www.ihk-muenchen.de

IHK

Das IHK-Magazin für München und Oberbayern

wirtschaft

04/2020



CORONA *Krise*

Finanzhilfen, Steuern, Recht, Kurzarbeit und Homeoffice – Tipps für Unternehmen

Innovationen
Wie neue Technologien helfen, die Lebensmittelversorgung zu sichern

J.G. Schreibmayr
Der Marktführer für Kirchenbedarf setzt auf eine Multichannel-Strategie

Datenschutz
Zwischenbilanz nach zwei Jahren DSGVO

New Yorker Firefighters stehen auf HAIX ...

... und HAIX steht auf die BayBG



Machen Sie es wie HAIX, der führende Anbieter für Sicherheits- und Outdoorschuhe.

Nutzen Sie Ihre Chancen mit Beteiligungskapital der BayBG Bayerische Beteiligungsgesellschaft.

Die BayBG ist DER verlässliche Finanzierungs-Partner des Mittelstands

Informationen:
Christian.Fiederling@baybg.de
www.baybg.de ■ Tel. 089 / 122280-100

BayBG
Bayerische Beteiligungsgesellschaft mbH

Ein Virus stößt Veränderungen an

Wenn es eines anschaulichen Beweises noch bedurft hätte, wie engmaschig vernetzt die globale Wirtschaft inzwischen ist, der Ausbruch und das Umsichgreifen des Coronavirus haben es uns drastisch vor Augen geführt. Kein Produktionsbetrieb, kein Händler, kein Dienstleister, der nicht davon betroffen wäre. Nun sind solche Ereignisse für einen Unternehmer nichts Ungewohntes. Im Großen wie im Kleinen müssen wir uns damit immer wieder im betrieblichen Alltag auseinandersetzen. Daher wissen wir auch, dass Panik und blinder Eifer die falsche Medizin gegen solche Vorfälle sind. Selbst kleine und kleinste Firmen verfügen heute zumindest ansatzweise über einen Plan B zum Umgang mit Störungen im betrieblichen Alltag – oder sie haben Zugang zu Experten, die ihnen weiterhelfen, zum Beispiel in der IHK-Organisation.

Worauf wir uns allerdings einstellen müssen, ist – und das bedeutet einen nachhaltigen Eingriff in den Status quo –, dass eine Krise wie diese Veränderungen nach sich zieht. Veränderungen, die sich nicht einfach ausrechnen lassen, sondern Wachheit und Flexibilität erfordern. In manchen Branchen – Tourismus- und Messegeschäft zeigen es dramatisch – stellen sich existenzielle Fragen, die mit Bordmitteln allein nicht zu beantworten sind.

Es spricht für ein pragmatisches wie auch einsichtiges Verständnis von Nehmen und Geben – sprich: ein insolventer Steuerzahler ist ein fehlender Steuerzahler –, dass die Politik hier schnell reagiert und umfassende Hilfeleistungen angeschoben hat. Schließlich hat man dort auch die Regeln für die Banken zu verantworten, die bei mangelndem Cash einen Kredit sofort kritisch stellen müssen. Auch die »Atemwege« eines Unternehmens brauchen Fürsorge, wenn es dem Gemeinwesen erhalten bleiben soll. Nehmen wir die aktuelle Krise als Anlass, um über Veränderungen nachzudenken. Nicht nur die Hygiene in den Betrieben, die Abwesenheitsvertretungen und Homeoffice-Lösungen werden vielfach neu gedacht werden müssen. Es wird auch darum gehen müssen, mit welchen Instrumenten unser Staat seine Struktur an Betrieben, Arbeitsplätzen und deren Funktionsfähigkeit schützt.



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

Der effiziente Umgang mit bedrohlichen Viren, am Menschen wie am Computer, ist dabei nicht weniger wichtig als der Schutz vor instabilen Firmenbilanzen. Letztlich ist beides miteinander verknüpft. Vorsorge schützt, Intelligenz schafft Sicherheit und die Verbesserung von Abläufen und Systemen ist unternehmerisches Gebot. Damit wir dieser und der nächsten Krise souverän begegnen.



Folgen Sie mir auf Twitter
@IHK_MUC_Praes

TITELTHEMA

CORONAKRISE

Der Kampf gegen das Coronavirus hat die Welt im Griff. Die Einschnitte ins Wirtschaftsleben sind drastisch. Wie können Firmen reagieren? Welche Services und Hilfen stehen zur Verfügung?



UNTERNEHMEN

MARKTFÜHRER

Das Unternehmen J.G. Schreibmayr liefert seit 1820 Kirchenbedarf. Der Vertrieb des Marktführers in Deutschland geht mit der Zeit: Firmenchef Andreas Püttmann verfolgt eine Multichannel-Strategie.



BETRIEB + PRAXIS

FIT IN DER FIRMA

Mit betrieblichem Gesundheitsmanagement können Unternehmen die Krankenquote senken, den Teamgeist stärken und sich als attraktiver Arbeitgeber präsentieren.



NAMEN + NACHRICHTEN

6 BESCHÄFTIGUNG
Firmen stellen zurückhaltender ein

UNTERNEHMERPROFIL

12 RASEM BABAN
Unternehmen Zoo: Der Direktor des Tierparks Hellabrunn treibt den Umbau zügig voran

TITELTHEMA

14 CORONAKRISE
Die Folgen für die Wirtschaft sind drastisch. Welche Hilfen gibt es für Unternehmen?
18 KURZARBEIT
Zugang zu Kurzarbeitergeld wird erleichtert
19 HOMEOFFICE
Rechtliche Vorgaben und Tipps für Firmen
20 SCHLAGLICHT
Mittelständler berichten über Coronafolgen

STANDORTPOLITIK

22 LUST AUF ZUKUNFT
Neue Technologien helfen, die Lebensmittelversorgung von morgen zu sichern
25 IHK-AUSSCHÜSSE
Nachhaltigkeit/Verkehr und Luftqualität
26 INNOVATION
Wo steht Deutschland im globalen Vergleich?
28 FORSCHUNG
Ergebnisse aus dem neuen BIHK-Report
29 VERWALTUNG
Bayerns Digitalministerin Judith Gerlach über das geplante digitale Unternehmenskonto
30 DEBATTE I
Notenbankerin Sylvie Goulard diskutiert mit der Wirtschaft über Green Finance
32 DEBATTE II
Bundeswirtschaftsminister Peter Altmaier über Corona und den globalen Innovationswettlauf
34 NACHHALTIGKEITSZIELE
Firmen setzen sich für das Leben an Land ein
36 AUSZUBILDENDE
Gute Erfahrungen: Azubis mit Behinderung
38 DATENSCHUTZ
Zwischenbilanz nach zwei Jahren DSGVO
39 INTERVIEW
Datenschützer Michael Will über die Probleme des Mittelstands mit der DSGVO
40 PRO & CONTRA
Sollen Mitarbeiter ihre Chefs beurteilen?

UNTERNEHMEN + MÄRKTE

42 J.G. SCHREIBMAYR
Der Anbieter von Kirchenbedarf setzt auf eine Multichannel-Strategie

46 ENGAGEMENT
»Münchens ausgezeichnete Unternehmen« – die Preisträger

48 BULGARIEN
Das Land holt wirtschaftlich auf

50 ZENTRALASIEN
Chancen für bayerische Mittelständler

52 MEDICAL PARK
Der neue Vorstandschef Ulf Ludwig soll die Klinikgruppe neu ordnen

55 IHK AKTUELL
Employer Branding/Künstliche Intelligenz

BETRIEB + PRAXIS

56 GESUNDHEITSMANAGEMENT
Wie Unternehmen ihre Programme systematisieren und an Zielgruppen anpassen

60 ONLINEHANDEL
Warum chinesische Händler viel günstiger versenden können als deutsche Anbieter

62 REACH
Informationspflichten in der Lieferkette

64 AUSLANDSGESCHÄFT
Chancen für kleinere Unternehmen

EVENTS

66 BAYERISCHE BEGEGNUNGEN
IHK-Wirtschaftsempfang Starnberg, Parlamentarischer Abend mit der FDP

DA SCHAU HER

68 HOFFLOHMÄRKTE
Wie ein Unternehmer die Idee professionalisiert

RUBRIKEN

3 EDITORIAL
10 FIRMENJUBILÄEN
70 TERMINE/FIRMENINDEX
72 EHRUNGEN
74 KARIKATUR/IMPRESSUM

Beilagenhinweis: Aigner Immobilien (Teilbeilage), engelbert strauss, WORTMANN



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

Beschäftigung

Unternehmen halten sich zurück

Die deutschen Firmen sind bei der Suche nach neuen Mitarbeitern deutlich vorsichtiger geworden. Dies zeigt das Beschäftigungsbarometer des ifo Instituts, das im Februar auf 98,1 Punkte gefallen ist. Im Januar hatte es noch 99,6 Punkte erreicht. Dies ist der größte Rückgang seit Dezember 2008. Der Optimismus zu Jahresbeginn auf dem deutschen Arbeitsmarkt ist also verflogen.
Waren die Dienstleister noch im Januar die positiven Treiber des Barometers, so sind sie jetzt eher die Bremser: Der Indikator fiel auf den niedrigsten Stand seit einem halben Jahr. Auch im verarbeitenden Gewerbe zeigte das Barometer nach unten. Die Beschäftigtenzahlen sind weiter rückläufig. Im Bauhauptgewerbe wird trotz eines Rückgangs des Barometers weiterhin Personal gesucht. Im Handel zeigt sich wie schon in den Vormonaten wenig Bewegung bei der Beschäftigung. **www.ifo.de**



Foto: kuzmichstudio_stock.adobe.com

Verarbeitendes Gewerbe – weniger Beschäftigte

Firmeninsolvenzen

Ausnahmeregelung

Die Coronakrise hat drastische Auswirkungen auf die Wirtschaft. Allein die angeordneten Geschäftsschließungen im Einzelhandel führen zu enormen Umsatzeinbußen. Die Koalition will daher die Insolvenzantragpflicht für Firmen, die infolge der Pandemie in finanzielle Schieflage geraten, bis zum 30. September 2020 aussetzen. »Wir wollen verhindern, dass Unternehmen nur deshalb Insolvenz anmelden müssen, weil die von der Bundesregierung beschlossenen Hilfen nicht rechtzeitig bei ihnen ankommen,« so Bundesjustizministerin Christine Lambrecht (SPD).
Im vergangenen Jahr sank die Zahl der Firmeninsolvenzen in Deutschland noch auf den tiefsten Stand seit 1994. Das berichtet die CRIF Bürgel GmbH. Insgesamt meldeten 19 005 Firmen Insolvenz an.

KURZ & KNAPP

Ressourceneffizienz

Kurzanalyse zeigt Einsparmöglichkeiten

Ein Schnelltest zur Ressourceneffizienz in Produktion, Herstellungsverfahren oder Gebäuden gibt eine erste Einschätzung, wie Material- und Energie eingespart werden können. Für die Kurzanalyse müssen nur wenige Fragen beantworten werden. Das Ergebnis besteht aus einer individuellen Checkliste mit verschiedenen Fragen und Hinweisen. Zusätzlich werden die Vorschläge anhand bereits umgesetzter Beispiele verdeutlicht. Den Ressourcencheck gibt es unter: **www.ressource-deutschland.de/instrumente/ressourcenchecks**

InsurTech Hub Munich

Plattform wird fortgeführt

Der InsurTech Hub Munich (ITHM) bekommt eine Anschlussförderung. Das Bayerische Wirtschaftsministerium unterstützt die Innovationsplattform für Digitalisierung in der Versicherungsbranche mit rund 1,5 Millionen Euro für weitere drei Jahre. Der ITHM will etablierte Unternehmen und Start-ups mit Fokus auf Versicherungsthemen vernetzen und unterstützen.
www.insurtech-munich.com

Nachhaltige Verpackungen

Leitfaden für Unternehmen

Seit Jahren steigt die Menge an Verpackungsmüll. Deshalb sollen Stoffkreisläufe geschlossen, Verpackungen eingespart und nachhaltiger und recyclingfähiger konzipiert werden. Die Politik reagiert auf diese Herausforderung mit Vorgaben in der Gesetzgebung, beispielsweise im Verpackungsgesetz. So sollen in Deutschland bis 2022 deutlich mehr Verpackungen recycelt werden als bisher.
Die bayerischen IHKs haben in Kooperation mit dem Ressourceneffizienz-Zentrum Bayern (REZ) einen Leitfaden für Unternehmen entwickelt, um einen ersten Einstieg in das Thema zu geben. Der Leitfaden ist abrufbar unter: **www.bihk.de** (im Downloadcenter)

PERSONALIA

Commerzbank München-Süd

Wechsel in der Niederlassung



Bernhard Ull (45) ist seit Februar neuer Niederlassungsleiter für Privat- und Unternehmerkunden der Commerzbank München-Süd. Er folgt auf Stefan Geib (54), der in die Commerzbank-Zentrale nach Frankfurt wechselte.
www.commerzbank.de

Allianz SE

Wechsel im Vorstand



Klaus-Peter Röhler (55), Vorstandsvorsitzender der Allianz Deutschland AG sowie der Allianz Versicherungs-AG, wird zum 1. April 2020 Vorstandsmitglied der Allianz SE. Röhler behält seine Funktion bei der Allianz Deutschland AG. Bei der Allianz Versicherungs-AG folgt ihm Frank Sommerfeld als Vorstandsvorsitzender nach.
www.allianz.com

IHK für München und Oberbayern

Glückwünsche zum 85. Geburtstag



Dieter Soltmann, IHK-Präsident von 1990 bis 1998, hat im März seinen 85. Geburtstag gefeiert. Der promovierte Ingenieur war geschäftsführender Gesellschafter der Münchner Spaten-Franziskaner-Bräu KGaA (1976–2000). Als IHK-Präsident setzte er sich vehement und erfolgreich für die Wirtschaft in München und Oberbayern ein. Heute ist Soltmann IHK-Ehrenpräsident.

Fotos: Commerzbank/www.id-fotos.de, Allianz SE, privat

Foto: Monopoly919_stock.adobe.com



Die Digitalisierung eröffnet dem Handel neue Chancen

Digitalisierung

Leuchttürme im Einzelhandel gesucht

Unruhige Zeiten für den Einzelhandel. Digitalisierung und E-Commerce verändern schon seit längerem das Einkaufsverhalten der Menschen und zwingen Händler, neue Geschäftsmodelle zu entwickeln. Jetzt kommen noch die Auswirkungen der Coronakrise hinzu. Mit dem Modellprojekt »Digitale Einkaufsstadt Bayern 2020« fördert das Bayerische Wirtschaftsministerium innovative Ansätze, die digitale mit stationären Services verknüpfen und bayernweit Vorbildcharakter haben. »Mit unserem Förderwettbewerb suchen wir Bayerns Leuchttürme im Einzelhandel 4.0 und machen sie für alle sichtbar. Unser Ansatz lautet: Lerne schnell. Lerne von den Besten!«, so Bayerns Wirtschaftsminister Hubert Aiwanger (FW).
Durch die Förderung innovativer Modellvorhaben will der Freistaat den Wandel in der Branche unterstützen. Davon profitieren vor allem kleine und mittelständische Firmen, die das Gros der 56000 Einzelhandelsbetriebe in Bayern ausmachen und viele der rund 400000 Arbeitnehmer der Branche beschäftigen.
Am Modellprojekt Digitale Einkaufsstadt können Akteure aus Kommunen mit maximal 50000 Einwohnern teilnehmen, etwa Dienstleister für den mittelständischen Handel, Stadtmarketinginitiativen, Wirtschaftsförderungseinrichtungen, Hochschulen oder Städte und Gemeinden selbst. Projektideen können bis 30. April 2020 beim Bayerischen Wirtschaftsministerium eingereicht werden. Informationen zu Fördervoraussetzungen und Bewerbungsunterlagen unter:
www.stmwi.bayern.de – Suchbegriff »Digitale Einkaufsstadt«

Zahl des Monats

78 829

Markenanmeldungen gingen beim Deutschen Patent- und Markenamt 2019 ein – der höchste Wert seit elf Jahren und ein Plus von 4,6 Prozent gegenüber 2018.

Quelle: DPMA

IHK-Links des Monats

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



Foto: H_Ko_stock.adobe.com

Coronavirus und die Wirtschaft

Wie plane ich im Betrieb? Wie funktioniert die Kurzarbeit? Was ist, wenn Schulen und Kitas geschlossen haben? Welche Förderungen gibt es für betroffene Betriebe?

Immer aktuelle Informationen unter:

www.ihk-muenchen.de/corona

Coronavirus und Homeoffice

Die Gefahr der Ansteckung mit dem Coronavirus ist hoch. Verringern lässt sie sich zum Beispiel durch Arbeiten von zu Hause aus. Was müssen Unternehmen dabei beachten?

www.ihk-muenchen.de/corona-homeoffice

Durchsetzung von Forderungen

Was kann ein Unternehmen tun, wenn der Schuldner nicht zahlt? Wie lange kann der Gläubiger seine Forderung geltend machen? Was muss der Gläubiger tun, um eine Verjährung der Forderung zu verhindern?

www.ihk-muenchen.de/forderungen-durchsetzen

Lebensmittelüberwachung – wer macht was?

Die Sensibilität gegenüber Lebensmitteln steigt kontinuierlich. So gerät die Lebensmittelüberwachung immer stärker ins Blickfeld. Was Unternehmen dazu wissen sollten:

www.ihk-muenchen.de/lebensmittelueberwachung

Neuordnungen bei Ausbildungsberufen

Ab August 2020 gehen mehrere Ausbildungsberufe neu geordnet an den Start – betroffen sind die IT-Berufe, die Bankkaufleute, die Kaufleute für Groß- und Außenhandelsmanagement, der/die Mediengestalter/-in Bild und Ton sowie die Laborberufe.

www.ihk-muenchen.de/neuordnungen2020

Links des Monats

Rabatte und Preisnachlässe
www.ihk-muenchen.de/rabatte

IHK Wahl 2020
www.ihk-muenchen.de/wahl

Kassenbuchführung
www.ihk-muenchen.de/kassenbuchfuehrung

Wie sieht Oberbayerns Zukunft aus?
www.ihk-muenchen.de/oberbayern2030plus

Ehrung für langjährige Mitarbeiter
www.ihk-muenchen.de/ehrenauszeichnung

Integration von Flüchtlingen
www.ihk-muenchen.de/ausbildung/integration/fluechtlinge-einstellen

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.magazin.ihk-muenchen.de

DUKEN & v. WANGENHEIM



Immobilienmediation.
Miteinander statt Gegeneinander.

Es gibt Momente im Leben, da ist es gut, einen erfahrenen Mediator an seiner Seite zu haben. Vor allem, wenn es sich um Unstimmigkeiten bei erheblichen Vermögenswerten wie Immobilien handelt. Wenn einem der Blick für das Wesentliche entgleitet, kann oft ein neutraler Vermittler weiterhelfen.

Als professionelle und erfahrene Immobilien-Mediatorin stehe ich Eigentümern, Erben bzw. Erbengemeinschaften und Investoren zu Seite. Bei Ehescheidung, Erbschaft, Auflösung von Eigentümergemeinschaften, Verhandlungen mit Banken und Gläubigern. Mit langjährigem Sachverstand, Taktgefühl und Diskretion.

Immer mit dem Ziel, den Weg frei zu machen für ein kooperatives Miteinander. Mit schnellen, zukunftsorientierten Lösungen. Neuen Kommunikationswegen. Verhandlungen auf Augenhöhe. Sachverständiger Beratung. Und dabei kostengünstiger und zeitsparender als ein Gerichtsverfahren.

Der Weg zu einem guten Ergebnis muss nicht steinig sein. Gehen wir ihn gemeinsam und durchdenken die Lösung vom Ergebnis her.

Vielzählige Mediationserfolge mündeten bereits in der gütlichen Einigung.
Beste Referenzen bestätigen dies.

Mediation.

Erfahren Sie mehr in einem persönlichen Gespräch.

Ich freue mich auf Ihren Anruf!
Telefon: 089 – 99 84 330

Ihre Miriam Schnitzke

Firmenjubiläen

Ihr Unternehmen begeht in diesem Jahr ein Jubiläum? Das ist auf jeden Fall ein Grund zum Feiern. Bei einem besonderen Jubiläum ab 50 Jahren überreichen Vertreter der IHK für München und Oberbayern die Urkunde persönlich.



Foto: Fotolia©Prostock-studio

120 Jahre

SCHURO München Schuh-Rohstoff-Einkaufsgemeinschaft e.G.

München

Die Wurzeln des Unternehmens gehen bis zum Februar des Jahres 1900 zurück. Ursprünglich begann der Betrieb im Schuhmacherhandwerk und entwickelte sich zum heutigen Großhandel für Orthopädie- und Schuhtechnik. Ein weiterer Schwerpunkt des Unternehmens liegt in der Hausverwaltung eigener Immobilien.

110 Jahre

Schwaneberger Verlag GmbH

Germering

Die Firmengeschichte beginnt in den 1890er-Jahren mit dem Briefmarkenhändler Hugo Michel. Heinrich Neubauer übernahm den Betrieb 1910 als neuer Inhaber. In diesem Jahr erschien auch erstmals der legendäre MICHEL-Europa-Katalog. Heute führt Hans Hohenester das traditionsreiche Familienunternehmen.

100 Jahre

Albert Hirschmüller

Hausham/Agatharied

Das Familienunternehmen begann als Seilgarnspinnerei und Seilerei. 1985 wurde der Betrieb eingestellt, die Räume vermietet. Das Wasserkraftwerk zur Elektrizitätserzeugung wird in Eigenregie weitergeführt. Der Schwerpunkt liegt heute auf der Vermietung eigener Gewerberäume und Grundstücke. Albert Hirschmüller leitet die Firma in sechster Generation.

100 Jahre

Circus Krone

München

Das erste feste Zirkusgebäude der Familie Krone wurde nach den Plänen von Carl Krone auf dem Marsfeld in München erbaut, die erste Vorstellung dort fand im Mai 1919 statt. Circus Krone ist derzeit das größte Zirkusunternehmen der Welt, Jana Mandana Lacey-Krone führt es in vierter Generation.

100 Jahre

Seitz GmbH Bauunternehmen

Buxheim

Der Betrieb wurde von Alfons Seitz gegründet, 1948 übernahm sein Sohn Josef Seitz den Betrieb. Seit 1995 leitet Gerhard Seitz in vierter Generation das Familienunternehmen, dessen Leistungen den Hoch- und Tiefbau sowie den Baustoffhandel umfassen.



Foto: Seitz GmbH

Gerhard Seitz, Geschäftsführer der Seitz GmbH, mit Elke Christian, IHK-Geschäftsstellenleiterin Ingolstadt



Foto: IHK

Hans Hohenester, Geschäftsführer des Schwaneberger Verlags (r.), mit IHK-Hauptgeschäftsführer Manfred Gößl



Foto: Circus Krone

Direktionsehepaar Jana Mandana Lacey-Krone und Martin Lacey jr. (2.v.r.) mit IHK-Präsident Eberhard Sasse (2.v.l.)

IHK-Ehrenurkunde

Die IHK für München und Oberbayern würdigt unternehmerische Leistung mit einer kostenfreien Ehrenurkunde zum Firmenjubiläum. Bestellung unter: **www.ihk-muenchen.de/firmenjubilaeum**

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

| ÖKONOMISCH |

SCHUTZ-SCHILD MIT EINEM KLICK

MACHEN SIE KEINE HALBEN SACHEN, WENN ES UM DEN EINKAUF VON ARBEITSKLEIDUNG UND PERSÖNLICHER SCHUTZ-AUSRÜSTUNG GEHT. SPAREN SIE ZEIT, GELD UND NERVEN BEI DER BESCHAFFUNG: IN UNSEREM BRAND-NEUEN **MYHESKO.SHOP** - EINEM DER INNOVATIVSTEN BESTELLSYSTEME DER BRANCHE. FÜR UNS ALS FÜHRENDER PSA-SYSTEMLIEFERANT KEINE RAKETENWISSENSCHAFT, SONDERN HESKO-STANDARD. UND FÜR SIE? PROZESS-OPTIMIERUNG IN BESTFORM.

JETZT INFORMIEREN AUF:
HESKO.COM/MYHESKO



HESKO
ARBEITSSCHUTZ

WORTBALLON.DE



»Ein Zoo ist nie fertig«

»Natur, Tiere, Nachhaltigkeit, Kreativität« – im Zoo komme alles zusammen, was er immer machen wollte, sagt Rasem Baban, Chef des Münchner Tierparks

Foto: Marion Vogel

Eine außergewöhnliche Managementaufgabe: Mit einem umfangreichen Masterplan treibt Rasem Baban, Direktor des Tierparks Hellabrunn, den Aus- und Umbau des Münchner Zoos zügig voran.

HARRIET AUSTEN

Es raschelt und röhrt, fiept und flattert – Rasem Baban hat als Vorstand der Münchener Tierpark Hellabrunn AG nicht nur einen einzigartigen Arbeitsplatz. Er wohnt auch im Zoo. Wenn er täglich quer durch den Tierpark geht, ist das eine Art Betriebsrundgang: Baban achtet darauf, wie die Besucher – und dabei hauptsächlich die Kinder – die Tiere wahrnehmen und wie diese sich zeigen. »Wir müssen immer eine Gratwanderung realisieren«, sagt der 53-Jährige.

Die Besucher wollen die Tiere betrachten und sich erholen. Baban möchte auch etwas über die Tiere erzählen: Warum halten wir sie, warum sind sie bedroht, was sind die Ursachen, was kann ich als Besucher dagegen unternehmen? »Die Tiere, die wir in unsere Obhut nehmen, sind Botschafter ihrer Artgenossen, die draußen ums Überleben kämpfen«, sagt Baban. Den Zoo versteht er auch als Ort der Aufklärung und des Lernens. »Aber nicht mit erhobenem Zeigefinger«, wie er betont.

Einen Tierpark zu führen ist eine besondere und vielseitige Managementaufgabe – in zoologischer, kaufmännischer und bautechnischer Hinsicht. Auf 40 Hektar beherbergt Hellabrunn über 18000 Tiere aus 740 Arten. 2018 erwirtschaftete der Zoo bei 2,6 Millionen Besuchern 16 Millionen Euro Umsatz. Hauptaktionär des gemeinnützigen Unternehmens ist die Landeshauptstadt München. »Ich muss die richtigen Entscheidungen treffen, um den Zoo zukunftsfähig zu machen«, sagt Baban.

Er ist seit August 2014 Direktor des Münchner Zoos. Seitdem treibt er die Neuausrichtung mit Nachdruck voran. Im Vordergrund steht der Bildungsauftrag des »Kompetenzzentrums Tierpark«, das edukative Konzept ließ er komplett überarbeiten. »Früher lief das eher akademisch und trocken ab, heute verbinden wir die Tiere mit unseren Hauptthemen Umweltschutz, Naturschutz, Artenschutz und Biodiversität«, sagt er. Für eine zeitgemäße Kommunikation nutzt der Zoo moderne, interaktive Technik, soziale Medien und Einrichtungen wie das Artenschutzzentrum oder das 2018 eröffnete Mühlendorf, das die heimische Tierwelt zeigt und »mit dem wir Neuland betreten«, so Baban. Hier wird das Ess- und Konsumverhalten mit dem Artenschutz in enge Verbindung gebracht. »Umwelt, Klima und Natur liegen voll im Trend, die Sensibilität ist enorm gestiegen«, freut sich der Tierparkchef.

Vom Architekt zum Tierparkchef

Baban ist als Zoodirektor ein Quereinsteiger. Der studierte Architekt arbeitete zunächst als Projektleiter bei großen Baukonzernen und ging dann in die Unternehmensberatung. Als er auf eine Anzeige des Leipziger Zoos stieß, der einen technischen Leiter suchte, bewarb er sich spontan. »Da kam alles zusammen, was ich immer schon machen wollte: Natur, Tiere, Nachhaltigkeit, Kreativität«, erklärt Baban diese Entscheidung. Er blieb zwölf Jahre und arbeitete vor allem an der Riesentropenhalle Gondwanaland mit.

Mit einem breiten Erfahrungsschatz ausgerüstet – »ich wusste, wie man große Projekte plant und umsetzt« –, kam er 2014 nach München, um den Tierpark zu leiten, den er als »Gartendenkmal mit viel Potenzial und 1000 Möglichkeiten« sieht. Baban hält Fachvorträge, lehrt an der Ludwig-Maximilians-Universität Zoomanagement und -planung und ist in der Weltzoogemeinschaft gut vernetzt. »Wir müssen zusammenarbeiten, weil sonst der Artenschutz nicht funktioniert«, betont Baban.

Der 1911 gegründete Münchner Tierpark zählt zu den renommiertesten Zoos Europas. Seit 1928 leben hier die Tiere nach Kontinenten geordnet. Dieses Geozoo-Prinzip – Hellabrunn war damit der Erste weltweit – will Baban wieder stringent verfolgen. Zur Veranschaulichung legt er ein DIN-A3-großes, farbig gestaltetes Buch mit 147 Seiten auf den Schreibtisch: der Masterplan, der seine Visionen für den Aus- und Umbau enthält. »Hier definieren wir die Geozonen neu und grenzen sie scharf voneinander ab«, erklärt er. Die Umsetzung erfolgt in mehreren Modulen, die ein großer Projektplan an der Wand veranschaulicht. Zahlreiche Tiergehege wie das Elefantenhaus, die Menschenaffen-Anlagen und die Polarwelt wurden bereits erneuert, umgebaut und saniert, die Löwenanlage ist Ende dieses Jahres an der Reihe.

Der Masterplan enthält auch ein Nachhaltigkeitskonzept, »denn wenn wir ständig von Umwelt-, Natur- und Artenschutz reden, müssen wir Vorreiter sein und selbst auch nachhaltig wirtschaften«, so Baban. Die Landeshauptstadt München unterstützt als Hauptaktionär den Tierpark tatkräftig bei der Umsetzung; weitere Mittel kommen von Stiftungen und Partnern. Der Masterplan hat eine Laufzeit von 20 bis 25 Jahren. »Und 2040 fangen wir wieder von vorne an, ein Zoo ist nie fertig und entwickelt sich ständig weiter«, sagt der CEO von Hellabrunn lachend. ■

Zur Person

Rasem Baban, Jahrgang 1966, studierte Architektur in Trier. Er war als Projektleiter, Architekt und Unternehmensberater bei verschiedenen Firmen tätig, bevor er 2002 zunächst als technischer Leiter, dann als Prokurist und stellvertretender Direktor beim Zoo Leipzig arbeitete. Seit August 2014 ist Baban Direktor und Vorstand der Münchener Tierpark Hellabrunn AG. Er ist verheiratet und Vater von drei Kindern.

www.hellabrunn.de

Im **KRISEN**-Modus



An Heilmitteln und einem Impfstoff gegen Corona wird intensiv geforscht. Bis es so weit ist, steht die Gesellschaft vor gewaltigen Herausforderungen

Der Kampf gegen das Coronavirus hat die Welt im Griff. Das öffentliche Leben ist auf ein Minimum heruntergefahren, die Einschnitte ins Wirtschaftsleben sind drastisch. Wie können Firmen reagieren? Welche Services und Hilfen stehen zur Verfügung?



