in London. Das gilt auch, nachdem Boris Johnson die Regierungsgeschäfte in Downing Street Number 10 übernommen hat.

Der neue Premierminister hat angekündigt, die EU notfalls auch ohne Austrittsvertrag verlassen zu wollen. Andererseits will das britische Parlament einen No-Deal mit Zöllen und Kontrollen verhindern. Und die EU beabsichtigt nicht, den Austrittsvertrag noch einmal aufzuschnüren und bedeutende Zugeständnisse zu machen. Deshalb sind weiterhin mehrere Szenarien denkbar:

- Neuwahlen,
- eine nochmalige Verschiebung der Austrittsfrist oder aber
- ein ungeregelter Brexit.

»Wir gehen davon aus, dass es zu einem harten Brexit kommen wird, ohne Abkommen und Übergangsfrist«, sagt Alexander Lau, stellvertretender Bereichsleiter Außenwirtschaft der IHK für München und Oberbayern. »Die Frage ist nur, wann.« Die Zeit bis zum 31. Oktober 2019, dem voraussichtlichen Austrittsdatum, ist knapp. Firmen sollten sie unbedingt nutzen, um sich auf einen ungeregelten Austritt einzustellen.

Mit einem Handelsvolumen von aktuell rund 18 Milliarden Euro wird Großbritannien auch in Zukunft einer der wichtigsten Handelspartner für Bayerns Wirtschaft bleiben, auch wenn der Handel in 2018 bereits zurückgegangen ist So spiegelt sich in den Außenhandelszahlen für April 2019 der ursprünglich für März geplante Brexit deutlich wider: Gegenüber dem Vormonat sanken die Importe um 25 Prozent, die Exporte um 17 Prozent. Die Zahlen machen deutlich, welche Herausforderung ein ungeordneter Brexit für Bayerns Unternehmen wäre. »Spätestens jetzt müssen die richtigen Maßnahmen getroffen werden«, rät Jessica de Pleitez, IHK-Referentin für EU-Politk und Ansprechpartnerin zum Thema Brexit.

Zölle – Übergang abfedern

Unternehmen sollten unbedingt Kompetenz für eine künftige Zollabwicklung aufbauen. Zollkontrollen sind zeitaufwendig und teuer – und künftig unvermeidlich. IHK-Experte Lau rät daher Unternehmen, wenn möglich jetzt noch unter den Bedingungen des Binnenmarkts Waren ins Vereinigte Königreich einzuführen und Geschäfte abzuwickeln. »Die britische Zollverwaltung ist noch immer nicht vorbereitet auf das, was da kommen wird«, warnt der Außenwirtschaftsexperte. Bei einem No-Deal-Szenario ist deshalb an den Grenzen mit chaotischen Zuständen zu rechnen. Viele Unternehmen haben darum in Lagerhaltung investiert, um Liefersicherheit wenigstens für einige Monate zu garantieren.

Dienstleistungen – neue Regeln

Ebenfalls noch nicht absehbar sind die Veränderungen bei grenzüberschreitenden Dienstleistungen. Zwar sind Übergangsfristen in Aussicht gestellt.

Für längere Aufenthalte werden jedoch neue Regelungen gelten, die die britische Regierung möglicherweise erst in letzter Minute festlegen wird. Visa und Arbeitserlaubnisse könnten künftig notwendig sein. Über aktuelle Entwicklungen dazu informiert die britische Botschaft in Berlin auf ihrer Website (www.gov.uk/world/organisations/british-embassy-berlin).

IHK-Service zum Brexit

Die IHK für München und Oberbayern berät Unternehmen bei Fragen rund um den Brexit und informiert über aktuelle Entwicklungen unter:
www.ihk-muenchen.de/brexit
Dort können sich Unternehmen nicht nur mit den potenziellen zolltechnischen, rechtlichen, steuerlichen, arbeits- und entsenderechtlichen Änderungen ab dem Zeitpunkt des EU-Austritts vertraut machen. Sie finden auch eine Checkliste, mit der sie prüfen können, welche Vorbereitungen für ihren Betrieb jetzt noch notwendig sind.
Sie erreichen die IHK-Experten auch per E-Mail unter
brexit@muenchen.ihk.de sowie über die Brexit-Hotline: 089 5116-1110

Geschäft auf dem Prüfstand

Rechtfertigt der britische Markt den gestiegenen Aufwand in Zukunft noch? Kann das Unternehmen bei höheren Kosten und ungünstigerem Wechselkurs noch konkurrenzfähig sein? Auch diese Fragen sollten sich Firmen in der Vorbereitung auf den Brexit stellen.

Bei vielen Unternehmen wird die Antwort darauf positiv ausfallen. Bayerische Firmen sind selbst auf schwierigeren Auslandsmärkten sehr erfolgreich. Gut vorbereitet, wird deshalb das Vereinigte Königreich auch als Drittland außerhalb der EU keine zu große Herausforderung für sie sein. ■

IHK-Ansprechpartnerin zum Brexit
Jessica de Pleitez, Tel. 089 5116-1337
jessica.pleitez@muenchen.ihk.de

Anlagen für kreative Brauer

BrauKon im Chiemgau hat sich in kurzer Zeit als Hersteller von Brauereianlagen weltweit einen Namen gemacht. Wie ist das dem 2003 gegründeten Unternehmen gelungen?

JOSEF STELZER

Markus Lohner, Geschäftsführer, Gründer und Miteigentümer der BrauKon GmbH in Seeon, kann auf eine beeindruckende Erfolgsgeschichte zurückblicken. Binnen weniger Jahre schaffte es der 52-Jährige, aus einem unbekannten Start-up im idyllischen Chiemgau ein international renommiertes Unternehmen zu formen.

BrauKon liefert weltweit schlüsselfertige Anlagen für die Brau- und Getränkeindustrie, vorwiegend an kleine und mittelständische Brauereien, aber auch Großfirmen sind dabei. Mittlerweile gehören mehr als 550 Unternehmen zu den Abnehmern. Die Aufträge kommen aus Europa, den USA, aus Südamerika und Australien. Allein an der US-amerikanischen Ostküste sind es rund 50 Kunden. Der Chiemgauer Brauanlagenspezialist hat bislang Brauereien in weltweit über 50 Ländern versorgt. Sogar in Samoa im Pazifik steht eine BrauKon-Anlage. Dabei existiert das Unternehmen erst seit 2003.

Gründer Lohner wusste vom Start weg genau, was seine Kunden erwarten. »Das Bier, das sie herstellen, muss schmecken«, sagt der Unternehmer. Das klingt einfacher, als es ist. Die BrauKon-Anlagen helfen den Brauern dabei, dass dies auch klappt, ganz gleich, ob es sich um Helles, Weißbier, Pils oder obergärige Ale-Sorten handelt.

Der gelernte Braumeister kennt die Branche in- und auswendig. Sechs Jahre lang war er bei der Augustinerbrauerei in München tätig, danach folgten sieben Jahre bei einem Brauereianlagenhersteller im Chiemgau. Vor der Firmengründung war er Braumeister im Hofbräuhaus in Newport, Cincinnati. Das breite Spektrum an Erfahrungen im In- und Ausland sollte ihm zugutekommen, um später auch als Unternehmer erfolgreich zu sein.

Nachdem Lohner 2003 den Produktionsbetrieb gestartet hatte, ging es Schritt für Schritt bergauf. Den ersten großen Auftrag erhielt er aus den USA, und zwar von der Tröegs Brewing Company in Hershey, Pennsylvania. Den Kontakt hatte er auf einer Brauereimesse in San Diego geknüpft. Es folgten 2005 eine komplette neue Anlage für die Brauerei Falter in Drachselsried und ein neues Sudhaus für die Klosterbrauerei Mallersdorf. Im selben Jahr verstärkte Braumeister Christian Nuber das BrauKon-Team, 2008 stieg er

Eigene Brauerei in Seeon – BrauKon-Geschäftsführer Markus Lohner und Christian Nuber (kleines Bild, r.)

Fotos: BrauKon/argum/Manuel Uebler

Darum geht's

- Der Brauanlagenspezialist setzt konsequent auf Innovationen.
- Eine eigene Brauerei hilft, Kundenbedürfnisse rasch zu erkennen und die Anlagen darauf auszurichten.
- Von Anfang an verfolgte BrauKon eine Internationalisierungsstrategie.

in die Geschäftsführung ein. »Die Chance, beim Aufbau des Unternehmens in leitender Position mitzuwirken, wollte ich mir nicht entgehen lassen«, sagt der 50-Jährige. Wohl eine gute Entscheidung. Der Umsatz des Unternehmens hat sich seit 2010 auf über 30 Millionen Euro mehr als verfünffacht. Mittlerweile beschäftigt BrauKon mehr als 100 Mitarbeiter, davon über 30 Braumeister und Ingenieure sowie sieben Auszubildende.

Patentiertes System

Mit wegweisenden Neuerungen liefert das Unternehmen seinen Kunden offenbar genau die passenden Anlagen, um schmackhafte Biere brauen zu können. So garantiert das sogenannte HopGun, ein von BrauKon patentiertes System, dass sich Öle und Aromen aus Hopfenpellets im fertigen Bier konstant und effizient auflösen. »Damit steigen die Ausbeute und Geschmacksstabilität gegenüber konventionellen Verfahren erheblich – genau das, was sich kreative Brauer wünschen«, sagt Nuber. Hopfenmenge, Zeitpunkt sowie Dauer der Hopfendosierung sind frei wählbar. Die Anlage lässt sich jederzeit für Brauereien nachrüsten.

Dass manche Wettbewerber die Anlage illegal kopieren und die Plagiate sogar öffentlich präsentieren, zeigte sich 2018 auf der Fachmesse BrauBeviale in Nürnberg. Dort wurde ein Konkurrent entdeckt, der dreist mit einem HopGun-Plagiat um Kunden warb. Der Patentverstoß wurde angezeigt, der Anbieter musste das Imitat sofort entfernen.

Das Unternehmen ist vielfach prämiert. Bereits vor rund zehn Jahren erhielt BrauKon die Auszeichnung Top-Innovator als eines der 100 innovativsten Unternehmen im deutschen Mittelstand. 2016 schaffte es die Firma unter Bayerns Best 50. Die Auszeichnung des Freistaats ehrt besonders wachstumsstarke Mittelständler, die die Zahl ihrer Mitarbeiter und ihren Umsatz überdurchschnittlich steigern konnten.

2017 bekam das Unternehmen beim Wirtschaftspreis Chiemgauer Panther einen Sonderpreis für sein Konzept zur Berufsausbildung. Und beim Großen Preis des Mittelstandes der Oskar-Patzelt-Stiftung 2018 zählte BrauKon zu den Finalisten. Die Jury lobte unter anderem die enorme Innovationskraft des oberbayerischen Anlagenherstellers. Gemeinsam mit der TU München-Weihenstephan sowie dem Fraunhofer Institut forschte BrauKon beispielsweise zum Thema energieeffiziente Brauereien.

Weltweit einmalig ist die Kombination aus Anlagenbau und der eigenen Brauerei Camba Bavaria, die Bierspezialitäten in Seeon produziert. »Wir kennen also die Herausforderungen im Alltag einer Brauerei, unsere Erfahrungen geben wir an unsere Kunden weiter, gewissermaßen von Brauern für Brauer, und lassen die Erkenntnisse direkt in unsere Technik einfließen«, so Nuber.

Um Montage und Inbetriebnahme der Anlagen kümmert sich ein BrauKon-Team beim Kunden vor Ort. Per Teleservice lassen sich die fertiggestellten Brauereien jederzeit und dauerhaft überwachen. Bei der Fernwartung verbinden die Servicetechniker die Zentrale in Seeon mit den Steuerungssystemen und können dadurch Fehler erkennen und sogar online beheben.

Auch in puncto Finanzierung zeigt sich das Unternehmen gut gerüstet. Die BayBG (Bayerische Beteiligungsgesellschaft) ist seit 2010 mit einer stillen Beteiligung dabei. BrauKon-Geschäftsführer Lohner lobt die langfristig angelegte Zusammenarbeit: »Mit dem Engagement der BayBG, das wir Anfang 2019 gemeinsam verlängert haben, können wir unseren Erfolgsweg weitergehen und sind ebenso stabil wie ausgewogen finanziert.« ■

www.braukon.de

Besuchen Sie Klaus Koller auf YouTube und sehen Sie seine Auto-, Informations-, Natur- und Reisevideos.

Auf YouTube geben Sie einfach "Klaus Koller" ein, um auf seine Videos zu gelangen. Sie können gerne den Kanal abonnieren, um kein Video zu verpassen.

Weitere Informationen über Klaus Koller finden Sie unter klauskoller.de

kollerfinance.de

Wir finanzieren Bayerns Mittelstand

Leasing und Finanzierung für mobile Wirtschaftsgüter

PKW LKW	Einrichtungen Büroausstattungen	IT Medientechnik
Maschinen	Sicherheitstechnik Ausrüstungen	Therapiegeräte Medizintechnik

Stellen Sie bei uns online oder telefonisch Ihre Anfrage

Steuerlich interessant schon ab einem Kaufpreis von 3.000 Euro

Nehmen Sie mit uns Kontakt auf und senden uns Ihr Händler-Angebot über die geplante Anschaffung. Wir erstellen Ihnen ein herstellerunabhängiges Leasingangebot oder Finanzierungsangebot.
E-Mail: vetrieb@koller-finance.de

koller finance
85622 München-Feldkirchen

Information und Beratung
089-9455220

Ein persönliches Gespräch ist unser wichtigstes Informationsangebot

»Ich will ein aktives Rädchen im Getriebe sein«

Der Medizintechnikunternehmer Thomas Heske setzt sich in seinen Ehrenämtern beharrlich für den Abbau von Bürokratie ein, unter der seine Branche besonders leidet.

HARRIET AUSTEN

Von einem Erfolgserlebnis erzählt Unternehmer Thomas Heske besonders gern: Der geschäftsführende Gesellschafter der BIP Biomedizinische Instrumente und Produkte GmbH sitzt seit 2018 im Mittelstandsausschuss des Deutschen Industrie- und Handelskammertags (DIHK). Als dieser Ausschuss Empfehlungen zum Bürokratieabbau formulierte, nahm Bundeswirtschaftsminister Peter Altmaier (CSU) diese Vorschläge sofort in sein Eckpunktepapier zum Bürokratieentlastungsgesetz III auf. Das Papier ist nun Grundlage der Gespräche zwischen den Ministerien. »Das hat mich persönlich sehr gefreut. Endlich tut sich etwas«, sagt Heske stolz.

Der Kampf gegen überbordende Bürokratie ist Heskes Thema Nummer eins. Sein Anliegen könne er bei der IHK für München und Oberbayern und beim DIHK, der Dachorganisation der IHKs, am besten an die richtigen Stellen transportieren, findet der Unternehmer. Deshalb engagiert er sich dort seit 2006 ehrenamtlich in verschiedenen Gremien. »Wir haben keine Lobbyisten«, verweist er auf die mittelständischen Medizintechnikhersteller. »Aber über die IHK kann ich etwas bewegen und versuchen, die Weichen so zu stellen, dass die Hürden nicht zu groß werden.« Schließlich käme bei der IHK neben der Großindustrie auch der Mittelstand zu Wort.

