www.ihk-muenchen.de

IHK

Das IHK-Magazin für München und Oberbayern

wirtschaft

10/2020



Umwelt-*Wirtschaft*

Nachhaltige Innovationen für den Klimaschutz aus Oberbayern

Auslandsgeschäft
In der Coronakrise sind Absatzmärkte weggebrochen – wie Firmen reagieren

Zwischenbilanz
Wie wirkt sich die Pandemie auf den Immobilienmarkt aus?

Einzelhandel
Marktplätze im Internet erfolgreich nutzen



FORD GEWERBEWOCHEN

FORD **FOCUS** TREND

1,0l EcoBoost 74 kW (100 PS) Benziner 6-Gang-Schaltgetriebe, Turnier u.a. mit LED Abblend- und Tagfahrlicht, schwarze Dachreling, Lederlenkrad und -schaltknauf, Klimaanlage, Pre- und Post-Collision-Assist, Audiosystem mit DAB+, Berganfahrassistent, Fahrspurassistent, u.v.m.

bei uns schon ab monatlich

€149,-[1]

FORD **KUGA** TITANIUM **PLUGIN-HYBRID**

2,5l Duratec PHEV 165 kW (225 PS) CVT-Automatikgetriebe, Park-Pilot vorn und hinten, Klimaautomatik, induktive Ladestation für Mobilgeräte, Ford SYNC 3, selektiver Fahrmodus-Schalter, Geschwindigkeitsregler, ISOFIX hinten außen, verschiebbare Rücksitzbank, u.v.m.

bei uns schon ab monatlich

€139,-[1]

	FOCUS	KUGA
Anschaffungspreis (zzgl. Fracht)[2]	18.739,50 €	33.487,40 €
einmalige Leasing-Sonderzahlung	0,00 €	4.500,00 €[3]
voraussichtl. Gesamtbetrag	5.364,00 €	9.504,00 €
Laufzeit	36 Monate	36 Monate
Gesamtlaufleistung	30.000 km	30.000 km

Kraftstoffverbrauch (in l/100 km nach § 2 Nrn. 5, 6, 6a Pkw-EnVKV in der jeweils geltenden Fassung): Ford Focus: 4,7 (kombiniert); 5,4 (innerorts); 4,3 (außerorts); CO_2-Emissionen: 109 g/km (kombiniert). CO_2-Effizienzklasse: A. Ford Kuga: 1,2 (kombiniert); CO_2-Emissionen: 26 g/km (kombiniert). CO_2-Effizienzklasse: A+. Stromverbraucht (kombiniert) kWh/100km: 15,8

Beispielfoto von Fahrzeugen der Baureihe. Die Ausstattungsmerkmale der abgebildeten Fahrzeuge sind nicht Bestandteil des Angebotes.
1) Alle Angaben zzgl. der gültigen gesetzlichen Mehrwertsteuer. Gilt für Gewerbekunden bei Vertragsabschluss für ein neues, noch nicht zugelassenes Fahrzeug gemäß Angebot bis 31.10.2020. Wir sind für mehrere bestimmte Darlehensgeber tätig und handeln nicht als unabhängiger Darlehensvermittler. Ein Gewerbekundenangebot der Ford Bank, Josef-Lammerting-Allee 24-34, 50933 Köln. Angebot gilt nur für Gewerbekunden (ausgeschlossen sind Großkunden mit Ford Rahmenabkommen sowie gewerbliche Sonderabnehmer wie z.B. Taxi, Fahrschulen, Behörden). Das Angebot stellt das repräsentative Beispiel nach §6a Preisangabenverordnung dar. 2) zzgl. Überführungskosten netto 594,83 € für den Ford Focus und netto 681,03 für den Ford Kuga. 3) entspricht dem Bundesanteil des BAFA Umweltbonus, für den eine Antragstellung und Bewilligung erforderlich ist.
Druckfehler, Irrtum und Änderung vorbehalten.

Automobilforum **Kuttendreier** *Just drive!*

Automobilforum Kuttendreier GmbH
1 **Hauptbetrieb mit Transit Center** • Drosselweg 21 • 81827 München
2 **Moosach mit Transit Center** • Dachauer Straße 463 • 80993 München
3 **FORD STORE | Solln** • Meglinger Str. 30-32 • 81477 München
4 **Berg am Laim** • Neumarkter Str. 80 • 81673 München
5 **Unterschleißheim** im Standort Auto Service Team • Hauptstr. 41 • 85716 Unterschleißheim

www.kuttendreier.de

Krise bewältigen – Eigenkapital stärken

Um den beispiellosen Coronaeinbruch abzufedern, hat die Politik massive Hilfsprogramme gestartet. Allein das 130 Milliarden Euro schwere Konjunkturpaket des Bundes umfasst 57 Einzelgesetze. Wie der Name »Konjunktur« schon sagt, handelt es sich aber meist um kurz- und mittelfristige Maßnahmen. Aber – leider – nicht um echte, dringend erforderliche Reformen. Der Kern unserer Standortschwächen bleibt bestehen:

(1) die komplexen bürokratischen Auflagen, Steuerregeln, Planungs- und Genehmigungsverfahren sowie
(2) die international nicht wettbewerbsfähigen Strom-, Steuer- und Sozialversicherungskosten.

Es ist zwar klar, dass sich die Politik aktuell darauf konzentriert, die akuten Folgen der Pandemie zu bekämpfen. Ebenso klar sollte aber auch sein, dass diese wirtschaftspolitischen Maßnahmen den nötigen Strukturwandel nicht behindern dürfen. Das gilt besonders für direkte staatliche Beteiligungen an Unternehmen. Die staatlichen Entscheidungsträger und die beauftragten Gremien müssen hier jeden politischen Eingriff sorgfältig prüfen. Und ihn, sollte er tatsächlich nötig sein, unbedingt zeitlich befristen. Schließlich existiert bereits eine Vielzahl von Staatsfonds: der Wirtschaftsstabilisierungsfonds des Bundes für Unternehmen mit mehr als 250 Beschäftigten, der zusätzliche BayernFonds für Betriebe mit 50 bis 250 Mitarbeitern, der Transformationsfonds Bayern für Firmen im automobilen, digitalen und grünen Umbruch sowie der Eigenkapitalschild Bayern für Start-ups und kleinere Mittelständler bis 75 Millionen Euro Umsatz.

Es ist gut, dass wir diese Schutzpakete haben. Wir sollten sie aber nicht noch weiter verästeln und verkomplizieren. Darin sind sich IHK, Handwerkskammern und bayerische Banken einig. Gemeinsam haben wir erarbeitet, was jetzt höchste Priorität hat: Viele bisher profitable Betriebe brauchen dringend frisches Eigenkapital. Die beste Lösung: Firmen dürfen Verluste umfassender als bisher mit früheren Gewinnen verrechnen. Derzeit ist ein Verlustrücktrag nur für 2019 möglich, er sollte aber rückwirkend bis 2017 erlaubt sein, besser noch bis 2015. Außerdem sollte der zulässige Höchstbetrag bei der Einzelveranlagung der vielen kleinen und mittleren Firmen in Bayern von fünf Millionen auf mindestens zehn Millionen Euro steigen.
Wohlgemerkt: Es geht nicht darum, Steuern zu sparen. Sondern darum, dass gesunde Unternehmen weiter investieren können, ohne bilanziell als überschuldet zu gelten.


Foto: Wolf Heider-Sawall

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

Alle Vorschläge zur jetzt erforderlichen Eigenkapitalstärkung im Mittelstand, zum Zusammenhang zwischen aktuellen wirtschaftspolitischen Maßnahmen und Strukturwandel sowie natürlich auch zur neuen Überbrückungshilfe finden Sie auf unserer Website www.ihk-muenchen.de. Wir sind für Sie da. Damit unsere Wirtschaft mit einem wuchtigeren Wumms aus der Krise kommt.

Ihr Manfred Gößl



TITELTHEMA

UMWELT

Oberbayerische Firmen arbeiten intensiv an Innovationen für mehr Klima- und Umweltschutz und suchen nachhaltige Lösungen – vom effizienten Stromspeicher bis zum Wasserstoffantrieb.



UNTERNEHMEN + MÄRKTE

FRAMOS

Das Taufkirchener Unternehmen ist ein Spezialist für Bildverarbeitung. Firmenchef Andreas Franz hat den Generationswechsel zu einer Neuausrichtung des Betriebs genutzt.



BETRIEB + PRAXIS

MARKTPLÄTZE

Für viele stationäre Geschäfte ist der Verkauf über E-Commerce-Marktplätze sinnvoll, so wie für Einzelhändlerin Christine Frehe-Reynartz. Wie funktioniert es am besten?



NAMEN + NACHRICHTEN

7 DIGITALISIERUNG
Studie: Einzelhändler nutzen Onlinevertrieb

UNTERNEHMERPROFIL

10 FRANZ BAUER /ALEXANDRA UNTERHOLZER
So wollen die Geschwister den Familienbetrieb Bauer Elektroanlagen in die digitale Zukunft führen

TITELTHEMA

12 UMWELTWIRTSCHAFT
Umwelt-Start-ups gedeihen in Oberbayern prächtig
16 PRAXISTIPPS
IHK-Ratgeberseite/Energie-Atlas/ IHK ecoFinder/Umfrage Ressourceneffizienz
18 GRÜNER SPRIT
Wie weit ist der Einsatz synthetischer Kraftstoffe in der Praxis?
20 INTERVIEW
Keyou-Marketingchef Jürgen Nadler über die Vorteile wasserstoffbasierter Antriebe
22 GEFÄHRLICHE STOFFE
Was Unternehmen über die RoHS-Richtlinie wissen sollten

STANDORTPOLITIK

24 IMMOBILIEN
Wie wirkt sich die Pandemie auf den Immobilienmarkt aus? Eine Zwischenbilanz
30 IHK AKTUELL
Sustainable Finance/Datenschutz-Tag
32 INNOVATIONEN
So treiben Unternehmen soziale Neuerungen voran
34 VALIKOM
Das Programm macht Kompetenzen von Menschen ohne Berufsabschluss sichtbar
36 DIGITALISIERUNG
Zukunftsoffensive: digitales Know-how aufbauen
38 IHK-WAHL 2021
Die Kandidatur startet am 30. Oktober

UNTERNEHMEN + MÄRKTE

40 AUSLANDSGESCHÄFT
Während der Coronakrise sind Absatzmärkte weggebrochen – was Firmen jetzt tun können

43 IHK AKTUELL
Prüfungsberichte: Abgabefristen beachten
44 NUNN-AUFZÜGE
Der 1920 gegründete Mittelständler hat eine spezielle Nische erfolgreich für sich erschlossen
46 AS LED LIGHTING
Der Anbieter von LED-Lichtsystemen setzt auf regionale Produktion, um weiter zu expandieren
48 FRAMOS
Gelungene Nachfolge mit Neuausrichtung

BETRIEB + PRAXIS

50 E-COMMERCE
Wie können Einzelhändler Marktplätze erfolgreich nutzen?
53 IHK AKTUELL
Gästeregistrierung/Weiterbildungspflicht
54 BUSINESS-VERANSTALTUNGEN
Praxis-Check für Sicherheits- und Hygienekonzepte
56 INTERVIEW
Klaus Dittrich, Chef der Messe München, über die Perspektiven der Branche
58 CORONA
Digitale Lösungen reduzieren den Aufwand für Schutzmaßnahmen
60 MOBILFUNK
Antennen auf dem Betriebsgelände – so verbessern Unternehmen die Erreichbarkeit

DA SCHAU HER

62 KABARETT UND KASPERLTHEATER
Nockherberg-Singspielautor Richard Oehmann und seine Projekte

RUBRIKEN

3 EDITORIAL
8 FIRMENJUBILÄEN
72 EHRUNGEN/FIRMENINDEX
73 VERANSTALTUNGEN
74 KARIKATUR/IMPRESSUM

Beilagenhinweis:
Aigner Immobilien (Teilbeilage), Rewe, WEKO Wohnen (Teilbeilage), WORTMANN

fb.com/ihk.muenchen.oberbayern
@IHK_MUC

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



Energieversorgung

Umfrage zur Spannungsqualität

Spannungseinbrüche und -schwankungen können zu Schäden an Produktionsanlagen und Qualitätseinbußen führen, das zeigt das Energiewendebarometer der IHK für München und Oberbayern. Danach gab 2019 knapp ein Drittel der Industriebetriebe in Bayern an, Stromausfällen unter drei Minuten ausgesetzt gewesen zu sein. 16 Prozent beobachteten Ausfälle von mehr als drei Minuten.
Um sich ein Bild zu machen, welche Anforderungen Unternehmen an die Spannungsqualität stellen, führt die Bundesnetzagentur eine Umfrage durch. An der freiwilligen Befragung können alle Industriebetriebe teilnehmen – auch Betriebe, die bisher keine oder nur geringe Auffälligkeiten der Spannungsqualität registriert haben oder diese aufgrund fehlender technischer Ausrüstung nicht registrieren konnten. Die Befragung läuft bis 31. Oktober 2020 unter: **www.bundesnetzagentur.de** – Button »Elektrizität und Gas« -> »Versorgungssicherheit« -> »Spannungsqualität«



Auch kurze Ausfälle können die Produktion beeinträchtigen

Foto: Kzenon_stock.adobe.com

Medientage München

Networking – digital und interaktiv

Die Medientage München finden erstmals als digitale Konferenz mit begleitender virtueller Expo, interaktiven Networking-Möglichkeiten und Kulturformaten statt. Start ist am 24. und 25. Oktober 2020 mit einer Mischung aus Entertainment, Kultur und Talks. Vom 26. bis 30. Oktober folgt ein fünftägiges Konferenzprogramm. Unter dem Motto »This is Media NOW« diskutieren Experten aktuelle Herausforderungen und Trends der Medienbranche. Themen sind neben TV und Marketing auch Apps & Skills, Artificial Intelligence, Cloud Services oder Recruiting & Employer Branding. Mitglieder der IHK für München und Oberbayern erhalten 25 Prozent Rabatt auf die Tickets. Bei der Anmeldung auf **www.medientage.de** bitte den Code *qeg1-mylt-ncxd* eingeben.

KURZ & KNAPP

Finanzanlagenvermittler

Neue Berufspflichten

Die neue Finanzanlagenvermittlungsverordnung (FinVermV) hat sich zum 1. August 2020 geändert. Sie regelt unter anderem das Taping und sieht erweiterte Berufspflichten vor. Informationen zur neuen FinVermV bietet die IHK-Website unter: **www.ihk-muenchen.de/Finanzanlagenvermittler**

Wohnimmobilien

Daten und Trends

Wie hoch sind die Baulandpreise? Was kosten gebrauchte Einfamilienhäuser im Vergleich zu neuen? Wie entwickeln sich Mieten und Preise? Die neu aufgelegte Broschüre der Bayerischen Landesbausparkasse (LBS) »Markt für Wohnimmobilien 2020« beantwortet diese und weitere Fragen mit Daten, Fakten und Trends. Die Broschüre gibt es unter: **www.lbs-markt-fuer-wohnimmobilien.de**

GründerRegio M

Richtungsweisend

Der »Wegweiser für Entrepreneure« von GründerRegio M bietet einen aktuellen Überblick über die Gründungsaktivitäten und -netzwerke in und um München. Der GründerRegio M e.V. vernetzt Gründungsinteressierte, Universitäten, Forschungseinrichtungen, Wirtschaftsverbände, Kapitalgeber, Inkubatoren und Unternehmen. Erstmals porträtiert der Wegweiser auch Start-ups, die sich mit innovativen Produkten und Dienstleistungen hervorgetan haben. Download unter: **www.muenchen.de – Suchbegriff »Wegweiser für Entrepreneure«**

Landkarte

Klick in die Zukunft

Die interaktive Landkarte zur Wirtschaft Digital will Unternehmen unterstützen, die ihre Digitalisierung vorantreiben. Das Angebot führt über 200 lokale Anlaufstellen sowie mehr als 50 Best-Practice-Firmen und Kontaktstellen für Fördermittel auf. Mit der Suche über Postleitzahlen, Branchen und Technologien lassen sich passende Informationen und Kontakte finden. **www.ihk.de/landkarte-digital**

PERSONALIA

ADAC Versicherung AG

Claudia Tuchscherer im Vorstand



Claudia Tuchscherer (48) wurde zum 1. September 2020 in den Vorstand der ADAC Versicherung AG, München, berufen. Sie ergänzt das Gremium im Rahmen der Nachfolge von Heinz-Peter Welter, der 2021 aus dem Vorstand ausscheidet. Tuchscherer wird die Bereiche Versicherungsbetrieb und Informationsmanagement sowie den kaufmännischen Bereich verantworten. **www.adac.de**

Siemens AG

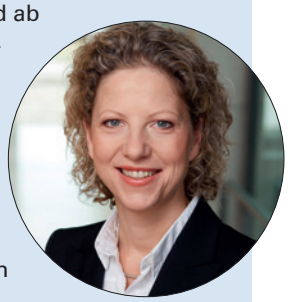
Judith Wiese ist Arbeitsdirektorin



Judith Wiese (49) hat am 1. Oktober 2020 als neues Vorstandsmitglied der Siemens AG, München, die globale Leitung des Personalressorts übernommen und fungiert als Arbeitsdirektorin. Darüber hinaus soll sie den Bereich Global Business Services (GBS) führen. **www.siemens.com**

Konzern Versicherungskammer

Neues Vorstandsmitglied



Katharina Jessel (45) wird ab 1. Januar 2021 neues Vorstandsmitglied für die Kranken- und Reiseversicherung im Konzern Versicherungskammer. Sie folgt in dieser Funktion Manuela Kiechle, die zum 31. Dezember 2020 in den Ruhestand geht. **www.vkb.de**

Fotos: privat, Siemens AG, Versicherungskammer



Foto: tonefotografia_stock.adobe.com

Bummeln und shoppen – neben dem Onlinehandel bleibt der stationäre Verkauf ein wichtiger Vertriebskanal

IHK-ibi-Handelsstudie 2020

Einzelhandel digitalisiert sich

Bereits jeder zweite Einzelhändler in Deutschland nutzt Onlinevertriebskanäle. Zu diesem Ergebnis kommt die Studie »Der deutsche Einzelhandel 2020« des Forschungsinstituts ibi research an der Universität Regensburg, die zusammen mit dem Deutschen Industrie- und Handelskammertag (DIHK) und 46 Industrie- und Handelskammern durchgeführt wurde. Dazu wurden deutschlandweit Einzelhändler aller Größenordnungen zum Einfluss der Digitalisierung befragt. Die Ergebnisse beleuchten unter anderem den digitalen Status quo des deutschen Handels, die Entwicklungen seit 2017 und die Bedeutung von Produktdatenmanagement und IT-Sicherheit.

Ein Ergebnis: Trotz der zunehmenden Bedeutung des Onlinehandels bleibt für den deutschen Einzelhandel das stationäre Ladengeschäft nach wie vor der wichtigste Vertriebskanal: 49 Prozent der befragten Händler verkaufen ihre Produkte ausschließlich stationär. 37 Prozent sind sowohl stationär als auch online unterwegs und nur 14 Prozent sind als reine Onlinehändler aktiv.

Digitale Anwendungen werden vor allem von mittleren und großen Händlern genutzt. Bei Anwendung und Know-how gibt es dabei deutliche Unterschiede zwischen kleinen und großen Anbietern. So stufen beispielsweise kleine Handelsunternehmen ihr Wissen rund um die Digitalisierung als schlechter ein als größere Firmen. Und: Je größer der Betrieb, desto mehr digitale Anwendungen werden genutzt.

Die vollständige Studie »Der deutsche Einzelhandel 2020 – zweite IHK-ibi-Handelsstudie« gibt es kostenfrei zum Download unter: **www.ibi.de/handelsstudie2020**

16 000

Elektrofahrzeuge wurden im August neu zugelassen – ein Anstieg um 222 Prozent im Vergleich zum Vorjahresmonat. Der Anteil der E-Fahrzeuge an den Neuzulassungen liegt damit bei 6,4 Prozent.

Quelle: Kraftfahrtbundesamt

Firmenjubiläen

Ihr Unternehmen begeht in diesem Jahr ein Jubiläum? Das ist auf jeden Fall ein Grund zum Feiern.



Foto: Fotolia©Prostock-studio

240 Jahre

Brauerei Schönram, Inhaber Alfred Oberlindober jun. e. Kfm.
Petting

Die Wurzeln der Brauerei lassen sich bis ins Jahr 1780 zurückverfolgen, damals erwarb Jakob Köllerer das Anwesen. Seither ist die Brauerei durchgehend in Familienbesitz. Zum Namenswechsel der Inhaberfamilie kam es, als vor dem Zweiten Weltkrieg Lisa Köllerer Alfred Oberlindober heiratete. Heute führt Alfred Oberlindober junior die Geschäfte.

120 Jahre

Rabl GmbH & Co. KG
Markt Indersdorf

Das Unternehmen startete als Huf- und Wagenschmiede. Zusätzlich konnten die Kunden Eisen- und Haushaltswaren sowie Fahrräder kaufen. Diese Produktpalette bietet die Rabl GmbH & Co. KG auch heute noch an. Der Familienbetrieb in Markt Indersdorf wird aktuell von Renate und Martin Rabl geleitet.

Foto: IHK



Die Geschäftsführer Renate und Martin Rabl mit Peter Fink, Vorsitzender des IHK-Regionalausschusses Dachau (v.l.)

110 Jahre

Dickow Pumpen GmbH & Co. KG
Waldkraiburg

Das Familienunternehmen begann mit der Herstellung von Wasserleitungen und Heizungsanlagen, kurz darauf kamen automatische Viehtränkebecken und Kreiselpumpen hinzu. 1946 wurde der Firmensitz nach Waldkraiburg verlegt, und das Unternehmen spezialisierte sich auf die Fertigung von industriellen Pumpen, die zum Beispiel in chemischen Anlagen, Tanklagern oder zur Meerwasserentsalzung verwendet werden. Den Betrieb leitet heute Jörg Bornemann.



Foto: Dickow-Pumpen

Geschäftsführer Jörg Bornemann (l.) mit Herbert Prost, Leiter der IHK-Geschäftsstelle Mühldorf

50 Jahre

State Street Bank International GmbH, München

Heinrich Bukszpan + Maximilian Bukszpan GbR, Taxi + Mietwagen München

IHK-Ehrenurkunde

Die IHK für München und Oberbayern würdigt unternehmerische Leistung mit einer kostenfreien Ehrenurkunde zum Firmenjubiläum. Die Urkunde wird individuell für das Unternehmen geschrieben.
Bei einem besonderen Jubiläum ab 50 Jahren überreicht die IHK die Urkunde nach Terminvereinbarung auch gerne persönlich. Bestellung unter: **www.ihk-muenchen.de/firmenjubilaeum**

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



Foto: Goran Gajanin/Das Kraftbild

DUKEN & v. WANGENHEIM



Off-Market. Zum besten Preis.
Die diskrete Art, zu verkaufen.

Der Off-Market-Verkauf ist ein besonderes Qualitätsmerkmal unseres Hauses. Immobilien vermitteln wir in diesem Rahmen gänzlich ohne öffentliche Werbetätigkeiten. Somit garantieren wir Ihnen absolute Diskretion und die Wahrung Ihrer Privatsphäre.

Dank unseres einzigartigen, sorgfältig gepflegten Kontaktnetzwerks aus vorgemerkten Kunden präsentieren wir Ihnen schnell den richtigen, seriösen Käufer. Wir gehen behutsam mit Ihren Werten um. Für Ihre maximale Zufriedenheit. Für Ihr Vertrauen.

So diskret war Immobilienverkauf noch nie.
Überzeugen Sie sich persönlich davon.

Sie wollen diskret verkaufen?

Erfahren Sie mehr in einem persönlichen Gespräch.

Wir freuen uns auf Ihren Anruf!
Telefon: 089 – 99 84 330



Gemeinsames Ziel – Alexandra Unterholzer und Franz Bauer, geschäftsführende Gesellschafter von Bauer Elektroanlagen

»Einer muss entscheiden«

Foto: Marion Vogel

Die Geschwister Franz Bauer und Alexandra Unterholzer führen das Familienunternehmen in eine digital strukturierte Zukunft und orientieren sich dabei an einer bewährten Firmenkultur.

HARRIET AUSTEN

Wie Geschwister ohne große Reibungsverluste ein Unternehmen führen? »Man muss zuerst die positiven Eigenschaften des anderen anerkennen, damit man optimal zusammenarbeiten kann«, sagt Alexandra Unterholzer (48). Ihr Bruder Franz Bauer (50) denkt kurz nach: »Am besten funktioniert es über das gemeinsame, übergeordnete Ziel: die Firma für die Zukunft bewahren, das eigene Ego zurückstellen.« Um den besten Weg dorthin zu finden, reden beide so lange miteinander, bis es keine Diskrepanzen mehr gibt. So hätten es schon die Eltern Franz senior und Franziska Bauer gemacht, »so halten wir es auch«, sagt der Junior.

In diesem Konsens, gepaart mit Pioniergeist, Innovationsfreude und Mut zum Risiko, hat sich die Bauer Elektroanlagen GmbH aus dem oberbayerischen Buchbach vom kleinen Handwerksbetrieb zu einem der größten inhabergeführten Unternehmen in der Elektrotechnik entwickelt. Die Firma beschäftigt 1450 Mitarbeiter, setzt rund 200 Millionen Euro um und besitzt 15 Standorte in Deutschland. »Wir haben den Eltern viel zu verdanken, sie sind unser Vorbild«, sagt Unterholzer. Den Vater bezeichnet sie als Querdenker, die Mutter als energisch-zupackende Frau. Beide sind noch beratend im Betrieb tätig.

Franz Bauer junior begann gleich nach dem Studium der Elektrotechnik als Projektleiter in der Firma: »Ich hatte keinen anderen Traumberuf.« Damals waren die Eltern mit dem Aufbau des ersten Standorts außerhalb Bayerns in Halle beschäftigt. Das Führungsvakuum im heimischen Buchbach bedeutete für den Sohn, sofort ins kalte Wasser zu springen – »ein gutes Training«, wie er findet. Dabei kam ihm zugute, dass er und seine Schwester »mit der Firma mitgewachsen« sind, früh im Ladengeschäft mitgearbeitet und Verantwortung übernommen haben. Als Stratege und Generalist – »ich bin eher der rationale Typ« – gelang es dem jungen Nachfolger, die erste turbulente Zeit zu bewältigen.

Seine Schwester fand über einen Umweg ins Unternehmen. Als die Mutter ihr den kaufmännischen Bereich im Familienbetrieb anbot, lehnte sie selbstbewusst ab: »Ich gehe meinen eigenen Weg, ich will es allein schaffen.« Sie studierte Betriebswirtschaft und absolvierte eine Reihe von Praktika im Journalismus und in der Öffentlichkeitsarbeit. Als sie merkte, wie sehr sie sich der Familienfirma verbunden fühlt, kehrte sie nach Buchbach zurück und baute zunächst das Projektcontrolling auf. Als sie zwei Kinder bekam, »zeigte meine Mutter mir, dass sich Familie und Beruf nicht gegenseitig ausschließen«, sagt Unterholzer. Sie betreibt als Chefin nun ebenfalls eine familienfreundliche Personalpolitik.

Organisch wachsen

Beide Geschwister sind geschäftsführende Gesellschafter in vierter Generation, wobei Unterholzer ihrem Bruder als Sprecher den Vortritt lässt: »Einer muss entscheiden.« Die Herausforderung besteht darin, die von den Eltern begonnene strategische Ausrichtung fortzuführen, dabei eigene Akzente zu setzen und das organische Wachstum voranzutreiben. Dazu gehören die überregionale Expansion, die Erweiterung des technischen Spektrums durch neue Bereiche wie Gebäudeautomation, Medientechnik oder erneuerbare Energien sowie der Ausbau der Serviceleistungen.

»Die breitere Basis ist von großem Vorteil und unser Alleinstellungsmerkmal«, sagt Bauer und peilt die nächste »tiefgreifende Veränderung« an: die Digitalisierung. Sie betrifft den Mittelständler in zweifacher Hinsicht. Wegen der zunehmenden Automatisierung von Gebäuden »schulen wir unsere Mitarbeiter in vernetzter Datentechnik und Netzwerkadministration«, sagt Bauer, der im Unternehmen für die Technik zuständig ist. Noch spannender findet er jedoch den Wandel in der internen Organisation. »Wir müssen die Prozesse ändern und in der digitalen Welt abbilden«, ergänzt Unterholzer.

Bei allen Veränderungen gelte es, die Mitarbeiter miteinzubeziehen, ist Unterholzer überzeugt: »Firmen, denen es gelingt, die Belegschaft so zu motivieren, dass sie ihr volles Potenzial entfalten kann, sind die Sieger.« Umsatz- und zahlengetrieben wolle man bei Bauer nicht sein. Teamgeist, Ehrlichkeit, Qualität – das seien die Tugenden des Handwerks, »und da kommen wir her«. Diese Wertekultur an allen Standorten zu etablieren, sieht sie als eine ihrer Aufgaben. Darauf basiert auch die Marke Bauer. Zu diesem Zweck wird das von Franziska Bauer entwickelte Leitbild gemeinsam mit den Mitarbeitern immer wieder aktualisiert. »Sich gegenseitig zu helfen und gemeinsam zu entscheiden«, bekräftigt Bauer, »ist auf unseren Baustellen und in der Verwaltung ein zentraler, bleibender Wert.« ■

www.bauer-netz.de

Zu den Personen

Franz Bauer studierte Elektrotechnik in Landshut und machte einen Master of Business Administration (MBA) in London. Er trat 1994 in vierter Generation in die 1911 gegründete Bauer-Elektroanlagen-Gruppe ein, wurde 1999 geschäftsführender Gesellschafter und Sprecher der Holding. Bauer ist verheiratet und hat sechs Kinder.

Alexandra Unterholzer studierte Betriebswirtschaft in Landshut und kam 1995 ins elterliche Unternehmen. Seit 2003 ist sie geschäftsführende Gesellschafterin und kümmert sich um Finanzen und kaufmännische Steuerung. Unterholzer ist verheiratet und hat zwei Kinder.

Junge Schrittmacher

Noch nie zuvor gab es so viele Start-ups in der oberbayerischen Umwelttechnologie. Sie punkten mit überzeugenden Klimainnovationen – und sorgen für frischen Wind am hiesigen Standort.

MONIKA HOFMANN



Foto: willyam_stock.adobe.com

Sie wollen die Energiewende vorantreiben, den Klimawandel bremsen oder die Lebensmittelindustrie umwelt- und tierfreundlicher gestalten. Dazu entwickeln sie engagiert, kompetent und kontinuierlich Innovationen. In München und in der Region hat sich eine große Zahl an Start-ups auf den Weg gemacht, mit Umwelttechnologie die Welt ein wenig besser zu machen. Die aktuelle Klimadebatte beschert den Umwelttechnologiefirmen jetzt zusätzlichen Schub. Inzwischen prägen so viele Start-ups wie noch nie zuvor die Entwicklung des Standorts mit. Und davon profitieren auch bereits etablierte Unternehmen.

»Gute Umwelt- und Klimapolitik muss immer auch Innovationspolitik sein. Das zeigen die Beispiele hier besonders deutlich«, sagt Norbert Ammann, Referatsleiter Umwelt, Energie, Rohstoffe bei der IHK für München und Oberbayern. Die Umwelttechnologie punktet in Bayern bereits seit mehr als drei Jahrzehnten mit ihrem starken Wachstum. Mit 4,7 Prozent aller Erwerbstätigen und einem Umsatz von rund 52 Milliarden Euro zählt sie neben klassischen Branchen wie dem Fahrzeug- oder dem Maschinenbau zu den Schlüsselbereichen der Wirtschaft im Freistaat, wie eine Studie des Bayerischen Wirtschaftsministeriums feststellt.



Hand in Hand – die Umweltbranche verbindet Nachhaltigkeit mit Innovationen

Erfolgsfaktoren des Standorts

»Wir haben hier einen besonderen Mix aus mittelständischen Unternehmen, die seit Jahrzehnten in der Branche tätig sind, etwa in der Abwasserreinigung oder Entsorgung, die auf ihrem langjährigen Know-how aufsetzen und sich auch gut im Ausland etablieren«, sagt IHK-Umweltexpertin Nicole Seyring. Zugleich gibt es eine sehr aktive Start-up-Szene, die Entwicklungen aufgreift und gezielt Lösungen entwickelt. Mit 17 Prozent ist der Anteil von umweltorientierten Firmen an allen Start-up-Gründungen in München beachtlich, bestätigt die jüngste Studie zur Umweltwirtschaft in der Region München.

Diese Mischung aus etablierten Betrieben und jungen Firmen bringt Ideen voran. »Smart-City-Lösungen beispielsweise befeuern Innovationen«, sagt IHK-Expertin Seyring. »Doch sie funktionieren nur, wenn klassische Umwelttechnologien und Digitalisierung zusammengebracht werden«. Auch die Kombination auf dem Arbeitsmarkt aus Akademikern, Ingenieuren und gut ausgebildetem Personal mit Berufen wie Solar-, Umwelt- oder Abfalltechniker trage maßgeblich zum Erfolg der Branche bei.

»Klima- und Umweltschutz ist eine gesellschaftliche Aufgabe, wobei die Entwicklungen für eine nachhaltige Energiewirtschaft und Mobilität die Umweltwirtschaft stark beeinflussen«, stellt IHK-Experte Ammann fest. Von Anfang an musste sich die Branche immer wieder neuen Herausforderungen und gesetzlichen Vorgaben stellen. Dass bayerische Firmen dabei so erfolgreich sind, komme nicht von ungefähr, so Ammann. Bereits 1970 richtete der Freistaat als erstes Bundesland ein eigenes Ministerium für Umweltschutz ein, der Bund folgte erst 16 Jahre später.