Foto: luckybusiness_stock.adobe.com

Geschäfte, die nicht zur Grundversorgung zählen, mussten schließen. Fitnessstudios, Kinos und andere Freizeitangebote sind ebenfalls dicht. Messen, Veranstaltungen – alles abgesagt. Das gilt auch für Prüfungen in Ausbildungsberufen und in der Weiterbildung. Schulen und Kitas sind verwaist.

Wer das Haus verlassen will, müsse triftige Gründe haben, betonte Bayerns Ministerpräsident Markus Söder (CSU), als er am 20. März 2020 weitreichende Ausgangsbeschränkungen verkündete. Wenn das öffentliche Leben heruntergedimmt wird, so die Hoffnung, lässt sich die Ausbreitung des Coronavirus derart verlangsamen, dass das Gesundheitssystem die Lage noch bewältigen kann.

Unabhängig vom Erfolg dieser Maßnahmen ist schon jetzt sicher: Die Pandemie und ihre Bekämpfung werden weitreichende und lang anhaltende Auswirkungen auf die Wirtschaft haben. Ministerpräsident Söder will der bayerischen Wirtschaft ein Hilfspaket in Höhe von zehn Milliarden Euro zur Verfügung stellen und verspricht: »Wir werden keinen hängen lassen.« Priorität habe derzeit der Erhalt der Liquidität von Unternehmen. Zudem soll es Steuerstundungen geben.

Um die Folgen der Coronakrise in den Betrieben zu bewältigen, sind flexible und rigorose Lösungen notwendig. Wie können Unternehmen mit der Pandemie im Betrieb umgehen? Was ist zu tun, wenn Beschäftigte in Quarantäne sind? Wie funktioniert Kurzarbeit? Welche Förderung gibt es in Notlagen?

Wir geben auf den nächsten Seiten Antworten auf diese und weitere Fragen rund um die Coronakrise. ■

Mit welchen finanziellen Hilfen können Unternehmen rechnen?

Die Regierung in Berlin hat sich auf ein Investitionspaket geeinigt. »Wir werden die Investitionen des Bundes in den Jahren 2021 bis 2024 um jeweils 3,1 Milliarden Euro verstärken«, heißt es im Abschlusspapier des Koalitionsausschusses. Bayern wird zusätzlich ein Sondervermögen von bis zu zehn Milliarden Euro einrichten. So erhält die LfA Förderbank Bayern einen zusätzlichen Bürgschaftsrahmen von 500 Millionen Euro. Die Ausfallbürgschaften werden auf bis zu 90 Prozent erhöht. Im absoluten Notfall kann sich der Freistaat außerdem an Unternehmen beteiligen, um sie zu erhalten.

Firmen, die unmittelbar in Not geraten sind, sollen überdies unbürokratisch Soforthilfe beziehen können. Der Betrag liegt zwischen 5000 und 30000 Euro. Das Antragsformular ist auf der IHK-Website abrufbar: **www.ihk-muenchen.de/corona**

Welche steuerlichen Erleichterungen sind für Firmen vorgesehen?

Die Finanzbehörden können Steuern stunden, wenn die Einziehung eine erhebliche Härte darstellen würde. Die Finanzverwaltung wird angewiesen, dabei keine strengen Anforderungen zu stellen. Vorauszahlungen sollen einfacher an die aktuelle Situation eines Unternehmens angepasst werden können. Sobald klar ist, dass die Einkünfte der Steuerpflichtigen im laufenden Jahr voraussichtlich geringer ausfallen, werden die Steuervorauszahlungen unkompliziert und schnell herabgesetzt.

Auf Vollstreckungsmaßnahmen wie zum Beispiel Kontopfändungen beziehungsweise Säumniszuschläge soll bis zum 31. Dezember 2020 verzichtet werden, solange der Schuldner unmittelbar von den Auswirkungen des Coronavirus betroffen ist. Das Bundeszentralamt für Steuern soll bei seiner Zuständigkeit für die Versicherungssteuer und die Umsatzsteuer entsprechend verfahren. Den Antrag auf zinslose Stundung von Steuern beziehungsweise auf Herabsetzung von Vorauszahlungen finden Unternehmen unter: **www.ihk-muenchen.de/corona**

Weitere Infos zu Steuerfragen: **www.ihk-muenchen.de/de/Service/Recht-und-Steuern/Steuerrecht/Corona-und-Steuern**



Foto: brachostudio _stock.adobe.com

Welche Hilfen greifen, wenn Firmen schließen müssen?

Der Betriebsablauf ist massiv gestört – welche rechtlichen Regeln gelten?

Die Auswirkungen von Corona sind in vielen Firmen spürbar. Es fehlen Zulieferteile, Mitarbeiter fallen aus, weil sie sich in Quarantäne befinden, Waren können nicht versandt werden. Der Betriebsablauf ist massiv gestört.

In diesen Fällen gilt: Das sogenannte Betriebsrisiko trägt der Arbeitgeber. Er muss seinen Arbeitnehmern also auch dann die vereinbarte Vergütung zahlen, wenn er deren Arbeitsleistung etwa aufgrund von Unterbrechungen der Lieferkette nicht einsetzen kann.

Voraussetzung ist, dass der Arbeitnehmer grundsätzlich zur Arbeitsleistung bereit und in der Lage wäre, er also zum Beispiel nicht aufgrund von Krankheit ohnehin arbeitsunfähig ist.

Der Arbeitsausfall durch eine behördliche Betriebsschließung mit dem Ziel des Infektionsschutzes ist ebenfalls ein Fall des Betriebsrisikos, das dem Arbeitgeber zugewiesen ist. Auch wenn der Arbeitgeber also keinerlei Einfluss auf das Geschehen hat, es sich für ihn demnach als »höhere Gewalt« darstellt, muss er seine Arbeitnehmer während dieses Arbeitsausfalls bezahlen.

Sowohl Produktionsausfälle aufgrund von coronabedingten Lieferschwierigkeiten als auch Ausfälle aufgrund von Betriebsschließungen können ein Grund für Kurzarbeit sein. Der Bezug von Kurzarbeitergeld wurde erleichtert (s. S. 18).

Viele Mitarbeiter mit Kindern müssen zu Hause bleiben, weil Kitas und Schulen geschlossen sind. Was sagt das Arbeitsrecht zu solchen Fällen?

Wenn das Kind noch in einem Alter ist, in dem es nicht über die gesamte Arbeitszeit allein zu Hause gelassen werden kann und keine andere Betreuungsperson zur Verfügung steht, ist ein persönlicher Verhinderungsgrund gegeben. Der Arbeitnehmer ist somit berechtigt, zur Betreuung seines Kindes zu Hause zu bleiben. Er muss den Arbeitgeber allerdings frühzeitig über die Verhinderung informieren.

Wie sieht es mit der Vergütung aus, wenn ein Kind zu Hause betreut werden muss?

Wenn für solche Fälle keine explizite Regelung in einem anwendbaren Tarifvertrag oder im einzelnen Arbeitsvertrag getroffen wurde, liegt grundsätzlich ein Fall des Paragrafen 616 BGB vor. Demnach behält der Arbeitnehmer seinen Anspruch auf Vergütung, wenn er für verhältnismäßig nicht erhebliche Zeit durch einen in seiner Person liegenden Grund ohne sein Verschulden daran gehindert ist, seine Arbeitsleistung zu erbringen.

Nach allgemeiner Auffassung sind unter »verhältnismäßig kurzer Zeit« maximal fünf Arbeitstage zu verstehen. Dauert die Verhinderung aufgrund des Betreuungsbedarfs länger oder ist – was unproblematisch vereinbart werden kann – die Anwendung von Paragraf 616 BGB ar-

beitsvertraglich ausgeschlossen, besteht kein Anspruch (mehr) auf Fortzahlung der Vergütung. Am besten überlegen Arbeitgeber und Beschäftigte gemeinsam, wie sie die Situation bewältigen können. Mitarbeiter können etwa Überstunden abbauen, Urlaub nehmen oder ins Homeoffice gehen (s. S. 19).

Was gilt, wenn Arbeitnehmer sich in einem Coronarisikogebiet aufgehalten haben?

Für Rückkehrer aus Risikogebieten in Europa oder China gilt die allgemeine Empfehlung, 14 Tage lang nicht am Arbeitsplatz zu erscheinen. In diesem Fall ist der Arbeitgeber verpflichtet, die Vergütung ordnungsgemäß weiterzuzahlen.

Was müssen Unternehmen beachten, wenn einzelne Mitarbeiter unter Quarantäne gestellt werden?

Ist der Arbeitnehmer erkrankt, gilt die Entgeltfortzahlung im Krankheitsfall nach den allgemeinen Regeln. Für nicht Erkrankte, die aber von Quarantänemaßnahmen betroffen sind, sieht das Infektionsschutzgesetz einen Entschädigungsanspruch in Höhe des Verdienstausfalls (Nettoentgelt) vor. Für Arbeitnehmer wird diese Entschädigungsleistung nach Paragraf 56 Infektionsschutzgesetz durch den Arbeitgeber erbracht. Allerdings werden diese Zahlungen auf Antrag von der Behörde erstattet.

Die Entschädigung gibt es auch für Selbstständige. Grundlage dafür ist der Gewinn, der im Steuerbescheid für das letzte Kalenderjahr festgestellt wurde. Die Entschädigung ist binnen drei Monaten beim zuständigen Gesundheitsamt zu beantragen. Genaueres zum Verfahren, die örtlich zuständigen Behörden sowie das Formular gibt es im Internet unter:
www.freistaat.bayern

Müssen Verträge eingehalten werden?

Unternehmen, die wegen des Coronavirus nicht mehr oder nur eingeschränkt produzieren können, weil ein Großteil der Belegschaft erkrankt ist oder das Material für die Lieferung ausbleibt, haften in der Regel nicht. Gleiches gilt für Dienstleister, die ihre Verträge nicht erfüllen können, etwa weil Veranstaltungen, Events oder Messen abgesagt werden. Können Unternehmer ihre Leistungspflichten aus dem Vertrag nicht erfüllen, weil sie unmittelbar vom Coronavirus betroffen sind, müssen sie für die Folgen nicht einstehen. Das Gesetz spricht in diesem Fall von der Unmöglichkeit der Leistung, besser bekannt unter dem Begriff der »höheren Gewalt«. Darunter fallen alle unabwendbaren Ereignisse, wie Naturkatastrophen jeder Art oder eben auch Pandemien.

Wer zahlt bei höherer Gewalt?

Es gilt der Grundsatz, dass jeder selbst für entstandene oder noch entstehende Schäden aufkommen muss. Die Erstattung von Aufwendungen für Arbeiten, die schon durchgeführt wurden, kann allerdings verlangt werden. Der Unternehmer, der von den Coronafolgen betroffen ist, muss seinem Vertragspartner keinen Schadenersatz leisten, wenn er die dadurch entstandenen Schäden nicht zu verantworten hat. Jeder Unternehmer, der seine Leistungen wegen des Coronavirus nicht oder nicht mehr erfüllen kann, ist jedoch verpflichtet, unverzüglich seinen Vertragspartner hierüber zu informieren.

Besteht die Möglichkeit einer Ersatzlieferung – beispielsweise aus einem anderen Land oder von einem anderen Zulieferbetrieb –, die aber wesentlich teurer ist als die ursprünglich kalkulierte, hat der Unternehmer die Wahl. Er kann sich wegen der Unmöglichkeit der Leistung von dem Vertrag lösen oder vom Vertragspartner eine Anpassung des Vertrags und damit Zahlung der nun anfallenden Mehrkosten verlangen. Die Vertragsparteien sollten sich hierzu ebenfalls frühestmöglich abstimmen. ■

Fortlaufend aktualisierte Informationen rund um die Coronakrise finden Unternehmen auf der Website der IHK für München und Oberbayern unter:
www.ihk-muenchen.de/corona
IHK-Hotline zu Corona: 089 5116-0



Hilfe bei Kurzarbeit

Der Zugang zum Kurzarbeitergeld wird erleichtert. Firmen können es rückwirkend bei der zuständigen Arbeitsagentur beantragen. Die wichtigsten Fragen und Antworten.

Was sind die wirtschaftlichen Voraussetzungen für Kurzarbeitergeld?

Grundsätzlich sind die Vorschriften zum Kurzarbeitergeld im Sozialgesetzbuch (SGB) III, §§ 95 ff., geregelt. Demnach kommt Kurzarbeitergeld immer dann in Betracht, wenn

- ein erheblicher Arbeitsausfall mit entsprechendem Entgeltausfall vorliegt,
- die betrieblichen und persönlichen Voraussetzungen erfüllt sind und
- der Arbeitsausfall der Agentur für Arbeit angezeigt worden ist.

Ein erheblicher Arbeitsausfall ist gegeben, wenn er auf wirtschaftlichen Gründen oder auf einem unabwendbaren Ereignis beruht, wenn er vorübergehend und nicht vermeidbar ist und im jeweiligen Kalendermonat eine ausreichende Zahl der im Betrieb beschäftigten Arbeitnehmer von einem Entgeltausfall von jeweils mehr als zehn Prozent ihres monatlichen Bruttoentgelts betroffen ist. Wichtig ist, dass zunächst einmal eine Verkürzung der Arbeitszeit mit entsprechender Entgeltkürzung wirksam mit den Arbeitnehmern vereinbart werden muss. Teilweise sehen anwendbare Tarifverträge, Betriebsvereinbarungen oder entsprechende Klauseln im Arbeitsvertrag vor, dass unter bestimmten Voraussetzungen Kurzarbeit einseitig durch den Arbeitgeber angeordnet werden kann. Wo solche Grundlagen für eine einseitige Anordnung fehlen, muss mit jedem Arbeitnehmer im Einzelfall eine Vereinbarung zur Kürzung von Arbeitszeit und Entgelt getroffen werden.

Welche Erleichterungen gibt es in der Coronakrise?

Kurzarbeitergeld kommt bereits in Betracht, wenn nur zehn Prozent der Beschäftigten (statt sonst ein Drittel) vom Arbeitsausfall betroffen sind. Außerdem werden auch die Sozialversicherungsbeiträge voll von der Bundesagentur für Arbeit übernommen. Kurzarbeitergeld, das durch die Auswirkungen des Coronavirus veranlasst ist, können Unternehmen rückwirkend vom 1. März 2020 an beantragen. Auch Zeitarbeitsfirmen können Kurzarbeitergeld beantragen.



Foto: Roman_stock.adobe.com

Kurzarbeit – in vielen Betrieben ist gerade wenig zu tun

Welche Gründe kommen im Coronakontext für Kurzarbeitergeld in Betracht?

Ein »wirtschaftlicher Grund« kann vorliegen, wenn die Produktion stockt, weil Vorprodukte aus China fehlen. Aber auch die Absagen von Veranstaltungen, die ein Unternehmen als Dienstleister betreut, können in Betracht kommen. Als ein »unabwendbares Ereignis« kann eine Betriebsschließung aus Infektionsschutzgründen gewertet werden. Zu beachten ist, dass ein Arbeitsausfall »nicht vermeidbar« sein muss. Beim Ausbleiben von Lieferungen kann es daher beispielsweise darauf ankommen, ob eine Ersatzbeschaffung – womöglich zu einem weit höheren Preis – möglich ist oder gewesen wäre.
Zur Unvermeidbarkeit gehört auch, dass zuvor alle anderen zumutbaren Mittel zur Abwendung des Arbeitsausfalls ergriffen wurden. Auf den eigentlich zunächst notwendigen Aufbau negativer Arbeitszeitsalden bei entsprechenden Zeitkonten wird allerdings als Erleichterung in der Coronakrise verzichtet.

Wie wird Kurzarbeitergeld beantragt?

Der Arbeitsausfall muss gemäß Paragraf 99 SGB II der am Betriebssitz örtlich zuständigen Agentur für Arbeit schriftlich oder elektronisch angezeigt werden.

Wie hoch ist das Kurzarbeitergeld?

Die Höhe des Kurzarbeitergelds entspricht der des Arbeitslosengelds. Es beträgt bei einer vollständigen Reduzierung der Arbeitszeit (»Kurzarbeit null«) 60 Prozent des pauschalierten Nettoentgelts beziehungsweise 67 Prozent für Arbeitnehmer mit mindestens einem Kind. Soweit Arbeitszeit und damit auch Entgelt nicht vollständig entfallen, sondern lediglich reduziert werden, besteht auch nur ein anteiliger Anspruch auf Kurzarbeitergeld. ■

So gelingt Homeoffice

Wenn Mitarbeiter zum Schutz vor Infektionen, aus persönlicher Vorsicht oder weil Kitas und Schulen ausfallen, zu Hause bleiben, können sie im Homeoffice weiterarbeiten.



Viele Beschäftigte arbeiten jetzt von zu Hause aus

Foto: mavoimages_stock.adobe.com

Wann dürfen/sollen Mitarbeiter ins Homeoffice?

Arbeiten im Homeoffice setzt grundsätzlich eine Vereinbarung zwischen Arbeitgeber und Arbeitnehmer voraus. Ohne eine Vereinbarung kann weder ein Arbeitnehmer einseitig Homeoffice verlangen, noch der Arbeitgeber den Mitarbeiter ins Homeoffice schicken. Wenn ein Arbeitnehmer infiziert und arbeitsunfähig erkrankt ist, kommt natürlich kein Homeoffice in Betracht. Solange ein Arbeitnehmer allerdings nur zum Schutz vor (potenzieller) Ansteckung isoliert wird, ohne erkrankt zu sein, muss er von zu Hause aus arbeiten, wenn dies grundsätzlich vereinbart und möglich ist.

Welche Arbeitszeiten müssen eingehalten werden?

Bei der Dauer der Arbeitszeit und Pausen gelten die gesetzlichen Regeln und die Vereinbarungen aus dem Arbeitsvertrag. Arbeitnehmer, die von zu Hause aus arbeiten, müssen nicht außerhalb der vorgesehenen Arbeitszeiten erreichbar sein.

Welche Sicherheitsregeln gelten?

Auch im Homeoffice gelten die Vorgaben für Arbeitsschutz und Arbeitssicherheit. Der Arbeitgeber ist sogar verpflichtet, dies zu überprüfen. Es empfiehlt sich daher, in einer schriftlichen Vereinbarung zum Homeoffice auch eine Regelung zur Zutrittsberechtigung des Arbeitgebers nach Vorankündigung zu treffen.

Welche Kosten übernimmt die Firma?

Grundsätzlich trägt der Arbeitgeber alle Aufwendungen, die Arbeitnehmer für ihre Arbeit im Homeoffice tätigen. Das gilt beispielsweise für Kommunikationskosten oder Büromaterial. Es können aber auch abweichende Regelungen getroffen werden wie etwa, dass Arbeitnehmer eigene Geräte auf eigene Kosten benutzen. Solche Regelungen sollten unbedingt schriftlich vereinbart werden.

Welche technischen Empfehlungen sind wichtig?

Eine Voraussetzung für Homeoffice ist eine schnelle Internetverbindung. Ansonsten sind vor allem zwei Punkte wesentlich: Entweder stellt das Unternehmen Mitarbeitern fertig konfigurierte Rechner zur Verfügung oder die Mitarbeiter nutzen ihre privaten Rechner. Der private PC sollte stets auf dem aktuellsten Stand sein. Das gilt insbesondere für Browser, Sicherheitssoftware (etwa Virenscanner, Firewalls) und verwendete VPN-Software (VPN steht für virtuelles privates Netzwerk). Auch andere Hardware im Heimnetz wie Router sollte aktuell gehalten werden. Im Idealfall telefonieren Mitarbeiter auch von zu Hause über ihre berufliche Nummer. Viele Telefonanlagen bieten die Möglichkeit dazu.

Wie organisieren Unternehmen das Homeoffice am besten?

Es ist wichtig, Mitarbeiter gut zu informieren und gemeinsam die Erwartungen ans Homeoffice zu klären: Dazu gehören etwa die voraussichtliche Dauer des pandemiebedingten Homeoffice, Arbeitsleistung, Erreichbarkeit, der Umfang der Arbeit mit externen Kunden, die praktische Umsetzbarkeit von Aufgaben, Arbeits- und Pausenzeiten. Wahrscheinlich erhöht sich der Kommunikations- und Organisationsaufwand, weil sich Informationen nicht kurz über den Gang zurufen lassen. Es sind mehr Ansagen und Feedback notwendig. Hier können Skype- oder Telefonkonferenzen helfen. So fühlen sich Mitarbeiter auch weniger isoliert. ■

BRANDSCHUTZ

Prüfsachverständige für vorbeugenden Brandschutz bilden aus zum Brandschutzbeauftragten

5-Tage Seminar Qualifikation zum Brandschutzbeauftragten:
KW 43 1.750,- € zzgl. Mwst

2-Tage Weiterbildung für Brandschutzbeauftragte:
KW 43 750,- € zzgl. Mwst

EDBAUER BRANDSCHUTZ

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

Virale Folgen

Das Coronavirus beeinträchtigt die Wirtschaft schwer. Wie sehen erste konkrete Auswirkungen und Reaktionen in den Firmen aus? Fünf mittelständische Unternehmer aus Oberbayern berichten.

EVA ELISABETH ERNST

Nico Schoenecker (52), Geschäftsführer der AutobusOberbayern GmbH in München



Foto: AutobusOberbayern GmbH

»Bei unseren Stadtrundfahrten und Tagesausflügen, beim Lufthansa Express Bus sowie im Veranstaltungsgeschäft, wo wir Bustransfers zu Messen, Tagungen und Meetings übernehmen, kämpfen wir seit Ende Februar mit Einbrüchen. Der Linienverkehr, bei dem wir Partner der MVG sind, läuft dagegen derzeit unverändert. Dank unserer vielen Standbeine konnten wir Rückgänge in einem Geschäftsfeld bisher in anderen Bereichen zumindest teilweise ausgleichen. Doch die aktuelle Situation, bei der wir täglich Absagen und Stornierungen erhalten, lässt das nicht zu. Auch wenn ich nichts von Schwarzmalerei halte: Natürlich diskutieren wir Szenarien, wie wir unsere Fahrer an Bord behalten können. Denn viele Kollegen über mehrere Monate hinweg fürs Nichtstun zu bezahlen, das haben wir trotz guter Liquidität nicht im Kreuz.
Wenn sich die Situation in zwei bis drei Monaten nicht bessert, müssen wir wohl über Kurzarbeit nachdenken, zum ersten Mal in unserer knapp 130-jährigen Unternehmenshistorie. Aber ich denke nicht, dass es so weit kommt!«

Simon Damböck (41), geschäftsführender Gesellschafter der Atelier Damböck Messebau GmbH in Neufinsing



Foto: atelier damböck

»Fast täglich werden Messen abgesagt. Obwohl gut kapitalisiert, stehen wir als Messebauunternehmen schon jetzt vor einem riesigen, existenzbedrohenden Umsatzloch. Montagetrupps und Handwerksbetriebe, mit denen wir zusammenarbeiten, sind bereits in massiven wirtschaftlichen Schwierigkeiten. Ohne Unterstützung der Politik wird es in der gesamten Branche zu einer Konsolidierung kommen, die den Messestandort Deutschland nachhaltig schädigen würde.
In unserem Büro in Shanghai haben wir seit Jahresanfang alle Aktivitäten eingestellt und null Umsatz erwirtschaftet. Das öffentliche Leben dort ist komplett zum Erliegen gekommen. Ich hoffe sehr, dass uns dies in Deutschland und Europa erspart bleibt. Doch selbst dann bleibt die Lage für unsere Branche schwierig: Abgesagte Messen später nachzuholen, ist aufgrund der langen Planungs- und Vorbereitungszeiten fast unmöglich.«

Sebastian Amenda (29), Geschäftsführer der Alfred Amenda & Sohn Transport GmbH in Hohenwart



Foto: Matthias Aletsee

»Von unseren über 320 Lkws fahren vier Fahrzeuge regelmäßig in den Norden Italiens. Das hat sich auch in den letzten Wochen nicht geändert. Allerdings steigen die Fahrer dort nicht mehr aus, sondern werfen die Frachtpapiere an den Entladestellen in die Briefkästen. Momentan ist unser Frachtaufkommen auch im innerdeutschen Verkehr leicht rückläufig, wobei Januar und Februar generell schwächere Monate sind. Unser IT-Experte arbeitet an einer Cloud-Lösung, die es Büromitarbeitern ermöglicht, von zu Hause aus zu arbeiten, damit die Lkws weiterlaufen können. Falls unsere Werkstatt geschlossen werden muss, werden wir Fremdwerkstätten aufsuchen. Sollte sich die allgemeine Situation verschlechtern und das Transportaufkommen sinken, werden wir zunächst Lkws stilllegen und die Fahrer auffordern, Überstunden abzubauen oder in Urlaub zu gehen. Damit können wir einiges abpuffern. Kurzarbeit für Lkw-Fahrer ist dagegen eher schwierig umzusetzen.«

Michael Bittner (42), Geschäftsführer der EBS Systart GmbH in Gröbenzell bei München



Foto: Ulrike Böhm

»Als Ingenieurbüro für kundenspezifische Elektronik übernehmen wir nicht nur Entwicklungs- und Programmierarbeiten, sondern verfügen auch über eine Fertigung, in der wir elektronische Baugruppen bestücken und Baugruppenmontagen durchführen. Derzeit bemerken wir, dass ein kleiner Teil unserer Kunden offenbar nervös wird und Baugruppen hamstert. Das ist allerdings nicht nötig. Um einen optimalen Service zu bieten, halten wir seit vielen Jahren ganz bewusst branchenuntypisch hohe Lagerbestände vor – und zwar nicht nur bei Standardteilen, die wir von Elektronikdistributoren beziehen. Auch kundenspezifische Teile wie etwa Gehäuse, die wir bei regionalen Zulieferern fertigen lassen, haben wir in hohen Stückzahlen vorrätig. Denn wir legen Wert auf eine langfristige Zusammenarbeit mit unseren Kunden und vertrauen darauf, dass sie immer wieder bei uns ordern.
Drohende Marktengpässe etwa bei Leiterplatten, bei denen mittlerweile die Lieferzeiten deutlich nach oben gehen, treffen uns daher nicht. Wir gehen davon aus, dass die Situation bis Mitte des Jahres entschärft ist. Bis dahin bleiben wir lieferfähig.«

Stefanie Weishäupl-Ehrl (46), Geschäftsführerin der Weishäupl Möbelwerkstätten GmbH in Stephanskirchen



Foto: Weishäupl Werkstätten

»Für uns als Hersteller hochwertiger Sonnenschirme und Outdoormöbel beginnt jetzt die Hochsaison. Wir haben unsere Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen angewiesen, sich regelmäßig und gründlich die Hände zu waschen und Desinfektionsständer bestellt, die mittlerweile allerdings nicht mehr lieferbar sind. Wenn es wegen eines starken Ausbruchs des Virus in unserer Region oder kranker Mitarbeiter nötig wird, müssen auch wir unseren Betrieb voraussichtlich schließen. Darauf können wir uns aber kaum vorbereiten.
Daher versuchen wir, nicht in Hysterie zu verfallen, und arbeiten ganz normal weiter. Von unseren Zulieferern aus diversen Ländern, darunter auch Italien, erhielten wir bereits zum Jahresanfang größere Lieferkontingente und können daher wie gewohnt produzieren. Die für uns wichtige Möbelmesse in Köln, auf der wir regelmäßig als Aussteller vertreten sind, fand bereits im Januar statt. Mit dem Auftragseingang sind wir sehr zufrieden. Die Mailänder Möbelmesse wurde auf den Juni verschoben. Dort stellen wir aber nicht selbst aus, sondern sind nur Besucher.«

Alle Interviews wurden Mitte März geführt.

Starker Rückgang erwartet

Nach einer Umfrage der IHKs rechnen mehr als 80 Prozent der Betriebe im Freistaat mit Auswirkungen des Coronavirus auf ihr Geschäft. Die Hälfte der Firmen erwartet teilweise zweistellige Umsatzeinbußen für das Jahr 2020. Zwei Drittel der knapp 1000 befragten Unternehmen plädieren daher für staatliche Unterstützungsmaßnahmen, die vor allem schnell und unbürokratisch umgesetzt werden sollen.

Dabei treffen die Unternehmen auch selbst Vorsorge: Sie haben Schutzmaßnahmen für Mitarbeiter umgesetzt, indem sie zum Beispiel Hygienematerial beschafft haben und Homeoffice anbieten. Ein Viertel der Firmen verfügt über einen Notfallplan, falls es zu Corona-Erkrankungen unter den Mitarbeitern kommt.



Foto: BayWa AG

BayWa-Projekt – Klimagewächshaus für Tomaten in den Vereinigten Arabischen Emiraten

Gemüse aus der Wüste

Die Weltbevölkerung wächst, die Urbanisierung nimmt zu, gleichzeitig erfordern Klimawandel und Bodenerosion ein Umdenken. Wie können neue Technologien helfen, die Lebensmittelversorgung von morgen zu sichern?

EVA MÜLLER-TAUBER

Wenn Maximilian Lössl zum Kochen frische Kräuter braucht, geht der Gründer des Start-ups Agrilution Systems GmbH nicht gleich zum nächsten Gemüseladen, sondern checkt erst einmal sein Handy. Dort verrät dem 31-Jährigen die Agrilution-App, welche der essbaren Pflanzen in den »Plantcubes« in seiner Küche gerade reif sind. Diese »Pflanzenwürfel« sehen aus wie Kühlschränke mit Glastür in Singlehaushaltsgröße. Tatsächlich handelt es sich aber um smarte Minigewächshäuser.

Auf zwei herausziehbaren Ebenen finden sich bis zu je vier Saatmatten, auf denen Salate und Kräuter in einem sogenannten hydroponischen System wachsen. Das bedeutet: Die Wurzeln nehmen Nährstoffe und Wasser nicht aus der Erde, sondern aus einer flüssigen Nährlösung auf. Temperatur, Klima, Bewässerung sowie Intensität und Beleuchtungsdauer des speziellen LED-Lichts stimmt das Gerät auf jede Pflanze ab. Sogar die Nährstoffkonzentration der Gewächse lässt sich erhöhen, indem Umgebungsfaktoren – etwa die Lichtintensität – verändert werden.