Als mittelständischer Unternehmer kann Heske nicht mit ansehen, wie Anforderungen, Richtlinien und Vorschriften immer höher geschraubt werden. »Das killt unsere Branche«, sagt er. Seine Kritik bezieht sich zum Beispiel auf den Generalverdacht, unter den die Medizintechnikhersteller seiner Ansicht nach seit dem Brustimplantate-Skandal gestellt werden. Die Folge: Der Aufwand und die Preise für die Dokumentation und teils unangekündigte Audits hätten sich verdoppelt. »Die Überregulierung ist für uns nicht mehr machbar«, klagt Heske. Zudem würden sich die Innovationszyklen verlängern und die Preise steigen, »Dinge, die einen maßlos blockieren«, kritisiert der Unternehmer. Kein Wunder, dass Heske

Foto: Marion Vogel

»Über die IHK kann ich etwas bewegen« – Unternehmer Thomas Heske

Zur Person

Thomas Heske studierte Elektrotechnik und arbeitete zunächst beim Avionik-Bussystemhersteller Acal Auriema/Technitron in München. 1991 übernahm er bei BIP Biomedizinische Instrumente und Produkte die Leitung von Vertrieb und Marketing. Seit 1993 ist er geschäftsführender Gesellschafter. Der Diplomingenieur engagiert sich seit 2006 in der IHK-Organisation in Ausschüssen, Arbeitskreisen und Gremien. Er ist verheiratet und hat einen Sohn.

im DIHK-Gesundheitsausschuss sowie im IHK-Arbeitskreis Gesundheitswirtschaft immer wieder den Bürokratismus anprangert. »Wir besprechen die Probleme, evaluieren die Situation und versuchen, Einfluss zu nehmen«, beschreibt er die gemeinsamen Aktivitäten. Der zentrale Vorteil sei, dass Unternehmer sich in den Ausschüssen direkt an Politiker wenden und ihre Schwierigkeiten mit ihnen diskutieren können. »Unsere Rufe werden gehört«, sagt Heske zuversichtlich. Er macht immer wieder die Erfahrung, dass Ideen gern aufgenommen, in der IHK-Vollversammlung in Positionspapiere umgesetzt und an die Politik weitergereicht werden. »Das geht ja sonst nicht als einzelner Mittelständler«, so der Unternehmer.

Dass er durch sein ehrenamtliches Engagement bei der IHK-Organisation einiges bewirken kann, ist auch der Hauptgrund dafür, dass er derzeit gleich in fünf Gremien aktiv ist. Er knüpft dort »interessante Kontakte« mit der Großindustrie und anderen Medizintechnikherstellern und gewinnt Einblick in neue Firmen. Zeitlich kann er den Zusatzaufwand bewältigen, »weil ich ein Superteam habe, das alle Prozesse beherrscht«, sagt der 56-Jährige.

Junge Unternehmer fördern

Heske hatte schon immer den Wunsch, über seine Firma hinaus etwas zu bewegen. Daher stimmte er spontan zu, als ein befreundeter Unternehmer ihm 2006 vorschlug, sich im damaligen IHK-Gremium Dachau-Fürstenfeldbruck – heute IHK-Regionalausschuss Fürstenfeldbruck – zu engagieren. Auch dem IHK-Industrie- und Innovationsausschuss gehört Heske seit 2006 an. »Die Themen überschneiden sich«, sagt er, daraus ergeben sich willkommene Synergieeffekte.

Außerdem setzt er sich dort dafür ein, innovative Start-ups zu fördern und Maßnahmen zu entwickeln, wie man junge Menschen dazu motivieren kann, sich selbstständig zu machen. Vielleicht spielt der Werdegang seines Vaters Norbert Heske dabei eine Rolle, der 1980 mit seiner ersten Firma den Grundstein zur Gründung der BIP Biomedizinische Instrumente und Produkte GmbH legte. BIP beschäftigt sich sehr erfolgreich mit der Entwicklung und Vermarktung von automatisierten Biopsiesystemen zur Gewebeentnahme am menschlichen Körper. Einige vom Vater und später gemeinsam im Team entwickelte und patentierte Geräte sind führend auf dem Weltmarkt und in 70 Prozent aller Kliniken im Einsatz.

Heskes zentrale Anliegen sind, Patienten zu helfen, für die mittelständischen Medizintechnikhersteller zu sprechen und sich aus Verantwortung für die Mitarbeiter auch um die Gesundheit der eigenen Firma zu kümmern. Deshalb setzt Heske sich in allen Gremien beharrlich dafür ein, die Wirtschaft weiter am Florieren zu halten: »Ich will ein aktives Rädchen im Getriebe sein.« Die Probleme auf eine andere Ebene zu heben, macht ihn persönlich zufriedener: »Nur jammern und klagen hilft nichts, man kann durchaus etwas verbessern«, ist der Unternehmer überzeugt. ■

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

Wir gestalten Standorte produktiver.

Ganzheitlich planen und **kostensicher** bauen **mit HP3**

Mit unserem HP3 Stufenmodell unterstützen wir Sie sowohl bei der Realisierung neuer Büro- und Fertigungsstandorte als auch bei der Erweiterung und Optimierung gewachsener Werkstrukturen.

Das HP3 Stufenmodell basiert auf unserer über 60-jährigen Erfahrung im Industrie- und Gewerbebau, dem konsequenten Einsatz von BIM und einem kompletten Leistungsspektrum unter einem Dach:

- Fabrik- und Standortplanung
- Generalplanung und Architektur
- HLSE-Planung
- Projektmanagement und Bauausführung

hinterschwepfinger

Hinterschwepfinger Projekt GmbH
84561 Mehring bei Burghausen
Tel. 0 86 77-98 08 0
www.hinterschwepfinger.de

Tinte, Toner und Kaffee

Das Geschäft mit Druckertinte und -toner ist stark standardisiert. Das Unternehmen Media-Concept Bürobedarf hat dennoch Wege gefunden, sich von Wettbewerbern erfolgreich abzuheben.

EVA ELISABETH ERNST

Das »Drucker Cockpit« ist so etwas wie das Herzstück. Hier geben die Kunden der Webshops von Media-Concept den Namen des Druckers ein, für den sie Tinte oder Toner benötigen. Daraufhin werden ihnen nur Produkte angeboten, die genau zum Gerät passen. »So stellen wir sicher, dass die Kunden nicht das Falsche bestellen«, erklärt Ulrich Seidel (44), Geschäftsführer der Media-Concept Bürobedarf GmbH, und beschreibt damit einen wichtigen Erfolgsbaustein des E-Commerce-Unternehmens. Zudem ist beim Handel mit Tinte und Toner die Liefergeschwindigkeit wichtig: »Alles muss auf Lager sein und schnell verpackt werden – nur so bekommt der Kunde am nächsten Tag seine Ware.«

Als der erste Webshop 2003 unter tinte24.de online ging, diente noch eine Garage in Oberhaching bei München als Firmensitz und Lager. Die Gründer Dieter Büchl und Andreas Gebauer, beide Jahrgang 1974, zählen damit fast schon zu den deutschen E-Commerce-Pionieren. Schließlich war es damals erst acht Jahre her, dass Jeff Bezos den allerersten Verkauf über das Internet tätigte. Inzwischen hat sich das Unternehmen zu einem führenden Anbieter von Druckertinte und -toner in Europa entwickelt. »2003 war es natürlich deutlich einfacher als heute,

Geschäftsführerteam der Media-Concept Bürobedarf GmbH – Ulrich Seidel, Andreas Gebauer und Sebastian Köhler (v.l.)

Foto: BayBG/avisio

Darum geht's

- Media-Concept Bürobedarf setzt auf einfache Bestellprozesse und kurze Lieferzeiten.
- Um die Strukturen schlank zu halten, entwickelt und programmiert die Firma alle Kernprozesse selbst.
- 2015 startete die Eigenmarke Prindo.

einen Onlineshop zu etablieren«, sagt Geschäftsführer Seidel. Allerdings gibt es in diesem Markt mit seiner begrenzten Palette an standardisierten Produkten einiger weniger Hersteller nicht viele Differenzierungsmerkmale. Schnell und zuverlässig zu liefern ist daher essenziell. Mindestens genauso wichtig sind konkurrenzfähige Preise und schlanke Strukturen. »Dass wir von Anfang an Geld verdient haben, lag auch daran, dass wir die Softwareplattform für all unsere Shops selbst geschrieben haben und nach wie vor großen Wert darauf legen, unsere Kernprozesse selbst zu entwickeln und auch zu programmieren«, sagt Sebastian Köhler, der für die IT verantwortliche Geschäftsführer.

Um das Wachstum sowie den Exit des Gründers Dieter Büchl zu finanzieren, wurden 2011 die Finanzinvestoren Hannover Finanz und BayernLB Capital Partner in den Kreis der Gesellschafter aufgenommen. Nach dem Ausstieg von BayernLB Capital Partner engagierte sich Anfang dieses Jahres die BayBG Bayerische Beteiligungsgesellschaft bei Media-Concept. Das Geschäft mit Druckertinte und -toner lief von Anfang an gut. Die ersten Mitbewerber konzentrierten sich vorrangig auf das Wiederbefüllen von Tintenpatronen und Tonerkartuschen. »Die Hersteller waren daher offen für neue Vertriebswege«, so Geschäftsführer Seidel. Zudem verkaufte Media-Concept ausschließlich die Originalprodukte der Druckerhersteller. Zug um Zug erschloss sich das Unternehmen Märkte in Europa. Mittlerweile unterhält es rund 30 Onlineshops in neun Ländern. 2015 veränderten die heutigen Geschäftsführer Andreas Gebauer, Ulrich Seidel und Sebastian Köhler diesen Teil der Unternehmensstrategie: Sie führten die Eigenmarke Prindo ein, die Seidel als »hochwertige und zuverlässige Alternativprodukte zum fairen Preis« definiert. In jedem Land, in das sie liefern, stellte das Unternehmen einen Prindo-Onlineshop ins Netz. Für den Markenaufbau sollen sie die anderen Onlinedependancen nach und nach ablösen. »Da alle unsere Shops auf derselben Software basieren und über ähnliche Sortimente verfügen, ist es relativ wenig Aufwand, mehrere Shops parallel laufen zu lassen«, sagt Seidel. Die hohe Zahl der Wiederkäufer und die zweistelligen Wachstumsraten, die Media-Concept mit dem Prindo-Sortiment erzielt, bestätigen den Erfolg des Strategiewechsels. Allerdings werde die Eigenmarke nicht kompromisslos hochgefahren: »Wir arbeiten nach wie vor gerne und gut mit den Herstellern zusammen«, betont der Geschäftsführer.

> »Alles muss auf Lager sein und schnell verpackt werden.«
>
> Ulrich Seidel, Geschäftsführer von Media-Concept Bürobedarf

Service für die Kunden

Neben der Eigenmarke will das Unternehmen Smart Services ausbauen. »Drucker wissen, wie viel Tinte oder Toner sie noch zur Verfügung haben«, erklärt Seidel das Prinzip. »Auf Wunsch rufen wir diese Informationen ab und informieren die Kunden, wenn es Zeit wird nachzubestellen.« Der Ink Service wurde 2018 eingeführt und gut angenommen. »Das Prinzip ist allerdings erklärungsbedürftig. Daher wollen wir Vertriebspartnerschaften aufbauen.« Mit Supplies24 etablierte Media-Concept außerdem eine eigene Plattform für Wiederverkäufer und Großkunden. Für B2B-Kunden gibt es eigene Services, wie etwa IT-Schnittstellen zum Preisabruf oder zur Übermittlung von Bestellungen. Drop Shipment zählt ebenfalls dazu: Dabei verschickt Media-Concept im Namen des Kunden direkt an dessen Kunden.

Im vergangenen Jahr setzte das Unternehmen mit rund 100 Mitarbeitern knapp 100 Millionen Euro um. Tinte und Toner tragen nach wie vor den Hauptteil bei. Mittlerweile bieten die Onlineshops auch Drucker, Büromaterial und Kaffee. »Die Beschaffungsprozesse des typischen Bürokaffees sind schließlich genauso wie bei Tinte und Toner«, sagt Seidel und schließt weitere Sortimentsergänzungen nicht aus.

Das moderne Zentrallager in Augsburg, das 2016 bezogen wurde und über 5500 Quadratmeter Lagerfläche verfügt, biete durchaus noch Kapazitäten. Dabei kann sich Seidel Kooperationen mit mittelständischen Unternehmen vorstellen, die vom Digitalisierungs-Know-how bei Media-Concept profitieren könnten. Das würde gut zum Selbstverständnis des Unternehmens passen. Seidel: »Wir sehen uns nämlich weniger als klassischen Händler, sondern primär als Technologieunternehmen.« ■

www.media-concept.com

Foto: BayBG/avisio

Zweistellige Wachstumsraten – Eigenmarke Prindo

Ausprobieren und **dazulernen**

Was verändert künstliche Intelligenz (KI) in Hotellerie und Gastronomie? Touristikexperte Michael Buller erklärt, wo die Chancen liegen und welche Faktoren wichtig sind.

ULRICH PFAFFENBERGER

Herr Buller, welche neuen Services ermöglicht KI in Hotellerie und Gastronomie?
Ich nehme hier einmal den Anbieter Voya als Beispiel. Da geht es zwar um Geschäftsreisen, aber das Muster ist übertragbar. Die haben vor etwa fünf Jahren angefangen, für Geschäftskunden mittels Chatbots über gezielte Fragen Buchungen auszuführen. Das ist insofern anspruchsvoll, als das System auch die Reiserichtlinien des jeweiligen Unternehmens kennen muss. Ein Computer kann diese auf jeden Fall schneller anwenden als ein menschlicher Mitarbeiter. Denn er hat alle relevanten Daten im Cache sofort abrufbar. Darüber hinaus ist es für einen Anrufenden komfortabler – und auch noch angenehmer –, mit einer Stimme zu sprechen, als Ziffern über die Tastatur einzugeben.

> »Die Spracherkennung hat enorme Fortschritte gemacht.«
>
> Michael Buller, Berater und Vorstand des Verbands Internet Reisevertrieb e.V. (VIR)

Foto: VIR e.V.

Das hört sich relativ simpel an. Wo steckt da die Intelligenz?
In einer Software, die mit der Zeit immer fachspezifischer wird und damit anspruchsvoller – eben über Routine hinaus. Immerhin muss sich das System eine eigene Semantik erschließen. Hier hilft die Spracherkennung. Sie hat enorme Fortschritte gemacht und lässt das Buchungssystem aktiv auf den Kunden eingehen. Es fragt zum Beispiel: »Wollen Sie das Zimmer vom vorigen Besuch haben?«

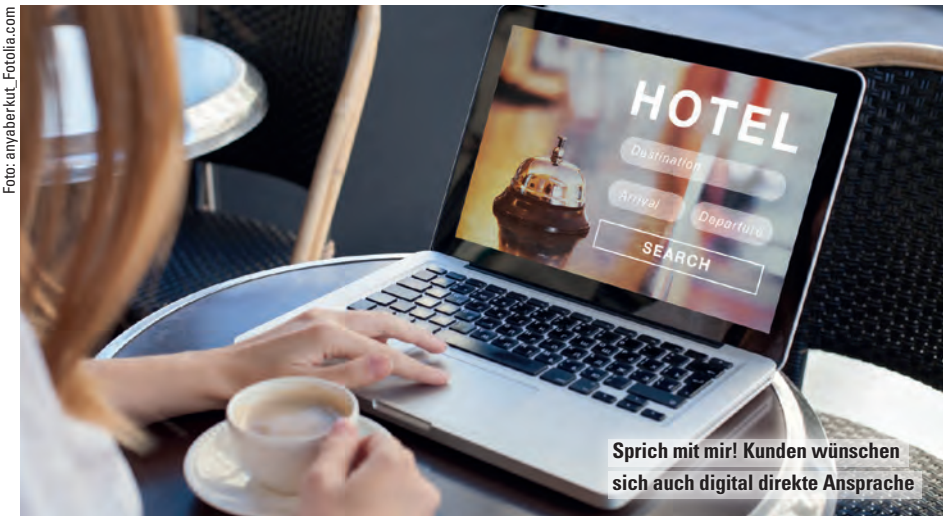


Foto: anyaberkut_Fotolia.com

Sprich mit mir! Kunden wünschen sich auch digital direkte Ansprache

Wie passt das zu den Ansprüchen der Kunden?
Etwa 45 Prozent der Nutzer haben laut einer Studie gar kein Problem damit, mit einer Maschine zu kommunizieren. Nur eben nicht per Auswahlmenü, sondern in einem wirklich anmutenden Dialog. Man will mit jemandem reden, der einen versteht, weil man nicht in ein Raster fällt – oder fallen will. Das führt zu einem positiven Dominoeffekt: Wenn jemand mit mir spricht, gebe ich viel mehr Informationen von mir preis als etwa in einem vorgegebenen Menü auf der Website. Damit kann die KI wiederum viel präziser antworten und arbeiten. Das ist gerade in der Tourismusbranche extrem wertvoll, wo man

sehr differenziert kommunizieren kann und muss.