Klimaschutz – was ist zu tun?

Die bayerische Wirtschaft will zur Bekämpfung des weltweiten Klimawandels beitragen. Dabei ist es wichtig zu zeigen, dass moderne Klimaschutztechnologien nicht nur technisch möglich, sondern auch kosteneffizient einsetzbar sind und exportiert werden können.
Die IHK für München und Oberbayern hat in einem Positionspapier konkrete Forderungen für die Gestaltung der Klimapolitik aufgestellt. Sie reichen von der Maßgabe, bei Klimazielen global zu handeln, über die Forderung, den EU-Emissionshandel zu stärken, bis hin zur Aufforderung, den Klimaschutz im Verkehrssektor technologieoffen voranzubringen. Das IHK-Positionspapier ist abrufbar unter:
www.ihk-muenchen.de/positionen

Die bayerischen Firmen der Branche verkaufen heute ihre Technologien in die ganze Welt. Internationale Märkte spielen für sie eine wachsende Rolle – auch dies belegt die Studie des Wirtschaftsministeriums: Knapp ein Drittel des Umsatzes erzielen die Unternehmen im Ausland. Damit liegt der Internationalisierungsgrad zwar hinter sehr exportorientierten Branchen wie dem Fahrzeugbau (46 Prozent), aber bereits vor der Metallindustrie (26 Prozent). Und er wird weiter zunehmen, so die Studie. Die Firmen haben sich mit einem breiten Angebot innovativer Produkte zukunftsfähig aufgestellt, die Start-ups tragen einen wichtigen Teil dazu bei.
Die Zahl dieser jungen Firmen wächst stetig. Carsten Rudolph (56), Geschäftsführer des Investorennetzwerks BayStartUP, sieht die Ursachen dafür nicht nur in der Landes- und Bundespolitik, sondern vor allem auch in der Klimadebatte. »Ganz allgemein ist das Bewusstsein für solche Fragen gestiegen, inzwischen herrscht daher eine große Offenheit dafür – auch in eher traditionellen Firmen«, ist er überzeugt. Dies sei eine besonders wichtige Voraussetzung, um eine breite Nachfrage nach umwelttechnologischen Lösungen entstehen zu lassen und voranzutreiben. »Denn die Umwelt-Start-ups brauchen Geschäftspartner, Kunden und Investoren, die offen sind für diese Themen«, erklärt der BayStartUP-Geschäftsführer.
Mit ihren Ideen und Entwicklungen greifen die jungen Firmen den Trend zu mehr Nachhaltigkeit auf, der auch auf lange Sicht Erfolg verspricht. Gerade in Oberbayern stoßen sie dabei auf große Resonanz und ein tiefes Technologieverständnis bei Investoren und Unternehmen. »Damit verstärken sie diese Entwicklung«, argumentiert Rudolph. Das dürfte wohl auch für die Zeit nach der Coronakrise gelten.

Agile Netzwerke

Zugleich tragen agile Netzwerke wie BayStartUP dazu bei, die Start-ups mit Firmenkunden, Partnern und Investoren zusammenzubringen. Eine wichtige Rolle spielen auch die Hochschulen, die zunehmend zu umwelttechnologischen Fragen forschen. Oft münden diese Forschungsprojekte in Ausgründungen, in denen hochkompetente Spezialisten ihre Ideen zu marktreifen Produkten weiterentwickeln. Auch bei der Mitarbeitersuche werden die Firmengründer dank der zahlreichen Hochschulen meist fündig. Die Erfolgsfaktoren Oberbayerns fasst Rudolph so zusammen: »Es ist die fruchtbare Kombination von Mittelständlern, die sich bereits auf ihren Märkten positioniert haben, und Start-ups, die mit ihren Ideen für frischen Wind sorgen, sowie von guten Netzwerken und renommierten Hochschulen.«
Allerdings kennt der BayStartUP-Geschäftsführer auch die Herausforderungen, die der oberbayerische Standort mit sich bringt: Für wachsende Start-ups ist es schwierig, passende und erschwingliche Flächen zu finden. Zudem konkurrieren sie bei der Mitarbeitersuche mit Konzernen, die höhere Löhne zahlen. Hinzu kommt, dass vor allem junge Umwelttechnologiefirmen häufig sehr hohe Investitionen stemmen müssen, um ihre Produktionsanlagen zu finanzieren. »Investoren für so hohen Finanzierungsbedarf zu finden, ist auch an einem Standort wie München nicht ganz einfach«, so Rudolph.
Für die meisten Start-ups überwiegen jedoch die Vorteile. Ein wichtiger Punkt dabei: die weitverzweigten Netzwerke. In der Umweltwirtschaft ist der Austausch der Firmen untereinander, aber auch mit Wissenschaft und Forschung essenziell, weiß IHK-Expertin Seyring. Zudem arbeiten Firmen oft zusammen, um gemeinsame Lösungen für ein Problem anzubieten – bei der Abwasserreinigung sind das etwa die Anbieter von Belüftern, von Leitungsnetzen und von Messtechnik. Daher vernetzt zum Beispiel der Umweltcluster Bayern mit Sitz in Augsburg die Akteure aus Forschung und Entwicklung sowie aus den Kommunen mit der Umweltwirtschaft und schafft Plattformen für den Austausch. Er bietet kleinen und mittleren Firmen gezielte Unterstützung und wertvollen Dialog, gerade wenn es um Kooperationen für Innovationen oder Auslandsengagements geht. »Und das«, so Seyring, »sorgt für hilfreiche Impulse.«
Was dies in der Praxis bedeutet, zeigen drei Firmenbeispiele (s. S. 15). ■

IHK-Ansprechpartner zur Umweltwirtschaft
Nicole Seyring, Tel. 089 5116-1623
nicole.seyring@muenchen.ihk.de
Dr. Norbert Ammann, Tel. 089 5116-1392
norbert.ammann@muenchen.ihk.de

»Investoren zu finden, ist auch an einem Standort wie München nicht ganz einfach.«

Carsten Rudolph, Geschäftsführer des bayerischen Investorennetzwerks BayStartUP



Foto: BayStartUP

VoltStorage GmbH
Solarstrom nachhaltig speichern

Wie lässt sich Solarenergie effizient speichern? Das 30-köpfige Team des Start-ups VoltStorage GmbH hat dafür eine nachhaltige Antwort parat. Bislang mussten Solarbetreiber auf Lithiumspeicher zurückgreifen. Dieser Speichertyp sei aufgrund seiner ökologischen Nachteile zu hinterfragen, sagt VoltStorage-Geschäftsführer Jakob Bitner (33). »Zu stationären Speichersystemen gibt es umweltfreundlichere Alternativen.«

Bitner hat 2014 mit Michael Peither (31) und Felix Kiefl (31) in München VoltStorage gegründet, das seitdem rasant wächst. Ihre Vision: »100 Prozent der erneuerbaren Energien rund um die Uhr verfügbar zu machen – und so die Welt sauberer und fairer zu gestalten.« Das soll mit den von ihnen entwickelten und produzierten Solarstromspeichern auf Basis der Redox-Flow-Technologie gelingen. Dabei wird elektrische Energie in einer vanadiumbasierten Flüssigkeit chemisch gespeichert. Die US-Raumfahrtbehörde NASA hatte die Technologie bereits in den 1970er-Jahren entwickelt, seither kam sie jedoch nur in Großspeichersystemen für industrielle Zwecke zum Einsatz. »Zum ersten Mal weltweit machen wir diese Speicherlösung für Privathaushalte verfügbar«, sagt Bitner. Das ermöglicht ein eigens dafür entwickeltes und patentiertes, automatisiertes Produktionsverfahren der Redox-Flow-Batteriezellen. Damit etabliert das Start-up eine Speichertechnik, die ohne seltene Rohstoffe auskommt, recycelbar, sicher und langlebig ist sowie die Unabhängigkeit stärkt.



Foto: VoltStorage GmbH

Jakob Bitner, Geschäftsführer VoltStorage

»Für uns sind neben den guten Investoren- und Unternehmensnetzwerken unsere hochqualifizierten, hochmotivierten Mitarbeiter der wichtigste Erfolgsfaktor«, sagt Bitner. München sei ein geeigneter Standort, um die gesuchten Spezialisten, die aus aller Welt stammen, zu gewinnen und zu halten – »auch wenn wir als Start-up hier oft mit Konzernen konkurrieren, die hohe Löhne zahlen«, so Bitner. Daher soll auch das weitere Wachstum hier stattfinden: »Wir suchen bereits neue Flächen, was nicht so einfach ist.« Schon 2016 kamen Investoren dazu, später ermöglichte eine Crowdfundingkampagne, in kurzer Zeit rund eine Million Euro einzusammeln. »Inzwischen arbeiten wir daran, die Produktion hochzufahren, sodass wir die stark wachsende Nachfrage mit hoher Qualität bedienen können«, so Bitner. In der Energiewende sieht er eine große Chance: »Das Speichern von Strom, um Produktion und Verbrauch zu entkoppeln, ist ein wichtiger Baustein für ihr Gelingen – mit VoltStorage leisten wir unseren Beitrag dazu.«

Orbem GmbH
Tierwohl und Effizienz verbinden

Für mehr Nachhaltigkeit in der Geflügelindustrie kämpft das Garchinger Start-up Orbem. Geschäftsführer Pedro Gomez (30), ein Bioinformatiker, entwickelte mit Miguel Molina (35), ebenfalls Bioinformatiker, und der Tierärztin Maria Laparidou (35) sowie drei wissenschaftlichen Beratern eine Lösung für grundlegende Probleme der Geflügelindustrie: Männliche Küken legen keine Eier und setzen kaum Fleisch an, das wieder verkauft werden kann – sie werden daher millionenfach getötet. Zudem machen unbefruchtete Eier mit rund 15 Prozent einen erheblichen Anteil aller Eier aus. Frühzeitig erkannt, könnten sie etwa als Frühstückseier verwendet werden.

Die KI-gesteuerte Bildgebungstechnologie Orbem Genus untersucht die Eier berührungsfrei und sortiert sie automatisch nach Befruchtungsstatus oder Geschlecht des Kükens. »Damit lassen sich Milliarden von Eiern für den Verzehr in den Markt einführen, das Kükentöten vermeiden sowie Energie, Kosten und Abfall einsparen«, verspricht Gomez.

Die Technik setze bei Schnelligkeit, Kosten und Zuverlässigkeit neue Maßstäbe, urteilt die Bayerische Patentallianz in München (BayPAT), die Orbem bei der Patentierung begleitete. Beim Businessplanwettbewerb des bayerischen Investorennetzwerks BayStartUP erreichten die Unternehmer den dritten Platz. Das Orbem-Team, das an der TU weiter forscht, hat die Ausgründung erfolgreich hinter sich gebracht und bereits öffentliche Fördergelder und Preisgelder akquiriert. »Damit wollen wir unsere neue Technologie zur Marktreife entwickeln, um nicht nur hierzulande, sondern weltweit zu wachsen«, sagt Gomez. Erfolgsfaktoren sieht er in erster Linie in dem spezialisierten, internationalen Team und in den hiesigen Universitäts-, Investoren- und Unternehmensnetzwerken: »Das erlaubte uns einen guten Start und ermöglicht uns, weiter zu wachsen, weil wir hier kompetente Mitarbeiter und weitere Partner finden können.«

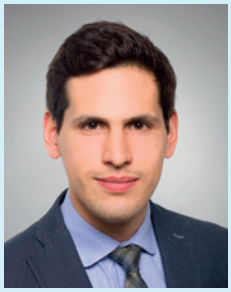


Foto: Orbem GmbH

Pedro Gomez, Geschäftsführer Orbem

Electrochaea GmbH
Strom ökologisch in Gas umwandeln

Seit dem Start hat das Planegger Unternehmen Electrochaea das internationale Geschäft im Blick. Die Firma begann 2010 als Ausgründung der Universität Chicago und wechselte 2014 nach Planegg. Mit ihrem internationalen Team hat sie rasch Investoren und Kunden aus aller Welt gewonnen, zunächst vor allem aus Oberbayern, der Schweiz, den USA, Dänemark und Schweden. »Unter unseren inzwischen 26 spezialisierten Mitarbeitern sind Talente zuhauf und zehn Nationen vertreten«, sagt CTO Doris Hafenbradl (50). »Und wir suchen weitere Spezialisten, die mit uns wachsen wollen.«

Electrochaea hat eine neuartige Power-to-Gas-Technologie zur Energiespeicherung und CO_2-Reduktion entwickelt. Sie wandelt abgeregelte und günstige Elektrizität aus erneuerbarer Energie in Methangas um, das die Betreiber direkt ins Erdgasnetz einspeisen können. Basis sind Mikroorganismen, sogenannte methanogene Archaeen, die sich durch außerordentliche Leistungsfähigkeit und Robustheit im industriellen Einsatz auszeichnen. Die Electrochaea-Technologie kann daher eine effiziente und ökologische Lösung sein, um erneuerbare Energie im großen Stil als Gas zu speichern. Sie entlastet zudem das Stromnetz und bindet Kohlendioxid.

»Jetzt sind wir so weit, dass wir unser Ziel, mehr Nachhaltigkeit bei den Stromspeichern zu schaffen, erreicht haben und vom Demonstrationsniveau in die kommerzielle Praxis übergehen können«, freut sich Hafenbradl. Zurzeit unterhält Electrochaea Demonstrationsanlagen in Dänemark, der Schweiz und den USA.



Foto: Electrochaea GmbH

Doris Hafenbradl, Technikchefin Electrochaea

Nun plant das Start-up Bioreaktoren mit wenigstens zehn Megawatt Strominput und weitere Großanlagen bis hin zu 150 Megawatt. »Darüber verhandeln wir gerade mit Interessenten aus Kalifornien«, sagt Hafenbradl.

Für das weitere Wachstum ist Planegg der perfekte Standort, findet sie: »Hier gibt es nicht nur bestens qualifizierte Bewerber und zahlreiche Talente, sondern auch einen intensiven Austausch und Kooperationsmöglichkeiten mit den Firmen vor Ort.« Und sie betont: »Für weltweite Wachstumspläne ist Oberbayern wegen seiner Infrastruktur, Lage und Attraktivität ohnehin ein besonders geeigneter Ausgangspunkt.«

Klimaschutz & Energiewende: IHK-Ratgeberseite informiert

Klimaschutz und Energiewende spielen für die Zukunft von Betrieben eine wichtige Rolle und beeinflussen auf vielfältige Weise die Geschäftstätigkeit und die Wettbewerbsfähigkeit. Sie können zwar höhere Kosten oder bürokratischen Aufwand verursachen, gleichzeitig aber auch neue Chancen eröffnen.

Die IHK für München und Oberbayern informiert im Internet auf ihrer neuen Ratgeberseite über alle betrieblich relevanten Themen in den Bereichen Klimaschutz und Energiewende. Unternehmen finden hier unter anderem Informationen zu aktuellen politischen Vorhaben, erhalten einen Überblick über geltendes Energierecht oder nützliche Tipps für den Einstieg in das Treibhausgas- oder Energiemanagement. Der aktuelle Ratgeber »Klimaschutz und Energiewende« kann abgerufen werden über:
www.ihk-muenchen.de/de/Service/Klimaschutz-Energiewende



Fragen zum betrieblichen CO_2-Management? Der IHK-Ratgeber informiert zu diesem und zu weiteren Themen

Neuer Leitfaden: Energetische Modernisierung in Zeiten von Corona

ENERGIE-ATLAS BAYERN

Konkrete Hilfe für Unternehmen in der Pandemie: Wie können Firmen die Coronakrise nutzen, um jetzt Maßnahmen für mehr Energieeffizienz erfolgreich anzugehen? Der neue Leitfaden »Energetische Modernisierung in Zeiten von Corona – Energieeffizienz in Betrieben als Chance« will dazu praktische Anregungen und Tipps geben.

Das Bayerische Landesamt für Umwelt und das Bayerische Wirtschaftsministerium haben in Kooperation mit dem Bayerischen Industrie- und Handelskammertag (BIHK) und weiteren Verbänden Maßnahmen zusammengetragen, die gerade für die jetzige Zeit besonders geeignet sind. Die Publikation gibt es über den Energie-Atlas Bayern im Internet: **www.energieatlas.bayern.de/energieatlas/neu/240.html**

IHK ecoFinder: Experten für Umwelt und Energie

Mit dem IHK ecoFinder (früher UMFIS), Deutschlands größtem Portal für die Umwelt- und Energiebranche, finden Unternehmen genau die Firma, die ihre Anforderungen erfüllt. Der ecoFinder gibt einen bundesweiten Überblick über Dienstleister, Berater, Hersteller und Händler aus diesen Branchen. Neben den klassischen Sparten enthält die Plattform jetzt auch Anbieter von medizinischen Schutzausrüstungen.

Unternehmen können sich komfortabel und kostenlos im ecoFinder mit ihrem Leistungsspektrum registrieren und profitieren von der Bewerbung dieser Plattform durch die 79 Industrie- und Handelskammern in ganz Deutschland.
www.ihk-ecofinder.de

Ressourceneffizienz: Umfrage startet!

Wie gehen Unternehmen mit dem Thema Ressourceneffizienz um? Dies will das Ressourceneffizienz-Zentrum Bayern (REZ) in einer kurzen Umfrage ermitteln. Das REZ unterstützt gemeinsam mit den bayerischen IHKs ressourceneffizientes Wirtschaften im Unternehmen und möchte sein Informationsangebot weiter verbessern. Dabei soll die Umfrage, die in Kooperation mit der Nachhaltigkeitsberatung akzente durchgeführt wird, helfen.

Interessierte können bis 2. November 2020 an der Umfrage teilnehmen. Sie nimmt wenige Minuten Zeit in Anspruch und ist abrufbar unter:
umfrage-rez.akzente.de

Den Corona-Marathon durchhalten

Hilfreiche Tipps für Selbständige

von Herbert Maier

Alle hatten gehofft, es gehe schnell vorbei. Aber von der Gesundheitskrise kamen wir direkt in die Wirtschaftskrise. Die Corona-Krise ist kein Sprint, sie ist ein Marathon. In Bayern beantragten binnen zwei Monaten rund 490.000 Soloselbstständige und Kleinunternehmen Soforthilfen. Die Commerzbank bearbeitete deutschlandweit innerhalb weniger Wochen über 18.000 KfW-Kreditanträge. Und das war erst der Anfang. Die langfristig wichtigsten Handlungsfelder für Selbständige: Zahlungsfähigkeit sichern, Kosten senken, Einkünfte stabilisieren. Hier ein Überblick über effektive Maßnahmen:

> Die langfristig wichtigsten Handlungsfelder für Selbständige: Zahlungsfähigkeit sichern, Kosten senken, Einkünfte stabilisieren.

Zahlungsfähigkeit braucht Planung

Die staatlichen Soforthilfen waren eine wichtige Liquiditätsspritze. Kurzarbeit hilft sehr. Aber dauerhafte Zahlungsfähigkeit bedarf konsequenter Planung aller Ein- und Ausgaben auf Monate im Voraus. Nur so lassen sich drohende Liquiditätslücken erkennen. In Absprache mit der Bank können rechtzeitig Kreditlinien angepasst und finanzielle Engpässe mittels Kontokorrentkredit überbrückt werden.

Reden hilft beim Kostensenken

Sind lange Durststrecken absehbar, sollten Kontokorrentkredite durch Kredite mit längerer Laufzeit und niedrigeren Zinsen abgelöst werden. Es lohnt sich, das Thema aktiv bei der Bank anzusprechen. „Drüber reden" hilft oft auch an anderer Stelle: Viele Vermieter zeigen sich bereit, die Miete zumindest teilweise zu stunden, bis das Geschäft wieder läuft.

Druck machen für schnelle Bezahlung

In Krisenzeiten sind Selbständige auf fristgerechte Bezahlung angewiesen. Konsequent mahnen und schnelle Zahlung mit Skonto belohnen – das sind einfache Maßnahmen. Für manche Selbständige (je nach Branche) ist auch der Verkauf ihrer Forderungen, das Factoring, eine gute Lösung. Factoring-Dienstleister überweisen den Rechnungsbetrag abzüglich einer Abwicklungsgebühr sofort aufs Konto.

Herbert Maier ist Marktregionsleiter Unternehmerkunden Süd bei der Commerzbank AG. In dieser Funktion hilft er den mehr als eine Million Unternehmerkunden der Commerzbank durch diese schwierige Zeit.



Grüner Sprit

Synthetische Kraftstoffe könnten herkömmliche fossile Energieträger wie Benzin und Diesel im Prinzip ersetzen. Doch wie steht es um ihre Einsatzmöglichkeiten in der Praxis? Ein Überblick.

JOSEF STELZER

Elmar Kühn steigt um. Der Hauptgeschäftsführer des Uniti Bundesverbands mittelständischer Mineralölunternehmen wird seinen VW-Bus ab nächstem Jahr nicht mehr mit normalem Diesel betanken, sondern zu hundert Prozent mit synthetischem Kraftstoff. »Am Motor oder sonstigen Fahrzeugbauteilen«, so Kühn, »muss für E-Fuel nichts umgestellt oder erneuert werden.«
Ein Umstieg mit Vorbildcharakter? Synthetische Kraftstoffe, die sogenannten E-Fuels, bieten zahlreiche Vorteile. Allerdings sind sie in der Herstellung noch teuer.



E-Fuel kann normalem Dieselkraftstoff beigemengt werden

Foto: siam_stock.adobe.com

Mehrstufiges Verfahren

E-Fuels entstehen in einem mehrstufigen Produktionsverfahren. Aus der Atmosphäre gefiltertes Kohlendioxid (CO_2) wird mit Wasserstoff (H2) zu einem synthetischen Treibstoff zusammengeführt. Der Herstellungsprozess mit der Aufspaltung von Wasser in Sauerstoff und in Wasserstoff benötigt allerdings viel Strom, der daher möglichst nur über regenerative Energiequellen wie etwa Sonne, Wind- und Wasserkraft erzeugt werden sollte.
»Weil bei der Verbrennung von E-Fuel im Motor genauso viel CO_2 entsteht, wie der Atmosphäre vorher bei der Kraftstoffproduktion entnommen worden ist, fahren wir mit regenerativer Energie praktisch hundertprozentig CO_2-neutral«, so Kühn. »Zudem werden erheblich weniger Rußpartikel freigesetzt als mit dem üblichen Diesel, Verbrauch und Motorleistung aber bleiben unverändert.«
Derzeit bereiten 27 Uniti-Mitgliedsunternehmen, darunter die Ottobrunner Bavaria petrol GmbH & Co. KG, den Einstieg in das E-Fuel-Geschäft vor. Der Produktionsstart ist für das zweite Quartal 2021 geplant. Anfangs sollen bei der Frankfurter Hoechst AG jährlich rund 170 000 Liter synthetischer Sprit hergestellt werden.
»Zunächst wollen wir den Treibstoff zusätzlich anbieten«, sagt Geschäftsführer Markus Kerndl (42). An einer ausgewählten Tankstelle wird er monatlich einige tausend Liter dem normalen Diesel beimengen. Der E-Fuel-Anteil dürfte bei 20 Prozent pro Liter liegen. »Später können es auch mehr sein, nachdem die Gesetze und Normen entsprechend angepasst worden sind«, so Kerndl. Bavaria petrol betreibt bundesweit 30 Tankstellen, 18 davon in Bayern.

Darum geht's

- E-Fuels sind synthetische Kraftstoffe, die mithilfe von Strom aus Wasser und Kohlendioxid hergestellt werden.
- Im Vergleich zu herkömmlichen Kraftstoffen setzen sie geringere Mengen von CO_2 frei.
- Erste Unternehmen mischen E-Fuels ab 2021 herkömmlichem Kraftstoff bei.

Die flüssigen E-Fuels eignen sich im Prinzip für alle klassischen Verbrenner, die Diesel oder Benzin benötigen. Zudem lässt sich der synthetische Kraftstoff genauso gut transportieren wie fossile Energieträger. Dabei ist die bestehende Infrastruktur mit Pipelines, Tankstellennetz, Tankwagen sowie Speicheranlagen nutzbar. »E-Fuels können einen Beitrag zum Klimaschutz leisten und sind langfristig die sinnvollste Art, um die individuelle Mobilität zu erhalten«, ist Kerndl überzeugt.

Mehr noch: »Auch Lkws im Schwerlastverkehr und andere Nutzfahrzeuge, für die sich Elektroantriebe meist nur eingeschränkt oder überhaupt nicht eignen, sowie Schiffe und Flugzeuge lassen sich mit E-Fuels wie gewohnt einsetzen«, sagt Simon Pichlmaier (30), der beim Münchner Institut Forschungsstelle für Energiewirtschaft e.V. (FfE) das vom Bundeswirtschaftsministerium geförderte Forschungsprojekt »BEniVer-Begleitforschung Energiewende im Verkehr« leitet. Die FfE untersucht im Rahmen des Projekts die Herstellung und Verwendung strombasierter Kraftstoffe.

Pichlmaier hält es jedoch für wenig sinnvoll, in großem Umfang E-Fuels in Deutschland zu produzieren, weil hierzulande der Anteil an fossilen Energieträgern bei der Stromerzeugung hoch ist: »Viel besser geeignet sind beispielsweise Regionen in Südeuropa und Nordafrika, die aufgrund der weitaus höheren Zahl an Sonnenstunden die Möglichkeit bieten, die Kraftstoffe mit Strom aus Photovoltaikanlagen zu produzieren.«

Andernorts untersuchen Forscher ebenfalls das Potenzial synthetischer Kraftstoffe. Auf dem Gelände des Karlsruher Instituts für Technologie (KIT) steht die weltweit erste Versuchsanlage, die »grünen Sprit« mit CO_2 aus der Umgebungsluft und Strom aus erneuerbaren Energien erzeugt. Zunächst produziert die Anlage ein Gemisch, das sowohl Diesel und Benzin als auch Kerosin enthält. Später soll die Anlage flexibel alle drei Kraftstoffe in Reinform herstellen. Anfang November 2019 wurde das erste 200-Liter-Fass abgefüllt. Mit einer solchen Anlage, die kaum größer ist als ein Schiffscontainer, und mit Strom aus Sonnenenergie, Wind- und Wasserkraft lässt sich praktisch an jedem Ort klimaneutraler Sprit herstellen.

Weniger Treibhausgase

Auf E-Fuel setzt auch Reiner Mangold, Leiter Nachhaltige Produktentwicklung bei der Audi AG in Ingolstadt. Der entscheidende Umweltvorteil aller gasförmigen und flüssigen E-Fuels sei die deutliche Reduzierung der Treibhausgasemissionen. Eine Mischung aus hocheffizienten Elektro- und Hybridfahrzeugen, die mit E-Fuel betankt werden, könnte seiner Ansicht nach eine »ideale Lösung« für das Fahrzeugangebot der Zukunft sein, zusätzlich komme der Brennstoffzellenantrieb infrage. Allerdings liegen die Produktionskosten für synthetische Kraftstoffe noch um ein Mehrfaches über denen für fossile Energieträger. Erst bei gravierend steigenden Produktionsmengen aus industriellen Großanlagen wird der Kostenaufwand deutlich sinken.

Ein weiteres Hindernis für einen Markthochlauf: »Durch E-Fuels erzielte Treibhausgasminderungen werden bislang nicht auf die CO_2-Flottenemissionen angerechnet«, erklärt Mangold. »Einzig in der Schweiz ist derzeit ein Gesetz vorgesehen, das die CO_2-Minderung nachhaltiger Kraftstoffe in die Flottenbilanz der Autohersteller einbezieht.« Elektroautos hingegen fließen in die Flottenberechnung der CO_2-Emissionen mit null Gramm ein. Für Fahrzeughersteller sind die Elektroautos somit ein überaus wirksamer Hebel zur Minderung der flottenspezifischen Emissionen, die die EU vorschreibt. ■

IHK-Ansprechpartner zu synthetischen Kraftstoffen

Dr. Norbert Ammann, Tel. 089 5116-1392
norbert.ammann@muenchen.ihk.de
Birgit Petzold, Tel. 089 5116-2057
birgit.petzold@muenchen.ihk.de

Ihr Schmierstoff-Partner für Gewerbe, Industrie und Landwirtschaft.

Motorenöle
Getriebeöle
Hydrauliköle
Schmierfette
Betriebsstoffe und AdBlue®
Industrieprodukte und -technik
Kühlschmierstoffe
Spezialschmierstoffe
Liquid-Management

Castrol ARAL Quaker Houghton

DIERMEIER
VOLLER ENERGIE

08 00 - 3 43 76 34
kostenfrei aus dem deutschen Festnetz

www.diermeier-energie.de
schmierstoffe@diermeier-energie.de

Diermeier Energie GmbH | Mahkornstraße 14 | 94315 Straubing



Saubere Mobilität für alle

Die Keyou GmbH aus Unterschleißheim hat sich auf wasserstoffbasierte Antriebslösungen spezialisiert, mit denen aus konventionellen Motoren emissionsfreie werden. Wie weit das Unternehmen dabei schon gekommen ist, erklärt Chief Marketing Officer Jürgen Nadler.

Herr Nadler, Keyou wagt sich mit der Entwicklung wasserstoffbasierter Antriebstechnologie auf wenig erschlossenes Terrain. Welche Vision verfolgen Sie dabei?
Die Politik strebt eine völlige Dekarbonisierung der Mobilität bis 2050 an. Dies wurde zuletzt im Green Deal der EU erneut betont. Unser Antrieb ist es, mit unserer Technologie zur Erreichung dieses Ziels beizutragen und in einem zunehmend klimabewussten Gesellschafts- und Wirtschaftssystem eine saubere und nachhaltige Mobilität für alle langfristig zu ermöglichen.



Foto: Karl Kramer (Pictureman)

»Sehr nah am Diesel – nur eben CO_2-frei«
Keyou-Marketingchef Jürgen Nadler

Warum setzen Sie dabei gerade auf Wasserstoff?
Erneuerbar produziert, kann Wasserstoff mittels Sonne und Wasser einen nachhaltigen Energie- und Mobilitätskreislauf auf Dauer schließen. Wir wollen Fahrzeug- und Motorhersteller befähigen, emissionsfreie Wasserstoffmotoren auf den Markt zu bringen – wirtschaftlich, CO_2-frei und alltagstauglich. Fahrzeuge, die unsere Technologie verwenden, gelten nach heutigen EU-Richtlinien als »Zero Emission«. Als Qualitätsmerkmal dürfen wir es dabei aber nicht belassen, wenn die Technologie sich etablieren soll. Bezogen auf alle Leistungsdimensionen, gilt der Dieselmotor für uns als Benchmark.

Was heißt das konkret?
In Anwendung und Wirkung ist Wasserstoff als Antriebsmittel für Motoren sehr nah am Diesel – nur eben CO_2-frei. Er erzielt vergleichbare Ergebnisse in Robustheit, Nutzlast und Reichweite. Das macht diese Antriebsform alltagstauglich und damit sehr attraktiv, vor allem für die Nutzfahrzeugbranche, in der andere alternative Antriebe derzeit an ihre Grenzen stoßen. Als Anhaltspunkt: Für Stadtbusse mit Wasserstoffmotor sind mehr als 350 Kilometer Reichweite, auch im Winter, kein Problem. Dabei verursacht unser Brennverfahren keine Treibhausgas-Emissionen. Da Wasserstoff keinen Kohlenstoff enthält, entsteht bei der Verbrennung nur Wasserdampf.

Sie führen aber auch noch andere Vorteile von Wasserstoff an.
Die Energie- und Klimawende fordert Stromspeicher, deren Kosten tragbar und deren Kapazitäten ausreichend sind, um eine immer volatilere Produktion aus erneuerbaren Energiequellen auszutarieren. Wasserstoff weist eine hohe Energiespeicherdichte auf. Wasserstoffspeicher sind zudem kosteneffizient sowie vergleichsweise rohstoffarm. Die Herstellung von Wasserstoff selbst kann durch gezielte Forschung und Entwicklung stetig kostengünstiger und umweltschonender werden. Perspektivisch kann Wasserstoff auf Basis von erneuerbar erzeugtem Strom klimaneutral produziert werden. Außerdem fällt er als Nebenprodukt in industriellen Prozessen an.

Warum setzen Ihre Lösungen an konventionellen Verbrennungsmotoren an?
Das ist ein weiterer Pluspunkt. Konventionelle Verbrennungsmotoren und Getriebe benötigen keine seltenen Erden in der Produktion, die Produktionsprozesse sind langjährig erprobt und optimiert. Motoren- und Fahrzeughersteller können bei Weiternutzung ihrer Infrastrukturen und ihres Know-hows die Mobilitätswende sinnvoll mitgestalten und ihren Kunden aufgrund der kosteneffizienten Produktion ein wirtschaftlich attraktives Endprodukt anbieten, ohne milliardenschwere Investitionen.

Wie hoch schätzen Sie das Potenzial für den Klimaschutz dabei?
Rund 99 Prozent der jährlich weltweit 70 bis 80 Millionen produzierten Fahrzeuge werden mit Verbrennungsmotoren ausgestattet, auf die unsere Technologie anwendbar ist. Allein das lässt erahnen, was wir theoretisch erreichen können. Würde man die derzeit aus industriellen

Foto: Keyou GmbH



Alternative für die Nutzfahrzeugbranche – Lkw mit Wasserstoffmotor

Prozessen und erneuerbar erzeugtem Überschussstrom gewinnbare Wasserstoffmenge als Antriebsmittel für unsere Technologie einsetzen, könnten 40000 Nutzfahrzeuge betrieben werden – eine Einsparung von circa 25 Millionen Tonnen CO_2.

Wie weit sind Sie von dieser Vision noch entfernt?