Jahrelang arbeitete Lössl mit seinem Freund und Kollegen Philipp Wagner (30) an dieser smarten Lösung – unterstützt von einem rund 20-köpfigen Team aus Pflanzenwissenschaftlern, Elektrotechnikern und Softwareentwicklern. Seit 2019 auf dem Markt, ist der Plantcube wegen seines Preises im vierstelligen Bereich noch ein Luxusprodukt. Mittelfristig will Agrilution das Minigewächshaus aber für die breite Masse erschwinglich machen. »Gerade in Städten hat nicht jeder die Möglichkeit, Gemüse, Salat und Kräuter im eigenen Garten anzubauen – und im Zuge der zunehmenden Urbanisierung wird das noch schwieriger werden«, so Lössl. »Wir müssen daher neue Möglichkeiten ausloten, wie wir anders produzieren können, um möglichst viele Menschen mit gesunden Lebensmitteln versorgen zu können.«

Geeigneter Boden wird knapper

Tatsächlich ist die Versorgung der Menschen gerade mit vitamin- und mineralstoffreichen Lebensmitteln eine Herausforderung: Die Weltbevölkerung nimmt weiter zu – laut UN soll sie von jetzt 7,7 Milliarden auf voraussichtlich 9,7 Milliarden Menschen im Jahr 2050 anwachsen. Gleichzeitig wird intakter Boden, der zu landwirtschaftlicher Nutzung taugt, knapper. Und der Klimawandel erfordert, dass zum Beispiel wieder mehr vor Ort produziert wird, um Transportwege zu verkürzen. »In diesem Zusammenhang bieten neue Technologien und Ansätze wie Vertical Farming, bei dem die Landwirtschaft in die Städte beziehungsweise Hochhäuser geholt wird und wie beim Plantcube in Regalsystemen übereinander erfolgt, enormes Potenzial«, sagt IHK-Innovationsreferent Urs Weber. Und das sind bei Weitem nicht die einzigen innovativen Ideen für die Nahrungsmittelversorgung der Zukunft.

»Ein eindrucksvolles Beispiel für die technologischen Möglichkeiten liefern Hightech-Gewächshäuser, in denen auch unter extremen klimatischen Bedingungen Obst und Gemüse gedeihen« ergänzt Anita Schütz, IHK-Referentin für Lebensmittelsicherheit und Umweltmanagement. So gelang es dem Deutschen Zentrum für Luft- und Raumfahrt (DLR), sogar in der Antarktis Pflanzen zu ziehen. Ein Jahr lang betrieb das DLR in zwei umgebauten Schiffscontainern ein System in hydroponischem Anbau. Die Pflanzen produzierten Nahrung und Sauerstoff, bauten Kohlendioxid ab, recycelten Wasser. Sie wurden regelmäßig mit Wasser und Nährstoffen

Darum geht's

- Mit neuen Technologien lassen sich Bewässerung, Beleuchtung und andere Faktoren im Anbau genau steuern.
- In Klimagewächshäusern wird der Gemüseanbau sogar in extremen Regionen wie der Antarktis möglich.
- Digitale Lösungen können helfen, Ressourcen in der Landwirtschaft noch effizienter einzusetzen.

angesprüht und mit künstlichem Licht aus LED-Lampen versorgt. Das komplette Klima ließ sich automatisch steuern. »Ich habe über 270 Kilogramm Gemüse geerntet. Der Großteil davon waren Salate und Blattgemüse, gefolgt von Gurken und Tomaten«, sagt DLR-Ingenieur Paul Zabel, der in dem Gewächshaus forschte. Wenngleich das DLR vor allem Informationen für eine künftige Gemüsezucht auf Mond und Mars gewinnen wollte, zeigt dieses Projekt auch, was es braucht, um auf der Erde in extremer Kälte ganzjährig frische Lebensmittel anzubauen.

Günstigere Versorgung

Gelingt es, Pflanzen in unwirtlichen Gegenden anzubauen, kann die Versorgung mit Nahrungsmitteln dort günstiger, umweltschonender und effizienter erfolgen. Das zeigt ein Projekt der BayWa AG, die in der Wüste in Al Ain in den Vereinigten Arabischen Emiraten (VAE) eine zehn Hektar große Anlage mit zwei Klimagewächshäusern betreibt und dort Tomaten anbaut. »Klimagewächshäuser bieten vor allem Ländern, die wie die VAE auf Nahrungsmittelimporte angewiesen sind, die Chance, vor Ort für den heimischen Markt zu produzieren – was aufgrund der anspruchsvollen Umgebung sonst nicht möglich wäre«, sagt BayWa-Vorstand Klaus Josef Lutz (62). Diese Produkte könnten zu einem deutlich günstigeren Preis angeboten werden als Importware. Zudem habe »local for local« weitere Vorteile. »Wir reduzieren damit nicht nur Transportwege und somit CO_2-Emissionen, sondern auch Qualitäts- und Frischeverluste«, erklärt Lutz. In Klimagewächshäusern würden die Pflanzen unter optimalen, kontrollierten Umgebungsbedingungen kultiviert und automatisch mit Wasser und Nährstoffen versorgt. Nicht verwendetes Bewässerungswasser wird aufgefangen, aufbereitet, wiederverwertet. Damit sei die Produktion sehr viel effizienter und ressourcenschonender als im Freiland. Auch außerhalb von Gewächshäusern bieten sich neue Technologien an. Die BayWa offeriert biologische Schädlingsbekämpfung mithilfe von Drohnen: Um den Maiszünsler unschädlich zu machen, werfen Flugroboter zahlreiche Eier seines natürlichen Feindes, der Schlupfwespe, in den Maisfeldern ab.

Landwirte profitieren auch von der Raumfahrt: Satelliten erfassen Daten etwa zu Blattfläche, Chlorophyllgehalt oder Bodenfeuchte. Diese werden in sogenannte Talking-Fields-Basiskarten übersetzt, die die Grundlage für Precision Farming bilden, also die ortsdifferenzierte und zielgerichtete Bewirtschaftung landwirtschaftlicher Nutzflächen. Auf Grundlage der Satellitendaten lassen sich Dünger- und Wassermengen genau an die Bodenverhältnisse und den Pflanzenbedarf anpassen. »Das verhindert sowohl eine Unterversorgung, die zu Ertragseinbußen führen kann, als auch eine Überversorgung, die unnötig Ressourcen kostet und die Umwelt negativ beeinflusst«, so BayWa-Chef Lutz.

Die Digitalisierung ließe sich noch weiter vorantreiben. So könnten autonome Agrarroboter mechanisch und damit chemiefrei Unkraut jäten oder Spargel ernten. »Doch obgleich die Technik hier schon weit fortgeschritten ist, gibt es rechtliche Unsicherheiten«, sagt Markus Gandorfer. Er leitet die Arbeitsgruppe Digital Farming am Institut für Landtechnik und Tierhaltung der Bayerischen Landesanstalt für Landwirtschaft. »Autonome Roboter dürfen an sich nicht alleine fahren, man müsste sie einzäunen oder beaufsichtigen«, erklärt er. »Denn wer haftet, wenn etwas passiert?« Digitale Lösungen verlangen zudem, Betriebsdaten preiszugeben beziehungsweise zu teilen. Dies sei ein Problem, das die Digitalisierung in der Landwirtschaft bremse, so Gandorfer. Landwirte fürchteten zunehmend um ihre Datenhoheit. »Daher ist auch hier ein entsprechender Rahmen nötig«, sagt der Experte. Manchmal verzögern auch Schnittstellenprobleme bei den eingesetzten Systemen den Einsatz digitaler Technologien. Gandorfers Fazit: »Das Interesse von Landwirten an digitalen Technologien ist generell vorhanden, der Markt ist da, aber wir brauchen Geduld. Bis ein technologischer Umschwung erfolgt, das dauert, bis dahin müssen wir noch viel Aufklärungsarbeit leisten.« ■

IHK-Ansprechpartner
zum Thema Lebensmittel
Anita Schütz, Tel. 089 5116-1409
anita.schuetz@muenchen.ihk.de
zum Thema Innovation
Urs Weber, Tel. 089 5116-1397
urs.weber@muenchen.ihk.de

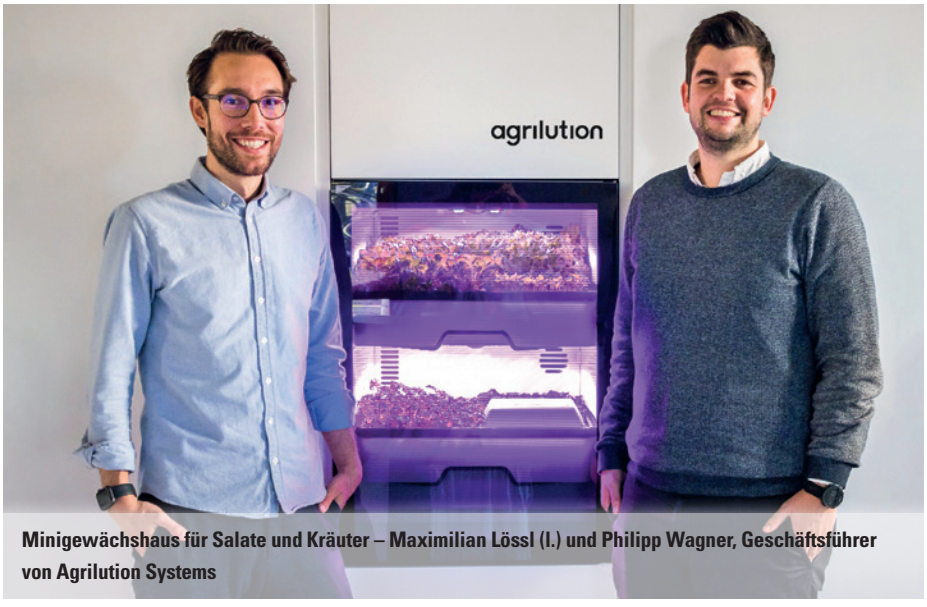


Foto: agrilution

Minigewächshaus für Salate und Kräuter – Maximilian Lössl (l.) und Philipp Wagner, Geschäftsführer von Agrilution Systems



Austausch zum Thema Nachhaltigkeit – Wolfgang Janhsen, Leiter der IHK-Geschäftsstelle Rosenheim, Andreas Duschl, Geschäftsführer Duschl Ingenieure, der Landtagsabgeordnete Otto Lederer (CSU), Andreas Bensegger, Vorsitzender des IHK-Regionalausschusses Rosenheim, und Florian Stich, Rosenheimer Institut für Fenstertechnik (v.l.)

Nachhaltigkeit

Lokale Betriebe als Vorreiter

Das Thema Nachhaltigkeit beschäftigte den **IHK-Regionalausschuss Rosenheim**. Seine Mitglieder waren zu Gast bei der Firma Duschl Ingenieure in Rosenheim, wo Geschäftsführer Andreas Duschl am eigenen Firmengebäude zeigte, wie ökologische Ansätze in die Architektur einfließen. Florian Stich vom Rosenheimer Institut für Fenstertechnik gab außerdem einen Einblick, wie Gebäude nachhaltig gebaut werden können und nach welchen Maßstäben Zertifikate ausgestellt werden.

Für Andreas Bensegger, Vorsitzender des IHK-Regionalausschusses Rosenheim, steht fest: »Die Unternehmen in Stadt und Landkreis müssen Teil einer globalen Lösung sein, wenn es um Klima- und Umweltschutz geht. Es reicht nicht aus, wenn Deutschland alleine Maßnahmen beschließt und voranschreiten will.« Der Unternehmer fordert, dass Politik und Wirtschaft weltweit einen gemeinsamen Weg einschlagen sollen. »Wichtig ist dabei, dass der Dreiklang von Ökologie, Ökonomie und Sozialem nicht aus der Balance gerät.«

Dem Ausschuss sei klar, dass der Wirtschaft mit ihren Produkten und Entwicklungen im Kampf gegen den Klimawandel eine entscheidende Rolle zukomme. »Diese Verantwortung ist uns bewusst, aber die lokalen Unternehmer nehmen diese Aufgabe gerne an«, so Bensegger. »Mit ihren Innovationen sind viele Betriebe in der Region schon jetzt Vorreiter.« Für die Zukunft wünsche er sich, dass viele weitere Unternehmen die Chancen sehen und neue Ideen entwickeln.
www.ihk-muenchen.de/rosenheim

Verkehr

Luft reinhalten

Im **IHK-Verkehrsausschuss** war neben urbaner Logistik die Luftreinhaltung im wachsenden München Thema. So muss Logistik immer effizienter werden und zugleich die Lebensqualität gesichert bleiben. Dazu gehört die Einhaltung gesetzlicher Grenzwerte der Luftqualität. Peter Frei, stellvertretender Abteilungsleiter für Klimaschutz, technischer Umweltschutz und Kreislaufwirtschaft im Bayerischen Staatsministerium für Umwelt- und Verbraucherschutz, präsentierte Daten zur 7. Fortschreibung des Luftreinhalteplans mit Maßnahmen wie U-Bahn-Verlängerungen und Elektrobuslinien. Er betonte, München habe keine Schwierigkeiten, die Feinstaubgrenzwerte einzuhalten. Die größere Herausforderung seien die Stickstoffdioxidgrenzwerte. Frei prognostiziert, dass durch den Luftreinhalteplan die Stickstoffdioxidgrenzwerte ab 2021 etwa am Stachus, ab 2026 an der Landshuter Allee eingehalten werden können.

DAS ABENDSEKRETARIAT
für Empfangstätigkeiten, Büro, Privat, Gewerbe

Sie suchen eine Bürokraft, Assistenz, die als mobile Sekretärin auf selbständiger Rechnungsbasis und stundenweise zu Ihnen ins Büro kommt?
Weil die Geschäfte weitergehen müssen, Aufträge angelegt, Rechnungen geschrieben und überwiesen werden müssen, die vorbereitende Buchhaltung nebst Zahlungsverkehr et cetera erledigt werden muss?

Einfach anrufen, wir kommen zu Ihnen.

Johann-Bader-Str. 8 • Ortsmitte von Pullach
T: (089) 74 500 505 • www.abendsekretariat.de

»Schneller und agiler«

Zum 13. Mal hat die hochrangige Expertenkommission Forschung und Innovation (EFI) ihr Jahresgutachten vorgelegt. Der EFI-Vorsitzende Uwe Cantner erklärt, wo Deutschlands Stärken liegen und wo Handlungsbedarf besteht.

GABRIELE LÜKE

Herr Professor Cantner, ist Deutschland noch innovativ genug?
Grundsätzlich hat Deutschland alle Kompetenzen, um die nächste Innovationsrunde gut zu bestehen und in der ersten Liga der innovativsten Staaten mitzuspielen. Zugleich aber sind wir in einigen entscheidenden Bereichen wie etwa der Elektromobilität viel zu spät dran. Wir müssen bei aller Kompetenz schneller und agiler werden.

Was fehlt uns? Geld? Gute Rahmenbedingungen?
Die Bedingungen sind partiell sogar besser geworden. Die Investitionen in Forschung und Entwicklung (FuE) sind auf 3,13 Prozent des Bruttoinlandsprodukts gestiegen. Das ist ein wichtiger Schritt zum anvisierten 3,5-Prozent-Ziel. Mit dem Forschungszulagengesetz gibt es nun endlich eine steuerliche FuE-Förderung als Anreiz. Eine neue Agentur soll Sprunginnovationen fördern.


Foto: Annegret Günther/FSU

»Die Bedingungen sind partiell besser geworden« – Uwe Cantner, Vorsitzender der Expertenkommission Forschung und Innovation

Laut Ihrem Gutachten macht nicht zuletzt China uns gewaltig Konkurrenz.
China meldet tatsächlich deutlich mehr Patente als Deutschland an, aber es ist ja auch ein Land mit einer immens großen Bevölkerung und ergo vielen findigen Köpfen. Zudem treibt der anhaltende Aufholprozess der chinesischen Wirtschaft die Zahl der Patente nach oben. Die chinesischen Patentanmeldungen konzentrieren sich insbesondere auf Informations- und Telekommunikationstechnologien. Es gibt aber Indizien dafür, dass die Qualität der chinesischen Patentanmeldungen im Durchschnitt noch eher niedrig ist.

Nun wird China immer wieder vorgehalten, von ausländischen Investoren einseitig Know-how abzugreifen und das Gebot der Wettbewerbsgleichheit nicht einzuhalten.
Darauf hat das Land reagiert. Mit dem seit dem 1. Januar 2020 geltenden Investitionsgesetz ist den Behörden untersagt, Technologietransfer von ausländischen Investoren mit administrativen Mitteln zu erzwingen. Zugleich verbietet oder begrenzt das Gesetz aber in 40 Schlüsselsektoren auch Aktivitäten ausländischer Investoren. Damit fehlt dem Gesetz die letzte Konsequenz. Die deutsche Politik muss sich weiterhin dafür einsetzen, dass China ausländische Investoren fair und auf Augenhöhe behandelt.

Und wenn chinesische Unternehmen hier in Deutschland investieren?
Chinesische Firmen kaufen sich zu zwei Dritteln in Unternehmen ein, die gemäß der chinesischen Zukunftsstrategie »Made in China 2025« Schlüsselbranchen wie Maschinenbau oder Automotive bedienen. Es zeigt sich hier, dass die wirtschaftliche und auch wissenschaftliche Leistungsfähigkeit der übernommenen Betriebe nicht nachlässt, etwa weil Know-how abgeschöpft würde. Dennoch bestärken wir das Bundeswirtschaftsministerium, in besonders sensiblen Bereichen Unternehmensübernahmen umfassender zu prüfen. Die Frage ist ja: Kaufen sich chinesische Konzerne als Pri-

vatunternehmen ein oder spielt der Staat mit? Denn dann geht es nicht mehr nur um ökonomische Interessen, sondern auch um eine mögliche politstrategische Einflussnahme.

Ein weiterer Schwerpunkt Ihrer Studie sind die Cybergefahren. Sie haben ermittelt, dass ein Drittel der Unternehmen aus Angst vor Cyberangriffen die Innovationstätigkeit zurückfährt.
Eine sehr gefährliche Entwicklung. Im Zeitalter von Digitalisierung und Industrie 4.0 riskieren Unternehmen ohne innovative, digitale Prozesse, Angebote oder Geschäftsmodelle ihre Zukunfts- und Wettbewerbsfähigkeit. Sie verschenken Innovations- und Produktivitätspotenziale.

Wie groß ist die Gefahr tatsächlich?
Das ist schwer zu messen. Zumal in Deutschland niemand darüber spricht, wenn er Opfer eines Cyberangriffs wurde. Unternehmen befürchten einen Prestigeverlust, wenn es bekannt wird.

Was würde helfen?
Eine Lösung ist Transparenz. In Israel muss jeder Cyberangriff gemeldet werden. Rescue-Teams beginnen dann sofort, die Folgen des Angriffs einzudämmen. Das gelingt ziemlich gut und schützt auch die anderen.

Was ist außerdem zu tun?
Es geht um Aufklärung, Sensibilisierung und natürlich Fehlervermeidung. Wichtig sind niederschwellige Informations- und Beratungsangebote, insbesondere auch für kleine und mittlere Unternehmen. Wir müssen Cybersicherheit in ihrer technischen wie rechtlichen Dimension in der Aus- und Weiterbildung, an den Hochschulen viel intensiver thematisieren. Praktisch schützen kryptologische Verfahren oder firmeneigene Netze.

Wie kann die Politik unterstützen?
Sie sollte die geplante Cyberagentur schnellstmöglich auf den Weg bringen, um mit ihr vor allem die Entwicklung von Cybersicherheitslösungen stärker zu fördern. Da haben wir großen Nachholbedarf. ■

Das EFI-Gutachten ist im Internet abrufbar unter: **www.e-fi.de**

IHK-Ansprechpartnerin zum EFI-Gutachten
Dr. Ute Berger, Tel. 089 5116-1341
ute.berger@muenchen.ihk.de

Zur Person

Uwe Cantner (59) ist Professor für Mikroökonomik an der Friedrich-Schiller-Universität Jena und seit 2015 Mitglied der Expertenkommission Forschung und Innovation (EFI). Im letzten Jahr übernahm er den EFI-Vorsitz. Die sechsköpfige Kommission wurde 2006 eingerichtet und berät die Bundesregierung zu Forschung, Innovation und technologischer Leistungsfähigkeit.



Milliarden für die Zukunft

Bayerische Unternehmen investieren deutlich in Forschung und Entwicklung (FuE). Sie stemmen ein Fünftel der gesamten FuE-Aufwendungen Deutschlands.

Ideen, die zu neuen Produkten, Dienstleistungen oder Verfahren werden, sind entscheidend, wenn sich Unternehmen auf dem Markt langfristig behaupten wollen. Die ausgeprägten Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten der Unternehmen im Freistaat stellen daher eine ausgesprochene Stärke der bayerischen Wirtschaft dar. So investierten bayerische Firmen 2017 (neuere Zahlen liegen nicht vor) 14,2 Milliarden Euro in Forschung und Entwicklung (FuE). Vor allem der Kraftfahrzeugbau und der Maschinenbau stockten ihre Investitionen auf.
Zusammen mit den Mitteln von Hochschulen und staatlichen Instituten flossen in Bayern rund 18,7 Milliarden Euro in Forschung und Entwicklung. Damit erreichen die FuE-Aufwendungen in Bayern 3,09 Prozent des Bruttoinlandsprodukts – etwas weniger als in den Jahren davor. Insgesamt kommt etwa ein Fünftel der gesamten FuE-Investitionen Deutschlands aus Bayern. ■

Der BIHK-Report »Forschung und Entwicklung in Bayern« steht im Internet zum Download bereit unter:
www.ihk-muenchen.de/funde-report

IHK-Ansprechpartnerin zum FuE-Report
Karen Tittel, Tel. 089 5116-1425
karen.tittel@muenchen.ihk.de

Ausgaben für Forschung und Entwicklung

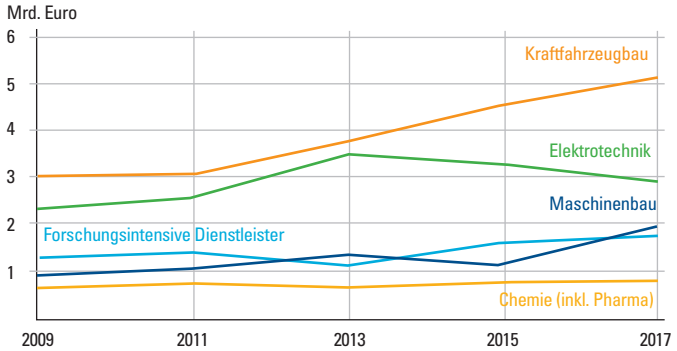
18,7 Mrd. Euro
Bayern

99,6 Mrd. Euro
Deutschland

Quelle: BIHK-Report »Forschung und Entwicklung in Bayern«

Fahrzeugbau entwicklungsfreudig

Investitionen bayerischer Firmen in FuE-Projekte, die im Unternehmen selbst durchgeführt werden (interne FuE-Aufwendungen)



Die Investitionen in den Kraftfahrzeugbau sind deutlich auf rund fünf Milliarden Euro gestiegen – auch ein Zeichen des Umbruchs in der Branche.

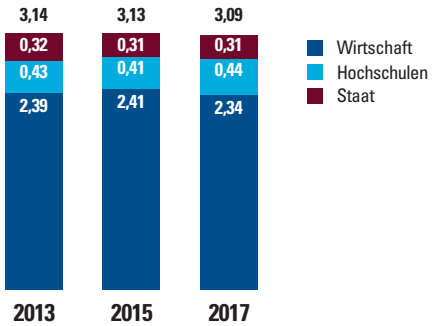
Quelle: BIHK-Report »Forschung und Entwicklung in Bayern«


Foto: totojang1977_stock.adobe.com

Forschung – Basis für Innovationen

Ziel erreicht

FuE-Aufwendungen in Bayern als Anteil am Bruttoinlandsprodukt (in Prozent)



3,09 Prozent der Wirtschaftsleistung für FuE – damit erreicht Bayern knapp das 3-Prozent-Ziel der Wachstumsstrategie Europa 2020.

Quelle: BIHK-Report »Forschung und Entwicklung in Bayern«

»Pragmatische Lösung«

Ein digitales Unternehmenskonto soll Firmen die Kommunikation mit dem Staat erleichtern. Bayerns Digitalministerin Judith Gerlach (CSU) erklärt, was das Projekt leisten soll.

NADJA MATTHES



Foto: Bayerisches Staatsministerium für Digitales/Jörg Koch

Judith Gerlach (34) ist seit November 2018 Bayerische Staatsministerin für Digitales

Frau Gerlach, die Bundesländer wollen beim digitalen Unternehmenskonto die in Bayern verwendete Technologie ELSTER einsetzen. Sie haben die Einigung als Durchschlagen eines gordischen Knotens bezeichnet. War die Lage so verfahren?

Bund und Länder waren sich zwar schon immer mit den großen Wirtschaftsverbänden einig, dass wir ein leistungsfähiges Unternehmenskonto brauchen. Allerdings hat man sich lange nicht auf eine Lösung verständigen können. Und das, obwohl es sich dabei um wichtige Standortpolitik handelt. Unternehmen haben im Schnitt 130 Behördenkontakte – deutlich mehr als einzelne Bürger. Deswegen war es immer unser Ziel, zügig eine pragmatische Lösung zu etablieren. Mit ELSTER haben wir in der Steuerverwaltung bereits ein sicheres Verfahren, das sich seit Jahrzehnten bewährt hat. Bayern hat jetzt erreicht, dass diese Technologie für ganz Deutschland die Basis für das Unternehmenskonto wird. Damit können wir nun schnell und kostengünstig ein Unternehmenskonto für das ganze eGovernment-Spektrum anbieten.

Welche Leistungen soll das digitale Unternehmenskonto bieten?

Es wird alle wesentlichen Funktionen umfassen, die Unternehmen erwarten und die von den Verbänden immer wieder gefordert werden. Dazu gehört eine Registrierungs- und Anmeldungseinheit, die eine sichere Anmeldung nicht nur mit ELSTER-Zertifikaten, sondern auch mit der elektronischen Identifizierungsfunktion des Personalausweises ermöglicht. Hinzu kommt die Möglichkeit zur Kommunikation mit den Behörden in beide Richtungen. Unternehmen können also sowohl Anträge stellen als auch die entsprechenden Bescheide abrufen. Die Steuerformulare sind ja schon jetzt hinterlegt und auch die Maschine-zu-Maschine-Kommunikation ist möglich, was insbesondere für standardisierte Massenverfahren wie die Übermittlung von Umsatzsteuervoranmeldungen für größere Unternehmen wichtig ist. Das wirklich Neue ist aber, dass wir sukzessive alle Verwaltungsleistungen für Unternehmen online anbieten wollen – von der Kfz-Anmeldung über Meldepflichten bis hin zu Zollformalitäten.

Welche Vorteile bietet das Konto konkret für die Firmen?

Unternehmen haben in der Regel sehr viele Behördenkontakte. Die werden durch ein digitales Unternehmenskonto deutlich vereinfacht und beschleunigt. Ein besonderer Vorteil ist natürlich, dass wir nahezu alle Unternehmen in Deutschland über die Register bei der Steuer bereits erfasst haben. Etwa 1,5 Millionen Unternehmen haben ELSTER-Zertifikate, die sie beim neuen Konto einfach weiternutzen können. Andere sind über Vertreter wie etwa Steuerberater erfasst. Ein wesentlicher Vorteil ist, dass ELSTER für jedes Unternehmen bis zu 200 Organisationszertifikate anbietet. Damit können Unternehmensmitarbeiter für bestimmte Aufgaben individuelle Zertifikate nutzen. Auch der zu Recht von der Wirtschaft geforderte Single Point of Contact rückt so in greifbare Nähe.

Wann werden Unternehmen das digitale Konto nutzen können?

Wir planen für die Umsetzung des Unternehmenskontos bis zum Jahr 2022. Aber schon im kommenden Jahr sollen wesentliche Funktionalitäten wie das Postfach zur Kommunikation mit den Behörden oder die Maschine-zu-Maschine-Kommunikation nutzbar sein. Eine Herausforderung wird es sein, nicht nur die zentrale technische Infrastruktur bereitzustellen, sondern auch alle für Unternehmen relevanten Onlineverfahren an das Unternehmenskonto in geeigneter Weise anzubinden. Hier sprechen wir nicht nur über die Verfahren von Bundes- und Landesbehörden, sondern auch über viele tausend Kommunen in Deutschland und deren Verfahren. Wir stehen also vor einer sportlichen Herausforderung, die wir gerne annehmen. Da müssen wir alle, Bund, Länder und Kommunen, eng zusammenarbeiten. ■



Brisantes Thema Green Finance – rund 120 Teilnehmer kamen ins Atrium der IHK für München und Oberbayern

Foto: ifo Institut

»KLIMARISIKEN sind Finanzmarktrisiken«

Premiere der Munich Economic Debates: Die französische Notenbankerin Sylvie Goulard diskutiert mit der Münchner Wirtschaft über Green Finance.

MARTIN ARMBRUSTER

Ifo-Präsident Clemens Fuest sprach von einem historischen Tag. Fuest, einer der einflussreichsten Ökonomen des Landes, moderierte in der IHK für München und Oberbayern am 4. März die erste Ausgabe der Munich Economic Debates zum Thema »Green Finance – wie die europäischen Zentralbanken und die EZB die Klimapolitik der Europäischen Kommission unterstützen«. Veranstalter waren das ifo Institut und die Süddeutsche Zeitung.

Die Idee des Formats: Mit Hochkarätern zentrale Fragen der Wirtschaft diskutieren – und das nicht irgendwo, sondern im »Herzen der Stadt«, wie es Fuest formulierte. Mit dem IHK-Stammhaus, sagte er, habe man die ideale Location gefunden. Auch das Timing war perfekt. Wenige Stunden zuvor hatte in Brüssel die EU-Kommissionspräsidentin Ursula von der Leyen im Beisein von Klimaaktivistin Greta Thunberg das Europäische Klimagesetz vorgestellt. Wie brisant das Thema Green Finance ist, zeigte die große Resonanz auf die Veranstaltung: Rund 120 Teilnehmer kamen ins Atrium der IHK.

Klimaschutz für Stabilität

Referentin Sylvie Goulard ist als Vizepräsidentin der Banque de France mit Green Finance bestens vertraut. Ihre Notenbank ist die Keimzelle eines Netzwerks europäischer Zentralbanken, das den Wandel hin zu mehr Nachhaltigkeit über den Finanzsektor vorantreiben will. Goulards Vortrag führte auch deshalb zu einer lebhaften Debatte, weil sie auf die Argumente der Skeptiker einging.

Der Einwand Nummer eins lautet demnach: Notenbanken haben kein politisches Mandat. Ihre Aufgabe ist, für Geldwertstabilität zu sorgen. Das betonen etwa Bundesbankpräsident Jens Weidmann und FED-Chef Jerome Powell.

Goulard kehrte dieses Argument um. Ohne Klimaschutz gebe es auch keine Stabilität. »Klimarisiken sind Risiken für die Finanzmarktstabilität«, sagte Goulard. Sie zitierte den Wirtschaftshistoriker Adam Tooze, der die Zentralbanken zum Handeln auffordert: Tooze warnt vor dem Platzen einer gigantischen Blase. Seiner Einschätzung nach sind alle Industriewerte und die auf sie beruhenden Kredite falsch kalkuliert. Die Klimazerstörung wurde nie eingepreist.

Was passiert, so fragte Goulard, wenn wegen der Dekarbonisierung und des geänderten Konsumentenverhaltens Autofabriken oder Kraftwerke ihren Wert ver-

lieren? Was bedeutet diese Entwertungsspirale für die Banken? Goulard forderte, man müsse Europas Banken einem Klimastresstest unterziehen. Die Zunahme der Naturkatastrophen könne Versicherer ins Wanken bringen. Zudem bedeute die Unabhängigkeit der Zentralbanken nicht, dass sie außerhalb der Gesellschaft stünden. Das Pariser Klimaabkommen, der Bericht des Weltklimarats von 2018, das Klimaschutzziel von EZB-Chefin Christine Lagarde und der Green Deal von EU-Kommissionspräsidentin von der Leyen – das sind nach Ansicht Goulards Weichenstellungen für den Finanzsektor.