Ist KI eine nachhaltige Antwort auf den Fachkräftemangel?
Ja und nein. Unternehmen, die für Mitarbeiter keine Attraktivität ausstrahlen, werden auch mit KI nicht den Markt von hinten aufrollen. Im Gegenteil: Wer im menschlichen Umgang schwächelt, kann dies nicht mit Robotern ausgleichen. Wenn aber ein Restaurant oder ein Hotel die Technik dazu nutzt, seinen Mitarbeitern lästige Routinen via KI abzunehmen und ihnen so mehr Freiheit zur Entfaltung ihrer Talente zu geben, dann gewinnt es an Attraktivität. Das geht natürlich nicht in jedem Bereich, zumindest heute. Aber wer weiß, vielleicht haben wir irgendwann Maschinen, die auch ein Zimmer reinigen können.

Wo liegen die Risiken?
Wir sind leider viel zu ängstlich und zögerlich mit neuen Entwicklungen. Das ist in der Welt der KI tödlich. Wir befinden uns in einem Wettrennen, in dem die USA und China schon meilenweit vorauslaufen. Dem ist nicht mehr beizukommen, indem wir hierzulande Verbote aussprechen. Auch nützt es nichts, auf Förderung vom Staat zu warten, die darüber hinaus eh schon viel zu niedrig ist, wir müssen selbst zu laufen beginnen. Dafür braucht es übrigens natürliche, menschliche Intelligenz.

Wo liegen die Chancen?
Nichts bleibt, wie es ist, und ganz sicher wird es eine Zeit nach der jetzigen Plattform-Economy geben. Das heißt nicht, dass Websites wie booking.com von der Bühne verschwinden. Im Moment prozessiert die Branche lieber gegen diese unliebsamen Faktoren, als dass sie über konkurrenzfähige Alternativen nachdenkt. Noch einmal: Ausprobieren ist das Gebot der Stunde. Selbst wenn eine Idee scheitert, ist der Ertrag an Erkenntnis größer als der Aufwand. ■

Zur Person

Michael Buller (53) aus Unterhaching kommt aus der klassischen Touristik und gilt heute als einer der Vordenker der Reisebranche. Der Berater ist seit 2009 Vorstand des Verbands Internet Reisevertrieb e.V. (VIR), der wichtigsten Branchenvereinigung der Internetreisebranche.

WIR FÖRDERN
DIGITAL UND ANALOG

Bayerns Mittelstand ist stark in seiner Vielfalt. Als Förderbank für Bayern finanzieren wir digitale Ideen genauso wie bewährte Konzepte. Gerne beraten wir Sie kostenfrei, wie Sie unsere Fördermöglichkeiten nutzen können. Tel. 0800 - 21 24 24 0

NEU
INNOVATIONSKREDIT 4.0
MIT TILGUNGSZUSCHUSS

LfA FÖRDERBANK BAYERN
Beratung. Finanzierung. Erfolg.

www.lfa.de

Reinhard und Iris Büchl mit ihrem Vater Reinhard Büchl senior (r.)

Foto: Thorsten Jochim

Auf die Überholspur lassen

Die Geschwister Iris und Reinhard Büchl haben die Büchl Gruppe Schritt für Schritt von ihrem Vater übernommen. Die wichtigsten Erfolgsfaktoren einer gelungenen Nachfolge.

MONIKA HOFMANN

Selbst erfolgreiche Familienunternehmen können ins Wanken geraten, wenn der Firmenchef zu abrupt oder zu spät aussteigt. Das wusste Reinhard Büchl senior (71) angesichts komplizierter Übergaben so mancher mittelständischer Kollegen. Um seinen Kindern diese Herausforderung zu ersparen, begann er schon mit Mitte 50, über die Übergabe seines Entsorgungsunternehmens nachzudenken.

Heute blicken Iris (44) und Reinhard Büchl junior (42), beide Geschäftsführer der Büchl Gruppe in Ingolstadt, dankbar zurück: »Unser Vater war sich bewusst, dass er einen solchen Prozess nur einmal im Leben begleitet – und wollte daher diese Schritte rechtzeitig und durchdacht vollziehen.«

Das gelingt bei Weitem nicht allen Unternehmern. Allein für die Jahre 2020 bis 2022 suchen in Deutschland 275000 kleine und mittelständische Firmen einen Nachfolger, ermittelte die KfW Bankengruppe in einer Umfrage. In Bayern steht in etwa 15 Prozent der Betriebe eine Übergabe an (s. Karte S. 52). In vielen Fällen wird dies wohl nicht reibungslos gelingen: Fast jeder zweite Seniorchef, der in einer IHK-Beratung Rat suchte, hatte laut DIHK-Report zur Unternehmensnachfolge 2018 noch keinen passenden Nachfolger in Aussicht. Viele der Seniorchefs waren zudem nicht ausreichend vorbereitet, mehr als ein Drittel hatten Schwierigkeiten, ihr Lebenswerk emotional loszulassen.

Dass eine Firmenübergabe eine enorme Herausforderung ist, dessen war sich auch Büchl senior bewusst. Er suchte Unterstützung bei einem mittelständischen Berater. Mit diesem zusammen entwarfen die drei Büchls einen Fünfjahresplan für den Nachfolgeprozess. Zunächst erprobten die Geschwister ein Jahr lang, wo ihre Stärken lagen. »Danach arbeiteten wir vier Jahre lang mit schrittweise wachsender Verantwortung in den operativen Bereichen, in denen wir unsere unternehmerischen Fähigkeiten unter Beweis stellen mussten«, erklärt Reinhard Büchl junior. Für ihn war schon immer klar, dass er die Verantwortung für die 500 Mitarbeiter der Firmengruppe mit acht Standorten gerne mit übernehmen würde. Bei seiner Schwester Iris formte sich dieser Wunsch dagegen erst am Ende des Studiums. »Ein Auslandspraktikum bei einem Entsorger in Sydney weckte mein Interesse an der Branche«, berichtet sie.

Überholen und vorn einscheren

Nachdem sich die beiden Kinder im Unternehmen bewährt hatten, zog sich der Senior 2009 aus der operativen Verantwortung zurück. »Für unseren Vater war es wichtig, dass wir uns vorab beweisen, dass wir Ideen auf den Weg bringen, dass wir selbstständig unternehmerische Entscheidungen treffen«, sagen die Geschwister. Er kam immer wieder auf das Bild des überholenden Autos zu sprechen, um die Nachfolge zu veranschaulichen: eine Zeit lang hinterherfahren, dann im richtigen Moment ausscheren und kraftvoll mit Gas überholen, um vorne einzuscheren und sicher weiterzufahren. »Sehr treffend« finden die jungen Chefs dieses Bild.

Inzwischen geben die Geschwister kräftig Gas und setzen eigene Schwerpunkte. Vor allem treiben sie die Digitalisierung voran. Fuhrpark und Logistik managen sie bereits teilweise digital. »Auch in der Verwaltung steigern wir damit die Effizienz der Abläufe, indem wir Medienbrüche und Mehrfacherfassungen vermeiden«, erklärt die Geschäftsführerin.

Nach der Führungsverantwortung übertrug Reinhard Büchl senior auch die Firmenanteile an seine Kinder. Reinhard Büchl junior hält heute die Mehrheit an der Gruppe, seine Schwester Iris ist Minderheitsgesellschafterin. Damit folgen sie einem Grundsatz, den die Familie als Erfolgsfaktor für eine erfolgreiche Nachfolge definiert hat. »Wenn mehr als ein Gesellschafter am Unternehmen beteiligt ist, muss einer die Mehrheit haben und alles entscheiden können«, sagt Geschäftsführer Reinhard Büchl. »Es darf nicht sein, dass Uneinigkeiten im Gesellschafterkreis zu Pattsituationen führen, die im schlechtesten Fall die Firma und die Arbeitsplätze gefährden.«

Wirtschaftsingenieur Reinhard Büchl ist vor allem für den Vertrieb und den Betrieb zuständig. Seine Schwester Iris kümmert sich als Betriebswirtin um die Finanzen, das Kaufmännische, die Organisation und ums Controlling. »Damit ergänzen wir uns auf ideale Weise«, freuen sich die Geschwister. Sie bieten ein breites Spektrum abfallwirtschaftlicher Dienstleistungen für sämtliche Abfälle und Anforderungen an. Neben Containern und Spezialbehältern offerieren sie ein umfassendes Logistik- und Serviceangebot.

»Wir wollen die Abfallwirtschaft weiterentwickeln«, bringt Büchl junior auf den Punkt, was die Geschwister antreibt. Dabei arbeiten sie mit innovativen, teilweise paten-

Darum geht's

- Reinhard Büchl senior startete sehr frühzeitig den Nachfolgeprozess.
- Senior und Juniorchefs entwickelten gemeinsam neue Ideen für das Unternehmen.
- Mit einem Trick verhinderten sie, dass in kritischen Diskussionen Emotionen die Oberhand gewannen.

tierten Logistiksystemen und Recyclinganlagen. »Nur so gelingt es, die im Abfall enthaltenen Wertstoffe bestmöglich zu verwerten«, erklärt er. »Dabei wollen wir nicht die Größten im Hinblick auf Umsätze oder Mitarbeiter sein, sondern die Besten in unserer Nische«, sind sich die Büchls einig.

Im Gegensatz zu vielen anderen Mittelständlern, bei denen während des Übergabeprozesses die Investitionen auf Eis liegen, treiben die Büchls kontinuierlich Innovationen voran. Schon während des Nachfolgeprozesses entwickelten Sohn, Tochter und Vater neue Ideen für das Unternehmen. »Diese jahrelange Parallelarbeit brachte unseren Betrieb weiter«, sagt Büchl junior. »Wir hatten recht schnell die Möglichkeit, unsere Schwerpunkte zu setzen, zugleich war unser Vater noch da, wenn wir Fragen hatten.« Dafür galt das Holprinzip: »Er war zur Stelle, wenn wir sein Fachwissen suchten, hielt sich aber im Alltagsgeschäft zurück.«

Nicht allen langjährigen Chefs fällt dieser Rückzug leicht. Büchl senior suchte sich bewusst eigene Aufgaben. Er kümmerte sich verstärkt um den Aufbau neuer Auslandskontakte und gründete das inas-Institut für angewandte Nachhaltigkeit, das mittlerweile als An-Institut der Technischen Hochschule Ingolstadt und der Katholischen Universität Eichstätt anerkannt ist.

Doch nicht nur dieses überlegte, schrittweise Loslassen erwies sich als Erfolgsfaktor für den Nachfolgeprozess. Auch der respektvolle Umgang miteinander und eine Atmosphäre, die von Offenheit und Vertrauen geprägt ist, erleichterten den Übergang.

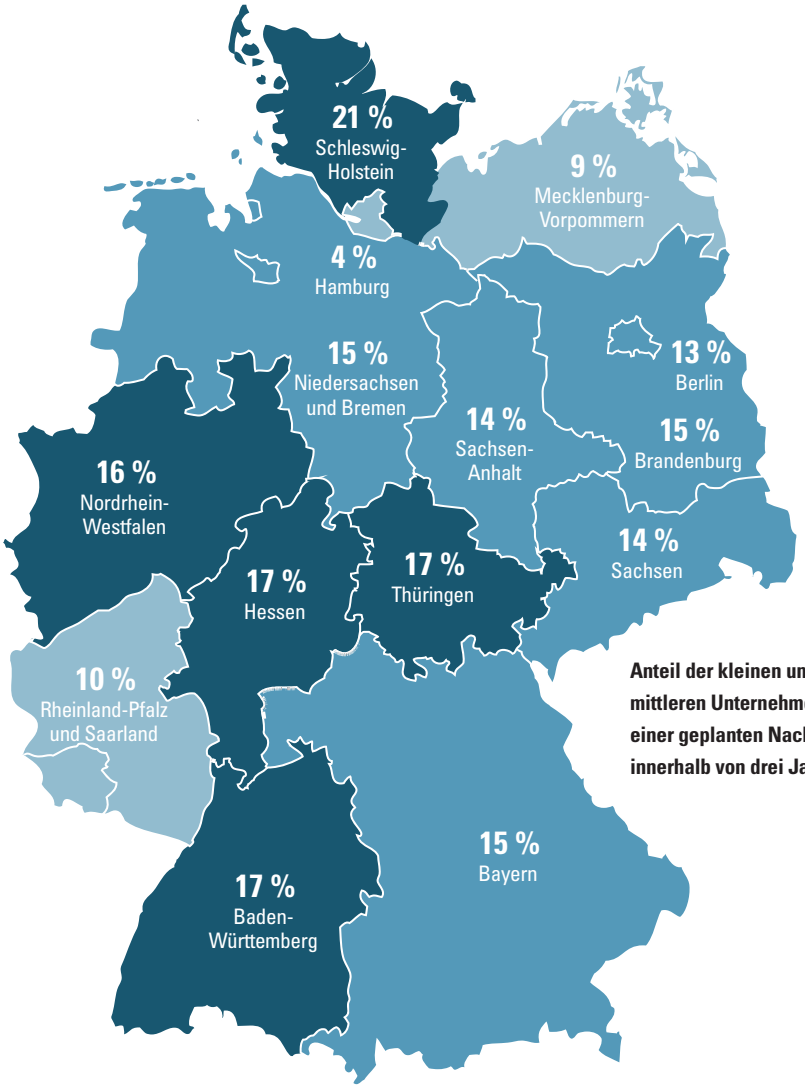
Familie steht allerdings nicht nur für Vertrauen, sondern auch für Emotionen, die bisweilen hochkochen können. Während der Übergabe vereinbarten die Büchls daher ein Codewort. »Wenn einer von uns den Code nannte, war das für alle das Zeichen, dass es jetzt zu emotional wird«, berichtet Büchl junior. »Dann wurde die Diskussion sofort unterbrochen und nach einer Atempause wieder aufgenommen.« Ihr familiäres Klima wollen die Geschwister auch künftig bewahren. Das bedeutet vor allem, dass sie die Verantwortung für ihre Mitarbeiter gern tragen. »Wir möchten ihre Zukunft für die nächsten 30 Jahre sichern«, betonen sie. Eines gehört gewiss dazu: rechtzeitig an die Übergabe zu denken. ■

Informationen, Checklisten und Tipps rund um die Nachfolge bietet die IHK-Website unter: **www.ihk-muenchen.de/unternehmensnachfolge**

IHK-Ansprechpartner für rechtliche Fragen zur Nachfolge
Markus Neuner, Tel. 089 5116-1259
markus.neuner@muenchen.ihk.de

Chefs gesucht

In Bayern stehen 15 Prozent der Firmen vor einer Übergabe.



Quelle: KfW Research Nr. 197, Januar 2018; Grafik: sunt_Fotolia.com

Geldwäsche

Das Transparenzregister wird öffentlich einsehbar

Das Transparenzregister gibt Auskunft über die wirtschaftlich Berechtigten bei juristischen Personen, in eingetragenen Personengesellschaften und Treuhandkonstruktionen, die bislang in keinem Register eingetragen waren.
Bisher konnten Dritte lediglich dann Einsicht in das Transparenzregister nehmen, wenn sie ein berechtigtes Interesse an der Einsichtnahme darlegen konnten. Nunmehr soll das Register mit der Umsetzung der sogenannten 5. EU-Geldwäscherichtlinie in deutsches Recht öffentlich einsehbar werden. Der Zugang zu den Angaben im Register kann lediglich in Einzelfällen unter bestimmten Voraussetzungen beschränkt sein.