Bis sich Wasserstoff als Kraftstoff der Zukunft in der Breite durchsetzt, wird es noch etwas dauern. Nicht zuletzt, weil es dafür auch eines Vorankommens bei den notwendigen politischen und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen bedarf, wie der passenden Infrastruktur, gesetzlichen Regelungen und Akzeptanz. Auch der Preis von Wasserstoff spielt eine entscheidende Rolle. Im Vergleich zum Diesel ist er aktuell noch zu hoch, um wettbewerbsfähig zu sein. Angesichts der neuen Wasserstoffstrategie der Bundesregierung ist jedoch davon auszugehen, dass sich dies ändert. Wie schnell, hängt von der Entwicklung in Politik und Gesellschaft ab. Steigt die Nachfrage nach wasserstoffbasierten Fahrzeugantrieben rasch, wirkt sich das natürlich auch positiv auf den Preis aus. Genauso wie Fortschritte in der Wasserstoffherstellung.

Und wie fortgeschritten ist die Entwicklung der Technologie selbst?

Was unser Produkt betrifft, haben wir eine wichtige Etappe bereits gemeistert. Auf dem Prüfstand konnten wir den derzeit effizientesten Wasserstoffmotor der Welt zeigen. Technisch sind wir also grundsätzlich so weit, ihn jetzt anzuwenden. Mit unseren Motorenpartnern wollen wir deshalb schnellstmöglich erste Fahrzeuge auf die Straße bringen. Derzeit fügen wir noch die letzten Puzzleteile zusammen. Mit dem Deutz-Prototyp-Motor sind wir am weitesten. Eine Endanwendung in einem Stadtbus oder Lkw bietet sich hier an, Pilotprojekte sind definiert. Parallel arbeiten wir an weiteren Motoren für verschiedene Hersteller.

In welchen Bereichen würden Sie sich mehr Unterstützung wünschen?

Als Start-up sind wir besonders auf die Unterstützung und auch Risikobereitschaft aller Stakeholder angewiesen. Das Vertrauen, das uns unsere Investoren bereits entgegenbringen, ist für uns Gold wert. Aber auch von der Politik wünschen wir uns Rückendeckung, damit wir unsere Idee weiterentwickeln können und sie sich am Markt etablieren kann.

Dass die Entwicklung von Power-to-Gas-Anlagen politisch gezielt vorangetrieben wird, ist zum Beispiel ein Schritt in die richtige Richtung. Allerdings nützt es uns in der Praxis wenig, dass mittlerweile überall »Technologieoffenheit« gepredigt und Fördertöpfe gefüllt werden, aber es oftmals mit der Umsetzung nicht so einfach klappt. Am Ende kommt es vor allem auf konkret spürbare Unterstützung an.

Ein Beispiel: Im Bundesverkehrsministerium haben wir vor mehr als einem Jahr eine Projektskizze für Entwicklung und Aufbau von Lkw verschiedener Klassen eingereicht und trotz mehrmaliger Nachfrage lange Zeit gar keine Rückmeldung erhalten. Die Bedeutung des Wasserstoffmotors für den Klimaschutz, aber auch als evolutionäre Fortsetzung der deutschen Technologieführerschaft im Verbrennungsmotor, scheint noch nicht überall angekommen zu sein – auch wenn wir mittlerweile vom Ministerium ein positives Signal bekommen und die Zusage auch von einem europäischen Förderprojekt erhalten haben. ■



Nur mit CE-Zeichen

Die RoHS-Richtlinie betrifft Elektro- und Elektronikgeräte jeglicher Art – und damit viel mehr Betriebe als ihre Vorgängerrichtlinie. Sie soll die Verwendung gefährlicher Stoffe eindämmen. Was Unternehmen wissen sollten.

EVA MÜLLER-TAUBER

Gut ein Jahr ist die Schonfrist bereits vorbei. Seit dem 21. Juli 2019 müssen Unternehmen die Vorgaben aus der RoHS-Richtlinie (2011/65/EU, umgangssprachlich »RoHS 2«) umsetzen. Doch noch immer herrscht Unsicherheit. Manche Firmen wissen nicht einmal, dass sie von dieser Richtlinie betroffen sind. »Unklarheit besteht zudem häufig hinsichtlich Aktualität und Umfang der Stoffangaben. Unternehmen fürchten, eine unzureichende Dokumentation ihrer Lieferanten könne ihr Qualitätsmanagement negativ beeinflussen«, sagt Sabrina Schröpfer, Umweltreferentin bei der IHK für München und Oberbayern. »Im Gegenzug dazu finden viele Händler oder Hersteller, dass ihre Lieferanten unnötigerweise übermäßig viele Informationen einfordern«. Um Klarheit zu schaffen, hier eine Übersicht der zentralen Punkte rund um RoHS:



Produktverantwortung – EEG-Hersteller müssen jedes fertige Gerät mit dem CE-Zeichen versehen

Foto: fderib_stock.adobe.com

Was soll die RoHS-Richtlinie bewirken?

RoHS steht für »Restriction of Hazardous Substances« – »Beschränkung der Verwendung gefährlicher Stoffe«. Ziel ist es, durch Höchstwertgrenzen den Anteil besonders gefährlicher Stoffe wie Schwermetalle (etwa Blei oder Chrom (VI)) und von Substanzen wie bestimmten Weichmachern, in Elektro- und Elektronikgeräten weitmöglichst zu verringern. »Dabei geht es weniger um die direkte Gefahr für die Verbraucher – die ist kaum gegeben –, sondern darum, die Umwelt durch die Entsorgung sowie die Beschäftigten in den Abfallbehandlungs- und Recyclingbetrieben möglichst wenig mit diesen Substanzen zu belasten«, erläutert Frank Vilsmeier vom Gewerbeaufsichtsamt der Regierung Niederbayern, die für den Vollzug von RoHS in ganz Bayern zuständig ist. Die Richtlinie, die in Deutschland mit der ElektroStoffVerordnung (ElektroStoffV) umgesetzt wurde, soll zudem fairen Wettbewerb herstellen. Es gelte, nichtkonforme Billigprodukte aus dem Verkehr zu ziehen, die nach kurzer Lebenszeit im nächsten Mülleimer und damit auf dem falschen Abfallweg landen, was zu diffusem Stoffeintrag in die Umwelt führen kann, so Vilsmeier.

Welche Produkte umfasst RoHS?

Während die alte RoHS-Richtlinie (2002/95/EG) nur bestimmte Geräte betraf, bezieht sich die Nachfolgerichtlinie bis auf wenige Ausnahmen auf alle Elektro- und Elektronikgeräte. Darunter fällt jedes Gerät, das mindestens in einer seiner Funktionen von elektrischem Strom oder elektrischen Feldern abhängig ist. »Das gilt auch dann, wenn elektrischer Strom nicht die Hauptenergiequelle des Geräts ist, also nicht nur für Haushaltsgeräte, IT-Geräte, Beleuchtungskörper und so weiter, sondern auch etwa für einen Gasherd mit elektrischer Uhr, für Schuhe mit Lichteffekten, für E-Zigaretten oder einfache Verlängerungskabel«, betont Vilsmeier.

Was hat es mit der CE-Kennzeichnung auf sich und wer muss sie vornehmen?

Damit die festgelegten Grenzwerte erreicht werden können, nimmt die ElektroStoffV vor allem Hersteller von Elektro- und Elektronikgeräten im gesamten Produktionsprozess bei der Produktverantwortung in die Pflicht. So müssen diese jedes fertige Gerät mit dem CE-Zeichen versehen. Damit erklären sie, dass das Produkt mit den Anforderungen der RoHS-Richtlinie übereinstimmt. Sie müssen in diesem Zusammenhang vorher zumindest

- ein Konformitätsbewertungsverfahren durchführen (mindestens nach Modul A gemäß Beschluss Nr. 768/2008/EG interne Fertigungskontrolle),
- technische Unterlagen erstellen (hilfreich ist hierbei die harmonisierte Norm DIN EN ISO 50581 oder EN IEC 63000)
- und eine EU-Konformitätserklärung ausstellen.

Zudem müssen Hersteller die technischen Unterlagen sowie die EU-Konformitätserklärung zehn Jahre ab dem Inverkehrbringen des letzten Produkts aufbewahren und für Behörden bereithalten. Ihre Produkte müssen durch eine Typen-, Chargen-, Seriennummer oder ein anderes Kennzeichen eindeutig identifizierbar sein.

Was bedeutet »fertiges Gerät«?

»Es handelt sich um ein Gerät, das in der abschließenden Form an den Endnutzer

geht. Das kann auch ein Bestandteil mit eigener Funktion sein, etwa LED-Lampen oder eine Platine, die im Geschäft an Verbraucher vertrieben wird, die selbst an ihren Computern herumschrauben«, erklärt Vilsmeier. Auch diese Geräte müssen CE-gekennzeichnet werden. Produzenten einzelner Komponenten, die in der Form nicht beim Endnutzer landen, sondern verbaut werden, brauchen keine Konformitätserklärung zu verfassen.

Wann muss ein Vorlieferant Angaben zur Einhaltung der Stoffbeschränkungen nach RoHS machen?

Wenn ein Vorlieferant keine Endprodukte liefert, braucht er dem Kunden – in diesem Fall dem Hersteller – nur auf Nachfrage Auskunft zu geben. »Dieser muss sich als Verantwortlicher die Informationen von seinen Zulieferern holen«, erläutert Vilsmeier. In der Praxis ist der Hersteller darauf angewiesen: Er kann nicht für jedes verwendete homogene Material – also jedes einzelne Material eines Produkts, das sich nicht weiter mechanisch von anderen Materialien trennen und in weitere einzelne Werkstoffe zerlegen lässt – eigene Materialprüfungen durchführen. »Daher muss er die Konformität der verwendeten Materialien in Zusammenarbeit mit den Zulieferern sicherstellen«, so Vilsmeier.

Wie sollten Hersteller und Lieferanten vorgehen, um die Konformität zu belegen?

Ein solches Verfahren wird in der Norm DIN EN ISO 50581 oder deren Nachfolgenorm DIN EN IEC 63000 beschrieben. Im Ergebnis kommt es auf die Verlässlichkeit des Zulieferers und die Wahrscheinlichkeit an, dass sich in dem jeweils bezogenen Produkt Gefahrstoffe befinden könnten. Werden Produkte mit geringem Materialrisiko von einem als zuverlässig bekannten Lieferanten bezogen, genügt eine sogenannte einfache Zuliefererklärung, mit der dieser bestätigt, dass er die Grenzwerte der RoHS-Richtlinie einhält. Ebenso ist es möglich, sich als Hersteller vertraglich abzusichern, etwa über die Angabe in der Bestellung und die entsprechende Bestätigung in der Auftragsbestätigung. Bei weniger zuverlässigen oder bekannten Zulieferern kann eine tiefer gehende Dokumentation der RoHS-Konformität erforderlich werden, konkret in Form einer Materialdeklaration, also einer Aufstellung aller in einem Material verwendeten chemischen Verbindungen, oder in Form von laboranalytischen Testergebnissen.

Was können Unternehmen tun, wenn ihre Lieferanten keine oder unzureichende Angaben machen?

Ein Hersteller muss sich vergewissern, dass RoHS eingehalten wird. Er trägt bei Verstößen die Folgen, zahlt Bußgelder und muss unter Umständen Produkte zurückrufen. Vilsmeier: »Falls Zulieferer nicht kooperativ oder zuverlässig sind, sollte der Hersteller erwägen, seine Komponenten bei anderen Partnern zu kaufen.«

Was sollte ein Hersteller unternehmen, wenn er merkt, dass RoHS-Vorgaben in der Lieferkette nicht eingehalten wurden?

Er muss angemessene Maßnahmen ergreifen, also etwa die jeweils zuständigen Behörden informieren. Hat er nicht nur in Bayern seine Produkte in Verkehr gebracht, sondern beispielsweise auch in Hessen, dann ist die dortige Behörde ebenfalls zu informieren. Gegebenenfalls gilt es, Produkte zurückzurufen beziehungsweise die Produktion zu unterbrechen, bis die RoHS-Konformität hergestellt und belegt ist. »Ist der Hersteller seinen Pflichten intensiv genug nachgekommen, wird auch nicht zwingend ein Bußgeld fällig. Uns geht es insbesondere darum, die Marktteilnehmer zu rechtskonformem Verhalten zu bewegen«, so Vilsmeier.

Was ist zu tun, wenn der Vertreiber, in der Regel der Händler, einen Verstoß bemerkt?

In diesem Fall darf er die Produkte nicht mehr verkaufen und muss die zuständige Behörde, den Hersteller oder gegebenenfalls den Importeur informieren. Denn auch der Händler darf Elektro- und Elektronikgeräte erst abgeben, wenn er sich vergewissert hat, dass der Hersteller die CE-Kennzeichnung und seine weiteren Kennzeichnungs- und Dokumentationspflichten bezüglich RoHS erfüllt hat. »Wenn wir beim Händler nicht nach RoHS gekennzeichnete Produkte finden, nehmen wir nicht gleich alles vom Markt, das wäre unverhältnismäßig«, betont Vilsmeier. »Wir gehen zunächst auf den Ersten in der Lieferkette in Europa zu, um das Problem anzugehen, gegebenenfalls lassen wir das Produkt auch analysieren.«

Wie kann sich ein Importeur und damit Erstinverkehrbringer eines Produkts in Europa absichern?

Der Importeur muss sich vergewissern, dass der Hersteller ein Konformitätsbewertungsverfahren durchgeführt hat. Dabei hat er insbesondere zu prüfen, ob der Hersteller die technischen Unterlagen erstellt und das Elektro- und Elektronikgerät entsprechend RoHS gekennzeichnet hat. Eigene Materialprüfungen können zusätzlich zur Qualitätssicherung dienen. »Eine 100-prozentige Kontrolle aller einzelnen Produkte ist nicht erforderlich«, so Vilsmeier. Der Zoll schaut sich bei der Einfuhr solche Produkte an. Hat er eine starke Vermutung, dass ein Gerät nicht konform ist, weil es etwa keine CE-Kennzeichnung trägt, gibt er es dem Importeur nicht frei.

Was ist mit den zeitlich befristeten Ausnahmen für die Anwendung beschränkter Stoffe nach Anhang III und IV?

Oft ist nicht klar, ob diese zeitlichen Befristungen verlängert werden oder nicht. Unter Umständen kommt auch der Hinweis zu Änderungen sehr spät. Das erschwert Herstellern die Planung des Produktionsprozesses. Vilsmeier rät daher, sich regelmäßig auf der Website der EU zu informieren. Die aktuelle Liste der Ausnahmen einschließlich ihrer Gültigkeit und etwaiger Verlängerungsanträge ist abrufbar unter: ec.europa.eu/environment/waste/rohs_eee/adaptation_en.htm

Ausnahmen, für die eine Verlängerung beantragt wurde, bleiben gültig, bis hierüber entschieden wurde. Wird die Ausnahme nicht verlängert, läuft sie erst zwölf bis 18 Monate nach der Entscheidung aus. Ohne rechtzeitigen Verlängerungsantrag endet sie mit Ablaufdatum. Wichtig: Will ein Hersteller eine solche Ausnahme nutzen, muss er dies in seiner technischen Dokumentation darlegen und begründen. ■

Weitere Informationen unter:
www.ihk-muenchen.de/umwelt/chemikalien-reach-clp-rohs

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



Wohn- und Gewerbeimmobilien sind weiter gefragt – die Märkte reagieren mit Verzögerung

Foto: rudiernst_stock.adobe.com

Gemischte Zwischenbilanz

Die Folgen der Coronakrise und die Digitalisierung von Arbeitswelt und Handel wirken sich auch auf den Immobilienmarkt aus. Experten wagen eine vorsichtige Standortbestimmung.

EVA MÜLLER-TAUBER

Die Coronakrise stellt die deutsche Wirtschaft vor enorme Herausforderungen – und damit auch die Immobilienbranche. Entsprechend angespannt ist die Stimmung: Im zweiten Quartal 2020 fiel der sogenannte ZIA-IW-Immobilienstimmungsindex (ISI) auf ein Rekordtief von nur 16,9 Punkten. Im ersten Quartal hatte dieser Wert noch bei 39 Punkten gelegen. Um diesen Index zu ermitteln, befragt das Institut der deutschen Wirtschaft (IW) Köln viermal jährlich die Geschäftsführer und Topmanager von 400 Immobilienunternehmen nach ihrer Lageeinschätzung und ihrem Ausblick (s. Grafik S. 26).

Doch wie gestaltet sich die Situation speziell in München und Oberbayern? »Bisher sind wir alles in allem mit einem blauen Auge durch die Krise gekommen, Gewerbe- wie Wohnimmobilien sind nach wie vor gefragt«, resümiert Andreas Eisele, Vorsitzender des IHK-Immobilienausschusses. »Allerdings werden uns die Folgen der Pandemie und des Lockdowns noch in den kommenden Jahren beschäftigen.«

Das Problem: Die Immobilienbranche reagiert stets zeitverzögert auf Krisen und ist ein sogenannter Spätzykliker. Verstärkt wird dieser Effekt in der Pandemie durch das Kündigungsmoratorium (s. Kasten S. 28) und das Aussetzen der Insolvenzantragspflicht. »Erst wenn diese wieder besteht, ist klar, welche und wie viele Firmen Insolvenz anmelden müssen und wie viele Mieter die gestundeten Mieten zurückzahlen können«, so Eisele. Dies und die unterschiedlichen branchenspezifischen Betroffenheiten durch Corona haben dazu geführt, dass die Banken bereits Risikobewertungen angepasst haben. Mittel- bis langfristige Prognosen für die Branche seien frühestens ab Mitte 2021 möglich. »Vorausgesetzt, uns ereilt nicht eine nochmalige Coronawelle samt zweitem Lockdown«, so Eisele.

Gleichwohl lassen sich Tendenzen erkennen, in welche Richtung sich die einzelnen Assetklassen entwickeln:

Wohnimmobilien: Hier sind den Experten zufolge insbesondere in Ballungsräumen durch die Pandemie derzeit höchstens marginale Preisanpassungen zu erwarten. »Im Bauträgergeschäft herrschte hier zunächst noch etwas Verunsicherung, nach anfänglicher Zurückhaltung ist jedoch eine Nachfragebelebung bei Eigennutzern wie Kapitalanlegern erkennbar«, sagt Bernd Mayer, Bereichsleiter Immobilien der BayernLB. »Wir erwarten allenfalls geringe Rückgänge bei den Verkaufspreisen.«

Gleichwohl habe das Sicherheitsbedürfnis durch die Krise auf allen Seiten zugenommen. »Wohnungsbauträger vermeiden spekulative Projekte, da deren Finanzierung angepasst wurde. Je nach Risikobewertung wird hier ein höherer Eigenkapitaleinsatz gefordert und/oder Vorverkaufsauflagen«, so Mayer.

»Wir haben bisher keine Mietausfälle zu beklagen, es gab in diesem Segment auch lediglich einen Stundungsantrag«, berichtet Mario Mühlbauer (46), Geschäftsführer der Dr. Hanns Maier GmbH & Co. Beteiligungs-KG in München. »Allerdings greifen derzeit noch die meisten Hilfspakete. Künftig wird sich zeigen, wer tatsächlich noch seine Miete zahlen kann.«

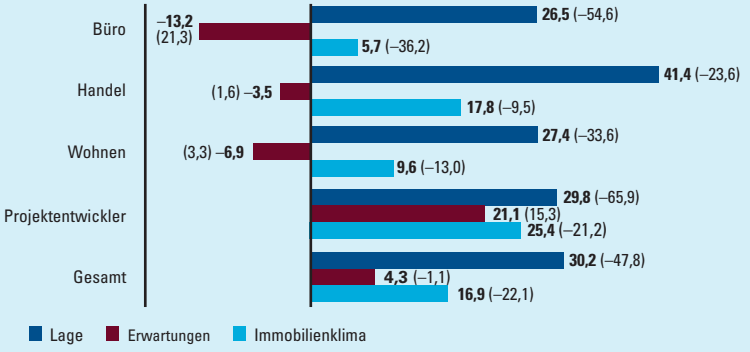
Büroimmobilien: Schon vor Corona gab es in diesem Segment in der Region einen riesigen Nachfrageüberhang. Daher gilt dieser Markt noch als recht stabil, »wenngleich sich Neuvermietungen derzeit etwas schwierig gestalten«, so Mühlbauer. Das hängt auch mit der künftigen Flächengestaltung zusammen. »Finale Lösungsansätze sind noch nicht in Sicht«, sagt Jens Laub (55), Geschäftsführer der Nymphenburger Beteiligungs AG in München. Das liegt an zwei gegenläufigen Entwicklungen: Müssen Arbeitnehmer im Zuge der Pandemie im Büro künftig mehr Abstand voneinander halten, bedeutet das: Es wird mehr Fläche benötigt. Doch sollte die Digitalisierung der Arbeitswelt weiter so schnell voranschreiten und Homeoffice auch künftig populär bleiben, hieße dies: weniger Flächenverbrauch. »Unterstellt man einen langfristigen Homeofficeanteil von nur zehn Prozent, wären das allein

Darum geht's

- Wie künftig der Bedarf und die Gestaltung von Flächen bei Büroimmobilien aussehen, ist derzeit noch unklar.
- Im Einzelhandel müssen Strukturen und Funktionen neu gedacht werden.
- Für den Investmentmarkt sind die Prognosen stabil.

Immobilienklima stürzt ab

Der ZIA-IW-Immobilienstimmungsindex erfasst vierteljährlich die Geschäftslage von Immobilienunternehmen und Projektentwicklern. Für das zweite Quartal 2020 zeigt er fast überall eine Verschlechterung (in Klammern Veränderung gegenüber dem Vorquartal). Die Werte ergeben sich aus dem Anteil der positiven abzüglich der negativen Antworten.



Quelle: Institut der deutschen Wirtschaft

für München 1,6 Millionen Quadratmeter weniger Flächenbedarf, das entspricht der Projektentwicklungspipeline von drei bis fünf Jahren«, so Laub. Es sei davon auszugehen, dass dem Markt ein immenses Untervermietungsvolumen zugeführt wird, was mittelfristig zu mehr Incentives und niedrigeren Mieten führen würde. »In jedem Fall wird das Büro der Zukunft mehr ein Meetingpoint sein, vergleichbar mit der Küche in einer Wohngemeinschaft«, ist der Unternehmer überzeugt.

Einzelhandel: »Der Lebensmittelhandel zeigte sich im Lockdown leistungsstark und krisenfest«, sagt Markus Wotruba (44), Leiter Standortforschung bei der BBE Handelsberatung GmbH in München. »Schon vor Corona war die Nachfrage nach Einzelhandelsflächen allgemein und auch in der Region gering, der Leerstand groß«, so der BBE-Experte. »Der Lockdown hat die Entwicklung nun weiter beschleunigt, viele leere Flächen drängen auf den Markt«. Beispiel Galeria Karstadt/Kaufhof: Von insgesamt 50 Filialen, die schließen müssen, befinden sich allein drei in München.

Die Landeshauptstadt leidet zudem darunter, dass zahlungskräftige Touristen coronabedingt weitgehend fernbleiben. Und nicht nur die, weiß Wotruba. »Während der Pandemie unterstützen viele Menschen ihre Händler vor Ort. Sie haben keine Lust auf die große Stadt samt Menschenmassen sowie auf weite Wege, öffentliche Verkehrsmittel und ausgedehnte Einkaufsbummel oder Sightseeing mit Maske.« Das alles führe zu weniger Besuchern in normalerweise frequenzstarken Lagen. »Dafür verzeichnen Händler in vermeintlich schwächeren Lagen, also in kleineren Städten wie im Umland, stabile oder sogar steigende Umsätze.« Gleichwohl liegen vor allem viele Flächen des Textil- und Schuhhandels in den oberbayerischen Städten derzeit brach.

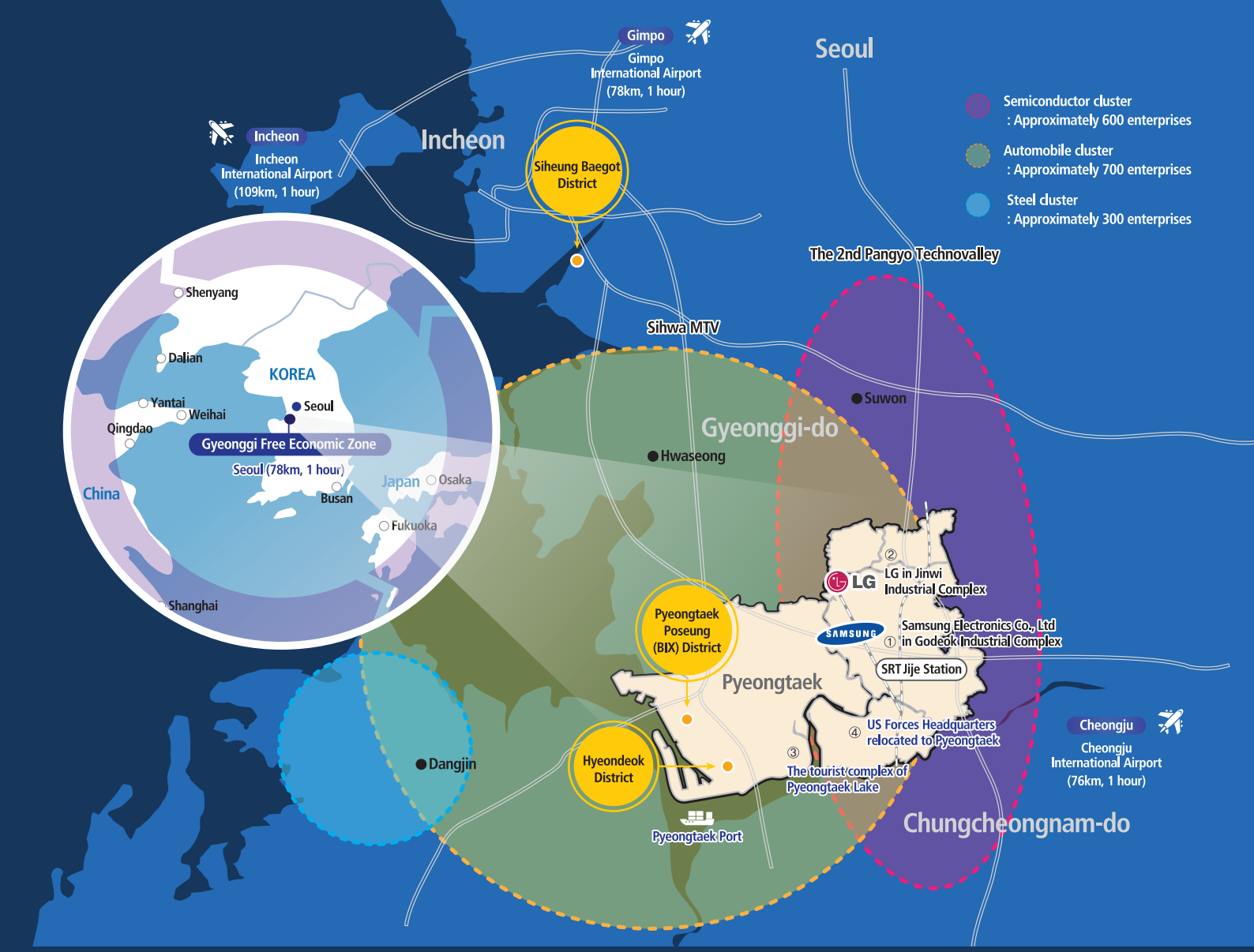
Der Wandel im Einzelhandelsimmobilienmarkt wird sich beschleunigen, ist auch der IHK-Immobilienausschussvorsitzende Eisele überzeugt. Die Auswirkungen der Covid-19-Pandemie haben beispielsweise die Insolvenz und Schließung von Karstadt/Kaufhof-Häusern wie auch verschiedener weiterer Läden teilweise in besten Innenstadtlagen oder Shoppingcentern beschleunigt. Diese Entwicklung war bereits seit vielen Jahren erkennbar. »Kommunen wie Shoppingcenter sind nun gefordert, die Funktion und Struktur von Innenstadt, Stadtteilzentren und Shoppingcentern neu zu denken«, so Eisele.

Die Shoppingcenter, die schon vor der Krise ein Auslaufmodell waren, haben jetzt keine Zukunft mehr, ist BBE-Experte Wotruba sicher: »Ihre Flächen werden künftig verstärkt gemischt genutzt.« Es werde weniger Textilgeschäfte geben, dafür mehr Gastronomie, Fitnessstudios und Entertainmentformate. Aber auch andere Nutzungsmöglichkeiten seien denkbar, etwa als Logistikcenter oder als Wohnraum.

> »Bisher sind wir alles in allem mit einem blauen Auge durch die Krise gekommen.«
>
> Andreas Eisele, Vorsitzender des IHK-Immobilienausschusses



Foto: Eisele Real Estate GmbH



Gyeonggi Free Economic Zone

Advanced Base of Export and Import to China Strongpoint of International Cooperation for the Cutting-edge Growth Industry

Transportation Environment

- **Airport**

Incheon	Siheung	20 min
	Pyeongtaek	1 hour
Gimpo	Siheung	40 min
	Pyeongtaek	1 hour
Cheongju	Pyeongtaek	1 hour

- **Port**
  - Incheon / Pyeongtaek

Near by Industrial Clusters

- **Pyeongtaek**
  - Samsung Godeok Complex
  - LG Jinwi Complex
- **Siheung**
  - Siheung Smart Hub, Sihwa MTV,
  - Banwol industrial complex

Pyeongtaek Poseung(BIX) District

- 2.04㎢ / 2008-2020
- Electrical engineering, electronics, machine, chemistry, rechargeable battery

※ Site preparation and infrastructure construction including roads, electricity, and water supply & sewerage completed(2019. 12.)

Hyeondeok District

- 2.32㎢
- Commercial facilities, international school, residential facilities

Siheung Baegot District

- 0.88㎢ / 2020-2027
- R&D on Land, Sea, Air Unmanned Vehicles, Global Medical Complex

Investment information
+82(0)31-8008-8633 / 8635

GGFEZ
GYEONGGI FREE ECONOMIC ZONE AUTHORITY

Logistikimmobilien: Dieses Segment ist noch weitestgehend stabil. Das hat nicht zuletzt mit den Zuwachsquoten im Onlinehandel zu tun, der in der Coronakrise erneut profitiert hat. Schließlich brauchen Firmen sowohl Lager- als auch Distributionsstätten für ihre Waren. Laut Statistischem Landesamt stieg der Umsatz im Online- und Versandhandel im Juni 2020 bundesweit preisbereinigt um 30,7 Prozent gegenüber dem Vorjahresmonat. Es sei zwar davon auszugehen, dass sich der stationäre Einzelhandel in vielen Fällen erhalten werde, »Onlinepräsenzen werden aber unabdingbar«, erwartet BBE-Experte Wotruba.

Lodging/Tourismus/Gastronomie: Die Coronakrise hat die Hotel- und Tourismusbranche sowie die Gastronomie besonders stark getroffen. Experten rechnen damit, dass insbesondere kleinere Anbieter vom Markt verschwinden werden. Hotels und Gastronomieimmobilien zählen daher derzeit zu den riskanten Investitionsobjekten. »Das ist ein schwieriger Bereich, immer mehr Betreiber weigern sich, ihre Miete zu zahlen, weil sie wenig einnehmen, und versuchen, ihre finanziellen Lasten an uns weiterzugeben«, weiß Mario Mühlbauer von der Dr. Hanns Maier GmbH & Co. Beteiligungs-KG aus eigener Erfahrung.

Und der Investmentmarkt in seiner Gesamtheit? »Der bleibt – Hotels ausgenommen – auch in Zukunft stabil und dynamisch, das nach wie vor billige Geld und die fehlenden Investitionsalternativen lassen die Preise auch 2021 nicht fallen«, ist Jens Laub von der Nymphenburger Beteiligungs AG optimistisch. Tendenziell könne es beim Wegfall einiger Projektentwickler, die durch die Coronakrise eingebremst werden, sogar zu Engpässen kommen, »was wiederum eine weitere leichte Preisdynamik bei guten Lagen mit nachhaltigen Mietern auslösen kann«. BayernLB-Experte Mayer blickt ebenfalls eher hoffnungsvoll in die Zukunft: »Sofern es keinen zweiten Lockdown gibt, rechnen wir bei den Wohn-, Büro- und Logistikimmobilien derzeit mit keiner weiteren deutlichen Verschlechterung. Die Transaktionsmärkte sind bei diesen Assetklassen unverändert intakt.« Bei Logistik steige die Nachfrage der Investoren eher nochmals an, auch Einzelhandelsimmobilien im Nahversorgungsbereich seien weiter recht stark gefragt.

Transaktionen im Bereich der Shoppingcenter sind dagegen derzeit vermutlich eher zurückgestellt. »Im Hotelbereich gibt es aktuell ebenfalls kaum Transaktionen, die weitere Entwicklung bleibt hier abzuwarten«, so der BayernLB-Experte. ■

Das Stichwort: Kündigungsmoratorium

Wohnungs-, Haus- und Gewerbeeigentümer können ein Mietverhältnis fristlos kündigen, wenn sie zwei Monate in Folge keine Miete erhalten. Dieses Kündigungsrecht hatte die Bundesregierung zwischen dem 1. April und dem 30. Juni 2020 ausgesetzt, um Mietern finanziell Luft zu verschaffen. Wer dieses Kündigungsmoratorium in Anspruch genommen hat, muss die gestundeten Mietforderungen allerdings bis spätestens 3. Juni 2022 begleichen.