»Wir betreten Neuland, und wir müssen neue Instrumente ausprobieren«, erklärte die Französin. Das Ziel sei klar – der Wandel zu nachhaltigerem Wirtschaften müsse vorangetrieben werden. Die EU-Kommission arbeite derzeit an einem Kriterienkatalog (Taxonomie), um zwischen »grünen« und »braunen« Projekten zu entscheiden.

Gerade das wird in der deutschen Wirtschaft und in der Bankenwelt kritisch gesehen. Goulard hält diesen Ansatz aber für gutes Teamwork von EU-Kommission, EU-Politik und der Bankenaufsicht. Den Einwand, die USA beteiligten sich hier aus gutem Grund nicht, ließ sie nicht gelten. Das »Network for Greening the Financial System« (NGFS) umfasse schon 59 Akteure. Das Problem für die Unternehmen sei nicht die Regulierung, es seien die kritischen Konsumenten und der Druck der Zivilgesellschaft. Goulard: »Jeder Unternehmer muss sich heute fragen, ob sein Geschäftsmodell in 20 Jahren noch Bestand hat.«

In der Diskussion äußerten sich etliche Teilnehmer skeptisch. Die politische Unabhängigkeit der Notenbanken wurde ebenso bezweifelt wie die Frage, ob die Taxonomie dem Klima wirklich helfe. Ohne Finanzierung könne sich die Industrie auch nicht wandeln. IHK-Hauptgeschäftsführer Manfred Gößl meldete sich mit dem Hinweis zu Wort, für Bayerns Wirtschaft sei die Umsetzung entscheidend. Die Unternehmen würden sich zum Klimaschutz bekennen, doch Green Finance dürfe nicht die Kreditversorgung des Mittelstands gefährden. Andere Teilnehmer warnten davor, die europäische Wirtschaft und Finanzbranche einseitig zu belasten.

»Koalition der Willigen«

Man wisse um diese Sorgen, entgegnete Goulard. Sie riet mehrmals zu »Gelassenheit«. Die EU plane keinen Opfergang. Trotz der aktuellen Ausrichtung der US-Regierung werde der Klimaschutz auch in den USA nicht zu stoppen sein. Die Münchner Allianz SE gehöre zu den weltweit gut 1000 Unternehmen, die sich freiwillig zu Dekarbonisierung und Klimaschutz verpflichtet hätten. Überdies habe das NGFS die Aufsicht über drei Viertel der systemrelevanten Banken und zwei Drittel der Versicherungen.

Diese »Koalition der Willigen« werde weiter Zulauf bekommen, davon ist Goulard überzeugt. Klimaschutzbremsern bleibe die Wahl zwischen mitmachen oder im Abseits stehen.

Goulard rief die Teilnehmer der Veranstaltung überdies dazu auf, auch als Konsumenten Verantwortung zu übernehmen: »Wenn wir mit der gleichen Energie auf den Klimawandel reagieren würden wie auf das Coronavirus, würde das uns allen helfen.« ■



Foto: ifo Institut

»Wir betreten Neuland, und wir müssen neue Instrumente ausprobieren.«

Sylvie Goulard, Vizepräsidentin der Banque de France



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

»Wir werden alles Nötige tun«

Bei der zweiten Ausgabe der Munich Economic Debates spricht Bundeswirtschaftsminister Peter Altmaier über Corona und den globalen Innovationswettlauf.

MARTIN ARMBRUSTER

Die Debatte stand unter dem Slogan »Innovationsstandort Deutschland – in einem starken Europa«, aber natürlich ging es auch um Corona. Die rund 120 Teilnehmer im Atrium des IHK-Stammhauses in München wollten dringend von Bundeswirtschaftsminister Peter Altmaier (CDU) wissen, mit welchen Schritten die Bundesregierung einen drohenden Absturz der Wirtschaft verhindern will. Altmaier war als Gastredner für die zweite Ausgabe der Munich Economic Debates geladen, einer neuen Reihe des ifo Instituts und der SZ-Wirtschaftsredaktion, die IHK fungiert als Gastgeber und Kooperationspartner (s. auch S. 30).

Der Wirtschaftsminister unterstrich die Ansage von Bundeskanzlerin Angela Merkel (CDU): »Wir werden alles Nötige tun.« Was Altmeiers Auftritt besondere Brisanz verlieh: Zuvor hatte Clemens Fuest, Präsident des ifo Instituts und einer der Veranstalter der Munich Economic Debates, mit weiteren Ökonomen in Berlin »mehr Krisenhilfen«



Foto: Andrea Schneider-Leichsenring

Drei-Stufen-Plan für die Krise – Bundeswirtschaftsminister Peter Altmaier bei den Munich Economic Debates

von der Bundesregierung gefordert. Vor Altmaiers Rede hatten auch die Hauptgeschäftsführer der bayerischen IHKs (BIHK) getagt. »Es geht jetzt wirklich ums Überleben«, betonte BIHK-Hauptgeschäftsführer Manfred Gößl.

Die Bundesregierung handelt, stellte Altmaier klar. Die Frage der Verzinsung habe man auf dem Schirm. Er selbst habe einen »Drei-Stufen-Plan« auf den Tisch gelegt, der etwa Kreditprogramme für an sich gesunde, aber jetzt angeschlagene Firmen vorsehe. Als »last remedy« müsse man auch erwägen, dass sich der Bund bei »Unternehmen von strategischer Bedeutung« direkt beteilige.

Chance zum Aufbruch

Der Minister plädierte ebenso wie IHK-Präsident Eberhard Sasse dafür, den Corona-Moment auch als Chance zum Aufbruch zu begreifen. »Wir müssen wieder über Wirtschaft reden«, meinte Altmaier – und kam so zum eigentlichen Thema, die Lage des Innovationsstandorts Deutschland. Insgesamt stehe Deutschland laut Altmaier wirtschaftlich gut da, aber die Warnzeichen mehrten sich. Im Mittelstand, dem eigentlichen Wachstums- und Jobmotor, sei die Innovatorenquote seit Jahren rückläufig. Das Land habe eine solide industrielle Basis. »Aber uns fehlen die Amazons, Microsofts, Apples und Facebooks«, stellte der Minister fest.

Er verwies auf ein chronisches Problem Deutschlands. Bei der Patentanmeldung sei das Land top, in der Umsetzung liegen aber andere ganz weit vorne. Was nicht nur dem Wirtschaftsminister Sorgen macht, ist die totale Dominanz der IT-Konzerne Chinas und der USA in der Plattformökonomie. Im Ranking der 200 wertvollsten Unternehmen der Welt schafft es kein europäischer Konzern mehr an die Spitze.

Europa dürfe keinesfalls den Wettbewerb um die Daten der Unternehmen und Industrie verlieren, betonte Altmaier. Es sei absurd, dass Europas Firmen ihre sensiblen Daten über US-Anbieter hosten. »Mich treibt das um«, bekannte der Minister. Er sieht den Staat als Katalysator und unterstützt den Aufbau der europäischen Cloudlösung GAIA-X. Allerdings hänge der Erfolg von dem Vertrauen der Unternehmen in die Technologie ab und dem Willen, das Angebot auch zu nutzen.

Der Minister warb für Zuversicht. Man habe aus strategischen Fehlern gelernt. Berlin fördere nun stärker beispielsweise Forschung und Entwicklung, man werde die Bedingungen für Wagniskapital verbessern. Der geplante Zukunftsfonds soll bis zu zehn Milliarden Euro enthalten. Dank einer gemeinsamen Initiative mit Frankreich arbeiteten EU-weit 50 Firmen in der Batteriezellenforschung.

Hervorragend findet Altmaier, dass die Technische Universität München TUM für die Entwicklung von Hyperloop-Prototypen Auszeichnungen gewinnt. Dumm sei nur, dass man am Ende dem US-Unternehmer Elon Musk das Geschäft mit dem Hochgeschwindigkeitssystem überlässt. »Da sind wir noch nicht hungrig genug«, meinte er. Aber auch in Sachen Gründerspirit sieht er Fortschritte. Deutschland sei noch lange nicht am Ende seiner Möglichkeiten.

Ifo-Chef Fuest wollte da nicht widersprechen. Sorgen macht ihm der gesamte Zustand der EU: »Mit einem EU-Budget, das seinen Schwerpunkt auf Agrarwirtschaft und Regionalförderung hat, lässt sich Innovation kaum fördern.« Der Erfolg der jüngsten Jahrzehnte habe offensichtlich satt und träge gemacht, ergänzte IHK-Präsident Sasse. »Der Klimawandel ist die Chance, neue Technologien und Geschäftsmodelle zu entwickeln. Da müssen wir weltweit ganz vorne dabei sein.« ■



Lebenswerte Landökosysteme

Die Vereinten Nationen haben 17 Sustainable Development Goals (SDGs) verabschiedet, zu deren Erreichung auch Unternehmen beitragen können. Nachhaltigkeitsziel Nummer 15 setzt sich für das Leben an Land ein.

GABRIELE LÜKE

Rund 75 Prozent der weltweiten Landflächen sind laut dem World Atlas of Desertification degradiert, also erodiert, verwüstet, versalzen, kontaminiert.

Jede Minute verschwindet Tropenwald in der Größe von 30 Fußballfeldern, berichtet die Onlineplattform Global Forest Watch.

Eine Million Pflanzen- und Tierarten sind in den kommenden Jahrzehnten vom Aussterben bedroht, meldet der Weltbiodiversitätsrat.

Das sind nur drei Schlaglichter, die zeigen, unter welchem Druck Landökosysteme wie Böden, Wiesen, Auen oder Wälder stehen. Die Vereinten Nationen fordern daher in ihrem Nachhaltigkeitsziel (SDG) 15, »Landökosysteme zu schützen, wiederherzustellen und ihre nachhaltige Nutzung zu fördern, Wälder nachhaltig zu bewirtschaften, Wüstenbildung zu bekämpfen, Bodendegradation zu beenden und umzukehren sowie dem Verlust der Biodiversität ein Ende zu setzen«. In der Deutschen Nachhaltigkeitsstrategie, die die SDGs in Deutschland umsetzt, schließt die Bundesregierung sich dem an. Sie will unter anderem zur Verbesserung der Biodiversität Auenlandschaften wiederherstellen, Wälder nachhaltig bewirtschaften oder Entwicklungsländer bei der Aufforstung unterstützen.

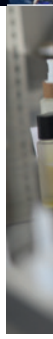
Mit der neuen Nationalen Bioökonomiestrategie, die das Bundeskabinett im Januar 2020 verabschiedet hat, soll das Wissen über biologische Vorgänge erweitert und mit neuesten Technologien und anderen innovativen Ansätzen verknüpft werden, um so eine nachhaltige, biobasierte, klima- wie landökosystemfreundliche Wirtschaft zu befördern.

»Wir können Landökosysteme vielfältig nutzen, etwa Nahrungs- und Futtermittel produzieren, Energie und stoffliche Produkte herstellen. Zugleich aber müssen wir die Balance der Nutzung und des Schutzes der natürlichen Ressourcen im Auge behalten«, sagt Johannes Rupp (44) vom Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW). »Oberstes Ziel muss sein, lebensnotwendige Ökosystemleistungen zu bewahren, das heißt, Böden, Klima, Wasserhaushalt und biologische Vielfalt zu schützen.« Rupp nennt mögliche Ansätze, die Politik und Wirtschaft

Foto: Bauer Unternehmensgruppe



Auszeichnung als »Blühender Betrieb« – Robert Wittig (l.), Nachhaltigkeitsbeauftragter der Bauer Unternehmensgruppe, mit seinen Azubis



Darum geht's

- Landökosysteme wie Wälder oder Böden stehen massiv unter Druck.
- Ziel ist eine Balance zwischen Nutzen und Schutz natürlicher Ressourcen.
- Die Wirtschaft kann dabei unter anderem durch Innovationen und entwaldungsfreie Lieferketten, Dachbegrünung oder Blühwiesen unterstützen.



zur Erreichung von SDG 15 Impulse geben können: Die Landwirtschaft kann zur Schonung von Ressourcen und Flächen beitragen, indem sie Kulturen anbaut, die mehrere statt nur eine Nutzungsmöglichkeit haben – wie etwa Hanf. Seine Früchte kann man essen, die Fasern sind Basis für diverse Halbwaren und die Schäben, ein Nebenprodukt der Fasererzeugung, eignen sich als Tierstreu. Die Rohstoffverwertung bietet ebenfalls Potenzial: Wenn aus Gras- und Schilffasern zum Beispiel Papier und Verpackungsmaterial oder aus Insektenlarven proteinhaltiges Tierfutter wird, müssen weniger Tropenwälder für Zellulose oder Sojaanbau weichen.

Wie Unternehmen praktisch zu SDG 15 beitragen können, beschreibt IHK-Nachhaltigkeitsexpertin Verena Jörg: »Neben der flächensparenden Nutzung von Böden, möglichst entwaldungsfreien Lieferketten oder entsprechenden Produktinnovationen gibt es auch zahlreiche kleinere nützliche Ansätze: Dachbegrünungen, Blühstreifen und -wiesen oder Artenschutzprojekte.« Drei Unternehmen zeigen, wie dies in der Praxis funktioniert.



Handgemachte Seifen und Kosmetikprodukte aus natürlichen Rohstoffen – Aline Werr, Geschäftsführerin von Saint Clouds

Foto: Katerina Kepka

Dachflächen begrünen

Im Werksviertel-Mitte in München sind die Dächer mit heimischen Gräsern, Blumen und Bäumen bepflanzt, Tümpel wurden angelegt, Totholz ausgebracht. Das Gras fressen Schafe ab, die auf den Dächern leben. »Mit diesem Konzept schaffen wir ökologischen Ausgleich für unsere Bebauung und stärken die Artenvielfalt«, sagt Nikolas Fricke. Der 37-Jährige ist Geschäftsführer der Joh's Eckart GmbH, die die Nachhaltigkeitsaktivitäten im Werksviertel-Mitte bündelt. Damit die Ideen über das Areal hinaus wirken, gibt es zudem ein weiterführendes Forschungsprogramm sowie das pädagogische Projekt »Almschule«, das Kinder mithilfe der grünen Dächer und der Schafe für Umwelt- und Artenschutz begeistern will.

Blühwiesen anlegen

Was lässt sich mit Aushub anfangen, der zwar ökologisch problemlos ist, aber qua Gesetz doch entsorgt werden müsste – es sei denn, er bleibt auf dem Firmengelände? Robert Wittig (39), Nachhaltigkeitsbeauftragter der Bauer Unternehmensgruppe, nahm den Aushub und legte mit seinen Azubis eine Wiese mit regionalem Saatgut an: »Wir haben am Werksgelände offene Rohbodenstellen, ebenso befindet sich auf dem Gelände ein Altwasserarm der Ammer mit Schilf, das als Refugium für Insekten dient. Mit der Blühwiese konnten wir ein weiteres kleines Ökosystem neu schaffen und so auch etwas für den Artenerhalt tun.« Die Maßnahme ergänzt die umfangreiche Palette von Nachhaltigkeitsaktivitäten des Maschinenbauspezialisten. Wittig ist es besonders wichtig, die junge Generation zu Nachhaltigkeit zu motivieren: »Als Dank für die Unterstützung bei der Wiese und als Zeichen der Wertschätzung durften deshalb auch die Azubis die Auszeichnung ›Blühender Betrieb‹, die im Rahmen des Blühpakts Bayern verliehen wurde, in Empfang nehmen.«

Rohstoffe bewusst auswählen

Wie sich der Schutz des Tropenwalds im Kerngeschäft verwirklichen lässt, zeigt Aline Werr, Geschäftsführerin der Saint Clouds GmbH & Co. KG. Die 46-Jährige fertigt in ihrer Manufaktur »I want you naked« in Kirchheim handgemachte Seifen und andere Kosmetikprodukte aus natürlichen Rohstoffen: »Ich verwende vor allem regionale Zutaten, zum Teil aus eigenem Anbau. Doch gute Seifen brauchen partiell auch Öle aus exotischen Pflanzen.« Anfangs nutzte sie Palmöl, das Bestandteil vieler Seifenrezepte ist, weil es für schönen Schaum sorgt. Werr jedoch wollte nicht unterstützen, dass für Palmenplantagen massiv Tropenwälder gerodet werden. Sie experimentierte so lange mit alternativen – entwaldungsfreien – Ölen, bis sie den gleichen Schaumeffekt erzielte. Nun verzichtet sie komplett auf Palmöl. Und auch bei allen weiteren Rohstoffen, die nicht aus der Region kommen, hat sie die Tropenwälder im Blick: »Wir kaufen nur bei Rohstoffproduzenten ein, bei denen wir sicher sein können, dass die Ökosysteme keinen Schaden nehmen.« ■

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

Mit Handicap und Potenzial

Auf der Suche nach Azubis kann es sich für Unternehmen lohnen, neue Zielgruppen anzusprechen – zum Beispiel junge Menschen mit Behinderung. Viele Firmen machen gute Erfahrungen.

SABINE HÖLPER



Foto: Anna Schaffelhuber Grenzenlos Camp

Grenzen austesten – Teilnehmer und Betreuer beim Anna Schaffelhuber Grenzenlos Camp

Der Spezialist für Rollstühle RolliWorld GmbH beschäftigt 18 Mitarbeiter, neun davon sind schwerbehindert. Seit September 2018 bildet das Unternehmen mit Sitz in Kirchheim bei München den ersten schwerbehinderten Azubi aus. »Es war die logische Schlussfolgerung«, sagt Sylvia Niemann (52), die im Unternehmen für Personalwesen zuständig ist. Ein junger gehbehinderter Mann absolviert eine Ausbildung zum Kaufmann für Büromanagement. Niemanns Erfahrungen der vergangenen anderthalb Jahre: Die Ausfallquote sei wegen Arztbesuchen etwas höher als bei den nicht behinderten Azubis. Ansonsten gestalte sich die Ausbildung »nicht schwieriger«. Der 20-Jährige bringe gute Leistungen.

Darlehen, Zuschüsse, Prämien

Dass ein Unternehmen, das Produkte für Behinderte anbietet, einen Auszubildenden mit Handicap beschäftigt, ist nachvollziehbar. Aber auch für Firmen anderer Branchen kann es sinnvoll sein, sich neuen Bewerberkreisen zu öffnen. Dazu zählen auch junge Menschen mit Behinderung.

»Unternehmen sollten Azubis mit Behinderung auf keinen Fall unterschätzen«, sagt Gabriele Lüke, Referentin für Chancengerechtigkeit bei der IHK für München und Oberbayern. Sind Einschränkungen vorhanden, können Hilfen der Arbeitsagentur oder des ZBFS-Inklusionsamts (Zentrum Bayern Familie und Soziales) diese kompensieren.

Unternehmen, die schwerbehinderte Menschen ausbilden, können sich beraten lassen sowie finanzielle Leistungen in Form von Darlehen, Zuschüssen und Prämien erhalten.

Zur Verfügung stehen etwa Investitionskostenzuschüsse für die Schaffung von neuen, geeigneten Ausbildungsplätzen. Zudem sind Prämien von bis zu 10000 Euro im Rahmen des Bund-Länder-Programms Initiative Inklusion sowie Zuschüsse zu den Ausbildungskosten, etwa zu Lernmaterialien oder Personalkosten (für Ausbilder), von bis zu 2000 Euro pro Ausbildungsjahr möglich.

»Es gibt viel Unterstützung«, sagt Florian Novak (43) vom ZBFS und appelliert an die Firmen: »Sie sollten die Angst vor dem Unbekannten überwinden.« Hat ein Unternehmen erst einmal Erfahrungen mit einem behinderten Azubi gesammelt, so sein Eindruck, fallen die Vorbehalte in sich zusammen. »Es gibt meist keine Probleme.«

Manchmal allerdings sind zunächst einige Hürden zu beseitigen. Gisela van der Heijden, Kreisgeschäftsführerin des Bayerischen Roten Kreuzes in Erding, bildet seit vergangenem September eine junge, mehrfach schwer körperbehinderte Frau zur Fachpraktikerin für Bürokommunikation aus. Dazu muss das Büro am Firmensitz barrierefrei werden: Es wird ein Treppenlift installiert, außerdem gilt es, eine neue Toilette einzubauen. Dass die Auszubildende zur Toilette im gegenüberliegenden Gebäude begleitet wird, soll nur eine vorübergehende Notlösung sein. Einfach sei die Organisation der Umbaumaßnahmen nicht, räumt van der Heijden ein, trotz der vorgesehenen Hilfen.

Der Geschäftsführerin ist es jedoch wichtig, dass die junge Auszubildende so schnell wie möglich integriert wird, dass

Darum geht's

- Die Leistungen von Azubis mit und ohne Handicap sind oft vergleichbar.
- Zuschüsse und andere Unterstützungen helfen Firmen, etwaige Einschränkungen zu kompensieren.

sie »endlich arbeiten kann«, so van der Heijden. Dabei gehe es in erster Linie nicht um Produktivität. Die Geschäftsführerin wünscht sich, dass die junge Frau Selbstvertrauen gewinnt. Vielen behinderten Menschen mangle es daran. »Wir Unternehmer können es ihnen durch eine sinnstiftende Arbeit auf dem ersten Arbeitsmarkt geben«, sagt van der Heijden.

Barrierefreier Neubau

Mehr behinderte Menschen, ob Fachkraft oder Azubi, will auch das Gesundheitsunternehmen MSD Sharp & Dohme GmbH einstellen. »MSD möchte sich zum bevorzugten Arbeitgeber, auch für Menschen mit Behinderung, entwickeln«, sagt Wolfgang Stenger (59), Director Employee Experience bei MSD.

Bislang hat das Pharmaunternehmen kaum Bewerbungen aus dieser Zielgruppe erhalten. Das liegt auch daran, dass der aktuelle Standort in Haar für Körperbehinderte nicht leicht zugänglich ist. Im nächsten Jahr aber verlegt MSD seinen Firmensitz nach Berg am Laim und dieser wird barrierefrei gestaltet, »weit über die gesetzlichen Anforderungen hinaus«, sagt Stenger.

Um möglichst viele Menschen mit Handicap anzusprechen und zu lernen, wie Inklusion gut funktionieren kann, kooperiert MSD mit dem Anna Schaffelhuber Grenzenlos Camp. Die querschnittsgelähmte Schaffelhuber ist mehrfache Goldmedaillengewinnerin bei Paralympischen Spielen und Weltmeisterschaften und hat das sportorientierte Camp für 14- bis 17-Jährige ins Leben gerufen, um Behinderte zur Teilhabe am (Arbeits-)Leben zu motivieren.

»Natürlich kann nicht jeder Jugendliche mit einer Behinderung jede Ausbildung machen«, sagt die 27-Jährige. »Aber ich denke, dass viele Unternehmen die Möglichkeit, einen Jugendlichen mit Einschränkung auszubilden, zu wenig oder noch gar nicht in Betracht ziehen.« Die junge Skifahrerin möchte die Firmenchefs zum Umdenken bewegen. ■

Nachteile ausgleichen

Inklusion im besten Sinne bedeutet, dass junge Menschen mit Einschränkungen die gleiche Ausbildung erhalten wie jene ohne Handicap. Manche Behinderte brauchen lediglich einen Nachteilsausgleich – sei es eine verlängerte Ausbildungszeit oder die Möglichkeit, die Hilfe Dritter in Anspruch zu nehmen. Ist wegen der Art oder Schwere der Behinderung keine Ausbildung in einem anerkannten Ausbildungsberuf durchführbar, kommt eine Fachpraktiker-Ausbildung in Betracht. Für sie gelten besondere Voraussetzungen an Ausbildungsstätte und -personal. Zudem muss die Bundesagentur für Arbeit feststellen, dass diese Form der Ausbildung erforderlich ist. Für die Umsetzung gibt es weitreichende Unterstützung.

IHK-Ansprechpartner zum Thema Chancengerechtigkeit
Dr. Gabriele Lüke, Tel. 089 5116-1174
gabriele.lueke@muenchen.ihk.de

für die Berufsbildung
Florian Kaiser, Tel. 089 5116-1386
florian.kaiser@muenchen.ihk.de
Ronald Hubrecht, Tel. 089 5116-1330
ronald.hubrecht@muenchen.ihk.de



Sie suchen Statische Berechnungen oder Ausführungsunterlagen ihrer Bestandsgebäude/Bauwerke?

Wir verwalten die technischen Archive der ehemaligen

- **Dyckerhoff & Widmann AG (DYWIDAG)**
- **SIEMENS-BAUUNION GmbH**

Telefon (08142) 443 470
Telefax (08142) 443 471
info@allvia.de
www.allvia.de

ALLVIA
Ingenieurgesellschaft mbH

Auf gutem Kurs

Zwischenbilanz nach zwei Jahren DSGVO: Politik, Verwaltung und Wirtschaft in Bayern wollen ihre bewährte Teamarbeit fortsetzen.

MARTIN ARMBRUSTER



Foto: Tobias Hase

Zogen Bilanz – BIHK-Hauptgeschäftsführer Manfred Gößl, Angelika Sery-Froschauer, Vizepräsidentin der Wirtschaftskammer Oberösterreich, Bayerns Innenminister Joachim Herrmann (CSU), Horst Heberlein, Datenschutzexperte der EU-Kommission, und Stephan Mayer (CSU), Parlamentarischer Staatssekretär im Bundesinnenministerium (v.l.)

Am Ende der Diskussion stand ein überraschend positives Fazit: Die DSGVO sei ein klarer Fortschritt, Bayern gelinge die Umsetzung bislang gut. So lobte Bayerns Innenminister Joachim Herrmann (CSU) den »bayerischen Weg«, zu beraten statt zu bestrafen. Axel Keßler, Datenschutzbeauftragter der Siemens AG, formulierte es folgendermaßen: »Damit können wir leben.«

Die bayerischen IHKs (BIHK), die Wirtschaftskammer Österreich (WKÖ) und Bayerns Innenministerium hatten Mitte Februar zur Veranstaltung »Zwei Jahre DSGVO – eine Zwischenbilanz« geladen. Das Event besaß politische Brisanz. Die Ergebnisse der Diskussion fließen in die im Mai anstehende Evaluierung der DSGVO ein. BIHK-Hauptgeschäftsführer Manfred Gößl und die BIHK-Datenschutzbeauftragte Rita Bottler nutzten daher die Chance, Politik und Verwaltung auf das hinzuweisen, was in der Praxis Probleme macht. Demnach sehen Bayerns Unternehmer im Datenschutz die Bürokratiebürde Nummer 1. Für Unsicherheit sorgen ein hoher Bußgeldrahmen und die Auslegungsspielräume. Die unternehmensfreundliche Arbeit der bayerischen Politik und Behörden habe die Aufregung um die DSGVO aber deutlich beruhigt, sagte Innenminister Herrmann. Nachjustieren will jedoch auch er. Es sei zu prüfen, ob für Vereine und kleine Firmen jede DSGVO-Vorschrift Sinn ergebe.

Horst Heberlein, Datenschutzexperte der EU-Kommission, zeigte sich offen für die Anliegen der Wirtschaft: »Wir stecken alle mitten in einem Lernprozess.« Heberlein hält die jetzige Verunsicherung der Unternehmen für verständlich. »Rechtssicherheit werden wir erst dann haben, wenn die ersten Urteile auf dem Tisch liegen«, meinte er.

Auf Kooperationen setzen

So weit soll es aber nur im Extremfall kommen, findet der neue Präsident des Bayerischen Landesamts für Datenschutzaufsicht, Michael Will, der seit 1. Februar 2020 im Amt ist. Er werde die pragmatische Linie seines Vorgängers fortführen und setze auf Kooperation, kündigte er an (siehe auch Interview rechts).

Die Diskussion machte deutlich, dass die Konfliktlinien an ganz anderer Stelle verlaufen. Unternehmer, Datenschützer und Politiker stehen etwas ratlos vor der Frage, wie sie Social Media und sonstige große Plattformen datenschutzkonform nutzen können. Gerade deshalb nannten Herrmann und der Bundesinnenstaatssekretär Stephan Mayer (CSU) die DSGVO einen Erfolg. Die Europäische Union, so Herrmann, habe damit einen internationalen »Goldstandard« geschaffen. In der abschließenden Expertenrunde herrschte Konsens: Ein Zurück in die Zeiten vor der DSGVO dürfe es nicht geben. ■

»Die DSGVO ist ein Geschenk«

Bayerns neuer oberster Datenschützer Michael Will über die Probleme des Mittelstands mit der DSGVO, die Risiken der Plattformökonomie und Bußgelder.

Martin Armbruster

Herr Will, wo stehen wir nach zwei Jahren DSGVO in der bayerischen Wirtschaft heute?
Wir haben ein gemischtes Bild. Wir haben große Unternehmen, die beim Thema Datenschutz gut organisiert sind. Die sind schon fast wieder zum Tagesgeschäft übergegangen. Dann haben wir kleine Firmen und Vereine. Das Bisschen, das die zu tun hatten, haben die schon abgehakt.

Wo klemmt es denn dann?
Bei Mittelständlern, die etwas komplexere Geschäftsfelder und gewachsene Strukturen haben. Es kann sein, dass es da noch Aufräumarbeiten gibt. Wir erleben das immer wieder. Die haben gut angefangen, stoßen dann auf Probleme, für die sie keine schnelle Lösung haben, und gehen jetzt in die zweite Runde.

Die Unternehmer klagen über Unsicherheit. Dazu gehört auch das endlose Warten auf die ePrivacy-Verordnung.
Bei ePrivacy geht es um personenbezogene Daten. Kommt diese Verordnung nicht, greift die DSGVO. Deshalb machen sich die Leute Sorgen. Sie befürchten eine Verschärfung der Anforderungen.

Ein Grund für die Unsicherheit ist dann …
… ein Missverständnis. Und dann sind wir mitten in einem Gewöhnungsprozess. Im Datenschutz gilt heute europäisches Recht. Und das erst seit zwei Jahren. Das schafft Unsicherheit, aber das lässt sich aushalten. Dazu kommen neue Begriffe wie Datenschutz-Folgenabschätzung. Die klingen bedrohlich, weil wir noch wenig Erfahrung damit haben.

Wie vertragen sich Google und Facebook mit der DSGVO? Hier wünschen sich Unternehmen von Ihnen Antworten. Haben Sie die schon?
Da stoßen wir auf viele Fragen. Da ist erstens die gesellschaftliche Bedeutung. Facebook, YouTube oder WhatsApp – das ist für viele heute wichtiger als Zeitung und Fernsehen. Diese Kanäle sind auch ein wichtiges Arbeitsinstrument. Es gibt viele Betriebe, die für ihren Webshop eine Facebook-Fanseite nutzen. Schon deshalb müssen wir uns anschauen, was da genau passiert.

Die Neigung der US-Konzerne zur Offenheit scheint begrenzt.
Ich finde es frustrierend und ärgerlich, dass wir mit den Plattformen, die unser Leben bestimmen, so viele Rechtsstreitigkeiten und Konflikte haben. Unsere Aufgabe ist, für Unternehmen und Verbraucher hier für mehr Klarheit zu sorgen.