Der Öffentlichkeit wird Zugang zu folgenden Daten aus dem Transparenzregister gewährt: Vor- und Nachname, Monat und Jahr der Geburt, Wohnsitzland, Art und Umfang des wirtschaftlichen Interesses sowie die Staatsangehörigkeit des Gewerbetreibenden.
Die 5. EU-Geldwäscherichtlinie ist bis zum 10. Januar 2020 in deutsches Recht umzusetzen.

Foto: StockPhotoPro_Fotolia.com

Geldwäscherichtlinie – die Öffentlichkeit soll Zugang zu Daten aus dem Transparenzregister bekommen

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

Foto: Chaay_tee_Fotolia.com

Optimal planen – BIM bietet neue Möglichkeiten

Fachtagung zu BIM

Ressourceneffizient bauen

Building Information Modeling (BIM – Bauwerksdatenmodellierung) ist eine Methode für optimierte Planung, Ausführung und Bewirtschaftung von Gebäuden und anderen Bauwerken mithilfe von Software. Bauwerksdaten werden digital modelliert und als virtuelles Modell dargestellt. Die Prozesse des Bauprojekts und die genutzten Materialen werden erfasst und in einer Datenbank mit den zugehörigen Parametern und Kennwerten verknüpft. BIM bietet damit auch die Möglichkeit für ressourceneffizientes Bauen.

Gemeinsam mit dem Umweltcluster Bayern gibt die IHK für München und Oberbayern auf einer Fachtagung einen Einblick in die Anwendung und die Erfahrungen mit BIM. Unter anderem stehen die Themen Bauschuttrecycling, ressourceneffizientes Bauen, Vorgaben durch die öffentliche Hand und Praxisbeispiele auf der Agenda.

Termin: 17. Oktober 2019, 13–17 Uhr
Ort: IHK Campus, Orleansstr. 10–12,
81669 München
Die Veranstaltung ist kostenfrei.

Anmeldung und Programm unter:
www.umweltcluster.net/de/veranstaltungen.html

IHK-Ansprechpartnerin
Nicole Seyring, Tel. 089 5116-1623
nicole.seyring@muenchen.ihk.de

Versicherungsvermittler und -berater

Was ist bei der Weiterbildungspflicht zu beachten?

Seit vergangenem Jahr müssen sich Versicherungsvermittler und -berater mit eigener Erlaubnis sowie gebundene Vermittler in einem Umfang von 15 Stunden pro Kalenderjahr weiterbilden. Das betrifft auch deren Beschäftigte, die unmittelbar bei der Beratung oder Vermittlung mitwirken. Zuständig für die Erlaubnisinhaber ist die IHK.

Für die Weiterbildung sind viele Formen (zum Beispiel Präsenzseminar, begleitetes Selbststudium mit Lernerfolgskontrolle, betriebsinterne Schulungen) zulässig. Inhaltlich müsste das vermittelte Fachwissen den Bezug zu den in der Anlage 1 der Versicherungsvermittlungsverordnung (VersVermV) aufgeführten Inhalten der Sachkundeprüfung herstellen können. Der Nachweis wird ausschließlich nach Aufforderung durch die IHK mit der Erklärung des Gewerbetreibenden nach dem verbindlichen Muster gemäß Anlage 4 VersVermV geführt. Erklärungen und Unterlagen sind daher nicht unaufgefordert einzureichen.

Weitere Infos: **www.ihk-muenchen.de/Versicherungsvermittler**

Foto: Robert Kneschke_Fotolia.com

Weiterbildung für Versicherungsvermittler und -berater ist Pflicht

IHK-Ansprechpartner
Semra Yokaribas, Tel. 089 5116-1202
semra.yokaribas@muenchen.ihk.de

Steffen Pollmer, Tel. 089 5116-1204
steffen.pollmer@muenchen.ihk.de

Finanzanlagenvermittler und -berater

Jährliche Prüfungspflicht beachten

Gewerbetreibende, die als Finanzanlagenvermittler oder Honorar-Finanzanlagenberater tätig sind, unterliegen einer jährlichen Prüfungspflicht. Sie müssen dabei prüfen lassen, ob sie ihre Beratungs- und Vermittlungsleistungen ordnungsgemäß nach den Vorgaben der Finanzanlagenvermittlungsverordnung, kurz FinVermV, durchgeführt haben.

Die für die Gewerbetreibenden kostenpflichtigen Prüfberichte sind bis zum 31. Dezember des Folgejahres bei der IHK für München und Oberbayern einzureichen. Für das Kalenderjahr 2018 gilt für den entsprechenden Prüfungsbericht folglich der 31. Dezember 2019 als letztmöglicher fristgerechter Termin. Sofern keine erlaubnispflichtigen Geschäfte getätigt wurden, ist eine sogenannte Negativerklärung für das Kalenderjahr 2018 bis zum 31. Dezember 2019 einzureichen. Damit teilt der Gewerbetreibende mit, dass er keine entsprechende erlaubnispflichtige Tätigkeit in dem Kalenderjahr ausgeübt hat. Das Formular für die Negativerklärung findet sich im Internet unter: www.ihk-muenchen.de/Finanzanlagenvermittler

Die IHK empfiehlt, den Prüfungsbericht digital einzureichen über: **www.ihk-muenchen.de/Finanzanlagenvermittler**
Hier stehen auch weitere Informationen für Finanzanlagenvermittler bereit.

Foto: Rido_Fotolia.com

Für Finanzanlagenvermittler und -berater gilt eine jährliche Prüfungspflicht

IHK-Ansprechpartnerin
Valerie Caldeo
Tel. 089 5116-2033
valerie.caldeo@muenchen.ihk.de

PSST – streng geheim

Firmen müssen seit Kurzem deutlich mehr unternehmen, um ihre Geschäftsgeheimnisse wirksam zu schützen. Sie sollten möglichst schnell handeln.

MELANIE RÜBARTSCH

Eine Frage der Sicherheit – Zugangsbeschränkungen gehören zum technischen Schutz

Foto: New Africa_Fotolia.com

Katrin Albert sieht sich vorbereitet, was das neue Geschäftsgeheimnisgesetz anbelangt. Die 46-Jährige ist bei der ProSiebenSat.1 Media SE Senior Legal Counsel in der Abteilung Legal Affairs Entertainment und dort im Team IP Rights tätig. »Wir haben bereits ein dreigliedriges Sicherheitskonzept für Geschäftsgeheimnisse etabliert«, erklärt die Syndikusrechtsanwältin. Zudem existiert eine Information-Security-Abteilung, die sich eigens um den Schutz von geheimem Know-how und vertraulichen Geschäftsinformationen kümmert. »Unabhängig davon haben wir unsere Maßnahmen noch einmal ganz genau mit den neuen Anforderungen abgeglichen, informieren die Geschäftsbereiche und werden eine zusätzliche Guideline mit Verhaltensregeln beim Abschluss von Vertraulichkeitsvereinbarungen im konzernweiten Intranet veröffentlichen«, berichtet Albert.

In vielen anderen, insbesondere kleineren Firmen dürften die neuen Vorschriften für deutlich mehr Unruhe sorgen. Sie stellen nämlich die bisherige Praxis zum Geheimnisschutz gehörig auf den Kopf. Wollten Betriebe bislang ihre Kundenlisten, Rezepturen, Einkaufspreise, Konstruktionspläne oder Strategiepläne vor fremdem Zugriff schützen, reichte es völlig aus, wenn der Geschäftsführer Unterlagen oder Firmenwissen als geheim einstufte beziehungsweise sich aus den Umständen ergab, dass die Infos streng vertraulich sind. »Jetzt wird eine Information per Definition erst dann zum Geschäftsgeheimnis, wenn sie durch angemessene Geheimhaltungsmaßnahmen abgesichert ist.

Je wichtiger das Geheimnis, desto umfangreicher müssen diese Maßnahmen sein«, erklärt der Münchner Rechtsanwalt Mathias Lejeune, der auf IT- und Wirtschaftsrecht spezialisiert ist. Im Klartext: Ohne ein vor Gericht nachweisbares Sicherheitskonzept können Firmen Ansprüche auf Unterlassung, Herausgabe oder Vernichtung von Dokumenten sowie Schadenersatz nicht mehr durchsetzen. Zudem ist Reverse-Engineering nun erlaubt: Kommt jemand rechtmäßig in den Besitz zum Beispiel eines neuen Produkts, darf er es zurückbauen, um der Konstruktion auf die Spur zu kommen.

Das Gesetz gilt seit dem 26. April 2019, eine Übergangsfrist gibt es nicht. »Jede Compliance-Abteilung

Drei Bausteine für ein gutes Sicherheitskonzept

Wie sich Geschäftsgeheimnisse am besten schützen lassen, hängt stark vom einzelnen Unternehmen ab. Diese Bereiche sollten Firmen im Blick behalten:

1. Rechtliche Maßnahmen

- Vertraulichkeitsklauseln in Arbeitsverträge und/oder Zusatzvereinbarungen für konkrete Projekte einfügen
- Non-Disclosure Agreements in Kooperationsverträge mit externen Dritten aufnehmen
- unter Umständen Reverse-Engineering vertraglich untersagen

2. Organisatorische Maßnahmen

- klare Verantwortlichkeiten für den Geheimnisschutz definieren
- schützenswerte Informationen als vertraulich kennzeichnen
- Mitarbeiter schulen
- alle Schutzmaßnahmen dokumentieren

3. Technische Maßnahmen

- IT-Sicherheit überprüfen
- begrenzte Zugriffsrechte definieren und einrichten
- passwortgeschützte Kommunikation einrichten

und jeder Geschäftsführer muss daher dringend prüfen, ob das Unternehmen den neuen Anforderungen gerecht wird«, sagt Svenja Hartmann, Rechtsreferentin bei der IHK für München und Oberbayern. Es reiche nicht mehr, den Geheimnisschutz mehr oder weniger intuitiv zu regeln. Es müsse ein auf das jeweilige Unternehmen zugeschnittener systematischer Prozess aufgesetzt werden, der zudem angemessen dokumentiert werde.

Dieser beginnt bereits bei der internen Festlegung, was im jeweiligen Betrieb als Geheimnis gilt. Experte Lejeune rät: »Am besten, es werden explizit konkrete Personen im Unternehmen dazu bestimmt, im Rahmen für die Mitarbeiter nachvollziehbarer und entsprechend bekannt gemachter Prozesse festzulegen, was vertraulich ist.« Das könne die Geschäftsführung selbst oder der Chef der Entwicklungs- oder Projektabteilung sein.

Auch Unternehmensjuristin Albert betont, dass die Geheimniseinstufung sehr strukturiert und unter Einbindung der Führungsebene erfolgen müsse. »Zum einen ist dazu ein gewisser Gesamtüberblick erforderlich, zum anderen signalisiert das im gesamten Unternehmen, dass es höchste Priorität hat.« Das Sicherheitskonzept von ProSiebenSat.1 Media folgt einem Dreiklang. Es besteht aus rechtlichen, technischen und organisatorischen Maßnahmen. Rein rechtlich sind es vor allem die Verträge, die geprüft und bei Bedarf angepasst werden müssen. »Dass Angestellte vertrauliche Informationen vertraulich behandeln müssen, ist zwar ohnehin eine Nebenpflicht des Arbeitsverhältnisses. In unseren Arbeitsverträgen sind dennoch zusätzlich Vertraulichkeitsklauseln enthalten«, sagt Albert. Eine Alternative sind projektabhängige Zusatzvereinbarungen zum Arbeitsvertrag.

Rückbau untersagen

Kooperieren Firmen mit externen Zulieferern, Geschäftspartnern oder Dienstleistern sind Non-Disclosure Agreements (Geheimhaltungsverpflichtungen) bereits heute die Regel. Ihnen kommt nun noch mehr Bedeutung zu. Wer im Rahmen von Joint Ventures zudem Prototypen oder Muster an Dritte herausgibt, sollte gut überlegen, ob er ein Reverse Engineering vertraglich untersagt.

Zum technischen Schutz gehören der große Bereich der IT-Sicherheit sowie Zugangsbeschränkungen. Firmen müssen etwa – am besten per Richtlinie – definieren, wer Zugriff auf welche Dokumente erhalten soll, welche Daten nur mit Passwort versendet werden dürfen, welche Papiere in Safes aufzubewahren sind oder welche Räume nur über Codes geöffnet werden können. »Besondere Bedeutung hat die IT-Sicherheit, wenn Geschäftsgeheimnisse im Rahmen von Cloud-Computing-Anwendungen beim Cloud-Anbieter und nicht im eigenen Unternehmen gespeichert werden sollten«, so Rechtsanwalt Lejeune. Dann seien entsprechend belastbare Vereinbarungen mit dem Cloud-Anbieter erforderlich. Zuständig für all diese Maßnahmen sind entweder die IT-Sicherheit oder die Compliance.

In das Kapitel Organisation gehört auch, die Mitarbeiter zu sensibilisieren. Das funktioniert über regelmäßige Schulungen zum Geheimnisschutz und dem Umgang mit IT, Rundschreiben und Richtlinien. »Das Bewusstsein lässt sich zusätzlich steigern, wenn man zum Beispiel variable Vergütungen auch von der Teilnahme an solchen Schulungen abhängig macht«, schlägt Lejeune vor.

Ausdrücklich erlaubt ist nun auch, dass Angestellte oder Geschäftspartner ein Geheimnis an die Öffentlichkeit bringen, sofern dies dazu dient, eine rechtswidrige Handlung oder ein berufliches oder sonstiges Fehlverhalten aufzudecken und darüber das allgemeine öffentliche Interesse zu schützen. »Dieser Paragraf ist sehr weit gefasst und nach dem reinen Wortlaut für Unternehmen nur schwer greifbar«, sagt IHK-Expertin Hartmann. Es sei daher wichtiger als bisher, Mitarbeitern Möglichkeiten zur Meldung von Fehlverhalten anzubieten, damit diese sich nicht vorschnell an Dritte wenden. Denkbar ist etwa eine Whistleblower-Hotline. ProSiebenSat.1 Media hat einen anderen Weg gewählt. Albert: »Wir haben über eine externe Anwaltskanzlei eine neutrale Ombudsstelle eingerichtet.« ■

Darum geht's

- Vertrauliche Informationen gelten nur dann als Geschäftsgeheimnis, wenn Unternehmen nachweisen können, dass sie durch geeignete Maßnahmen geschützt sind.
- Reverse Engineering ist nun erlaubt, darf aber vertraglich in der Regel untersagt werden.
- Whistleblower genießen jetzt einen höheren Schutz.

IHK-Ansprechpartnerin zum Thema Geschäftsgeheimnis
Svenja Hartmann, Tel. 089 5116-1480
svenja.hartmann@muenchen.ihk.de

ELEKTRISIERT IHR BUSINESS.

LEASINGBEISPIEL[1] VON DER BMW BANK GMBH: MINI COOPER S E COUNTRYMAN ALL4.

Neuwagen, 165 kW (224 PS), Automatikgetriebe Steptronic, Moonwalk Grey metallic, Stoff-/Leatherettekombination Black Pearl Carbon Black/Carbon Black, 18"-Leichtmetallräder Pin Spoke, Sport-Lederlenkrad mit Multifunktion, Klimaautomatik, Sportsitze und Sitzheizung für Fahrer und Beifahrer, Park Distance Control (PDC) hinten, MINI Navigationssystem, Apple CarPlay Vorbereitung, MINI Connected, MINI Driving Modes, Lichtpaket, Ablagenpaket, MINI Excitement Paket, ConnectedDrive Services, Real Time Traffic Information, Remote Services, Teleservices u. v. m.

