www.ihk-muenchen.de

IHK

Das IHK-Magazin für München und Oberbayern

wirtschaft

03/2021

Liquidität sichern

So behalten Unternehmen ihre Geldflüsse im Blick

Immobilien
Weiter Boom bei Wohnungen? Neue Nutzung für Büros? Die Auswirkungen der Coronakrise

Byodo Naturkost
Wie das Familienunternehmen den Generationswechsel angeht

Social Commerce
Einzelhändler verkaufen über Instagram & Co.

GROSS IM GESCHÄFT

KLEIN IM UNTERHALT. JETZT PROBE FAHREN!

FORD **TRANSIT** CUSTOM TRAIL

2,0l EcoBlue 96 kW (130 PS) Diesel 6-Gang-Schaltgetriebe, u.a. mit Trennwand mit Durchladeklappe, beheizbare Frontscheibe, Schiebetür rechts, Doppelflügelhecktür, Audiosystem, Klimaanlage, elektr. Zuheizer, Park-Pilot vorn und hinten, Leichtmetallräder Trail-Design, u.v.m.

Anschaffungspreis (zzgl. Fracht)[2]	23.554,25 €
einmalige Leasing-Sonderzahlung	0,00 €
voraussichtl. Gesamtbetrag	8.604,00 €
Laufzeit	36 Monate
Gesamtlaufleistung	30.000 km

bei uns schon ab monatlich

€239,-[1]

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 30.4.2021. 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 915,97.
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

»Flug auf Sicht« muss enden

Wie kommen wir da raus? Eine Frage, die sich Piloten in kritischen Wetterlagen oft stellen. Sie können sich bei der Lösung dieser Frage auf die Technik, die eigene Erfahrung und ihre Ansprechpartner am Boden verlassen, die Fluglotsen. In der aktuellen Coronakrise fehlt den Frauen und Männern in den großen und kleinen Cockpits der Wirtschaft allerdings die wegweisende Hilfe aus dem Politik-Tower nahezu völlig. Denn auch ein Jahr, nachdem der Kampf gegen die Pandemie begonnen hat, mangelt es an Perspektiven, wie Unternehmen auf Kurs bleiben und den Absturz vermeiden sollen.

Der Staat mit all seinem Streben nach Einheitlichkeit und Fürsorge ist bisher nicht in der Lage, verlässliche Rahmenbedingungen zu bestimmen, mit denen sich der tägliche Betrieb in der Wirtschaft regeln lässt. Gerade in einer offenen Gesellschaft wie der unseren, in der alles ineinandergreift und selbst der einfache Soloselbstständige mit dem mächtigen Weltkonzern verknüpft ist, schadet ein so langer »Flug auf Sicht« dauerhaft und substanziell. Gerade weil in jüngster Zeit gern der Vergleich zwischen unserem Umgang mit der Pandemie und unserem Verhalten zum Klimawandel gezogen wird: Wenn es möglich ist, den CO_2-Ausstoß zu reglementieren, ist es auch möglich, mit ausgefeilten Hygienekonzepten den Wirtschaftsbetrieb aufrechtzuerhalten.

Politik und Verwaltung sind hier in einer Bringschuld. Es geht um klare und verlässliche Öffnungsperspektiven. Eine konsequente, weitreichende Impfstrategie ist der erste, dringende Schritt dazu. Jeder dort investierte Euro ist fürs Überleben der Wirtschaft genauso wertvoll wie die sogenannte Überbrückungshilfe. Der nächste Schritt, der ebenfalls Eile und einen breiten Ansatz braucht, sind flächendeckende Selbsttests – als intelligente, weiterführende Maßnahme zur App.

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

Am meisten jedoch braucht es feste Regeln, die sich situativ – nach Branchen oder Regionen – dem Fortschritt oder dem Ende der Krise anpassen lassen. Wir haben das Know-how, die Technik und die Strukturen, um maßgeschneiderte Lösungen zu entwickeln und in Kraft zu setzen. Wir müssen es nutzen, um belastbare Zeitpläne zu schaffen, an denen sich die Unternehmen ausrichten und in den Regelbetrieb zurückkehren können. Ansonsten droht die Bruchlandung.

Folgen Sie mir auf Twitter
@IHK_MUC_Praes

TITELTHEMA

LIQUIDE BLEIBEN

In der Krise ist es für Unternehmen überlebenswichtig, die Geldflüsse zu steuern. Wie Liquiditätsplanung funktioniert und welche Möglichkeiten das neue Restrukturierungsverfahren bietet.

UNTERNEHMEN + MÄRKTE

NACHFOLGE

Noch führt Stephanie Moßbacher (l.) die Byodo Naturkost GmbH gemeinsam mit Andrea Sonnberger (r.), doch bald übernimmt sie das Familienunternehmen allein – so gelang der Generationswechsel.

BETRIEB + PRAXIS

GELD FÜR IDEEN

Neue Produkte und Services sind wichtig, um wettbewerbsfähig zu bleiben. Die Bayerische Forschungs- und Innovationsagentur hilft Unternehmen, Förderprogramme für Innovationen zu erschließen.

NAMEN + NACHRICHTEN

7 FINANZEN
Zahlungsmoral ist gesunken

UNTERNEHMERPROFIL

10 HOLGER ENGELMANN
So steuert der Webasto-Chef den Automobilzulieferer durch die Coronakrise

TITELTHEMA

12 LIQUIDITÄT
Von Kennzahlen bis Forderungsmanagement – was Firmen hilft, flüssig zu bleiben
16 KRISENMANAGEMENT
Liquiditätsengpass? Ein neues Verfahren ermöglicht die Sanierung ohne Insolvenz
20 BIHK-KONJUNKTURINDEX
Stockende Erholung und große Unterschiede zwischen den Branchen

STANDORTPOLITIK

22 IMMOBILIEN
Wie kommt die Immobilienwirtschaft durch die Coronakrise?
26 BAUSTELLEN
Mehr Verkehrsbehinderungen durch neue Sicherheitsvorschriften
28 STIFTUNGEN
Digitalisierung und Kooperationen treiben soziale Innovationsprozesse voran
30 LUST AUF ZUKUNFT
Oberbayerische Unternehmen entwickeln Lösungen, um Sicherheitsrisiken zu verringern
32 AUSBILDUNG I
Die IHK AusbildungsScouts informieren Schüler jetzt digital über ihren Arbeitsalltag
34 AUSBILDUNG II
Mit der AzubiCard junge Zielgruppen ansprechen – das funktioniert auch in der Coronakrise
36 IHK-WAHL 2021
Infos zu Kandidaten, Terminen, Wahlunterlagen

UNTERNEHMEN + MÄRKTE

38 UNTERNEHMENSNACHFOLGE
Wie das Naturkostunternehmen Byodo den Generationswechsel angeht
41 STUDIE
Wegen Corona: Viele Seniorchefs verschieben die Firmenübergabe

42 KRAFTWERKE HAAG
Die Firmengruppe positioniert sich als regionaler verwurzelter Stromanbieter
44 WISEFOOD
Von der ersten Idee bis zum Markterfolg musste das Münchner Unternehmen mehrmals umsteuern
46 FLÖSSEREI SEITNER
Der Flößereibetrieb hat ein Jahr Stillstand aus eigenen Mitteln durchgestanden
48 BRAUEREIEN
Oberbayerische Bierhäuser beweisen Kreativität, um Umsatzeinbußen in der Pandemie aufzufangen

BETRIEB + PRAXIS

50 SOCIAL COMMERCE
Verkaufen über Instagram & Co. – Vertriebsgeschick ist wichtiger als Technikwissen
54 RECHT
Weniger Chancen für Serienabmahner
56 INVESTITIONEN
Wie Unternehmen die neuen Steuerbegünstigungen für Investitionen nutzen
58 INNOVATION
Die Bayerische Forschungs- und Innovationsagentur hilft Firmen, Förderprogramme zu nutzen

DA SCHAU HER

62 PESTSÄULEN
Mahnmale aus Stein – zur Abwehr künftiger Seuchen

RUBRIKEN

3 EDITORIAL
8 FIRMENJUBILÄEN
64 EHRUNGEN/FIRMENINDEX
65 TERMINE
66 KARIKATUR/IMPRESSUM

Beilagenhinweis: Aigner Immobilien GmbH (Teilbeilage)

fb.com/ihk.muenchen.oberbayern
@IHK_MUC

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

Ratgeber für Ausbilder

Vom Geflüchteten zur Fachkraft

Die Ausbildung von Geflüchteten und Migranten hat sich in den vergangenen Jahren zu einem wichtigen Baustein gegen den Fachkräftemangel entwickelt: Deutlich gewachsen ist vor allem auch die Anzahl von Geflüchteten, die im Freistaat bei Industrie-, Handels- oder Dienstleistungsunternehmen eine Ausbildung absolvieren. Ihr Anteil ist in den vergangenen drei Jahren um 39 Prozent auf mehr als 6500 Azubis gestiegen.

Foto: Fotolia © Africa Studio, iStock © SensorSpot, iStock © m-imagephotography

Neuer Ratgeber für Betriebe – IHK-Wegweiser Ausbildung

Der aktuelle Ratgeber »Wegweiser Ausbildung« der Bayerischen IHKs unterstützt Betriebe mit praxisnahen Informationen, wie sich der Weg für Geflüchtete und Migranten in Ausbildung gestalten lässt – von den rechtlichen Voraussetzungen bis hin zur Auswahl passender Bewerber. Das 35-seitige Handbuch enthält konkrete Tipps für die Einarbeitung und erfolgreiche betriebliche Integration sowie Handlungsempfehlungen für die Stabilisierung der Ausbildung. Weitere Infos sowie den Wegweiser zum Download unter: **www.ihk-muenchen.de/handbuch-ausbildung**

Batteriezellen

EU macht den Weg frei

Die Europäische Kommission hat das von Deutschland koordinierte zweite europäische Großvorhaben zur Batteriezellfertigung mit dem Titel »European Battery Innovation – EuBatIn« genehmigt. Damit ist der Weg frei für die Förderung von elf Unternehmen und ihren Batterievorhaben in Deutschland durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi).

Insgesamt sind 42 Firmen aus zwölf Mitgliedstaaten an dem Projekt beteiligt. Ziel ist es, eine wettbewerbsfähige, innovative und nachhaltige Batterie-Wertschöpfungskette in Deutschland und Europa zu errichten. Für den Aufbau einer Batteriezellfertigung stellt das BMWi bis zu drei Milliarden Euro bereit. **www.bmwi.de**

KURZ & KNAPP

Arbeitsmarkt

Weniger Beschäftigte

2020 nahm die Beschäftigung im Freistaat im Zuge der Covid-19-Pandemie erstmals seit dem Jahr 2003 wieder ab. Nach Angaben des Bayerischen Landesamts für Statistik fiel sie mit knapp 7,65 Millionen Erwerbstätigen in etwa auf den Stand des Jahres 2018 zurück. **www.statistik.bayern.de**

LfA

Kredite sehr gefragt

Die LfA Förderbank Bayern hat im Ausnahmejahr 2020 die höchste Nachfrage nach Förderkrediten seit ihrer Gründung verzeichnet. Dabei unterstützte sie insbesondere mittelständische Betriebe mit Darlehen in Höhe von etwa 3,4 Milliarden Euro, ein Zuwachs von rund 44 Prozent gegenüber 2019. Bei den programmgebundenen Förderkrediten stieg das Zusagevolumen um fast 50 Prozent auf rund 2,7 Milliarden Euro. **www.lfa.de**

MINT-Bildung

Dauerhafte Förderung

Die Stiftung »Haus der kleinen Forscher« wird seit 1. Januar 2021 vom Bundesministerium für Bildung und Forschung erstmals institutionell gefördert. Die Stiftung, die sich für die frühe Bildung von Kindern in Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften, Technik und Nachhaltigkeit engagiert, erhält damit dauerhaft 11,9 Millionen Euro pro Jahr aus Bundesmitteln. **www.bmbf.de**

Quantenforschung

Neues Zentrum

Das neue »Munich Quantum Valley« soll die Entwicklung der Quantenwissenschaft und -technologie in Bayern vorantreiben. Der Freistaat unterstützt die Initiative mehrerer führender Forschungseinrichtungen in den kommenden fünf Jahren mit 300 Millionen Euro. **www.muenchen.de**

PERSONALIA

KGAL GmbH & Co. KG

Geschäftsführung erweitert

Die KGAL GmbH & Co. KG, Grünwald bei München, hat zum 1. Februar 2021 ihre Geschäftsführung auf vier Personen erweitert. Die Diplom-Kauffrau und -Betriebswirtin **Anke Sax** (53) wird künftig als Chief Technology Officer und Chief Operation Officer die Digitalisierungsstrategie und Unternehmensorganisation der KGAL-Gruppe verantworten.
www.kgal.de

Münchener Verein

Wechsel im Vorstand

Stefan Lohmöller (48) ist zum 1. Februar 2021 in den Vorstand des Münchener Vereins eingetreten und trägt dort zukünftig die Verantwortung für die gesamten Serviceeinheiten und die Revision. Er folgt auf Martin Zsohar, der zum 31. März 2021 ausscheidet.
www.muenchener-verein.de

Telefónica Germany GmbH & Co. OHG

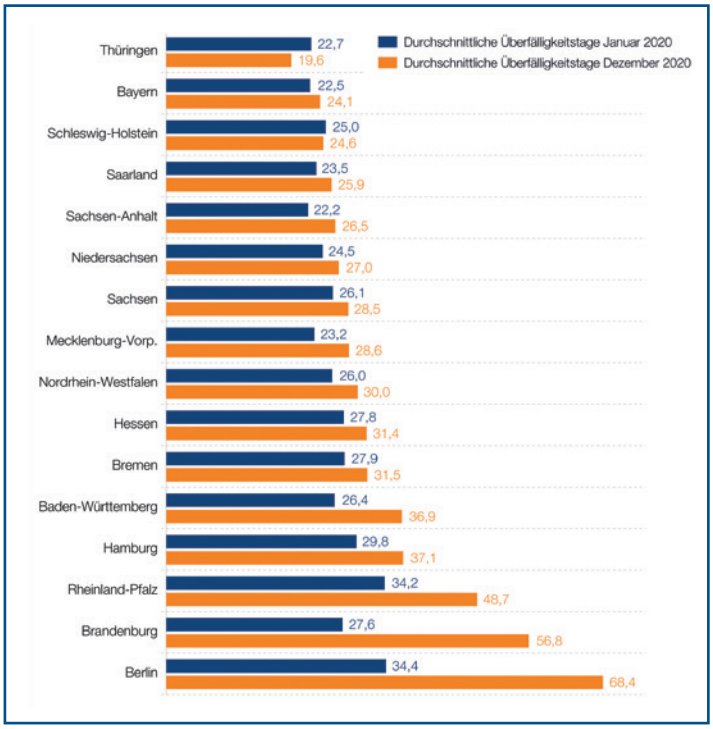
Neuer O_2-Markenchef

Michael Falkensteiner (37) hat zum 1. Februar 2021 den Posten des Director Brand & Marketing Communications bei Telefónica Deutschland/O_2, München, angetreten. In dieser Funktion zeichnet er verantwortlich für die Kernmarke O_2 sowie die Zweitmarke BLAU und berichtet an Privatkundenvorstand Wolfgang Metze.
www.telefonica.de

Fotos: KGAL, Münchener Verein, Telefónica Deutschland

So viele Tage sind Rechnungen im Schnitt überfällig

Vergleich Januar 2020 und Dezember 2020 nach Bundesländern



Quelle: CRIF Bürgel GmbH – Stand 20.1.2021

Finanzen

Zahlungsmoral gesunken

Etwa jede zehnte Firma (10,5 Prozent) in Deutschland hat im Dezember 2020 ihre Rechnungen nicht oder nur verspätet bezahlt. Das sind zwar etwas weniger Betriebe als im Januar 2020 (13,1 Prozent), allerdings verlängerte sich die Dauer des durchschnittlichen Zahlungsverzugs beträchtlich. Lag er im Januar noch bei 26,4 Tagen, waren es im Dezember bereits 35,5 Tage – der höchste Wert im vergangenen Jahr. Im Vergleich der Bundesländer blieben Rechnungen in Berlin mit rund 68 Tagen am längsten überfällig (s. Grafik). Das ermittelte der Informationsdienstleister CRIF Bürgel, der das Zahlungsverhalten von rund 450 000 Unternehmen untersucht hat.
In der Praxis geht der Zahlungsverzug oft zulasten von mittelständischen und kleingewerblichen Betrieben. Er bedeutet nicht nur einen höheren Verwaltungsaufwand sowie zusätzliche Kosten für die Unternehmen. Liquiditätsmangel, ausgelöst durch verspätet oder nicht beglichene Rechnungen, gilt auch als eine der häufigsten Insolvenzursachen. **www.crifbuergel.de**

194 163 Pkw

mit reinem Elektroantrieb wurden 2020 neu zugelassen – 206 Prozent mehr als ein Jahr zuvor. Insgesamt beträgt der Marktanteil der E-Autos in Deutschland nun 6,7 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

85 Jahre

Hans Gröbmair e.K.
Inh. Martin Gröbmair
Dietramszell/Fraßhausen

Johann Baptist Gröbmair gründete 1936 den Familienbetrieb und nahm mit einem Lkw den Kiestransport auf. Das Unternehmen wuchs schnell, die Zahl der Mitarbeiter, Lkws und Baumaschinen stieg. 1978 übernahm Hans Walter Gröbmair senior mit seiner Frau den Betrieb. Das Aufgabengebiet vergrößerte sich und umfasst seither auch Erd- und Tiefbau, Abbrucharbeiten, Kanalbau, Containerdienst und Schwertransporte unterschiedlichster Art. 2012 erfolgte der nächste Generationswechsel: Martin Gröbmair führt nun mit seiner Frau Gisela den elterlichen Betrieb weiter.