Die Datenschutz-Grundverordnung erschwert das doch, eben weil sie vieles unklar lässt.
Gegen diese Sichtweise wehre ich mich. Die DSGVO ist kein Defizit, sie ist ein Geschenk – auch für uns in der Beratung. Wir können mit ihren 40 Artikeln, das ist das gesamte materielle Recht, uns erlauben, alle Fragen zu beantworten. Unsicherheiten klären wir im Vollzug. Jeder kann zu uns kommen und uns fragen: »Wie seht ihr das?« oder »Mache ich das so richtig?«

Das kostet aber Zeit, das bedeutet Aufwand.
Wenn der Verantwortliche im Unternehmen meint, »Ich weiß das selbst, ich habe gute Berater«, kann er sehr gerne anfangen, seine Datenverarbeitung zu betreiben. Das ist doch genau das, was für eine dynamische, digitale Entwicklung hilfreich sein kann.

Es gibt kaum Fälle, in denen Behörden ein Bußgeld verhängt haben. Trotzdem spielt in der Diskussion das Bußgeld eine zentrale Rolle. Wie erklären Sie sich das?
Das ist ein Missverhältnis. Das führt zu einer angstgetriebenen Verhaltensweise. Das halte ich nicht für die richtige Motivation. Die Angst, den Führerschein zu verlieren, ist doch nicht der Grund, dass ich mit dem Auto vor einer roten Ampel stehen bleibe. Ich weiß, dass das für meine Sicherheit und die Sicherheit vieler anderer Menschen gut ist.


Foto: Tobias Hase

Michael Will, neuer Präsident des Bayerischen Landesamts für Datenschutzaufsicht

Immerhin geht es um Bußgelder in Millionenhöhe.
Ja, das ist die Neuerung. Diese Diskussion hatten wir in der Anfangszeit. Aber Strafen können nicht die Erklärung der Grundverordnung sein. Das müssen wir ändern. Mittlerweile sehen doch alle: Es hagelt nicht serienweise hohe Bußgelder.

Sind Chinas Handelsplattformen die nächste Aufgabe, der sich Europa stellen muss?
Diese Aufgabe ist schon da. China ist heute einer unserer wichtigsten Handelspartner. Das bedeutet einen wachsenden Datenverkehr. Das findet auf der Grundlage statt, die gerade vor dem Europäischen Gerichtshof verhandelt wird: Standardvertragsklauseln. Genau wie bei der DSGVO werbe ich um Vertrauen, dass wir auch diese neuen Probleme unter Kontrolle bekommen.

Ihr Fazit: Ist die DSGVO ein Erfolg?
Ja, definitiv. Sie ist vor allem ein Versprechen. Wir haben zu viel über ihre Schattenseiten diskutiert. Jetzt müssen wir uns ansehen, wie sich das für uns im Wettbewerb auswirkt, wie sich der europäische Vollzug entwickelt. Aber ich bin sicher: Die DSGVO ist ein Gewinn für ganz Europa. ■



PRO & CONTRA

Mitarbeiter bewerten Chefs

Viele Unternehmen fragen Beschäftigte nach ihrer Meinung und lassen sie Vorgesetzte beurteilen. Wie aussagekräftig und sinnvoll sind solche Befragungen? Zwei Unternehmer und ihre Standpunkte.



»Demokratisierung im Unternehmen« steht immer häufiger auf der Agenda von Personalverantwortlichen. Als probates Mittel, um dieses Vorhaben in die Tat umzusetzen, gilt die Bewertung von Vorgesetzten durch Mitarbeiter. Dies soll, zum Beispiel bei Zielerreichungsgesprächen und Beförderungen, eine Art Waffengleichheit herstellen: gleiches Recht für alle.

Das Argument pro ist daher überzeugend: Faktisch gesehen, ist eine Leistungsbeurteilung ein Mittel der Qualitätssicherung. Welche Führungskraft könnte sich unter dieser Voraussetzung einer Mitarbeiterbefragung gegenüber nicht offen zeigen?

So gut die Idee vom Prinzip her ist, so sehr kommt es auf die fallweise Umsetzung an. Was auf keinen Fall zum Ziel führt: eine solche Bewertung anhand von vorgefertigten Fragebögen vornehmen zu lassen. Vielmehr braucht sie den individuellen Zuschnitt auf das Unternehmen.

Anzuraten ist dabei eine differenzierte Herangehensweise. Sie soll das Ziel haben, aus den Ergebnissen der Beurteilung tatsächlich sinnvolle Erkenntnisse zu ziehen. Es geht darum, etwas zu lernen, im Sinne der Weiterentwicklung des Unternehmens und der Personen, die dort beschäftigt sind – nicht um die Benotung von Individuen.

Eine Beurteilung des Vorgesetzten ist auch eine Frage der Unternehmenskultur. Denn sie setzt eine gewisse Bereitschaft voraus, sich erstens mit dem anderen zu beschäftigen und sich zweitens dem Feedback auch bewusst zu stellen.

Die Fragestellungen und die Zielsetzung der Mitarbeiterbefragung spielen darum in ihrer Werthaltigkeit eine Schlüsselrolle. Ebenso die sorgfältige Auswertung und die durchdachte Präsentation der Ergebnisse. Mit der nötigen Sorgfalt ergeben sich im Nachgang der Befragung und in der Konfrontation inspirierende Impulse, die zu Veränderungen und zu Verbesserungen führen.

Führung und Mitarbeit sind immer auch Work in Progress. Ob Bewertungen von Vorgesetzten nachhaltig Wirkung entfalten, hängt deshalb wesentlich davon ab, dass sie nicht punktuell und zufällig durchgeführt werden, sondern dauerhaft etabliert sind.



Foto: privat

Christine Vogl-Kordick (54), Inhaberin Chris Cross Relations, München

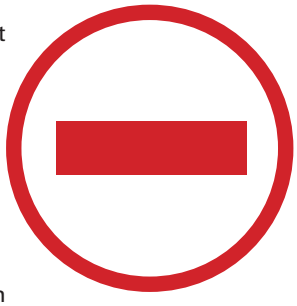
Chris Cross Relations ist eine Unternehmensberatung für Kommunikation, Vertrieb und strategische Geschäftsentwicklung. Inhaberin Vogl-Kordick ist Unternehmensberaterin und zertifizierte IHK Business-Coach.



Foto: NBABCREATIVITY_stock.adobe.com

Vorgesetztenbewertung durch direkte Mitarbeiter? Das klingt auf den ersten Blick nach einer beachtenswerten Idee. Zumindest in Zeiten digitaler Transformation und agiler Arbeitsumfelder, jedenfalls in Zeiten, in denen alte Zöpfe abgeschnitten werden und es fast unmodern wirkt, wenn jemand etwas dagegen hat. Aber es braucht schon mehr als ein lapidares »Warum nicht?«, um einen derartigen Prozess zu starten. Argumente für einen solchen Ansatz könnten sich beispielsweise aus der Personalentwicklung in größeren Strukturen ergeben. Mittels eines sensibel verordneten Mitarbeiterfeedbacks lassen sich möglicherweise (ergänzende!) Hinweise auf die weitere Entwicklung von Potenzialträgern ableiten. Voraussetzung dafür ist aber unter anderem eine geschulte Empfängeradresse, die das Feedback im richtigen Kontext einzuordnen weiß.

Ganz praktisch gedacht, fallen einem jedoch zahlreiche Problemfelder ein. Etwa die Frage, ob ein Mitarbeiterfeedback anonym oder personalisiert abzugeben ist. Sollen Notensysteme oder beschreibende, qualitative Rückmeldungen eingeholt werden? Fließen die Feedbacks nach engen Regelwerken in Vergütungsmodelle oder Karrierepläne ein oder gibt es Interpretationsspielräume? Was ist zu tun mit Querschlägern, Widersprüchlichkeiten, Inkonsistenzen? Wem obliegen die finalen Schlussfolgerungen? Inwieweit sind die Kandidaten mit den Feedbacks zu konfrontieren?



All diese Fragen deuten aus meiner Sicht auf ein Minenfeld hin. Es ist mehr als fraglich, ob die Risiken eines solchen Ansatzes auch nur entfernt den potenziellen Nutzen rechtfertigen. Insbesondere bei kleineren und mittleren Firmengrößen, deren Personalarbeit sich oft auf Grundlegendes konzentriert, ist dies vermutlich zu verneinen. Hier kann sogar viel Porzellan zerschlagen werden. Aus eigener Erfahrung kann ich berichten, dass ein solches Vorgehen, überstürzt vom Mutterkonzern eingeführt, zu erheblichen Verwerfungen zwischen Management und Belegschaft geführt hat. Mit dem Ergebnis, dass die Methode im Folgejahr sang- und klanglos von der Agenda verschwand. Was übrigens auch für Mitarbeiter-Querbewertungen galt. Hier gab es ausschließlich Musterschüler, während die Vorgesetzten durchgängig schlecht wegkamen.

Insgesamt scheint eine Vorgesetztenbewertung vergleichbaren Anfälligkeiten zu unterliegen, wie zum Beispiel die aus öffentlichen Räumen und dem Internet bekannten Produktbewertungen. Nur eben mit viel gravierenderen Folgen für die Betroffenen.



Foto: privat

David Kratz (53), Unternehmensberater, München

David Kratz ist selbstständiger Unternehmensberater unter anderem für die Unterhaltungs- und Medienbranche. Er verfügt über viele Jahre Berufserfahrung in der Führungsetage größerer und mittelständischer Unternehmen und von deren Konzerntöchtern.



Andreas Püttmann, Geschäftsführer
von J.G. Schreibmayr


Foto: Wolf Heider-Sawall

Alles für Pfarreien, Klöster & Co.

Seit 200 Jahren liefert J.G. Schreibmayr Kirchenbedarf. Mittlerweile verfolgt das Familienunternehmen eine klare Multichannel-Strategie – sehr zur Zufriedenheit seiner Kunden.

EVA ELISABETH ERNST

Priestergewänder, Weihwasserbehälter, Osterkerzen, Marienfiguren – ein Blick auf das Sortiment zeigt sofort, dass sich die J.G. Schreibmayr GmbH um eine ganz besondere Zielgruppe kümmert. »Wir sind der Marktführer für Kirchenbedarf in Deutschland«, sagt Andreas Püttmann (52), der das Unternehmen 1995 von seiner Mutter Elisabeth Püttmann übernommen hat. Zu den Kunden des Münchner Traditionsunternehmens zählen katholische wie evangelische Pfarreien und Klöster, aber auch christliche Kindergärten, Standortpfarreien der Bundeswehr sowie gläubige Privatpersonen.

Gegründet wurde das Unternehmen von Georg Schreibmayr, der anno 1820 eine »Spezerey und Handlungsgerechtigkeit« in der Münchner Weinstraße erwarb. Er konzentrierte sich auf die Fertigung von Fahnen und kirchlichen Textilien. 1930 kaufte Josef Püttmann das Unternehmen und entwickelte es zum Spezialanbieter für Kirchenbedarf weiter. Sein Enkel Andreas Püttmann, der heute Geschäftsführer ist, stieg 1985 nach einer Ausbildung zum Einzelhandelskaufmann beim Modeunternehmen C&A ins Familienunternehmen ein.

Bereits damals verkaufte Schreibmayr nicht nur im Ladengeschäft, sondern unterhielt auch einen Versandhandel. »Wobei die Profitabilität zu wünschen übrig ließ«, räumt Andreas Püttmann ein. Der Turnaround gelang rasch, das Unternehmen schreibt seit Jahren schwarze Zahlen und wächst moderat, aber kontinuierlich.

Andreas Püttmanns erstes Projekt zur Verbesserung der Wirtschaftlichkeit war die Neuauflage vierfarbiger Kataloge. Anschließend brachte der Unternehmer die Informationstechnologie auf den neuesten Stand und installierte ein Warenwirtschaftssystem. Die erste Website plus Internetshop ging 1995 online – lan-



Foto: Wolf Heider-Sawall

Sonderanfertigungen und Künstlereditionen – Schreibmayr-Geschäftsführer Andreas Püttmann mit Messgewändern

ge vor dem Siegeszug des E-Commerce. Zunächst war die Resonanz der Kunden auf den Webshop verhalten. Doch mittlerweile erzielt Schreibmayr damit rund 40 Prozent des Umsatzes von insgesamt 3,4 Millionen Euro. 50 Prozent entfallen auf Bestellungen, die telefonisch oder per E-Mail eingehen, zehn Prozent werden stationär erwirtschaftet.

»Ganz exakt lässt sich das allerdings nicht trennen, da wir einen Multichannel-Ansatz verfolgen«, erklärt Püttmann. »Es kommt durchaus vor, dass Kunden nach einem Besuch im Ladengeschäft online ordern oder zuerst im Katalog blättern und die Bestellung dann telefonisch durchgeben.« Bei Kundenservice und Liefergeschwindigkeit orientiert sich der Unternehmer an Amazon: »Wir achten unter anderem darauf, Bestellungen noch am gleichen Tag zu versenden.« 1996 führte Püttmann eine umsatzbasierte Kundenkarte ein und belohnt seither Stammkunden mit Warengutschriften. All das kommt gut an: Bei knapp 900 Bewertungen, die in den vergangenen zwölf Monaten über den Dienstleister eKomi gesammelt wurden, erhielt der Schreibmayr-Onlineshop als Gesamturteil fünf von fünf Sternen.

»Bei Entwicklung und Ausbau unserer Onlineaktivitäten hat mir das E-Commerce-Coaching der Rid-Stiftung, an dem ich vor fünf Jahren teilnahm, sehr geholfen«, sagt Püttmann, der seither auch regelmäßig Google-Analysen durchführt. Damit findet er nicht nur heraus, welche Suchbegriffe für sein Sortiment am besten geeignet sind, sondern wird auch auf relevante Trends und neue Kundenbedürfnisse aufmerksam.

»Für uns als Vollsortimenter und Nischenanbieter ist es wichtig, die Probleme unserer Kunden zu lösen«, betont Püttmann. Daher baut er das Sortiment ständig aus und setzt dabei unter anderem auf Kooperationen mit Künstlerateliers und Kunsthandwerkern. Dies ermöglicht nicht nur Sonderanfertigungen, sondern auch die Entwicklung exklusiver Produkte wie Messgewänder, die von Künstlern gestaltet werden. »Damit prägen wir den Markt und setzen Trends«, sagt Püttmann selbstbewusst. Als größter Anbieter von Kirchenbedarf in Deutschland sei Schreibmayr zwar Preisführer. Die eigens für das Unternehmen hergestellten Produkte würden es aber auch ermöglichen, dem Preiswettbewerb zu entkommen.

Ökologischer Fußabdruck

Neue Ideen für das Sortiment stammen auch von Püttmanns Tochter Jacqueline (23), die nach ihrem Brand-Management-Studium an der International School of Management ein Jahr im Familienbetrieb tätig war, um sämtliche Bereiche kennenzulernen. Für ihre Bachelorarbeit über Ethikmanagementsysteme am Beispiel der J.G. Schreibmayr GmbH recherchierte sie unter anderem bei den Lieferanten des Unternehmens und analysierte den ökologischen Fußabdruck sowie die Herkunft der Produkte. Ihre Erkenntnisse führten zu ersten Veränderungen im Sortiment.

So gibt es bei Schreibmayr zum Beispiel Osterhasen aus Fairtrade-Schokolade, Priestergewänder aus Bio-Baumwolle oder Kerzen, bei denen die Ummantelung aus Glas statt aus Kunststoff besteht. In diesem Jahr werden erstmals doppelwandige Gläser für Friedhofskerzen angeboten, in denen das Wachs vollständig und rückstandslos verbrennt. »Mir ist es auch jenseits des Unternehmens wichtig, nachhaltiges Wirtschaften zu fördern«, sagt Jacqueline Püttmann.

Derzeit will sie sich noch etwas in der Welt umschauen. Sie kann sich aber sehr gut vorstellen, das Münchner Traditionsunternehmen einmal in vierter Generation fortzuführen. ■

Zum Unternehmen

- gegründet 1820 in München
- seit 1930 im Besitz der Familie Püttmann
- 1994 Umzug ins eigene Gebäude in München-Sendling
- Marktführer für Kirchenbedarf in Deutschland
- Multichannel-Handel (stationär, Katalog, Onlineshop) in Deutschland, Österreich und der Schweiz
- acht Mitarbeiter
- Umsatz 2019: 3,4 Millionen Euro

www.schreibmayr.de

Cloud oder On-Prem
Zwei Welten ein Anbieter.

Cloud oder lokale Kommunikationssysteme aus unserem Portfolio für Ihr Unternehmen.

Möchten Sie auch den Trend "Cloud für Kommunikationssysteme" folgen oder On-Prem bleiben? Wir als Systemhaus können für Ihre Anforderungen die maßgeschneiderte Lösung anbieten. Selbstverständlich beraten und begleiten wir Sie bei der Entscheidungsfindung.

CLOUD - Wissenswertes

Einfache Administration – das machen einige Kunde auch selber.

Cloud Telefonie ist keine Wissenschaft für sich. Daher wägen unsere Kunden ab, ob die Verwaltungstätigkeiten rund um die Telefonanlage firmenintern verantwortet oder durch MTG Profis übernommen wird. So oder so stimmen wir im Vorfeld ein Schulungskonzept für ihre Mitarbeiter ab.

Entlastung durch Einbindung von Spezialisten.

Technisches Outsourcing der Kommunikation garantiert ihnen eine ausfallsichere Lösung. Ein professionelles Rechenzentrum bietet ihnen die notwendige Redundanz und Datensicherheit. Die Betreuung rund um die Uhr sowie eine stets aktuelle Software halten ihnen den Rücken frei für Ihr Kerngeschäft.

Flexibilität und Transparenz.

Telefonische Mobilität, rund um die Uhr, rund um den Globus. Nutzen sie die Technologie nach Anmeldung mit ihren Benutzerdaten überall – im Büro, im Home-Office und auf Geschäftsreisen. Sie benötigen nur noch einen Zugang zum Internet.

Provider.

Providerwechsel?
In der Regel nicht notwendig. Unsere Lösung ist mit den meisten gängigen Providern kompatibel.
Ihre skalierbare Cloud PBX individualisieren wir für ihre Anforderungen – z.B. durch eine vereinfachte Umsetzung von Filialkonzepten – und wir sind flexible in der Dauer unserer Vertragsgestaltung. Unser transparentes Abrechnungsmodell macht das Potential zur Kostenersparnis deutlich.



Robert Sendner
Vertriebsleiter

Willkommen in der Cloud – auch für Ihre Telefonanlage.
Kontaktieren Sie uns zum Thema „Hosted PBX Telefonie" unter 089/45112-251 oder besuchen Sie uns im Web unter mtg-systemhaus.de

MTG Kommunikationstechnik

Welcher Kommunikationstyp sind Sie?

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

Information
- Netzwerk aktiv/passiv
- Security-Lösungen
- Netzwerkanalyse und - design
- Wireless LAN
- Applikationslösungen

Kommunikation
- Kommunikationslösungen
- Contact-Center
- Voice-over-IP
- Unified Messaging-Lösungen
- Videokonferenzsysteme
- CTI
- Cloud Technologie

Services
- 365 Tage rund um die Uhr Service
- maximale Investitionssicherheit
- minimale Ausfallzeiten Ihrer Anlage
- Schulung und Einweisung Ihrer Mitarbeiter
- Remote Service



Autorisierter Partner von:

innovaphone PURE IP COMMUNICATIONS
Alcatel·Lucent Enterprise
UNIFY Partner
LANCOM Systems GOLD PARTNER
Mitel

MTG-Kommunikations-Technik GmbH
81825 München | Truderinger Straße 250 | Telefon 089/4 51 12-0 | Telefax 089/4 51 12-330
muenchen@mtg-systemhaus.de | www.mtg-systemhaus.de
04329 Leipzig | Portitzer Allee 8 | Telefon 03 41/25 80-0 | Telefax 03 41/25 80-100
leipzig@mtg-systemhaus.de | www.mtg-systemhaus.de

Beitrag zum Gemeinwohl

Der Preis »Münchens ausgezeichnete Unternehmen« prämiert Firmen, die sich mit beispielhaftem Engagement für eine lebendige und lebenswerte Stadt einsetzen – die aktuellen Preisträger und ihre Initiativen.

HARRIET AUSTEN

Kategorie Kleinstunternehmen

Der Blumenstand am Goetheplatz

Foto: Marion Vogel



Ein trauriges Los war Anlass für eine Geste, mit der Jozef Warmerdam (55) jede Woche die kleinen Patienten im Dr. von Haunerschen Kinderspital erfreut. Vor einigen Jahren kam die Mutter eines krebskranken Mädchens zu ihm, »ein herzzerreißendes Schicksal. Ich habe ihr immer Blumen geschenkt, wenn sie ihre Tochter besuchte«, sagt sich der Florist, der zwei Mitarbeiter beschäftigt. Er beschloss, das in größerem Umfang zu machen.
Seitdem holt Ergotherapeutin Astrid Simader jede Woche liebevoll zusammengestellte Sträuße oder Gestecke bei ihm ab und verteilt sie in den Krankenzimmern und Aufenthaltsräumen der Klinik. »Das ist eine große Bereicherung für unsere Klinik und verschönert den Alltag«, freut sie sich. Warmerdam: »Ich versuche, mit der Blumenspende die Kinder und ihre Angehörigen zu trösten und auf andere Gedanken zu bringen.«

Florist Jozef Warmerdam mit Astrid Simader vom Haunerschen Kinderspital

Kategorie kleine Unternehmen

Millhaus GmbH

Foto: Fabian Beger



Weil sie ein Stück vom eigenen Erfolg zurückgeben wollten, gründeten die 19 Mitarbeiter der Kreativagentur für Sportkultur Millhaus 2010 den gemeinnützigen Verein HIGH FIVE, in dem sie auch selbst mit anpacken. Sie bieten vor allem Kindern und Jugendlichen mit besonderem Förderbedarf kostenlose Snow-und Skateboardkurse an und stellen Infrastruktur, Equipment und Kleidung. »Wichtiger Treiber ist nicht nur die Freude am Sport, sondern auch die Vermittlung sozialer und integrativer Werte und Fähigkeiten«, sagt Geschäftsführer Jens Mikes (44). In den sportpädagogischen Programmen lernen die Jungen und Mädchen Durchhaltevermögen, Teamfähigkeit, Toleranz und Respekt.
Bisher nahmen über 1000 junge Leute im Alter zwischen acht und 18 Jahren an den Kursen teil. Sie haben danach die Möglichkeit, im Folgejahr als Assistenten einzusteigen oder sich als Snowboardlehrer ausbilden zu lassen. »Wir bewirken was bei den Kids«, sagt Mikes. Obwohl es die Agentur in ihrer ursprünglichen Form nicht mehr gibt, geht das Programm von HIGH FIVE weiter.

Skateboardkurse für Jugendliche stärken Teamgeist, Toleranz und Respekt

Kategorie mittlere Unternehmen

Platzl Hotel Inselkammer KG

Foto: Nicolaidis YoungWings Stiftung



Charity-Lauf – nur eine Aktion von vielen für den guten Zweck

»Wir wollen nicht nur Geld spenden, sondern aktiv etwas zusammen machen«, nahmen sich Hotelchef Peter Inselkammer (49) und sein Team vor. Als Partner wählten sie die Nicolaidis Young Wings Stiftung, die jungen Trauernden beisteht. Die Platzl-Mitarbeiter dachten sich ganz unterschiedliche Aktionen aus. So bastelt der Küchenchef mit Kindern in der Vorweihnachtszeit Lebkuchenhäuser in der Hotelküche. Andere übernehmen das Catering beim Benefiz-Golfturnier der Stiftung. »Mir gefällt, dass die Belegschaft das Thema von selbst aufgreift«, freut sich Inselkammer.
Er schätzt, dass sich 40 bis 50 der insgesamt 165 Mitarbeiter mit 300 Stunden pro Jahr für die Stiftung engagieren. Um Spenden zu generieren, nehmen sie jährlich an einem Charity-Lauf teil oder organisieren einen hoteleigenen Flohmarkt mit nicht abgeholten Fundsachen. Inselkammer beobachtet, dass seine Mitarbeiter durch ihre Kundennähe den Menschen viel Empathie entgegenbringen und »auch im sozialen Bereich Gastgeber sein wollen«.

Kategorie große Unternehmen

Microsoft Deutschland AG

Foto: Microsoft



Microsoft-Projektleiter Volker Strasser mit Felicitas Hanne vom Kinderhaus AtemReich bei der Vorstellung ihres Projekts

2018 stellten sich Microsoft-Mitarbeiter auf einem zweitägigen Hackathon den IT-Fragen von Firmen und gemeinnützigen Einrichtungen. Mit von der Partie war Felicitas Hanne, Leiterin des Kinderhauses AtemReich. Dort werden 18 Kinder betreut, die künstlich beatmet werden müssen. Sie hoffte auf Hilfe bei ihrer Access-Datenbank, auch die Website war veraltet. »Als sie uns ihre Arbeit vorstellte, standen den meisten Tränen in den Augen«, sagt Projektleiter Volker Strasser (51). Er betreute fünf Teams, die sechs Ideen für AtemReich generierten. Die Umsetzung war jedoch nicht Teil des Hackathons. Doch das Projekt ließ Strasser und einige Mitarbeiter nicht mehr los. Sie entwarfen einen Projektplan und stellten ihn der Geschäftsleitung vor. Tatsächlich bekamen sie nicht nur grünes Licht, sondern auch ein beträchtliches Budget.
»Im Grunde haben wir bei AtemReich eine digitale Transformation eingeführt«, so Strasser stolz. Die Arbeitsplätze wurden auf Teams umgestellt, Notebooks angeschafft, Kommunikation und Pflegedokumentation digitalisiert, eine Recruitingstrategie entwickelt, die Website neu gestaltet und vor allem die Analyse der Daten aus den Medizingeräten zum Beispiel mithilfe von künstlicher Intelligenz optimiert. Das Ergebnis war überwältigend: mehr Zeit für die Kinder, weniger Aggressionsattacken sowie 50 Prozent mehr Personaleinstellungen. »Ein Vorzeigeprojekt mit einem großen Nutzen für alle Beteiligten«, freut sich Astrid Aupperle, Leiterin Gesellschaftliches Engagement bei Microsoft, das in Deutschland rund 2700 Mitarbeiter beschäftigt. »Wir sind noch lange nicht fertig und machen weiter«, kündigt Strasser an.

Münchens ausgezeichnete Unternehmen – jetzt bewerben!

Mit dem Preis »Münchens ausgezeichnete Unternehmen« ehrt die Landeshauptstadt München Firmen für vorbildliches Engagement. Bewerben kann sich jedes Unternehmen – unabhängig von Branche und Sektor –, das im vergangenen Jahr einen gesellschaftlichen Beitrag für das Stadtgebiet München zum Beispiel in den Bereichen Bildung, Armut, Umwelt, Gesundheit, Migration oder soziale Benachteiligung geleistet hat. In der Jury ist auch die IHK für München und Oberbayern vertreten.
Die Bewerbungsfrist endet am 15. April 2020.

Weitere Infos und Bewerbungsunterlagen gibt es unter:
www.muenchen.de/ausgezeichnet



Foto: Evgeni_stock.adobe.com

Ausländische Investoren interessieren sich wieder für Bulgarien – Hauptstadt Sofia

Aufholjagd in Osteuropa

Seit dem EU-Beitritt 2007 blieb Bulgariens Wirtschaft hinter dem europäischen Durchschnitt zurück. Doch zuletzt gewann das Land als Investitionsstandort für bayerische Firmen an Bedeutung und hofft, nach der Coronakrise an diese positive Entwicklung anzuknüpfen.

MECHTHILDE GRUBER

Dreizehn Jahre nach dem Beitritt zur Europäischen Union ist Bulgarien noch immer das ärmste Land in der Gemeinschaft. Doch eine Trendwende zeichnet sich ab. Bulgariens Wachstumsrate lag 2019 mit 3,6 Prozent deutlich über dem Durchschnitt der EU. Zwar verliert das Land weiterhin viele junge Leute ans Ausland, doch gleichzeitig kehren immer mehr gut ausgebildete Bulgaren in ihre Heimat zurück und tragen zum Aufschwung des Landes bei.

Ausländische Investoren entdecken das Balkanland nun für sich. Sie investieren in Industrieproduktionen und Wirtschaftszweige, die Stellen schaffen und Wachstum generieren. Auch viele deutsche Unternehmen sind darunter. So will die Robert Bosch GmbH in ihrem Engineering Center in Sofia über 500 Arbeitsplätze schaffen, um innovative Software für die Automobilindustrie zu entwickeln; die Commerzbank AG plant ein IT-Zentrum, in dem einmal rund 400 Computerspezialisten arbeiten sollen; der bayerische Maschinenbauer Multivac SE & Co. KG eröffnete 2018 eine Produktionsstätte für Verpackungsmaschinen.

»Insbesondere für Unternehmensdienstleistungen bieten sich für die bayerischen Unternehmen in Bulgarien umfassende Möglichkeiten«, sagt Alexander Lau, Referatsleiter Europa der IHK für München und Oberbayern. Zumal Bulgarien an einer Ausweitung der Beziehung zu seinem mit Abstand wichtigsten Handelspartner Deutschland sehr interessiert ist. Die Auto-

Darum geht's

- Bulgariens Wirtschaft entwickelte sich zuletzt dynamisch.
- Geringe steuerliche Belastung und günstige Lohnkosten machen das Land für Investoren attraktiv.
- Ein Problem bleibt der Facharbeitermangel, da die Jugend ins Ausland abwandert.

mobilbranche und der Dienstleistungssektor sind heute die größten Wachstumstreiber in der Republik am Schwarzen Meer, in der sieben Millionen Einwohner leben. Fast 70 Prozent des Bruttoinlandprodukts werden mit Dienstleistungen erwirtschaftet. Vor allem der IT-Sektor boomt.

»Die Unternehmen wissen, was sie hier vor Ort finden«, sagt Mitko Vassilev (62), Hauptgeschäftsführer der Deutsch-Bulgarischen Industrie- und Handelskammer (AHK Bulgarien). »Im Vergleich zu anderen Ländern Südosteuropas ist die politische Lage stabil, die makroökonomischen Daten sind in Ordnung.«

Anreize für Investoren

Mit der niedrigsten Flat Tax der EU ist Bulgarien ein legales Steuerparadies. Deutsche Firmen schätzen überdies die niedrigen Lohnkosten, die Mitgliedschaft in der EU, die Anbindung an den Euro mit festem Wechselkurs, den Zugang zu Investitionen – öffentliche und von der EU – sowie die Vorhersagbarkeit der Wirtschaftspolitik. Die strategisch günstige Lage zwischen Ost und West, die Nähe zu Rumänien und anderen Wachstums- und Absatzmärkten in der Region machen das Land als Produktionsstandort zusätzlich interessant.