Anschaffungspreis:	36.429,66 EUR	**36 monatliche Leasingraten à:**	**399,00 EUR**
Leasingsonderzahlung:	1.500,00 EUR	Monatliche Rate MINI Service Inclusive[2]:	9,99 EUR
Laufleistung p. a.:	10.000 km		
Laufzeit:	36 Monate	**36 monatliche Gesamtleasingraten[3] à:**	**408,99 EUR**

Zzgl. 714,29 EUR für MINI Gute-Fahrt-Paket.

Kraftstoffverbrauch in l/100 km (kombiniert): 2,5; CO_2-Emission in g/km (kombiniert): 56; Stromverbrauch in kWh/100 km (kombiniert): 13,7. Energieeffizienzklasse: A+.

MINI München
BMW AG Niederlassung München

Hauptbetrieb
Petuelring 124
80809 München
Tel.: 089-3535-4444

Filiale Solln
Drygalski-Allee 35
81477 München
Tel.: 089-3535-5555

www.MINI-Muenchen.de

DER MINI COOPER S E COUNTRYMAN ALL4 EXKLUSIV FÜR GEWERBEKUNDEN.

[1] Ein unverbindliches Leasingbeispiel der BMW Bank GmbH, Lilienthalallee 26, 80939 München; alle Preise zzgl. 19 % MwSt.; Stand 08/2019. Dieses Angebot richtet sich ausschließlich an selbstständige und gewerbliche Kunden. Ist der Leasingnehmer Verbraucher, besteht nach Vertragsschluss ein gesetzliches Widerrufsrecht. Nach den Leasingbedingungen besteht die Verpflichtung, für das Fahrzeug eine Vollkaskoversicherung abzuschließen. Angebot gültig solange der Vorrat reicht. [2] Optionale weitere Leasingvertragsleistung. Langfristig sparen bei der Wartung Ihres Fahrzeugs. MINI Service Inclusive Paket 3 Jahre/40.000 km. Weitere Informationen finden Sie unter www.mini.de/serviceinclusive. [3] Inkl. der optionalen weiteren Leasingvertragsleistungen. Fahrzeugabbildung ist farbabweichend und zeigt Sonderausstattungen. Druckfehler, Zwischenverkauf, Änderungen und Irrtümer vorbehalten.

Die Kasse stimmt

Bei der Kassennachschau werden die Bargeldflüsse im Betrieb genau geprüft. Ab 2020 gelten zudem weitere Anforderungen für elektronische Kassen. Was Firmen wissen sollten.

MONIKA HOFMANN

Eigentlich plante Gastwirt und Hotelier Hubert Wagner*, erst Ende 2020 seine Kassen zu digitalisieren. Dann wollte er ohnehin seine Buchhaltung und IT neu organisieren. Doch jetzt zieht er dieses Projekt vor. Der Grund: Ein Betriebsprüfer hat bei einer Kassennachschau die Bargeschäfte des Pfaffenhofener Firmenchefs unter die Lupe genommen.

Bisher führt Wagner seine Kassenbücher auf Papier. Jeden Abend notiert er die einzelnen Umsätze. Das gelingt ihm offenbar sehr akkurat, denn der Prüfer stellte kaum Differenzen fest. Doch das händische Eintragen »ist mühselig und fehleranfällig«, sagt Wagner. Der Gastronom erhofft sich daher von einem neuen digitalen Kassensystem Arbeitserleichterungen. Es soll auf einfachere Weise sicherstellen, dass seine Kassenbuchhaltung ordnungsgemäß ist.

Mit diesen Überlegungen steht der Gastronom nicht allein da. »Erheblichen Handlungsdruck für bargeldintensive Firmen« sieht Hartmut Schwab, Vizepräsident der Bundessteuerberaterkammer und Präsident der Steuerberaterkammer München sowie Professor an der Hochschule München. Es komme immer häufiger zu Beanstandungen, wenn es um die Kassenführung geht. Zwar ist es nach wie vor erlaubt, ein Kassenbuch auf Papier zu führen, das alle Bargeldflüsse dokumentiert und die Anforderungen der Grundsätze zur ordnungsmäßigen Führung und Aufbewahrung von Büchern, Aufzeichnungen und Unterlagen in elektronischer Form sowie zum Datenzugriff (GOBD) erfüllt. »Jedoch sind diese Vorgaben mittlerweile so hoch, dass gerade kleinere und mittlere Betriebe sie kaum meistern können«, so Schwab.

Viele Firmen schwenken daher auf digitale Kassensysteme um. Auch wer bereits ein solches System im Betrieb hat, sollte prüfen, ob er seine bestehenden Kassen umrüsten muss. Inzwischen benötigen elektronische Registrierkassen neben der Dokumentation viele weitere Funktionen wie etwa tägliche Protokolle. 2020 kommen weitere Regeln dazu.

Foto: Zigmunds_Fotolia.com

Blick in die Kasse – Prüfer schauen genau hin

Ablauf der Kassennachschau

Ob die Kassenaufzeichnungen tatsächlich stimmen, prüft die Finanzbehörde seit 2018 mit der Kassennachschau. »Betriebsprüfer können unangekündigt die Geschäftsräume betreten – während der üblichen Geschäfts- und Arbeitszeiten«, erklärt Martin Clemens, Leiter des Steuerreferats der IHK für München und Oberbayern. Sie dürfen sich elektronische und traditionelle Kassensysteme genau ansehen. »Mittlerweile sind die Prüfer oft sozusagen als Testkäufer unterwegs, darauf sollten sich die Firmen gut vorbereiten«, ergänzt IHK-Steuerexpertin Mira Pezo. Mit einer Kassennachschau müssen vor allem Firmen in bargeldintensiven Branchen rechnen wie zum Beispiel Bäckereien, Gastronomiebetriebe, Apotheken, Friseure oder Metzgereien. »Dabei spielt es keine Rolle, ob die Betriebe eine elektronische Registrierkasse oder eine offene Ladenkasse nutzen«, erklärt Christoph Habammer, Vizepräsident des Bayerischen Landesamts für Steuern in München.

Die Finanzbehörde verfolgt vor allem zwei Ziele. »Zum einen wollen wir, auch im Interesse der ehrlichen Unternehmen, unversteuerte Umsätze aufdecken«, sagt Habammer. Zum anderen dient die Kassennachschau als Risikoindikator. Ergeben sich keine Beanstandungen, kann dies zur Absetzung einer geplanten Betriebsprüfung führen. Habammer: »Das neue Instrument ermöglicht uns, die zu prüfenden Betriebe im kleinen und mittleren Größenbereich noch gezielter auszuwählen.«

Die bayerischen Prüfer untersuchten seit 2018 in rund 1500 Betrieben die Kassen. Fast alle Kassennachschauen liefen sachlich und konfliktfrei ab. Finden die Prüfer

*Name geändert

allerdings schwerwiegende Fehler, kann das für die betroffenen Betriebe bedeuten, dass ihre Einnahmen umfassend überprüft und notfalls geschätzt werden. Fälle von schwerem Steuerbetrug gebe es nur wenige, so Habammer: »Bei einem solchen Verdacht würde der Steuerpflichtige natürlich umgehend informiert.«

Was müssen Firmen beachten?

Wer neu in digitale Registrierkassen investiert, hat die geltenden Vorschriften zu beachten. »So muss jeder einzelne Umsatz nachvollziehbar aufgezeichnet, in Protokollen dokumentiert und zehn Jahre lang unveränderbar gespeichert werden und sich digital auswerten lassen«, erklärt Schwab. Zudem müssen die Firmen Gebrauchsanleitungen und Handbücher zu den Kassensystemen aufbewahren.

Ab 2020 haben Unternehmen ihre digitalen Kassendaten darüber hinaus mit einer zertifizierten technischen Sicherheitseinrichtung (TSE) zu schützen. Die technischen Vorgaben, die für diese Einrichtung gelten, hat das Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik erarbeitet. Allerdings sind die TSE derzeit noch nicht erhältlich. »Es ist abzusehen, dass eine flächendeckende Ausstattung von elektronischen Kassen mit den neuen Sicherheitseinrichtungen nicht mehr fristgerecht bis Ende 2019 möglich sein wird«, so IHK-Experte Clemens. Die Unternehmen bräuchten mehr Zeit, um die für ihre Kassensysteme passenden TSE auszuwählen und zu implementieren. »Deshalb hat sich die IHK-Organisation gemeinsam mit den anderen Spitzenverbänden dafür eingesetzt, dass der Erstanwendungszeitpunkt der Neuregelung verschoben wird«, so Clemens.

Das Bundesfinanzministerium hat einen Aufschub bis Ende September 2020 in Aussicht gestellt. Die offizielle Verwaltungsanweisung hierzu lag bei Redaktionsschluss noch nicht vor. »Betriebe sollten erforderliche Maßnahmen dennoch nicht auf die lange Bank schieben«, mahnt IHK-Fachmann Clemens. »Vielmehr sollten sie rasch ihre Kassenhersteller ansprechen, um notwendige Sicherheitslösungen abzuklären.«

Für nicht aufrüstbare Registrierkassen, die den aktuellen Anforderungen entsprechen und vor dem 1. Januar 2020 gekauft wurden, gilt eine Übergangsregelung. Sie dürfen bis Ende 2022 genutzt werden. Habammer vom Bayerischen Landesamt für Steuern rät, in diesem Fall die Kassenhersteller zu kontaktieren und sich die Unmöglichkeit der Nachrüstung bestätigen zu lassen. Zu beachten sind auch folgende Neuerungen ab 2020:

Meldepflicht: Die Art und Anzahl der eingesetzten Kassensysteme und der zertifizierten technischen Sicherheitseinrichtungen sind dem zuständigen Finanzamt mitzuteilen. Firmen, die die elektronischen Aufzeichnungssysteme vor dem 1. Januar 2020 angeschafft haben, haben diese Meldung bis zum 31. Januar 2020 zu erstatten.

Pflicht zur Ausgabe von Quittungen: Bei der Nutzung von elektronischen Aufzeichnungssystemen muss ein Beleg (elektronisch oder in Papierform) für den Kunden erstellt und diesem zur Verfügung gestellt werden. Der Kunde ist jedoch nicht zur Mitnahme des Belegs verpflichtet. Firmen, die Waren an eine Vielzahl nicht bekannter Personen verkaufen, können die Finanzbehörden aber aus Zumutbarkeitsgründen von der Belegausgabepflicht befreien.

»Firmenchefs sollten vorab Mitarbeiter auswählen, sie in der Kassenführung schulen und anweisen, wer Auskünfte geben darf«, rät Schwab. Zudem lässt sich mit dem Steuerberater vorab klären, welche weiteren Maßnahmen anstehen. Vor allem aber sollten Betriebe in einer Verfahrensdokumentation erläutern, wie die Kassenführung geregelt ist. Besonders wichtig ist zu notieren, wer welche Verantwortungsbereiche hat. ■

Darum geht's

- Prüfer dürfen die Kassenführung ohne Ankündigung untersuchen.
- Ab 2020 gelten weitere Vorgaben für elektronische Kassen.
- Neu sind zum Beispiel eine Meldepflicht und die Pflicht, Quittungen auszustellen.

IHK-Ansprechpartner zur Kassennachschau
Mira Pezo, Tel. 089 5116-1606
mira.pezo@muenchen.ihk.de
Martin Clemens, Tel. 089 5116-1252
martin.clemens@muenchen.ihk.de

Weitere Infos rund um die Kasse: **www.ihk-muenchen.de/elektronische-kassen**

Entwurf: H. Eberherr, Laumer Ingenieurbüro . Ausführung: Laumer Komplettbau . Foto: Sascha Kletzsch

Anziehungspunkt – Oldtimer-Treffen vor dem Rochlhaus

Foto: Förderverein Rochlhaus

Gemeinsam gerettet

Das Rochlhaus in Thaining bei Landsberg ist ein Doppelhaus aus dem 17. Jahrhundert. Dorfbewohner haben es wieder lebendig gemacht.

CORNELIA KNUST

Es war eine Ruine. Die Leute haben sich das einfach nicht vorstellen können«, sagt Gabriele Klinger. »Das« ist ein sehr schmuckes Gebäude neben der Kirche, in dem Konzerte und Lesungen stattfinden und der Heimatverein seine Ausstellung hat. »Das« ist, was eine Handvoll Begeisterte beherzt vor dem Untergang bewahrt haben. Vor dem »Wegschieben«, wie man im Lechrain trocken sagt, wenn ein altes Gemäuer Platz machen muss für zeitgenössischen Doppelhausschick.

Interessanterweise entpuppte sich die »Ruine« selbst als Doppelhaus, nur eben ein 370 Jahre altes. Die Erbauer sind wohl nach dem Dreißigjährigen Krieg aus Tirol zugewandert, erklärt Michael Förg, ein ehemaliger Zimmerer, heute spezialisiert auf Bausanierungen. Aus Holz errichteten sie damals das doppelte Heim, den einen Teil kurz nach dem anderen. Ständerbohlenbau nennt man die Konstruktion. Obenauf kam ein flaches Legschindeldach.

Auch in den Dörfern der Umgebung findet man vereinzelt solche uralten Doppelhäuser. In größerer Zahl gab es sie allerdings nur in Städten und Märkten, wo Armut und Enge zum Zusammenrücken zwangen. Manchmal war auch das Erbrecht der Auslöser; so geht beispielsweise der Obere Markt in Mittenwald im Werdenfelser Land auf die Tradition der Erbteilung zurück.

Das Doppelhaus in Thaining war ein Söldneranwesen und gehörte grundherrschaftlich zum Heilig Geist Spital Landsberg. Das Alter ist verbürgt. Auf den 1657 gemalten Bildtafeln in der benachbarten Kirche St. Wolfgang erkennt man das Doppelhaus deutlich. Der Grundriss ist ungewöhnlich: an beiden Enden ein kleiner Wohntrakt, daneben jeweils ein eigenes Tor zur Tenne, über die man das Haus betrat, in der Mitte ein Stall. Nach diversen Umnutzungen und Umbauten war das gar nicht mehr zu sehen gewesen, auch das schöne Trauf-Bundwerk nicht. Hinter Bretterverschlägen fand man Fenster, hinter Tapeten handgemalte Bordüren. Eine Kirchenrestauratorin wurde als Spezialistin für historische Putze engagiert. Die übrigen Gewerke gingen im Wege der Ausschreibung meist an Thaininger Handwerksbetriebe.

Gabriele Klinger ist stolz. Sie ist Vorstand im Förderverein Rochlhaus, der 2013 auf Initiative des Bürgermeisters gegründet wurde. Die gelernte Gartenbauingenieurin stammt aus Thaining und wohnt um die Ecke. Sie hat dem Verfall des Hauses (benannt nach seinem Besitzer um 1890, Rochus Finsterwalder) von Kindheit an zugesehen. Dabei stand es bald nach dem Krieg unter Denkmalschutz. »Keiner wollte es haben«, sagt Klinger. Seit den 1970er-Jahren nicht mehr bewohnt, wurde es verkauft, weiterverkauft, vermüllt, versteigert, 2003 von der Gemeinde erworben, die später lediglich eine Notsicherung durchführte.

»Das Haus hat mir immer schon gefallen«, erklärt Klinger ihren Weg zur Rochlhaus-Aktivistin. Sie wollte mitarbeiten und Verantwortung übernehmen: »So ein altes Bauernhaus sollte erhalten bleiben. Sonst erkennt man ja den Ort nicht mehr.« Ihr Mitstreiter Förg engagiert sich nicht nur in Thaining für alte Häuser. Ihn treibt die Liebe zu dem handwerklichen Können von einst, dem Ver-

Kam im Zuge der Restaurierung zum Vorschein – altes Bundwerk

Vielfältig genutzt – Kammermusik vor Fragmenten der alten gemalten Bordüren

Bürgernahes Projekt – Ausstellungen beleben den ehemaligen Stall

Engagierten sich für den Erhalt – Michael Förg und Gabriele Klinger

ständnis und Gefühl der Vorfahren an. Es war ein mühsamer Weg. Die Kreisheimatpflegerin und der Altbürgermeister waren zwar für den Erhalt, doch der Gemeinderat blieb skeptisch. Bauingenieure und Architekten sollten schließlich ein Sanierungskonzept erstellen. Am Förderverein war es, ein Finanzierungs- und Nutzungskonzept zu verfassen. Die Denkmalbehörde in München war zu gewinnen, der Entschädigungsfonds des Freistaats Bayern, der das meiste Geld gab, außerdem die Stiftung Denkmalschutz. Letztere war sehr interessiert an diesem bürgernahen Objekt: ein Bauernhaus in Bayern, das kein Museum werden, sondern von der Öffentlichkeit genutzt werden sollte.