Auch wenn eine Verlängerung des Moratoriums aus Sicht der Wirtschaft nicht zielführend gewesen wäre – die Erfahrungen der Immobilienbranche damit sind nicht schlecht. »Die wenigsten Mieter haben das Moratorium missbraucht. Eigentümer und Mieter hatten angemessene Möglichkeiten, sich zu verständigen und zu einigen«, sagt Jens Laub, Geschäftsführer der Nymphenburger Beteiligungs AG. »Es war gut, dass es sich nicht um ein Leistungsverweigerungsrecht handelte, sondern um eine Mietstundung«, ergänzt Mario Mühlbauer, Geschäftsführer der Dr. Hanns Maier GmbH & Co. Beteiligungs-KG. »Wir als Vermieter sind generell verhandlungsbereit, aber wir erwarten, dass auch der Mieter seinen Teil zur Lösung des Problems beiträgt.« Dazu gehöre nachzuweisen, dass eine Mietstundung coronabedingt notwendig ist. »Besonders Kleingewerbe wie Reisebüros oder die Gastronomie um die Ecke brauchen aber unsere Unterstützung«, so Mühlbauer. »Deshalb haben wir versucht, mit unseren Mietern neben Stundungsvereinbarungen auch andere Lösungen zu finden, etwa die Miete für ein halbes Jahr zu reduzieren und im Gegenzug den Vertrag vorzeitig zu verlängern.«

Zu solchen Einzelfalllösungen hatte auch die IHK für München und Oberbayern geraten: »Mietenstundungen, -reduzierungen oder der Entfall einzelner Monatsmieten – mit Blick auf die Fortsetzung des Mietverhältnisses ist es ratsam, dass Mieter und Vermieter versuchen, solche individuell passenden Lösungen für sich zu finden«, betont IHK-Immobilienreferentin Susanne Kneißl-Heinevetter.

IHK-Ansprechpartnerin zum Thema Immobilien
Susanne Kneißl-Heinevetter
Tel. 089 5116-1354
kneissl@muenchen.ihk.de

Mit voller Bandbreite voraus

Startklar für die Zukunft.

Sicher
Flexibel
Regional



connect
SEHR GUT
FESTNETZTEST
REGIONALE ANBIETER
M-net
Heft 8/2020
www.connect.de

m-net.de/geschaeftskunden

m·net


Foto: areaya_ann_stock.adobe.com

Sustainable Finance – Finanzmärkte nachhaltig ausrichten

Sustainable Finance

Herausforderung für den Mittelstand

Seit Nachhaltigkeit und Klimaschutz die politische Debatte bestimmen, gewinnt auch das Thema Sustainable Finance (nachhaltiges Finanzwesen) zunehmend an Bedeutung. Die Grundidee dahinter: Die Finanzwirtschaft soll der Hebel zum Umbau hin zu einem nachhaltigeren Wirtschaftssystem werden.

Dabei sollen Gelder gezielt in nachhaltige Geschäftsmodelle und Aktivitäten gelenkt werden. Unternehmen müssen in der Folge darüber nachdenken, wie sie unter anderem Energie und Ressourcen sparen und die Umwelt schützen.

Eine Studie des ifo Instituts zu Sustainable Finance hat die möglichen Auswirkungen auf den Mittelstand untersucht. Unter dem Motto »Sustainable Finance – Herausforderung für die Mittelstandsfinanzierung« veranstaltet die IHK für München und Oberbayern dazu online eine Podiumsdiskussion. Unter anderem präsentiert Clemens Fuest, Präsident des ifo Instituts, in seinem Eingangsstatement die Ergebnisse der ifo-Studie.

Die Teilnehmer können gemeinsam mit hochrangigen Politikern darüber diskutieren, was der Mittelstand leisten kann und was nicht umsetzbar ist. Axel Höpner, Leiter des »Handelsblatt«-Büros in München, moderiert die Veranstaltung.

Termin: 13. Oktober 2020, 10.30–11.30 Uhr
Anmeldung zur Onlineveranstaltung:
www.ihk-muenchen.de/sustainablefinance
Anmeldeschluss: 6. Oktober 2020
Die Teilnahme ist kostenfrei.

Save the Date

8. Münchner Datenschutz-Tag

Der Europäische Gerichtshof (EuGH) hat in seinem Urteil vom 16. Juli 2020 (Schrems II) das EU-US-Privacy-Shield für unwirksam erklärt. Die Entscheidung hat weitreichende Folgen. Denn Datenübermittlungen in die USA können sich jetzt nicht mehr auf das Abkommen stützen.

Wie geht es nach der Schrems-II-Entscheidung nun weiter? Dazu veranstaltet die IHK für München und Oberbayern den 8. Münchner Datenschutztag unter dem Motto »Datenschutz in einer globalen Welt (Schrems II)«. Die Veranstaltung soll einen Dialog zwischen Wirtschaft, Exekutive und Legislative ermöglichen.

Als Kooperationspartner beteiligen sich die Kanzlei Gierschmann Legal sowie die Wirtschaftskammer Österreich (WKÖ). Medienpartner sind der C.H.Beck Verlag und die Reguvis Fachmedien GmbH. Die Veranstaltung findet digital statt, die Teilnahme ist kostenfrei.



Foto: James Thew_stock.adobe.com

Urteil – personenbezogene Daten dürfen nicht mehr via Privacy Shield in die USA übermittelt werden

Termin: 12. November 2020, 15–17 Uhr
Anmeldung unter: ihk-muenchen.de/datenschutz-tag

Anzeige

Das unschlagbare Angebot von SecCrest: Vermögensaufbau im Zeitraffer.

Die Münchner SecCrest GmbH bietet Privatinvestoren eine einmalige Anlage-Chance: Passives Einkommen, das in kürzester Zeit einen nachhaltigen Vermögensaufbau ermöglicht.

Frau Borowa, gibt es heute überhaupt noch eine Möglichkeit, schnell und nachhaltig Vermögen zu bilden?

Ja, es ist das altbewährte Unternehmertum. Auch passiv.

Was ist mit Aktien oder Immobilien?

Auf den ersten Blick einfache Lösungen – aber der Schein trügt. Immobilien sind meistens „Sparbüchsen mit Inflationsausgleich", die enorme Aufwände verlangen. Aktien stagnieren oft jahrzehntelang, was in letzter Zeit gerne übersehen wird (Financial Times, 05.09.2020). Die Volatilität nachhaltig zu nutzen, gelingt nur Wenigen.

Für schnellen und nachhaltigen Vermögensaufbau sind hohe und stabile Zuwachsraten nötig. Börsennotierte Unternehmen haben oft ihre höchsten Wachstumsraten hinter sich. Den schnellsten Wertzuwachs bieten junge Unternehmen. Bester Beteiligungszeitpunkt: kurz vor Aufnahme des operativen Geschäfts. Ein bewährtes Management, stabile rechtliche Rahmenbedingungen und ein kalkulierbares Geschäftsmodell sichern die Nachhaltigkeit. Allerdings sind solche Invesments meist Venture-Kapitalisten vorbehalten, für Privatanleger in Deutschland sind derartige Chancen mehr als rar (Financial Times, 28.08.2020). Genauso eine seltene Gelegenheit bietet im Moment SecCrest GmbH.

Sie sprechen von einem unschlagbaren Angebot?

Unser zukünftiges Geschäftsmodell, das Fondsmanagement, kann Ihnen über passives Einkommen einen nachhaltigen Vermögensaufbau im Zeitraffer ermöglichen. Ein konjunkturunabhängiges und – gekonnt gemacht – nachhaltiges und sicheres Geschäftsmodell. Ca. 3,5 Mio. Euro an bisher eingeworbenem Genussrechtskapital sind ein stabiles Fundament – auch für Ihre Beteiligung.

Wie möchten Sie schnellen Vermögensaufbau und nachhaltige Erträge sicherstellen?

Dafür ist der Geldmarkt am besten geeignet. Höhere Renditen als bei Aktien, stabilere Erträge als bei Immobilien durch 24/5 Handelszeiten und enorme Liquidität.

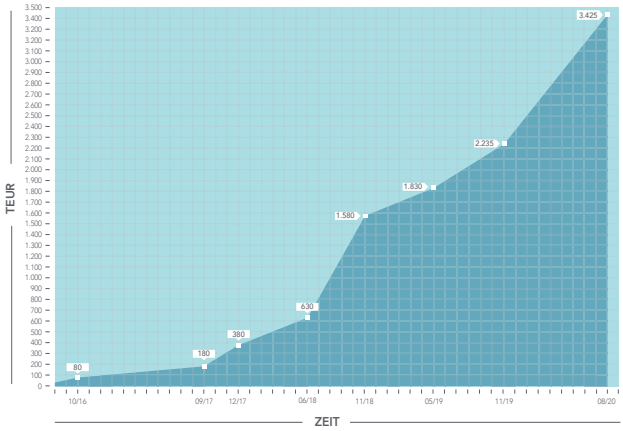
Die Auflage des ersten Fonds, der den Umtausch von frei handelbaren Währungen betreibt, z. B. EUR/USD oder USD/JPY, ist für das nächste Jahr geplant. Die hohen Handelsvolumina im ersten Fonds (bis zu 500 Mio. Euro), bieten das Potenzial, zukünftig hohe zweistellige Millionengewinne zu erwirtschaften, an denen die SecCrest GmbH als angehender Fondsverwalter in Form von Gewinnbeteiligungen partizipieren wird. Die so erwirtschafteten Gewinne werden dann an alle Beteiligten der SecCrest GmbH verteilt. So können auch Privatanleger, welche aus gesetzlichen Gründen von diesem Fonds ausgeschlossen sind, vom SecCrest Gewinnmodell profitieren.



Dipl.-Kffr., CCP Malgorzata B. Borowa, CEO
Geschäftsführende Gesellschafterin der SecCrest GmbH

Was zeichnet SecCrest aus?

SecCrest ist ein Zusammenschluss von unternehmerisch denkenden und handelnden Privatpersonen. Durch das Zusammenlegen von Kapital ermöglichen wir den Aufbau einer konkurrenzlosen Handelsinfrastruktur für die Finanzmärkte – zum Nutzen aller SecCrest Beteiligten.



Entwicklung des Eigenkapitals

Sie verfügen über bewährte Handelsstrategien und entwickeln selbst hochperformante Soft- und Hardware-Umgebungen?

Richtig. Seit 2016 haben wir mehr als 30.000 Arbeitsstunden in die Entwicklung von Handelsstrategien und in eigene, massiv skalierbare und parallelisierbare Analyse- und Handels-Systeme mit Hardwarebeschleunigung auf GPU-Basis für den Währungshandel investiert. Aktuell rechnen wir mit Beginn der Live-Testphase für Oktober 2020.

Wieviel wird Ihr erster Währungshandelsfonds erwirtschaften?

Wir kalkulieren mit einer Zielrendite von 3% pro Monat, also mind. 36% pro Jahr. Ungehebelt. Unabhängig von der weltweiten Konjunkturlage. Konstant. Wiederholbar. Planbar.

Sind diese Erwartungen nicht zu hoch?

Überhaupt nicht. Experten bestätigen, dass diese Zahlen mit bestimmten Einschränkungen (Handelsvolumina) äußerst belastbar sind. Der entsprechende Nachweis wurde bereits 2017 von uns erbracht.

Hohe Gewinne ohne hohes Risiko?

Das war mir von Anfang an besonders wichtig, da ich über 25 Jahre Erfahrung, unter anderem im Risikomanagement, verfüge. Durch minimale Reaktionszeiten und eine hohe Handelsfrequenz wird das Risiko auf ein absolutes Minimum begrenzt. Sich selbst kontrollierende Algorithmen und automatisierte Verlustbegrenzungsstopps reduzieren den Drawdown auf nur 1,5%, das Risiko einzelner Trades unghebelt auf nur 0,1 – 0,3% der Positionsgröße.*

Und wie bekommt man als Außenstehender Zugang zu einem derartigen System?

Normalerweise überhaupt nicht. Und genau das macht unser Angebot so einzigartig.

Wie kann man sich an SecCrest beteiligen?

Über eine Unternehmensbeteiligung in Form von Genussrechten.

Was können SecCrest-Beteiligte erwarten?

*Eine jährliche Grunddividende in Höhe von 6% des Beteiligungsbetrages sowie zusätzlich einen hochattraktiven Anteil an den Unternehmensgewinnen (Überschussbeteiligung) des angehenden Fondsverwalters. Die aktuelle Serie bietet die Möglichkeit – konservativ gerechnet – aus einer Anlage von z. B. 250.000 Euro innerhalb von 7 Jahren 2.500.000 Euro und mehr zu erwirtschaften.***

Wie hoch ist die Mindestinvestition?

Normalerweise ist die Investitionshöhe ab 250.000 Euro frei wählbar.

Gibt es auch Möglichkeiten für kleinere Anleger?

Für kurze Zeit ist eine SecCrest-Beteiligung bereits ab 25.000 Euro, in 1.000-Euro-Schritten möglich. Vertrauen und Entschlossenheit honorieren wir mit Vorzugskonditionen der jeweils streng auf maximal 20 Anleger limitierten Serien. Nachfolgende Serien zeichnen immer niedrigere Ausschüttungen.

Ihr Fazit?

Ihre Chance vom SecCrest Geschäftsmodell zu profitieren, haben Sie nur JETZT, da es sich um eine einmalige und limitierte Emission handelt. Für weitere Informationen registrieren Sie sich auf unserer Website ***www.seccrest.com*** *und erhalten unser unschlagbares Angebot.* ■

SECCREST

* Drawdown: Maximaler kumulierter Verlust im Beobachtungszeitraum.
** Die Annahmen im Beispiel basieren auf aktuellen Planzahlen der SecCrest GmbH. Stand: März 2020.
Disclaimer: Die Zeichnung von Genussrechten bedeutet eine Unternehmensbeteiligung, für die es keine Garantie des Gelingens gibt. Den hohen Erfolgschancen stehen ebensolche Risiken gegenüber, maximal bis zum Verlust des Beteiligungskapitals.



Foto: fairafric

Bessere Arbeitsbedingungen – bei fairafric findet fast die gesamte Wertschöpfung in Ghana statt (im Bild: Prüfen der Kakaobohnen)

Rentabel und fair

Soziale Innovationen sind nicht nur der Politik oder Wohlfahrtsorganisationen vorbehalten. Auch die Wirtschaft kann dazu beitragen.

GABRIELE LÜKE

Was verbindet alle Menschen weltweit? Sie müssen essen! Könnte gemeinsam zu kochen und zu essen also nicht auch ein guter Weg sein, Geflüchtete zu integrieren? Unbedingt! Das beweist der 2013 in Berlin gegründete Verein »Über den Tellerrand«, der genau dies umsetzt. Dabei fand die Idee so guten Anklang, dass es mittlerweile in 40 Städten Tellerrand-Satelliten gibt, seit 2015 auch in München. Inzwischen ist aus dem Verein sogar ein wirtschaftlich erfolgreiches Sozialunternehmen hervorgegangen: das Café »Über den Tellerrand«. 17 Menschen aus zehn Nationen, darunter zu 70 Prozent Geflüchtete, betreiben es seit Juli 2018 im Foyer der Volkshochschule in der Einsteinstraße. Darüber hinaus beliefern sie als Caterer Konferenzen oder Feste.

»Das Café hilft mit kulinarischen Spezialitäten aus den Herkunftsländern, dass Einheimische und Geflüchtete neugierig aufeinander werden, Vorurteile abbauen, besser zusammenfinden«, erklären Julia Harig (34) und Jasmin Seipp (34), Geschäftsführerinnen der Über den Tellerrand GmbH. »Mehr noch wollen wir mit dem Café aber gute Arbeitsplätze für die Geflüchteten schaffen. Denn vor allem Arbeit ermöglicht Zusammenleben und Integration auf Augenhöhe.« Deshalb planen die beiden Geschäftsführerinnen nun, dem Café noch eine Gastro-Akademie an die Seite zu stellen: Diese soll Geflüchtete und Menschen mit Migrationshintergrund sprachlich und praktisch für den Arbeitsalltag in der Gastronomie vorqualifizieren und so ihren Arbeitseinstieg erleichtern.

Verein und Café stehen für soziale Innovationen, also für neue Praktiken und Organisationsmodelle, die einen nachhaltigen sozialen Ausgleich bewirken. Spätestens seit Anfang des 20. Jahrhunderts fallen dank Innovationsforscher Joseph Schumpeter soziale Neuerungen genauso unter den Begriff der Innovation wie technologische. Dabei leisten sich technologische und soziale Innovationen wechselseitig oft gute Dienste: Technologische Lösungen können helfen, soziale Ungleichheit zu nivellieren, und soziale Reformen gleichen gesellschaftliche Spannungen aus, die wiederum auch durch neue Technologien entstehen können.

Aktuell wächst weltweit die Dringlichkeit sozialer Innovationen. Die großen Herausforderungen wie Klimawandel, Urbanisierung, demografischer Wandel, Digitalisierung oder Migration seien zu komplex,

Darum geht's

- Der Begriff Innovation umfasst neben technologischen auch soziale Neuerungen.
- Die Wirtschaft kann soziale Innovationen hervorbringen etwa über interne Personalmaßnahmen, über Sponsoring oder als Sozialunternehmen.

als dass man ihnen ausschließlich mit technologischen Innovationen begegnen könnte, betont das Hightech-Forum der Bundesregierung, das zentrale Beratungsgremium zur Umsetzung der deutschen Hightech-Strategie 2025. Auch das Weltwirtschaftsforum in Davos unterstreicht immer wieder die Notwendigkeit sozialer Innovationen.

»Das zeigt: Verantwortung für den sozialen Fortschritt trägt neben Politik, Wohlfahrtsinstitutionen und Zivilgesellschaft auch die Wirtschaft. Insbesondere Sozialunternehmen können Impulse setzen«, betont Laura Haverkamp (36), Partnerin von Ashoka Deutschland. Das internationale Ashoka-Netzwerk unterstützt Social Entrepreneurship seit 1980. Doch auch profitorientierte Unternehmen können ihren Beitrag leisten, sagt Haverkamp, »indem sie in ihrer eigenen Organisation etwa über Diversity- und Talentmanagement oder Familienfreundlichkeit den sozialen Aufstieg und Ausgleich fördern, indem sie externe soziale Projekte sponsern oder auch die Dienstleistungen und Produkte von Sozialunternehmen nutzen.«

Martina Wegner (57), Professorin im Studiengang Management Soziale Innovationen an der Hochschule München, differenziert: »Wichtig ist, dass die soziale Idee nicht nur ein Feigenblatt ist oder gar, wenn auch unbeabsichtigt, zu sozialen Rückschritten führt.« Sie nennt ein aktuelles Beispiel: »Mehr Homeoffice bedeutet nicht in jedem Fall sozialen Fortschritt, weil es mehr Familienfreundlichkeit bringt, sondern kann auch obsolete Geschlechterrollen wiederbeleben, wenn vor allem Mütter die Option annehmen.« Firmen sollten ihre sozialen Ziele und Maßnahmen daher kritisch abwägen und die Folgen genau prüfen, sie dann aber auch in ihre Strategie einbinden und mit Ressourcen hinterlegen, rät Wegner. Speziell von Sozialunternehmen verlangt sie: »Damit diese nachhaltig Wirkung entfalten können, sollten sie nicht dauerhaft über Förderung oder Sponsoring finanziert sein, sondern wirtschaftlich rentabel werden.« Es brauche also den Business-Case.

Faire Schokolade

Die fairafric GmbH sieht das genauso. Das Münchner Social Entrepreneurship setzt sich seit 2016 für mehr Fairness in der Schokoladenwelt ein. »Bis auf den Vertrieb findet unsere gesamte Wertschöpfung im Herkunftsland des Rohstoffs, in Ghana, statt: vom Anbau bis zur Herstellung«, erläutert Salesmanagerin Charlotte Knull (28). Damit schafft fairafric vor Ort bessere Arbeitsbedingungen und Aufstiegsmöglichkeiten. Das Unternehmen unterstützt die Bio-Kakao-Farmer zudem mit höheren Preisen und fairafric-Firmenanteilen.

Produziert wurden die Schokoladetafeln bislang von einer ghanaischen Partnerfirma, nun steht die Eröffnung einer eigenen Fabrik mit Chocolaterie-Schule bevor. 85 Ghanaer sollen hier noch 2020 anfangen. Zugleich schwimmt sich fairafric, das sich zunächst vor allem über Crowdfunding, Investoren und Förderungen finanzierte, wirtschaftlich immer mehr frei. 2019 setzte das Unternehmen bereits 400000 Euro um, und der Trend weist weiter nach oben. Knull: »Unser erstes Ziel bleibt aber ein soziales: Wir möchten mit unserem Beispiel noch viele Ghanaer und Ghanaerinnen zur Selbstständigkeit ermutigen und so zu mehr sozialem Wohlstand in Ghana beitragen.«

Ein Beispiel für ein Traditionsunternehmen mit sozialem Innovationsanspruch ist die Münchner Paulaner Brauerei. »Wir sind Teil der Stadt München, ihrer Geschichte und ihrer Kultur. Deshalb wollen wir unseren Teil dazu beitragen, das Lebens- und Liebenswerte zu fördern und zu erhalten«, betont Geschäftsführer Andreas Steinfatt. So sei der Paulaner Salvator-Preis entstanden. »Unterstützt werden Ideen und Initiativen, die das gesellschaftliche und soziale Zusammenleben der Stadtgesellschaft in den Mittelpunkt stellen.«

Bewerben können sich Organisationen, Start-ups, Social Businesses und Privatpersonen aus München. Die besten Einreichungen erhalten eine Anschubfinanzierung und fachkundige Begleitung. Der Preis ging 2019 unter anderem an den Über den Tellerrand kochen München e.V., die Münchner Studentenorganisation rehab republic e.V. sowie den d'Schwuhplattler e.V., die erste homosexuelle Schuhplattlergruppe der Welt, in Uffing am Staffelsee. »Diese Initiativen nehmen aktuelle soziale Themen auf: Ausbildung für Geflüchtete, Nachhaltigkeit und soziale Integration«, so Steinfatt. »Wir freuen uns, mit dem Preisgeld München hoffentlich ein Stück besser und sozialer zu machen.« ■

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



Sie benötigen eine datenschutzkonforme Vernichtung von Festplatten oder anderen Datenträgern?

Dann nutzen Sie unsere Dienstleistung zur sicheren Datenträgervernichtung vor Ort im Lkw, denn wir sind Ihr Partner wenn es um die sichere mobile Vernichtung Ihrer Datenträger geht.

Fordern Sie noch heute Ihr exklusives Angebot an.

Besuchen Sie uns auf der Sicherheitsexpo 2020 am 21. und 22. Oktober im MOC München - wir freuen uns auf Sie!

Datenmühle®
Sicherheit und Service

STAND 3-A18

SICHERHEITS EXPO München
21. - 22.10.2020
www.SicherheitsExpo.de

Datenmühle GmbH
Rupert-Bodner-Straße 25
81245 München

Telefon: 0800 501 2004
Email: info@datenmuehle.de
www.datenmuehle.de



Was Mitarbeiter können – ValiKom dokumentiert Kompetenzen

Foto: pressmaster_stock.adobe.com

Zertifizierte Kompetenzen

Auch in schwierigen Zeiten brauchen Unternehmen Fachkräfte. Das Programm ValiKom macht die Fertigkeiten von Menschen ohne Berufsabschluss sichtbar.

SABINE HÖLPER

Beim Schongauer Unternehmen Hoerbiger Antriebstechnik GmbH arbeiten rund 400 Mitarbeiter in der Produktion. Einige von ihnen haben keine Ausbildung in dem Bereich, in dem sie tätig sind, manche verfügen über gar keine abgeschlossene Ausbildung. Sie machen ihre Arbeit gut, teilweise seit vielen Jahren. Dennoch fehlen hier und da Detailkenntnisse. Vor allem aber ist für sie der Aufstieg in höhere Positionen schwieriger.

In zahlreichen Unternehmen ist die Situation ähnlich: Einerseits werden Facharbeiter dringend benötigt, um sich im internationalen Wettbewerb behaupten zu können. Andererseits aber kann man aus dem eigenen Pool nur bedingt schöpfen, wenn einem Teil der Beschäftigten die formale Qualifikation für eine berufliche Weiterentwicklung fehlt. Das Programm ValiKom kann in dieser Situation helfen, weil mit ihm beruflich relevante Kompetenzen erfasst, dokumentiert, bewertet und zertifiziert werden können.

Wie das in der Praxis funktioniert, zeigt das Beispiel Hoerbiger. Das Unternehmen qualifiziert engagierte Beschäftigte ohne adäquates Ausbildungszeugnis im Betrieb zum »Hoerbiger Facharbeiter« weiter. Sowohl 2018 als auch 2019 nahmen je neun Mitarbeiter aus der Produktion an der einjährigen Weiterbildung teil. Im Anschluss durchliefen sie ValiKom. Aufgrund ihrer Vorkenntnisse aus der internen Maßnahme und ihrer langjährigen Berufserfahrung waren sie in der Lage, an einer Validierung teilzunehmen. Seither halten sie

Darum geht's

- ValiKom bewertet berufsrelevante Kompetenzen, die außerhalb des formalen Bildungssystems erworben wurden, und zertifiziert sie.
- Unternehmen profitieren von gut ausgebildeten Fachkräften mit Entwicklungspotenzial.
- Das Programm ValiKom steht allen mit und ohne Job ab 25 Jahren offen.

ein wichtiges Zertifikat in den Händen: Es bescheinigt ihnen, gleichwertige Kompetenzen wie ein gelernter Maschinen- und Anlagenführer zu haben.

»ValiKom ist die Krönung der internen Ausbildung durch ein Siegel«, sagt Werkleiterin Jutta Michel (50). Das habe den Mitarbeitern einen ungeheuren Motivationsschub verpasst. Vor allem aber konnten die meisten von ihnen in der Firma aufsteigen. »Weit mehr als die Hälfte der Teilnehmer arbeiten seither in verantwortungsvolleren und damit auch höher dotierten Positionen«, sagt die Werkleiterin. Das gebe den Angestellten ein Gefühl der Wertschätzung. Zudem profitiert das Unternehmen von qualifizierten Mitarbeitern. Dringend benötigte Fachkräfte konnten auf diesem Weg gewonnen werden.

ValiKom startete 2015. Damals hatten sich das Bundesbildungsministerium, der Deutsche Industrie- und Handelskammertag (DIHK) sowie der Deutsche Handwerkskammertag zusammengetan, um eine Lücke im System zu schließen: Menschen ohne formale Berufsqualifikation sollte der Zugang zum Arbeitsmarkt und zu höherwertigen Tätigkeiten ermöglicht beziehungsweise erleichtert werden. Viele von ihnen haben aus unterschiedlichen Gründen keine verbriefte Berufsqualifikation oder arbeiten in fachfremden Gebieten. Sie sehen sich häufig in einer beruflichen Sackgasse, insbesondere, wenn es um das Weiterkommen geht.

Mit ValiKom haben die Initiatoren allgemeingültige Verfahrensstandards und Gütekriterien entwickelt, um das, was die Mitarbeiter in ihren Jobs gelernt haben, zu bewerten und – sofern die Kenntnisse ausreichend sind – zu zertifizieren. »Die Kompetenzen sind ja vielfach vorhanden«, sagt IHK-Expertin Veronika Horneber. »Mit ValiKom werden sie dokumentiert.« Das Programm kann aber auch die Grundlage für mehr sein: Erfolgreiche Teilnehmer werden motiviert, im Anschluss den regulären Berufsabschluss nachzuholen. Ob gering qualifiziert, von Arbeitslosigkeit bedroht oder ohne Aufstiegsperspektiven: Betroffene sollten die Chance nutzen, sich weiterzubilden und Zertifikate einzuholen. Dafür stehen mehrere Wege offen, für ausländische Mitarbeiter etwa auch die Anerkennung ihres Abschlusses.

Mittel der Personalplanung

Die Arbeitgeber nutzen ValiKom als Instrument in der Personal- und Karriereplanung. Auch Hoerbiger Antriebstechnik will an dem Programm festhalten. »Sobald die Coronarestriktionen aufgehoben sind, wird eine weitere Gruppe mit mindestens sechs Mitarbeitern am Zertifizierungsprogramm teilnehmen«, sagt Werkleiterin Michel. »Wir haben in der Vergangenheit gesehen, wie groß der Nutzen für beide Parteien ist: Die Mitarbeiter spüren ein großes Zutrauen, wenn sie die Validierung positiv abschließen, das Unternehmen profitiert fachlich.« Der entscheidende Pluspunkt von ValiKom liege darin, dass eine Firma ihren Angestellten »Perspektiven für eine Weiterentwicklung geben« könne.

Ulrike Scheiner, Leiterin Aus- und Weiterbildung beim Münchner Einzelhändler Tretter-Schuhe GmbH & Co. KG, sieht das ähnlich. Sie unterstützte ihre Mitarbeiterin Aysem Cakir beim Validierungsverfahren. 19 Jahre lang hatte diese ohne Ausbildung im Unternehmen gearbeitet. Dann, mit 39 Jahren, lernte sie noch einmal Theorie dazu und erhielt schließlich das begehrte ValiKom-Zertifikat, das ihr gleichwertige Kompetenzen zu denen einer Kauffrau im Einzelhandel attestiert. Für die Angestellte wie auch für Tretter ein Gewinn: Cakir wechselte in eine große Filiale und stieg zur Substitutin auf. ■

ValiKom

Die IHK München validiert folgende Ausbildungsberufe schwerpunktmäßig:

- Kauffrau/mann für Büromanagement
- Fachkraft für Lagerlogistk
- Hotelfachfrau/fachmann und Hotelkauffrau/kaufmann
- Verkäufer/in und Kauffrau/mann im Einzelhandel
- Maschinen- und Anlagenführer/in
- einzelne industrielle Elektroberufe

ValiKom richtet sich an Angestellte, Freiberufler, Arbeitslose. Teilnehmen können Personen mit und ohne Berufsabschluss. Sie müssen mindestens 25 Jahre alt sein und einschlägige Berufserfahrung vorweisen können.
www.valikom.de

IHK-Ansprechpartnerin zu Valikom
Veronika Horneber, Tel. 089 5116-2054
veronika.horneber@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]

Know-how für die Zukunft

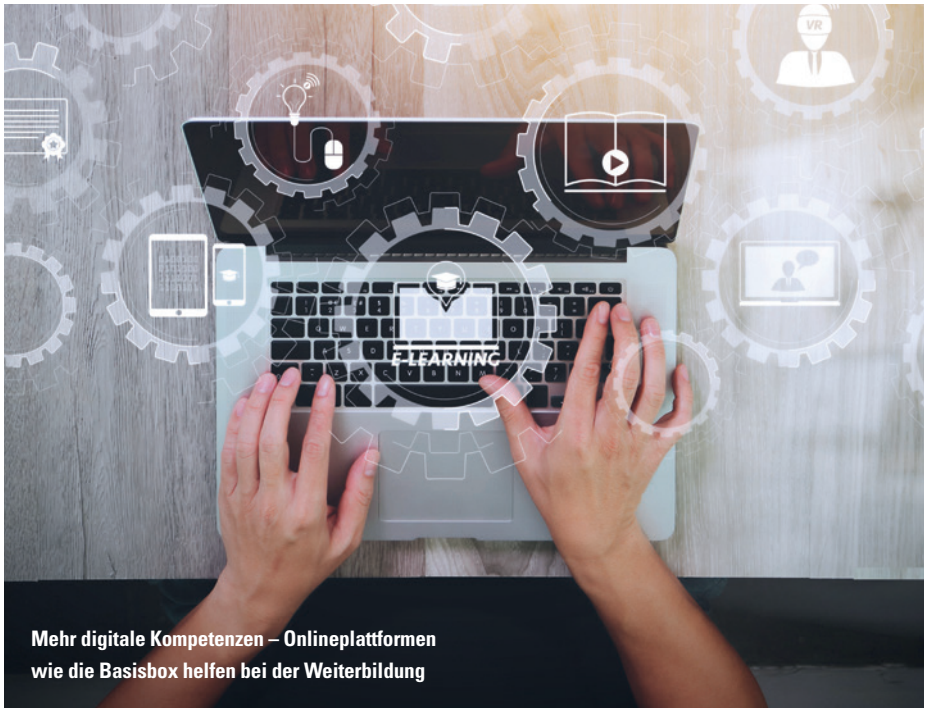
Die Zukunftsoffensive unterstützt Unternehmen und deren Mitarbeiter beim Aufbau praxisgerechter digitaler Kompetenzen.

EVA ELISABETH ERNST

Dass die Coronakrise die Digitalisierung der Wirtschaft beschleunigt, ist unumstritten. Sie verschärft den Mangel an IT-Experten aller Fachrichtungen. Eine Auswertung, die das Münchner ifo Institut gemeinsam mit dem Karrierenetzwerk LinkedIn durchführte, zeigt: Die Zahl der dort veröffentlichten Stellenanzeigen in der Branche Software und IT-Dienstleistungen stieg zwischen März und Mai 2020 gegenüber dem gleichen Zeitraum des Vorjahres um mehr als 20 Prozent. Lediglich im Gesundheitssektor kam es zu einem noch stärkeren Plus.

Unternehmen benötigen für die Digitalisierung jedoch nicht nur Softwareentwickler, Datenanalysten, Systemintegratoren & Co. Sie brauchen auch Mitarbeiter, die mit innovativen Technologien umgehen und die veränderten Arbeitsanforderungen bewältigen können, die mit der digitalen Transformation einhergehen.

Genau hier setzt die »Zukunftsoffensive« an, eine Bildungsinitiative der Industrie- und Handelskammern München und Düsseldorf, der Google Zukunftswerkstatt sowie der Vereinten Dienstleistungsgewerkschaft ver.di. »Unser gemeinsames Ziel ist es, Arbeitskräfte und Unternehmen durch die Vermittlung digitaler Kompetenzen langfristig zukunftsfähig zu erhalten«, erklärt Franziska Neuberger, Leiterin des Referats Digitalisierung und IKT bei der IHK für München und Oberbayern.