Die Risiken in dem Balkanstaat sind überschaubar. Allerdings beeinträchtigen ineffiziente staatliche Institutionen, ein schwaches Justizsystem und Korruption den Standort, auch wenn die Regierung verstärkt versucht, dagegen vorzugehen. »Wie in vielen anderen Ländern ist aber vor allem der Fachkräftemangel ein Problem«, sagt AHK-Experte Vassilev. Um diese Situation zu verbessern, wirbt die bulgarische Regierung jetzt ganz gezielt im Ausland für die Rückkehr gut ausgebildeter Bulgaren.

Dass Bulgarien – keine zwei Flugstunden von München entfernt – sehr gute Voraussetzungen als Standort bietet, bestätigt Tobias Pregler, Geschäftsführer der it-economics Bulgaria. Die Tochterfirma des Münchner IT-Beratungsunternehmens it-economics GmbH wurde 2014 in Sofia gegründet, um die erfolgreiche Stellung am deutschen Markt weiter auszubauen.

»Als einer unserer erfahrenen Softwareentwickler in München überlegte zu kündigen, weil er in seine Heimat Bulgarien zurückkehren wollte, war das der Auslöser für uns, uns das Land als möglichen Standort näher anzuschauen«, sagt Pregler. »Wir haben uns dann entschieden: Wir folgen dem Mitarbeiter, wenn es ihn nach Hause zieht.«

Heute sind in Sofia 52 Mitarbeiter beschäftigt, der bulgarische Standort arbeitet ausschließlich für den deutschen Markt. Anfangs unterstützten Mitarbeiter aus Bulgarien Projektteams in Deutschland. Heute werden Projekte auch komplett von Sofia aus betreut.

»Bulgarien hat exzellent ausgebildete, international erfahrene IT-Entwickler und Projektmanagement-Spezialisten«, sagt Geschäftsführer Pregler. »Die jungen Leute haben während ihrer Ausbildung oft länger im Ausland gelebt.« Ihre sehr guten Sprachkenntnisse seien bei der Projektarbeit ein wichtiger Vorteil. Viele haben in Deutschland studiert und kennen die deutsche Kultur und Arbeitsweise, so Preglers Erfahrung: »Das ist für uns natürlich ein Riesenvorteil.«

Bulgariens EU-Mitgliedschaft mache den Standort für die Branche attraktiv. »Auch hier gelten beim Datenschutz die strengen Vorgaben der DSGVO«, so Pregler. Und die sehr gute digitale Infrastruktur des Landes könnte ein Vorbild für Deutschland sein. Zudem sei die vergleichsweise günstige Kostenstruktur bei Gehältern und Mieten ein gutes Argument, den Standort noch weiter auszubauen. Die Mitarbeiterzahl soll sich bis Ende 2020 verdoppeln.

Dieses Ziel zu erreichen, wird nicht einfach werden: »Der Arbeitsmarkt ist umkämpft. Nicht nur wir wissen, dass es hier gute Fachkräfte gibt«, sagt Geschäftsführer Pregler. Deshalb sei es für jeden Arbeitgeber eine Herausforderung, Mitarbeiter langfristig zu binden. Angesichts von nur fünf Prozent Fluktuation unter den Beschäftigten scheint it-economics dabei erfolgreich zu sein. Entsprechend optimistisch ist Pregler: »Mit der Entwicklung an unserem Standort Bulgarien sind wir sehr zufrieden und sehen darüber hinaus sehr viel Potenzial für die Zukunft.«. ■

Foto: it-economics GmbH



Ein bulgarischer Mitarbeiter gab den Anstoß – it-economics eröffnete 2014 ein Büro in Sofia und beschäftigt heute mehr als 50 Mitarbeiter

IHK-Veranstaltungstipp

Wirtschaftstag Bulgarien

Der Wirtschaftstag bietet bayerischen Unternehmen die Gelegenheit, sich umfassend über die Möglichkeiten eines Engagements in Bulgarien zu informieren. Schwerpunkte sind die Branchen Automobil, Informations- und Kommunikationstechnik und Innovationen. Auch der bulgarische Wirtschaftsminister Emil Karanikolov wird an der Veranstaltung teilnehmen.

Termin: unter Vorbehalt 11. Mai 2020, 11–17 Uhr

Ort: IHK für München und Oberbayern, Max-Joseph-Straße 2, 80333 München

Die Veranstaltung ist kostenfrei.

Anmeldung unter: **www.ihk-muenchen.de/wirtschaftstag-bulgarien**

IHK-Ansprechpartnerin für Bulgarien

Sophie Treiber, Tel. 089 5116-1492

sophie.treiber@muenchen-ihk.de

Eine umworbene Region

Chinas Seidenstraßen-Initiative rückt die Länder Zentralasiens in den Mittelpunkt politischer und wirtschaftlicher Interessen. Ein Blick auf diese aufstrebenden Staaten lohnt sich auch für bayerische Unternehmen.

MECHTHILDE GRUBER

Noch vor einem Jahrzehnt war Zentralasien eine wenig beachtete Region, kaum mehr als ein exotisches Reiseziel für Naturliebhaber und Abenteurer. Das hat sich geändert. Heute treffen hier gewichtige geopolitische Interessen aufeinander: Kasachstan, Usbekistan, Kirgisistan, Tadschikistan und Turkmenistan sind als wichtiges Drehkreuz zwischen Ost und West, Nord und Süd strategisch interessant. Eine Schlüsselrolle spielt dabei die neue Seidenstraße-Initiative (Belt& Road-Initiative) Chinas, durch die sich die Region zum Transitkorridor zwischen Europa und Asien entwickelt hat. Russland sieht die ehemaligen Sowjetrepubliken nach wie vor als Teil seines Einflussgebiets und versucht, durch die Eurasische Wirtschaftsunion dort seine Macht wieder zu stärken. Indien und Iran, die Türkei und die Golfstaaten sowie die USA engagieren sich ebenfalls immer stärker.

»Die zentralasiatischen Länder öffnen sich«, sagt Jutta Albrecht, Zentralasienexpertin bei der IHK für München und Oberbayern. »Sie haben großes Interesse an der Ausweitung ihrer Beziehungen, ganz explizit auch nach Europa.« Für Bayerns Wirtschaft entwickeln sich in der Region daher zahlreiche Möglichkeiten.

Denn auch die Europäische Union verfolgt in diesem Gebiet wichtige Interessen. Mit einer im Frühjahr 2019 verabschiedeten neuen Zentralasienstrategie will die EU ihre Zusammenarbeit mit den Staaten dort intensivieren. Ihr Ziel ist es, die Länder zu stabilisieren. Demokratie, Rechtsstaatlichkeit, regionale Kooperation und nachhaltige wirtschaftliche Entwicklung sollen mit verschiedenen Maßnahmen gefördert werden.

»Diese Strategie muss jetzt durch konkrete Projekte mit Leben gefüllt werden – auch unter wirtschaftlichen Aspekten«, sagt Hannes Aurbach, Teamleiter für die Region Asien, Russland, GUS. Gefragt sei eine europäische Antwort auf Chinas starkes Auftreten. Dieses Engagement sollte die wirtschaftliche Situation der einzelnen Länder tatsächlich verbessern.

Aus Sicht der bayerischen Wirtschaft können zahlreiche Argumente für ein Engagement sprechen. »Die Länder Zentralasiens sind am Beginn einer beeindruckenden wirtschaftlichen Entwicklung mit einem starken Willen zur Transformation«, sagt Hovsep Voskanyan, Delegierter der Deutschen Wirtschaft in Zentralasien. Hier gibt es noch ungesättigte Märkte mit einer jungen, wachsenden Bevölkerung. Teils neue Regierungen treiben mit der Förderung von ausländischen Investitionen den Ausbau und die Diversifizierung der Wirtschaft voran. »Das Ziel ist mehr Wertschöpfung vor Ort«, sagt Voskanyan. »Daraus ergeben sich gute Chancen für bayerische Unternehmen, deren Technologien hier in vielen Bereichen gefragt sind.«

Stärken und Schwächen

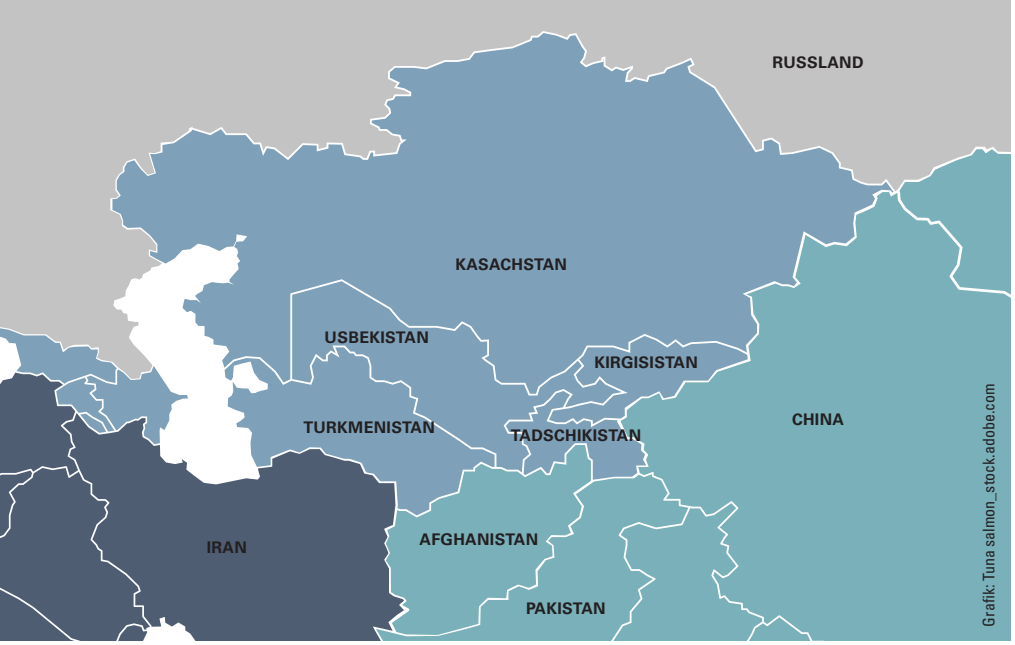
Dabei hat jedes Land seine Stärken und Schwächen. »Die einfachsten Märkte sind Kasachstan und Usbekistan, die groß und weiter entwickelt sind als andere Länder der Region«, sagt AHK-Experte Voskanyan. Kasachstan ist wirtschaftlich am stärksten, verzeichnet die höchsten Wachstumsraten und treibt viele Ausbau- und Modernisierungsprojekte voran. Besonders interessant sind die Branchen Schwer- und Leichtindustrie, erneuerbare Energien, Landwirtschaft und Logistik.

Auch das bevölkerungsreichste Land Usbekistan wächst sehr dynamisch und macht Kasachstan seine Vorreiterrolle streitig. Das ehrgeizige Reformprogramm

IHK-Veranstaltungstipps

Wirtschaftsforum Zentralasien
Informationen für Unternehmer über wirtschaftliche Rahmenbedingungen, Finanzierung und Logistik.
Hinweis: Die für 13. Mai 2020 in der IHK geplante Veranstaltung wurde aufgrund der Coronasituation verschoben und wird zu einem späteren Zeitpunkt nachgeholt. Unternehmen können aber bereits jetzt ihr Interesse anmelden. **Anprechpartnerin:** Jutta Albrecht, Tel. 089 5116-1367, AlbrechtJ@muenchen.ihk.de

Delegationsreise nach Zentralasien
Unternehmen können sich auf der Delegationsreise des Bayerischen Wirtschaftsministeriums einen persönlichen Eindruck von Zentralasien verschaffen. Stationen sind Kasachstan, Kirgisistan und Usbekistan, der Schwerpunkt liegt auf den Branchen Maschinenbau, Nahrungsmittelmaschinen, Automatisierungstechnik, Bauwirtschaft und Smart City.
Termin: 4.–9. Oktober 2020
Informationen und Anmeldung unter:
www.stmwi.bayern.de – Suchbegriff »Delegationsreise Zentralasien«



Öffnen sich dem Westen – die zentralasiatischen Länder zwischen Russland und China

des Landes trägt dabei erste Früchte. Landwirtschaft, Textilwirtschaft, die Automobilbranche sowie Energie- und Wassermanagement sind hier zukunftsträchtige Sektoren.

Die Länder Turkmenistan, Tadschikistan und Kirgisistan wiederum sind zwar vergleichsweise kleine Märkte, können aber, abhängig von der Branche, ebenfalls gute Einstiegsmöglichkeiten bieten.

»Wer einen Markteintritt plant, sollte es jetzt wagen«, empfiehlt AHK-Experte Voskanyan. Dabei sollten Unternehmen – wie bei jeder Expansion – strategisch vorgehen und sich absichern. »Am besten mit einem erfahrenen lokalen Partner an der Seite, um nicht unnötig Zeit und Ressourcen zu verschwenden«, so Voskanyans Rat. Eine gute Gelegenheit, sich ausführlich über die Chancen und Risiken in den einzelnen Ländern zu informieren und nützliche Kontakte zu knüpfen, bietet das Wirtschaftsforum Zentralasien (Veranstaltungstipps S. 50). ■

IHK-Ansprechpartnerin für Zentralasien
Jutta Albrecht, Tel. 089 5116-1367
AlbrechtJ@muenchen.ihk.de



Mehr als eine schöne Aussicht

Rehabilitation ist das Geschäft von Medical Park aus dem Freiberger-Imperium in Amerang. Ulf Ludwig als neuer Chef soll die Klinikgruppe ordnen.

CORNELIA KNUST



Ulf Ludwig ist seit Herbst 2019 Vorstandschef der Medical-Park-Gruppe

Foto: Medical Park Holding SE

Der Himmel drüben über Herrenchiemsee ist hellblau. Die Blässhühner schwimmen im spiegelglatten Wasser vor der Terrasse. Vom Speisesaal klingt das Gemurmel angeregter Unterhaltung. Die hellen Tagungsräume im vertäfelten Wandelgang warten auf die nächsten Gäste. Man könnte sich in einem noblen Wellness- oder Seminarhotel befinden, doch es ist eine Fach- und Rehaklinik für Psychosomatik.

»Chiemseeblick« liegt in Bernau am Standort einer ehemaligen Raststätte der Bundesautobahn. Inhaber und Betreiber ist der Reha-Spezialist Medical Park (MP), ein Familienunternehmen aus Amerang im Chiemgau mit 250 Millionen Euro Umsatz.

»Messen und verbessern«

Medical Park betreibt in ganz Deutschland solch spektakuläre Kliniken für Genesende. Doch der jahrelang vom Unternehmen propagierte Slogan »Gesundwerden und Wohlfühlen in traumhafter Lage« greift nach Ansicht des neuen Chefs der Gruppe zu kurz. »So wichtig eine schöne Umgebung ist: Die Qualität der eigentlichen Rehabilitationsleistung steht im Mittelpunkt. Sie müssen wir messen und verbessern«, sagt Ulf Ludwig, seit September 2019 an der Spitze der Medical Park Holding SE.

Als Vorstand im Bundesverband deutscher Privatkliniken kennt der 49-Jährige die Szene: »Es gibt von Seiten der Kos-

tenträger und des Gesetzgebers keine wirkliche Qualitätssicherung in der Reha und keine Messung des Reha-Erfolgs«, so Ludwig. »Wenn sich da etwas tut, dann beruht das auf der Initiative von Kliniken wie unseren, die aufwendige Fragebögen zur wiedererlangten Lebensqualität der Patienten erarbeiten.«

Während in den Akutkliniken streng nach Fallpauschalen und Personalschlüsseln kalkuliert und eine Erfolgsstatistik geführt wird, regiert in der Reha immer noch der Tagessatz, der von den Kliniken jedes Jahr mit Krankenkassen und Rentenversicherungen einzeln auszuhandeln ist. Die Betreiber empfinden, wenig überraschend, den Tagessatz als zu niedrig, das Klinikwahlrecht der Patienten als zu eingeschränkt.

Betriebswirt Ludwig will sich da politisch einmischen, bezeichnet sich als gut vernetzt und hat mit seiner Karriere bei großen Klinikkonzernen wie Helios und Asklepios womöglich gute Voraussetzungen für die Lobbyarbeit. Noch pendelt der passionierte Segler und vierfache Vater wochenends nach Hamburg, wo seine Frau eine große Klinik leitet. Doch für den Sommer plant die Familie den Umzug an das »bayerische Meer«.

Familienunternehmer Ernst Freiberger (s. Kasten oben), dem MP jetzt wieder zu 100 Prozent gehört, hat Ludwig als Hoffnungsträger engagiert – nach Jahren einer gewissen Unruhe in der Gruppe. Ausgesucht hat ihn der Top-Manager Wolfgang Reitzle (71), der bis vergangenen Sommer den MP-Aufsichtsrat führte und ab 2014 auch mit zehn Prozent an MP beteiligt war. Die Gründe für seinen Wiederausstieg sind nicht bekannt.

Reitzle hat mit dem Gesundheitsmanager Ole Wiesinger (57) gleichzeitig einen Mann für seine eigene Nachfolge an der Spitze des Aufsichtsrats gefunden, den CEO Ludwig gut kennt und als seinen »Mentor« bezeichnet. Noch eine Änderung: Von der Familie sitzt nun nicht mehr Freibergers Tochter Felicitas (37) aus erster Ehe im Aufsichtsrat, sondern seine zweite Ehefrau Anja (51), Mutter seiner zwei jüngeren Kinder.

Umbau in der Geschäftsführung

Die MP-Gruppe (13 Kliniken, 3000 Mitarbeiter) hat zwar zahlenmäßig erfolgreiche Jahre hinter sich, die Gewinnmarge vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (Ebitda) soll zweistellig sein. Dennoch gab es zuletzt reihenweise Wechsel in der Geschäftsführung. Anfang 2019 kam ein neuer Finanzchef. Aktuell verlässt gerade die Personalvorständin das Haus.

Ludwigs Vorgänger Ulrich Mauerer (47), der im Sommer 2019 überraschend ausschied, musste die Krise rund um die Ermittlungen der Münchner Staatsanwaltschaft managen. Das Verfahren gegen vier Chefärzte wegen des Verdachts falscher Abrechnungen mit Privatpatienten und privaten Krankenkassen in der MP-Klinik in Bad Wiessee wurde 2018 gegen Zahlung erheblicher Geldauflagen eingestellt. MP musste wegen fahrlässiger Aufsichtspflichtverletzung zudem ein Bußgeld von 450000 Euro zahlen.

Ludwig hat sich von Freiberger eine externe Prüfung der Gruppe noch in seinem ersten Jahr als Chef ausbedungen. Auch die Innenrevision will er stärken und für eine regelmäßige Sensibilisierung der

Der Unternehmer Ernst Freiberger

Der Unternehmer Ernst Freiberger (69) stammt aus einer alten Bäckerfamilie in Amerang. Schon sein Vater, auch er hieß Ernst, brachte es zu großem Reichtum – mit Speiseeis. Die Eigengründung EFA-Eiskrem (für Ernst Freiberger Amerang) verkaufte er 1973 an Südmilch und investierte den Erlös in Kurkliniken, was damals noch ein krisenfestes Geschäft war.

Der Sohn und jetzige Eigentümer machte sein Glück in Berlin, mit Tiefkühlpizzen und Immobilien. Die Pizzafabrik verkaufte er zur Wendezeit an Südzucker und sicherte sich als Immobilieninvestor Berliner Filetstücke. 1994 nahm er dem Vater die Kurkliniken ab. Freiberger junior erfand das Rehabilitationsgeschäft neu und formte einen Premiumanbieter mit Hotelcharakter, den er im Jahr 2000 »Medical Park« taufte.

2003 zog der Unternehmer von Berlin zurück nach Amerang. Das schmucke Dorf ist Sitz der Freiberger-Holding am Freiberger Platz mit den drei Säulen Kliniken, Immobilien und Finanzanlagen. Zwei Straßen weiter hat der Inhaber einen Weiler plus Kapelle nach historischen Vorbildern nachgebaut – als privates Wohnhaus und Tagungsstätte. Am Dorfrand betreibt er einen Gutshof mit Bio-Landwirtschaft.



Mitarbeiter sorgen. »Oberste Regel ist, sich an Recht und Gesetz zu halten«, sagt Ludwig. »Die Rufschädigung ist in solchen Fällen immens, eine Absicherung daher unabdingbar.«

Der Reha-Markt wächst

Der neue Chef soll nicht nur aufräumen, sondern auch angreifen. Reha ist in Deutschland ein 10-Milliarden-Euro-Markt, der weiter wächst. MP hat sich auf die Schwerpunkte Orthopädie (Hüfte, Knie, Rücken) und Neurologie (Schlaganfall, MS, Parkinson) verlegt. Danach folgen Herzprobleme, psychosomatische Erkrankungen und Krebs. Der Betreuungsumfang wächst, denn die Patienten kommen immer früher aus den kostenbewussten Kliniken in die Rehabilitationseinrichtungen, müssen also immer aufwendiger, teils sogar intensivmedizinisch versorgt werden.

Für einen Reha-Anbieter bedeutet das einerseits mehr Geschäft und bessere Heilungsergebnisse, andererseits mehr Investitionen in die medizinische Ausstattung und in gut geschulte Mitarbeiter, die auch Nacht- und Notdienste schieben müssen. Die Knappheit an Mitarbeitern ist der kritische Faktor für das Wohlergehen der Gruppe. Auch extern wächst sie langsamer als früher einmal angekündigt. Zuletzt kam Ende 2018 nach längerer Pause eine neue Kurklinik hinzu: 178 Zimmer in Bad-Sassendorf in Nordrhein-Westfalen. Dabei scheint mit 75 Prozent Eigenkapitalquote die Unabhängigkeit von externen Geldgebern extrem groß.

Ludwig muss einerseits nach außen gut verhandeln, also höhere Pflegesätze herausholen. Andererseits gilt es, wenn die Kostenträger 18 bis 28 Tage pauschal bezahlen, die Reha-Ziele in möglichst kurzer Zeit mit hoher Therapiedichte zu erreichen. Erwünscht sind außerdem Skaleneffekte über eine größere Anzahl von Betten in den einzelnen Häusern und eine hohe Auslastung der Häuser (sie liegt nach Firmenangaben im Schnitt bei über 90 Prozent).

Ein großer Anteil an Privatpatienten (derzeit 20 Prozent), eine vermögende Klientel aus dem Ausland, Selbstzahler aus dem Inland, der Verkauf von Zusatzleistungen – all das hilft der Marge. Auch der »Case Mix« ist wichtig, also genügend »schwerere Fälle« und Spezialangebote wie zum Beispiel Schlaftherapie. Ebenso liegt in der Digitalisierung eine Chance.

Die Gruppe, die den als Gesellschaften geführten einzelnen Kliniken viele Dienste zentral anbietet und sie zum gegenseitigen Benchmarking herausfordert, kann nach Ludwigs Worten noch einmal 100 Millionen Euro mehr Umsatz vertragen: durch Zukauf einzelner Klinikträger oder kleinerer Gruppen.



Foto: Medical Park Holding SE

Alles für die Reha – MP-Kliniken bieten auch Klangschalentherapie

MP will Fachkräfte binden

Doch der Schlüssel liegt laut Ludwig in der Qualität. Sie zieht den Gast, sie hält den Mitarbeiter. Fachkräfte binden und ordentlich bezahlen, das sei sein Credo. Höhere Gewinne müssten nicht nur in Geräte und Gebäude, sondern auch in eine bessere Vergütung des Personals investiert werden.

Im Führungsverhalten sieht er sich als »Coach«, der nicht als unangenehmer Besserwisser auftritt, gleichwohl die Maßstäbe hoch setzt. Mit Blick auf die glitzernde Oberfläche des Chiemsees sagt er: »Ich bin wie Wasser. Das drückt von allen Seiten, ohne dass man es merkt.« ■

www.medicalpark.de



Die passende Fachkraft? Entscheidend ist die richtige Ansprache

Foto: Photographee.eu_stock.adobe.com

Employer Branding

Der richtige Auftritt als Arbeitgeber

Employer Branding, also das Bilden einer passenden und positiven Arbeitgebermarke, sollte für Unternehmen ein fester Baustein in ihrer Recruitingstrategie sein. Schließlich suchen viele Firmen dringend nach Fachkräften.

Im Wettbewerb um die besten Bewerber kann es einen großen Unterschied machen, welches Image ein Unternehmen als Arbeitgeber besitzt. Entscheidende Fragen sind zum Beispiel: Wie werden die Fachkräfte auf das Unternehmen aufmerksam? Spricht die Karriereseite im Internet die richtige Zielgruppe an?

Zunächst gilt es beim Employer Branding, Grundsätzliches zu bestimmen. »Unternehmen müssen sich im Klaren sein, welche Zielgruppe für sie überhaupt die richtige ist«, sagt Manuela Albu Sanmiguel, Geschäftsführerin der Strategie- und Designagentur SANMIGUEL in München. »Die Arbeitgeberpositionierung muss sich außerdem nach außen und innen richten«, rät die Expertin. Unternehmen sollten sich dabei fragen, welche Werte sie als Arbeitgeber nach außen transportieren wollen und auch prüfen, ob ihr Erscheinungsbild nach außen mit dem Bild, das nach innen gelebt wird, übereinstimmt.

Kennen Unternehmen zum Beispiel den Prozess, den Bewerber bei ihnen durchlaufen, bis ins Detail? Ist ein Konzept zur Weiterentwicklung der Mitarbeiter vorhanden? Gibt es klar formulierte und kommunizierte Mitarbeiter-Benefits? »Wichtig ist, dass auch die richtigen Entscheider beim Employer-Branding-Konzept mit dabei sind«, ergänzt Sanmiguel.

Weitere Informationen zu Recruiting und Employer Branding finden Unternehmer auf der IHK-Website unter:
www.ihk-muenchen.de/recruiting

Künstliche Intelligenz

Wissen für die Zukunft

Experten sind sich einig, dass sich die künstliche Intelligenz (KI) ähnlich disruptiv auf Gesellschaft und Wirtschaft auswirken wird wie zuvor die Elektrizität oder das Internet. Aber was bedeutet das für mittelständische Firmen? Es lohnt sich für Unternehmer wie Beschäftigte, sich intensiver mit dem Thema KI auseinanderzusetzen.

Die Helsinki-Universität hat dafür als Weiterbildungsangebot für Unternehmen und Privatpersonen in Zusammenarbeit mit der finnischen Unternehmensberatung Reaktor das Online-KI-Training »The Elements of AI« entwickelt. Die Plattform bietet eine Reihe von Onlinekursen aufgeteilt auf sechs Kapitel:

- Was ist KI?
- Probleme lösen mit KI
- Reale Anwendungen
- Maschinelles Lernen
- Neuronale Netze
- Auswirkungen



Grafik: MicroOne_stock.adobe.com

Was ist KI? Praktische Übungen im Internet helfen bei der Weiterbildung

Interessierte können sich kostenfrei auf der Plattform registrieren und an den Onlinekursen teilnehmen.
Weitere Informationen und Anmeldung unter:
elementsofai.de

Fit bleiben in der Firma

Foto: Zollner Elektronik AG



Mit betrieblichem Gesundheitsmanagement können Unternehmen die Krankenquote senken, den Teamzusammenhalt stärken und sich als attraktiver Arbeitgeber präsentieren. So gehen Firmen in der Praxis vor.

EVA MÜLLER-TAUBER



Kniebeugen mit den Kollegen – Gesundheitsmanagement bei Zollner Elektronik

Donnerstag, 8 Uhr: Für gut zehn Minuten ruht die Arbeit in der Mawa GmbH zu großen Teilen. Rund die Hälfte der 75-köpfigen Belegschaft des Kleiderbügelherstellers aus Pfaffenhofen an der Ilm findet sich in der Produktionshalle zur Morgengymnastik ein. Dort steht Chefin Michaela Schenk, um Übungen aus der Rückenschule zu absolvieren. »Eine wöchentliche Gesundheitsaktion für alle, mit der Firmenchefin als Vorturnerin, das ist ein Event, das viele sich nicht entgehen lassen wollten«, so Schenk im Rückblick. Seit 2018 legt sie in Absprache mit der Belegschaft ein Jahresthema fest, unter dem sie drei bis vier größere Veranstaltungen des betrieblichen Gesundheitsmanagements (BGM) während der Arbeitszeit offeriert: Nach der Rückenschule 2018 folgte gesunde Ernährung. »Einen Monat lang haben wir alle, über mehrere Tage verteilt ‚mit einer Ernährungsberaterin zusammen gekocht«, erinnert sich Schenk. Dazu konnten die Mitarbeiter ihren Body-Mass-Index errechnen und sich gesundheitlich beraten lassen. 2020 steht unter dem Motto Stress und Stressmanagement. Schenk ist mit den Ergebnissen bisher zufrieden. Nicht nur, dass die Krankenquote gesunken ist: »Ich habe erreicht, dass BGM bei uns Gesprächsthema ist und bleibt.«

Gesundheit lange erhalten

BGM wird für viele Unternehmen immer wichtiger, denn durch den demografischen Wandel rücken weniger junge Fachkräfte nach und die bereits etablierten Beschäftigten müssen sich auf ein langes Arbeitsleben einstellen. So wird Gesundheit zu einem noch höher geschätzten Gut, das es möglichst lange zu erhalten gilt – aus Sicht der Unternehmen und der Mitarbeiter. Richtig etabliert, kann BGM

Darum geht's

- Erfolgreiche Konzepte werden von der Firmenleitung getragen und ganzheitlich angelegt.
- Maßnahmen sollten möglichst genau auf verschiedene Zielgruppen zugeschnitten sein.
- Angebote schon für Azubis helfen, früh ein Gesundheitsbewusstsein zu schaffen.

dazu entscheidend beitragen. Und nicht nur das: »Firmen, die ihrer Belegschaft ein durchdachtes BGM-Konzept bieten, präsentieren sich als attraktive Arbeitgeber«, sagt IHK-Referentin Gabriele Lüke.

Nicht alle Unternehmen haben das bereits verinnerlicht, beobachtet Volker Nürnberg (51), Advisory Partner und Leiter des Fachbereichs Gesundheitswirtschaft bei der BDO AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft in Frankfurt. »Seit über 40 Jahren gibt es betriebliches Gesundheitsmanagement, aber ein ganzheitliches, zielgerichtetes BGM verfolgen in Deutschland derzeit weniger als die Hälfte der Firmen, und meist nur die großen.« Man müsse sich »fokussieren und endlich weg vom Gießkannenprinzip«, fordert der BGM-Experte. Jahresthemen festzulegen wie beim Kleiderbügelhersteller Mawa und darunter Angebote zu bündeln, sei eine zielführende Variante, findet Nürnberg – »sofern die Führungsetage die BGM-Initiative mitträgt und die Angebote die Wünsche der Belegschaft widerspiegeln«.

Bei Mawa ist das der Fall. Firmenchefin Schenk, die sich vor vier Jahren erstmals mit dem Thema beschäftigte, verfolgt mehrere Ziele. Sie will jedem Mitarbeiter bewusst machen, dass es wichtig ist, sich um die eigene Gesundheit zu kümmern. Außerdem soll der Krankenstand weiter sinken und der Teamzusammenhalt wachsen. Bei einer Betriebsversammlung stellte die Firmenchefin ihre Pläne vor und zeigte, was BGM den Mitarbeitern bringt. Eine externe Expertin unterstützt das Unternehmen dabei, BGM systematisch umzusetzen. Sie sammelt Informationen, erfragt bei den Angestellten, welche Angebote sie sich wünschen, und tauscht sich einmal im Monat mit Schenk aus.