Die Rochlhaus-Gang fing einfach an

Am Ende hatte man ein Budget von rund 600000 Euro beisammen. Die Kosten waren schließlich zwar noch höher, doch da war das Projekt längst ein Selbstläufer. Die Gemeinde, die finanziell nicht in Vorleistung gehen wollte, war am Ende doch mit einem großen Betrag dabei. 2014, das Bauamt prüfte noch, fing die Rochlhaus-Gang einfach an: aufräumen, entmüllen, Baustelle freimachen. Nachdem Denkmalamt und Bauamt ihr Okay gegeben hatten, kamen die Profis: die Zimmerer, Bauunternehmer, Elektroinstallateure, Schreiner, Fliesenleger und Maler. Der Architekt Alfred Sunder-Plassmann, der das Objekt kannte und die Gemeinde mit sparsamer Planung überzeugte, leitete das Projekt.

Bald zeigte sich das Rochlhaus wie neu: im Zustand von 1860 bis 1890 als bäuerliches Doppelhaus mit gemauertem Erdgeschoss und ziegelgedecktem Dach. Im frisch getünchten Inneren lässt sich das harte Leben von damals erahnen. Von der Küche mit dem offenen Herd wurde der Rauch durch eine Kutte in den Dachraum geleitet. Von der Stube führte die Kammerstiege in die Schlafkammer der Eltern. Daneben befanden sich die Kaminkammer und eine weitere Kammer mit Zugang zur Tenne.

Im September 2015, am Tag des Offenen Denkmals, stieg in Thaining die Einweihungsfeier. »Das war der Hammer«, sagt Klinger. »Alle Straßen waren zugeparkt mit Autos. Alle wollten das Rochlhaus sehen. Und die im Dorf, die vorher ganz dagegen gewesen waren, waren nun überzeugt.« Für 300000 Euro Eigenanteil habe die Gemeinde jetzt ein wertvolles Haus. Es sei das älteste nichtkirchliche Gebäude in Thaining und längst zum Wahrzeichen geworden. Im Jahr 2017 gab es sogar die Denkmalschutzmedaille aus den Händen des Bayerischen Wissenschaftsministers.

Warum war die Skepsis der Dorfbevölkerung vorher nur so groß gewesen? »Ich war immer dafür, dass man so was erhalten muss«, sagt der örtliche Zimmermeister Harald Stork, dessen Betrieb rund 2000 Arbeitsstunden im Rochlhaus absolvierte. Damals selbst Mitglied des Gemeinderats, erlebte Stork die endlosen Debatten über das Gebäude mit. »Viele waren dagegen, weil die Nutzung unklar war, weil es kein Konzept gab. Doch dann haben wir einfach angefangen, und nach und nach sind die Ideen dann entstanden.« Sogar heiraten kann man heute im Rochlhaus. Es gibt Kunstausstellungen und Geburtstagsfeiern im ehemaligen Stall sowie Grillabende der Vereine im Hof. Der Förderverein hat immer noch 70 Mitglieder; ein harter Kern, der sogenannte Ausschuss, in dem auch Klinger sitzt, plant die Termine.

»Das ist alles sehr intensiv«, sagt die Thainingerin über ihr ehrenamtliches Arbeitspensum. »Aber mich reut da keine Minute. Ich habe so viel Glück gehabt, und meine Familie hat mir immer geholfen.« **www.rochlhaus.de** ■

Bilanz zum 31. Dezember 2018

	AKTIVA	Gesamt 31.12.2018	Gesamt 31.12.2017		PASSIVA	Gesamt 31.12.2018	Gesamt 31.12.2017
		Euro	Euro			Euro	Euro
A.	**Anlagevermögen**	**203.646.200,88**	**170.556.077,08**	**A.**	**Eigenkapital**	**156.296.776,60**	**155.422.816,13**
I.	*Immaterielle Vermögensgegenstände*	*252.464,00*	*253.242,00*	*I.*	*Nettoposition*	*40.000.000,00*	*40.000.000,00*
1.	Selbst geschaffene gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte			*II.*	*Ausgleichsrücklage*	*28.200.000,00*	*31.708.000,00*
2.	Entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte u. ähnl. Rechte u. Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	252.464,00	205.642,00	*III.*	*Andere Rücklagen*	*83.191.182,50*	*79.051.110,41*
3.	Geleistete Anzahlungen	0,00	47.600,00	*IV.*	*Bilanzgewinn*	*4.905.594,10*	*4.663.705,72*
II.	*Sachanlagen*	*145.754.548,13*	*109.986.769,18*	*V.*	*Gewinnverwendung (nachrichtlich)*	*4.905.594,10*	*4.663.705,72*
1.	Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten, einschl. Bauten auf fremden Grundstücken	60.159.830,27	60.446.422,27		- Einstellung in die Ausgleichsrücklage	*0,00*	*0,00*
2.	Technische Anlagen und Maschinen	29.947,00	27.770,00		- Einstellung in andere Rücklagen	*0,00*	*0,00*
3.	Andere Anlagen, Betriebs- u. Geschäftsausstattung	2.580.778,00	2.967.530,00		- Vortrag auf neue Rechnung	*4.905.594,10*	*4.663.705,72*
4.	Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	82.983.992,86	46.545.046,91	**B.**	**Sonderposten**	**1.341.220,58**	**1.566.807,54**
III.	*Finanzanlagen*	*57.639.188,75*	*60.316.065,90*		Sonderposten für Investitionszuschüsse zum Anlagevermögen	1.341.220,58	1.566.807,54
1.	Anteile an verbundenen Unternehmen	925.600,00	25.600,00	**C.**	**Rückstellungen**	**38.722.127,69**	**38.479.976,40**
2.	Ausleihungen an verbundene Unternehmen	0,00	0,00	1.	Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	28.719.493,00	28.666.402,00
3.	Beteiligungen	0,00	0,00	2.	Steuerrückstellungen	0,00	8.100,00
4.	Ausleihungen an Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	0,00	0,00	3.	Sonstige Rückstellungen	10.002.634,69	9.805.474,40
5.	Wertpapiere des Anlagevermögens	28.200.000,00	31.708.000,00	**D.**	**Verbindlichkeiten**	**53.855.698,82**	**14.360.843,53**
6.	Sonstige Ausleihungen und Rückdeckungsansprüche	28.513.588,75	28.582.465,90	1.	Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	40.000.000,00	0,00
B.	**Umlaufvermögen**	**45.357.839,78**	**37.950.077,58**	2.	Erhaltene Anzahlungen auf Bestellungen	0,00	0,00
I.	*Vorräte*	*98.592,06*	*113.869,04*	3.	Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	12.099.265,54	12.617.379,24
1.	Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe	98.592,06	113.869,04	4.	Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	265.493,87	172.787,90
2.	Unfertige Leistungen	0,00	0,00	5.	Verbindlichkeiten gegenüber Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	0,00	0,00
3.	Fertige Erzeugnisse	0,00	0,00	6.	Sonstige Verbindlichkeiten	1.490.939,41	1.570.676,39
4.	Geleistete Anzahlungen	0,00	0,00	**E.**	**Rechnungsabgrenzungsposten**	**0,00**	**0,00**
II.	*Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände*	*14.701.711,32*	*13.346.830,37*				
1.	Forderungen aus Beiträgen, Gebühren, Entgelten und sonstigen Lieferungen und Leistungen	13.847.491,25	12.551.988,32				
2.	Forderungen gegen verbundene Unternehmen	229.607,93	127.376,69				
3.	Forderungen gegen Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	0,00	0,00				
4.	Sonstige Vermögensgegenstände	624.612,14	667.465,36				
III.	*Wertpapiere*	*0,00*	*0,00*				
1.	Anteile an verbundenen Unternehmen	0,00	0,00				
2.	Sonstige Wertpapiere	0,00	0,00				
IV.	*Kassenbestand, Bundesbankguthaben, Guthaben bei Kreditinstituten und Schecks*	*30.557.536,40*	*24.489.378,17*				
C.	**Rechnungsabgrenzungsposten**	**1.211.783,03**	**1.324.288,94**				
D.	**Aktiver Unterschiedsbetrag aus der Vermögensrechnung**	**0,00**	**0,00**				
		250.215.823,69	209.830.443,60			250.215.823,69	209.830.443,60

München, den 30. April 2019

Industrie- und Handelskammer für München und Oberbayern

Präsident
Dr. Eberhard Sasse

Hauptgeschäftsführer
Dr. Manfred Gößl

Der Abschluss für das Geschäftsjahr 2018 wurde von der Rechnungsprüfungsstelle für die Industrie- und Handelskammern, Düsseldorf, geprüft. Als Ergebnis der Prüfung wurden der Industrie- und Handelskammer für München und Oberbayern eine ordnungsmäßige Buchführung und eine auf Wirtschaftlichkeit und Sparsamkeit ausgerichtete Finanzwirtschaft bescheinigt.

Den Abschluss (Bilanz, GuV, Anhang und Lagebericht) finden Sie im Internet unter
www.ihk-muenchen.de/de/Über-uns/Jahresabschlüsse-der-IHK

Hierbei handelt es sich um eine verkürzte Fassung. Zu dem vollständigen Jahresabschluss zum 31.12.2018 nebst Anhang und Lagebericht sowie der Wirtschaftsführung für das Geschäftsjahr 2018 hat die Rechnungsprüfungsstelle für die Industrie- und Handelskammern mit Datum vom 30. April 2019 einen uneingeschränkten Bestätigungsvermerk erteilt.

Gewinn- und Verlustrechnung für das Geschäftsjahr 2018

		Ist 2018	Ist 2017
		Euro	Euro
1.	Erträge aus IHK-Beiträgen	70.784.719,81	46.238.734,06
2.	Erträge aus Gebühren	13.364.829,02	13.039.634,71
3.	Erträge aus Entgelten	763.660,03	5.633.816,50
4.	Erhöhung oder Verminderung des Bestandes an fertigen und unfertigen Leistungen	0,00	0,00
5.	Andere aktivierte Eigenleistungen	0,00	0,00
6.	Sonstige betriebliche Erträge	7.714.287,93	10.002.645,85
	- davon: Erträge aus Erstattungen	3.659.689,52	3.678.580,97
	- davon: Erträge aus öffentlichen Zuwendungen	712.520,30	869.031,35
	- davon: Erträge aus Abführung an gesonderte Wirtschaftspläne	0,00	0,00
	Betriebserträge	**92.627.496,79**	**74.914.831,12**
7.	Materialaufwand	14.935.023,54	17.040.681,32
	a) Aufwendungen für Roh-, Hilfs- u. Betriebsstoffe und bezogene Waren	2.176.923,61	2.549.498,21
	b) Aufwendungen für bezogene Leistungen	12.758.099,93	14.491.183,11
8.	Personalaufwand	38.261.653,43	39.021.039,31
	a) Gehälter (inkl. Sachbezüge und Aushilfen)	28.604.668,03	29.417.761,00
	b) Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und Unterstützung	9.656.985,40	9.603.278,31
9.	Abschreibungen	1.722.213,35	1.393.680,93
	a) Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	1.722.213,35	1.393.680,93
	b) Abschreibungen auf Vermögensgegenstände des Umlaufvermögens, soweit diese die in der IHK üblichen Abschreibungen überschreiten	0,00	0,00
10.	Sonstige betriebliche Aufwendungen	35.620.793,95	37.220.320,80
	- davon: Zuführung an gesonderte Wirtschaftspläne	0,00	0,00
	Betriebsaufwand	**90.539.684,27**	**94.675.722,36**
	Betriebsergebnis	**2.087.812,52**	**-19.760.891,24**
11.	Erträge aus Beteiligungen	0,00	0,00
12.	Erträge aus anderen Wertpapieren und Ausleihungen des Finanzanlagevermögens	417.983,01	388.041,42
13.	Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	37.743,95	6.369,98
	- davon: Erträge aus Abzinsung	3.466,31	585,97
14.	Abschreibungen auf Finanzanlagen und auf Wertpapiere des Umlaufvermögens	0,00	49.800,00
15.	Zinsen und ähnliche Aufwendungen	1.557.149,57	1.329.933,48
	- davon: Aufwendungen aus Aufzinsung	1.075.956,45	1.226.861,57
	Finanzergebnis	**-1.101.422,61**	**-985.322,08**
	Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	**986.389,91**	**-20.746.213,32**
16.	Außerordentliche Erträge	0,00	0,00
17.	Außerordentliche Aufwendungen	0,00	0,00
	Außerordentliches Ergebnis	**0,00**	**0,00**
18.	Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	3.373,46	21.420,67
19.	Sonstige Steuern	109.055,98	105.765,87
20.	**Jahresüberschuss / Jahresfehlbetrag**	**873.960,47**	**-20.873.399,86**
21.	**Gewinn-/Verlustvortrag aus dem Vorjahr**	**4.663.705,72**	**14.795.487,03**
22.	Entnahmen aus Rücklagen	5.325.927,91	23.825.618,55
	a) aus der Ausgleichsrücklage	3.508.000,00	2.488.000,00
	b) aus anderen Rücklagen	1.817.927,91	21.337.618,55
23.	Einstellungen in Rücklagen	-5.958.000,00	-13.084.000,00
	a) in die Ausgleichsrücklage	0,00	-1.614.000,00
	b) in andere Rücklagen	-5.958.000,00	-11.470.000,00
24.	**Bilanzgewinn/Bilanzverlust**	**4.905.594,10**	**4.663.705,72**
	Gewinnverwendungsvorschlag (nachrichtlich)		
	- Einstellung in die Ausgleichsrücklage	0,00	0,00
	- Einstellung in andere Rücklagen	0,00	0,00
	- Vortrag auf neue Rechnung	4.905.594,10	4.663.705,72

IHK-Wahl 2021
Bestellung des Sitzverteilungsüberprüfungsausschusses

Die Vollversammlung hat in ihrer Sitzung am 24. Juli 2019 gemäß § 7 Abs. 3 der Wahlordnung den Ausschuss zur Überprüfung der Sitzverteilung bestellt.

Dieser setzt sich wie folgt zusammen:

Ehrenamt:
1. Bauer, Thomas
2. Bensegger, Andreas
3. Binder, Nikolaus
4. Dörrié, Detlef
5. Fuchsberger-Paukert, Sabine
6. Heene, Robert Dr.
7. Inselkammer, Peter
8. Keitel, Sabine
9. Knott, Maximilian
10. Läuger, Ernst
11. Lingg, Peter
12. Morawietz, Lydia
13. Müller, Stefan
14. Mund, Oliver
15. Obermeier-Osl, Ingrid
16. Schindecker, Erika
17. Schneidemann, Herbert Dr.
18. Tropschuh, Peter F. Dr.
19. Wickenhäuser, Kathrin
20. Winklhofer, Johannes
21. Zimmerer, Robert

Hauptamt:
1. Gößl, Manfred Dr.
2. Kammerer, Peter
3. Obermeier, Robert Dr.
4. Ortlepp, Beate Dr.