75 Jahre

ZUWA-ZUMPE GmbH
Laufen

1946 als Zumpe Waren gegründet, bietet das Familienunternehmen in dritter Generation heute Pumpen, Betankungssysteme, Pflanzenschutzgeräte, Hauswasserversorgungssysteme sowie Füll- und Spülstationen für industrielle Anlagen und den Heizungsbau. Das Unternehmen wird von den Geschäftsführern Petra und Helmut Wimmer sowie Simon Mangelberger geleitet.

70 Jahre

Falken Apotheke,
Inh. Dr. Michael Wilhelm
Ismaning

Als der Apotheker Adolf Kraus 1951 die Falken Apotheke in Ismaning gründete, brachte er neben seinem Wissen und seiner Erfahrung auch die in seinen Lehr- und Wanderjahren erworbenen Kenntnisse der Mönchs- und Klosterpharmazie mit. Die alten Räume wurden bald zu klein und es entstand eine neue Apotheke mit großem Parkplatz. 1980 übernahm die Tochter des Gründers, die Apothekerin Gabriele Haas, die Falken Apotheke. Mit neuen fortschrittlichen Ideen setzte sie die Familientradition fort. Heutiger Inhaber der Apotheke ist Michael Wilhelm.

50 Jahre

Walden KG, München
TURBO-Mixer GmbH Misch- und Verfahrenstechnik, Hohenbrunn
Michael Otto Königer, Pliening

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

SecCrest mit Rekordstart ins Jahr 2021.

TESTS DER BETA-VERSION DER HANDELSSOFTWARE LAUFEN

Frau Borowa, viele unserer Leser beobachten SecCrest seit geraumer Zeit und sind neugierig, wie weit die Entwicklung Ihrer Handelssoftware vorangeschritten ist.

Im November 2020 wurde die Beta-Version offiziell abgenommen. Aktuell werden unsere Handelsstrategien eingearbeitet und zahlreiche Tests durchgeführt.

Dies ist sicherlich ein wichtiger Meilenstein. Wie fühlt sich das an?

Für SecCrest ist das der wichtigste Meilenstein, den wir bisher erreicht haben – das erfüllt mich mit großem Stolz. Unsere Konzepte und Vorstellungen in einer funktionierenden Software live zu erleben, ist etwas ganz Besonderes und hat sogar einige unserer Erwartungen übertroffen.

In diesem Projekt steckt sicherlich sehr viel Arbeit?

Von der Konzeption unseres gesamten Handelssoftware-Ökosystems bis zur Abnahme der Beta-Version sind knapp 2 Jahre vergangen. Unzählige Arbeitsstunden und Investitionen in Millionenhöhe waren erforderlich, um das Projekt so schnell, aber auch so sicher wie möglich, voranzutreiben. Hohe Flexibilität und das Vertrauen unserer Investoren haben dies ermöglicht. Dafür möchte ich mich bei ihnen, aber auch bei unserem hochkarätigen Entwickler-Team herzlich bedanken.

Das ist ein Tempo, von dem einige große Konzerne in Deutschland nur träumen können. Sie sagen aber gleichzeitig „Qualität vor Schnelligkeit." Was macht Ihre Software so besonders?

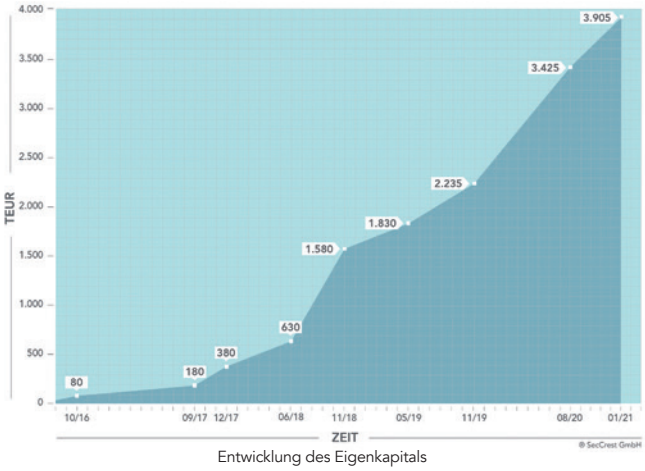
Im Vergleich zu der auf dem Markt erhältlichen Retailsoftware ist unser System wesentlich flexibler und schneller. Handelsstrategien werden durch Zeitrahmenverwebung bis in den Tick-Bereich[1] aufgeschlüsselt, das minimiert die Risiken.

Es ist ein agiles Projekt mit sehr hohen Standards: skalierbar, robust und wohldefiniert. Durch den Einsatz von Visual Coding haben wir ein System geschaffen, das Massen-Datenmanagement betreibt und dabei von Finanzexperten ohne Programmierkenntnisse bedient werden kann. So können auch komplexeste Handelsstrategien sehr intuitiv umgesetzt, visualisiert und getestet werden.

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

Sie haben bereits bewiesen, dass Ihre Handelsstrategien, sogar manuell, die avisierten 3% pro Monat erwirtschaften. Wieso haben Sie dennoch so viel in die Softwareentwicklung investiert?

Unser Konzept basiert auf Preisanalyse und Handel im Sekundenbereich, ununterbrochen 24 Stunden am Tag, an 5 Tagen die Woche. Manueller Währungshandel ist im Vergleich dazu nur ein „Hit and Run", weder nachhaltig noch schnell. Um verantwortungsvoll zu handeln und nachhaltige Gewinne zu sichern, ist Automatisierung unumgänglich. Unser manueller „Proof of concept" ist nur ein Vorgeschmack dessen, was automatisiert möglich ist.



Entwicklung des Eigenkapitals

Was ermöglichen Ihre Handelsstrategien am konjunkturunabhängigen Währungsmarkt?

Geld verdienen im Stundentakt bei minimalisierten Risiken. Und: Wir bleiben dabei immer 100% liquide.

Sie planen, Ihren Handel mit der Währungspaar EUR/USD zu starten. Wie sieht die Zukunft aus?

Geplant ist, den Handel in absehbarer Zeit auch auf andere ungebundene[2] Währungspaare, wie z.B. USD/JPY auszuweiten. Wir haben aber noch weitergehende Pläne. Ein wesentlicher Vorteil unserer Software ist, dass wir, mit entsprechenden Strategien, auch andere Finanzinstrumente handeln können.

Die Handelssoftware befindet sich mittlerweile in der Beta-Version und die aktuelle Genussrechtsserie ermöglicht immer noch in 7 Jahren eine Verzehnfachung des Beteiligungskapitals, Investoren müssen sich jetzt also nur „ins gemachte Nest setzen". War das ausschlaggebend für den Rekordstart ins neue Jahr?

Sicherlich ist heute der optimale Zeitpunkt sich an SecCrest zu beteiligen. Investoren, die gleich am Jahresanfang eingestiegen sind, haben für den besten Jahresbeginn von SecCrest seit Unternehmensgründung gesorgt. Die aktuelle Serie bietet die Möglichkeit – konservativ gerechnet – aus einer Anlage von z.B. 250.000 Euro innerhalb von 7 Jahren tatsächlich 2.500.000 Euro und mehr zu erwirtschaften.[3] Hierzu gehört eine fixe, jährliche Grunddividende von 6% sowie ein hochattraktiver Anteil an dem Unternehmensgewinn (Überschussbeteiligung) unseres angehenden Fondsverwalter. Allerdings sind unsere aktuellen Publikationen sozusagen der „Last Call". Sobald die Testphase abgeschlossen ist, planen wir, eine neue, sicherlich weniger attraktive Serie auf den Markt zu bringen. Das ist gegenüber unseren bisherigen Investoren nur fair.

Was können Sie unseren Lesern ans Herz legen?

Henry Ford meinte „Ich prüfe jedes Angebot, das könnte das beste Angebot meines Lebens sein." Registrieren Sie sich auf unserer Seite, um weitere Informationen zu erhalten. Bei tiefergehenden Fragen oder höheren Beteiligungssummen stehen wir interessierten Investoren gerne auch für ein persönliches Gespräch zur Verfügung. ■

SECCREST

[1]) Tick – jedes einzelne Geschäft, meistens mehrere pro Sekunde.
[2]) Ungebundenes Währungspaar – ein frei handelbares Währungspaar, das nicht in einem bestimmten Verhältnis fixiert oder in einem Kurskorridor eingebunden ist.
[3]) Die Annahmen im Beispiel basieren auf aktuellen Planzahlen der SecCrest GmbH. Stand: März 2020.

Will die Mobilität von morgen mitgestalten – Webasto-Vorstandschef Holger Engelmann

Mit Weitsicht und Optimismus

Foto: Webasto Group

Bei Webasto-Mitarbeitern wurden die ersten Coronainfektionen in Deutschland nachgewiesen. Jetzt lenkt Firmenchef Holger Engelmann den Automobilzulieferer nicht nur umsichtig durch die Krise. Er treibt auch den Einstieg in die E-Mobilität energisch voran.

HARRIET AUSTEN

Seit Ende Januar 2020 hat Vorstandschef Holger Engelmann eine besondere Aufgabe: Er ist Teil der Corona Task Force, eines schlagkräftigen Teams, das sich mit den Folgen der Pandemie beschäftigt. Anlass für die Gründung der Gruppe war eine beispiellose Bewährungsprobe: Der erste Covid-19-Patient in Deutschland war ein Mitarbeiter der Webasto SE mit Hauptsitz in Stockdorf bei München.

Das ist jetzt über ein Jahr her. Engelmann erinnert sich genau, wie ihm damals zumute war: »Hier ging es nicht mehr nur um Profitabilität oder Rendite, sondern um Menschenleben.« Der Vorstandschef reagierte: Firmenzentrale schließen, offen und transparent kommunizieren, Mitarbeiter beruhigen, sich mit Behörden, Politik und Wissenschaft austauschen.

Auch wenn das Coronavirus »eine ganz andere Dimension hat« – die Pandemie ist für den Firmenlenker nicht die erste Krise in seiner Berufslaufbahn. Der 55-Jährige bekam das Platzen der Dotcom-Blase 2000, die Finanz- und Wirtschaftskrise 2008/09 und die Folgen der Atomkatastrophe von Fukushima 2011 unmittelbar mit: »Damals war ich vor allem auf die Problemlösung mit Blick auf Ergebnis, Kundenzufriedenheit und Arbeitsplatzsicherung konzentriert«, so Engelmann.

Er lernte dabei ebenfalls, wie agile Projektarbeit funktioniert, wie Kostenoptimierungsprojekte erfolgreich gesteuert werden und wie Webasto sein globales Produktions- und Liefernetzwerk bestmöglich gegen Störfälle sichern kann: »Und – so platt das klingen mag – ich habe auch gelernt, dass es nach einer Krise, einem Tief, immer wieder aufwärtsgeht. Das hilft mir in der Coronakrise, Weitsicht, einen kühlen Kopf und eine gesunde Portion Optimismus zu bewahren.«

Nachdem es dem Webasto-Krisenstab in der Coronakrise gelungen war, die Infektionsketten zu durchbrechen, kümmerte sich die 18-köpfige Corona Task Force darum, Lieferketten zu optimieren, Umsatzeinbrüche und Verluste zu dämpfen, Kosten zu senken und gleichzeitig innovative Projekte zu realisieren. »Obwohl wir die Auswirkungen der Krise deutlich zu spüren bekamen, haben wir alles ganz gut hinbekommen«, freut sich Engelmann. Weitere Prognosen wagt er nicht.

Zweites Standbein

Als Vorstandschef verfolgt Engelmann eine Doppelstrategie: Ausbau, Modernisierung und Standardisierung des Stammgeschäfts mit Dach- und Heizungssystemen. Parallel dazu das Erschließen zukunftsorientierter Geschäftsfelder – der Fokus liegt auf der E-Mobilität. »Wir wollen mit dem zweiten Standbein unabhängiger werden, Wachstum generieren und die Mobilität von morgen aktiv mitgestalten«, so Engelmann. Webasto verfüge über viele Kernkompetenzen, die in diesem Bereich gefragt seien. Der Markteintritt mit Ladelösungen (Wallboxen) und Batteriesystemen sei bereits gelungen – auch in China.

Besonders am Herzen liegt Engelmann die Wertekultur, die er gemeinsam mit Mitarbeitern aus unterschiedlichen Kulturen für das 1901 gegründete Familienunternehmen entwickeln ließ und so zusammenfasst: »Entscheidungen treffen wir auf Augenhöhe und mit Blick auf langfristige Wirkung, nicht auf den kurzfristigen Erfolg.« Als Vorbild in Sachen Führung sieht er seinen Vater. Der sei mit einem zur damaligen Zeit ungewöhnlich kollegialen Führungsstil als Vorgesetzter anerkannt und zugleich erfolgreich gewesen.

Engelmann studierte BWL, um später als »Zahlenmensch« für die Finanzen eines Unternehmens verantwortlich zu sein. »Das fand ich schon immer spannend und attraktiv.« 2008 stieg er als Chief Financial Officer (CFO) bei Webasto ein und konnte sein Know-how gleich während der Finanzkrise beweisen: Er fuhr weltweit ein striktes Sparprogramm und investierte gleichzeitig in Zukunftsprojekte – eine antizyklische Strategie, die er nun auch in der Pandemie verfolgt.

Den funktions- und regionenübergreifenden Austausch, der sich in der Coronakrise etabliert hat, möchte er auch später beibehalten. »Ich fand es erstaunlich zu erleben, was und wie schnell man etwas erreichen kann, wenn man alle Mitarbeiter, die etwas zur Lösung einer kritischen Lage beitragen können, sofort zusammenschaltet«, betont der Firmenlenker und will diese Erfahrung auf Standardprozesse übertragen. Insgesamt habe die Krisensituation eine ganz andere Kreativität freigesetzt und das Miteinander bei Webasto weiter gestärkt. Engelmann: »Solidarität und Kollegialität haben einen anderen Stellenwert bekommen.« ■

Zur Person

Holger Engelmann, Jahrgang 1965, studierte BWL in Münster und Köln und startete seine Berufslaufbahn bei Fichtel & Sachs (heute ZF Friedrichshafen). Bei Mannesmann Plastics Machinery war er als CFO tätig, bevor er 2007 zur Webasto SE in Stockdorf bei München wechselte und dort unterschiedliche Leitungsfunktionen übernahm. Seit 2013 ist er Vorstandsvorsitzender des Weltmarktführers für Dachsysteme und Standheizungen. Webasto betreibt weltweit 50 Standorte, beschäftigte 2019 fast 14000 Mitarbeiter und verbuchte einen Umsatz in Höhe von 3,7 Milliarden Euro. Engelmann ist verheiratet und hat drei Kinder.

www.webasto.com

Mit Plan in die *Zukunft*

In wirtschaftlich wechselhaften Zeiten ist es für Unternehmen überlebenswichtig, ihre Geldflüsse kontinuierlich im Blick zu behalten. Eine sorgfältige Liquiditätsplanung hilft dabei.

MONIKA HOFMANN

Alle Zahlen im Blick – mit einem Liquiditätsplan behalten Unternehmer die Übersicht

Foto: snowing12/Adobe Stock

Die meisten Geschäfte geschlossen, Restaurants und Bars leer, Friseursalons und Sportstudios ebenso – die mehrfachen Lockdowns in der Coronakrise haben deutliche Spuren hinterlassen. Die Konsumenten sind nur in mäßiger Kauflaune, und Unternehmen halten sich mit Investitionen zurück. Gerade in diesen rauen Zeiten ist es für Firmen wichtig, ihre Geldflüsse ständig zu beobachten und zu steuern. Nur so können sie sich vor bösen Überraschungen schützen.

Wie gut das in der Praxis funktioniert, weiß Georg Blessing, Geschäftsführer der gleichnamigen Vertriebs-GmbH in München. Mit Weitsicht die Liquidität seiner Firma zu planen, ist für ihn längst zum Unternehmensprinzip Nummer eins geworden, nicht nur in der Krise. »Eine genaue, langfristige Planung der Liquidität ist grundlegender Bestandteil unserer Strategie«, so der Betriebswirt. Er möchte immer exakt wissen, wie es um seine Zahlungsströme steht. Denn nur mit genügend Reserven lassen sich Märkte erschließen.

Blessing bietet seit 1977 Fachhandelskunden weltweit hochwertige Strickwaren aus Cashmere und Seide und verfolgt dabei »einen kompromisslosen Qualitätsanspruch, der feine Naturgarne mit modischer Aussage verbindet«, wie er sagt.
Lang-, mittel- und kurzfristige Planungen erlauben es ihm, die Umsätze, aber auch das Eigenkapital, die Fixkosten und die Liquidität stets zu beobachten und notfalls gegenzusteuern. Zugleich kontrolliert er laufend die wichtigsten Kennzahlen: »Damit erkennen wir sofort, wenn sich Ab-

weichungen ergeben.« Schon vor vielen Jahren hat der Unternehmer an einigen Stellschrauben gedreht, um die Liquidität zu steigern: Er baute sein Lager zu einem großen Teil ab, lagerte Tätigkeiten wie Versand und Logistik aus und betreibt seither ein konsequentes Forderungsmanagement.

Besonders Firmen, die sich auf herausfordernden Märkten bewegen, empfiehlt Blessing diese Strategie: »Ein weitsichtiges Liquiditätsmanagement bringt nur Vorteile«, wirbt der Unternehmer, »und es ist eine Art Risikomanagement.«

Warum die Liquidität planen?