Die bisherigen Erfahrungen zeigen: »Wir müssen allen BGM-Aktionen einen thematischen Rahmen geben und sie richtig dosieren, sonst verläuft sich das, oder den Mitarbeitern wird es zu viel«, sagt die Firmenchefin. »Und wir sollten die Themen spielerisch umsetzen, etwas anbieten, das Spaß macht.«

Unterschiedliche Ansprache

Ein wichtiger Faktor für erfolgreiches BGM ist es, Aktionen nach Zielgruppen zu unterscheiden, »etwa nach Alter, Geschlecht oder Berufsgruppen«, rät BGM-Experte Nürnberg. Entsprechend sollten Firmen auch die Hilfsmittel und Kommunikationskanäle wählen. »Bei jüngeren Mitarbeitern beispielsweise müssen digitale Angebote das Portfolio ergänzen.«

Wie das in der Praxis aussehen kann, zeigen die Schön Kliniken mit Hauptsitz in Prien am Chiemsee. »Wir sorgen als Klinikgruppe täglich für die Gesundheit vieler Menschen. Das können wir nur erfolgreich tun, wenn wir unsere eigene Gesundheit, das heißt die unserer Mitarbeiter, fördern und im Blick haben«, sagt CEO Mate Ivančić, Chef von mehr als 10000 Beschäftigten. Daher hat das Unternehmen sein BGM weiter systematisiert. Die Verantwortung dafür liegt heute in jeder Klinik beim jeweiligen Personalleiter, ein Handbuch samt Maßnahmenportfolio gibt den Rahmen vor, damit

Foto: Thorsten Jochim



Engagiert sich für Gesundheitsmanagement im Betrieb – Michaela Schenk, Geschäftsführerin des Bügelherstellers Mawa

das Programm an allen 23 Standorten in Deutschland nach denselben Vorgaben umgesetzt wird. »Wir evaluieren alle unsere Maßnahmen, prüfen, welche gut angenommen werden, und passen unsere Angebote entsprechend an«, erklärt Melanie Fuchs (38), Ansprechpartnerin für BGM in der Firmenzentrale in Prien.

Die Angebote unterscheiden sich je nach Belegschaft und Standort deutlich. In der Verwaltung in Prien sind die meisten Beschäftigten zwischen 30 und 50 Jahre alt und verrichten sitzende Tätigkeiten. Ihnen ermöglicht das Unternehmen unter anderem verbilligten Zugang zu einem breiten Netzwerk an Fitness- und Wellnesseinrichtungen, die in der Nähe verfügbar sind.

In und um den Standort Berchtesgaden dagegen gibt es solche Fitnessangebote nur vereinzelt. »Zudem ist unsere

Altersstruktur eine ganz andere, vom 15-jährigen Azubi bis zum 70-jährigen Fahrer ist bei unseren 350 Mitarbeitern alles dabei«, sagt Ferry Uhlig (40), Personalleiter am Standort. »Wir haben auch viele verschiedene Berufsgruppen mit unterschiedlichen physischen und psychischen Anforderungen, etwa Ärzte und Krankenschwestern, Physiotherapeuten, Psychologen, Mitarbeiter in Service, Technik, Verwaltung – dementsprechend gibt es neben BGM-Aktionen für alle, wie Gesundheitstage oder Bergtouren, viele zielgruppenspezifischen Angebote.«

Eine jährliche Kennzahlenanalyse und Mitarbeiterbefragungen zeigen, welche Erkrankungen welche Berufsgruppen besonders betreffen und zu langen Ausfallzeiten führen. Daraus leitet das BGM-Team spezielle Maßnahmen ab, beispielsweise Ergonomie- oder Achtsamkeitstraining. »Um als Arbeitgeber attraktiv zu bleiben, muss BGM im Unternehmen nachhaltig integriert und akzeptiert sein«, so Uhlig.

Das sieht die Zollner Elektronik AG im oberpfälzischen Zandt ähnlich. In dem Familienunternehmen mit bundesweit rund 5000 Beschäftigten kümmert sich ein eigener Bereich mit fünf Mitarbeitern um Gesundheitsmanagement an den neun ostbayerischen Standorten. Das Konzept basiert auf den Säulen gesundheitsorientierte Führung, betriebliches Sozialmanagement, Work-Life-Management sowie betriebliche Gesundheitsförderung und Prävention (BGF&P). Eine Zielgruppe, für die der Bereich derzeit sein Angebot ausbaut, sind Azubis. »Das sind unsere Fachkräfte von morgen«, sagt Florian Hacker, Sportwissenschaftler und verantwortlich für BGF&P.

Workshops für Azubis

Auszubildende und duale Studenten sollen sich schon früh bewusst werden, wie wichtig es ist, sich ganzheitlich um die Gesundheit zu kümmern. Deshalb setzen sie sich bei Zollner in Workshops mit Themen wie Bewegung, gesunde Ernährung, aber auch Stress und Regeneration sowie betriebliche Wiedereingliederung oder Mobbing auseinander. Wer diese Inhalte bereits in der Ausbildungszeit verinnerlicht, so der Gedanke dahinter, wird sich auch danach daran orientieren und offen für weitere BGM-Angebote sein. »Wir versuchen daher, unsere rund 200 Azubis und 40 dualen Studenten so früh wie möglich dafür zu sensibilisieren«, ergänzt Hackers Kollege Erich Vogl, Betriebswirt und BGM-Manager. So gibt es Angebote in Trendsportarten wie Speedminton, Slackline oder Disc-Golf, »und die Sportgeräte dafür können sich die Azubis und Dualis bei uns ausleihen«.

Über Spaß und spielerische Anreize etwa in Teamwettbewerben – Stichwort Gamification – versucht das Unternehmen, jüngere Gesundheitsmuffel aus der Reserve zu locken und langfristig für BGM-Inhalte zu motivieren. Im Anschluss an mehrwöchige Präventionsprojekte, etwa zu Ergonomie oder Bewegung, werden Multiplikatoren geschult, die dann Ergonomieberatungen oder Kleingruppentrainings durchführen. »Das wollen wir auch bei den Azubis umsetzen«, sagt Hacker. Also nur analoge Angebote? »Natürlich informieren wir ausführlich im Intranet über unsere Themen und die Begleitung läuft beim BGM gerade bei dieser Zielgruppe online – aber nicht nur. Denn die persönliche Betreuung ist auch bei den jungen Leuten sehr wichtig«, weiß Vogl. ■

IHK-Ansprechpartnerin für betriebliches Gesundheitsmanagement
Dr. Gabriele Lüke, Tel. 089 5116-1174
gabriele.lueke@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: Claudio Divizia _stock.adobe.com

Preiswert unterwegs – Warenpäckchen aus China

Ärger über **Billigpakete**

Chinesische Onlinehändler können ihre Waren sehr viel günstiger versenden als deutsche Anbieter. Warum das so ist und wie sich das System dahinter ändern soll.

MELANIE RÜBARTSCH

Darum geht's

- Aufgrund des Weltpostabkommens zahlen chinesische Onlinehändler wenig Porto für internationale Sendungen.
- Gegen damit verbundene Wettbewerbsnachteile regt sich Widerstand.
- Der Weltpostverein hat die Regeln für kommerzielle Päckchen bis zwei Kilogramm jetzt verschärft. Ob sich die grundsätzliche Situation dadurch ändert, bleibt abzuwarten.

Das Kinderplanschbecken mit integrierter Rutsche war der absolute Renner im heißen Sommer 2018. Zwei Container davon hatte Thomas Riegelsberger für seinen Holz- und Gartenmarkt in Altmannstein bei einem Produzenten in China bestellt. Für rund 40 Euro konnten Riegelsbergers Kunden den Wasserspaß online ordern. Binnen vier Wochen war der Vorrat weg.

2019 wollte der Unternehmer den Absatzerfolg wiederholen, doch die rasante Nachfrage blieb diesmal aus. Eine Mitarbeiterin ging auf Spurensuche im Internet und fand dasselbe Produkt von verschiedenen Anbietern auf der US-E-Commerce-Plattform wish.com – allerdings über 30 Prozent günstiger. Dass diese Offerten fast ausschließlich direkt aus China verschickt wurden, wunderte Riegelsberger nicht: »Diese Preisunterschiede sind mir auch schon auf anderen Onlineplattformen aufgefallen.«

Der 48-Jährige ist nicht der Einzige, dem dieses Phänomen sauer aufstößt. Auch der oberbayerische Spielwarenhändler Christian Krömer (37) ärgert sich: »Einerseits wird uns empfohlen, in den Onlinehandel einzusteigen, damit wir zukunftsfähig blei-

ben. Aber genau in dem Segment geht fast alles über den Preis – und da können deutsche Mittelständler gegen die chinesischen Konkurrenten nicht bestehen.«

Bei der Frage, warum die asiatischen Händler ihrer deutschen Kundschaft so viel günstigere Preise anbieten können, spielen verschiedene Faktoren eine Rolle. So müssen Kunden für außereuropäische Waren aktuell bei Produkten bis zu einem Gesamtwert von 22 Euro keine Einfuhrumsatzsteuer zahlen. Diese Freigrenze wird erst 2021 wegfallen. Auch mehren sich Beobachtungen, dass sich die ausländischen Versender nicht immer an die hiesigen strengen Verbraucherschutz- und Qualitätsauflagen halten – die Kosten für Kontrollen, denen sich deutsche Händler regelmäßig unterziehen müssen, haben sie nicht. Es gibt aber noch einen weiteren Punkt, der in der öffentlichen Wahrnehmung kaum bekannt ist: das Porto.

Kurioserweise kann es billiger sein, eine Ware von China aus nach Deutschland zu versenden, als sie innerhalb der Bundesrepublik zu verschicken. »Die Ursache dafür liegt im Weltpostabkommen«, erklärt Ulrike Regele, Referatsleiterin beim Deutschen Industrie- und Handelskammertag in Berlin. Der Vertrag regelt den globalen Verkehr von Briefen und kleinen Päckchen bis zu zwei Kilogramm (siehe »Das Stichwort«). Die 192 Länder, die ihn unterzeichnet haben, zahlen sich gegenseitig sogenannte Endvergütungen dafür, dass die Postunternehmen des jeweils anderen Staates die eigenen Pakete dort transportieren. »Diese Raten hängen von der wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit des Versandlandes ab«, so Regele.

Dabei gilt: Entwicklungsschwächere Länder zahlen weniger als Industrieländer – und China gehört nach den Regeln des Weltpostvereins bislang zu den schwächeren Schwellenländern. »Mittelbar hat das auch Einfluss auf das konkrete Porto für ein Päckchen, da die China Post eine entsprechend niedrige Endvergütung an die chinesischen Händler weitergeben kann«, sagt Regele. Wie sich das auswirkt, lässt sich nicht genau beziffern – ein seriöser Vergleich ist nach Aussagen der Deutschen Post nicht möglich. Ihr seien einerseits die Marktpreise nicht bekannt, die China Post dortigen Händlern in Rechnung stellt. Andererseits gelten für deutsche Versandhändler oft Geschäftskundentarife, die von den Standard-Einzeltarifen abweichen.

Dass die Regeln für die Endvergütungen nicht mehr ganz zeitgemäß sind, hat auch der Weltpostverein gemerkt. Schon auf seinem Kongress 2016 hatten die Mitglieder daher beschlossen, die Höhe der Raten für kleine kommerzielle Päckchen in Schwellenländern Schritt für Schritt an die Höhe der Abgaben für Industrieländer anzugleichen. Das sollte zwischen 2018 und 2021 geschehen. Auf einem außerordentlich einberufenen Kongress im Herbst vergangenen Jahres verständigte sich der Verein nun zudem darauf, die Harmonisierung auf 2020 vorzuziehen. US-Präsident Donald Trump hatte im Vorfeld gedroht, das Abkommen sonst aufzukündigen.

Begrenzte Erhöhungen

Für China bedeuten die Beschlüsse, dass die Endvergütungen an die anderen Länder von 2019 auf 2020 um 27 Prozent gestiegen sind, so ein Sprecher der Deutschen Post. Weiter wurde auf dem Genfer Kongress festgelegt, dass die Länder die Endvergütungen für »Briefsendungen mit Wareninhalt« ab 2021 – im Rahmen bestimmter Obergrenzen – selbst frei bestimmen dürfen (»Self-declared rates«). Hierbei sind die maximalen Erhöhungen in 2021 und 2022 auf jeweils 15 Prozent pro Jahr begrenzt, in 2023 und 2024 auf jeweils 16 Prozent und in 2025 auf 17 Prozent. Eine Ausnahme gilt für die USA, die bereits ab Juli 2020 Self-declared rates festlegen dürfen und dabei auch keine Obergrenze beachten müssen.

Inwieweit die Deutsche Post davon Gebrauch machen möchte, ist nach Aussagen des Unternehmens noch nicht beschlossen. Ebenfalls lässt sich nicht absehen, wie sich diese Regelungen auf das konkrete Porto der chinesischen Händler auswirken – ob und wie diese höheren Raten also an den Handel weitergegeben werden.

Sehr optimistisch sind die deutschen Händler allerdings nicht. »Dass etwas passiert, ist ja schön – aber es passiert viel zu spät und zu langsam und derweil müssen wir mit den Wettbewerbsverzerrungen leben«, sagt Unternehmer Riegelsberger. Er hat sich inzwischen eine andere Lösung einfallen lassen. »Zum Beispiel möchte ich Terrassenzubehör oder Holzaufhängungen, die ich aus China beziehe, nur noch unter einer Eigenmarke in den Markt bringen – mit eigenem Label, eigenem Logo, unkopierbar.« Dem Vergleich mit anderen Angeboten will er sich damit komplett entziehen. ■

Das Stichwort: **Weltpostverein**

- Auf Vorschlag des deutschen Generalpostdirektors Heinrich von Stephan wurde der Weltpostverein 1874 gegründet. Insgesamt 192 Staaten sind aktuell Mitglied. Hauptsitz ist Genf.
- Im Weltpostabkommen sind bis heute die internationale Zusammenarbeit der Postbehörden, die Rahmenbedingungen des grenzüberschreitenden Postverkehrs und die Abrechnung der dabei anfallenden Gebühren geregelt (Endvergütungen).
- Historisch bedingt, orientiert sich die Höhe der Endvergütungen an der wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit der Länder. Schwächer entwickelte Länder zahlen weniger als Industrienationen.
- Alle vier Jahre findet ein ordentlicher Weltpostkongress statt, der die Vergütungsmodelle für die nächsten vier Jahre festlegt. Beim Kongress 2016 in Istanbul wurde entschieden, dass für kommerzielle Briefe und Pakete wie zum Beispiel E-Commerce-Sendungen bei den Vergütungen die Unterscheidung nach Industrie-, Schwellen- und Entwicklungsländern nicht mehr gelten soll.



Was ist drin? REACH regelt unter anderem umfangreiche Informationspflichten

Foto: Thomas Jansa_stock.adobe.com

Mehr DURCHBLICK

Die europäische Chemikalienverordnung REACH gilt bereits seit 2007. Dennoch sind viele Firmen hinsichtlich der Informationspflichten in der Lieferkette immer noch unsicher. Welche gesetzlichen Anforderungen müssen sie erfüllen?

EVA MÜLLER-TAUBER

Einmal angenommen, eine Unternehmerin will Outdoorrucksäcke aus China nach Deutschland importieren und diese an Einzelhändler vertreiben. Bei der Recherche zu den rechtlichen Vorgaben wird sie wahrscheinlich sehr schnell auf REACH stoßen. REACH steht für Registration, Evaluation, Authorisation and Restriction of Chemicals und bezeichnet die europäische Chemikalienverordnung zur Registrierung, Bewertung, Zulassung und Beschränkung chemischer Stoffe.

Die Regelung trat 2007 in Kraft, um Menschen und Umwelt vor den Risiken durch Chemikalien zu schützen, das europäische Chemikalienrecht zu vereinfachen und zugleich die Wettbewerbsfähigkeit der chemischen Industrie in der EU zu erhöhen.

Die Unternehmerin muss sich nun fragen, ob die Stoffe in ihren Rucksäcken gefährlich sind. Muss sie die Stoffe in der EU registrieren lassen? Besteht eine Informations- und Kennzeichnungspflicht? Und wenn ja, wann muss sie wen worüber informieren?

Diese und ähnliche Fragen beschäftigen nicht nur die fiktive Rucksack-Importeurin, die im aktuellen Erklärfilm der IHK für München und Oberbayern zu REACH auftritt. Auch zahlreiche Firmen aus der realen Wirtschaftswelt kämpfen mit den komplexen Vorgaben der Chemikalienverordnung.

»REACH betrifft mehr Unternehmen als gedacht und ein Großteil von ihnen ist offensichtlich immer noch unsicher, was die gesetzlichen Vorschriften angeht«, sagt Sabrina Schröpfer, REACH-Expertin bei der IHK für München und Oberbayern.

Was regelt REACH genau?

Die REACH-Verordnung schließt nicht nur Chemikalien im landläufigen Sinne ein. Sie betrifft alle Stoffe und Gemische wie etwa Farben und Lacke sowie Erzeugnisse wie zum Beispiel Möbel und Fahrzeuge. Die Verordnung regelt Registrierungs- und Zulassungspflichten und enthält auch Kommunikationspflichten in der Lieferkette und gegenüber Verbrauchern. Die Vorgaben betreffen alle Firmen, die in der EU produzieren und/oder Produkte in die EU einführen oder dort verwenden.

Probleme bereiten in der Praxis vor allem die umfangreichen Informationspflichten innerhalb der Lieferkette. »Produzenten,

Importeure, Lieferanten und Verwender von Erzeugnissen sind laut REACH an sich nur dann in der Pflicht, die Abnehmer in der Lieferkette zu informieren, wenn ihre Erzeugnisse sogenannte besonders besorgniserregende Stoffe enthalten«, sagt IHK-Expertin Schröpfer. Solche Stoffe können zum Beispiel Blei oder Cadmium sein, wenn diese in einem Teilerzeugnis des Produkts in einer Konzentration von jeweils mehr als 0,1 Prozent Gewichtsanteil vorliegen. Diese Substances of Very High Concern (SVHC) weisen etwa krebserregende, erbgutverändernde oder toxische Eigenschaften auf und sind in einer Kandidatenliste verzeichnet, die zweimal im Jahr aktualisiert wird.

Abnehmer fordern Angaben ein

»Der Lieferant ist nicht in der Pflicht, sein Erzeugnis als REACH-konform zu deklarieren oder eine REACH-Konformitätserklärung abzugeben, eine solche gibt es gar nicht«, stellt Raimund Weiß klar, Experte am Helpdesk REACH CLP Biozide der Bundesanstalt für Arbeitsschutz und Arbeitsmedizin. »Diese Informationen mögen für die Kundenbeziehungen von Vorteil sein, sind aber kein Muss«, ergänzt seine Kollegin Anja Knietsch. In der Realität aber sieht es oft anders aus. »Die Abnehmer stellen die Lieferanten oft vor Schwierigkeiten, da sie teilweise Angaben einfordern, die laut REACH nicht nötig sind und den Lieferanten nicht automatisch vorliegen«, weiß IHK-Fachfrau Schröpfer aus Gesprächen mit Unternehmern. Ist in einem Erzeugnis tatsächlich ein SVHC enthalten, schreibt REACH nur vor, mindestens den Namen des Stoffes innerhalb der Lieferkette zu kommunizieren »und gegebenenfalls Informationen zum sicheren Umgang mit dem Erzeugnis mitzuliefern«, so Schröpfer.

Probleme treten auch häufig auf, wenn ein Unternehmen Erstimporteur ist, also ein Erzeugnis in die EU aus einem Drittland einführt, etwa aus China. »Dort gilt REACH nicht, daher haben wir keine rechtliche Handhabe zu verlangen, dass die Stoffe im Erzeugnis uns gegenüber offengelegt werden«, moniert der Vertreter eines Elektrounternehmens, der namentlich nicht genannt werden will. Das Thema sei heikel, keiner wolle etwas falsch machen. »Wir haben daher unser eigenes Risikomanagement etabliert, arbeiten in Drittländern nur mit nachweislich vertrauensvollen Firmen zusammen, die offen kommunizieren und mit denen wir gute Erfahrungen gemacht haben«, so der Unternehmensvertreter. »Zudem haben wir ein internes Stoffmonitoring etabliert.«

Wer auf Nummer sicher gehen will, muss eine Stoffanalyse von einem verlässlichen Prüfinstitut durchführen lassen, »denn Importeure in die EU sind verantwortlich für die Informationsbeschaffung und für die Einhaltung von REACH«, betont REACH-Expertin Knietsch. »Und geprüft wird im Zweifelsfall das Erzeugnis, nicht der Nachweis, ob irgendwelche Stoffe darin enthalten sind oder nicht.«

Belastend finden Unternehmen zudem, dass die Kandidatenliste mit den besonders besorgniserregenden Stoffen SVHC zweimal jährlich aktualisiert wird – Anfang und Mitte des Jahres – und dann unmittelbar die Informationspflicht in der Lieferkette eintritt. »Wir müssen prüfen, ob wir betroffen sind, und zudem, um unserer Informationspflicht nachkommen zu können, bei unseren Lieferanten anfragen, inwieweit die neu gelisteten Stoffe in ihren Erzeugnissen vorkommen«, so ein oberbayerischer Unternehmer. Das sei nicht nur ein enormer Aufwand und binde Personal. Es dauere auch seine Zeit, bis das Feedback eingeholt ist.

REACH-Experte Weiß kann den Unmut verstehen, denn »es besteht tatsächlich keine Übergangsfrist«. Dafür gebe es aber feste Termine, wann die Kandidatenliste aktualisiert wird. Außerdem werde im Vornhinein frühzeitig transparent gemacht, welche neuen Stoffe hinzukommen. »Hier müssen die Firmen dann tatsächlich das Ohr am Rohr haben, um zeitnah handeln zu können«, sagt Weiß.

Und wie regelt das die Unternehmerin mit den Rucksäcken aus China? Sie holt sich externe Hilfe von einer REACH-Expertin der IHK, die die Gründerin individuell berät. »Das sollten betroffene Firmen im Zweifelsfall ebenfalls tun«, rät IHK-Referentin Schröpfer. Auch der Helpdesk REACH CLP Biozide der Bundesanstalt für Arbeitsschutz und Arbeitsmedizin hilft weiter (s. Kasten oben). ■

IHK-Ansprechpartnerin zu REACH
Sabrina Schröpfer, Tel. 089 5116-1458
sabrina.schroepfer@muenchen.ihk.de

Hilfe für Unternehmen

Die wichtigsten Informationen zum Chemikalienrecht, verschiedene Merkblätter sowie ein aktueller REACH-Erklärfilm der IHK, der das Vorgehen in der Praxis veranschaulicht, sind verfügbar unter:
www.ihk-muenchen.de/reach-film

Antworten auf individuelle Fragen gibt der Helpdesk der Bundesanstalt für Arbeitsschutz und Arbeitsmedizin. Dort sind auch Broschüren zum Thema erhältlich:
www.reach-clp-biozid-helpdesk.de/DE – unter »REACH«

Das Stichwort: Registrierung unter REACH

In der EU dürfen chemische Stoffe nur hergestellt oder in Verkehr gebracht werden, wenn sie unter REACH registriert sind (»keine Daten – kein Markt«). Dabei bezieht sich die Registrierung nur auf Stoffe, von denen mehr als eine Tonne im Jahr produziert oder in die EU importiert wird. Bei Erzeugnissen bezieht sich die Mengenschwelle auf den enthaltenen Stoff und nicht auf das Gesamterzeugnis.

Eine Registrierung des Stoffes ist auch nur dann relevant, falls es zu einer beabsichtigten Freisetzung dieses Stoffes kommt. Die Registrierung erfolgt über die ECHA, die Europäische Chemikalienagentur in Helsinki.

In Erfolge ummünzen

Kleinere Unternehmen konzentrieren sich in ihrem Geschäft oft auf den heimischen Markt. Dabei bieten Investitionen im Ausland prinzipiell große Chancen, sagt eine Studie.

MONIKA HOFMANN

Expertise kennt keine Grenzen«, davon ist Muamer Babajic (39) überzeugt. Für den Geschäftsführer der Masterwerk GmbH in München ist klar: »In jedem Risiko liegt eine Chance – und die nutzen wir gerne, das gehört zum Unternehmersein dazu.« Deshalb setzt er seit der Firmengründung 2009 vor allem auf internationale Projekte, um Kontakte zu knüpfen, Türen zu öffnen und Marktchancen in Erfolge umzumünzen: »Mit unserer Expertise wollen wir weltweit Kunden glücklich machen.« Mit seinem Team schloss der Unternehmer bereits viele internationale Automatisierungs-, Steuerungs-, Robotik- und Programmierungsprojekte ab, etwa in den USA, Tschechien, Österreich, Ungarn oder Belgien. Das Unternehmen plant zahlreiche weitere Projekte.

Nach der Gründung hat sich Masterwerk als Zuliefer- und Dienstleistungspartner nicht nur für die Automobilindustrie, sondern auch für die individualisierte Serienfertigung von Möbeln und anderen Produkten etabliert. Seinen Schwerpunkt hat das Unternehmen mittlerweile vom Metallkomponentenlieferanten hin zu einem Rundumservice als Engineering-Dienstleister für Automatisierung, speicherprogrammierbare Steuerungen (SPS-Programmierung) und Robotik verlagert.



Grafik: ribkhan_stock.adobe.com

So konsequent international wie Masterwerk richten sich wenige kleinere Firmen aus. Dies zeigt die jüngste Commerzbank-Studie aus der Reihe »Unternehmerperspektiven«. Demnach fokussiert sich der kleine Mittelstand derzeit auf nahe liegende Märkte: 50 Prozent der Unternehmen mit bis zu 15 Millionen Euro Umsatz geben an, sich stärker auf den deutschen Markt zu konzentrieren. Für 44 Prozent steht darüber hinaus immerhin der EU-Binnenmarkt im Blickpunkt. Damit vergeben die kleinen Unternehmen große Chancen, sagt Bernhard Geyer (41), Niederlassungsleiter Mittelstandsbank der Commerzbank in München.

Zwar lähmt die Coronakrise derzeit das internationale Geschäft. Für die Zeit danach wird jedoch weiterhin gelten: Es lohnt sich für kleine, mittlere und größere Unternehmen gleichermaßen, sich auf neue Auslandsmärkte zu wagen.

Finanzexperte Geyer argumentiert: »Das ist wie bei einem gut ausgewogenen Aktiendepot. Man sollte nicht alle Eier in einen Korb legen. Wenn man in mehreren Regionen tätig ist, sinkt das Risiko eines konjunkturellen Einbruchs des eigenen Geschäfts.« Zudem liegen im hoch entwickelten Deutschland die Wachstumsraten oft niedriger als in aufstrebenden

Darum geht's

- Eine Studie zeigt, dass auslandsaktive Firmen erfolgreicher sind als jene, die sich auf den Heimatmarkt beschränken.
- Internationales Geschäft kann konjunkturelle Schwankungen ausgleichen und größeres Wachstum ermöglichen.

Volkswirtschaften. »Dort lassen sich mit deutschen Produkten, die für ihre Qualität überall in der Welt bekannt sind, höhere Preise erzielen als hier«, ergänzt Geyer.
In der Studie nennen 85 Prozent der exportierenden Oberbayern die hohe Wettbewerbsfähigkeit deutscher Produkte als starken Treiber für den internationalen Handel. Für Geyer ist daher die Internationalisierung ein bedeutender Erfolgsfaktor: »Wer über die Grenzen hinweg aktiv ist, ist oft erfolgreicher als derjenige, der nur hierzulande tätig bleibt – und das gilt auch für kleinere und mittlere Firmen.«
Dabei kommt es allerdings darauf an, Risiken vorab realistisch einzuschätzen. »Nur so können wir sie im Griff behalten«, sagt Masterwerk-Geschäftsführer Babajic. Vor allem die Kosten kalkuliert und plant er akkurat, bevor er ein Projekt startet. Zudem sichert er die Zahlungen ab. Auch interkulturelle Unterschiede gelte es zu berücksichtigen. Zudem hält Babajic Personalmanagement mit Weitsicht für notwendig: »Internationale Projekte sollen nicht nur Entwicklungschancen für die koordinierenden Mitarbeiter bieten, sondern wir müssen dabei besonders auf ihre Work-Life-Balance achten.«
Die Studie der Commerzbank zählt weitere Risiken auf. Als Herausforderungen bei ihren Auslandsgeschäften nannten die befragten Firmen die bürokratischen Anforderungen vor Ort (77 Prozent), die fehlenden Fachkräfte in Deutschland (71 Prozent) und politische Instabilitäten im Ausland (68 Prozent). »Gegen politische Risiken wie Enteignung gibt es gute, auch staatlich geförderte Absicherungsinstrumente«, betont Commerzbank-Firmenkundenchef Geyer. Genauso lassen sich Wechselkursrisiken und Zahlungsausfälle über Banken und Versicherungen gezielt absichern.
Ebenso wichtig sind aber auch ein tragfähiges Netzwerk und der Austausch mit anderen Exporteuren und Außenhandelskammern. Denn viele Betriebe überschätzen nach der Studie die operativen Hürden beim Gang ins Ausland. Geyer rät daher, »sich auf Netzwerktreffen von den erfolgreichen Unternehmen abzuschauen, wie Internationalisierung geht«.
Zu den weltweit aktiven Firmen zählt zum Beispiel die Münchner HAWE Hydraulik SE mit mittlerweile rund 1500 Mitarbeitern. »Für uns ist die Internationalisierung ein bedeutender Erfolgsfaktor, vor allem auch, weil wir uns damit neue Märkte erschließen können«, bestätigt Markus Unterstein, Vorstand Finance, Accounting, Controlling, IT. Ihre ersten Schritte ins Ausland wagte die 1949 gegründete Firma 1974 mit der HAWE Italiana und 1977 mit einer Tochter in Frankreich. In den 1990er-Jahren expandierte das Unternehmen weiter nach Spanien, in die Schweiz und die USA. Den asiatisch-pazifischen Markt erschloss es sich ab 1995. Insgesamt hat das Familienunternehmen bereits 16 Tochtergesellschaften in Europa, Nordamerika und Asien gegründet. ■

> »Gegen politische Risiken gibt es gute, auch staatlich geförderte Absicherungsinstrumente.«
>
> Bernhard Geyer, Niederlassungsleiter Mittelstandsbank der Commerzbank AG



Foto: Commerzbank AG

IHK-Ansprechpartnerin zur Expansion ins Ausland
Petra Henke, Tel. 089 5116-1456
petra.henke@muenchen.ihk.de



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

Bayerische Begegnungen

IHK-Wirtschaftsempfang Starnberg

Der Wirtschaftsempfang in Starnberg hat bereits Tradition und seinen festen Platz im Terminkalender von Politikern und Unternehmern. Rund 180 Gäste kamen in die Schlossberghallen.