München, den 26. Juli 2019
Industrie- und Handelskammer für München und Oberbayern

Präsident	Hauptgeschäftsführer
Dr. Eberhard Sasse	Dr. Manfred Gößl

Nachberufungen in IHK-Ausschüsse

Das Präsidium hat in seiner Sitzung am 24.07.2019 gemäß § 6 Abs. 2 Satz 3 lit. b) der Satzung der IHK beschlossen, nachfolgend aufgeführte Personen in die entsprechenden Ausschüsse zu berufen:

Außenwirtschaft

Graetz, Peter, Senior Banker Trade & Export Finance
Bayerische Landesbank, München

Klein, Achim, Geschäftsführer
ROHDE & SCHWARZ Vertriebs-GmbH, München

Max, Thomas, Kaufmännischer Leiter
STÖGER AUTOMATION GmbH, Königsdorf

Mühlbauer, Peter, Geschäftsführer
TÜV SÜD Management Service GmbH, München

Schumacher, Jens, Regional Head Trade Finance & Cash Management
Commerzbank AG, München

Finanzen und Steuern

Hruby, Kapka, Head of Corporate Tax
Rodenstock GmbH, München

Nagel, Karoline, Head of Corporate Tax
BayWa AG, München

Recht

Klahold, Christoph, Dr., General Counsel & Group Chief Compliance Officer
Münchener Rückversicherungs-Gesellschaft AG, München

Tourismus

Amrhein, Denise, Dr., Geschäftsführerin
Fuchsbräu Hotel – GmbH, Beilngries

Umwelt und Energie

Pfarr, Stefan, Global Head of ESHA / QA / System Management, BU Catalysts
Clariant Produkte (Deutschland) GmbH, München

Sengenberger, Tobias, Prokurist
invra Treuhand AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, München

Unternehmensverantwortung

Harries, Timo, Leiter Controlling / Performance Management
CEWE Stiftung & Co. KGaA, Germering

Schmid, Natalie, Abteilungsdirektorin Corporate Social Responsibility
DONNER & REUSCHEL AktiengesellschaftPrivatbank, München

Wallner, Ramona, Energie- und Umweltmanagementbeauftragte
Zeppelin GmbH, Garching bei München

München, den 26. Juli 2019
Industrie- und Handelskammer für München und Oberbayern

Präsident	Hauptgeschäftsführer
Dr. Eberhard Sasse	Dr. Manfred Gößl

Firmenindex

Firma	Seite	Firma	Seite	Firma	Seite
akzente kommunikation und beratung GmbH	28	Engaginglab GmbH	34	Peter Heinzlmair e.K. Hopfendraht und Hopfenbedarf	36
Audi AG	16	fortiss GmbH	20	ProSiebenSat.1 Media SE	56
BBS Automation GmbH	38	Gamify now! UG	34	trendhouse EventMarketing GmbH	10
BIP Biomedizinische Instrumente und Produkte GmbH	44	Gerg Group	22	Treveris-Thermen-Trier Trevi-Therm Park-Sauna GmbH	26
BMW Group	16, 20	Gerg Lighthouse GmbH	22		
BrauKon GmbH	42	Goldbrunner GmbH	16		
Büchl Gruppe	50	Knorr-Bremse AG	16		
Danuvius Klinik GmbH	28	Knott Holding GmbH	16		
Dräxlmaier Group	28	Media-Concept Bürobedarf GmbH	48		
		Move up – Adrenalin in nature GmbH & Co. KG	26		

Die Seitenangaben beziehen sich auf den Anfang des jeweiligen Artikels

Statut für die Ausstellung von Ursprungszeugnissen und anderen dem Außenwirtschaftsverkehr dienenden Bescheinigungen

Das Präsidium hat in seiner Sitzung am 24.07.2019 gemäß § 6 Abs. 2 Satz 3 Buchstabe d) der IHK-Satzung beschlossen, das »Statut für die Ausstellung von Ursprungszeugnissen und anderen dem Außenwirtschaftsverkehr dienenden Bescheinigungen« in nachfolgender Fassung neu zu fassen:

§ 1 Zuständigkeit

(1) Die Industrie- und Handelskammer (IHK) stellt auf Antrag die für den Außenwirtschaftsverkehr erforderlichen Ursprungszeugnisse aus, soweit die Ausstellung nicht anderen Stellen zugewiesen wurde.

(2) Ein Ursprungszeugnis wird nur ausgestellt, wenn der Antragsteller seinen Sitz, eine Betriebsstätte oder, falls er kein Gewerbe betreibt, seinen Wohnsitz im IHK-Bezirk hat oder wenn die örtlich und sachlich zuständige IHK der Ausstellung zustimmt.

§ 2 Allgemeine Bestimmungen

(1) Ein Ursprungszeugnis wird nur bezogen auf einen tatsächlichen Versand ausgestellt. Ist der Versand noch ungewiss, soll ein Ursprungszeugnis nicht ausgestellt werden.

(2) In begründeten Ausnahmefällen kann eine Neuausfertigung eines Ursprungszeugnisses auch dann beantragt werden, wenn für die betreffenden Waren bereits ein Ursprungszeugnis ausgestellt wurde.

§ 3 Antragstellung

(1) Der Antragsteller stellt den Antrag auf Ausstellung eines Ursprungszeugnisses mittels der von der IHK zur Verfügung gestellten elektronischen Anwendung.

(2) Soweit der Antrag alternativ in Papierform gestellt wird, hat der Antragsteller den Vordrucksatz bestehend aus Antrag (auf Ausstellung eines Ursprungszeugnisses), Ursprungszeugnis und, soweit erforderlich, Durchschriften identisch auszufüllen und der IHK einzureichen. Der Antrag in Papierform ist vom Antragsteller mit Orts- und Datumsangabe zu versehen und zu unterzeichnen.

Der Antragsteller hat die vom DIHK autorisierten Vordrucke zu verwenden, die den im Anhang zu diesem Statut abgebildeten Mustern und Spezifikationen entsprechen. Jeder Vordruck muss den Namen und die Anschrift oder das Kennzeichen der Druckerei enthalten.

(3) Für die Angaben im Ursprungszeugnis ist eine Amtssprache der Europäischen Union zu verwenden. Bei der Verwendung einer anderen als der deutschen Sprache kann die IHK eine Übersetzung verlangen, die ein Übersetzer angefertigt hat, der für Sprachübertragungen der betreffenden Art nach den landesrechtlichen Vorschriften ermächtigt oder öffentlich bestellt wurde oder einem solchen Übersetzer jeweils gleichgestellt ist.

§ 4 Erforderliche Angaben

(1) Der Antrag auf Ausstellung eines Ursprungszeugnisses muss vollständig ausgefüllt sein und die Angaben enthalten, die zur Feststellung der Nämlichkeit der darin aufgeführten Waren erforderlich sind, insbesondere

- Anzahl, Art, Markierung (z. B. Zeichen und Nummern) der Packstücke,
- allgemeinverständliche, handelsübliche Beschreibung der Ware, die eine hinreichende Konkretisierung ermöglicht,
- Gewicht, alternativ Stückzahl oder eine andere für die Ware übliche Maßeinheit,
- Name und Anschrift des in der Europäischen Union ansässigen Absenders,
- Bestimmungsland der Waren.

(2) Aus dem Antrag muss eindeutig das jeweilige nichtpräferenzielle Ursprungsland der einzelnen Waren hervorgehen. Dabei können als Ursprungsland die Europäische Union, ihre Mitgliedstaaten mit dem Klammerzusatz »(Europäische Union)« oder ein Nicht-EU-Staat angegeben werden.

(3) Der Antrag darf zusätzlich Folgendes enthalten:

- Angaben über Wert der Waren sowie Verweise auf zugehörige Handelsdokumente,
- Angaben über das Akkreditiv,
- Angaben über die Einfuhrlizenz,
- Angaben aufgrund zwischenstaatlicher Vereinbarungen.

§ 5 Nichtpräferenzieller Ursprung

(1) Der nichtpräferenzielle Ursprung ist nach Artikel 60 der »Verordnung (EU) Nr. 952/2013 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 9. Oktober 2013 zur Festlegung des Zollkodex der Union« (UZK) und der ergänzenden »Delegierten Verordnung (EU) Nr. 2015/2446 vom 28. Juli 2015 der Kommission mit Einzelheiten zur Präzisierung von Bestimmungen des Zollkodex der Union« (UZK-DA) in der jeweils gültigen Fassung zu bestimmen.

(2) Die IHK bestimmt den nichtpräferenziellen Ursprung bei Beteiligung zweier oder mehrerer Länder am Herstellungsprozess gemäß Artikel 60 Absatz 2 UZK auf Grundlage des Prinzips der letzten wesentlichen Be- oder Verarbeitung.

(3) Auf Antrag kann die IHK die gemäß Artikel 62 UZK erlassenen produktspezifischen Vorschriften der Delegierten Verordnung (EU) Nr. 2015/2446 zum Zollkodex der Union in der jeweils gültigen Fassung oder gemäß Artikel 61 UZK die im Bestimmungsland oder -gebiet geltenden Ursprungsregeln heranziehen.

§ 6 Befugnisse der IHK

(1) Die IHK kann vom Antragsteller alle erforderlichen Auskünfte und Unterlagen zum Nachweis der Richtigkeit der im Antrag enthaltenen Angaben verlangen. Dies betrifft insbesondere Nachweise über den nichtpräferenziellen Ursprung, wie z. B. ein von einer dazu berechtigten Stelle ausgestelltes Ursprungszeugnis, sowie die gemäß § 5 Absatz 3 notwendigen Angaben.

(2) Für die Erteilung der Auskünfte und Vorlage der verlangten Unterlagen kann die IHK dem Antragsteller eine angemessene Frist setzen.

(3) Reichen die Angaben im Antrag oder die nach Absatz 1 verlangten Auskünfte oder Unterlagen nicht aus, lehnt die IHK die Ausstellung des Ursprungszeugnisses ab.

(4) Stellt sich nachträglich heraus, dass die Angaben unrichtig sind, so hat die IHK das Ursprungszeugnis für ungültig zu erklären und, sofern möglich, aus dem Verkehr zu ziehen.

§ 7 Ausstellung

(1) Die IHK stellt das Ursprungszeugnis in der dafür bestimmten elektronischen Anwendung aus und dem Antragsteller elektronisch zur Verfügung.

(2) Verwendet der Antragsteller den Vordruck gemäß § 3 Absatz 2, versieht die IHK diesen mit ihrer Bezeichnung, Ortsangabe, Datum, Siegel und Unterschrift des mit der Ausstellung Beauftragten.

(3) Die von der IHK ausgestellten Ursprungszeugnisse sind öffentliche Urkunden.

§ 8 Aufbewahrung und Löschung

Antrag, zugehörige Unterlagen und Daten werden zwei Jahre aufbewahrt. Die Aufbewahrungsfrist beginnt mit dem Schluss des Jahres, in dem die IHK über den Antrag entschieden hat. Nach Ablauf der Frist werden bei elektronischer Verarbeitung die Daten gelöscht; analoge Dokumente werden einer rechtssicheren Vernichtung zugeführt.

§ 9 Sonstige Bescheinigungen

(1) Stellt die IHK auf Antrag sonstige dem Außenwirtschaftsverkehr dienende Bescheinigungen, (Langzeit-) Erklärungen-IHK für den nichtpräferenziellen Ursprung aus, oder gibt sie auf anderen dem Außenwirtschaftsverkehr dienenden Dokumenten Erklärungen ab, so sind die Bestimmungen dieses Statuts sinngemäß anzuwenden.

(2) Falls nicht elektronisch beantragt, stellt der Antragsteller der IHK eine zusätzliche Ausfertigung des von ihm unterschriebenen Dokumentes zur Verfügung. Diese verbleibt bei der IHK.

(3) Bescheinigungen und Erklärungen werden in deutscher Sprache erteilt; bei nachgewiesenem Bedürfnis können sie auch in einer Fremdsprache erteilt werden.

(4) Eine Bescheinigung kann nicht ausgestellt, eine Erklärung nicht abgegeben werden, wenn der mit ihr verfolgte Zweck oder der beantragte Inhalt gegen ein Gesetz oder Grundsätze der öffentlichen Ordnung verstößt.

§ 10 Durchführungsvorschriften

Zur Durchführung dieser Bestimmungen können Richtlinien als Dienstanweisung erlassen werden.

§ 11 Gebühren

Für die Ausstellung von Ursprungszeugnissen, Bescheinigungen und Erklärungen erhebt die IHK Gebühren nach Maßgabe ihrer Gebührenordnung.

§ 12 Inkrafttreten

Dieses Statut tritt am 03. September 2019 in Kraft. Damit tritt das Statut vom 01. Mai 2016 außer Kraft.

Anlagen

Der Vordruck für das Ursprungszeugnis hat das Format 210 × 297 mm, wobei die Länge höchstens 5 mm weniger oder 8 mm mehr betragen darf. Es ist holzfreies, geleimtes Schreibpapier mit einem Gewicht von mindestens 64 Gramm je Quadratmeter oder zwischen 25 und 30 Gramm je Quadratmeter für Luftpostpapier zu verwenden. Die Vorderseite des Originals ist mit einem bräunlichen guillochierten Überdruck zu versehen, auf dem jede mechanisch oder chemisch vorgenommene Fälschung sichtbar wird.

Vordruck Antrag Ursprungszeugnis

Vor dem Ausfüllen Anmerkungen auf der Rückseite beachten! — **Verbleibt bei der ausstellenden Stelle**

1 Absender (Name oder Firmenbezeichnung und vollständige Anschrift)

000000

ANTRAG AUF AUSSTELLUNG

EUROPÄISCHE UNION

URSPRUNGSZEUGNIS

2 Empfänger (Name oder Firmenbezeichnung und vollständige Anschrift, oder „an Order" und Bestimmungsland)

3 Ursprungsland (Europäische **Union** oder betreffendes Ursprungsland)

4 Angaben über die Beförderung (Ausfüllung freigestellt)

5 Bemerkungen

6 Laufende Nummer; Zeichen, Nummern, Anzahl und Art der Packstücke; Warenbezeichnung (bei unverpackten Waren die Anzahl oder „lose geschüttet" einsetzen)

7 Menge (ausgedrückt in Roh- oder Eigengewicht oder in anderen Maßeinheiten)

Muster

8 Der Unterzeichner

- BEANTRAGT die Ausstellung eines Ursprungszeugnisses, in dem bescheinigt wird, dass die oben bezeichneten Waren ihren Ursprung in dem in Feld 3 genannten Land haben,
- ERKLÄRT, dass die vorbezeichneten Waren hergestellt wurden ☐ **im eigenen Betrieb in Deutschland** ☐ **in einem anderen Betrieb**, dass er für die vorbezeichneten Waren noch **kein** Ursprungszeugnis beantragt hat,

  dass ihm folgendes bekannt ist: Ursprungszeugnisse sind öffentliche Urkunden; wer schuldhaft bewirkt, dass unrichtige Angaben in einem Ursprungszeugnis bescheinigt werden, oder wer schuldhaft falsche Ursprungszeugnisse gebraucht, kann sich einer straf- oder bußgeldrechtlichen Verfolgung aussetzen; für alle Schäden, die aus vorsätzlich oder fahrlässig gemachten unrichtigen Angaben entstehen, haftet er gegebenenfalls auch bürgerlich-rechtlich,
- ERKLÄRT, dass die Angaben dieses Antrags sowie die im Hinblick auf die Ausstellung des Ursprungszeugnisses der zuständigen Stelle vorgelegten Beweisunterlagen und erteilten Auskünfte richtig sind, dass die Waren, auf die sich die Unterlagen und Auskünfte beziehen, dieselben sind, für die das Zeugnis beantragt wird, dass diese Waren die Voraussetzungen erfüllen, die durch die Regelungen über die gemeinsame Begriffsbestimmung für den Warenursprung vorgesehen sind,
- VERPFLICHTET SICH, auf Verlangen der zuständigen Stelle, zusätzliche Angaben zu machen und weitere Beweisunterlagen vorzulegen, die für die Ausstellung des Zeugnisses erforderlich sind.