Mehr digitale Kompetenzen – Onlineplattformen wie die Basisbox helfen bei der Weiterbildung

Foto: everythingpossible_stock.adobe.com

Die Initiative startete Anfang 2019 und geht nun in die zweite Runde. Ein erstes Ergebnis ist die sogenannte Basisbox, eine Onlineplattform mit 20 kurzen und kostenfreien Grundlagentrainings zu digitalen Themen, die in Unternehmen heute oder zukünftig gebraucht werden. Sie ging im November 2019 unter www.basisbox.de online.

Bis Ende Juni 2020 meldeten sich rund 8 000 Nutzer an, um Kurse wie »Erfolgreich online recherchieren«, »Big Data und Algorithmen« oder »Cybersecurity« zu absolvieren. Die Schulungen vermitteln Grundlagen der Digitalisierung und sollen die Teilnehmer für digitale Chancen sowie lebenslanges Lernen sensibilisieren. »Die Zukunftsoffensive und die Inhalte der Basisbox finde ich brillant«, sagt Margret Degener (62), Geschäftsführerin der MoreBusiness GmbH. Das Lob kommt aus kompetenter Quelle: Das Unternehmen aus Planegg spezialisiert sich seit über 30 Jahren auf aktuelle Themen der Personalentwicklung. »Momentan beschäftigen wir uns speziell mit der Thematik Zukunftskompetenzen«, sagt Degener.

Im Rahmen der Qualifizierungsmaßnahme »Digitale Fitness«, die MoreBusiness gemeinsam mit Kooperationspartnern zur Stärkung der digitalen und analogen Lernkompetenzen erfahrener Beschäftigter entwickelt hat, werden den Teilnehmern sogar einzelne Module der Basisbox empfohlen. »Allerdings binden wir diese Lerneinheiten in unser Gesamtkonzept ein«, betont Margret Degener. »Denn nur mit Reflexion und Lernbegleitung können die Inhalte so weiterverarbeitet werden, dass sie anschließend tatsächlich angewandt

Darum geht's

- Die von der Zukunftsinitiative entwickelte Basisbox bietet kostenlose digitale Grundlagentrainings.
- Eine Metastudie definierte den Weiterbildungsbedarf in vier Branchen.
- Für Mitarbeiter in Versicherungen und Logistik wurden Fachseminare zum Digitalexperten entwickelt.

werden können.« Sie rät daher Personalentwicklern und Ausbildern in Unternehmen, sich zunächst über die Inhalte der Basisbox zu informieren und ihren Mitarbeitern und Azubis anschließend konkrete Kurse zum Durcharbeiten ans Herz zu legen. Degener: »Ganz wichtig ist es, hinterher über das Erlernte zu sprechen – auch darüber, wo und in welcher Form dies bei den Tätigkeiten im Unternehmen umgesetzt werden kann.«

Mitarbeiter motivieren

Dazu rät auch Roda Müller-Wieland (29), wissenschaftliche Mitarbeiterin im Team »Unternehmenskultur und Transformation« am Center for Responsible Research (CeRRI) des Fraunhofer IAO. »Grundsätzlich sollten Arbeitgeber ihre Mitarbeiter dazu motivieren, sich mit digitalen Themen zu beschäftigen und sich auf diesem Gebiet weiterzubilden«, sagt die Psychologin. In der Praxis ist das allerdings nicht ganz einfach: Fehlende zeitliche und finanzielle Ressourcen der Firmen und eine gewisse Intransparenz sowie mangelnde oder nicht einzuschätzende Passgenauigkeit erschweren es, Weiterbildungsangebote zu schaffen und zu nutzen. Das ergab eine Metastudie, die das CeRRI im Auftrag der Zukunftsoffensive durchgeführt hat, um den Qualifizierungsbedarf in den Branchen Handel, Logistik, Versicherungen und Krankenkassen zu untersuchen.

»Dabei hat sich gezeigt, dass viele digitale Fähigkeiten branchenübergreifend benötigt werden«, sagt Müller-Wieland. So müssen Beschäftigte neben klassischen Kompetenzen wie Problemlösung, Kreativität oder Anpassungsfähigkeit künftig auch über digitales Know-how verfügen und beispielsweise die digitale Interaktion oder das digitale Lernen beherrschen. »Allerdings wird nur sehr selten genau definiert, was denn nun konkret unter digitalen Grundkenntnissen zu verstehen ist«, sagt Müller-Wieland. Einig sind sich die Experten aber darin, dass die Angebote niedrigschwellig, intuitiv zu bedienen und möglichst kostengünstig sein sollten – so wie die Kurse der Basisbox.

Doch damit sind die Weiterbildungsangebote, die bislang für die Zukunftsoffensive erarbeitet wurden, noch nicht erschöpft: Auf der Metastudie aufbauend, ermittelten die Fachleute des CeRRI in Interviews und Fokusgruppen mit Branchen-, Digital- und Personalexperten sowie tatsächlichen Jobinhabern, wie sich die Tätigkeitsprofile von Versicherungsfachangestellten und Logistikfachkräften durch die Digitalisierung verändern – und an welchen Punkten Weiterbildungsmaßnahmen ansetzen müssen. Daraus entstanden zwei Weiterbildungsangebote mit IHK-Zertifikat: Digitalexperte/-in Versicherung IHK und Digitalexperte/-in Logistik IHK. Beide Fachseminare werden von der IHK Akademie für München und Oberbayern angeboten (akademie.muenchen.ihk.de – Suchbegriff »Digitalexperte«). Sie vermitteln den Absolventen nicht nur wichtiges Know-how für heute und morgen, sondern eröffnen ihnen zudem gute berufliche Zukunftsperspektiven. ■

IHK-Ansprechpartnerin
Franziska Neuberger
Tel. 089 5116-1260
franziska.neuberger@muenchen.ihk.de

IHK-Veranstaltungstipp

Zukunftsinitiative 2. Runde
Kick-off Zukunftsoffensive: Digital qualifizieren – maximal weiterkommen
Mit dieser Veranstaltung der IHK für München und Oberbayern startet die Zukunftsoffensive die bundesweite Infokampagne zum Aufbau digitaler Kompetenzen und dem Angebot der gemeinsamen Initiative. Wo stehen wir in der Digitalisierung? Welche digitalen Entwicklungen kommen? Welche Auswirkungen hat das auf unsere Arbeit und die erforderlichen Kompetenzen? Wie kann man digitale Kompetenzen aufbauen und welche sind sinnvoll? Die kostenfreie Onlineveranstaltung will dazu Impulse, Erfahrungen und Anregungen liefern. Außerdem stellt die Zukunftsoffensive ihre Aktivitäten und Angebote vor.
Termin: 14. Oktober 2020, 16–17.30 Uhr
Ort: Onlineveranstaltung
Anmeldung: www.ihk-muenchen.de/zukunftsoffensive-kickoff

Bayerisches Staatsministerium für Familie, Arbeit und Soziales



Fit for Work – Chance Ausbildung

mit diesem Ausbildungsplatz-Förderprogramm unterstützen wir bayerische Ausbildungsbetriebe, die jungen Menschen eine Chance geben!

Sie haben Interesse?
Weitere Informationen finden Sie im Internet unter dem Stichwort „Fit for Work – Chance Ausbildung".

Noch Fragen?
Wenden Sie sich telefonisch an das Zentrum Bayern Familie und Soziales.
Die Hotline 0921 60 53 388 ist vormittags besetzt.
Oder senden Sie eine E-Mail an esf@zbfs.bayern.de.

IHK-Wahl 2021 – Kandidatur startet am 30. Oktober 2020

Wollen Sie die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen für Ihre Region aktiv mitgestalten? Dann lassen Sie sich für einen Sitz in der IHK-Vollversammlung und/oder Ihrem Regionalausschuss aufstellen. Die IHK-Wahl ist wichtiger denn je: Gerade in Krisenzeiten brauchen Unternehmen eine starke Vertretung!

Vom 9. April bis 7. Mai 2021 wählen rund 390 000 Unternehmen aus Industrie, Handel und Dienstleistung ihr »Parlament der Wirtschaft«, die IHK-Vollversammlung. Dieses oberste Organ der IHK entscheidet über grundsätzliche Fragen, bestimmt die Richtlinien der IHK-Arbeit und entscheidet über Einnahmen und Ausgaben. Neben der Vollversammlung werden zusätzlich 20 Regionalausschüsse gewählt. Diese vertreten die Interessen der Wirtschaft auf regionaler Ebene.

Unternehmer zeigen Flagge für München und Oberbayern

Als gewähltes Mitglied des IHK-Ehrenamts übernehmen Sie Verantwortung für den Standort München und Oberbayern, indem Sie aktiv die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen mitgestalten. Sie können Ihren Einfluss gegenüber Politik und Verwaltung verstärken und Ihr wirtschaftspolitisches Netzwerk ausbauen. Sie können neue Kontakte knüpfen und werden zum »Sprachrohr« der Unternehmer Ihrer Region. Pro IHK-Mitgliedsunternehmen kann sich je eine Person für die Vollversammlung und/oder die Regionalausschüsse zur Wahl aufstellen.

Sie überlegen zu kandidieren? So geht's!

Auf **www.ihkwahl2021.de** finden Sie rechtzeitig die offiziellen Formulare für Ihre Wahlbewerbung beziehungsweise Ihre Wahlvorschläge[1] zum Download.
Der Kandidaturzeitraum läuft vom 30. Oktober bis 26. November 2020. Innerhalb dieser Frist können Sie die ausgefüllten und unterschriebenen Formulare zusammen mit allen erforderlichen Anlagen beim Wahlausschuss einreichen.

Das geht

- als eingescanntes Dokument per E-Mail (wahlausschuss@muenchen.ihk.de)
- per Brief (IHK für München und Oberbayern, Wahlausschuss, Max-Joseph-Str. 2, 80333 München)
- oder per Fax (089 5116-81310).

Als Bewerberin oder Bewerber müssen Sie Ihren Familiennamen, Vornamen, Geburtsdatum, Funktion im Unternehmen, Bezeichnung des IHK-zugehörigen Unternehmens und dessen Anschrift aufführen.

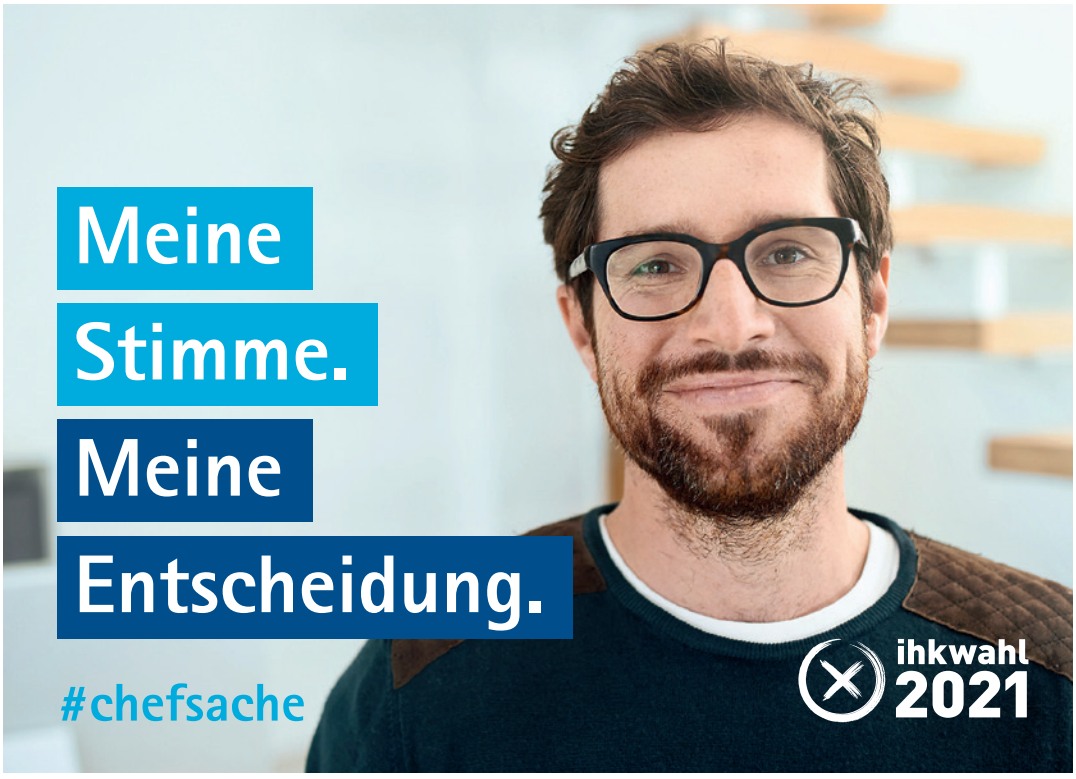


Foto: IHK

Die Angabe der Branche ist freiwillig. Näheres können Sie der Wahlordnung in § 11 entnehmen.[2]
Der Wahlbewerbung/dem Wahlvorschlag ist eine persönliche Erklärung jeder Bewerberin und jedes Bewerbers beizufügen, dass sie beziehungsweise er zur Annahme der Wahl bereit ist und dass ihr beziehungsweise ihm keine Tatsachen bekannt sind, die ihre beziehungsweise seine Wählbarkeit ausschließen. Ein entsprechender Passus hierfür ist im Bewerbungsformular integriert.
Nach Eingang und Prüfung der Wahlbewerbungen/Wahlvorschläge werden die Kandidatinnen und Kandidaten unter www.ihkwahl2021.de sowie im IHK-Magazin und in der IHK-Zeitung bekannt gemacht beziehungsweise veröffentlicht. Der Wahlausschuss wird dann über das weitere Verfahren informieren.

Präsentation der Kandidaten

Jeder Bewerber erhält nach erfolgreicher Prüfung durch den Wahlausschuss Zugang zu einem eigenen Profil auf unserer Wahlwebseite. Zusätzlich zu den Pflichtangaben aus dem Bewerbungsformular können hier freiwillige Angaben gemacht werden wie

- Foto-Upload (wird dann unter anderem auch auf dem Online- und Brief-Stimmzettel und im Magazin veröffentlicht)
- Persönliches Statement (»Darum kandidiere ich«)
- E-Mail-Adresse
- Link zur Unternehmenswebseite
- Links zu Social-Media-Profilen

Alle Kandidaten werden voraussichtlich ab Ende Februar 2021 auf der Webseite www.ihkwahl2021.de vorgestellt.

Nach der Wahl werden neben der Bekanntmachung des Wahlergebnisses die auf die einzelnen Kandidatinnen und Kandidaten entfallenen Stimmzahlen im Internet veröffentlicht.

MEHR INFOS ZUR IHK-WAHL 2021

WER KANN WÄHLEN?
Wahlberechtigt ist jedes in den festgestellten Wählerlisten eingetragene IHK-Mitglied.

WEN KÖNNEN SIE WÄHLEN?
Die Kandidatinnen und Kandidaten sind Unternehmerinnen und Unternehmer, die sich ehrenamtlich bei der IHK engagieren wollen, um die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen für den Standort München und Oberbayern aktiv mitzugestalten.

EINFACH WÄHLEN – SO GEHT'S
Die Wahlunterlagen gehen Ihnen rechtzeitig Anfang April 2021 per Post zu. Sie können die Unterlagen direkt ausfüllen und wieder an die IHK zurückschicken. Oder Sie nutzen die Möglichkeit, Ihre Stimme online abzugeben. Die Zugangsdaten zur Onlinewahl erhalten Sie mit den Wahlunterlagen.

WIE ERFAHREN SIE DAS WAHLERGEBNIS?
Das Wahlergebnis wird voraussichtlich im Mai 2021 auf der Internetseite der IHK bekanntgemacht. Außerdem wird es im IHK-Magazin veröffentlicht.

WÄHLERLISTEN – WICHTIG FÜR DIE AUSÜBUNG DES WAHLRECHTS
Nur in den festgestellten Wählerlisten eingetragene IHK-zugehörige Unternehmen sind wahlberechtigt und deren Inhaberinnen und Inhaber beziehungsweise Vertreterinnen und Vertreter auch wählbar. Die Listen werden von der IHK nach den Vorgaben des Wahlausschusses aufgestellt. Dabei geht die IHK von den ihr vorliegenden Daten aus.

Die Wählerlisten werden ab **30. Oktober 2020** in der Geschäftsstelle der IHK für München und Oberbayern, Max-Joseph-Str. 2, 80333 München, zur Einsicht ausgelegt.
Die genauen Daten und Uhrzeiten entnehmen Sie bitte der Wahlwebseite www.ihkwahl2021.de.

Ihre Kandidatur

- Sie können sich für die Vollversammlung und/oder einen Ihrer Regionalausschüsse engagieren und kandidieren.
- Sie können für die Wahlgruppen kandidieren, für die Sie auch wahlberechtigt sind.

Eine Übersicht über die Wahlgruppen der Vollversammlung und der Regionalausschüsse finden Sie auf:
www.ihkwahl2021.de

Mit folgender Maßgabe:
Einsichtsberechtigt sind die Wahlberechtigten oder ihre Bevollmächtigten. Die Einsichtnahme beschränkt sich auf die jeweilige Wahlgruppe und den Wahlbezirk. Bitte bringen Sie zur Einsichtnahme Ihren Personalausweis und gegebenenfalls eine Vollmacht mit.
Anträge auf Aufnahme in eine Wahlgruppe beziehungsweise einen Wahlbezirk oder auf Zuordnung zu einer anderen Wahlgruppe oder einem anderen Wahlbezirk sowie Einsprüche gegen die Zuordnung zu einer Wahlgruppe können innerhalb der vorgegebenen Frist schriftlich beim Wahlausschuss (IHK für München und Oberbayern, Wahlausschuss, Max-Joseph-Str. 2, 80333 München) eingelegt werden, wobei eine Übermittlung per Fax (089 5116-81310) ebenfalls möglich ist. Zulässig ist auch die Übermittlung eines eingescannten Dokuments per E-Mail (wahlausschuss@muenchen.ihk.de). Nähere Informationen hierzu finden Sie auf:
www.ihkwahl2021.de ■

[1] Bei einer Wahlbewerbung schlägt sich die Bewerberin beziehungsweise der Bewerber selbst vor. Bei einem Wahlvorschlag wird die Bewerberin beziehungsweise der Bewerber von einer oder einem Dritten vorgeschlagen.

[2] www.ihk-muenchen.de/wahlordnung



Foto: KristallTurm® GmbH & Co. KG

Hindernisparcours – KristallTurm® errichtet in aller Welt Hochseilgärten und hat dabei immer neue Hürden zu überwinden (im Bild: Anlage am Hafen Shanghai)

Neue Wege *finden*

Während der Coronakrise sind für viele Unternehmen Absatzmärkte weggebrochen oder Lieferketten gerissen. Das bringt die Geschäfte ins Stocken. Was Firmen jetzt tun können.

SABINE HÖLPER

Der Hersteller von Hochseilgärten KristallTurm® ist auf der ganzen Welt aktiv. Von Amerika bis Australien stellt das Unternehmen mit Sitz in Lenggries Kletterparcours auf. Noch verzeichnet Inhaber und Geschäftsführer Heinz Tretter keine Umsatzeinbrüche. Da es sich aber um ein klassisches Projektgeschäft handelt, mit mehreren Jahren zwischen Anbahnung des Geschäfts und Fertigstellung der Anlage, »könnte es uns zeitversetzt treffen«, sagt Tretter. »Die Gefahr der Pleite existiert.« Schließlich musste das Unternehmen in den letzten Monaten bereits fünf Messen ausfallen lassen. Das sind wichtige Plattformen zur Kundengewinnung.

Risiko Kundenbonität

Die Coronakrise hat inzwischen mannigfaltige Auswirkungen auf die Wirtschaft. Zum Teil sind Lieferketten gerissen, sodass die Produktion stoppt oder Produkte nicht verkauft werden können. Die meisten Branchen kämpfen allerdings noch mehr damit, dass internationale Absatzmärkte weggebrochen sind, vor allem jene außerhalb Europas. Und die stehen immerhin für knapp 40 Prozent des Umsatzes der bayerischen Wirtschaft. Selbst wenn Nachfrage besteht: »Die Bonität vieler Kunden hat sich verschlechtert«, weiß Gabriele Vetter, Referatsleiterin im Bereich Außenwirtschaft bei der IHK für München und Oberbayern. Das birgt Risiken.

Ein noch größeres Problem stellen die Reisebeschränkungen in die Drittstaaten dar. »Das liegt am hohen Dienstleistungsanteil der bayerischen Wirtschaft«, sagt Vetter. Die Firmen müssten dringend ihre Fachleute in die Länder schicken, um dort beispielsweise Anlagen aufzubauen. »Das funktioniert aber kaum.« Nur vereinzelt wurden etwa von den Außenhandelskammern Sonderflüge organisiert.

Auch KristallTurm®-Chef Tretter kämpft mit den Restriktionen. »Kürzlich mussten wir eine Truppe von mehreren Monteuren aus Malaysia zurückholen – und das drei Tage vor Beendigung der Baustelle«, erzählt er. Das ist ärgerlich. Denn somit erhält das Unternehmen die Schlusszahlung nicht. Außerdem seien wichtige Werkzeuge noch nicht wieder in Bayern.

Nach China wiederum kamen die Angestellten wochenlang nicht hinein. Dort soll der größte je geplante Hochseilgarten entstehen. »Die Container mit dem Material sind auf dem Weg«, sagt Tretter. Aber seine Leute konnten nicht einreisen. Jetzt wurde ein Kompromiss gefunden: Zwei Supervisoren dürfen ins Land, müssen zwei Wochen lang in Quarantäne, danach können sie ihre rund sechswöchige Arbeit aufnehmen – allerdings mit chinesischen Monteuren. Etwa acht firmeneigene Fachkräfte sitzen derweil in Bayern – ohne Arbeit. Sie anderswo einzusetzen, ist kaum möglich. Denn ob zum Beispiel die Anlagen in Australien wie geplant im Herbst aufgestellt werden können, ist noch immer nicht klar.

Die Situation ist schwierig. Aber umso mehr gilt es jetzt, einen kühlen Kopf zu bewahren und die Weichen neu zu stellen. »Die Firmen müssen die Zeit nutzen, um sich strukturell gut aufzustellen und ihre Internationalisierungsstrategie zu überdenken«, sagt Alexander Lau, IHK-Referatsleiter Europa und EU-Politik. Sie müssten möglicherweise neue Märkte finden. Auch das ist nicht leicht.

Keiner weiß, in welchem Erdteil eventuell die nächste Coronawelle heranrollt. Fest steht, dass aktuell eher Europa in den Fokus gerückt werden sollte. »Der EU-Binnenmarkt hat sich weitestgehend wieder normalisiert«, so Lau.

Darum geht's

- Wegen der Coronarestriktionen müssen Firmen ihre Internationalisierungsstrategie neu ausrichten.
- Bei der Erschließung neuer Absatzmärkte helfen Förderprogramme wie »Go International«.
- Irland sucht nach dem Brexit neue Abnehmer. Die bayerische Wirtschaft ist willkommen.

Firmen, die neue Märkte erschließen wollen, können diverse Unterstützungsleistungen in Anspruch nehmen wie etwa das Förderprogramm »Go International« der bayerischen IHKs und Handwerkskammern (www.go-international.de). Es bezuschusst Mittelständler mit bis zu 50 Prozent ihrer Aufwendungen für Maßnahmen zur Erschließung eines neuen Ziellands. Dazu zählen etwa die Markteinstiegsberatung, die Geschäftspartnersuche oder die Übersetzung von Publikationen in die erforderliche Sprache. Auch die Zertifizierung von Produkten wird gefördert.

Davon hat der Hersteller von hochwertigen Haushaltsgeräten ritterwerk mit Sitz in Gröbenzell vor einigen Jahren profitiert, als er in den chinesischen Markt einstieg. »Mit Toastern und Wasserkochern haben wir begonnen«, sagt ritterwerk-Prokurist und -Exportleiter Klaus Rehm (54). Beide Produkte für den ausländischen Markt zertifizieren zu lassen, kostete rund 30 000 Euro. Die Hälfte wurde dem Mittelständler erstattet. »Das macht den Unterschied«, sagt Rehm.

Und: Das Engagement brachte den erhofften Erfolg. Das Unternehmen ist in China angekommen. Zwar stecke das Geschäft dort noch in den Kinderschuhen, so Rehm. Aber der entscheidende Anfang ist gemacht. Die Go-International-Förderung würde er immer wieder beantragen, sofern »man ganz neu in einen Markt eintreten möchte und dort noch keine Kontakte hat«.

Go International ist nicht die einzige Möglichkeit, um neue Absatzmärkte zu erschließen oder bei der Neugestaltung von vorhandenen Märkten Hilfen zu bekommen. Die Außenhandelskammern stehen Firmen beratend zur Seite. Außerdem unterstützt das EU-Beratungsnetzwerk »Enterprise Europe Network« bei der Suche nach internationalen Kooperationspartnern oder beschafft Marktinformationen. Auch beim Umgang mit EU-Fördermitteln ist das Beratungsnetzwerk ein kompetenter Ansprechpartner.

Eigeninitiative ist gerade in diesen Zeiten wichtig. Allerdings betont IHK-Experte Lau, dass die Politik dazu beitragen muss, die Rahmenbedingungen zu verbessern, um das Exportgeschäft der bayerischen Unternehmen zu stärken.

Die IHK fordert daher, dringend den EU-Binnenmarkt zu vollenden. »Die Industrie- und KMU-Strategie der EU für den Binnenmarkt muss umgesetzt werden«, so Lau. »Es gilt, grenzüberschreitende Dienstleistungen und Arbeitnehmerentsendung zu erleichtern.« Des Weiteren müssten die Unternehmen darin unterstützt werden, »auf Augenhöhe mit China und den USA verhandeln zu können«.

KristallTurm®-Chef Tretter stimmt dem zu: Die Politik sei angesichts der Coronakrise mehr denn je gefordert, schnelle und unkomplizierte Lösungen anzubieten. ■

IHK-Ansprechpartner zu internationalen Absatzmärkten

Alexander Lau (Europa), Tel. 089 5116-1614
alexander.lau@muenchen.ihk.de

Gabriele Vetter (Drittmärkte)
Tel. 089 5116-1372
gabriele.vetter@muenchen.ihk.de

Lieferanten in Italien finden

Durch die Maßnahmen gegen die Pandemie sind viele Lieferketten gestört – vor allem auch jene nach Italien. Zusammen mit der Deutsch-Italienischen Handelskammer (AHK) in Mailand haben die bayerischen IHKs daher das Projekt »Individuelle Lieferantensuche Italien« gestartet. Es unterstützt Unternehmen beim Finden von qualitativ hochwertigen Lieferanten.

Die Vorgehensweise ist einfach:

Wer Lieferanten aus Italien sucht, kann bei seiner zuständigen IHK Vorgaben und Kriterien festlegen.

Auf dieser Basis erstellt die AHK Italien Suchprofile auf Italienisch und verteilt diese über ihre landesspezifischen Multiplikatoren wie Mitgliedsunternehmen, Banken, Unternehmerverbände und Kammern. Hinzu kommen individuelle Recherchen von potenziellen Lieferanten durch erfahrene AHK-Projektmanager.

Anschließend können die bayerischen Einkäufer die für sie optimalen italienischen Lieferanten auswählen und mit ihnen in Kontakt treten.

IHK-Veranstaltungstipp

Webinar: Absatzchancen in Irland

Irland hat den Brexit nicht gewollt, muss aber nun mit den Konsequenzen leben. Sein Haupthandelspartner neben den USA war Großbritannien mit einem Warenaustausch von mehr als 60 Milliarden Euro jährlich. Irland wird daher besonders stark von der Marktunzugänglichkeit und den Unsicherheiten des Brexits betroffen sein. Das Land sucht deshalb Alternativen auf dem EU-Kontinent – auch in Bayern.

Zur Anbahnung von Geschäftsbeziehungen bietet die IHK für München und Oberbayern das Webinar »Absatzchancen Irland« mit Infos zum Förderprogramm »Go International« sowie Intensivberatung an.

Vertreter der AHK Irland zeigen Vorzüge des irischen Markts, Auswirkungen des Brexits, Geschäftsmöglichkeiten und Wachstumsbranchen. Im Anschluss besteht die Möglichkeit für Einzelgespräche mit Vertretern der AHK.

Termin: 4. November, 9.30–11 Uhr
Anmeldung: www.ihk-muenchen.de/absatzchancen-irland



31.12. – Termin für die Einreichung der Prüfungsberichte

Prüfungspflichten

Abgabefrist beachten!

1. Finanzanlagenvermittler und Honorar-Finanzanlagenberater
Gewerbetreibende mit einer Erlaubnis nach Paragraf 34f Gewerbeordnung (GewO) unterliegen einer jährlichen Prüfungspflicht. Sie müssen prüfen lassen, ob sie ihre Beratungs- und Vermittlungsleistungen ordnungsgemäß nach den Vorgaben der Finanzanlagenvermittlungsverordnung, kurz FinVermV, durchgeführt haben.

Für das Kalenderjahr 2019 ist für den entsprechenden Prüfungsbericht der 31. Dezember 2020 der letztmögliche fristgerechte Termin für die Einreichung bei der IHK für München und Oberbayern. Unter **www.ihk-muenchen.de/Finanzanlagenvermittler** kann der Bericht im dortigen IHK-Upload-Tool hochgeladen werden. Sofern keine erlaubnispflichtigen Geschäfte getätigt wurden, muss eine sogenannte Negativerklärung für das Kalenderjahr 2019 bis zum 31. Dezember 2020 eingereicht werden. Bitte nutzen Sie für die Negativerklärung das unter **www.ihk-muenchen.de/Finanzanlagenvermittler** zur Verfügung stehende Musterformular und für die Einreichung das entsprechende Upload-Tool.

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

2. Bauträger und Baubetreuer
Auch Bauträger und Baubetreuer unterliegen einer jährlichen Prüfungspflicht. Sofern erlaubnispflichtige Geschäfte in dem jeweiligen Berichtsjahr getätigt wurden, muss ein Prüfungsbericht erstellt werden. In diesem wird die Einhaltung der Pflichten nach den Paragrafen 2 bis 14 der Makler- und Bauträgerverordnung, kurz MaBV, beispielsweise durch einen Wirtschaftsprüfer überprüft.

Für das Kalenderjahr 2019 muss der entsprechende Prüfungsbericht bis spätestens 31. Dezember 2020 bei der IHK abgegeben werden. Dafür steht das IHK-Upload-Tool bereit unter **www.ihk-muenchen.de/34c-gewerbeordnung**

Sofern keine erlaubnispflichtigen Geschäfte getätigt wurden, muss hier ebenso eine sogenannte Negativerklärung für das Kalenderjahr 2019 bis zum 31. Dezember 2020 eingereicht werden. Das Formular dafür gibt es bei der IHK unter: **www.ihk-muenchen.de/34c-gewerbeordnung** – bitte nutzen Sie auch hier zur Einreichung das jeweilige IHK-Upload-Tool.

IHK-Ansprechpartnerinnen
Christine Anna Schmaus, Tel. 089 5116-1153
christine.schmaus@muenchen.ihk.de
Sonja Rosenhammer, Tel. 089 5116-1154
sonja.rosenhammer@muenchen.ihk.de



WIR BAUEN FÜR SIE – SCHLÜSSELFERTIG

- Gewerbe- und Industriebauten
- Verbrauchermärkte
- Büro- und Verwaltungsgebäude
- Wohnbau
- Sozialimmobilien
- Neubau und Revitalisierung

Ihr professioneller Partner für wirtschaftliche Gesamtlösungen mit Termintreue und nachhaltiger Qualität.

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

INNCON Baugesellschaft mbH



Foto: Nunn-Aufzüge

Familienbetrieb – die Geschäftsführer Bernd und Gitta Svoboda (hinten) mit Sohn Wolfgang Walde, Enkel Marc und Tochter Natascha Svoboda (vorn, v.l.)

In der Nische nach oben

Mit Fahrstühlen, die nach individuellen Vorgaben des Auftraggebers gefertigt werden, hat sich das 1920 gegründete Unternehmen Nunn-Aufzüge einen speziellen Markt erschlossen.

STEFAN BOTTLER

Wenn Gitta Svoboda nach ungewöhnlichen Aufzügen gefragt wird, fällt ihr spontan der 1901 eröffnete Freiluftfahrstuhl Elevador de Santa Justa in Lissabon ein: Im neugotischen Stil erbaut, befördert er pro Fahrt bis zu 20 Fahrgäste über 45 Meter hinweg zwischen zwei Stadtteilen. Gern nennt sie auch die zylinderförmige Konstruktion AquaDom in einem Berliner Luxushotel, die in ein 16 Meter hohes Aquarium integriert wurde. Oder die außen montierte Anlage der kugelförmigen Halle Globen Arena in Stockholm, die genau den Rundungen der Außenwand folgt.

Von solchen Highlights lässt sich die Geschäftsführerin von Nunn-Aufzüge GmbH & Co. KG, Hohenbrunn, inspirieren. Das Familienunternehmen, das 2020 seinen 100. Geburtstag feiert, hat sich als Spezialist für Fahrstühle, die nach individuellen Wünschen des Auftraggebers hergestellt werden, einen Namen gemacht. Jährlich fertigen die rund 45 Nunn-Mitarbeiter bis zu 70 Anlagen, die sich mit unkonventionellen Formen, Montagen und Baumaterialien von Standardfahrstühlen abheben.