Foto: Goran Gajanin/daskraftbild.com

Begeisterte Gäste – Christian Lütgenau (l.) und Roland Feistkorn, W.A.F. Institut AG



Foto: Goran Gajanin/daskraftbild.com

Zusammen beim traditionellen Empfang – Robert Obermeier, Leiter der IHK-Geschäftsstelle München, Ingo Schwarz, stellvertretender Vorsitzender des IHK-Regionalausschusses Starnberg, die Landtagsabgeordneten Anne Franke (Bündnis 90/Die Grünen) und Ute Eiling-Hütig (CSU), Martin Eickelschulte, Vorsitzender des IHK-Regionalausschusses Starnberg, und der Bundestagsabgeordnete Michael Kießling (CSU) (v.l.)



Foto: Goran Gajanin/daskraftbild.com

Get-together und Networking zum Abschluss der Veranstaltung





Fotos: Goran Gajanin/daskraftbild.com

Interessante Vorträge – Rhetorikexperte René Borbonus (l.) referierte über Hürden in der Kommunikation; Rolf Bommer (r.) vom Bayerischen Digitalministerium gab Einblicke in die Digitalpolitik der Staatsregierung

Parlamentarischer Abend mit der FDP

Beim Abendessen mit der FDP-Fraktion des Landtags zogen die bayerischen IHKs eine Zwischenbilanz der laufenden Wahlperiode und diskutierten die kommenden wirtschaftspolitischen Herausforderungen.



Foto: Severin Schweiger/daskraftbild.com

Sprach über seine Ideen für eine kluge Wirtschaftspolitik – FDP-Fraktionsvorsitzender Martin Hagen



Foto: Severin Schweiger/daskraftbild.com

Tauschten sich aus – IHK-Vizepräsident Klaus Josef Lutz (l.), Vorstandsvorsitzender der BayWa AG, und der FDP-Fraktionsvorsitzende Martin Hagen



Foto: Severin Schweiger/daskraftbild.com

Festliches Ambiente – BIHK-Hauptgeschäftsführer Manfred Gößl (r.) begrüßte die Gäste im Handelskammersaal



Foto: Severin Schweiger/daskraftbild.com

Gemeinsamer Abend – IHK-Vizepräsident Georg Dettendorfer, IHK-Vizepräsident und Sprecher der IHK-Regionalausschüsse Otto Heinz, Landtagsvizepräsident Wolfgang Heubisch (FDP), IHK-Hauptgeschäftsführer Manfred Gößl, FDP-Landesvorstandsmitglied Kristine Lütke, FDP-Landeschef Daniel Föst, FDP-Fraktionsvorsitzender Martin Hagen, FDP-Landtagsabgeordnete Julika Sandt, IHK-Präsident Eberhard Sasse und die IHK-Vizepräsidenten Detlef Dörrié und Klaus Josef Lutz (v.l.)



Stöbern bei den Nachbarn

Foto: Simon Malik Photography

Trödeln im Hof

Was mit ein paar Höfen in der Münchner Au und in Haidhausen begann, hat sich zur Flohmarktplattform für 30 Städte entwickelt. Dahinter steht ein findiger Unternehmer.

CORNELIA KNUST

Das kleine Mädchen mit den Zöpfen steht hinter dem Verkaufsstand. Nur schwer trennt es sich vom Bilderbuch mit der gefräßigen Raupe, das bis vor Kurzem noch in einer Kiste im Keller dämmerte. Doch die Dame, die den winzigen Hinterhof betreten hat, braucht den Band für ihr Patenkind und bietet zwei Euro. Das Verkaufsgespräch endet mit Einigung und Übergabe. Ein Stück Kindheit ist weg, aber die duftende Waffel im Nachbarhof scheint finanziert.

So idyllisch und familiär starteten die Münchner Hofflohmärkte vor 15 Jahren. Das Prinzip: Hausgemeinschaften in einem Stadtviertel öffnen zu einem festen Datum ihre Höfe, stellen Tapeziertische auf und schleppen aus Keller und Rumpelkammer alles her, was nicht mehr gebraucht wird. Die Besucher bummeln neugierig durch die Rückseite ihrer Stadt, schleppen am Nachmittag Schnäppchen und Fundstücke heim, während die Hausbewohner mit einem Glas Prosecco auf gute Nachbarschaft anstoßen.

Auch dieses Jahr ab Mai wird es wieder so sein. Bunte Luftballons markieren die Eingänge zu den Höfen, in denen verkauft wird. Der Andrang ist regelmäßig groß. Nicht jeden Anwohner freut das. »Auf den Straßen ist kein Durchkommen«, sagt eine Gewerbetreibende aus Untergiesing. »Und bei uns im Geschäft ist an dem Tag nichts los, weil die Leute auf Flohmarktpreise getrimmt sind.«

Hinter den Hofflohmärkten steht René Götz (43). Er hat der Idee sein Leben gewidmet. Ein Flohmarktkind aus Pasing sei er, sagt Götz beim Gespräch in einem Café in der Au. Jeden Samstag seien seine Eltern losgezogen auf den Trödel. Damals ging man noch auf den großen Flohmarkt entlang der Gleise in der Arnulfstraße. Beim Bummeln habe auch der finanzielle Aspekt eine Rolle gespielt: Man brauchte Sachen und konnte sie sich neu nicht leisten. Götz räumt freimütig ein: »Die Idee mit den Hofflohmärkten stammt gar nicht von mir.« In den USA seien die »garage and yard sales« seit den 1950er-Jahren gang und gäbe. Seit den 1980ern habe es auch in Deutschland einzelne Veranstaltungen dieser Art gegeben – »von Nachbarn für Nachbarn«. In München beanspruchen die Ehrenamtlichen von der Seidl-Villa in Schwabing das Urheberrecht.

Doch Götz hat das Ganze eben professionell aufgezogen: mit einem richtigen Konzept, einer Plattform im Internet und Skaleneffekten. Nicht nur die urbanen Stadtteile wurden bespielt, sondern auch Vororte oder das Hasenbergl: »Ich habe in jedem Viertel neu angefangen«, sagt Götz. Organisation und Kommunikation, die Website, die Drucksachen – das ist sein Beitrag.

Heute gibt es in München und Umland 55 verschiedene Hofflohmarkttermine. Längst muss man seine Hausgemeinschaft nicht mehr im Buchladen um die Ecke anmelden, sondern online. Dort zahlt man auch die 15 Euro Gebühr pro Haus. Vom Erlös druckt Götz die Flyer mit Stadtteilkarten, in denen die teilnehmenden Höfe und weitere Anlaufpunkte eingezeichnet sind. Denn auch Ladeninhaber, Handwerker oder kulturelle Einrichtungen sind eingeladen mitzumachen. »In manchen Vierteln nehmen bis zu 300 Höfe teil. Und bei gutem Wetter kommen dort bis zu 15000 Men-



Foto: Simon Malik Photography

Resterampe mit Erfrischung



Foto: Simon Malik Photography

Eltern verkaufen zu klein Gewordenes



Foto: Simon Malik Photography

Luftballons und Schilder locken in die Höfe



Foto: Simon Malik Photography

René Götz, Initiator der Hofflohmärkte, rollt von München aus ganz Deutschland auf

schen zum Schauen und Kaufen«, schwärmt Götz. Der Mann ist gelernter Kaufmann im Einzelhandel, hat früher Stadtmarketing gemacht, außerdem in einer Werbeagentur und einem Verlag gearbeitet. Bei den Hofflohmärkten, die ja im Prinzip auf privatem Grund stattfinden, versteht er sich nicht als Veranstalter, sondern als Initiator und übernimmt daher keinerlei Haftung für Schäden. Er agiert als One-Man-Show und Einzelunternehmer, hat keine Investoren im Boot und sei »gesund gewachsen«, wie er sagt.

Aber er ist nicht mehr allein. Dass sich über Nachbarschaftsplattformen Relevanz herstellen und Daten sammeln lassen, haben inzwischen auch andere erkannt. Mit sozialen Netzwerken wie nebenan.de zum Beispiel sei das Verhältnis anfangs schwierig gewesen, so Götz, inzwischen kooperiere man. Mit dem Skalieren hat der Unternehmer nicht aufgehört. Als er in München alle Viertel durch hatte, richtete sich sein Blick auf das restliche Deutschland. »Köln, Stuttgart, Dortmund kamen auf mich zu«, erzählt er. Inzwischen bespielt er 30 Städte an insgesamt 300 Terminen und hat in der Saison pro Tag 25000 Besucher auf seiner Website hofflohmärkte.de.

»Die Menschen suchen Erinnerungen«

Götz glaubt, mit den Flohmärkten einerseits das Thema Nachhaltigkeit zu bedienen, weil die Verkäufer nur vom Keller in den Hof müssen und Dinge weitergeben, statt sie wegzuwerfen. Andererseits will er die Menschen glücklich machen, die sich in dieser zunehmend virtuellen Welt nach echten Beziehungen sehnen und nach persönlichen Kontakten in der anonymen Großstadt. Dass den Leuten ihr eigener Ramsch vor den Nachbarn peinlich sein könnte – geschenkt. »Der Flohmarkt ist wieder salonfähig«, findet Götz. »Die Menschen suchen Erinnerungen, Identität, ein schöneres Leben.« Viele Besucher hätten einen richtigen Jagdinstinkt und ein klares Ziel. Er persönlich sucht auf den Märkten meistens nach Legosteinen.

Götz will die Hofflohmärkte »gerne noch sehr lange machen«. Er wünscht sich allerdings, dass die Flohmärkte auch wieder wirklich in den Höfen stattfinden. Zu den Spielregeln für die Teilnehmer gehört, nur den eigenen Hof zu benutzen und die Hausverwaltung vorher um Erlaubnis zu fragen. Dennoch sind die Bürgersteige, Verkehrsinseln und Plätze in den Vierteln regelmäßig voll mit Händlern – sie kommen manchmal von außerhalb, einige sind auch gewerblich.

Obwohl hier prinzipiell eine Ordnungswidrigkeit vorliegt, hält die Obrigkeit sich bisher zurück. Ein Sprecher des Münchner Polizeipräsidiums sagt nach Befragung der örtlichen Polizeidienststellen: »Es gibt keinen Grund zur Beanstandung.« Und das Kreisverwaltungsreferat teilt mit: »Wir haben keine Beschwerdelage, es sind keine Probleme mit Hofflohmärkten bekannt.«

Doch die Stimmung der Märkte in manchen Vierteln ändert sich durch das Verkaufen auf den Straßen, wie auch Götz einräumt. Mit Hausgemeinschaft hat das dann manchmal nicht mehr viel zu tun. »Ich kann nicht alle glücklich machen«, sagt er schulterzuckend.

Mit seinem neusten Projekt der »Hofgesellschaften«, das er gemeinsam mit einer Geschäftspartnerin initiiert hat, will er das Prinzip der Nachbarschaft weiter stärken. Hier sollen die Hausbewohner ihre Höfe zur Bühne machen, kreativ werden, basteln, spielen, musizieren. Der Slogan dazu: »Viertelliebe trifft Kreativhelden.« ■

INTERNATIONAL, INDUSTRIE, INNOVATION

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

VERANSTALTUNGEN

Wirtschaftstag Bulgarien | 11.5.2020 | kostenfrei
christina.brenner@muenchen.ihk.de | Tel. 089 5116-1512

IHK-Unternehmergespräch: Josef Bernbacher & Sohn GmbH & Co. KG | 12.5.2020 | kostenpflichtig
sabine.kuehnert@muenchen.ihk.de | Tel. 089 5116-1360

Wirtschaftsdialog Albanien | 19.5.2020 | kostenfrei
caroline.breda@muenchen.ihk.de | Tel. 089 5116-1209

Hinweis: Aufgrund von Corona werden derzeit Veranstaltungen verschoben oder finden nicht statt.

Aktuelle Informationen dazu gibt es unter:
www.ihk-muenchen.de/international

SEMINARE ZOLL UND AUSSENHANDEL

Hinweis: Wegen des Coronavirus werden bis 19.4.2020 keine Seminare durchgeführt. Ob Seminare nach diesem Zeitungpunkt stattfinden, war zu Redaktionsschluss noch offen.

Bilanzbuchhalter/-in International IHK, berufsbegleitend
20.4. bis 2.12.2020

Zollabwicklung mit der Schweiz | 24.6.2020

Berufsbegleitender Lehrgang:
Exportmanager/-in | Start im Oktober 2020

Basisseminar Warenursprung und Präferenzen mit Lieferantenerklärung | 21.4.2020

Richtige Anwendung der Incoterms ® 2020 | 24.4.2020

Ausfuhrverfahren Grundlagen und Online-Abwicklung in ATLAS | 28.4.2020

Workshop: Carnet A.T.A./C.P.D. | 28.4.2020

Vertiefungsseminar Warenursprung und Präferenzen mit aktuellen Rechtsänderungen | 30.4.2020

Importe effizient gestalten – Importabwicklung ist mehr als Zollabwicklung | 4.5.2020

Exportwissen kompakt | 5.5.2020

Zollabwicklung von Garantie-, Reparatur- und Ersatzteillieferungen | 5.5.2020

US-(Re-)Exportkontrolle für europäische Exporteure | 6.5.2020

Zoll für Einsteiger: Grundlagen des Zollwesens | 6.5.2020

Umsatzsteuer – Behandlung des Waren- und Dienstleistungsverkehrs mit dem Ausland | 17.6.2020

Zertifikatslehrgang: IHK-Fachkraft Zoll | Zertifikatslehrgang – Zoll- und außenwirtschaftsrechtliche Abwicklung von internationalen Warengeschäften | 10.9. bis 28.11.2020

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

Neu im Programm für international agierende Unternehmen: Seminare in englischer Sprache:

Gerne bieten wir diese und weitere Themen auch als Inhouse-Seminare an. Fragen Sie uns, wir erstellen ein individuelles Angebot. Weitere Themen aus der Bereich Außenwirtschaft und International Business finden Interessierte auf der Website der IHK Akademie unter:
akademie.muenchen.ihk.de/aussenwirtschaft

Hinweis: Alle Seminar im Zoll- und Außenhandel/International sind kostenpflichtig.

Firmenindex

Firma	Seite	Firma	Seite	Firma	Seite
Agrilution Systems GmbH	22	J.G. Schreibmayr GmbH	42	Rolli-World GmbH	36
Alfred Amenda & Sohn Transport GmbH	20	Joh's Eckart GmbH	34	Saint Clouds GmbH & Co. KG	34
Atelier Damböck Messebau GmbH	20	Jozef Warmerdam – Blumenstand am Goetheplatz	46	Schön Kliniken SE	56
AutobusOberbayern GmbH	20	Masterwerk GmbH	64	Spielwaren Krömer GmbH & Co. KG	60
BDO AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft	56	Mawa GmbH	56	Weishäupl Möbelwerkstätten GmbH	20
Bauer Unternehmensgruppe	34	Medical Park Holding SE	52	Zollner Elektronik AG	56
BayWa AG	22	Microsoft Deutschland AG	46		
Commerzbank AG	48, 64	Millhaus GmbH	46	*Die Seitenangaben beziehen sich auf den Anfang des jeweiligen Artikels.*	
EBS Systart GmbH	20	MSD Sharp & Dohme GmbH	36		
Holzmarkt Riegelberger – Thomas Riegelsberger e.K.	60	Münchener Tierpark Hellabrunn AG	12		
Institut für ökologische Wirtschaftsforschung gGmbH (IÖW)	34	Multivac SE & Co. KG	48		
		Platzl Hotel Inselkammer KG	46		
		Robert Bosch GmbH	48		

IHK-Nachtschicht

Kreativmarathon für einen guten Zweck

Bei der IHK-Nachtschicht machen Unternehmen der Kreativbranche mit ihren Teams »8 Überstunden für den guten Zweck«: Sie arbeiten eine Nacht lang für Aufgaben gemeinnütziger Organisationen (Non-Profit-Organisationen, NPOs), die sonst aus finanziellen Gründen nicht realisiert werden könnten.

Das kann beispielsweise die Entwicklung von Kommunikationsmitteln wie Broschüren, Flyern, Informations- oder Schulungsmaterialien oder kreativen IT-Konzepten sein. So helfen sie den Organisationen, ihre ideellen Anliegen besser zu kommunizieren und Ressourcen zu sparen. Das Besondere: Die Aufträge werden während der Nachtschicht in Abstimmung mit den NPOs direkt erledigt. Die Ergebnisse können also sofort für eine gute Sache genutzt werden.



Gemeinsam kreativ für gemeinnützige Organisationen

Die IHK-Nachtschicht ist eine Veranstaltung der IHK für München und Oberbayern in Kooperation mit der Freiwilligen-Agentur Tatendrang und dem Marketing Club München e.V. Interessierte Unternehmen können sich bis zum **30. April 2020** melden. Die Zusammenstellung der Kreativteams und die Zuteilung der Projekte erfolgt am 12. Mai 2020.

Termin: 25. Juni 2020, 18–2 Uhr
Ort: IHK für München und Oberbayern, IHK Campus, Akademiesaal, Orleansstraße 10–12, 81669 München

Weitere Informationen und Anmeldeformulare zum Download unter: **ihk-muenchen.de/nachtschicht**



EXPO 2020: Dubai, Abu Dhabi und die größte Show der Welt

Die EXPO 2020 wird von ihren Machern als die „Biggest Show on earth" bezeichnet und will doch viel mehr sein als nur eine Show. Die Themen **Nachhaltigkeit** und **Zukunftsvisionen** stehen deutlich im Mittelpunkt der EXPO 2020. Seit Jahren bereiten sich die Emirate und speziell Dubai auf das kommende Großevent vor. Erleben Sie die Weltausstellung, und entdecken Sie zugleich die **Trendreiseziele** Abu Dhabi und Dubai.

Im Reisepreis bereits enthalten:

- Rail & Fly 2. Klasse zum Flughafen (Mindestentfernung 50 km)
- **Nonstop-Flug mit Emirates von München** nach Dubai und zurück in der economy class
- CO_2-Kompensation der Flüge **(atmosfair)**
- Flugabhängige Steuern und Gebühren
- Transfers im Zielgebiet lt. Programm
- 6 x Übernachtung/Frühstück im **4- oder 5-Sterne Hotel** in zentraler Lage
- Stadtrundfahrt Dubai (ca. 3 Stunden)
- 3-Tages-Ticket für die **EXPO2020**
- Transfers zum/vom Expogelände
- Ganztagesausflug nach Abu Dhabi
- **GLOBALIS-EXPO-Guide** an den EXPO-Tagen mit vielen Insidertipps
- Reiseliteratur Dubai / Abu Dhabi

Reisepreis: ab € **1.595,-**
pro Person im Doppelzimmer
Einzelzimmerzuschlag: ab **€ 400,-**
Mindestteilnehmer: 20 Personen

Nicht im Reisepreis eingeschlossen:

- Bettensteuer, vor Ort zahlbar: ca. 4-5 € pro Zimmer und Nacht an.
- **EXPO-Nachlass für Senioren:** Reisegäste im Alter von über 65 Jahren erhalten einen Nachlass auf den Reisepreis in Höhe von 65,- € p.P.

Es gelten die Reisebedingungen des Veranstalters: GLOBALIS Erlebnisreisen GmbH, Uferstraße 24, 61137 Schöneck

Meet & Greet mit Oliver Oehms
Geschäftsführer der Deutsch-Emiratischen Industrie- und Handelskammer in Dubai

EXPO Reisetermine ab/an München:	
28.10. - 04.11.20	04.11. - 11.11.20
11.11. - 18.11.20	18.11. - 25.11.20
25.11. - 02.12.20	02.12. - 09.12.20
09.12. - 16.12.20	
13.01. - 20.01.21	20.01. - 27.01.21
27.01. - 03.02.21	03.02. - 10.02.21
10.02. - 17.02.21	17.02. - 24.02.21
24.02. - 03.03.21	03.03. - 10.03.21
10.03. - 17.03.21	17.03. - 24.03.21
24.03. - 31.03.21	



Fordern Sie gratis den Sonderprospekt EXPO 2020 an!

GLOBALIS®
GEMEINSAM MEHR ERLEBEN!

Weitere Infos, Prospekt, Beratung und Buchung:
Tel.: 0 61 87 / 48 04 840 Mo-Fr 8-18, Sa+So 10-14 Uhr
expo2020@globalis.de · **www.expo2020-reisen.de**

Jubiläen des Monats

40 Jahre

Foto: Leicher Engineering GmbH



v.l.: Uwe Kunzmann (Jubilar), Christoph Leicher (Geschäftsführer)
Leicher Engineering GmbH, Kirchheim

Foto: Spinner GmbH



Carl Maurer
SPINNER GmbH, Feldkirchen-Westerham

Foto: Miraphone eG



v.l.: Johannes Pointl (Vorsitzender des Aufsichtsrats), Christian Niedermaier (Vorstand), Josef Gebert (Jubilar), Josef Lindlmair (Vorstand)
MIRAPHONE eG, Waldkraiburg

Weitere Jubilare:

Anton Huber
AMADA MIYACHI EUROPE GmbH, Puchheim

Doris Baldwin
BVA BikeMedia GmbH, Ismaning

Gabriele Färber
Lohnsteuerhilfe Bayern e.V., München

Andrea Lettmeier, Hildegard Vogtmannsberger
Sparkasse Freising

25 Jahre

Klaus Ausfelder
AK Immobilien GmbH, Kirchheim

Hermann Schrätzlmayer
Andreas Brandhofer e.K. Spedition, Ingolstadt

Thomas Saller
Aschenbrenner Wassertechnik GmbH & Co. KG, Gräfelfing

Andrea Kugler
ATOMA Gesellschaft für automatische Waagen GmbH, Waldkraiburg

Peter Ott
Augustiner-Bräu Wagner KG, München

Andreas Stadler
Commerzbank AG, München

Matthias Muschik, Alexander Reiter
Carrier Klimatechnik GmbH, Ismaning

Michaela Knirr
Frischmarkt Hainz GmbH, Schafflach

Anton Loipfinger
FuG Elektronik GmbH, Schechen

Helmut Ortner
GfE Gesellschaft für angewandte Elektronik mbH, Burghausen

Claudia Kühnel
Gienger München KG, Markt Schwaben

Adolf Willnhammer, Vincenzo Pisani
HEB Heimwerkermarkt GmbH & Co. KG, Erding

Uwe Paul
INTEGA Innovative Technologie für Gase und Anlagenbau GmbH, Kirchheim

Slavo Jurina
Klüber Lubrication München SE & Co. KG, München

Christian Rosenberger
LEIMER KG, Traunstein

Ulrike Ringering
Langmatz GmbH, Oberau

Markus Kammerbauer, Jürgen Stoll
LEDVANCE GmbH, Eichstätt

Konstantin Diakourakis
MULTIPOND Wägetechnik GmbH, Waldkraiburg

Rainer Gogolla, Stefan Schafleitner
RENOLIT SE Zweigniederlassung Thansau

Bernhard Schmid
Schattdecor AG, Thansau

Ronald Höhn
Schiedel GmbH & Co. KG, München

Joachim Jelitto, Joachim Kern
Siteco GmbH, Traunreut

Maria Kappelmeier
Sparkasse Freising

Thomas Pröckl, Silvio Schriefl
SPINNER GmbH, Feldkirchen-Westerham

Anita Loher
SPZ Service GmbH, Rohrdorf

Derk Brouwers
Tretter-Schuhe, Josef Tretter GmbH & Co. KG, München

Franco Arturi, Andreas Gaus, Toni Groos, Fridolin West
WISAG Produktionsservice GmbH

VERKAUFSFÖRDERUNG

Neukundenakquisition
Mobil: 0151 156 11 482
www.sales-agentur.de

UNTERNEHMENSBERATUNG

Biete Firmenkredit
Telefon 08141/888 24 13

WERBEARTIKEL

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

HALLEN- UND GEWERBEBAU



Hallen für Handwerk, Gewerbe und Industrie

Aumer Stahl- und Hallenbau GmbH
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
gewerbebau@aumergroup.de

www.aumergroup.de Aumer®

Wirtschaft Das IHK Magazin für München und Oberbayern

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

IMMOBILIEN

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

ZAUNANLAGEN

Vertriebsmarken: A1 ZAUN DISCOUNT, deutsche zauntechnik
Zaun- & Toranlagen
Jetzt auch in München!
089 4132605-1420
AOS STAHL®
www.aos-stahl.de

Spannender als ein Krimi. Lehrreicher als ein Management-Handbuch.

» *Eine schöne Mischung zwischen Mediengeschichte, Unterhaltung und unternehmerischen Grundsätzen.* «

Markus Wiegand
Kress Pro Medienfachverlag



Bekenntnisse aus der Praxis eines Unternehmers.

Eine Fundgrube für jeden, der in der Wirtschaft seine eigenen Wege gehen will.

Dirk Ippen schildert, wie aus einem kleinen Standortbetrieb ein deutschlandweit agierendes Medienunternehmen werden konnte.

Erhältlich im Buchhandel oder beim Verlag: www.societaets-verlag.de

ISBN: 978-3-95542-368-1
€ 20,00

SOCIETÄTS VERLAG





Zeichnung: Dieter Hanitzsch

IMPRESSUM

Wirtschaft –
Das IHK-Magazin für München und Oberbayern
76. Jahrgang, 1. April 2020
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, 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: totojang1977_stock.adobe.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: 114.836 (IVW III. Quartal 2019)
Zurzeit gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 76
vom 1.1.2020

AIGNER IMMOBILIEN



Für uns zählen Immobilien *und* Persönlichkeiten!

In vielen Bereichen des Lebens sind Charakter und Menschlichkeit ebenso wichtig wie Fachkompetenz und Erfahrung. Für uns als inhabergeführtes Maklerhaus gilt dies in besonderem Maße: Gerade weil Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in unserem Münchner Familienunternehmen als individuelle Persönlichkeiten wertgeschätzt werden, können sie ihre Expertise und ihr Können voll entfalten. Damit begeistern sie unsere Kunden, die beim Immobilienverkauf seit vielen Jahrzehnten auf die kompetenten und verlässlichen Spezialisten von Aigner Immobilien vertrauen. Denn sie spüren: Beim Immobiliengeschäft geht es für uns auch immer um die Menschen dahinter.

Verschaffen Sie sich in einem unverbindlichen Gespräch persönlich einen Eindruck von uns – wir nehmen uns gerne Zeit. Rufen Sie uns an:

Tel. (089) 17 87 87 - 8786

Aigner Immobilien GmbH | Ruffinistraße 26, 80637 München | www.aigner-immobilien.de | info@aigner-immobilien.de
Systemzentrale in Sendling | Filialen in Nymphenburg, Schwabing, Lehel, Bogenhausen, Pullach und Starnberg
über 130 qualifizierte Mitarbeiter | 30 Jahre Markterfahrung | firmeneigene Architekten & Gutachter

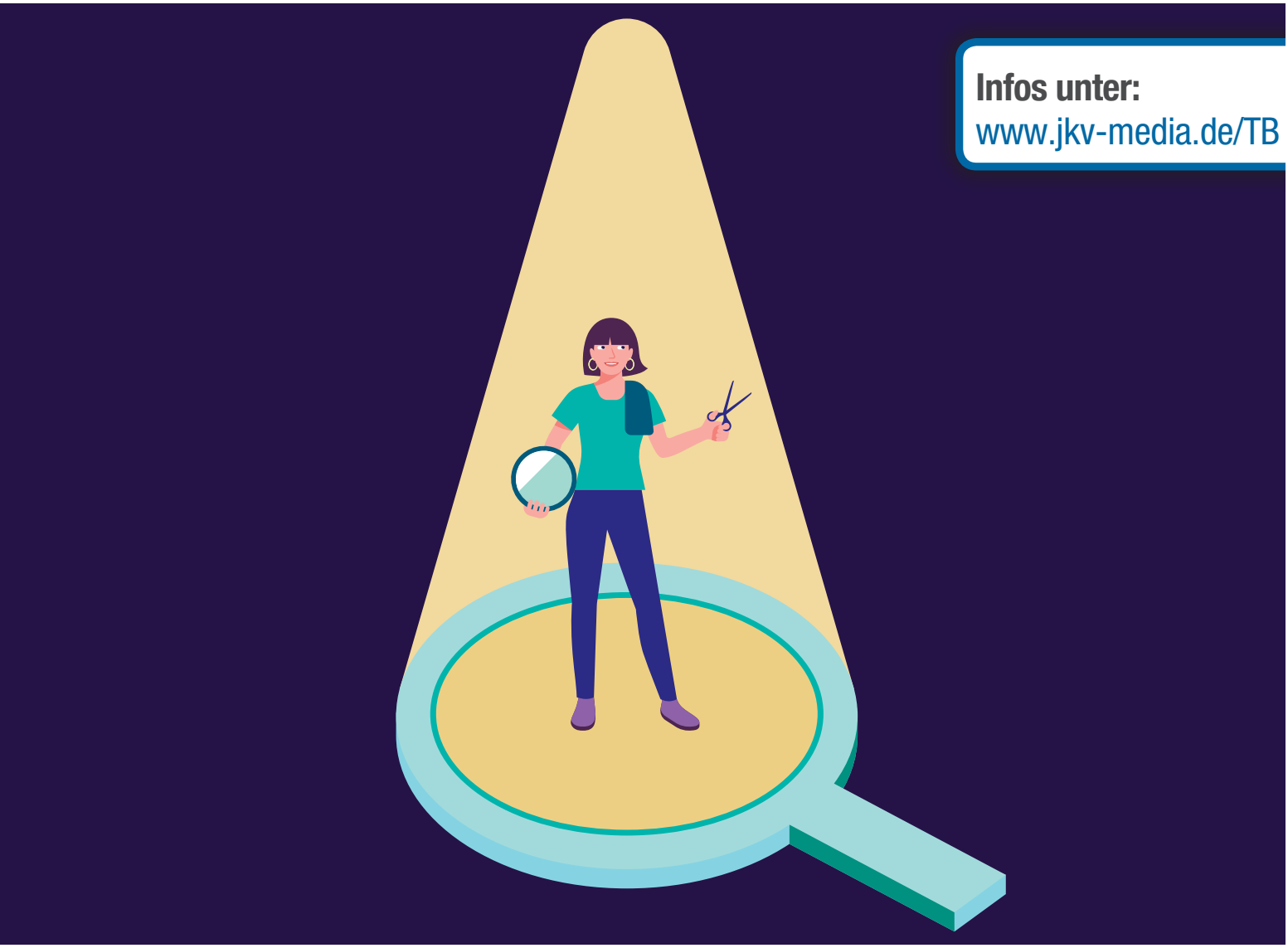
DasTelefonbuch

Alles in einem

Gefunden statt gesucht werden: Werben in Das Telefonbuch lohnt sich.

Denn 70 % der Nutzer greifen zu uns, um gewerbliche Anbieter zu finden.[1]

> In der App, Online und im Buch



Infos unter:
www.jkv-media.de/TB

JKV MEDIA
Keller Verlag

Ihr Verlag Das Telefonbuch

[1] Quelle: GfK-Studie zur Nutzung der Verzeichnismedien 2018, repräsentative Befragung von 16 Tsd. Personen ab 16 Jahren, Oktober 2018