Die Liquiditätsplanung sollte generell für alle Firmen eine bedeutende Rolle spielen. »Nur wenn Unternehmen liquide bleiben, können sie weiterhin den Geschäftsbetrieb am Laufen halten«, sagt Florian Bender, betriebswirtschaftlicher Berater der IHK für München und Oberbayern. Jedes Unternehmen könne rasch in eine Krisensituation geraten. »Neben innerbetrieblichen Problemen und Fehlkalkulationen wird vor allem die Wirtschaftslage zur Herausforderung«, so der Experte. »Gerade jetzt ist es überaus wichtig, die eigene Zahlungsfähigkeit kontinuierlich in den Blick zu nehmen, da angesichts der Lockdowns und der gedämpften Konjunktur die weitere Entwicklung sehr schwer voraussehbar ist.«

Die Liquiditätsplanung hilft Firmen in dieser Situation, ihre Zahlungsfähigkeit jederzeit im Fokus zu behalten und auf kritische Entwicklungen sofort zu reagieren. Zudem liefert sie Unternehmern Argumente für das Gespräch mit ihren Geldgebern. »Banken lassen sich mit einer Liquiditätsplanung einfacher davon überzeugen, die Kreditlinien zu erweitern, umzuschulden oder neue Kredite zu gewähren«, sagt IHK-Experte Bender. Aber auch um zivil- und strafrechtlichen Haftungsrisiken vorzubeugen, ist sie nötig. Damit lassen sich rechtzeitig Risiken wie Zahlungsunfähigkeit oder Überschuldung erkennen und dokumentieren.

Wie gehen Unternehmen vor?

Bei der Liquiditätsplanung geht es vor allem darum, die Entwicklung der flüssigen Mittel zu analysieren und zu planen, meist für einen Zeitraum von bis zu drei Monaten, aber auch länger. Dabei umfasst der Liquiditätsplan neben den Zahlungsein- und -ausgängen eine Umsatz- und Ertragsvorschau sowie eine Bilanzplanung.

Es ist am einfachsten, als Grundlage für einen Liquiditätsplan die bereits bestehenden, geplanten Zahlen zu nehmen. Darauf lässt sich die Prognose verschiedener Risikoszenarien aufbauen: Unternehmen kalkulieren für verschiedene mögliche Entwicklungen die Folgen für das Unternehmen durch. Damit können sie einen ersten Blick auf die aktuelle Gefahrenlage und die nahe Zukunft werfen. Sie sollten dabei vor allem klären, wie sich die flüssigen Mittel im besten und im schlechtesten Fall entwickeln könnten und ebenso ein mittleres Szenario durchspielen.

Wichtig ist es, diese Liquiditätsprognose für mindestens drei Monate im Voraus in die Gewinn- und Verlustrechnung und in die Bilanz zu integrieren. Das erleichtert unternehmerische Entscheidungen, etwa zu Krediten und Förderangeboten.

Die Liquidität optimieren

Mit Kennzahlen können Unternehmer nicht nur die Liquidität besser im Blick behalten, sondern auch Krisen früh erkennen – und abwenden. »Bei einer angespannten finanziellen Situation ist ein objektives Monitoring, also die kontinuierliche Analyse und Kontrolle der jeweiligen Unternehmenslage, Voraussetzung für die nötigen Handlungsoptionen«, erklärt IHK-Experte Bender.

Zudem ist es bei drohenden Engpässen wichtig, frühzeitig über diese Zahlen und die aktuelle Situation des Unternehmens mit den Banken

Wie hilft die IHK?

Die IHK für München und Oberbayern bietet ihren Mitgliedern einen umfassenden Service rund um die Liquiditätssicherung an:

- Umfangreiche Informationen zum Liquiditätsmanagement sowie Muster für einen Liquiditätsplan – auch in einer vereinfachten Variante für Kleinunternehmen und Soloselbstständige – gibt es auf der IHK-Website unter: **www.ihk-muenchen.de/liquiditaetsplanung**
- Über die wichtigsten Kennzahlen informiert das Merkblatt »Kennzahlen für die Früherkennung von Krisenpotenzialen«: **www.ihk-muenchen.de/merkblatt-kennzahlen**
- Die IHK bietet außerdem ein Kennzahlentool, das Unternehmen hilft, die eigene finanzwirtschaftliche Leistungsfähigkeit darzustellen. Es ist verfügbar unter: **www.ihk-muenchen.de/kennzahlenmanagement**
- Informationen zum Krisenmanagement allgemein gibt es unter: **www.ihk-muenchen.de/krisenmanagement**
- Mit der betriebswirtschaftlichen Beratung per Telefon hilft die IHK Unternehmen, schwierige Situationen zu meistern und tragfähige Lösungen zu finden. Weitere Infos und Terminvereinbarung: **www.ihk-muenchen.de – unter »Service« – »Betriebswirtschaftliche Beratung«**

zu sprechen. Ein wenig Luft verschaffen dann auch Fördergelder, deren Anträge die Firmen aber ebenfalls zügig auf den Weg bringen sollten, am besten zusammen mit dem Steuerberater.

Um nicht nur die kurzfristige, sondern auch die mittelfristige Liquidität kontinuierlich zu sichern, rät der Betriebsberater zu folgenden Maßnahmen:

- **Forderungen gezielt eintreiben:** Dabei geht es vor allem darum, das Forderungsmanagement so zu gestalten, dass Rechnungen zeitnah gestellt werden. Firmen sollten die Fälligkeiten ständig prüfen und konsequent Mahnungen versenden. Zudem bieten Factoring und Forderungsausfallversicherungen sinnvolle Ergänzungen. Ebenso gilt es, mit den Kunden bei Bedarf neue Zahlungsbedingungen wie Voraus-, Abschlags- oder Zwischenzahlungen auszuhandeln.
- **Vereinbarungen prüfen:** Ein teurer Kontokorrentkredit kann beispielsweise in ein langfristiges Darlehen mit niedrigeren Zinsen umgewandelt werden. Am besten prüfen Unternehmen daher ihre Kreditvereinbarungen und sprechen mit den Banken über eine flexiblere Gestaltung und Sondervereinbarungen.
- **Kreditalternativen einsetzen:** Wer seine Kredite um alternative Instrumente wie Leasing oder Mietkauf ergänzt, diversifiziert nicht nur die Risiken, sondern steigert auch seine Liquidität. Auch beim Factoring, also dem Forderungsverkauf, ergeben sich neben den erhöhten Geldflüssen weitere Chancen. Denn der Factoringanbieter übernimmt das Ausfallrisiko und kümmert sich, wenn gewünscht, um das Forderungsmanagement.
- **Vermögensteile verkaufen:** Unternehmen sollten prüfen, welche Vermögensteile nicht (mehr) für den Betrieb notwendig sind und veräußert werden können. Das können zum Beispiel ungenutzte Maschinen und Immobilien sein. Besonders der Abbau der Lager bringt Firmen schnell Cash. Eine zeitlich genau abgestimmte Produktions- und Versandplanung hilft dabei. ■

IHK-Ansprechpartner zur Liquiditätsplanung
Florian Bender, Tel. 089 5116-1334
florian.bender@muenchen.ihk.de

WIR FÖRDERN
IDEE UND UMSETZUNG

Bayerns Mittelstand ist stark in seiner Vielfalt. Als Förderbank für Bayern unterstützen wir Unternehmen darin, in innovative Technologien zu investieren und die Herausforderungen der Digitalisierung zu meistern. Informieren Sie sich über unseren Innovationskredit 4.0 und profitieren Sie von attraktiven Zinskonditionen mit Tilgungszuschuss. Gerne beraten wir Sie kostenfrei. Tel. 089/21 24 -10 00

www.lfa.de

Beratung.
Finanzierung.
Erfolg.

DAMIT BAYERNS MITTELSTAND STARK BLEIBT – AUCH IN HERAUSFORDERNDEN ZEITEN

LfA Förderbank Bayern

Sanieren *ohne* Insolvenz

Ein neues Restrukturierungsverfahren gibt Firmen mit Liquiditätsengpässen eine weitere Möglichkeit, auf die betriebliche Krise zu reagieren. Was Unternehmer dazu wissen sollten.

MELANIE RÜBARTSCH

Am Zug bleiben – beim neuen Verfahren führt die Geschäftsleitung das Unternehmen weiterhin autark weiter

Foto: Olivier Le Moal/Adobe Stock

Die Regierung hat mächtig auf die Tube gedrückt. Vermutlich auch, weil die IHK-Organisation dies zusammen mit Wirtschaftsverbänden wiederholt angemahnt hatte. »Es war uns ein großes Anliegen, den Unternehmen jetzt schon in der Pandemie eine Sanierung ohne Insolvenz zu ermöglichen« sagt Andrea Nützel, Referentin für Insolvenzrecht bei der IHK für München und Oberbayern.

Kurz vor Jahresende hat der Gesetzgeber das Gesetz über den Stabilisierungs- und Restrukturierungsrahmen für Unternehmen, kurz StaRUG, verabschiedet (s. Kasten S. 17). Dahinter verbirgt sich eine neue Sanierungsmöglichkeit für Unternehmen in der Krise, die eine Lücke zwischen der außergerichtlichen Sanierung und einem Insolvenzverfahren schließen soll.

»Zukünftig können damit Sanierungsmaßnahmen auch außerhalb einer Insolvenz gegen den Willen einzelner Gläubiger in Eigenregie umgesetzt werden. Für krisenbefangene Unternehmen wird dadurch der Anreiz deutlich erhöht, frühzeitig Maßnahmen zur Überwindung von wirtschaftlichen Schwierigkeiten zu ergreifen«, erklärt der Münchner Restrukturierungsexperte Jürgen Philipp Knepper von der Rechtsanwaltsgesellschaft Schultze & Braun. Im Kern geht es um finanzwirtschaftliche Sanierungen – also etwa um einen Schuldenschnitt, eine Umwandlung von Forderungen in Beteiligungen oder die Stundung von Verbindlichkeiten. Hat das Restrukturierungsverfahren Erfolg, kommt es zu einem verbindlichen Restrukturierungsplan, einer Art Gesamtvergleich zwischen dem Unternehmen und den beteiligten Gläubigern. Die wichtigsten Fragen im Überblick:

Was sind die Vorteile gegenüber anderen Sanierungsverfahren?
Der wichtigste Unterschied ist, dass der Schuldner zur Wirksamkeit des Restrukturierungsplans nicht die Zustimmung aller Gläubiger braucht. Es reicht eine Mehrheit von 75 Prozent. »Die Sanierung kann also nicht an einzelnen unkooperativen Gläubigern scheitern, was außergerichtliche Verfahren sonst oft erschwert«, sagt der Münchner Insolvenzrechtler Rolf G. Pohlmann, Partner der Kanzlei Pohlmann Hoffmann.
Ein weiteres wertvolles Instrument sind Stabilisierungsanordnungen, die das Restrukturierungsgericht auf Antrag beschließen kann. Damit können Gläubiger daran gehindert werden, während des Verfahrens bestimmte Vollstreckungsmaßnahmen gegenüber dem Schuldner geltend zu machen. »So kann das betriebsnotwendige Vermögen zunächst als Einheit erhalten bleiben«, erklärt der Anwalt.
Gegenüber der Insolvenz hat die Restrukturierung den Vorteil, dass die Geschäftsführung weiterhin autark die Geschäfte leitet und kein Dritter, also etwa der Insolvenzverwalter, mit an Bord ist. Außerdem muss das Unternehmen die Restrukturierung nicht öffentlich anzeigen. Pohlmann: »Anders als bei der Insolvenz entsteht also keine negative Publizität.«

An welche Voraussetzungen ist das Restrukturierungsverfahren geknüpft?
Für die Einleitung des Verfahrens ist lediglich die Anzeige des Unternehmens bei Gericht, nebst Restrukturierungskonzept und Bestätigung, dass das Unternehmen sich im Zustand der drohenden Zahlungsunfähigkeit befindet, erforderlich. Letzteres ist der Fall, wenn absehbar ist, dass das Unternehmen innerhalb der nächsten 24 Monate zahlungsunfähig wird. Gründe dafür können zum Beispiel eine auslaufende Finanzierung ohne Anschlussfinanzierung, ausbleibende Aufträge, eine Produkt- oder Absatzkrise, kontinuierlich steigende Kosten oder eine schwindende Kreditwürdigkeit sein. Zugleich muss die Aussicht auf eine erfolgreiche Sanierung bestehen. »Für die Gläubiger ist dies ein entscheidender Anreiz, sich auf Verhandlungen einzulassen«, erklärt Volker Schlehe, Rechtsexperte bei der IHK für München und Oberbayern: »Für sie muss es letztlich besser sein, jetzt gemeinsam mit ihrem Vertragspartner eine Lösung zu finden und das Unternehmen damit auch in Zukunft als Kunden zu behalten, als sich später aus der Insolvenzmasse bedienen zu müssen.«

Wie läuft das Verfahren ab?
Es braucht vor allem eine gründliche Vorbereitung. Knepper: »Die wesentlichen Grundlagen für eine erfolgreiche Sanierung werden zwischen den Verhandlungspartnern bereits im Vorfeld des Eintritts in den präventiven Restrukturierungsrahmen gelegt.« Notwendig sind eine belastbare finanzielle Planung, eine laufende Kommunikation mit den Gläubigern und eine konkrete Idee, welche Mittel zur Restrukturierung geeignet sind.
Die Vorbereitungsphase endet mit dem Restrukturierungskonzept beziehungsweise dem Restrukturierungsplan. Wird dieser von der Mehrheit der Gläubiger angenommen, bestätigt ihn das Restrukturierungsgericht. Mit Rechtskraft des Plans treten seine Wirkungen in Kraft – und sind für alle beteiligten Gläubiger bindend.
Als Restrukturierungsgericht fungieren die Amtsgerichte am Sitz eines Oberlandesgerichts, in Bayern also die Amtsgerichte München, Nürnberg und Bamberg.

Welche Gläubiger können beteiligt werden?
Hier bietet das Gesetz einen gewissen Spielraum. Ein Unternehmen kann sich unter sachgerechten Kriterien von vornherein auf bestimmte Gläubigergruppen beschränken – zum Beispiel Finanzgläubiger wie Banken oder Lieferanten. Zudem kann es entscheiden, bestimmte Gläubiger außen vor zu lassen. Das Zusammenstellen der Gläubigergruppe ist daher eine entscheidende Aufgabe beim Restrukturierungsverfahren.
Wichtig: Von vornherein ausgeschlossen sind zum Beispiel Forderungen von Arbeitnehmern im Zusammenhang mit dem Arbeitsverhältnis. »Für einen Personalabbau, die Schließung unrentabler Filialen oder die Befreiung von hohen Pensionslasten werden also im neuen Verfahren keine Werkzeuge angeboten«, betont Restrukturierungsexperte Knepper.

Die neuen Gesetze

Das Gesetz über den Stabilisierungs- und Restrukturierungsrahmen für Unternehmen (StaRUG) regelt das neue Restrukturierungsverfahren und ist am 1. Januar 2021 in Kraft getreten. Es ist Teil des Gesetzes zur Fortentwicklung des Sanierungs- und Insolvenzrechts (SanInsFoG), das Ende Dezember 2020 im Bundesgesetzblatt veröffentlicht wurde.

Insolvenzrechtler beraten Firmen, welches Verfahren infrage kommt

Foto: Jeanette Dietl/Adobe Stock

Welche Aufgabe hat der Restrukturierungsbeauftragte (RB)?
In bestimmten Fällen muss das Gericht einen Restrukturierungsbeauftragten mit ins Boot holen. Das ist etwa der Fall, wenn durch den Restrukturierungsplan in die Rechte von Verbrauchern eingegriffen wird oder wenn sich eine beantragte Stabilisierungsanordnung gegen alle Gläubiger eines Unternehmens richten soll. Der RB überwacht und begleitet das Restrukturierungsverfahren im Interesse der Gläubiger und nimmt gegenüber dem Gericht zu wesentlichen Fragen Stellung. Er muss eine Person sein, die vom Schuldner und von den Gläubigern unabhängig ist.

Welche Kosten sind mit dem neuen Verfahren verbunden?
Es fallen zunächst Gerichtskosten zwischen 250 und 1500 Euro an. Wird ein Restrukturierungsbeauftragter hinzugezogen, soll dieser maximal 350 Euro pro Stunde abrechnen. Hinzu kommen nochmals Gerichtsgebühren für dessen Bestellung und für die Aufsicht in Höhe von 500 Euro.
Ins Gewicht fallen aber vor allem die Ausgaben für die eigenen Berater. Üblich sind bei versierten Insolvenzrechtlern Stundensätze von bis zu 450 Euro. »Die Erfahrung aus anderen Sanierungsverfahren zeigt jedoch, dass eine enge Begleitung durch spezialisierte Berater, die die Sanierungsinstrumente und Verhandlungsstrategien beherrschen, wichtig für den Erfolg ist«, sagt IHK-Expertin Nützel. Sie sollten sogar möglichst frühzeitig eingebunden werden – am besten bereits bei der Frage, welches Verfahren in der individuellen Situation am besten hilft und wann dieses gestartet werden muss.

Kann das Restrukturierungsverfahren Unternehmen helfen, die einzig aufgrund von Covid-19 in die Krise geraten sind?
Aus Sicht von Experten ist das sogar ein typischer Anwendungsfall. Gerade in Situationen, in denen ein eigentlich gesundes Unternehmen aus Gründen, die außerhalb des eigentlichen Geschäftsmodells liegen, in Bedrängnis gerät, könne das neue Verfahren helfen.

Kann das Verfahren auch für kleine Unternehmen eine Chance sein?
Aufgrund der Komplexität und der Kosten ist das Verfahren nach Einschätzung von Insolvenzrechtsexperten eher auf mittelständische und große Unternehmen zugeschnitten. Ganz generell steht es aber jedem Unternehmer offen, wenn Zahlungsunfähigkeit droht. »Es kommt stark auf die individuelle Situation an«, meint Insolvenzrechtler Pohlmann. Ein Ladenbesitzer etwa, der Außenstände bei seinem Vermieter und zwei Lieferanten hat, werde in der Regel schneller und günstiger zum Ziel kommen, wenn er versucht, sich außergerichtlich mit diesen Gläubigern zu einigen. Das gilt erst recht, wenn er gute Beziehungen zu ihnen hat.
Ein weiteres Beispiel: Ein Taxiunternehmer hat Verbindlichkeiten gegenüber vier verschiedenen Autobanken. Drei zeigen sich gesprächsbereit, die vierte nicht. »In dem Fall böte das Restrukturierungsverfahren eine Chance, den nicht verhandlungswilligen Gläubiger zu überstimmen«, so Pohlmann. ■

Der passende Berater

Viele Unternehmer stehen vor der Frage, wie sie eine Insolvenz verhindern oder ob diese ihnen jetzt möglicherweise sogar helfen kann. Wegen des großen Beratungsbedarfs der Unternehmer in der Pandemie hat die Rechtsanwaltskammer München ausnahmsweise eine Liste mit Rechtsanwälten und Fachanwälten für Insolvenzrecht und deren jeweiligen Beratungsschwerpunkten zusammengestellt. Damit kann die IHK zielgerichtet passende Berater benennen, wenn sich Unternehmen an sie wenden.