9 Antragsteller, wenn nicht Absender (Name der Firma und vollständige Anschrift)

Ort und Datum — Unterschrift des Antragstellers (Handschriftlich)

München, 31. Juli 2019

Industrie- und Handelskammer für München und Oberbayern

Präsident

Dr. Eberhard Sasse

Hauptgeschäftsführer

Dr. Manfred Gößl

(Raum für zusätzliche Angaben der Einzelstaaten)

Muster

ANMERKUNGEN, BEIM AUSFÜLLEN VON URSPRUNGSZEUGNIS UND ANTRAG ZU BEACHTEN!

1. Die Vordrucke werden in Maschinenschrift oder handschriftlich in einer Amtssprache der Union oder nach den Gepflogenheiten und Erfordernissen des Handels in einer anderen Sprache ausgefüllt, wobei auf Übereinstimmung zu achten ist. Bei der handschriftlichen Ausfüllung werden Tinte (oder Kugelschreiber) und Druckschrift verwendet.
2. Ursprungszeugnis und Antrag dürfen weder Rasuren noch Übermalungen aufweisen. Änderungen sind so vorzunehmen, dass die irrtümlichen Eintragungen gestrichen und gegebenenfalls die beabsichtigten Eintragungen hinzugefügt werden. Jede so vorgenommene Änderung muss von dem, der sie durchgeführt hat, bescheinigt und von der zuständigen Stelle bestätigt werden.
3. Jeder Warenposten, der in dem Antrag und in dem Ursprungszeugnis aufgeführt ist, muss mit einer laufenden Nummer versehen sein. Unmittelbar unter der letzten Eintragung ist ein waagerechter Schlussstrich zu ziehen. Leerfelder sind durch Streichungen unbrauchbar zu machen.
4. Falls dies für den Ausfuhrhandel notwendig ist, können neben dem Zeugnis eine oder mehrere Durchschriften ausgefertigt werden.
5. In Feld 3 ist das Ursprungsland für jede in Feld 6 aufgeführte Ware einzutragen. Reicht der Raum in Feld 3 nicht aus, kann das Ursprungsland in Feld 6 getrennt für jede dort aufgeführte Ware angegeben werden. In diesem Fall ist in Feld 3 der Vermerk „(siehe Feld 6)" anzubringen.
6. Zur Angabe des Ursprungslandes bei umfangreichen Sendungen sind Hinweise auf zugehörige Geschäftspapiere in Feld 6 zulässig. In diesem Fall sind die Seriennummer des Formblatts in den Geschäftspapieren und die Nummer der Geschäftspapiere (z. B. Rechnung, Packliste) im Formblatt zu vermerken, um die Zusammengehörigkeit zwischen Geschäftspapieren und Formblatt eindeutig feststellen zu können. In Feld 3 ist ein Hinweis auf Feld 6 anzubringen.

Vordruck Ursprungszeugnis (Original, Durchschrift)

1 Absender - *Consignor - Expéditeur - Expedidor*

000000

DURCHSCHRIFT
COPY - COPIE - COPIA

2 Empfänger - *Consignee - Destinataire - Destinatario*

EUROPÄISCHE UNION

EUROPEAN UNION - UNION EUROPEENNE - UNION EUROPEA

URSPRUNGSZEUGNIS

CERTIFICATE OF ORIGIN - CERTIFICAT D' ORIGINE - CERTIFICADO DE ORIGEN

3 Ursprungsland - *Country of origin - Pays d'origine - Pais de origen*

4 Angaben über die Beförderung - *means of transport - expédition - expediciòn*

5 Bemerkungen - *remarks - observations - observaciones*

6 Laufende Nummer; Zeichen, Nummern, Anzahl und Art der Packstücke; Warenbezeichnung *Item no., marks, nos., number and kind of packages, description of goods* *No. de pos., marquage, nos., nombre et nature des colis, description de marchandises* *No. de orden, marcas, nos., cantidad y naturaleza de los bultos, descripción de las mercancías*	**7** Menge *Quantity* *Quantité* *Cantidad*
Muster	

8 DIE UNTERZEICHNENDE STELLE BESCHEINIGT, DASS DIE OBEN BEZEICHNETEN WAREN IHREN URSPRUNG IN DEM IN FELD 3 GENANNTEN LAND HABEN
The undersigned authority certifies that the goods described above originate in the country shown in box 3
L'autorité soussignée certifie que les marchandises désignées ci-dessus sont originaires du pays figurant dans la case No. 3
La autoridad infrascrita certifica que las mercancías arriba mencionadas son originarias del país que figura en la casilla no. 3

Ort und Datum der Ausstellung; Bezeichnung, Unterschrift und Stempel der zuständigen Stelle
Place and date of issue; name, signature and stamp of competent authority
Lieu et date de délivrance; désignation, signature et cachet de l'autorité compétente
Lugar y fecha de expedición; nombre, firma y sello de la autoridad competente

Jubiläen des Monats

40 Jahre

Robert Maier
Auto Maier GmbH, Garmisch-Partenkirchen

Jakob Oberloher
Autohaus Stettner, Ampfing

Matthias Weiss, Robert Strohmeier, Alfons Schwanninger, Alfons Englmaier
Brückner Textile Technologies GmbH & Co. KG, Tittmoning

Andreas Moosmüller, Helmut Weiss, Gertraud Beil, Klaus Bledau, Johann Brolich, Leonhard Daniel, Klaus Dullinger, Axel Fischer, Reinhard Klötzler, Sieglinde Müller, Anton Starnecker, Anton Walcher
Clariant Produkte (Deutschland) GmbH, Standort Gendorf, Burgkirchen

Rudolf Dürschmied
CROWN Foodcan GmbH, Werk Weiding, Polling

Robert Baumgartner
Gobal Amines Germany GmbH, Burgkirchen

Manuela Ehrnsperger, Gerlinde Heinzinger, Franz-Xaver Plöckl
HIPP-Werk Georg Hipp OHG, Pfaffenhofen a.d. Ilm

Foto: Ecolab

V.l. Ralf Heiduczek (Leiter Produktion), Marianne Steinbeißer (Jubilarin), Dino Saraja (Teamleiter), Stefan Stutz (Betriebsratsvorsitzender) (weitere Jubilare, nicht auf dem Bild: Josef Huber, Martin Köber)
Ecolab Engineering GmbH, Siegsdorf

Elisabeth Bücherl
HiPP GmbH & Co. Vertrieb KG, Pfaffenhofen a.d. Ilm

Arthur Zeidler
Heinz Kiesel & Söhne GmbH, München

Werner Wolf
Raiffeisenbank Pfaffenhofen a.d. Glonn eG, Odelzhausen

Martin Löw, Herbert Sebald
RENOLIT SE, München

Josef Luchs, Renate Maier, Max Obereisenbuchner, Ludwig Zuhr
UniCredit Bank AG, Ndl. Oberbayern Süd, Rosenheim

Gundolf Seuferling
WWK Lebensversicherung a.G.,München

Lieselotte Zimmermann
Zeitungsvertrieb Fürstenfeldbruck GmbH

Mathilde Mester
ZVO Zeitungsvertriebs GmbH Penzberg

25 Jahre

Günther Leutschaft, Andrea Malhi, Anna Zeck
ALZMETALL Werkzeugmaschinenfabrik & Gießerei Friedrich GmbH & Co. KG, Altenmarkt/Alz

Karin Demberger, Bassem Koubar, Rainer Münzner, Torsten Pannasch, Tilo Stephan, Udo Stephan, Hansjörg Rost, Heidrun Harthun, Werner Sax
Baierl & Demmelhuber Innenausbau GmbH, Töging

Dr. Udo Schäfer
Bio-Rad Laboratories GmbH, München

Guido Manhart
Bucher Hydraulics Erding GmbH, Erding

Thomas Demmelhuber, Andreas Herold, Stefan Kagerer, Daniela Metschulat, Lars Metschulat, Markus Pauli, Markus Reitberger, Sabine Steinhauer, Michael Trac
Clariant Produkte (Deutschland) GmbH, Standort Gendorf, Burgkirchen

Michael Weiß, Manfred Gies
Gentherm GmbH, Odelzhausen

Stefan Liegl, Rudolf Ecker, Silvia Kornberger
Gienger München KG, Markt Schwaben

Michael Braun
Gobal Amines Germany GmbH, Burgkirchen

Monika Schleibinger
HIPP-Werk Georg Hipp OHG, Pfaffenhofen a.d. Ilm

Jan Kurcik, Rudolf Schreistetter
HiPP GmbH & Co. Produktion KG, Pfaffenhofen a.d. Ilm

Sigrid Jänicke, Ingrid Hirschberger, Rainer Ohrmann
HiPP GmbH & Co. Vertrieb KG, Pfaffenhofen a.d. Ilm

Edeltraud Kannacher
Kaufhaus Rid GmbH, Weilheim

Claudia Klepach, Gabriele Trautwein
Kraftfahrer-Schutz e.V., München

Alexander Vorwallner
KRAIBURG TPE GmbH & Co. KG, Waldkraiburg

Nazim Korkmaz
Langmatz GmbH, Garmisch-Partenkirchen

Natalja Lotz
Lohnsteuerhilfe Bayern e.V., München

Marianne Burprich
MEWA Textil-Service AG & Co. Manching OHG, Manching

Michael Sachse, Oliver Streicher, Mustafa Emirdogan, Cevdet Özbek
RENOLIT SE, München

Alexander Hartl, Stefan Hainzlmeir, Markus Kleiner
Schattdecor AG, Thansau

Hans Kaltwasser, Joachim Föhl, Diana Ebert, Gunter Friedrich
Schiedel GmbH & Co. KG, München

Marcus Lehner, Silke Ostermeier, Alexandra Ring
Sparkasse Freising, Freising

Andreas Bürger, Gerhard Dirmaichner, Angelika Fink, Johann Krimplstötter, Barbara Lang, Max Mittelbach, Wolfgang Vorleitner, Manfred Wünsch
SPINNER GmbH, München

Helga Rupprecht
Tretter-Schuhe, Josef Tretter GmbH & Co. KG, München

Christine Gröbl, Nicole Koschwanez-Böhm
UniCredit Bank AG, Ndl. Oberbayern Süd, Rosenheim

Martin Strasser
UniCredit Bank AG, München

Monika Thaumüller
V-Markt Balanstraße GmbH & Co. KG, München

Claudia Rohmer
Wiedemann Parfümerie GmbH, Bad Tölz

Dimitrios Karagkounis, Rosemarie Schenn
WISAG Produktionsservice GmbH, Ismaning

Kathrin Grum, Günter Roth, Frank Xylander, Karl-Heinz Grum, Renate Schmidt
Zeitungsvertrieb Fürstenfeldbruck GmbH

Marlene Fink, Georg Grasberger, Katharina Rauscher
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/ehrenauszeichnung

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

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

Merkur.de

INTERIMSMANAGEMENT

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

INDUSTRIEMONTAGE

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

UNTERNEHMENSNACHFOLGE

Unternehmensnachfolge & Digitale Transformation KMU's
Erfahrener Unternehmer, IT-Gründer, Beirat und Mediator begleitet Ihren Generationswechsel als Sparringspartner in die Digitalisierung. Info@executive-business-coach.de. 089 40907570

HAUSVERWALTUNGEN

Hausverwaltung Lederer

Verwaltung von Mietwohnanlagen, Gewerbeobjekten und Wohn- und Geschäftshäusern.
Sie suchen für Ihr Objekt in München oder Umland eine kompetente und zuverlässige Hausverwaltung?
Fordern Sie unverbindlich unsere Informationsbroschüre an!

Mitglied im Verband der Immobilienverwalter Bayern e.V.

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

TELEFONANLAGEN

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

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

UNIFY
OpenScape Business / 4000

KNOTGEN
Telefonsysteme Vertriebs GmbH
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

WEICHSELGARTNER seit 1975
■ **WOHN- & GEWERBEIMMOBILIEN IN MÜNCHEN & REGION**
Immobilienkaufleute (IHK) verkaufen & bewerten Ihre Immobilie **kostenfrei.
www.weichselgartner-immo.de · Ihr Münchner Immobilienbüro ✆ 089/918071

WERBEARTIKEL

STIEFEL® eurocart
Ihr Partner für Langzeitwerbung
Info (0 84 56) 92 43 00
www.stiefel-online.de
Wandkarten • Kalender • Schreibunterlagen • Wahlplakate

GROSSFORMAT- UND DIGITALDRUCK

STIEFEL digitalprint
Wir beraten Sie gerne.
Service-Telefon (0 84 56) 92 43 50
www.stiefel-online.de
XXL-Werbebanner • Fahnen/Displays • Plattendruck • Wahlplakate

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
Aumer

Zeichnung: Dieter Hanitzsch

IMPRESSUM

Wirtschaft –
Das IHK-Magazin für München und Oberbayern
75. Jahrgang, 2. September 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
Redaktionsassistenz: Iris Oberholz
Redaktionelle Mitarbeiter:
Harriet Austen, Stefan Bottler, Uli Dönch,
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: Patrick P. Palej_Fotolia.com
Schlussredaktion: Lektorat Süd,
Hohenlindener Straße 1, 81677 München
www.lektorat-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

Besuchen Sie uns!
07.–09. Oktober 2019
Stand B1.410

expo real

Thomas Aigner
Geschäftsführer

TRUDERING – MULTIFUNKTIONALER GEWERBEKOMPLEX
Ca. 17.385 m² vermietb. Fläche, ca. 19.733 m² Grund, Bj. 1981

NEUHAUSEN – JUGENDSTIL-MEHRFAMILIENHAUS
Ca. 737 m² vermietb. Fläche, ca. 410 m² Grund, Bj. 1900

ISARVORSTADT – WOHN- UND GESCHÄFTSHAUS
Ca. 1.145 m² vermietb. Fläche, ca. 760 m² Grund, Bj. 1905

INVESTMENTS FÜR PROFESSIONELLE UND PRIVATE INVESTOREN

Mit 30 Jahren Markterfahrung und sieben Standorten in der Region gehört die Aigner Immobilien GmbH zu einem der führenden Immobilienunternehmen im Großraum München und zu den größten inhabergeführten Maklerhäusern Deutschlands. Über 130 Mitarbeiter gewährleisten Investoren, Eigentümern und Immobiliennutzern professionelle und zielorientierte Beratungs- und Dienstleistungen über die gesamte Wertschöpfungskette einer Immobilie hinweg. Dabei verstehen sich unsere Experten zugleich als Matchmaker für Gewinn bringende Deals und langfristige Partner, die den kompletten Investment-Zyklus im Blick behalten. Durch die konsequente Ausrichtung auf die Bedürfnisse der Kunden sowie eine strategische und individuell angepasste Vorgehensweise werden bestmögliche Lösungen für alle Zielgruppen realisiert.

Aigner Immobilien ermöglicht über ein internationales Netzwerk an besten Kontakten schnelle und nachhaltige Transaktionen – auf Wunsch auch ganz diskret durch unseren Secret-Sale-Service.

Unser zertifiziertes Maklerhaus ist neben elf weiteren kompetenten Mitgliedern Münchner Partner des bundesweit erfolgreichen Immobiliendienstleister-Verbundes DIP (Deutsche Immobilien-Partner). Dieses Netzwerk bietet in- und ausländischen Kapitalanlegern interessante Investitionsmöglichkeiten aller Assetklassen in ganz Deutschland.

Rufen Sie uns an – wir nehmen uns Zeit für Sie!

Tel. (089) 17 87 87 - 8786

PREMIUMSTATION

Klinikum Landsberg am Lech

Herzlich Willkommen auf unserer Premiumstation!

Das Klinikum Landsberg am Lech im schönen Oberbayern geht mit der Zeit und erfüllt den Wunsch vieler Patienten nach einem Mehr an Service, nach einer exklusiven Unterkunft in unserem Haus.
Deshalb haben wir jetzt unsere eigene Premiumstation mit 29 Einzelzimmern und einer Suite eröffnet.

Damit Sie sich rundum wohlfühlen, steht Ihnen täglich ein freundliches Team aus qualifizierten Servicekräften zur Seite.

Fühlen Sie sich wie zuhause bei uns!

Besser. Näher. Herzlicher.