»Unser ungewöhnlichstes Projekt ist ein dreieckiger Aufzug in einem Münchner Altbau«, sagt Svoboda. »Wegen des sehr engen Treppenhauses kann die Kabine höchstens zwei Personen aufnehmen.« Von »charmanten Accessoires« fürs eigene Zuhause schwärmt die Unternehmerin. »Wir bieten das volle Spektrum

Darum geht's

- Da große Wettbewerber konventionelle Fahrstühle preiswerter herstellen können, hat sich Nunn auf Nischen spezialisiert.
- Das Familienunternehmen konzentriert sich auf Designaufzüge und Wartungen.
- Nunn setzt dabei sowohl auf Privat- als auch auf Geschäftskunden.

an Gestaltungsmöglichkeiten für Aufzug und Schacht«, sagt die resolute Mittsechzigerin, die auch die Personalberatung top-jobs-europe Consulting GmbH führt.
Sechs marktbekannte Unternehmen, darunter der Motorenhersteller Ziehl Abegg in Künzelsau, der Türenproduzent Meiller in München und Meitinger Glas im benachbarten Kirchheim, liefern die Komponenten. Mit diesen stellt Nunn maßgeschneiderte Aufzüge in allen möglichen Formen und Größen her – oft aus Edelstahl, Spiegelglas, Granit oder Marmor. Während der letzten Jahre ist die Nachfrage nach solchen Anlagen kontinuierlich gestiegen. Heute arbeitet Nunn nicht nur für Privathäuser, sondern auch für Produktionsstätten, Hotels und Kliniken. »Wer hochwertige Immobilien baut, möchte den Lift ins bestehende Interieur integrieren«, sagt Svoboda. Der Aufzug werde so zur »Visitenkarte« eines Gebäudes.

Lange Tradition

Die Gesellschafterin, die das Unternehmen seit 2007 mit ihrem Mann Bernd Svoboda (75) in dritter Generation führt, setzt eine lange Tradition fort. Das 1920 gegründete Unternehmen baute bis in die 1960er-Jahre hinein konventionelle Aufzüge. Heute ist dieser Markt eine Domäne von wenigen großen Herstellern wie Otis und Schindler. Nunn hat sich deshalb früh auf Nischen spezialisiert.
Das Unternehmen stellt unter anderem behindertengerechte Anlagen für Privathäuser, Autoaufzüge für Parkhäuser und Glasschachtgerüste für Altbauten her. Außerdem übernimmt Nunn Instandhaltungs- und Reparaturarbeiten für andere Hersteller. Weil der Gesetzgeber regelmäßige Wartungen vorschreibt und seine Anforderungen kontinuierlich verschärft hat, wirft dieses Geschäftsfeld dauerhaft stabile Umsätze ab.
Die Svobodas haben seit 2007 Kundenservice und Aufzugsherstellung weiter ausgebaut und das Unternehmen mit moderner IT für neue Marktanforderungen fit gemacht. »Unsere Servicemonteure arbeiten nach intensiven Schulungen in der Aufzugswartung sowie im Störungsdienst«, sagt Svoboda. Mit einem 24-Stunden-Service an sieben Wochentagen garantieren sie Erreichbarkeit rund um die Uhr, mit dem neuen ERP-System stellen sie eine schnelle Ersatzteilversorgung sicher. Jeder Kollege gibt bereits am Einsatzort die benötigten Komponenten in sein Tablet ein, die Auslieferung erfolgt sofort.
Außerdem haben sich Nunn-Mitarbeiter auf die Sanierung und Instandsetzung von alten Aufzügen und deren Umrüstung auf neue Notrufleitsysteme spezialisiert. Seit 1999 schreibt der Gesetzgeber für jeden neuen Aufzug eine Anlage vor, die Fahrgäste bei Störungen sofort mit einer Notrufzentrale verbindet. Alle Dienstleistungen bündelt das Komplettangebot Liftmanagement 24. Die Nunn-Spezialisten übernehmen sämtliche Verwaltungs- und Serviceaufgaben, beraten den Kunden über Rechtsgrundlagen und helfen bei der Anbindung an ein Notrufleitsystem.
Parallel dazu hat das Unternehmen das Geschäft mit individuell angefertigten Aufzügen hochgefahren. Weil dieser Nischenmarkt von ständig neuen Ideen lebt, machen die Svobodas immer wieder Dienstreisen zu Destinationen mit besonders interessanten Aufzügen. Ende 2019 waren sie in Dubai. »Wir haben eine Woche lang Fahrstühle studiert und staunten, wie mit vergleichsweise preiswerten Materialien Design erzeugt wird«, so Svoboda. Im Showroom ihres Standorts in Hohenbrunn kann der Interessent entsprechende Lösungen anschauen.
Über ein Jahrzehnt nach der Übernahme des Unternehmens haben die Svobodas den Umbau weitgehend abgeschlossen – und den nächsten Generationswechsel bereits eingeleitet. Sohn Wolfgang Walde (40) leitet den Bereich Neubau und Modernisierung, Tochter Natascha Svoboda (32) ist für das Servicecenter verantwortlich. In den kommenden Jahren wollen die vier ihre Aufzüge für das Internet of Things (IoT) fit machen. Dann melden Sensoren Störungen automatisch einem Servicetechniker. »Auch das kann die Unterhaltskosten senken«, ist Gitta Svoboda überzeugt. ■

www.nunn.de



Leidenschaft für Licht

Wie können junge Firmen das Wachstum der Anfangsjahre aufrechterhalten? AS LED Lighting hat sich seit 2010 mit modernen Lichtsystemen eine starke Marktposition erarbeitet – und will jetzt mit hoher eigener Wertschöpfung weiter expandieren.

EVA ELISABETH ERNST



Krisenerfahren – Stefan Kirner (l.) und Andreas Thum, Gründer von AS LED Lighting

Foto: Thorsten Jochim

Das erste Jahr nach der Gründung war noch schwieriger als die Coronazeit – darin sind sich Stefan Kirner (53) und Andreas Thum (54) einig. Denn für die beiden Gründer und Geschäftsführer der AS LED Lighting GmbH aus Penzberg waren die Hürden anfangs besonders hoch: Sie starteten 2010 kurz nach der Finanz- und Wirtschaftskrise und verfügten über keinerlei Erfahrungen und Kontakte in der Branche. Die LED-Technologie für Lichtsysteme, auf die sie sich spezialisierten, steckte in den Anfängen. »Damals waren die Lichtfarben noch nicht so schön«, erinnert sich Thum, der Technik und Produktion leitet. »Außerdem lagen die Energieeinsparungen durch LED-Beleuchtung im Vergleich zu Leuchtstoffröhren noch etwas niedriger als heute, wo wir bei etwa 60 Prozent sind.«

Was die beiden Gründer jedoch mitbrachten, waren langjährige Erfahrungen aus der Industrie: Diplom-Ingenieur Thum hatte Testsysteme in der Luftfahrtbranche entwickelt. Kirner, der sowohl ein Ingenieur- als auch ein Wirtschaftsstudium absolviert hat, war lange Zeit bei Siemens und anschließend bei einem Auftragsfertiger eines US-Konzerns in Vertrieb und Marketing tätig gewesen.

Bei einer Veranstaltung in der Schule ihrer Söhne kamen die beiden ins Gespräch. »Wir hatten Lust darauf, beruflich noch mal etwas Neues zu wagen, und haben nach einem Markt im Umbruch gesucht, um gemeinsam ein Unternehmen zu gründen«, sagt Kirner. Die Leuchtdioden-Technologie fanden beide spannend und aussichtsreich. »Auch wenn etablierte Leuchtenhersteller damals noch der Meinung waren, dass sich LEDs für Lichtsysteme wohl nicht durchsetzen würden.«

Die Rechnung ging auf: Seit 2013 arbeitet das Unternehmen profitabel, im vergangenen Jahr erwirtschaftete es einen Umsatz von 2,3 Millionen Euro. Aktuell beschäftigt es 14 Mitarbeiter. Hinzu kommen noch weitere 35 Arbeitsplätze bei Auftragsfertigern in Augsburg und Pfronten, bei denen die Leuchten produziert werden. Die Profile für die Gehäuse stellt ein Unternehmen in Telfs in Tirol her. Sie bestehen bis zu 80 Prozent aus recyceltem Aluminium.

»Wir legen großen Wert auf Qualität und die Kontrolle unserer gesamten Wertschöpfungskette«, betont Thum. »Das geht von Konstruktion und Design der Leuchten bis hin zur Produktion der LED-Platinen und der Gehäuse- und Befestigungstechnik.« Selbst die Werkzeuge zur Herstellung der Profile entwickelte das Unternehmen in Eigenregie. Vier interne Lichtplaner konzipieren maßgeschneiderte Beleuchtungslösungen.

Nur Firmenkunden

Durch ihren geringen Energieverbrauch und die lange Lebensdauer ist die LED-Lichttechnologie nicht nur ökonomisch, sondern auch ökologisch vorteilhaft. Dass die Leuchten aus Penzberg nach dem Cradle-to-Cradle-Prinzip konstruiert sind und daher wieder in ihre Komponenten zerlegt und recycelt werden können, ist ein weiterer Pluspunkt in der Ökobilanz. »Und durch die räumliche Nähe unserer Produktionsstätten sparen wir auch Transportwege«, sagt Stefan Kirner.

AS LED Lighting konzentrierte sich von Anfang an auf Firmenkunden. »Der B2C-Markt war bereits damals sehr preisgetrieben und die Einsparpotenziale der LED-Technik kommen bei langer Brenndauer am besten zum Tragen«, sagt Kirner. Den ersten Auftrag erhielt das Unternehmen sechs Monate nach der Gründung von der heutigen Airbus Group, die damals noch unter EADS firmierte. »Wir statteten die Lichtinstallation in der Eingangshalle, die sich unter einem Segel über 13 Quadratmeter erstreckte, mit LED-Leuchten aus«, berichtet Thum.

Es folgten zahlreiche weitere Aufträge bei kleinen und großen Kunden; darunter das Rechenzentrum der HypoVereinsbank, der Ladehof und die Beleuchtung der Silotürme der Spaten-Franziskaner-Brauerei in München oder die Kfz-Prüfstellen beim TÜV Süd.

»Anfang 2011 hatten wir den Dreh bei der Kundenakquise heraus und konnten es uns leisten, ein Büro zu mieten und den ersten Mitarbeiter einzustellen«, erzählt Kirner. Dass sie sogar ihrem Vormieter eine Lichtlösung für sein neues Quartier verkauften, freut ihn noch heute. 2011 reichte das Unternehmen zudem das erste Patent für den Verbau von LED-Modulen in Leuchten ein.

Mittlerweile umfasst das Portfolio rund 1 100 selbst entwickelte Leuchten für die Innen- und Außenbeleuchtung, darunter Modelle, die für Hallen mit sehr hohen Decken, für Feuchträume oder für Räume mit extremen Temperaturen geeignet sind oder in der Lebensmittelindustrie eingesetzt werden dürfen. Für Sporthallen konzipierte das Team um Thum blendfreie und ballwurfsichere Leuchten, die bereits von einigen Sportverbänden empfohlen werden.

Die Investitionen und laufenden Kosten der Startphase stemmten Kirner und Thum aus Eigenmitteln, das Wachstum finanzieren sie aus dem laufenden Geschäft. Auch wenn es in Deutschland laut Kirner noch ausreichend Umrüstungspotenzial gibt, ist AS LED bereits für Unternehmen in Österreich und der Schweiz tätig. In den nächsten Jahren soll auch in andere EU-Länder exportiert werden. Derzeit entwickelt AS LED Leuchten, die in Klimadecken integriert werden können. Für die Fertigung dieser Produktlinie baute das Unternehmen Mitte 2019 eigene Produktionskapazitäten in Penzberg auf. Ein Hersteller von Klimadecken vermarktet die Leuchten.

Vorteile regionaler Produktion

Auch AS LED spürt die Auswirkungen der Coronakrise, weil einige Kunden nahezu komplett ausfallen. »Doch wir geben in allen Bereichen Gas und haben sogar Personal aufgebaut«, sagt Kirner. »Die letzten Monate haben unser Konzept der regionalen Produktion nachhaltig bestätigt, da wir im Gegensatz zu einigen Mitbewerbern uneingeschränkt lieferfähig waren.« ■

Zum Unternehmen

- gegründet 2010 in Penzberg in Oberbayern
- Spezialist für LED-Beleuchtungssysteme mit hoher eigener Wertschöpfung
- Portfolio mit rund 1 100 Leuchten für Industrie, Gewerbe, Gesundheitswesen, Sport
- Umsatz 2019: 2,3 Millionen Euro
- 14 Mitarbeiter

www.as-led.de



Foto: Thorsten Jochim

Übernahm das Unternehmen vom Vater – Andreas Franz mit einer industriellen 3-D-Kamera von Framos

Spezialist für sehende Maschinen

Binnen zwölf Jahren vom familiär geführten Familienunternehmen zu einem international orientierten Spezialisten für Bildverarbeitung mit agiler Führungskultur: Nicht nur die Märkte und Technologien, auf die sich die Framos GmbH in Taufkirchen bei München konzentriert, haben sich rapide verändert, sondern auch das Unternehmen selbst.
Initiator und Treiber des Wandels bei Framos ist Andreas Franz, der 2008 seinen Vater Bernd an der Firmenspitze abgelöst hat. Zuvor war der promovierte Wirtschaftswissenschaftler als Berater bei McKinsey tätig. »Ich fand das sehr spannend, aber nach vier Jahren in der Beratung hatte ich das Bedürfnis, Projekte nicht nur zu identifizieren und anzustoßen, sondern auch zu Ende zu bringen.« sich. Dem damals 32-Jährigen wurde immer mehr bewusst, dass er lieber ein Leben als Unternehmer führen wollte. An Framos, damals noch ein Großhändler für Komponenten zur Bildverarbeitung, dachte er dabei zunächst eher nicht.

Auszeit zum Nachdenken

»Zu diesem taktisch klug gewählten Zeitpunkt fragte mich mein Vater, wie es mit seinem Unternehmen weitergehen sollte«, erinnert sich Franz. Er nahm sich eine viermonatige Auszeit bei seinem Arbeitgeber, um in Ruhe über seine berufliche Zukunft nachzudenken. Framos war erfolgreich und auch die Technologie fand er spannend. »Andererseits handelte es sich um ein 27 Jahre altes Unternehmen mit 15 Mitarbeitern und jahrelang eingespielten Abläufen.« Da es jedoch auch eine gute Plattform für die technologische und strategische Weiterentwicklung bot, entschied er sich zum Einstieg.
Andreas Franz ist stolz darauf, dass der Generationswechsel aus Sicht von Mitarbeitern, Kunden und Technologiepartnern nahezu reibungslos über die Bühne ging: »Doch dahinter lief ein längerer Prozess zwischen meinem Vater und mir ab«, sagt er. »Auch wenn er mich immer unterstützt und an mich geglaubt hat, verlief die Zusammenarbeit verständlicherweise nicht ohne Reibungen und Diskussionen.« Nicht

Framos bietet nicht nur gefragte Lösungen für die Bildverarbeitung. Das Unternehmen ist auch ein Beispiel dafür, wie die Neuausrichtung nach dem Generationswechsel gelingen kann.

EVA ELISABETH ERNST

zuletzt durch eine intensive Auseinandersetzung mit der Vater-Sohn-Beziehung gelang es, einen Weg zu finden, der sowohl für den Gründer und langjährigen Unternehmer als auch für den wissenschaftlich und von der Unternehmensberatung geprägten Nachfolger gangbar war.

»Doch selbst mit Unterstützung eines Mediators hat das einige Zeit in Anspruch genommen«, sagt Franz. Rückblickend sieht er jedoch die Kombination beider Ansätze als Erfolgsrezept für das stetig wachsende Geschäft: »Die starke unternehmerische und marktorientierte DNA des Gründers, ergänzt um eine vorausschauende Neuausrichtung für eine globale Skalierung und die Erhöhung des Wertbeitrags mit eigenen Lösungen und Services.«

Ausbau des Produktportfolios

Seit der Übernahme investierte Andreas Franz in das interne technische Know-how, gründete eine Entwicklungsabteilung und baute das Produktportfolio aus. »Wir beraten unsere Kunden, welche Bildverarbeitungstechnologie für ihre Anwendung geeignet ist, und unterstützen sie bei der Auswahl passender Komponenten, entwickeln aber auch für sie maßgeschneiderte Lösungen.« Zu den Framos-Kunden zählen Maschinen- und Anlagenbauer sowie Medizintechnik- und Automobilhersteller. Die Technologien kommen zudem in Forschung, Logistik und in Mobilitätslösungen, etwa der Verkehrsüberwachung und -steuerung, zum Einsatz.

60 Prozent des Umsatzes erwirtschaftet das Unternehmen in Europa, Russland und der Türkei, 30 Prozent in Nordamerika und die letzten zehn Prozent überwiegend in Asien. Die Exportquote liegt bei 70 Prozent, der Umsatz 2019 bei 50 Millionen Euro. Von den rund 140 Mitarbeitern, die Framos mittlerweile beschäftigt, arbeiten lediglich 50 am Stammsitz in Taufkirchen. Die übrigen sind rund um den Erdball verstreut. Sie stammen aus 17 verschiedenen Nationen und werden von einem zehnköpfigen Managementteam geleitet. »Das sind die Menschen, die unsere Werte leben und das Unternehmen voranbringen«, sagt Franz. Einmal wöchentlich stimmt er sich per Videomeeting mit ihnen ab. Dabei wird vor allem über Themen gesprochen, die die Unternehmensentwicklung fördern.

Diese Ziele und Projekte werden wiederum in den sogenannten Retreats verabschiedet: Alle drei Monate zieht sich das Managementteam für zwei Tage zurück, um die Strategien auf konkrete Ziele und Aktivitäten herunterzubrechen. »Dadurch schaffen wir es, uns nicht vom Tagesgeschäft überrennen zu lassen und an zwei bis drei priorisierten Zukunftsthemen dranzubleiben«, erklärt Franz.

Sein persönliches Ziel ist es, Framos langfristig unabhängig von seiner Person zu entwickeln. Das werde zwar manchmal als Führungsschwäche ausgelegt. »Doch ich investiere in Leute, an die ich glaube, und gebe ihnen größtmöglichen Entscheidungsspielraum.« Dabei lässt sich Franz seit Jahren von einem Business Coach begleiten, mit dem er sich regelmäßig austauscht.

In der Coronakrise hat es sich als Vorteil erwiesen, dass das Team es gewohnt ist, virtuell zusammenzuarbeiten. Natürlich ging auch Framos durch die Produktionsunterbrechungen Umsatz verloren. Doch noch während sich die Situation in Nordamerika verschlechterte, startete die Produktion in China bereits wieder. »Als weltweit aktives Unternehmen traf uns der Lockdown daher nicht mit voller Härte«, sagt Franz. »Die nächsten sechs bis zwölf Monate werden zwar dennoch schwierig für uns.« Aber danach werde Framos davon profitieren, wenn Unternehmen künftig intensiver digitalisieren und automatisieren, glaubt der Unternehmer. »Denn Bildverarbeitung ist schließlich das Auge von Digitalisierung und Industrie 4.0.« ■

www.framos.com



Foto: Monika Moosreiner



Ein Onlineshop ist für lokale Händler wichtig, sagt Christine Frehe-Reynartz, Geschäftsführerin von Auryn Naturfashion

Handeln auf der Plattform

Für viele stationäre Einzelhändler ist der Verkauf über einen E-Commerce-Marktplatz sinnvoll. Mittlerweile gibt es neben Amazon zahlreiche Anbieter solcher Plattformen. Wie können Händler die Marktplätze nutzen?

EVA ELISABETH ERNST



Seit einem knappen Vierteljahrhundert verkauft die Auryn Naturfashion GmbH im Münchner Gärtnerplatzviertel organisch und fair hergestellte Kinder- und Damenbekleidung, Spielzeug, Accessoires und Dekoartikel. Anfang 2019 ging der Onlineshop auryn-shop.com ans Netz. »Auch wenn der Aufwand groß ist: Selbst als kleiner, lokaler Händler ist der Onlineshop für uns wichtig«, sagt Gründerin und Geschäftsführerin Christine Frehe-Reynartz. »Immer mehr Kunden informieren sich dort, bevor sie in den Laden kommen.« Während der Coronaschließung war die Unternehmerin ausgesprochen froh über diesen Kanal. »Da haben die Kunden viel im Onlineshop bestellt.«

Seit einigen Wochen ist Auryn nun auch auf dem Onlinemarktplatz Kauflokal.com vertreten. »Vielleicht wäre es sinnvoll, Amazon zu nutzen«, so Frehe-Reynartz. »Aber mir sind lokale Initiativen, die dafür sorgen, dass die kleinen Läden überleben können, wesentlich lieber.«

Diese Anforderung erfüllt Kauflokal.com perfekt: Der Marktplatz entstand aus der Aktion #kauflokal, bei der sich Marken aus Mode, Handwerk, Genuss und Lifestyle 2016 zunächst beim Herrenausstatter Hirmer und später auch bei anderen großen Münchner Traditionshäusern einige Wochen lang präsentierten.

Während des Lockdowns setzten die #kauflokal-Initiatoren gemeinsam mit der E-Commerce-Agentur Norisk Group den Marktplatz binnen 14 Tagen auf. Er startete mit über 300 angebundenen Händlern – vom kleinen Schmuckladen ohne eigenen Onlineshop bis hin zum Traditionsbuchhändler Hugendubel.

Lohnende Plattform

»Local Commerce ist derzeit ein großes Thema – auch bei Onlinemarktplätzen«, sagt Ralph Hübner (45), Partner der ecom consulting GmbH aus München und einer der Autoren der Studie »Marktplatzwelt 2020«. Die Untersuchung zeigt, dass es mittlerweile erstaunlich viele dieser Internet-Verkaufsplattformen gibt. Allein in Deutschland, Österreich und der Schweiz sind es mehr als 170 Marktplätze, weltweit über 480. Dort bieten Händler wie Hersteller Produkte an. »Die Transaktion verläuft in der Regel direkt zwischen dem Verkäufer und seinem Kunden«, erklärt Hübner. Der Marktplatz ermöglicht den Verkauf und kassiert dafür eine Provision.

Für Einzelhändler kann dies äußerst lohnend sein. »Wegen der hohen Wettbewerbsintensität und der Transparenz sind Marktplätze vor allem für Handelsunternehmen mit eigenen Labels und partiell auch mit Sortimenten jenseits der Standardware geeignet«, sagt der Experte. »Sie können damit überregional oder sogar international verkaufen und neue Zielgruppen erreichen, aber auch Überhänge, Sonderposten oder Einzelartikel vertreiben.«

Laut Hübner hat die Marktplatzentwicklung in Deutschland vor allem in den vergangenen beiden Jahren Fahrt aufgenommen. Der Lockdown sorgte für weiteren Rückenwind. Dynamik brach-

Sieben Tipps für Einzelhändler

Was sollten mittelständische Handelsunternehmen beim Verkauf auf Onlinemarktplätzen beachten? Experte Ralph Hübner von ecom consulting hat folgende Empfehlungen:

1. Erarbeiten Sie eine Marktplatzstrategie: Was wollen Sie durch den Verkauf auf einem Marktplatz erreichen? Welche Teile Ihres Sortiments eignen sich dafür? Kann der Marktplatz Ihren Onlineshop ergänzen oder ersetzen?
2. Wählen Sie zum Einstieg einen geeigneten Marktplatz aus und nehmen Sie dabei die Perspektive Ihrer Kunden ein. Achten Sie auch auf die Besucher- und Transaktionszahlen sowie die Gebühren und Leistungen des Marktplatzes.
3. Widmen Sie sich dem Thema mit Lust und qualifizierter Manpower. Sie müssen kein E-Commerce-Experte sein, um in den Marktplatzverkauf einzusteigen. Learning by Doing ist durchaus möglich.
4. Gute Bilder und Produktbeschreibungen sind extrem wichtig.
5. Absolut kritisch sind aktuelle Bestandszahlen. Ohne Warenwirtschaftssystem müssen Sie Ihre Bestände auf dem Marktplatz akribisch pflegen, um zu vermeiden, dass Sie Bestellungen nicht ausliefern können.
6. Unterschätzen Sie Logistik und Retouren nicht. Sie sind aufwendig und teuer.
7. Bieten Sie bestmöglichen Service in jeder Hinsicht. Onlinekäufer sind von den kundenfreundlichen Standards beim Markführer Amazon verwöhnt. Unzufriedene Kunden geben schlechte Bewertungen, die Ihrem gesamten Unternehmen schaden können.

ten zudem neue Marktplätze etwa von internationalen Anbietern, die deutschsprachige Varianten etablierten, oder von Handelsgrößen, die ihr Geschäft um einen Marktplatz erweitert haben. Dazu zählen unter anderem Breuninger, Douglas, Metro, Media-Saturn und Zalando. Wie Händler die Marktplätze in der Praxis nutzen können, zeigt das Beispiel der Hofmann & Losch Retail GmbH. Das Münchner Unternehmen ist Franchisenehmer der britischen Textilhandelskette Superdry und betreibt fünf Filialen in Süddeutschland. Seit Mitte 2019 verkauft es über Zalando Connected Retail. »Angesichts der Veränderungen im stationären Handel wollten wir einen weiteren Absatzkanal testen, ohne gleich einen eigenen Onlineshop zu eröffnen«, sagt Operations Manager Alex Coelho (33). Das wäre auch schwierig, da der Onlineshop superdry.de schon von der Superdry Internet Limited betrieben wird.

Der Verkauf auf Zalando verläuft bestandsorientiert. »Wir erhalten die Bestellungen von Artikeln, die weder Zalando noch Superdry vorrätig haben«, erklärt Coelho. Trotz dieser Priorisierung war Hofmann & Losch mit den Marktplatzverkäufen von Anfang an zufrieden. Durch Corona gab es einen Wachstumsschub. »Aktuell erwirtschaften wir auf Zalando fast so viel Umsatz wie in einer kleinen Filiale«, so Coelho.

Bestände aktualisieren

Dank des vorhandenen Warenwirtschaftssystems war die Anbindung an Zalando relativ einfach. »Allerdings müssen wir extrem darauf achten, dass die Bestände minutengenau aktualisiert werden«, erklärt Coelho. Die Bestellungen werden von allen Filialen aus verschickt. Dass die Mitarbeiter damit während des Lockdowns zumindest teilweise beschäftigt werden konnten, bildet für Coelho einen zusätzlicher Pluspunkt des neuen Verkaufskanals. Lediglich die Retourenquoten findet er weniger erfreulich: »Die sind tatsächlich so hoch, wie immer beschrieben wird.« Um sie zu senken, verkauft Hofmann & Losch besonders kritische Teile wie etwa Damenbademode nicht mehr über Zalando. ■

> »Local Commerce ist derzeit ein großes Thema – auch bei Onlinemarktplätzen.«
>
> Ralph Hübner, Partner
> ecom consulting GmbH



Foto: ecom consulting

IHK-Ansprechpartnerin zum Einzelhandel
Carla Kirmis, Tel. 089 5116-2066
carla.kirmis@muenchen.ihk.de



Foto: EKH-Pictures_stock.adobe.com

Die erfassten Daten dürfen nicht von Dritten einsehbar sein

Corona

Gäste registrieren, Datenschutz beachten

Gastronomiebetriebe müssen die Kontaktdaten ihrer Besucher erfassen, um im Fall einer Coronainfektion mögliche Kontaktpersonen schnell ermitteln zu können. Bei der Datenschutzaufsicht häufen sich jedoch derzeit Beschwerden von Gästen, die sich über die datenschutzrechtlich laxe Behandlung von Gästeregistrierungen beklagen. Insbesondere geht es darum, dass zur Erfassung von Kontaktdaten der Gäste häufig dauerhaft Listen ausgelegt werden, in die alle anderen Gäste Einblick haben.

Auch hier gilt die DSGVO: Registrierungsbögen dürfen nicht offen herumliegen und nicht von anderen Gästen einsehbar sein. Entweder tragen sich die Gäste jeweils auf ein eigenes Blatt ein oder der Gastwirt übernimmt die Datenaufnahme. Die Daten müssen nach Dienstschluss sicher verwahrt, also eingeschlossen werden und dürfen auch dort von keinem Dritten einsehbar sein. Die Aufbewahrungsfrist beträgt einen Monat.

Das Bayerische Landesamt für Datenschutzaufsicht hat bei Verstößen vor allem für Wiederholungstäter Verwarnungen und eventuell Außenprüfungen angekündigt. Hinweise zum Datenschutz und das »Musterformular für die Gastronomie zur Erhebung von Kontaktdaten von Gästen« mit datenschutzrechtlicher Information nach Artikel 13 DSGVO gibt es zum Download unter: **www.lda.bayern.de/de/thema_corona_gastronomie.html**
Wichtige Informationen für die Gastronomie gibt es auch auf der IHK- Website: **www.ihk-muenchen.de/corona-gastronomie**

Weiterbildungspflicht

Umfang, Fristen und Aufbewahrung

1. Immobilienmakler und Wohnimmobilienverwalter
Immobilienmakler und Wohnimmobilienverwalter mit einer Erlaubnis nach Paragraf 34c GewO müssen sich in einem Umfang von 20 Zeitstunden (je Tätigkeitsbereich) innerhalb eines Zeitraums von drei Kalenderjahren weiterbilden. Bereits seit 2018 tätige Immobilienmakler und Wohnimmobilienverwalter müssen ihre Weiterbildungsstunden daher bis zum 31. Dezember 2020 absolviert haben.

Eine Erklärung über die Erfüllung der Weiterbildungsverpflichtung sowie gegebenenfalls Weiterbildungsnachweise müssen nur auf Anforderung durch die IHK für München und Oberbayern vorgelegt werden. Der Gewerbetreibende muss aber die Nachweise und Unterlagen fünf Jahre auf einem dauerhaften Datenträger vorhalten und in den Geschäftsräumen aufbewahren. Achtung: Die Weiterbildungspflicht knüpft an das Bestehen der jeweiligen Erlaubnis an und besteht daher unabhängig von der Ausübung der Tätigkeit als Immobilienmakler und/oder Wohnimmobilienverwalter.
Ausführliche Informationen unter:
www.ihk-muenchen.de/34c-gewerbeordnung

IHK-Ansprechpartnerinnen
Christine Anna Schmaus, Tel. 089 5116-1153
christine.schmaus@muenchen.ihk.de
Sonja Rosenhammer, Tel. 089 5116-1154
sonja.rosenhammer@muenchen.ihk.de

2. Versicherungsvermittler und -berater
Für die Versicherungsspezialisten besteht seit 2018 die Pflicht, sich jedes Kalenderjahr 15 Zeitstunden weiterbilden. Die Weiterbildungsnachweise müssen auch hier fünf Jahre auf einem dauerhaften Datenträger vorgehalten und in den Geschäftsräumen aufbewahrt werden. Nur auf Anforderung durch die IHK für München und Oberbayern muss eine Erklärung über die Erfüllung der Weiterbildungsverpflichtung sowie gegebenenfalls Weiterbildungsnachweise bei der IHK vorgelegt werden. Achtung: Die Weiterbildungspflicht knüpft an das Bestehen der jeweiligen Erlaubnis an und besteht daher unabhängig von der Ausübung der Tätigkeit als Versicherungsvermittler/Versicherungsberater. **www.ihk-muenchen.de/Versicherungsvermittler**

IHK-Ansprechpartner
Semra Yokaribas, Tel. 089 5116-1202
semra.yokaribas@muenchen.ihk.de
Steffen Pollmer, Tel. 089 5116-1204
steffen.pollmer@muenchen.ihk.de

Check für die **Sicherheit**

Auch im Geschäftsleben können Videokonferenzen, E-Mails und Telefonate persönliche Treffen nicht ganz ersetzen. Business-Veranstaltungen sind trotz Corona wieder möglich.

EVA ELISABETH ERNST



Großzügig bestuhlt – Veranstaltungen in der Pandemie sind möglich

Foto: Anna Imm – Photography

Welche Bestuhlung sorgt für den nötigen Mindestabstand? Wie lässt sich eine hygienekonforme und dennoch stilvolle Versorgung der Gäste mit Essen und Getränken regeln? Wie können Menschentrauben bei der Anmeldung und an der Garderobe vermieden werden? Wie weit müssen Zuschauerstühle vom Bühnenrand entfernt sein, um Ansteckungen mit Covid-19 zu vermeiden? Diese und viele weitere Fragen rund um Schutz- und Hygienekonzepte für Tagungen, Kongresse und Firmenevents wurden bei einem sogenannten Praxis-Check in den Münchner Eisbach Studios geklärt. »Ein Praxis-Check ist ein möglichst realitätsnaher Testlauf, bei dem die zu diesem Zeitpunkt geltenden Gesetze, Verordnungen, Richtlinien und andere offizielle Regelwerke mit ausgewählten Betroffenen auf ihre Umsetzbarkeit hin geprüft werden«, erklärt Walter Nussel (54), Mitglied des Landtags und Beauftragter für Bürokratieabbau der Bayerischen Staatsregierung. Er führte die Praxis-Checks im Juli 2018 ein.

Seine Stellungnahmen werden bei den Entscheidungen des Bayerischen Ministerpräsidenten und des Kabinetts berücksichtigt. Gerade in Coronazeiten bewährt sich dieses Instrument, da dadurch die für Wiedereröffnungen erforderlichen Schutz- und Hygienekonzepte nicht nur sicher, sondern auch praktikabel gestaltet werden können. So führte Nussel bislang unter anderem im Tierpark Hellabrunn, in einem Thermalbad, einem Fitnesscenter und auf einem Campingplatz Praxis-Checks durch.

Beim Termin Ende Juni in den Eisbach Studios, die nicht nur für professionelle Film- und Fernsehaufnahmen, sondern auch als Eventlocation gebucht werden, ging es da-

rum, unter welchen Auflagen und Sicherheitsmaßnahmen wieder geschäftliche Veranstaltungen mit mehreren Hundert Teilnehmern stattfinden können. Der Praxis-Check kam auf Initiative des DEHOGA Bayern, der Audio Concept Veranstaltungs GmbH & Co. KG sowie der Party Rent München Cudok & Viße GmbH zustande und wurde von der IHK für München und Oberbayern unterstützt.