Grundsätzliche Informationen zu den Voraussetzungen und dem Ablauf des neuen Restrukturierungsverfahrens finden Unternehmer auf der IHK-Website unter:
www.ihk-muenchen.de/sanierung-ohne-insolvenz

IHK-Ansprechpartner zum Thema Restrukturierung
Andrea Nützel, Tel. 089 5116-1318
andrea.nuetzel@muenchen.ihk.de
Volker Schlehe, Tel. 089 5116-1254
volker.schlehe@muenchen.ihk.de

BayBG – Wir investieren in Chancen.

Die Stabilisierung der Bilanz mit Eigenkapital gehört seit Jahrzehnten zu unserem Geschäft. Das gilt ganz besonders in herausfordernden Zeiten. So haben wir im vergangenen Jahr 40 Mio. Euro für Stabilisierungs-, Expansions- oder Nachfolgeprojekte in mittelständische Unternehmen investiert. Beteiligungskapital macht nicht nur krisenresistent, sondern ermöglicht auch das erfolgreiche Durchstarten nach dem Lockdown. Ein paar Beispiele aus unserem breiten Portfolio in allen Teilen Oberbayerns stelle ich Ihnen hier vor.

Gerne informiere ich Sie persönlich über konkrete Einsatzmöglichkeiten in Ihrem Unternehmen:

Christian Fiederling,
BayBG-Leiter Bayern Süd
Christian.Fiederling@baybg.de

Kunststoffverarbeitung Reich,
Marktführer bei Winterdienstanlagen

Der Hersteller von Silos und Tanks, Marktführer bei Winterdienstanlagen, fährt von Erfolg zu Erfolg. Das hat bei dem 1936 gegründeten Unternehmen Tradition. Außer vor vier Jahren, da führte ein größerer Forderungsausfall zu einer schwierigen Situation. Mit dem Einstieg der BayBG als Minderheitsgesellschafter war das Problem schnell gelöst.

HAWE Hydraulik SE,
Solutions for a World under Pressure

Mit zahlreichen Tochtergesellschaften in Europa, Nordamerika und Asien ist HAWE einer der führenden Hydraulikspezialisten. HAWE kombiniert 70 Jahre Hydraulik-Erfahrung mit der Integration neuer Technologien. Die BayBG ist seit 2003 bei HAWE mit Wachstumskapital engagiert.

SemsoTec GmbH,
Hochintelligente Displays

Die SemsoTec Holding steht für die vollständige Wertschöpfungskette von Infotainment-Displays und Steuergeräten – von der Prototypenentwicklung bis zur Fertigung. Die hochwertigen Displays mit eingebetteten Software- und Hardware-Lösungen werden vor allem in den Branchen Automotive, MedTech, Aerospace, aber auch bei Industrieanwendungen nachgefragt.

Dr. Spiller,
Pure SkinCare Solutions

Seit über 60 Jahren ist Dr. Spiller der Spezialist für die Gesundheit der Haut. Entwickelt und hergestellt in eigenen Labors, entstehen durch eine sorgsame Verarbeitung von Quellwasser und natürlichen Essenzen hochwertige Kosmetikprodukte. Made in Germany mit Problemlösungen für alle Hauttypen.

Weiss IT Solutions,
your smart part of IT

Mit 350 Mitarbeitern an 30 Standorten ist Weiss IT der kundennahe IT-Dienstleister für Outsourcing, Outtasking und Managed Services. Für große wie mittelständische Unternehmen sichert Weiss IT den effizienten Ablauf der Office- und Produktions-IT. Anlass des BayBG-Engagements war eine Vermögensdiversifikation verbunden mit Expansionsmaßnahmen.

maloon,
Social media optimal managen

Mit der Social Customer Service Software „SocialHub“ von maloon lässt sich die Kunden- und Fan-Konversation in sozialen Medien optimal managen: Keine Anfrage verpassen, in Echtzeit antworten und Kundenpotenziale erkennen – mit dieser SaaS-Lösung begeistert maloon seine Kunden. maloon ist ein Engagement des Venture-Teams.

Nutzen Sie Ihre Chancen. Mit Beteiligungskapital. Mit der BayBG. 089 122 280-100 – www.baybg.de

Warten auf *die Erholung*

Die coronabedingten Einschränkungen beeinträchtigen die bayerische Wirtschaft weiterhin massiv. Das drückt in vielen Unternehmen auf die Stimmung. Einiges spricht aber dafür, dass die erhoffte Erholung nur vertagt ist.

NADJA MATTHES

Die Coronakrise hat die bayerische Wirtschaft noch fest im Griff. Das zeigt der aktuelle BIHK-Konjunkturindex, für den regelmäßig rund 4000 Unternehmen im Freistaat zu ihrer aktuellen Geschäftslage und ihren künftigen Erwartungen befragt werden. Seit der letzten Erhebung im vergangenen Herbst ist das Stimmungsbarometer von 107 auf 98 Punkte gesunken. Immerhin liegt es damit noch deutlich über dem Niveau des letzten Frühjahrs. Damals, zum ersten Höhepunkt der Coronakrise, erreichte der Index lediglich 81 Punkte (s. Grafik S. 21).

Im Vergleich zum Herbst haben die Unternehmen ihre Einschätzung der aktuellen Geschäftslage von +9 auf +4 Punkte gesenkt. Damit sind derzeit etwas mehr Firmen mit ihrer derzeitigen Situation zufrieden (32 Prozent) als unzufrieden (28 Prozent). Die Geschäftserwartungen fielen in den Minusbereich: von +5 auf –9 Punkte. Im Frühjahr 2020 lag dieser Wert allerdings noch deutlich tiefer bei –20 Punkten. Viele Betriebe haben sich mittlerweile auf die Auswirkungen der Pandemie eingestellt. Sie haben ihre Geschäftsmodelle angepasst, online neue Absatzkanäle erschlossen oder ausgebaut, ihre Arbeitsabläufe digitalisiert und die Möglichkeiten für mobiles Arbeiten erweitert.

Beim Blick auf einzelne Branchen zeigen sich jedoch große Unterschiede. Vor allem die Industrie befindet sich in einer deutlich komfortableren Situation als im Frühjahr 2020. Sie profitiert nicht nur von einer stabileren Nachfrage aus dem Inland, sondern auch von der Erholung wichtiger Absatzmärkte wie etwa China oder Nordamerika. Außerdem sind die Lieferketten und Vertriebswege derzeit deutlich weniger beeinträchtigt als noch im ersten Lockdown.

Die Industrie ist vorsichtig optimistisch – wichtige Absatzmärkte beleben sich

Foto: industrieblick/Adobe Stock

Zufrieden dürften auch viele Bauunternehmen sein, selbst wenn sich die Konjunktur in der Branche langsam abkühlt. Aktuell bezeichnen 46 Prozent der Firmen ihre Lage als gut, nur acht Prozent sind unzufrieden. Allerdings erwarten die Betriebe künftig weniger Aufträge im Wirtschaftsbau sowie im öffentlichen Sektor.

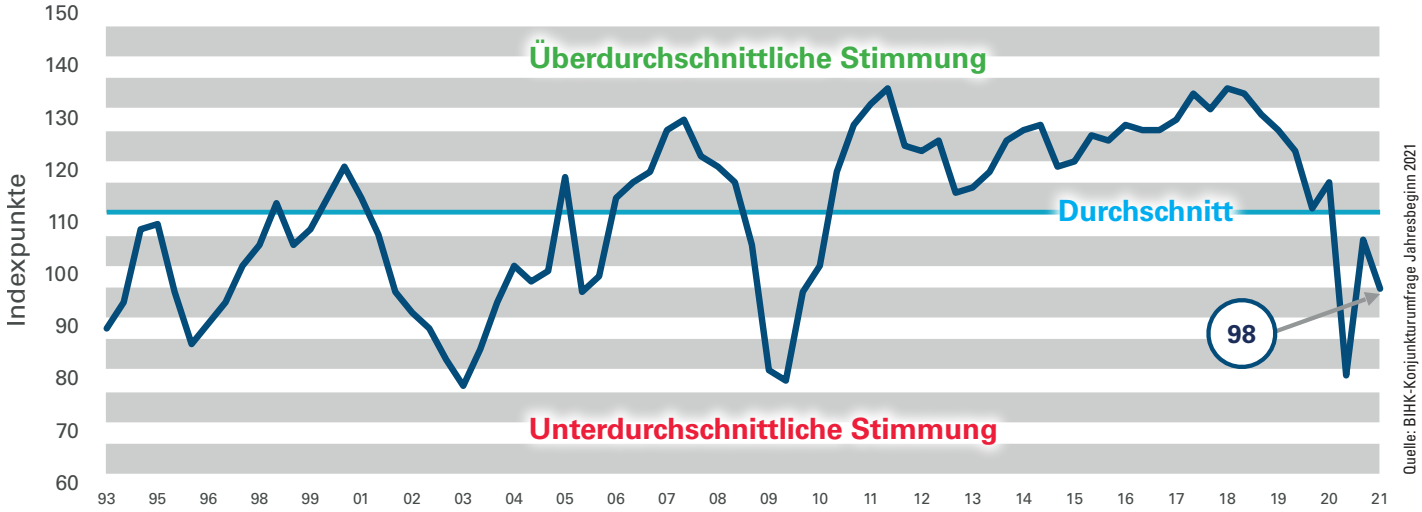
Ganz anders sieht die Situation jener Unternehmen aus, die direkt oder indirekt von persönlichem Kundenkontakt abhängen. Sie müssen weiterhin massive Umsatzeinbußen verkraften. Besonders betroffen ist hier nach wie vor die Kultur- und Kreativwirtschaft. Auch bei Hotels, Gaststätten und anderen Tourismusbetrieben ist die Situation äußerst angespannt: 93 Prozent der Unternehmen bezeichnen ihre aktuelle Geschäftslage als schlecht. Im Handel hat sich die Stimmung ebenfalls merklich eingetrübt. Schließlich mussten die meisten stationären Einzelhändler ihre Läden im Lockdown zusperren und erleiden dadurch ähnliche Einbußen wie im Frühjahr 2020. Der Onlinehandel hingegen profitiert von den Schließungen und floriert.

Die BIHK-Konjunkturumfrage untersucht auch die Liquiditätssituation der Betriebe: Die große Mehrheit der Unternehmen (insgesamt 84 Prozent) meldet eine befriedigende oder sogar gute Ausstattung mit flüssigen Mitteln. Der Anteil mit einer existenzbedrohenden Liquiditätslücke ist insgesamt nach wie vor überschaubar.

Im Vergleich zum Frühjahr sind zwei Tendenzen erkennbar: Es gibt erstens deutlich mehr Unternehmen, die eine gute Liquiditätslage haben. Dies dürfte vor allem darauf zurückzuführen sein, dass aktuell

Bayerische Wirtschaft – Erholung ist aufgeschoben

BIHK-Konjunkturindex: geometrisches Mittel der Salden der Lageurteile und der Erwartungen



Quelle: BIHK-Konjunkturumfrage Jahresbeginn 2021

Die Stimmung hat sich wieder etwas eingetrübt: Die Auswirkungen des zweiten Lockdowns sind im BIHK-Konjunkturindex deutlich sichtbar. Der Index bildet die aktuellen Lageurteile und Erwartungen der Unternehmen ab.

mehr Unternehmen ihre wirtschaftliche Aktivität aufrechterhalten können. Zweitens hat sich trotz des aktuell längeren Lockdowns die Liquiditätslage im Vergleich zum Frühjahr nicht dramatisch verschärft. Ein wesentlicher Grund dafür dürften die staatlichen Hilfsprogramme sein. Allerdings verdecken diese Zahlen, wie angespannt die Liquiditätslage bei einigen Unternehmen derzeit ist. Die von den Beschränkungen direkt und indirekt betroffenen Branchen sind weiterhin dringend auf staatliche Maßnahmen zur Stärkung der Liquidität angewiesen. Ihre Liquiditätslage ist häufig sehr angespannt.

Was für eine Erholung spricht

Insgesamt besteht angesichts der aktuellen Situation die berechtigte Hoffnung, dass die Erholung der bayerischen Wirtschaft nur vertagt ist. Die hohe Sparquote, der recht stabile Arbeitsmarkt – auch dank der Kurzarbeit –, stabile Einkommen und anhaltend niedrige Zinsen bieten eine sehr gute Basis dafür, dass neben den Exporten auch die Inlandsnachfrage deutlich steigt. Diese Erwartung dürfte auch der Grund sein, warum die Unternehmen aktuell ihre Investitions- und Beschäftigungspläne nicht erneut nach unten korrigieren.

Welche unterstützenden Maßnahmen aber braucht die Wirtschaft vonseiten der Politik, damit sie durch die Krise kommt und anschließend wieder durchstarten kann? »Die staatlichen Unterstützungsmaßnahmen müssen so schnell und so unbürokratisch wie möglich bei den vom Lockdown stark betroffenen Branchen ankommen«, fordert Robert Obermeier, Chefvolkswirt der IHK für München und Oberbayern. Ergänzende steuerliche Maßnahmen wie ein erweiterter Verlustrücktrag seien ebenfalls notwendig, damit die vom Lockdown hart getroffenen Branchen nach der Pandemie auch noch existieren. Und: Wenn es schließlich wieder aufwärtsgeht, dürfen keine neuen Auflagen oder höheren Belastungen die Erholung gleich wieder ausbremsen. ■

IHK-Ansprechpartner zum BIHK-Konjunkturindex

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

Foto: Calado/Adobe Stock

Immobilien – weiter sehr begehrt

Vorsichtiger Optimismus

Die Stimmung in der Immobilienwirtschaft hat sich wieder aufgehellt. München und die Region trotzen weitgehend erfolgreich der Coronakrise – zumindest kurz- bis mittelfristig.

EVA MÜLLER-TAUBER

Bürogebäude sind verwaist, weil Mitarbeiter im Homeoffice sitzen. Betriebe geraten in Mietrückstand, weil ihnen Einnahmen fehlen. Wohnungen stehen länger leer, weil Besichtigungen ausfallen – die Coronapandemie mit ihren Lockdowns und Kontaktbeschränkungen wirbelt auch den Immobilienmarkt hierzulande durcheinander.

Gleichwohl scheint die Branche nach einer anfänglichen Phase der Verunsicherung kurz- bis mittelfristig besser durch die Krise zu kommen als viele andere, wie das Institut der deutschen Wirtschaft (IW) in Köln Mitte Dezember 2020 feststellte: Demnach ist bei Wohnimmobilien die Wachstumsdynamik trotz Corona ungebremst, der Bürosektor verzeichnet leichte Mietzuwächse.

Die Stimmung in der Immobilienwirtschaft hat sich deutlich verbessert. Insbesondere in den Segmenten Handel und Projektentwicklung schätzen Unternehmen die Lage um einiges positiver ein als noch drei Monate vorher. Zuversichtlicher als bisher schauen sie laut IW auch auf das Jahr 2021: Deutlich mehr Firmen rechnen nun mit einer Verbesserung der Lage.

Wie aber ist die konkrete Situation in München und Oberbayern? Ein Blick auf einzelne Immobiliensegmente:

Wohnimmobilien

Der Boom setzt sich fort

»Die Nachfrage auf dem regionalen Wohnungsmarkt ist ungebrochen«, sagt Mario Mühlbauer (47), Geschäftsführer der Dr. Hanns Maier GmbH & Co. Beteiligungs-KG in München. »Nur die Besichtigung und die Übergabe der Wohnungen gestalteten sich wegen der Kontaktbeschränkungen zuletzt schwierig, wir mussten die Interessenten nacheinander einbestellen, sodass manche Wohnungen ein paar Wochen länger leer standen als üblich.« Mietstundungen? »Die gibt es in diesem Segment, aber die Anzahl ist verschwindend gering.«

Dominik Winter, Abteilungsleiter Immobiliencenter bei der Kreissparkasse (KSK) München Starnberg Ebersberg, zieht ebenfalls eine positive Zwischenbilanz. »Von einem Rückgang der Nachfrage ist nichts zu spüren. Zum Ende des ersten Lockdowns 2020 hatten wir teilweise sogar doppelt so viele Anfragen wie sonst«, so der Experte.

Nicht nur die Landeshauptstadt, auch das Münchner Umland bleibt begehrt. Laut einem Bericht des Immobilienverbands Deutschland IVD München von Januar 2021, der die Landkreise Freising, Erding, Ebersberg, München, Starnberg, Fürstenfeldbruck, Dachau und Bad Tölz-Wolfratshausen untersucht, stiegen die

Darum geht's

- Die Nachfrage nach Wohnungen und Häusern in München und Oberbayern bleibt besonders hoch.
- Bei Gewerbeimmobilien zeichnen sich Veränderungen in der Nutzung ab.
- Die Branche bemängelt einen fehlenden Schutz für Vermieter.

Kaufpreise von Frühjahr bis Herbst 2020 in den Kreisstädten zum Teil deutlich an. So meldet zum Beispiel Starnberg – ohnehin die teuerste Kreisstadt in der Region – ein Plus von 6,0 Prozent bei Eigentumswohnungen. Die Häuserpreise legten ebenfalls zu, in Ebersberg etwa um 7,2 Prozent.

Trotz allem ist das Kauf- und Mietpreisniveau in den Münchner Umlandgemeinden immer noch spürbar günstiger als in der Landeshauptstadt. Angesichts der wachsenden Bedeutung von Homeoffice seien speziell München-Pendler immer öfter bereit, größere Entfernungen zum Arbeitsplatz in Kauf zu nehmen, wenn sie dadurch Wohnkosten sparen können, so die IVD-Studie.

»Das engere Umland urbaner Räume sowie B-Standorte profitieren von dieser Entwicklung«, sagt Gunnar Gombert (42), Head of Sales & Business Development bei JLL in München. Strikte Ausgangsbeschränkungen sowie das Arbeiten in den eigenen vier Wänden wirkten sich laut IVD zudem auf die gewünschte Ausstattung neuer Immobilien aus.

Beliebt sind vor allem Objekte mit Gartenanteil oder Balkon sowie ausreichend Platz für Familienleben und Homeoffice. »Die Coronapandemie hat bei vielen Menschen das Thema Wohnimmobilie noch einmal verstärkt in den Fokus gerückt«, sagt KSK-Experte Winter. Auch der Faktor Sicherheit mit der Immobilie als Sachanlage spiele in eher unsicheren Zeiten wie diesen eine Rolle.

Mit einem größeren Preisverfall bei Wohnimmobilien rechnet der Banker nicht. »Zum einen machen die niedrigen Anlagezinsen eine Immobilie attraktiver gegenüber klassischen Anlageformen. Zum anderen sind die Darlehenszinsen bei einer Immobilienfinanzierung immer noch sehr niedrig.«

Die Angst vor Inflation oder steigenden Mieten könne die Nachfrage sogar erhöhen, so Winter. Das nach wie vor hohe Interesse an Immobilienfonds zeige ebenfalls, dass viele Anleger ihren Fokus weiterhin auf Immobilien richten.

Büroflächen – wie wirkt sich der Trend zum Homeoffice aus?

Foto: Gina Sanders/Adobe Stock

Gewerbeimmobilien

Die Nutzung verändert sich

Die Pandemie wirkt als Trendbeschleuniger, das zeigt das Beispiel der Shoppingcenter und Einzelhandelsflächen: Sie waren schon vor der Krise wenig gefragt, nun ist im Zuge der coronabedingten Schließungen die Flächennachfrage von Einzelhändlern sogar in den Münchner Toplagen eingebrochen. »Die Innenstädte werden sich stark verändern«, prognostiziert JLL-Experte Gombert. Retailflächen würden zugunsten anderer Nutzungsarten reduziert und zunehmend gemischt genutzt.

Der Logistikmarkt hingegen ist – vor allem gepusht durch den wachsenden Onlinehandel – stabil geblieben. 245000 Quadratmeter wurden laut Nicolas Werner, Vermietungsleiter Realogis Immobilien München GmbH, am Münchner Markt für Industrie- und Logistikimmobilien im vergangenen Jahr neu vermietet – allerdings handelte es sich vorwiegend um Bestandsimmobilien.

Im Segment Büroimmobilien verursachte zumindest der erste Lockdown einen zeitweiligen Stillstand in München und Oberbayern. »Bestehende Bauprojekte liefen zwar weiter, aber die Vermarktung der Objekte verlangsamte sich«, berichtet Maren Okrongli, Marktbereichsleiterin Immobilienkunden bei der KSK. Inzwischen habe hier die Nachfrage wieder angezogen, wenngleich auf einem niedrigeren Niveau als vor der Krise. Mittelfristig rechnet Okrongli mit Veränderungen in diesem Segment: »Homeoffice wird beliebter und damit wird potenziell weniger Bürofläche benötigt.« Konkret seien die Auswirkungen aber noch schwer einzuschätzen.

Christian Bretthauer (60), Zentralgeschäftsführer der DV Immobilien Management GmbH, erwartet ebenfalls, dass der Büroflächenbedarf langfristig sinkt – auch wegen des Trends zum Homeoffice. Noch stärker allerdings tragen seiner Ansicht nach andere Entwicklungen dazu bei, etwa der Wegfall unattraktiver, nicht mehr zeitgemäßer Standorte. »Das Thema Homeoffice wird hochgespielt, viele unterschätzen den soziokulturellen Effekt«, sagt Bretthauer. »Menschen wollen und müssen persönlich kommunizieren, gerade im regelmäßigen informellen Austausch miteinander entstehen neue Ideen – diese kreativen Prozesse werden bei rein digitaler Kommunikation abgeschnürt.«

Die Regensburger DV Immobilien Management GmbH ist Bestandshalter des Business Campus in Garching und setzt ein solches Konzept derzeit auch in Unterschleißheim um. Künftig würden viele Mitarbeiter zeitweise von zu Hause aus arbeiten, somit werde es vermutlich weniger gemeinschaftliche, klassische Büros geben. »Dafür jedoch noch mehr Räumlichkeiten zum Kommunizieren, das Büro wird zum Treffpunkt«, so der Experte. Ebenso sei ein ergänzender Trend zurück zum Zellenbüro möglich, das eine Trennung der Arbeitsplätze ermöglicht.

»Entscheidend wird sein, wie sich die Zusammenarbeit in den nächsten zwei bis vier Jahren entwickelt«, sagt Bretthauer. Dass kleinere und mittlere Firmen Flächen zurückgeben, erwartet er weniger: »Selbst wenn ich nur für 460 statt 520 Mitarbeiter Platz brauche, ist das auch eine monetäre Entscheidung, ob ich allein deswegen umziehe oder nicht.«

Kurzfristig sei durch den Wirtschaftseinbruch ohnehin eine reduzierte Nachfrage im Neuvermietungsmarkt wahrscheinlich. »Weniger Produktivität bedeutet weniger Arbeitsplätze und damit weniger Büroflächenbedarf«, sagt der Experte. Der Effekt könnte sich noch verstärken, wenn die staatlichen Hilfen auslaufen und die Insolvenzantragspflicht wieder gilt.

Für den Münchner Büroimmobilienmarkt beobachtet JLL-Experte Gombert bereits jetzt einen geringeren Flächenumsatz. Im vierten Quartal 2020 fiel dieser erstmals unter die Marke von 100000 Quadratmetern, sodass der Markt mit einem Jahresumsatz von 570000 Quadratmetern schloss. »Nach Jahren auf der Erfolgsspur ist das Pandemiejahr für den Münchner Büroimmobilienmarkt ein Zykluswendepunkt«, meint Gombert.

Dass Transaktionsvolumina und Flächenumsätze zurückgehen, während die Leerstandsquote steigt (derzeit 3,5 Prozent, die JLL-Prognose für 2021 lautet 4,1 Prozent), sei aber nur ein kurz- bis mittelfristiges Phänomen, so Gombert. »München steht als Wirtschaftsstandort auf soliden Füßen. Insofern kann diese Konsolidierungsphase für die Stadt auch etwas Gutes bewirken.« So verschaffe die gestiegene Leerstandsquote die dringend benötigte Luft für Ansiedlungen und Expansion, an der es München zuletzt gemangelt habe.

Finanzierung und Vermietung

Die Folgen der Pandemie

»Die Rahmenbedingungen einer Finanzierung orientieren sich bei uns unverändert an der Bonität und der Kapitaldienstfähigkeit des Kreditnehmers«, sagt KSK-Expertin Okrongli. Bei gewerblichen Finanzierungen komme der nachhaltige Cashflow aus der Immobilie zur Bedienung der Leistungsraten hinzu. »Die langfristige Mieterbonität war und ist ein entscheidendes Kriterium bei der Finanzierungsfähigkeit von Gewerbeimmobilien.«

Kritisch werden erneute Eingriffe in den Markt gesehen. Nach dem Kündigungsmoratorium beschloss die Bundesregierung, dass staatlich angeordnete Schließungen von Geschäften regelmäßig als »Störung der Geschäftsgrundlage« (§ 313 BGB) gelten und daher Anpassungen des Miet- und Pachtvertrags ermöglichen. Mario Mühlbauer von der Dr. Hanns Maier Beteiligungsgesellschaft hält dies für unnötig. »Zum einen versuchen wir ohnehin, mit unseren durch die Pandemie in Zahlungsnöte geratenen Mietern partnerschaftliche, individuelle Lösungen zu finden.« Zum anderen greife Paragraf 313 BGB in bisheriger Form den Aspekt hinreichend auf. Für Mieter gebe es ausreichende Hilfen, so Mühlbauer. »Für Vermieter hingegen nicht.«

Dies bemängelt auch Zentralgeschäftsführer Bretthauer von DV Immobilien Management. Die neue Regelung solle kleine Gewerbemieter vor mächtigen Vermietern schützen, »aber wer schützt kleine Vermieter vor Großbetrieben, die ihre Mietzahlungen einfach einstellen? Für mich ist es teurer, einen neuen Mieter zu finden, als einen langjährigen zu behalten, der bis dato immer zuverlässig gezahlt hat.« ■

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

Vorsicht, Baustelle! Firmen wünschen sich mehr Informationen und Einflussmöglichkeiten

Foto: Petair/Adobe Stock

Die **Bagger** kommen

Neue Sicherheitsbestimmungen führen bei vielen Baustellen zu großräumigeren Umfahrungen als bisher – mit negativen Folgen für den Verkehr. Wie lässt sich das verhindern?

STEFAN BOTTLER

Stefan Kerscher (44), Geschäftsführer der Rapid Kurierdienste KG, ist genervt. »Immer mehr Baustellen ziehen sich über Wochen oder gar Monate hin und können nur großräumig umfahren werden«, sagt der Unternehmer. »Für zahlreiche Touren müssen wir deswegen lange Umwege planen.« Als unlängst in Grünwald im Landkreis München Durchgangsstraßen über mehrere Monate hinweg saniert wurden, leiteten die kommunalen Behörden sämtliche Verkehre über Taufkirchen um. Pro Tour mussten die Kurierfahrer fast 20 Kilometer zusätzlich zurücklegen.

Verkehrsexperten bestätigen Kerschers Beobachtung. »Als Folge der anspruchsvolleren Schutzbestimmungen für Bauarbeiter müssen bei der Einrichtung von Baustellen größere Sicherheitsabstände eingehalten werden«, sagt Tobias König, Referent für Verkehr bei der IHK für München und Oberbayern. Denn die neue Arbeitsstättenregel (ASR) schreibt strengere Sicherheitsvorschriften vor, die bei der Verkehrsführung durch die Baustelle oder bei der Umleitungsstrecke zu berücksichtigen sind. Reichen zum Beispiel auf einer Fahrspur die Abstände nicht aus, muss auch die benachbarte Fahrbahn gesperrt werden. Wenn dadurch die Straße in beiden Richtungen blockiert ist, müssen Autofahrer oft lange Umwege zurücklegen.

Das Bayerische Staatsministerium für Wohnen, Bau und Verkehr hat deshalb eine »Handlungshilfe« für Behörden und Bauunternehmen ausgearbeitet. »Möglichst bereits in der Planungsphase« sollen diese das neue Regelwerk berücksichtigen, heißt es aus dem Ministerium: Es sei zu erwarten, dass die »Gesamtabwägung von Arbeitsschutz und Verkehrssicherheit insbesondere auf Landstraßen vermehrt zu Vollsperrungen« führen werde.

Aber auch in den Innenstädten verursachen Baustellen Engpässe, die Unternehmen schwer zu schaffen machen. Die IHK rät, sich präventiv am Baustellenmanagement zu beteiligen. »Kooperieren Sie mit Bauträgern, Behörden und weiteren betroffenen Unternehmen und stimmen Sie Zufahrtswege, Parkmöglichkeiten und Ausschilderungen ab«, empfiehlt IHK-Referent Joseph Seybold. Voraussetzung

hierfür ist, dass die Betriebe rechtzeitig über geplante Baumaßnahmen Bescheid wissen. Genau daran hapert es jedoch oft. Viele Rathäuser und Landratsämter informieren über geplante Baustellen zwar in Pressemitteilungen und auf ihren Webseiten. Allerdings werden vor allem kleinere Baumaßnahmen nicht ausreichend kommuniziert. Manches Unternehmen erfährt von ihnen erst, wenn die Bagger am Firmeneingang vorfahren. Insbesondere Betriebe in Großstädten berichten von solchen Erfahrungen. Kein Wunder: Auch gut eingespielte Behörden haben Mühe, die zahlreichen Baustellen im Stadtgebiet zu koordinieren.

In München betreut der hauptamtliche Koordinator des Baureferats jährlich mehr als 1000 Baustellen. Hinzu kommen Projekte überregionaler Bauträger und privater Investoren. Die Landeshauptstadt informiert über die wichtigsten Brennpunkte in einer Jahresübersicht und listet laufende Baustellen auf muenchen.de auf. »Das genügt jedoch nicht«, sagt IHK-Experte Seybold. Für die Zukunft plant die Landeshauptstadt ein Onlineportal, über das Baustellen angemeldet und öffentlich bekannt gegeben werden sollen. Zugleich soll es über die Dauer und den Umfang der jeweiligen Baumaßnahme informieren und es Betroffenen ermöglichen, auf das Baustellenmanagement Einfluss zu nehmen. Die Ausschreibung für das Vorhaben mit dem Arbeitstitel BAU-ER (Baustellen- und Ereignismanagement) hat das IT-Unternehmen Prisma Solutions für sich entschieden. Das österreichische Systemhaus hat bereits vergleichbare Projekte in mehreren norditalienischen Städten realisiert. Jetzt jedoch liegt BAU-ER wegen der Coronakrise auf Eis. Einen konkreten Einführungstermin kann die Stadt nicht nennen.

Bei Unternehmen würde ein solches Portal auf reges Interesse stoßen. Sie drängen schon länger auf eine bessere Einbindung in geplante Baumaßnahmen. »Jede Straßenbaustelle sollte mit den betroffenen Gewerbetreibenden abgestimmt werden«, fordert Gert Wohlgemuth (72), Geschäftsführer des Münchner Taxi Zentrums (MTZ). »Häufig werden deren Geschäfte weit mehr als notwendig beeinträchtigt.« Wiederholt musste das MTZ die Erfahrung machen, dass Flächen für Taxistände ungefragt für die Baustellenversorgung eingeplant werden. »Die städtischen Behörden bieten häufig keine adäquaten Ersatzflächen an«, sagt Wohlgemuth, der auch Vorstand des Taxiverbands München ist. Als Konsequenz gibt es heute am Münchner Hauptbahnhof nur noch einen Taxistand. Vor den aktuellen Bauarbeiten waren es drei. ■

Weitere Informationen unter:
www.ihk-muenchen.de/verkehr/baustellenmanagement

IHK-Ansprechpartner zu Baustellenmanagement
Tobias König, Tel. 089 5116-1237
tobias.koenig@muenchen.ihk.de
Joseph Seybold, Tel. 089 5116-1203
joseph.seybold@muenchen.ihk.de

MTG Kommunikationstechnik

Mobile Office - Wie gelingt die erfolgreiche Integration?

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

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

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

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

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

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

Wie können Stoffkreisläufe geschlossen werden? Circular-Society-Projekt »Mehrwerthof« in Markt Schwaben

Foto: Hans Sauer Stiftung/social design lab

Die Welt *positiv* verändern

Stiftungen wollen etwas bewegen und sich gesellschaftlich einbringen. Digitalisierung und Kooperationen eröffnen ihnen dabei neue Chancen, um soziale Innovationsprozesse voranzutreiben.

HARRIET AUSTEN

Darum geht's

- Allein in Bayern engagieren sich mehr als 4000 Stiftungen für das Gemeinwohl.
- Dabei spielen digitale Lösungen und die Zusammenarbeit mit Partnern wie zum Beispiel Unternehmen und Kommunen eine wachsende Rolle.

Die Blockchain – auf dieser Technologie beruht etwa die Cyberwährung Bitcoin – und Spenden sammeln? Wie passt das denn zusammen? »Sehr gut sogar«, sagt Michael Reuter (51), Mitgründer und Geschäftsführer der Münchner Datarella GmbH. Das Unternehmen bietet seit 2015 Blockchain-Software-Lösungen für Firmen, aber auch für die Vereinten Nationen und andere humanitäre Organisationen an.

Die Blockchain ermöglicht es, mithilfe einer dezentral auf verschiedenen Servern abgespeicherten Datenbank Informationen fälschungssicher abzulegen. Die Idee, die neuartige IT-Technologie für Spenden zu nutzen, kam Reuter bei einem Einsatz für die Düsseldorfer YOU-Stiftung in Dakar im Senegal. In einem modernisierten Slum führte Reuter die sichere Blockchain zum Bezahlen der Wohngebühren ein. Das funktionierte so gut, dass Stifterin Ute-Henriette Ohoven ihn fragte, ob das

auch für Spenden möglich sei. Reuter und sein Team entwickelten daraufhin ein Angebot, das sie SmartAid (www.smartaid.digital) nennen – eine digitale Spendenplattform, die finanzielle Unterstützung für soziale Projekte mithilfe der Blockchain einfach, effizient und sicher gestalten will. »Man kann seine Spende jederzeit transparent nachverfolgen und weiß, wann sie angekommen ist«, erklärt Reuter. Derzeit sind fünf Projekte der YOU-Stiftung auf der Website präsent, die sich dadurch auch den Zugang zu einer jüngeren Zielgruppe erhofft. Der Unternehmer ist aber auch offen für weitere Projektpartner.