»Business-Events und die persönlichen Kontakte, die sie ermöglichen, sind enorm wichtig für die Anbahnung neuer Geschäfte«, weiß Claudia Schlebach, Leiterin der Abteilung Unternehmensförderung, Gründung, Gewerberecht bei der IHK. »Wir begrüßen es daher sehr, dass sie – wenn auch in angepasster Form – nun wieder möglich sind und dazu beitragen, das Wirtschaftsleben weiter zu stabilisieren.«

Handlungsempfehlungen

Tobias Viße (33), Geschäftsführer von Party Rent München, erarbeitete mit seinem Team und mit Unterstützung des DEHOGA Bayern, mit mehreren Verbänden aus Tourismus und Kultur sowie Vertretern der Veranstaltungsbranche verständliche und praktikable Handlungsempfehlungen für Sicherheits- und Hygienekonzepte, mit denen Veranstaltungen sicher durchgeführt werden können. »Seit der Schließung haben wir mit Hochdruck für Lockerungen bei Veranstaltungen in Bayern gekämpft«, sagt Viße. »Denn nicht nur bei uns, auch bei den anderen Unternehmen unserer Branche geht es mittlerweile um die Existenz.« Laut einer aktuellen Studie des Interessenverbands der Veranstaltungswirtschaft ist diese Branche der sechstgrößte Wirtschaftszweig in Deutschland, in dem vor Corona über 1,5 Millionen Beschäftigte knapp 130 Milliarden Euro Umsatz erwirtschafteten – knapp 90 Prozent davon mit wirtschaftsbezogenen Veranstaltungen.

> »Seit der Schließung haben wir mit Hochdruck für Lockerungen bei Veranstaltungen gekämpft. «
>
> Tobias Viße, Geschäftsführer Party Rent München



Foto: Party Rent München

Das Team von Audio Concept beschäftigte sich seit Anfang April dieses Jahres ebenfalls intensiv mit der Frage, wie Veranstaltungen in Coronazeiten sicher durchgeführt werden können. Dazu gründete das Münchner Unternehmen die Kooperation 5plus1, zu der die Veranstaltungsagentur Von Gruen zu Blau GmbH, der Caterer Sinnesfreunde GmbH, der Eventausstatter Fusion Event GmbH sowie die Praxis Dr. Frühwein und Partner zählen.

»Wir haben gemeinsam ein konkretes Konzept für Veranstaltungen in den Eisbach Studios ausgearbeitet, das weit über die geforderten Sicherheits- und Hygieneanforderungen hinausgeht«, sagt Thomas Schrey (40), Geschäftsführer von Audio Concept.

Der Praxistest in den Eisbach Studios sollte zeigen, dass sichere Business-Veranstaltungen z wirtschaftlich sind. »Unter Einhaltung der ursprünglichen Vorgaben wäre das viel zu teuer und steril geworden«, sagt Schrey. »Eine aufgelockerte Bestuhlung, Desinfektionsständer, Plexiglas-Trennwände, Möbel mit leicht zu reinigenden Oberflächen, mehr Buffetstationen mit Servicepersonal anstelle von Selbstbedienung – die erforderlichen Veränderungen sind nicht gravierend«, erläutert er. Die Kontaktinformationen der Gäste von Business-Veranstaltungen wurden in der Regel bereits vor Corona erfasst, und die meisten Eventlocations verfügen über ausgezeichnete Lüftungsanlagen.

»Beim Praxis-Check zeigten sich die Vertreter aus der Politik durchaus beeindruckt vom hohen Professionalisierungsgrad unserer Branche«, stellt Party-Rent-Chef Viße fest. Er hofft, dass die Nachfrage nach Veranstaltungen in den kommenden Monaten anzieht. »Unsere Branche hat sich gründlich vorbereitet, um sichere und attraktive Veranstaltungsformate durchzuführen«, so Viße. »Wir stehen in den Startlöchern.« ■

> »Wir haben ein Konzept ausgearbeitet, das weit über die geforderten Sicherheits- und Hygieneanforderungen hinausgeht.«
>
> Thomas Schrey, Geschäftsführer Audio Concept



Foto: AUDIO concept Veranstaltungstechnik

IHK-Ansprechpartnerinnen zum Thema Veranstaltungen

Claudia Schlebach, Tel. 089 5116-1331
claudia.schlebach@muenchen.ihk.de
Ani Jäger (rechtliche Fragen)
Tel. 089 5116-2134
ani.jaeger@muenchen.ihk.de

»*Neue* Normalität«

Gemeinsam mit anderen Messegesellschaften erarbeitete die Messe München ein Schutz- und Hygienekonzept, das von der Bayerischen Staatsregierung verabschiedet wurde. Messe-Chef Klaus Dittrich (65) ist optimistisch für die kommenden Veranstaltungen.

EVA ELISABETH ERNST



Foto: Messe München GmbH

Sieht das Schutz- und Hygienekonzept als Basis für neue Impulse – Messechef Klaus Dittrich

Herr Dittrich, wie zufrieden sind Sie mit dem Schutz- und Hygienekonzept für die bayerische Messebranche?
Das Konzept entspricht unserem Wunsch, einen verbindlichen Standard für unsere Veranstaltungen in Coronazeiten festzulegen. Es legt die Kriterien Abstandswahrung, Hygiene und Nachverfolgbarkeit aller Teilnehmer zuverlässig und verbindlich fest. Das Schutz- und Hygienekonzept ist also Basis dafür, dass wir mit unseren Branchentreffs der Wirtschaft bald wieder neue Impulse geben können.

Wie schwierig und teuer wird die Umsetzung?
Die Umsetzung des Schutz- und Hygienekonzepts ist für uns eine Herausforderung, die wir sehr ernst nehmen, aber gut meistern können. Denn es gehört zu unseren Kernkompetenzen, dass wir für jede Veranstaltung flexibel auf wechselnde Anforderungen eingehen und komplexe logistische Abläufe umsetzen können. Zudem galten auch schon vor Coronazeiten für alle unsere internationalen Veranstaltungen hohe Sicherheitsstandards. Das heißt, Leistungen, die wir für das Schutz- und Hygienekonzept umsetzen müssen, erbrachten wir in ähnlicher Form auch für Veranstaltungen vor Ausbruch der Pandemie.

Können Sie dafür Beispiele nennen?
Wir verfügen zum Beispiel über eine eigene Sanitätsstation vor Ort, die zu den Messen mit qualifiziertem medizinischem Personal besetzt ist. Auch die Infrastruktur unseres Geländes war von Beginn an bereits auf hohe Sicherheitsstandards ausgelegt: So sorgen unsere modernen Lüftungsanlagen für eine sehr gute Luftqualität. Breite Rettungswege hatten immer schon das Ziel, Gedränge zu vermeiden. Genau dieses Sicherheitsniveau, das wir unseren Kunden seit Jahrzehnten bieten, ist eine gute Basis, die zusätzlichen Maßnahmen wegen Covid-19 umzusetzen.

Ihre nächsten großen Leitmessen sind die analytica und die automatica 2020. Wie sieht es mit den Buchungen der Aussteller aus?
In die analytica und die automatica setzen unsere Kunden große Hoffnung, um das internationale Geschäft so bald wie möglich wieder in Schwung zu bringen. Wir spüren selbstverständlich auch eine gewisse Zurückhaltung, interessanterweise mehr aus Deutschland als aus dem Ausland. 2020 wird sicher kein Jahr der Rekorde.

Mit welchen Besucherzahlen rechnen Sie?
Die Besucherzahlen lassen sich noch nicht seriös prognostizieren. Wir spüren derzeit eine Unsicherheit bei Interessenten, weil monatelang keine Messe stattgefunden hat. Sobald wir aber mit einer ersten Präsenzveranstaltung bewiesen haben, dass der Austausch und das Geschäft auch unter Coronabedingungen erfolgreich sind, wird die Zurückhaltung abnehmen. In China ist uns das Anfang Juli bereits erfolgreich gelungen. Wir haben vier Präsenzmessen in Shanghai mit strengen Schutz- und Hygieneauflagen durchgeführt. Trotz Maskenpflicht und Abstandswahrung verzeichneten sie hohe Besucherzahlen. Die ISPO Shanghai hatte sogar einen Besucherzuwachs von 14 Prozent. Auch in Deutschland werden wir mit den Maßnahmen unseres Schutz- und Hygienekonzepts beweisen, dass sichere, attraktive und wirtschaftlich erfolgreiche Messen in Zeiten von Covid-19 möglich sind.

Was wird sich für die Messebesucher konkret verändern?
Die Regeln orientieren sich an dem, was wir aus dem täglichen Leben kennen, etwa vom Besuch eines Supermarkts oder Restaurants. Ich bin davon überzeugt, dass unsere Besucher die Vorsichtsmaßnahmen als neue Normalität annehmen werden. ■

Corona-Schutzausrüstung für Ihren Betrieb!




FFP-Masken


Einmalkittel


Mund-Nasen-Schutz


Infrarot-Wandthermometer


Desinfektions-mittel


Handschuhe


Handtuch-spender


Schutzbrillen


COVID-19 Schnelltests

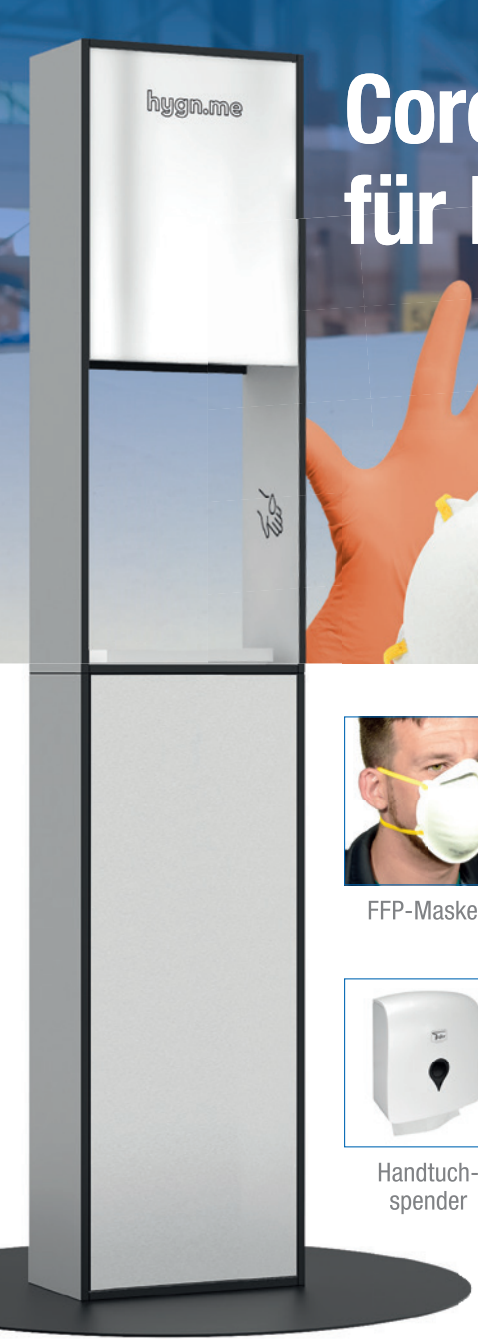


Luft-/Oberflächen-sterilisatoren



Schutzvisiere


Infektions-schutzwände



Hygienestationen
und Desinfektionssäulen

Sicherheit für Kunden und Mitarbeiter!

Bei uns erhalten Sie alle Materialien, um Ihren Betrieb den neuen Anforderungen und gesetzlichen Bestimmungen anzupassen.

Schnell, günstig und mit fachlicher Beratung!



PRAXISDIENST
Medizinprodukte seit 1953

+49 6502 - 91 69 - 10

www.praxisdienst.de

Schlaue Helfer

Vielen Unternehmen bescheren die Sicherheits- und Hygienevorgaben, die eine Verbreitung des Coronavirus verhindern sollen, erheblichen Mehraufwand. Doch es gibt digitale Lösungen, die dabei helfen.

EVA ELISABETH ERNST



Foto: WG GLOBAL

Digital gegen Corona – Einlasssystem bei Edeka Stubhann

Eine begrenzte Zahl von Einkaufskörben oder -wagen, Einlasskontrollen durch eigene Mitarbeiter oder Sicherheitsdienste: Seit dem Coronalockdown müssen Einzelhändler sicherstellen, dass die Abstandsregeln eingehalten werden und Gedränge auf der Verkaufsfläche vermieden wird – das ist mit einigem Aufwand verbunden. Bei Edeka Stubhann e.K. in Surheim bei Freilassing war in den ersten Coronawochen dafür ein Mitarbeiter an der Tür postiert.

Bereits Mitte April ließ Geschäftsführer Tobias Stubhann (43) jedoch ein automatisches Einlasssystem der WG Global GmbH installieren. Seither zeigt ein Monitor am Eingang an, ob die Kunden eintreten dürfen oder noch warten müssen, weil zu viele andere Einkäufer im Laden sind. »Anfangs hatte ich ein bisschen Bammel, ob die Anzeige tatsächlich beachtet wird«, erinnert sich Tobias Stubhann. »Aber es funktioniert gut: Unsere Kunden betreten den Laden nur dann, wenn der grüne Daumen nach oben zeigt.« Dass auf dem Monitor zudem der »Füllgrad« des Lebensmittelmarkts zu sehen ist, sei sehr hilfreich. »Damit können die Kunden abschätzen, wie lange sie warten müssen.« 3-D-Sensoren an der Decke erfassen die hinein- und hinausgehenden Kunden und blenden andere Objekte wie etwa Einkaufswagen aus.

Der Sicherheitsspezialist WG Global konnte nicht nur dieses System, sondern auch eine Lösung zum Körpertemperatur-Screening binnen wenigen Wochen nach dem Lockdown präsentieren. Dass dies so schnell möglich war, führt Key-Account-Manager Paul Wieczorek (38) vor allem auf die im Unternehmen vorhandene Expertise sowie auf leistungsfähige Lieferanten zurück, die umgehend die erforderlichen technischen Komponenten bereitstellen konnten.

»Als Experten für Sicherheitsthemen sind wir langjähriger Partner von Handel und Industrie«, erklärt Wieczorek. Einlassmanagement und Temperaturscreening können daher in Verwaltungsgebäuden und Produktionsstätten, bei Veranstaltungen, in der Gastronomie und bei Freizeitanbietern für den Infektionsschutz eingesetzt werden.

Andere Unternehmen reagierten ebenso rasch und entwickelten digitale Lösungen, mit denen sich Gesundheitsschutz und Geschäftsbetrieb besser in Einklang bringen lassen. Neben dem Einlassmanagement und der Entzerrung von Besucherströmen, die beispielsweise der Ausflugsticker Bayern (s. Kasten S. 59) bietet, spielen dabei vor allem unkomplizierte

Konzepte zur Registrierung von Gästen und Besuchern eine Rolle. Sie dämmen nicht nur bei Gastronomen die Zettelwirtschaft ein.
So bietet etwa die Darfichrein GmbH unter www.darfichrein.de eine digitale und datenschutzkonforme Registrierungslösung, bei der die Gäste die erforderlichen Kontaktinformationen per Smartphone übermitteln können. »Im Falle eines Falles kann der Unternehmer damit der Gesundheitsbehörde die Kontaktdaten aller Personen für den geforderten Zeitraum ohne großen Aufwand zur Verfügung stellen«, erklärt Geschäftsführer Dominik Wörner (30). »Mittlerweile können Gastgeber auch eine digitale Speisekarte sowie Links zu den Social-Media-Kanälen hinterlegen.« Das Münchner Startup ist eine Tochtergesellschaft der Anstalt für Kommunale Datenverarbeitung in Bayern (AKDB) und des DEHOGA Bayern. Binnen vier Wochen wurde aus einem Prototyp ein marktreifes Produkt, das bis Mitte September bereits an 1555 Standorten mehr als 900000 mal genutzt wurde.

Tools im Überblick

Unter dem Motto »Digitale Lösungen gegen Corona-Frust« hat der Deutsche Industrie- und Handelskammertag (DIHK) eine Liste mit passenden Hilfen für Unternehmen zusammengestellt. Sie gibt einen Überblick über Tools, die Firmen dabei unterstützen, die zahlreichen Coronaauflagen zu erfüllen:
www.ihk.de/digitale-anwendungen

»Digitale Lösungen helfen bei der Bewältigung der Coronakrise«, sagt Carla Kirmis, Referentin Handel und E-Commerce bei der IHK für München und Oberbayern. »Sie tragen auch dazu bei, wirtschaftliche Aktivitäten mit dem größtmöglichen Gesundheitsschutz zu verbinden und den Pandemiealltag für Gastronomen, Einzelhändler und andere Unternehmer zu erleichtern.« Wichtig sei jedoch, dass deren Nutzung freiwillig sei – und zwar sowohl bei den Unternehmern als auch bei ihren Kunden.
»Mitunter bieten die neuen digitalen Lösungen sogar noch einen erkennbaren Mehrwert«, sagt die IHK-Expertin. Dazu zählt zum Beispiel die Möglichkeit, Kunden oder Gäste mit Gutscheinen oder Rabattsystemen zu weiteren Besuchen oder Einkäufen zu motivieren. Zudem können Vorschlags- oder Empfehlungsfunktionen die Kundenbindung stärken. Echtzeitdaten zu Kundenfrequenzen erleichtern nicht nur die Besucherlenkung, sondern liefern außerdem wertvolle Informationen für Personalplanung oder Marketingaktionen.
»Corona beschleunigt die Digitalisierung«, fasst Kirmis zusammen, »selbst in Branchen, die diesem Thema bislang eher skeptisch gegenüberstanden.« ■

IHK-Ansprechpartnerin zum Einzelhandel
Carla Kirmis, Tel. 089 5116-2066
carla.kirmis@muenchen.ihk.de

Darum geht's

- Digitale Lösungen helfen bei der Bewältigung behördlicher Auflagen zum Infektionsschutz.
- Einsatz und Nutzung dieser Tools müssen auf freiwilliger Basis erfolgen.
- Manche der digitalen Werkzeuge lassen sich mit Zusatzfunktionen wie Gutscheinen oder Empfehlungen verknüpfen.

Ausflugsticker Bayern: Touristenströme lenken

Große Menschenansammlungen in bayerischen Naherholungsgebieten und beliebten Ausflugszielen vermeiden – das ist das übergeordnete Ziel des Ausflugstickers Bayern, der Mitte Juli 2020 online ging. Dort können sich Übernachtungsgäste und Tagesausflügler bereits vor der Anreise über Sehenswürdigkeiten sowie die Situation vor Ort informieren. Und zwar nicht nur über Wetter, Veranstaltungen, Öffnungszeiten und Aktionen, sondern auch über das erwartete Besucheraufkommen, über Ticketverkäufe, die Parkplatzsituation sowie das Verkehrsaufkommen auf dem Weg dorthin. Zudem werden Tipps für weniger frequentierte Attraktionen veröffentlicht.
Bislang sind Ausflugsregionen aus Oberbayern, Ostbayern, Franken und dem Allgäu auf dem Ausflugsticker vertreten. Die Informationen werden von den teilnehmenden Destinationsmanagement-Organisationen und den Landkreisen manuell eingepflegt und aktualisiert. Künftig soll es möglich sein, digitale Zählstationen und Onlinebuchungssysteme mit dem Ticker zu verknüpfen.
www.ausflugsticker.bayern



Platz für Antennen

Außerhalb der Ballungszentren ist die Abdeckung mit Mobilfunk immer noch lückenhaft. Zusätzliche Antennen auf Betriebsgeländen können die Lage verbessern.

JOSEF STELZER

Bauunternehmer Kilian Willibald ärgert sich. »Die Netze sind lückenhaft und hoffnungslos überlastet, an eine ungestörte Baustellenkommunikation ist aufgrund der Funklöcher nicht zu denken«, sagt der Geschäftsführer der Kilian Willibald GmbH in Lenggries, die vorwiegend öffentliche Bauaufträge im Großraum Bad Tölz übernimmt.

»Wir benötigen an den Baustellen eine gute Mobilfunkversorgung für eine sichere und schnelle Datenübertragung, denn während der mehr und mehr digitalisierten Bauausführung müssen wir für Vermessung und Maschinensteuerungen einen stabilen Datentransfer mit der bayerischen Vermessungsverwaltung gewährleisten«, erklärt der 57-jährige Bauingenieur.

Auch Stefan Will (53) ist nicht zufrieden. Er arbeitet als technischer Geschäftsführer bei der Stadtwerke Traunstein GmbH & Co. KG und sagt: »Als Energie- und Wasserversorger sind wir darauf angewiesen, dass unsere Leitstelle die Servicemitarbeiter, die auch in der Umgebung Traunsteins wohnen, jederzeit per Mobilfunk kontaktieren kann, etwa bei einem Wasserrohrbruch oder einem Stromausfall.« An einigen Wohnorten, so beklagt er, sei dies jedoch nur schlecht oder überhaupt nicht möglich. Will betont die wachsende Bedeutung einer optimalen Mobilfunkabdeckung. »Für ein Smart Metering, mit dem die digitale Datenübertragung von den intelligenten Stromzählern auch per Mobilfunk erfolgen kann, muss das Netz störungsfrei funktionieren.«

Viele Firmen, ein Problem

Alexander Wolf (58), Geschäftsführer der Ludwig Wolf GmbH Präzisionsoptik in Riedering bei Rosenheim, produziert mit seinem Unternehmen Bauteile wie Linsen, Objektive, Blenden und Spiegel unter anderem für die Medizin- und Lasertechnik.

Für Notfälle müssen Mitarbeiter permanent auch per Mobilfunk erreichbar sein. »Hierzu brauchen wir ein vernünftiges LTE-Netz für die betriebliche Kommunikation wie für den externen Datenaustausch mit Kunden und Lieferanten, doch schon wenige Meter neben unserem Firmengebäude ist die Mobilfunkverbindung weg.«

Drei Unternehmen, drei Regionen – und immer dasselbe Problem. Firmen benötigen eine stabile Mobilfunkversorgung mit möglichst hohen Datenübertragungsraten. Nur so können sie die Digitalisierung vorantreiben und ihre Wettbewerbsfähigkeit stärken. In Zeiten von Corona gilt dies noch viel mehr.

Eigene Infrastruktur verbessern

Der Ausbau der Mobilfunkinfrastruktur ist dringend erforderlich. Denn das Datenvolumen im Mobilfunk steigt rasant (siehe Grafik links). Hinzu kommt der neue 5G-Mobilfunk, für dessen Ausbau zusätzliche Flächen erforderlich sind.

Geeignete Standorte für die Infrastruktur zu finden, ist jedoch laut den Mo-

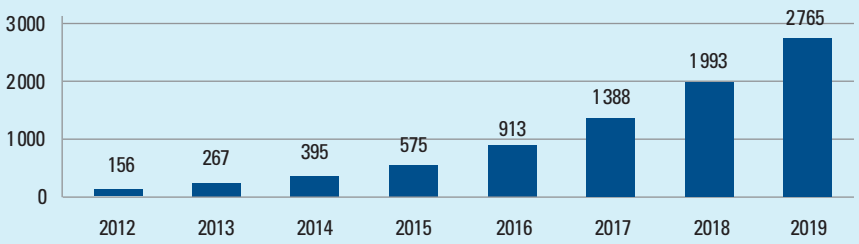
Öffentliche Förderung

Die Bundesregierung will für die Erschließung von bundesweit rund 5000 Mobilfunkstandorten in den nächsten zwei Jahren immerhin 1,1 Milliarden Euro bereitstellen. Damit könnte in ganz Deutschland endlich eine Netzabdeckung mit dem LTE-Standard (4G) verfügbar sein.

Im Freistaat soll das Mobilfunkförderprogramm der Bayerischen Staatsregierung Versorgungslücken schließen. Förderfähig sind alle Kommunen, die nach Kenntnis der drei Netzbetreiber Deutsche Telekom, Vodafone und Telefónica noch Funklöcher aufweisen. Laut Bayerischem Wirtschaftsministerium betrifft dies 906 der insgesamt 2056 Gemeinden im Freistaat. Für jedes Projekt stehen maximal 500000 Euro zur Verfügung.

Der Bedarf an Mobilfunknetzen steigt rapide

Jährliches Datenvolumen im Mobilfunk (Deutschland, in Millionen Gigabyte)



Quelle: Bundesnetzagentur, Tätigkeitsbericht Telekommunikation 2018/2019



Auf stabile Datenverbindung angewiesen – Christoph Willibald bei der Vermessung am Bau

Fotos: Kilian Willibald

bilfunkbetreibern oftmals schwierig. Allerdings können zahlreiche Firmen auch selbst etwas unternehmen, um die Situation zu verändern: Sie können ihre betrieblichen Dach- und Freiflächen für den Betrieb von Mobilfunkinfrastruktur vermieten und damit auch die eigene unmittelbare Infrastruktur verbessern. So wird zum Beispiel oft ein Glasfaseranschluss zur Antenne verlegt.

Für die Anmietung und Nutzung geeigneter Standorte entwickelt sich aktuell ein eigener Markt. Auf diesem sind Mobilfunkbetreiber entweder direkt (Vodafone, Telefónica) oder indirekt tätig (Deutsche Telekom über die Tochterfirma DFMG Deutsche Funkturm GmbH). Hinzu kommen einige Privatunternehmen, die sich auf den Markt der Mobilfunk-Standortakquise konzentrieren. Speziell in Bayern sind auch viele Kommunen im Rahmen des Mobilfunkförderprogramms aktiv (www.mobilfunk.bayern). Auch hier sind oft private Mobilfunkstandorte gefragt.

Bekundet eine Firma ihre grundsätzliche Bereitschaft, einen Standort zur Verfügung zu stellen, prüfen die Infrastruktur-Unternehmen erst einmal die Eignung der jeweiligen Betriebsgebäude und Grundstücke. Selbst wenn kein aktueller Bedarf besteht oder die Flächen vorerst ungeeignet sind, sind die Unternehmen trotzdem dankbar für Meldungen, da immer wieder Ersatzstandorte gesucht werden.

Erweist sich eine Fläche als tauglich, besorgt der mögliche zukünftige Mieter die Standortbescheinigungen der Bundesnetzagentur sowie die Genehmigungen der kommunalen Behörden – und übernimmt die Kosten für die Errichtung der Masten und Antennen.

Die DFMG betreibt beispielsweise in Bayern rund 2500 Mast- oder Dachstandorte auf Betriebsarealen. Die Mieten, die das Unternehmen dafür zahlt, orientieren sich an den ortsüblichen Gegebenheiten, die Mietverträge sehen in der Regel eine Laufzeit von mindestens 15 Jahren vor. Eine Voraussetzung für die funktechnische Eignung eines Firmengeländes ist allerdings, dass die Liegenschaft nicht von anderen Gebäuden oder Bergen überragt wird. Zudem darf sie sich nicht im direkten Umfeld einer Photovoltaikanlage befinden. ■

IHK-Ansprechpartner zu Mobilfunk
Bernhard Kux, Tel. 089 5116-1705
bernhard.kux@muenchen.ihk.de



Digitalisierter Bau – Display zur Bagger-Steuerung

Da schau her!



Kabarettist Richard Oehmann (r.) mit Josef Parzefall

Foto: C.A. Hellhake

Der Heimatforscher

Richard Oehmann ist Singspielautor am Münchner Nockherberg und ein Kabarettist in bester Kasperltradition – auf und hinter der Bühne. Das Gegenteil von einem Lokalpatrioten und trotzdem ein Bewahrer von Dingen, die es braucht.

CORNELIA KNUST

Heimat muss man sich auch leisten können.« Diesen Satz spricht Uschi Glas alias Apanatschi im Nockherberg-Singspiel von 2018, verkleidet als Immobilienhai im Indianerkostüm. Die betroffenen Ureinwohner, die ihre Westernstadt verlassen oder »mal mit ihrer Hausbank reden« sollen, kommen bald zu dem Schluss: »So schee is da a wieder net.«

Autor und Regisseur Richard Oehmann hatte sich in diesem ersten Singspiel unter seiner Führung (zusammen mit Stefan Betz) gleich am Heimatbegriff abgearbeitet. 2019 war es dann das »kleine Glück«, der »Dusel«, der die drohende Katastrophe von der Heimat abwendet. Oehmann (53), Autor, Musiker, Puppenspieler, scheint dennoch ein gespaltenes Verhältnis zu dem Begriff Heimat zu haben. Im Gespräch reagiert er zunächst gereizt: »Mir geht das Heimatgeschwätz in Bayern auf die Nerven. Man muss nicht andauernd lokalpatriotisch sein.«

Das wird so stimmen, klingt aber weniger harsch, wenn man Oehmanns sonstige Aktivitäten kennt: »Dr. Döblingers wertvolles Kasperltheater« (zusammen mit Josef Parzefall) und die Band »Café Unterzucker« (zusammen mit Tobias Weber). Mit bissigem Humor, schrägen Songs und ausgefeilter Stimmimitation wird da zwar viel Konservatives hochgenommen. Doch im Grunde ist Oehmanns Kunst eine einzige Liebeserklärung an die Heimat.

Beim Kasperl wird die Rettung einer seltenen Schmetterlingsart oder einer Magerrasenpflanze wie dem »Wiesenknopf« betrieben. Da wird die Sprengung eines Heimatmuseums in letzter Minute verhindert oder für den lokalen Einzelhandel demonstriert (genauer, gegen die Schließung eines gut sortierten Haushaltswarengeschäfts). Da wird gezeltelt, gekickt, auf Traktorreifen geschwommen, mit der Zwille geschossen, »Himbeerschlaaz« verzehrt oder was das Leben sonst noch an einfachen Freuden zu bieten hat. Kommt hier Oehmanns eigene Kindheit in Weilheim im Schoß einer Künstlerfamilie zum Tragen?

»Vielleicht«, räumt er ein. Denn den besagten Haushaltswarenhändler »Koppelhuber« hat es in Weilheim tatsächlich gegeben. Und Oehmann war damals lang genug als Jugendleiter auf der Insel Lindenbichl (Libi) im Staffelsee tätig, um den höheren Wert von »Arschbombe und Lagerfeuer« zu kennen.

Das kleine Glück

Das einfache Leben, das kleine Glück, das scheint Oehmann nicht nur den Kindern zu predigen, sondern auch den Erwachsenen, die es aus der eigenen Kindheit eigentlich besser wissen müssten. »Mit guten Brezen waren wir recht zufrieden«, erinnert er sich. »Schokolade hat es ab und zu gegeben, heute hat sie jeder Haushalt vorrätig. Ein Videorecorder war ein Luxusprodukt, jetzt gibt es alles immer.« Sendungsbewusstsein will Oehmann jedoch nicht haben und schon gar keine pädagogischen Absich-

Fotos: Gerald von Foris



Etwas anderes Kasperltheater – Prinzessin Heike, der Zauberer und eine ziemlich schräge Truppe



Foto: Café Unterzucker

Von wegen süß – CD der »Band Café Unterzucker«

Foto: Paulaner



Nockherberg-Singspiel von Richard Oehmann und Stefan Betz – Ministerpräsident Söder legt das Dusel an die Kette

Foto: Biegert



Von der Jugendfreizeit inspiriert – Richard Oehmann (Mitte) mit Tobi Weber (r.) und Anton Gruber auf der Bühne

ten, wie er versichert. Nur bei der Erhaltung bestimmter Wörter und Redewendungen aus dem Oberbairischen räumt er einen gewissen Ehrgeiz ein. Zum Beispiel freut er sich am Ausdruck »Watscheints«, den er auf hiesigen Bolzplätzen der 1980er-Jahre verortet und grob mit »wahrscheinlich« übersetzt. Oehmann war ja selbst ein Bolzplatzkind und antwortet noch heute in Interviews auf die Frage nach seiner größten Leistung: »Drei Tore gegen Peißenberg in der C-Jugend.«

Zufällig Kasperlspieler

Der Mann, der seit drei Jahren im Auftrag der Paulaner-Brauerei zur Starkbierzeit die deutschen Politiker hochnimmt, hat nie Theaterwissenschaften, Musik oder Regie studiert. »Ich bin einfach zufällig Kasperlspieler geworden«, beschreibt Oehmann seinen Karriereweg. »Komödie ist kein Ausbildungsberuf. Das lernt man nur durch Spielen, Spielen, Spielen.«

Schon als Schüler hat er gern Geschichten geschrieben. Nach dem Abitur schloss er sich für drei Jahre einem Wandertheater an. Dort lernte er Josef Parzefall kennen, mit dem er sein eigenes mobiles Kasperltheater aufmachte. Das geht noch heute mit den beiden auf Tour.

Zum Singspiel am Nockherberg kam Oehmann, weil Filmregisseur Marcus H. Rosenmüller ihn fragte, ob er mal mitmache; Rosenmüller habe ihn und Betz später als Nachfolger vorgeschlagen.

Als Kasperlspieler oder Regisseur ist Oehmann während der Vorstellung unsichtbar. Seit 2013 steht er aber mit »Café Unterzucker«, der »Band für ungesüßte Kinderkultur« auch selbst auf der Bühne – mit seinem Libi-Kumpel Tobi Weber. Die übrigen Bandmitglieder kennt er größtenteils noch aus der Schule. Rund 40 Auftritte absolvieren sie in einem normalen Jahr. »Die Frage ist, wie lange das live noch geht«, sagt Oehmann mit Blick auf sein junges Publikum. »Wir sind alles 50-Jährige, nur die Frauen sind jünger.«

Am Nockherberg lobt er das »Super-Ensemble«, das inzwischen so etabliert sei wie ein Kasperltheater oder die Muppet-Show. Das Engagement werde nun immer jahresweise verlängert: »Wir sind froh, wenn wir das noch ein paarmal machen können.«

Dass die Veranstaltung 2020 wegen der Coronapandemie so kurzfristig abgesagt wurde, nimmt Oehmann sportlich: »Wir sind alle bezahlt worden. Es ist nur ein Singspiel.« Mit der Grundidee für 2021 könne er sich erst jetzt im Herbst langsam befassen: »Gerade während Corona ist vieles in der Politik sehr schnell wieder überholt«.