Immer mehr digitale Tools

Keine Frage: Stiftungen helfen, gesellschaftliche Herausforderungen zu bewältigen. Allein in Bayern setzen sich aktuell mehr als 4000 rechtsfähige Stiftungen für das Gemeinwohl ein. Dabei verfügen viele über ein bemerkenswertes kreatives Potenzial und wenden zunehmend digitale Tools an, »die ihnen ermöglichen, in ganz anderer Art und Weise zusammenzuarbeiten«, sagt Philipp Hof, Geschäftsführer der Haus des Stiftens gGmbH in München. Er ist seit 25 Jahren in diesem Metier tätig und betreut derzeit circa 1500 Stiftungen und 100 Unternehmen bei ihrem gesellschaftlichen Engagement. Hof macht auf eine wesentliche Voraussetzung innovativer Stiftungsarbeit aufmerksam: »Neben den richtigen Rahmenbedingungen und Strukturen sind es vor allem Personen, die Innovationen vorantreiben.«

Ralph Boch ist einer dieser kreativen Stiftungsköpfe, für den »Innovationen der Haupttreiber der Arbeit sind«. Er ist Vorstand der Hans Sauer Stiftung in München, die unter anderem bei sozialen Design- und Bauprojekten technische und soziale Innovationen anstößt, sie bis zur Umsetzung begleitet und so »den Stifterwillen mit neuem Leben und neuen Inhalten füllt«, sagt Boch. Wobei er hervorhebt, dass eine Innovation ihren Ursprung in einem wirklichen gesellschaftlichen Bedarf haben und nicht technikgetrieben sein sollte. »Die Technik kann aber unterstützend wirken«, ergänzt er.

Ein aktuelles Projekt ist die »Circular Society«, bei der es um die Frage geht, wie in unserer Gesellschaft Material- und Stoffkreisläufe geschlossen werden können. »Wir haben eine Nachhaltigkeitsstrategie gesucht, die Potenzial hat«, sagt Boch. Ein Wettbewerb 2019 führte schließlich zu einem ersten Praxisprojekt in Markt Schwaben. »Wir stellten allen Akteuren die Frage, ob ihr Wertstoffhof seinen Charakter verändern und ein neuartiger Ort der Zirkularität, des Austauschs und des kommunalen Lebens werden könne«, erklärt der Stiftungsvorstand. Das Ergebnis: das Projekt »Mehrwerthof«, das vorsieht, dort Elektrogeräte zu reparieren, Bauteile wiederzuverwenden, Möbel zu produzieren und vieles mehr.

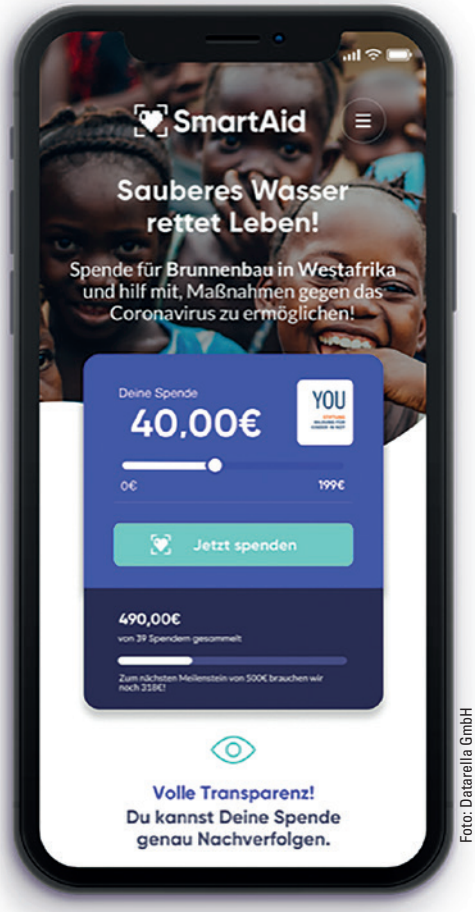


Foto: Datarella GmbH

Nutzt die Blockchain – Spendenplattform SmartAid

Das Projekt musste wegen Corona zwar eine Pause einlegen, doch das bremst Bochs Kreativität keineswegs. Jetzt plant er, die Erfahrungen auf ein Münchner Quartier zu übertragen. »Wir sind bereits dabei, eine Partnerstruktur aufzubauen«, so der 52-Jährige. Der Pilot in Markt Schwaben habe gezeigt, »wie gut die Entwicklung von Innovationen im partizipativen Modus gelingt«. Eine Erkenntnis, die Stiftungsexperte Hof bestätigt: »Die Themen sind so komplex geworden, dass Innovationen nicht mehr von Einzelnen bewältigt werden können.« Vielmehr müssten sich Akteure wie Kommunen, Unternehmen, Stiftungen und Zivilgesellschaft zusammenschließen.

Diesem Konzept folgt auch das Innovations- und Gründungszentrum UnternehmerTUM. »Wir kooperieren seit vielen Jahren mit Stiftungen, die gesellschaftliche Innovationen vorantreiben«, sagt Andrea Lödler, die als Fundraising Manager bei UnternehmerTUM für dieses Projekt zuständig ist. Die Zusammenarbeit mit Stiftungen werde gezielt im Bereich der Bildung und Qualifizierung genutzt, um Talente und Gründergeist der TUM-Studierenden zu fördern. »Sie sollen aber nicht nur technologisch und wirtschaftlich erfolgreich sein, sondern auch einen sinnvollen gesellschaftlichen Mehrwert schaffen«, so Lödler.

Themen, die sie mit Stiftungen verhandelt, sind vor allem digitale Bildung, Gesundheit, Persönlichkeitsentwicklung, Nachhaltigkeit und Leadership. Mit dabei sind zum Beispiel die Hans Sauer Stiftung mit Stipendien für die Prototypen-Werkstatt MakerSpace, die BMW Foundation Herbert Quandt mit dem Acceleratorprogramm Respond für Start-ups oder die Rid Stiftung, bei der Studierende und Start-ups im Rahmen des Innovationswettbewerbs »Handel im Wandel« Ideen für den stationären Einzelhandel entwickeln.

UnternehmerTUM-Managerin Lödler ist vom konkreten Nutzen der Bildungskooperationen zwischen dem Innovationszentrum und den Stiftungen überzeugt: »Wir haben alle die technologische Brille auf. Durch die Stiftungen nehmen wir den Blickwinkel der Zivilgesellschaft ein und lernen gesellschaftliche Herausforderungen kennen.« Gemeinsam und mit Technologie die Welt nachhaltig positiv verändern – das würden auch Studierende immer stärker einfordern. ■

IHK-Ansprechpartnerin zum Thema Nachhaltigkeit

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

Mehr **Schutz**

Technologische Neuerungen helfen, Sicherheitsrisiken zu verringern. In Bayern entwickeln Forschungsinstitute und Unternehmen zukunftsweisende Lösungen – von der Drohnenabwehr über den Gebäudeschutz bis hin zu Maßnahmen in der Pandemie.

JOSEF STELZER

Der Einsturz einer maroden Autobahnbrücke in Genua kostete im August 2018 mehr als 40 Menschen das Leben. Noch viel mehr Tote gab es bei der Katastrophe im Hafen von Beirut im Sommer 2020, als Unmengen von Ammoniumnitrat zur Explosion kamen und gewaltige Verwüstungen in der libanesischen Hauptstadt anrichteten.

Immer wieder kommt es zu solch verheerenden Unglücken und immer wieder stellt sich die Frage, ob und wie sie hätten verhindert werden können. Womöglich hätte es ausgereicht, sich rechtzeitig um bekannte Schwachstellen der Brückenkonstruktion zu kümmern und das Risiko der Chemikalienlagerung ernst zu nehmen, um frühzeitig gegensteuern zu können.

Wirtschaft und Gesellschaft drohen Gefahren und Sicherheitsrisiken in ganz verschiedenen Ausprägungen – von nachlässiger Baukontrolle oder Gefahrgutbehandlung über organisierte Kriminalität, Terror- und Cyberangriffe bis hin zu Pandemien. Wie lassen sich solche Risiken rechtzeitig erkennen und abwehren?

In Bayern tüfteln zahlreiche Unternehmen und Forschungsinstitute erfolgreich daran, wie innovative Lösungen Sicherheitsrisiken unterschiedlichster Art verringern und Katastrophen vermeiden können.

Unerwünschtes Flugobjekt – manche Drohnen gefährden den Luftverkehr oder sind auf Spionagemission

Foto: Kadmy/Adobe Stock

Abwehr in der Luft

Sie sind klein, beweglich und eine echte Gefahr für den Flugverkehr, wenn sie in unmittelbarer Umgebung von Airports umherschwirren: Drohnen können etwa einen Passagierjet beim Start beschädigen und schlimmstenfalls zu dessen Absturz führen. Wegen einer in geringer Höhe herumfliegenden Drohne ist zum Beispiel der Betrieb des Frankfurter Flughafens im März 2020 eineinhalb Stunden lang komplett eingestellt worden. Doch Drohnen gefährden nicht nur den Flugverkehr, sondern werden auch gezielt eingesetzt, um über Justizvollzugsanstalten Waffen und Drogen abzuwerfen oder Firmenareale und Privatgrundstücke per Kamera auszuspionieren.

Ein neuartiges Abfangsystem der ESG Elektroniksystem- und Logistik-GmbH aus Fürstenfeldbruck ermöglicht ein rasches Aufspüren und Einfangen solcher Flugkörper. »Mithilfe unserer neuen Software steuern wir von einer Bodenstation aus verschiedene Sensoren wie etwa Kameras und Funkpeiler sowie spezielle Abfangdrohnen«, erklärt Christian Jaeger, Leiter der ESG-Geschäftseinheit Produkte und Lösungen. Damit lassen sich alle Drohnen in einem Umkreis von einem bis fünf Kilometern sicher erkennen.

Das Computerprogramm stellt außerdem zuverlässig fest, ob ein Fluggerät illegal in einer Flugverbotszone unterwegs ist. »Wir bereiten uns auf den stark wachsenden

Drohnenmarkt vor und haben eine Weiterentwicklung des Abfangsystems bis zur Marktreife fest geplant«, sagt der 39-jährige ehemalige Hubschrauberpilot.

Ins Netz gegangen

Die ESG-Software ist ein Baustein des vom Bundesministerium für Bildung und Forschung geförderten und 2020 abgeschlossenen MIDRAS-Projekts. Beteiligt daran war unter anderem eine Forschergruppe des Lehrstuhls für Informatik der Universität Würzburg. Julian Rothe (30), Informatiker und Projektleiter der Würzburger MIDRAS-Gruppe, erläutert das Abfangsprozedere: »Zwei von unseren Abwehrdrohnen starten auf Knopfdruck und können dann völlig autonom die als illegal erkannten Drohnen während des Flugs mit einem etwa vier mal vier Meter großen Nylonnetz einfangen und sie an einen sicheren Ort transportieren.«

Das Thema Sicherheit steht auch im Forschungszentrum RISK der Universität der Bundeswehr München im Mittelpunkt. Das Spektrum reicht vom Gebäudeschutz über die Bewertung der Verkehrsinfrastruktur bei Hochwasser bis hin zu Schutzsystemen gegen Bombenanschläge oder sogenannte Überfahrtaten wie beim Anschlag auf dem Berliner Breitscheidplatz im Dezember 2016, als ein islamistischer Attentäter einen Sattelzug in eine Menschenmenge steuerte.

Die RISK-Gruppe BauProtect entwickelt spezielle Materialien sowie Gebäudestrukturen, die etwa bei Erdbeben, Explosionen und Hochwasser mehr Sicherheit versprechen. RISK-Forscher tüfteln zudem an Lösungen, die sich nicht als Bollwerke zur Gefahrenabwehr erkennen lassen. Beispiel für eine Art »versteckter Sicherheit« sind speziell gestaltete und befestigte Pflanztröge, die als Poller dienen. Aus BauProtect entstand auch die Münchner Ausgründung MJG Ingenieure GmbH, die weltweit Dienstleistungen rund um das Thema Sicherheit anbietet.

Auf die Abwehr von digitalen Bedrohungen konzentriert sich das ebenfalls zur Universität der Bundeswehr gehörende Forschungsinstitut CODE. Es hat im September vergangenen Jahres einen Maßnahmenkatalog zur Verbesserung der IT-Sicherheit in bayerischen Krankenhäusern vorgelegt.

Zutritt unter Kontrolle

Zu den arrivierten Anbietern von Sicherheitslösungen in Bayern zählt außerdem die Bosch Sicherheitstechnik GmbH, Grasbrunn, die unter anderem Zutrittskontrollsysteme mit kontaktloser Fingerabdruckerkennung offeriert. Damit lassen sich die Zugangsberechtigungen für Gewerbegebäude, Labors oder Büroräume automatisch und ohne jede Geräteberührung prüfen. Dies soll das Risiko einer Ansteckung mit Krankheitserregern wie etwa Covid-19-Viren reduzieren.

Eine simple Handbewegung vor einem kontaktlosen Sensor löst zunächst einen 3-D-Scan aus. In weniger als einer Sekunde werden dann vier Finger mit den vorab per Datenbank erfassten Fingerabdrücken verglichen.

Ebenfalls eine Lösung für mehr Sicherheit in der Pandemie ist ein Bosch-System, das die Körpertemperatur zum Beispiel bei Zutrittskontrollen erfasst. Solche Messungen lassen sich entweder als Selbsttest oder durch Personal binnen weniger Sekunden durchführen – mit einer Messgenauigkeit von 0,3 Grad Celsius. ■

Schutzschild gegen Bedrohungen

Die Bundesregierung nimmt im Rahmen ihrer Hightech-Strategie 2025 auch das Thema Sicherheit in den Fokus. Dazu gehören:

- die Bekämpfung von Cybercrime und die Stärkung der IT-Sicherheit, um die Innovations- und Wettbewerbsfähigkeit des Standorts Deutschland in allen Bereichen zu stärken
- innovative IT-Sicherheitslösungen, mit denen sich die Potenziale der Digitalisierung in allen Bereichen und Branchen ausschöpfen lassen
- der Schutz von kritischen Infrastrukturen, zum Beispiel von Energie- und Wasserversorgung, Transport und Verkehr, Informations- und Kommunikationstechnik sowie des Gesundheitswesens
- die Entwicklung von Instrumenten und Methoden, mit denen sich die Gefahren durch Kriminalität, Terrorismus sowie Naturkatastrophen eindämmen lassen.

Quelle: Hightech-Strategie 2025, Bundesministerium für Bildung und Forschung

Die EU fördert Forschungs- und Innovationsprojekte, mit denen die zivile Sicherheit in Europa sowie die Wettbewerbsfähigkeit der europäischen Sicherheitswirtschaft gestärkt werden. Weitere Informationen zu diesem Förderprogramm unter:
www.sifo.de/de/sicherheitsforschung-in-horizont-europa-im-ueberblick-1720.html

IHK-Ansprechpartner zum Thema Innovation
Birgit Petzold, Tel. 089 5116-2057
birgit.petzold@muenchen.ihk.de

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

Via Bildschirm in die Klasse

Trotz Coronapandemie machen die IHK AusbildungsScouts weiter. Derzeit besuchen sie die Schüler der Abgangsklassen virtuell und informieren über die berufliche Ausbildung. Auch im neuen Format profitieren Azubis und Unternehmen.

SABINE HÖLPER

Manuel Renner macht seit 2019 bei der KRAIBURG TPE GmbH & Co. KG eine Ausbildung zum Verfahrensmechaniker für Kunststoff- und Kautschuktechnik. Seit dem letzten Jahr fungiert er außerdem als IHK AusbildungsScout. Normalerweise bedeutet das: abschlussnahe Klassen besuchen und den Schülern die Ausbildung und den eigenen Beruf näherbringen. Doch wegen Corona läuft das jetzt anders ab. Die AusbildungsScouts halten ihre Vorträge seit Monaten fast ausschließlich virtuell. Auch Renners erster Einsatz überhaupt fand deshalb in einem Besprechungszimmer seines Arbeitgebers statt. Von dort aus war er online mit einer Schulklasse verbunden. »Mangels Vergleich zur Präsenzveranstaltung kann ich zwar nicht beurteilen, ob die virtuelle Stunde anders verlief als sonst«, sagt der 16-Jährige. »Ich kann nur sagen: Ich fand es gut, die Schüler waren sehr aktiv, sie haben viele Fragen gestellt.«

2015 hat der Bayerische Industrie- und Handelskammertag (BIHK) das Projekt AusbildungsScouts zur besseren Berufsorientierung und -vorbereitung ins Leben gerufen. Die IHK für München und Oberbayern war vom ersten Tag an mit dabei. Ziel der Initiative ist es, jungen Leuten die Vorteile einer Ausbildung aufzuzeigen. Das gelingt über die Auszubildenden besonders gut. Denn sie sind nur wenig älter als die Schüler, zu denen sie sprechen. Sie begegnen ihnen auf Augenhöhe und können glaubwürdig von ihren eigenen Erfahrungen berichten. Außerdem trauen sich die Schüler bei den Azubis eher, Fragen zu stellen.

Dass das Projekt immer mehr Schulen, Firmen und Azubis erreicht, liegt aber ebenso daran, dass wirklich alle Beteilig-

Auf Augenhöhe – junge Berufstätige wissen, was Schüler über die Ausbildung erfahren wollen

Foto: Mediteraneo/Adobe Stock

ten profitieren – insbesondere die Unternehmen, die ihre Azubis entsenden: Die AusbildungsScouts lernen nicht nur zu präsentieren und gewinnen an Selbstvertrauen. Die Firmen können außerdem ihren Betrieb bekannt machen und dadurch potenzielle Azubis gewinnen.

»Es ist ein super Recruiting-Instrument«, sagt Robert Gabriel, Ausbilder für Verfahrensmechaniker Kunststoff- und Kautschuktechnik bei KRAIBURG TPE in Waldkraiburg. In drei Jahren hat er bereits sieben Azubis zu IHK AusbildungsScouts ausbilden lassen. Gabriel motiviert seine Azubis, auch in Coronazeiten mitzumachen. »Natürlich ist die persönliche Präsenz in den Schulen noch effektiver«, sagt er. »Doch die virtuelle Variante ist weitaus besser, als nichts zu tun.« Zumal die Ausbildungsmessen coronabedingt gestrichen und damit weitere vielversprechende Recruiting-Möglichkeiten weggefallen sind.