Wirtschaftsführer kommen auf der Bühne des Nockherbergs bisher nicht vor. »Die Leute aus der Wirtschaft sind nicht bekannt genug, und die Zusammenhänge sind zu kompliziert, um als Klamauk zu funktionieren«, sagt Oehmann. Dabei hat der Künstler durchaus eine starke Meinung zu Wirtschaftsthemen. Auch ist er ja selber Unternehmer, ein Soloselbstständiger, der lediglich für die Singspielverträge eine Agentin einschaltet. Andererseits gibt er den gewitzten Kasperlkopf mit Freude an Unsinn und Spiel, der auch gerne frei hat.

Existiert eine Botschaft vom Kasperl an die Unternehmer? Oehmann überlegt kurz: »Produziert etwas, von dem ihr gut findet, dass es das gibt. Also dass es da ist. Nicht nur wegen Applaus oder Gewinn.« Die entscheidende Frage sollte immer sein: »Braucht's des?« ■

Discovery Sport wird elektrisch unterstützt



Land Rover Discovery Sport.
Foto: Auto-Medienportal.Net/Land Rover

Mit der Modellpflege kommt der Land Rover Discovery Sport neben der Plug-in-Hybrid Version auch mit zwei neuen Mild-Hybrid-Dieselmotoren. Darüber hinaus geht die Sonderedition Discovery Sport R-Dynamic S an den Start – angetrieben von einem 290 PS (213 kW) starken Ingenium-Benzinmotor. Mit an Bord sind auch die neuen Infotainment-Systeme Pivi und Pivi Pro, sowie neue Assistenzsysteme und ein neues Filtersystem für die Innenraumluft.

Die Bestellbücher sind bei den Briten bereits geöffnet. Land Rover hat dem Discovery Sport mit dem P300e erst kürzlich eine Plug-in-Hybridversion gegönnt. Mit dem Modelljahrgang 2021 kommen jetzt weitere Mild-Hybrid-Antriebe – darunter auch die Dieselmotoren. Die beiden neuen 2,0 Liter-Selbstzünder leisten im Discovery Sport 163 PS (120 kW) oder 204 PS (150 kW). In Kombination mit Allradantrieb sind die Selbstzünder mit Mild-Hybrid-Technologie (MHEV) bestückt: einem Riemen-Starter-Generator und einer Batterieeinheit, in die normalerweise beim Bremsen oder Verzögern verloren gehende Energie zurückgeführt wird. Neu in der Reihe ist auch das Kürzel P290: ein 2,0-Liter-Benziner, der das neue Sondermodell Discovery Sport R-Dynamic S antreibt. Er leistet 290 PS (213 kW) und beschleunigt in 7,4 Sekunden von 0 auf 100 km/h. Ergänzt wird der Spitzenmotor durch die 2,0-Liter-Reihenvierzylinder-Mildhybride P200 mit 200 PS (147 kW) Leistung und einem maximalen Drehmoment von 320 Newtonmeter sowie dem P250 mit 249 PS (184 kW) Leistung und 365 Newtonmetern maximalem Drehmoment. Von den weiteren Modellversionen hebt sich der Discovery Sport R-Dynamic S mit besonderen Merkmalen an der Karosserie und im Innenraum ab.

Zur Ausstattung der Baureihe zählt nun auch das Pivi-Infotainment-System, das im neuen Land Rover Defender erstmals zu sehen war. Eine eigene Batterie und ein separater Datenplan sorgen für verzögerungsfreie Operation, das Hochfahren des Systems entfällt nahezu. Eine integrierte Datenverbindung ermöglicht kostenfreie Software-Updates „overthe-air". Im Discovery Sport gibt es Infotainment entweder als Pivi-Ausführung oder – ab dem Discovery Sport S – als noch umfangreicheres Pivi Pro. Der Streamingdienst Spotify ist erstmals direkt in das Infotainment-Menü integriert und mit eigenem Datenvolumen bestückt. Während im Discovery Sport zwei Mobiltelefone gleichzeitig per Bluetooth verbunden werden können, besitzt die Funktion zum kabellosen Laden eine Signalverstärkung. Verfügbar ist außerdem der Aktivierungsschlüssel der zweiten Generation: Trägt man ihn bei sich, kann der Besitzer bei Annäherung die Türen ver- und entriegeln und sogar den Motor starten, ohne den regulären Schlüssel nutzen zu müssen.

Im Discovery Sport des Jahrgangs 2021 können die Nutzer darüber hinaus die Qualität der Innenraumluft über den Touchscreen überwachen und steuern. Von hier aus wird ein neues Filtersystem für die Innenraumluft aktiviert, das beispielsweise den in Großstädten häufig auftretenden Feinstaub (bis Kategorie PM2.5) vom Fahrzeuginnern fernhält. Aktiviert werden die Filter über die „Purify"-Taste auf dem Touchscreen, wodurch auch die Überwachung der Innenraumluft in Relation zur Außenluft in Funktion tritt. Der Discovery bekommt auch im Verkehr elektronische Unterstützung. Es kommen weitere Assistenzsysteme an Bord, wie ein Überwachungssystem für rückwärtigen Verkehr inklusive automatischer Notbremsfunktion. Daneben überwacht das neue rückwärtige Kollisionswarnsystem mithilfe von Radar konstant den Bereich hinter dem Discovery Sport und bereitet das Fahrzeug im Notfall blitzschnell auf eine Kollision vor.

Eine gleichfalls neue 3-D-Surround-Kamera schafft bis zu einer Geschwindigkeit von 30 km/h einen Überblick, was rund um das Fahrzeug vorgeht.
Den Discovery Sport bietet Land Rover in einer Vielzahl von Varianten an.

(ampnet/deg)



Bist Du #eReady?

Der neue eSprinter*: Erlebe die Zukunft der Mobilität und überzeuge Dich bei einer Probefahrt vom neuen eSprinter und den vielen Vorteilen für Dein Business. Jetzt in Deiner Mercedes-Benz Niederlassung Augsburg und München.

Jetzt Probefahren!
Tel.: 089 1206-1500

Mercedes-Benz

Anbieter:
Mercedes-Benz AG, Niederlassung München, Otto-Hahn-Ring 20, 81739 München, E-Mail: vertrieb.muenchen@daimler.com, www.mb4.me/eSprinter_muenchen;
Mercedes-Benz AG, Niederlassung Augsburg, Nürnberger Straße 2, 86156 Augsburg, E-Mail: vertrieb.augsburg@daimler.com, www.mb4.me/eSprinter_augsburg.



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

Spielvergnügen von A bis Z

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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



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

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

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

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

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

R Sobald die Kugel rollt und die Einsätze platziert sind, kann sich niemand mehr der Faszination des **Roulette**-Spiels entziehen.

S Der Freude am **Spiel** kommt die Hauptrolle in der Spielbank zu. Darum bietet das großzügige Ambiente auch viel Freiraum für geselliges Miteinander, **Smalltalk** mit Freunden und entspannte **Stunden**.

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

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

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

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

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

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

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

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

Unvergessliche Glücksmomente für besondere Anlässe finden Sie garantiert auch unter:
www.spielbanken-bayern.de/geschenkpakete

Zum Spielbank-Video:
youtu.be/ICykezqoRHI

NEU: FREIER EINTRITT!
AUFGRUND CORONA EINGESCHRÄNKTER SPIELBETRIEB.
BITTE INFORMIEREN SIE SICH UNTER
WWW.SPIELBANKEN-BAYERN.DE

Save the date

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

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

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

Glücksspiel kann süchtig machen. Spielteilnahme ab 21 Jahren.
Informationen und Hilfe unter www.spielbanken-bayern.de.



Fotos: Bayerische Spielbank Garmisch-Partenkirchen, Fotolia/julien; istock_welcomia



Refugium mit Herz

Der „Wastlhof“ in der Wildschönau bringt seinen Besuchern den Zauber der Natur und die Gastfreundschaft einer Tiroler Familie nahe.

Der Mohnkuchen am Nachmittag macht den Unterschied zwischen einem Urlaubstag und einem perfekten Urlaubstag. Klar, wir hätten uns auch für einen Kaiserschmarrn entscheiden können oder einen Apfelkuchen. Aber diese tiefschokoladig lockenden Würfel strahlen mit jedem Kubikzentimeter ein Versprechen an Wohlgefühl aus, das keine andere Entscheidung zulässt. Zumal wir außerdem wissen, dass sie, wie jeden Tag hier im Wastlhof, frisch aus der Backstube kommen. Die Familie Brunner, die dieses Hotel mit Leib und Seele führt, hat es zu einem Ort gemacht, an dem es sich so behaglich anfühlt wie im Innern eines noch leicht ofenwarmen Mohnkuchens nach Hausrezept. Später werden wir feststellen, dass auch die anderen Köstlichkeiten aus der Küche mit dieser wichtigen Zutat versehen sind: Herz.

Der Wastlhof trägt vier Sterne und gehört damit zu den gehobenen Adressen in der Wildschönau. Vielleicht etwas mehr als eine Stunde sind wir von München heraufgefahren ins Tiroler Hochtal in den westlichen Kitzbüheler Alpen. Das Hotel und die erst vor zwei Jahren neu eröffnete Alpin Lodge, direkt gegenüber und durch einen unterirdischen Gang verbunden, liegen einladend in der Weite der lichtdurchfluteten Bergwelt. Einladend, das Auto am ersten Tag einzuparken und dann einfach stehen zu lassen, weil alle Wanderwege am Haus vorbeiführen, alle Radlwege auch, und, weil dann im Winter das Skigebiet und die Loipe den Zustieg ebenfalls direkt vor der Haustüre erlauben. Selbst Ausritte in die wunderbare Natur lassen sich unternehmen, gehört doch ein ansehnlicher Reitstall zum Wastlhof.

Wobei diese logistischen Elemente eines Urlaubs praktisch sein mögen, was das Herz des Reisenden tief berührt, ist die familiäre Atmosphäre. Wie es bei Begegnungen über 1.000 Metern in den Alpen üblich ist, bewegt sich schon die Begrüßung an der Rezeption durch Margit Brunner, die Chefin des Hauses, auf einem freundschaftlichen „Du“. Die Aufnahme in die Familie findet dann ihre Fortsetzung beim gemütlichen Plausch abends im Restaurant oder an der Bar oder bei einer gemeinsamen Wanderung oder Skiausfahrt. Herz, was willst du mehr?!

Wastlhof Auszeit

Goldener Herbst
Wir schenken Ihnen 1 Urlaubstag!
19.9. bis 17.10.2020
inkl. Wastlhof-Gourmet-Halbpension, Wellness & Spa mit Relaxgarten, Innen- und Außenpool, Wanderprogramm etc.





Wohlfühlhotel & Alpin Lodge Der Wastlhof **
Familie Brunner
Wildschönauerstr. Niederau 206; A-6314 Wildschönau/Tirol
Tel.: +43 5339 8247; info@hotelwastlhof.at
www.hotelwastlhof.at; www.hotelwastlhof.at/alpinlodge

Zeit für die besonderen Momente

Während draußen der Schnee die Wälder des idyllischen Pflerschtals in ein Winter-Wonderland verwandelt, knistert innen das warme Kaminfeuer. Gemütlich ist es und doch luxuriös. Selbst die Kinder schlummern friedlich, nach einem Tag voller Abenteuer. Das Feuerstein Nature Family Resort in Südtirol ist nicht nur im Winter ein Wohlfühlort für Kinder und Erwachsene gleichermaßen. Denn es verspricht das ganze Jahr über allen Generationen eine Auszeit mit Mehrwert inmitten der Natur.

Mit seiner Lage unweit des Brenners ist das Südtiroler Naturresort leicht zu erreichen und gilt dennoch als Geheimtipp. Bereits der Weg zum Talschluss, wo das Familienhotel eingebettet liegt, lässt den Trubel des Alltags vergessen. Hier gibt es nur noch die massiven Berge mit dem namensgebenden Feuerstein-Gipfel, ein märchenhafter Fichtenwald und im Winter viel Schnee.

Zeit für die Familie

Zeitloses, puristisches Design und eine kindgerechte Funktionalität – diese Kombination gehört zu der besonderen Philosophie des Hauses. In der gemeinsamen Eltern-Kind-Zeit werden bleibende Erinnerungen geschaffen. So wird in der Holzwerkstatt fleißig gehobelt, während im Malatelier ein ganzer Raum als Leinwand bereitsteht. Action und einen Hauch von Urlaub auf den Bauernhof verspricht die Spielscheune mit eigenem Heuboden. Im viergeschossigen Mountain Spa kann sich die ganze Familie zurückziehen und zur Ruhe kommen.

Dank ausgebildeter Erzieher, die 70 Stunden pro Woche die Kinderbetreuung anbieten, bleibt auch genug Zeit für Zweitsamkeit, um den Urlaub mal wieder als Paar zu genießen. Während die Kleinen nach Herzenslust im Indoor-Matsch-Raum spielen, können die Erwachsenen in der Adults-Only-Saunawelt Wellness auf höchstem Niveau genießen.

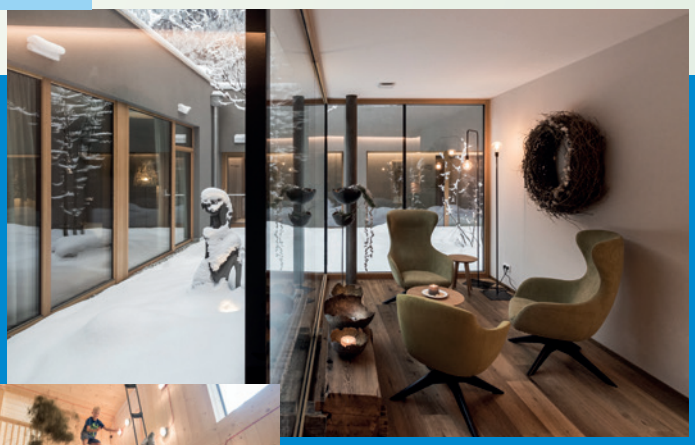
Im Mai 2019 eröffnete das Gourmetrestaurant Artifex und jeden Donnerstag- bis Sonntagabend genießen Gäste hier raffinierte Gourmet-Kreationen aus aller Welt mit einem Hauch von Südtirol. Das passende Glas Wein liefern Winzer aus der Region.

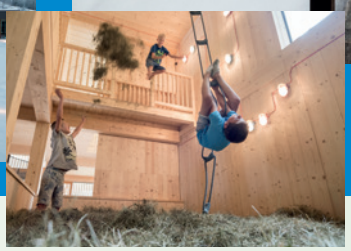
Neues Chalet mit Luxus pur

Der neueste Zuwachs im Feuerstein ist seit dem Sommer 2020 das Chalet Quarzit. Drei Kilometer vom Familienresort entfernt, besticht die Luxus-Unterkunft mit Alleinlage in einer kleinen Siedlung und einem unverstellten Panoramablick auf die Berggipfel des Pflerschtals auf 1.300 Metern Höhe. Die Wohnfläche des neuen Chalets verteilt sich auf drei Etagen, inklusive drei Schlafzimmern, großzügigem Wohn- und Essbereich und Wellnessoase mit Whirlpool und Sauna. Es findet sich Platz für insgesamt sechs Personen.

FEUERSTEIN*****
NATURE FAMILY RESORT
Familie Mader, Pflersch 185
I-39041 Brenner/Südtirol
Tel.: +39 0472 770126
info@feuerstein.info
www.feuerstein.info
Video: youtu.be/I0qR7cr57Io



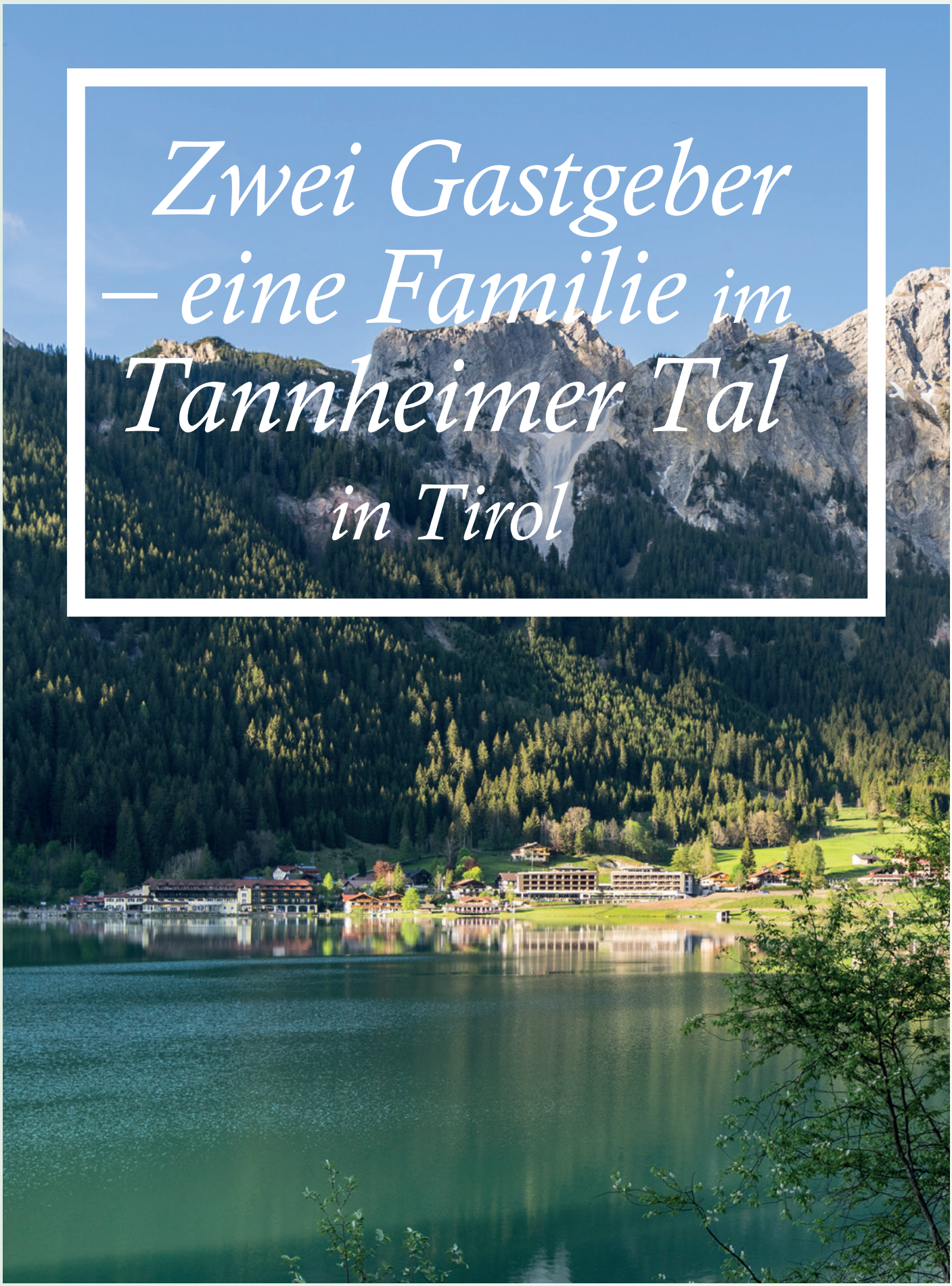




Im Feuerstein*** Nature Family Resort werden Erinnerungen für die ganze Familie geschaffen.**

Fotos: Feuerstein Nature Family Resort

Zwei Gastgeber – eine Familie im Tannheimer Tal in Tirol



Fotos: haldensee - Naturerlebnis und Wellnesshotel_Achim Meurer; haldensee - Naturerlebnis und Wellnesshotel_Bernhard Warter; haldensee - Naturerlebnis und Wellnesshotel_Florian Scheri; Hotel Tyrol am Haldensee

Das goldene Licht legt sich sanft über das breite Tal, die Landschaft zeigt sich noch einmal von ihrer schönsten Seite und lockt Naturliebhaber mit unendlich erscheinenden Wander- sowie Radmöglichkeiten – das beschreibt den Herbst im Tannheimer Tal.

Im Herzen des Hochtals liegt der Haldensee zwischen den Orten Haller und Haldensee, der es der Familie Barbist besonders angetan hat. Denn bereits in dritter Generation führt die Hoteliers-Familie das Hotel Tyrol am Haldensee. Die älteste Tochter Martina und ihr Ehemann Peter Schädle übernahmen erst kürzlich die Geschicke des Hauses. Sie werden es in gewohnter Weise mit viel Gastfreundschaft und Leidenschaft wie Martinas Großeltern und Eltern weiterführen.

Im April 2019 konnte außerdem mit dem Neubau des haldensee – Naturerlebnis und Wellnesshotel im Ort Haller auf der gegenüberliegenden Seite des Sees das Angebot erweitert werden. Das neue Erwachsenenhotel, das direkt am Haldensee liegt, leitet Michaela – die mittlere Tochter – mit Liebe und Geschick.



Im haldensee - Naturerlebnis und Wellnesshotel erfahren Erwachsene und Jugendliche ab 16 Jahre, was es heißt, „Natur pur“ zu genießen. Das Highlight ist der Infinity-Außenpool mit einer Aussicht, die ihresgleichen sucht.



Das Hotel Tyrol am Haldensee - ein Wohlfühlort für alle Generationen mit umfassendem Verwöhnangebot.

In beiden Häusern werden Sie von den Gastgebern gleichermaßen verwöhnt. Die ¾-Verwöhnpension nimmt Sie mit auf eine kulinarische Reise vom Frühstücksbuffet, über die Mittags- und Nachmittagsjause bis hin zum Abendessen mit einem 4-Gang-Wahlmenü.

Die Wellnessbereiche bieten Ihnen jeweils Innen- und Außenpools sowie vielfältige Sauna- und Ruhebereiche. Das Hotel Tyrol verfügt neben dem Saunabereich, der ausschließlich für Erwachsene zugänglich ist, auch über einen Kinderbereich im Panoramahallenbad.
Im haldensee – Naturerlebnis & Wellnesshotel genießen Erwachsene und Jugendliche ab 16 Jahren Ruhe und Erholung.
Viele kostenlose Zusatzservices, wie zum Beispiel die kostenlose Parkgarage für Hotelgäste, runden dieses Angebot ab.

Nicht nur im Herbst, sondern das ganze Jahr über lädt das Tannheimer Tal Sie zu vielfältigen Aktivitäten ein. Und schon bald hält der Winter Einzug und hüllt die Landschaft der Region ins bezaubernde Schneekleid. Direkt an beiden Häusern steigen Sie zu der unendlich scheinenden Langlaufloipe durch das gesamte Tal ein – das besondere Highlight ist bestimmt der Lauf über den zugefrorenen Haldensee. Im Rahmen unseres abwechslungsreichen Aktivprogramms begleiten wir Sie zu geführten Wanderungen und Schneeschuhtouren.

Tolle Angebote für den Herbst und den Winter finden Sie auf unseren Webseiten.

Neugierig geworden? Dann schauen Sie doch bei uns vorbei. Wir freuen uns auf Ihren Besuch im Tannheimer Tal.

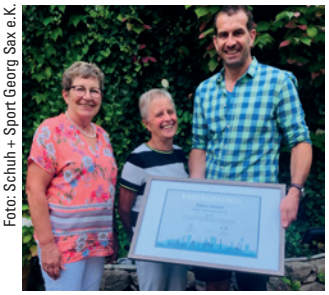
Hotel Tyrol am Haldensee
Familie Schädle
Seestraße 24
A - 6673 Haldensee
Tel.: +43 5675 6245
info@tyrol-haldenseee.com
www.tyrol-haldensee.com

haldensee – Naturerlebnis und Wellnesshotel
Michaela Gleirscher
Haller 27; A - 6672 Haller
Tel.: +43 5675 20727
info@haldensee-hotel.com
www.haldensee-hotel.com

Jubiläen des Monats

50 Jahre

Foto: Schuh + Sport Georg Sax e.K.



v.l.: Irmgard Sax, Pauline Wimmer (Jubilarin), Martin Sax (Inhaber)
Schuh + Sport Georg Sax e.K., Haag i. OB

40 Jahre

Foto: ECOLAB ENGINEERING GmbH



v.l.: Ralf Heiduczek (Betriebsleiter), Engelbert Seilinger (Jubilar), Markus Niederbichler (Geschäftsführer)
ECOLAB ENGINEERING GmbH, Siegsdorf

Foto: ECOLAB ENGINEERING GmbH



v.l.: Ralf Heiduczek (Betriebsleiter), Peter Huber (Jubilar), Markus Niederbichler (Geschäftsführer)
ECOLAB ENGINEERING GmbH, Siegsdorf

40 Jahre

Foto: Söhnges Optik GmbH & Co. KG



v.l.: Oliver Söhnges (Geschäftsführer), Gabriele Büttner (Jubilarin), Karin Söhnges (Geschäftsführerin)
Söhnges Optik GmbH & Co. KG, München

Weitere Jubilare (40 Jahre):

Monika Kranz
Bankhaus Ludwig Sperrer KG, Freising

Erika Dünnebacke
Creaton GmbH, Neuburg

Franz Birgmeier
Raiffeisenbank Aresing-Gerolsbach eG, Gerolsbach

Johann Ochs, Susanne Öttl
Siteco GmbH, Traunreut

Gerhard Siegert
SPECK-KOLBENPUMPENFABRIK Otto Speck GmbH & Co. KG, Geretsried

Michael Murner, Wolfgang Schertler
systemform Datenbelege GmbH, Prien a. Chiemsee

25 Jahre

Rainer Hörmansperger
alpha-trans Luft- und Seefrachtspedition GmbH & Co. KG, München Flughafen

Martina Forster, Christian Geiger
Bio-Rad Laboratories GmbH, Feldkirchen

Anton Rappel
Chiemsee-Schifffahrt Ludwig Feßler KG, Prien a. Chiemsee

Jesus Lohwieser, Crisanta Spiegelsberger
ECOLAB ENGINEERING GmbH, Siegsdorf

Werner Staltmayer
Kaufhaus Rid GmbH, Weilheim

Francisco Ribeiro De Sa
Langmatz GmbH, Oberau

Nicole Schindler
LEIMER KG, Traunstein

Brigitte Müller
Raiffeisenbank Fuchstal-Denklingen eG, Fuchstal

Torsten Radöhl, Walter Vorndran
Schiedel GmbH & Co. KG, München

Viktor Eckart-Baranowski, Herbert Gnad, Thomas Huber
Siteco GmbH, Traunreut

Alexandr Kraus
Veit GmbH, Landsberg

Firmenindex

Firma	Seite
Ashoka Deutschland gGmbH	32
AS LED Lighting GmbH	46
Audi AG	18
Audio Concept Veranstaltungs GmbH & Co. KG	54
Auryn Naturfashion GmbH	50
Bauer Elektroanlagen GmbH	10
Bavaria petrol GmbH & Co. KG	18
BayernLB	24
BBE Handelsberatung GmbH	24
Brauerei Schönram, Inhaber Alfred Oberlindober jun. e. Kfm.	8
Darfichrein GmbH	58
Dickow Pumpen GmbH & Co. KG	8
Dr. Hanns Maier GmbH & Co. Beteiligungs-KG	24
ecom consulting GmbH	50
Edeka Stubhann e.K.	58
Electrochaea GmbH	12
fairafric GmbH	32
Framos GmbH	48
Fusion Event GmbH	54
Heinrich Bukszpan + Maximilian Bukszpan GbR	8
Hoechst AG	18
Hoerbiger Antriebstechnik GmbH	34
Hofmann & Losch Retail GmbH	50
Keyou GmbH	20
Kilian Willibald GmbH	60
KristallTurm® GmbH & Co. KG	40
Ludwig Wolf GmbH	60
Messe München GmbH	56
MoreBusiness GmbH	36
Nunn-Aufzüge GmbH & Co. KG	44
Nymphenburger Beteiligungs AG	24
Orbem GmbH	12
Party Rent München Cudok & Viße GmbH	54
Paulaner Brauerei Gruppe GmbH & Co. KGaA	32
Rabl GmbH & Co. KG	8
Sinnesfreunde GmbH	54
Stadtwerke Traustein GmbH & Co. KG	60
State Street Bank International GmbH	8
Tretter-Schuhe GmbH & Co. KG	34
Über den Tellerrand GmbH	32
Von Gruen zu Blau GmbH	54
VoltStorage GmbH	12
WG Global GmbH	58

Die Seitenangaben beziehen sich auf den Anfang des jeweiligen Artikels.

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

Innovationsförderberatung digital | 7.10.2020 | kostenfrei
innovation@muenchen.ihk.de | 089 5116-1360

Webinarreihe »Ready for Brexit!« | verschiedene Termine
kostenfrei | jessica.pleitez@muenchen.ihk.de | 089 5116-1337

SEMINARE ZOLL UND AUSSENHANDEL

Grundlagen der EU- und US-Embargos | Sanktionen gegen Russland, Ukraine, Iran und andere | 6.10.2020

US-(Re-)Exportkontrolle für europäische Exporteure | 7.10.2020

Akkreditiv – Inkasso – Kompaktseminar für Einsteiger | 7.10.2020

Zoll für Einsteiger, Onlineseminar | 7.–8.10.2020

Lieferantenerklärung: Bedeutung und Regeln, Onlineseminar | 13.10.2020

Ausfuhrverfahren Grundlagen und Online-Abwicklung in ATLAS | 14.10.2020

Präferenzlieferungen kalkulieren und Lieferantenerklärungen korrekt erstellen können, Onlineseminar | 16.10.2020

Umsatzsteuer – Behandlung des Waren- und Dienstleistungsverkehrs mit dem Ausland | 21.10.2020

Basisseminar Warenursprung und Präferenzen mit Lieferanten-erklärung | 20.10.2020

Basislehrgang Zolltarif | 29.10.2020

Statistik des innergemeinschaftlichen Warenverkehrs (INTRASTAT) | 3.11.2020

Zoll für Einsteiger: Grundlagen des Zollwesens | 10.11.2020

Sanktionslisten-Compliance im Unternehmen | 10.11.2020

Richtige Anwendung der Incoterms® 2020 | 12.11.2020

Die Lieferantenerklärung: Bedeutung und Regeln – Spezialseminar für Handelsfirmen | 13.11.2020

Zollpotenziale erkennen und Zollkosten reduzieren | 23.11.2020

Importe effizient gestalten – Importabwicklung ist mehr als Zollabwicklung | 23.11.2020

Exportwissen kompakt | 24.11.2020

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

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

VERKAUFSFÖRDERUNG

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

Merkur.de

WERBEARTIKEL

STIEFEL® eurocart
Ihr Partner für Langzeitwerbung
Info (08456) 92 43 00
www.stiefel-online.de
Wandkarten • Kalender • Schreibunterlagen • Wahlplakate

GROSSFORMAT- UND DIGITALDRUCK

STIEFEL digitalprint
Wir beraten Sie gerne.
Service-Telefon (08456) 92 43 50
www.stiefel-online.de
XXL-Werbebanner • Fahnen/Displays • Plattendruck • Wahlplakate

Wirtschaft
Das IHK Magazin für München und Oberbayern

IMMOBILIEN

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

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®

TELEFONANLAGEN

Ihr Kommunikationsserver vom Fachmann
mehr als 50 Jahre Erfahrung – kompetente Beratung
Individuelle Lösungen wie CTI/Cordless/VoIP/UMS/Voicemail/Komf.-Geb.Erfassung u.a.m.
Zögern Sie nicht uns anzurufen um ein unverbindliches Angebot anzufordern.

UNIFY OpenScape Business / 4000



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

Alcatel·Lucent OMNI - PCX





Zeichnung: Dieter Hanitzsch

IMPRESSUM

Wirtschaft –
Das IHK-Magazin für München und Oberbayern
75. Jahrgang, 2. Oktober 2020
www.magazin.ihk-muenchen.de
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: trahko_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: 112.530 (IVW II. Quartal 2020)
Zurzeit gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 76
vom 1.1.2020

AIGNER IMMOBILIEN

FOCUS MONEY
5 JAHRE
FAIRSTER
IMMOBILIEN-MAKLER
5 weitere Anbieter erhielten die Note Sehr Gut
Im Test: 24 Immobilienmakler in Deutschland
Ausgabe 5/2020



SECRET SALE

– Der Premium-Service für besondere Immobilien!

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

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

Rufen Sie uns an: (089) 17 87 87 - 0

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

Aigner Immobilien GmbH | Ruffinistraße 26, 80637 München | **www.aigner-immobilien.de**



SIE SUCHEN EINEN VERMIETER, DER IHNEN HILFT, SICH AUF IHR KERNGESCHÄFT ZU KONZENTRIEREN?

ALLES EINE FRAGE DES STANDORTS.

Erwarten Sie mehr von Ihrem Vermieter: Einen Vermieter, der sich als engagierter Dienstleister vor Ort um Ihre Belange kümmert, weil er kundenorientiert, klug und vorausschauend denkt und handelt. Unser Standort bietet mehr Vernetzung unter den Mietern, für ein offenes, freundliches Miteinander und eine hohe Arbeits- und Lebensqualität. Fairness und Dialog für eine langfristig erfolgreiche Partnerschaft. **Weitere Infos und provisionsfreie Vermietung unter +49 89 30909990 oder info@businesscampus.de**

DER STANDORT

Business Campus

businesscampus.de

EIN UNTERNEHMEN DER DV IMMOBILIEN GRUPPE