Auch darin sind sich alle einig: Ein gut laufendes Projekt mit vielen Vorteilen stampft man nicht ein, nur weil die Umstände schwieriger geworden sind. Die IHK für München und Oberbayern organisiert daher seit Beginn der Pandemie virtuelle Einsätze mit den AusbildungsScouts. »Bereits beim ersten Lockdown im vergangenen Frühjahr haben wir uns Gedanken gemacht, wie wir das Projekt weiterführen können«, sagt IHK-Bildungsmanagerin Mareike Ziegler. In enger Zusammenarbeit mit den Koordinatoren in den Landkreisen und den AusbildungsScouts habe man an einer virtuellen Lösung gefeilt. Seit dem zweiten Lockdown im November wird fast nur noch diese umgesetzt. Laut Ziegler ist das zwar technisch anspruchsvoll, aber machbar.

Es ist, das zeigen die Rückmeldungen, weit mehr als ein Behelf, sondern eine gute Alternative: »Das Angebot wird dankend angenommen«, sagt Ziegler. Und nicht nur das: Es wächst sogar, trotz der Einschränkungen.

Mittlerweile beteiligen sich fast 400 Firmen im IHK-Bezirk an dem Programm. Seit der Einführung vor fast sechs Jahren informierten die AusbildungsScouts knapp 32000 Schüler in gut 200 Schulen in Oberbayern (s. Tabelle oben). Rund 100 Ausbildungsberufe präsentierten sie den Schülern, darunter sind laut Ziegler auch eher außergewöhnliche wie Brauer und Mälzer. Dass gerade solche Berufe in den Klassen vorgestellt werden, hilft den Schülern enorm bei der Berufswahl, findet Ingrid Grabichler, Personalverantwortliche bei der SALUS GmbH & Co. KG in Bruckmühl. Das Unternehmen bildet unter anderem Chemikanten und Pharmakanten aus. »Diese Berufe sind weniger bekannt«, sagt Grabichler. »Die AusbildungsScouts lenken das Interesse auf diese Berufe und gleichzeitig auf unsere Firma.«

Der Erfolg ist sichtbar: In Vorstellungsgesprächen würden etliche Schüler angeben, dass sie durch die AusbildungsScouts auf Firma und Beruf aufmerksam geworden sind. »Das Format ist eine gute Sache«, resümiert Grabichler. Das gelte ebenso für die virtuelle Variante. Diese habe sogar einen entscheidenden Vorteil, ergänzt sie: »Die Azubis können sich das Digitale besser aneignen.«

Sophia Tutschka, die bei SALUS kurz vor ihrem Abschluss zur Mediengestalterin Digital und Print steht, bestätigt diese Einschätzung. Sie hat sowohl mehrere Präsenz- als auch virtuelle Veranstaltungen abgehalten. »Online war erstaunlicherweise sehr gut«, sagt sie. »Die Schüler haben aufmerksam zugehört.«

Nur einen Verbesserungswunsch hat die 23-Jährige: Während ihres Einsatzes sah sie am eigenen Bildschirm nur sich selbst und ihre Präsentation, nicht aber die Klasse. Sie fände es besser, wenn die Kamera in Richtung der Klasse zeigen würde. Tutschka: »Dann könnte ich das Interesse der Schüler noch klarer abschätzen.« ■

Weitere Infos zu den IHK AusbildungsScouts und Anmeldung zum Projekt:
www.ihk-muenchen.de/ausbildungsscouts
www.ihk-ausbildungsscouts.de

IHK-Ansprechpartnerin zum Projekt IHK AusbildungsScouts
Mareike Ziegler, Tel. 089 5116-1600
mareike.ziegler@muenchen.ihk.de

Darum geht's

- AusbildungsScouts können für die Berufsausbildung besonders glaubwürdig werben.
- Unternehmen erhöhen über ihre AusbildungsScouts ihre Bekanntheit bei potenziellen Bewerbern.
- Die Azubis erwerben als Scouts zusätzliche Fähigkeiten, die über die regulären Ausbildungsinhalte hinausgehen.

IHK AusbildungsScouts in Zahlen

für München und Oberbayern, Stand Ende 2020

Teilnehmende Unternehmen	398
Aktive IHK AusbildungsScouts (Azubis)	352
Durchgeführte Vorbereitungsseminare	146
Geschulte AusbildungsScouts	1004
Klassenbesuche	1546
Erreichte Schüler	31906
Teilnehmende Schulen	202
Zahl der vorgestellten Berufe	96

AzubiCard – bringt Firmen junge Kunden

Foto: Shutterstock/©oneinchpunch

Wirksam werben

Das Prinzip funktioniert auch in der Coronakrise: Mit der AzubiCard können Unternehmen Auszubildenden Vergünstigungen anbieten und so die junge Zielgruppe ohne Streuverluste ansprechen.

SABINE HÖLPER

In normalen Zeiten, wenn auf sieben Etagen Einheimische und Touristen Mode, Musik oder Mandelgebäck kaufen, dann brummt es bei Ludwig Beck in München. Das Kaufhaus direkt im Herzen der Landeshauptstadt hat viele etwas ältere Kunden. Um zusätzlich mehr junge Leute anzuziehen, beteiligt sich das »Kaufhaus der Sinne« seit September 2019 am Projekt AzubiCard. Zehn Prozent Rabatt gewährt der Einzelhändler den Karteninhabern auf fast alle Sortimente.

Vor allem die Abteilung für junge Mode, »Apartment.4«, will Beck damit stärker bewerben. »Sie ist noch nicht so bekannt«, sagt Marie Höfler, Leiterin Ausbildung und Personalentwicklung der Ludwig Beck AG. »Wir erwarten uns einen Aufschwung für die Abteilung, indem wir jungen Leuten einen Preisnachlass gewähren.« Laut Höfler ist das direkt nach dem Start der AzubiCard-Rabatte im Herbst 2019 auch gut gelungen – bis Corona den Einzelhändlern generell das Leben schwer machte.

Dass es sich bei der AzubiCard um ein wirksames Werbeinstrument handelt, bleibt trotz der Einschränkungen in der Pandemie unbenommen. »Auch in diesen Zeiten ist die AzubiCard für Unternehmen ein Top-Marketing-Instrument – es ist kostenfrei und erreicht eine geschlossene und große Zielgruppe deutschlandweit«, sagt Carolin Bürger, Teamleiterin Bildungsberatung bei der IHK für München und Oberbayern.

Die Statistik bestätigt das: So ist die Zahl der Partnerfirmen, also jener Unternehmen, die den Karteninhabern Rabatte gewähren, in Bayern auf 630 gestiegen, allein in Oberbayern sind es 100. Deutschlandweit haben laut Bürger seit der Einführung schon mehr als 350000 Azubis eine Karte erhalten, fast 61000 davon im IHK-Bezirk Oberbayern. Zum Ausbildungsstart 2020/2021 wurden in Ober-

Darum geht's

- Auch im Coronajahr ist die Zahl der AzubiCard-Nutzer weiter gestiegen.
- Die Karte räumt Jugendlichen in der Ausbildung Vergünstigungen auf Produkte und Dienstleistungen ein.
- Die Partnerfirmen profitieren kostenfrei von einem auf die junge Zielgruppe zugeschnittenen Marketing-Tool.

bayern 16000 Karten neu verschickt. Die Plastikkarte im Scheckkartenformat, die 2018 von der IHK Trier eingeführt und 2019 unter anderem von der IHK für München und Oberbayern übernommen wurde, wird mittlerweile deutschlandweit von 25 IHKs und mehreren Handwerkskammern an die Azubis ausgegeben. Sie ermöglicht es jungen Leuten in der Ausbildung, vergünstigte Angebote der Partnerbetriebe zu nutzen. Die IHKs senden die Karte jedem Azubi automatisch zu.

Mehr Aufmerksamkeit

Auch Firmen können ohne großen Aufwand von den Vorteilen der AzubiCard profitieren und sich als Partnerfirma engagieren (s. Kasten rechts). Im Gegenzug für die Gewährung der Rabatte erhalten die Betriebe die Chance, ohne Streuverluste zu werben. Sie können zusätzliche Umsätze generieren und junge Kunden ans Unternehmen binden. Und vor allem: Sie erhalten Aufmerksamkeit.

»Wir werden wahrgenommen«, bestätigt Markus Wiesböck, Inhaber mehrerer Firmen in Oberbayern, unter anderem der Kultschlafsack GmbH. Das Unternehmen mit Sitz in Bad Feilnbach entwickelt und vertreibt unter der Marke Grüezi bag hochwertige Schlafsäcke ab 100 Euro. Normalerweise gewährt Grüezi bag keine Rabatte, »denn wir sind immer ausverkauft«, sagt der Chef. Bei den Auszubildenden macht das Unternehmen aber seit drei Jahren eine Ausnahme und gibt zehn Prozent Nachlass. »Ich war ja selbst mal Azubi«, sagt Wiesböck. »Mein Herz schlägt für Azubis.«

Aus diesem Grund engagiert er sich auch als Prüfer bei der IHK für München und Oberbayern und beschäftigt mehrere Lehrlinge in seinen Unternehmen. Im Spätsommer wird auch bei Grüezi bag erstmals ein Auszubildender anfangen. »Die AzubiCard ist eine gute Idee«, so Wiesböcks Fazit. Er freut sich, dass sie angenommen wird.

Auch die Zykluscomputer der M.I.S.S. GmbH sind tendenziell hochpreisig und werden laut Prokurist Christian Solbach daher verstärkt von einer etwas älteren Zielgruppe nachgefragt. Doch Anfang 2020 hat sich das Unternehmen entschlossen, »es auch jüngeren Frauen leichter zu machen, unsere Produkte zu kaufen«. Durch die Zusendung eines Fotos der AzubiCard bekommen sie 20 Prozent Nachlass auf das gesamte Sortiment. »Mit geringem Einsatz und wenig Aufwand erhalten wir deutschlandweit Aufmerksamkeit«, resümiert er. Solbach: »Von mehreren Azubis haben wir bereits Dankmails erhalten.« ■

Jetzt Partner werden

Unternehmen können Partner der AzubiCard werden und Azubis ihre Angebote kostenlos unter **www.azubicard.de** präsentieren.

Dazu füllen Firmen das Antragsformular auf **www.azubicard.de/oberbayern** aus.

Nach einer Prüfung stellt die IHK für München und Oberbayern das Angebot online. Die Unternehmen erhalten eine schriftliche Bestätigung.

Die Azubis erfahren auf der Website und über die Social-Media-Kanäle der IHKs von den bestehenden Vergünstigungen.

IHK-Ansprechpartnerinnen zur AzubiCard
Carolin Bürger, Tel. 089 5116-1290
carolin.buerger@muenchen.ihk.de
Anne Rossbach, Tel. 089 5116-1147
anne.rossbach@muenchen.ihk.de

Alles, was Sie wissen sollten

Kandidaten, Termine, Wahlunterlagen und Wahlprozedere – die IHK für München und Oberbayern startet mit einer großen Informationskampagne in die heiße Phase der IHK-Wahl.

MARTIN ARMBRUSTER

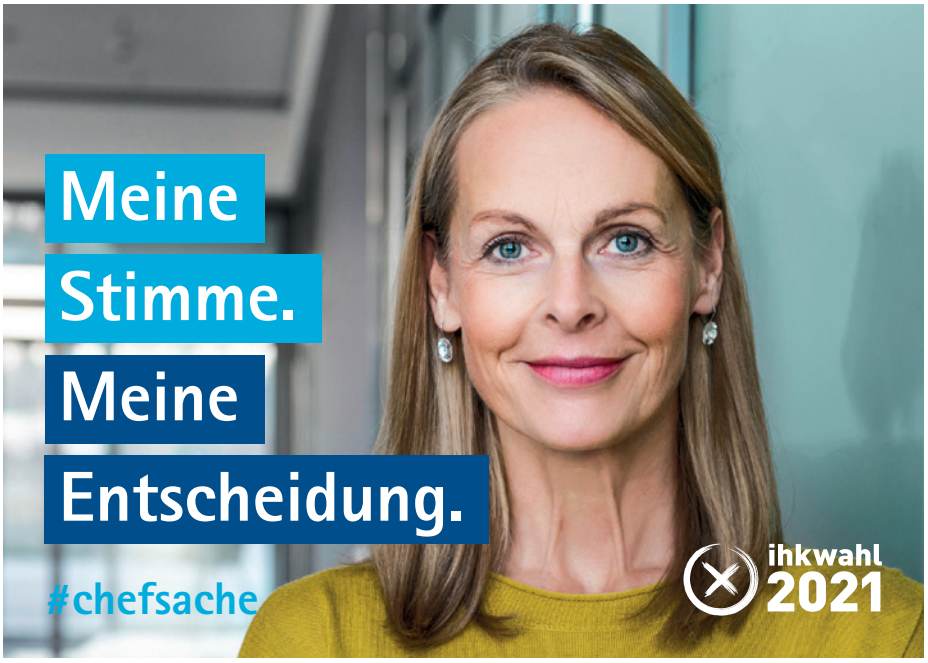


Foto: IHK

Oberbayerns Wirtschaft fiebert dem ersten Höhepunkt des Superwahljahrs entgegen: Rund 400 000 Unternehmen – mehr als in jeder anderen deutschen IHK – sind aufgerufen, für die IHK-Wahl 2021 im April/Mai ihre Stimme abzugeben. Zwei Dinge stehen vorab fest: Es wird eine Wahl der Superlative. Noch nie hatte eine IHK-Wahl zudem solche Bedeutung.

Das zeigte schon die große Resonanz der Unternehmen in der Kandidaturphase. Mehr als 670 Unternehmerinnen und Unternehmer aus 23 Wahlgruppen kandidieren für einen der 71 Sitze in der Vollversammlung oder für eines der 350 Mandate in den 20 Regionalausschüssen – ein neuer Bewerberrekord. Manche Kandidaten stellen sich in beiden Gremien zur Wahl. So kann das IHK-Wahlteam insgesamt nahezu 800 Kandidaturen melden. So viel Engagement gab es noch nie.

Aber auch die Wahl ist wichtiger denn je. Gerade in solch schwierigen Zeiten wie aktuell braucht die Wirtschaft starke Vertreter, die sich für die Interessen der Unternehmen einsetzen. In der neuen Legislaturperiode von 2021 bis 2026 geht es darum, Oberbayerns Aufbruch in die Nach-Corona-Zeit zu gestalten.

Unter dem Slogan »Meine Stimme. Meine Entscheidung.« startet die IHK daher eine Wahlkampagne auf allen Kanälen.

Im Internet unter www.ihkwahl2021.de werden alle Kandidaten vorgestellt. Die Unternehmer sehen dort auf einen Blick, wer sich aus ihrer Region und Branche in der IHK engagieren will. Auch das IHK-Magazin stellt in seiner April-Ausgabe alle Kandidaten vor. Ebenfalls Anfang April erhalten die Unternehmen die Wahlunterlagen. Erstmals haben die IHK-Mitglieder dann neben der Briefwahl die Möglichkeit, ihre Stimme online abzugeben. Den Link sowie die Zugangsdaten hierzu gibt es in den Wahlunterlagen.

Alle Unternehmer sind eingeladen, sich aktiv an der IHK-Wahl zu beteiligen – und damit ist nicht nur die Stimmabgabe gemeint. So ist ausdrücklich erwünscht, dass Unternehmer auf Social Media andere IHK-Mitglieder für diese Wahl begeistern. Unter #Chefsache können sie alle Themen und Neuigkeiten rund um die Wahl diskutieren.

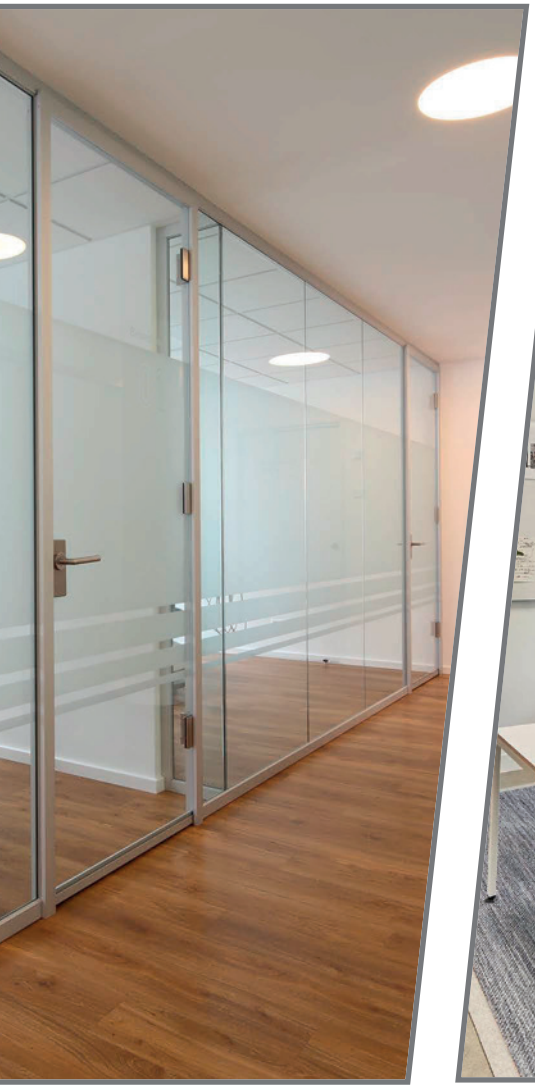
Sobald die Ergebnisse der Wahl vorliegen, werden die IHK-Mitglieder umfassend und so aktuell wie möglich informiert. Schließlich geht es um die IHK-Wahl 2021. Und die ist in Oberbayern #Chefsache. ■

www.ihkwahl2021.de

IHK-Ansprechpartnerin zur IHK-Wahl
Dr. Anna-Elisabeth Klein, Tel. 089 5116-2727
ihkwahl@muenchen.ihk.de

Systemtrennwände
Think Tanks
Akustik
Brandschutz

LBL GmbH



Profitieren Sie von unserer Erfahrung und sprechen Sie uns an!

info@LBL.de
0731/9 70 48-0

Firmensitz und Showroom

Messerschmittstraße 12
89231 Neu-Ulm
Telefon 07 31/9 70 48-0
Telefax 07 31/9 70 48-48
E-Mail: info@LBL.de

Niederlassung München

Lilienthalstraße 3
82178 Puchheim
Telefon 0 89/8 00 70 66-60
Telefax 0 89/8 00 70 66-66
E-Mail: infomuc@LBL.de

Unsere Partner:

feco Die TrennWand.

maars LIVING WALLS GOLD Partner

www.LBL.de

Nachfolgelösung – Stephanie Moßbacher (l.) führt die Geschäfte mit Andrea Sonnberger, die sich Ende des Jahres zurückzieht

Foto: Thorsten Jochim

Der *gemeinsame* Weg

Bis die endgültige Entscheidung feststand, vergingen einige Jahre – doch seither läuft der Generationswechsel bei der Byodo Naturkost GmbH rasch und nahezu reibungslos ab. Für familieninterne Klarheit sorgte ein Business Coaching.

EVA ELISABETH ERNST

Unternehmertochter, perfekt passende Studiengänge und Praktika: Auf den ersten Blick mag es so aussehen, als hätte sich Stephanie Moßbacher zielstrebig darauf vorbereitet, die Nachfolge ihres Vaters anzutreten.

Doch selbst als die junge Frau nach ihrem Masterstudium ein Trainee-Programm im Familienunternehmen absolvierte, stand für sie noch nicht fest, dass sie die Byodo Naturkost GmbH übernehmen würde. »Mir war es bis zuletzt wichtig, mich erst dann zu entscheiden, wenn ich bereit dafür bin«, sagt die heute 30-Jährige.

Insbesondere die Verantwortung für die rund 100 Mitarbeiter, die das Mühldorfer Bio-Unternehmen mittlerweile beschäftigt, empfand sie als große Herausforderung. »Ich wollte auf keinen Fall gleich nach dem Studium als Juniorchefin einsteigen, sondern erst einmal herausfinden, ob ich das will und kann«, erklärt Moßbacher.

Die Rahmenbedingungen waren also klar und die Familie fand einen Weg, den Einstieg der Nachfolgerin ins Unternehmen entsprechend zu gestalten. Um die Übergabe optimal zu begleiten, holte sie sich außerdem professionelle Unterstützung von außen.

Das Unternehmen

Stephanie Moßbachers Vater Michael zählt zu den Pionieren der Bio-Lebensmittelszene. 1985 gründete er Byodo, um mit biologisch erzeugten Produkten einen kleinen Beitrag zum Erhalt unserer Erde zu leisten. Das Unternehmen entwickelte sich schnell.

Gemeinsam mit seiner Lebenspartnerin und Co-Geschäftsführerin Andrea Sonnberger, die Anfang der 1990er-Jahre ins Unternehmen eingestiegen war, baute Michael Moßbacher Byodo vom kleinen Tofuproduzenten zu einem namhaften Hersteller von Bio-Feinkost aus.

Das umfangreiche Sortiment umfasst heute unter anderem Essig und Öl, Senf, Dressings, Pesto, Nudeln, Tomatenprodukte, Reiswaffeln und Zubereitungen für Süßspeisen. Die Produkte werden ausschließlich aus biologisch erzeugten Zutaten hergestellt und über den Naturkostfachhandel vertrieben.

Seit 2001 gibt es zudem die Byodo CateringLine mit Bio-Produkten für Gastronomie, Gemeinschaftsverpflegung und Weiterverarbeiter. Das Geschäft hat mittlerweile eine beachtliche Größe erreicht: Insgesamt setzte das Unternehmen 2020 etwa 31,7 Millionen Euro um.

Die Vorbereitung der Nachfolge

Frei aus dem Japanischen übersetzt, bedeutet Byodo »der gemeinsame Weg«. Um herauszufinden, ob dieser Weg auch für sie der richtige ist, startete Stephanie Moßbacher 2016 nach ihrem Bachelor-Studium »Produktmarketing und Projektmanagement für biologische Lebensmittel« und dem Master-Studiengang »Sustainable Marketing und Leadership« im Unternehmen ihres Vaters.

Während ihres Studiums hatte sie Praktika in Marketing, Public Relations und Markenmanagement absolviert. Bei Byodo stieg Moßbacher daher als stellvertretende Marketingleiterin ein und absolvierte anschließend ein internes Management-Trainee-Programm, das ihr Einblick in alle Unternehmensbereiche gab. Anschließend führte Stephanie Moßbacher das Produktmanagement und schließlich den gesamten Bereich Marke-

ting und Produktmanagement. Nach und nach kristallisierte sich für sie heraus, dass ihre berufliche Zukunft bei Byodo liegt.

Die schrittweise Übergabe

Im Herbst 2018 übertrug Michael Moßbacher seiner Tochter einen Teil seiner Gesellschaftsanteile; zu seinem 65. Geburtstag Mitte 2019 zog er sich aus der Geschäftsführung in die Rolle des aktiven Gesellschafters zurück. Seit September 2020 ist Stephanie Moßbacher nun offiziell Geschäftsführerin für die Bereiche Einkauf, Marketing/PR, Produkt- und Nachhaltigkeitsmanagement. Andrea Sonnberger verantwortet den kaufmännischen Bereich, den Vertrieb sowie das Qualitätsmanagement.

»Als Nachfolgerin war Steffi schon immer unsere Wunschkandidatin. Dass sie die Idealbesetzung ist, war ihrem Vater und mir vielleicht sogar schon früher bewusst als ihr selbst«, sagt Sonnberger. »Wie in jeder Familie gab es natürlich auch bei uns Diskussionen. Aber unser gemeinsamer Blick auf Byodo ist gleich.« Die unternehmerische Verantwortung mit Stephanie zu teilen, sei ihr nicht schwer gefallen. »Und neuer Input ist immer erfrischend.«

Die Unterstützung von außen

Allerdings veränderte der Eintritt der nächsten Generation in die Führungsverantwortung das bisherige Rollenverständnis der Beteiligten. Die Begleitung des Nachfolgeprozesses durch einen Business Coach, der Erfahrung mit Leadership und Change Management mitbrachte, fand Sonnberger daher sehr hilfreich. Zwei- bis dreimal jährlich beschäftigten sich die drei jeweils zwei Tage lang unter Moderation des Coachs mit Fragen rund um die aktuelle und zukünftige Zusammenarbeit.

»Uns war klar, dass wir im Grunde alle das Gleiche wollen«, betont Nachfolgerin Stephanie Moßbacher. »Doch über das Wie gab es durchaus unterschiedliche Meinungen.« Ihr half das Coaching dabei, weniger emotional zu diskutieren und Verständnis für andere Standpunkte zu entwickeln. »Allerdings war es angesichts der langjährigen Erfahrungen der anderen beiden manchmal schon schwierig für mich, für meine Ideen zu werben.« Der gesamte Prozess der Unternehmensnachfolge sei letztlich auch eine Art Abnabelung gewesen.

Sehr viel Zeit, sich an ihre Rolle als Co-Geschäftsführerin zu gewöhnen, hat die Nachfolgerin allerdings nicht: Andrea Sonnberger plant, Ende 2021 auszuscheiden. Stephanie Moßbacher traut sich längst zu, die Geschäfte allein zu leiten – unterstützt von einem starken Team aus vier Bereichsleitern. Als strategische Sparringspartner stehen ihr Vater und Andrea Sonnberger bereit. »Wir sind schließlich beide nicht aus der Welt«, sagt Sonnberger. »Wenn wir gebraucht werden, sind wir da.« ■

www.byodo.de

Nachfolge – die ersten Schritte

Die Firmenübergabe ist eine hochkomplexe Aufgabe, mit der sich Unternehmer auseinandersetzen müssen. Am Anfang stehen persönliche und grundsätzliche Überlegungen, um wichtige Eckpunkte der Übergabe festzulegen. Dabei können folgende Fragen helfen:

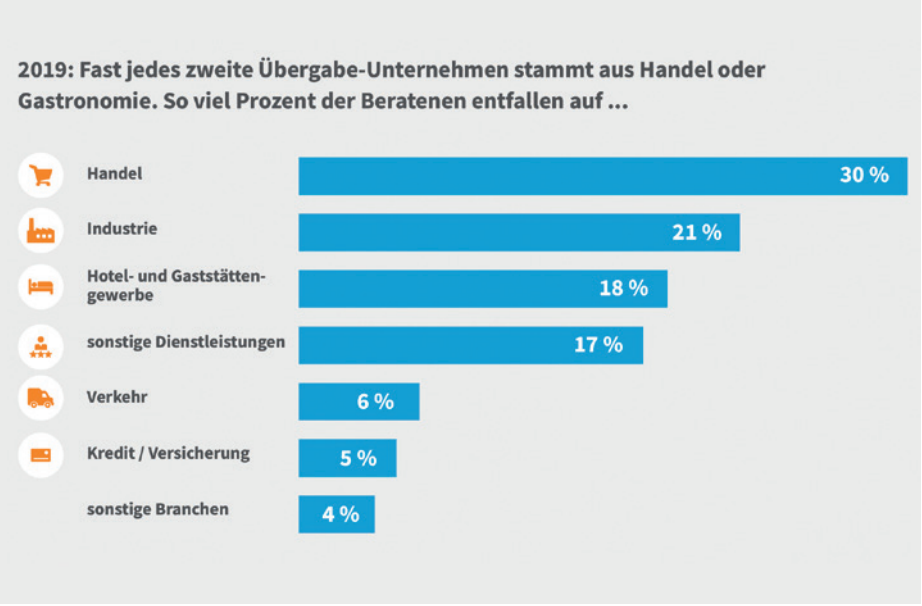
- Seit wann und aus welchem Grund beschäftigen Sie sich mit der Unternehmensübergabe?
- Soll der Betrieb erhalten und langfristig gesichert werden?
- Kommt eine Nachfolge innerhalb der Familie infrage?
- Beabsichtigen Sie, den Betrieb zu verschenken?
- Möchten Sie das Unternehmen verkaufen?
- Soll die Übergabe in Form eines Share-Deals (Verkauf der Gesellschaftsanteile) oder eines Asset-Deals (Verkauf der Wirtschaftsgüter) erfolgen?
- Ziehen Sie eine Fremdgeschäftsführung in Erwägung und möchten Sie (zunächst) die Firmenanteile behalten?
- Besteht die Möglichkeit, die Unternehmensnachfolge innerhalb der Belegschaft zu klären?
- Ziehen Sie eine Nachfolgelösung über Kunden, Lieferanten oder Mitbewerber in Betracht?
- Kommt ein Verkauf an (strategische) Investoren infrage?
- Wäre eine Verpachtung des Betriebs möglich?
- Haben Sie über eine Betriebsaufspaltung nachgedacht?
- Kommt eine Beteiligung oder eine Gesellschaftsgründung infrage?
- Soll der Nachfolger Eigentumsanteile sukzessive erwerben können?
- Haben Sie den Zeitpunkt der geplanten Übergabe bereits fixiert?
- Haben Sie Ihre Altersvorsorge beziehungsweise das künftige Einkommen gesichert, und zwar in ausreichender Höhe?
- Welche Pläne haben Sie für die Zeit nach der Übergabe?
- Haben Sie einen Notfallplan für den Fall der unvorhergesehenen Unternehmensübertragung oder eines vorübergehenden Ausfalls?

Die Fragen sind ein Auszug aus dem IHK-Merkblatt »Unternehmensführung – Checkliste für Übergeber«. Das komplette Merkblatt steht auf der IHK-Website zum Download bereit. Dort finden Unternehmer auch zahlreiche weitere Informationen, Tipps und Checklisten zur Nachfolge:

www.ihk-muenchen.de/unternehmensnachfolge

DIHK-Report 2020

Nachfolgersuche in Coronazeiten



Quelle: DIHK-Report Unternehmensnachfolge 2020

Viele Seniorchefs verschieben gerade die Entscheidungen zur Übergabe ihres Betriebs, weil sie sich zunächst um die Sicherung des Unternehmens in der Coronakrise kümmern wollen. Das ist ein Ergebnis des aktuellen Reports Unternehmensnachfolge 2020 des Deutschen Industrie- und Handelskammertags (DIHK). In vielen Fällen könnte die Coronapandemie auch den Wert des Unternehmens drücken und somit das Problem bei der Nachfolgersuche verschärfen. Dies gilt gerade im Hinblick auf die Branchen der übergabereifen Unternehmen.

So stammte die Mehrheit der Firmen, die in neue Hände wechseln sollten, 2019 aus den Branchen Handel und Industrie sowie aus dem Hotel- und Gaststättengewerbe (s. Grafik links). Fast alle Betriebe aus dem Gastgewerbe sind jedoch massiv von den Folgen der Pandemie in Mitleidenschaft gezogen. 93 Prozent rechnen hier mit erheblichen Umsatzeinbußen.

Innerhalb von Handel und Industrie gibt es zwar deutliche Unterschiede, was die Coronabetroffenheit der Unternehmen angeht. Insgesamt erwarten die Firmen aber auch in diesen Branchen, dass der Umsatz stark zurückgeht.

Aus Sicht der an einer Nachfolge Interessierten sind im Übrigen Industrieunternehmen mit Abstand am attraktivsten: 40 Prozent der potenziellen Nachfolger, die sich 2019 von der IHK beraten ließen, wollten gern einen Industriebetrieb übernehmen. 22 Prozent gaben den Handel als bevorzugte Branche an, 14 Prozent das Hotel- und Gaststättengewerbe.

[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]

Grüne Energie für **dahoam**

Strom aus der Region für die Region: Seit 100 Jahren gilt dieses Motto in Haag und Umgebung. Ein 1921 geplantes Wasserkraftwerk bildet die Keimzelle der heutigen Kraftwerke Haag Gruppe.

EVA ELISABETH ERNST

Lieber preiswerte heimische Wasserkraft als Kohle aus dem Ruhrgebiet – so lautete der Leitgedanke der fünf Investoren aus Oberbayern, die 1921 die Kraftwerke Haag AG gründeten und den Bau des Kraftwerks Vorderleiten ermöglichten. »Das war eine echte Pioniertat«, findet Ulrich Schwarz, Geschäftsführer der Kraftwerke Haag GmbH. »Der Siegeszug des elektrischen Stroms nahm in dieser Zeit erst langsam Fahrt auf. Vor 100 Jahren begannen Städte und Gemeinden nach und nach damit, ihre Straßen elektrisch zu beleuchten und Industrieunternehmen mit Strom zu versorgen.« 1923 ging schließlich das Wasserkraftwerk in Betrieb. Mit einer maximalen Leistung von 900 Kilowatt, mit der jährlich bis zu drei Millionen Kilowattstunden Strom erzeugt werden können, galt es damals als völlig überdimensioniert.

Heute deckt der produzierte Strom nur noch zwei bis drei Prozent des Verbrauchs im Einzugsgebiet. Dies erstreckt sich auf

Die Firmengründung war eine »echte Pioniertat«, sagt Ulrich Schwarz, Chef der Kraftwerke Haag

Foto: Thorsten Jochim

eine Fläche von 330 Quadratkilometern rund um die Marktgemeinde Haag in Oberbayern. Im Laufe der vergangenen 100 Jahre ist das Unternehmen organisch gewachsen. »Wir haben immer wieder kleinere Netzbetreiber übernommen, für die sich der Betrieb ihres Stromnetzes nicht mehr gelohnt hat«, erklärt Geschäftsführer Schwarz. Die letzte dieser Transaktionen fand 2011 statt, als das Elektrizitätswerk Mittermeier aus Isen eingegliedert wurde.

Unter dem Dach der Haager BeteiligungsAG agieren heute vier Tochterunternehmen. Die KWH Netz GmbH ist für den Betrieb des Stromnetzes verantwortlich. Die Kraftwerke Haag GmbH verkauft Strom und steht damit im direkten Wettbewerb mit anderen Stromanbietern. Die Energieerzeugung Haag GmbH betreibt das Kraftwerk Vorderleiten, die KWH Service GmbH fungiert als Dienstleister der Unternehmensgruppe und übernimmt übergeordnete Tätigkeiten wie Buchhaltung und Personalwesen.

Das Netz wächst weiter

65 Prozent der Aktien der Dachgesellschaft hält ein privater Großaktionär, der zugleich als Vorstand der Haager Beteiligungs AG agiert. Der Rest ist in Streubesitz, unter anderem bei Familienmitgliedern der Gründer. Aber auch die Bayernwerk AG, eine 100-prozentige Tochter des E.ON-Konzerns, hält Anteile.

An zwei Netzübergabestellen ist das Haager Stromnetz an das Netz der Bayernwerk AG angeschlossen, um die benötigte und die eingespeiste Strommenge kontinuierlich auszugleichen. »Über das Jahr gesehen, wird in unserem Gebiet mittlerweile mehr Energie erzeugt als verbraucht«, sagt Schwarz. Aktuell gibt es im Netz der KWH Netz GmbH über 2500 Stromeinspeiser mit Biogas- oder Photovoltaikanlagen – Tendenz steigend. Da in der Region derzeit viele Wohnhäuser gebaut werden, bei denen seit Kurzem die Ausstattung mit Photovoltaikanlagen gesetzlich vorgeschrieben ist, wächst das Netz der KWH Netz GmbH weiter. »Für uns ist das Fluch und Segen zugleich«, sagt Schwarz. »Natürlich freut es uns, wenn möglichst viel Strom regenerativ erzeugt wird und wir neue Kunden gewinnen können.« Andererseits erfordere dies hohe Investitionen in den Ausbau des Stromnetzes und die Ertüchtigung der Leitungen. »Denn die Netze wurden einst gebaut, um Strom zu beziehen und nicht, um ihn auszuspeisen«, erklärt der Geschäftsführer. »Sie sind aktuell am Ende der Belastungsgrenze.«

Dass die gesetzlich vorgegebene Abschreibungsfrist für diesen Teil der öffentlichen Infrastruktur 40 Jahre beträgt, erschwere die Finanzierung, sagt Schwarz. »Die Banken vergeben für maximal zehn bis 20 Jahre Kredite.« Dazu kommt, dass Stromnetzbetreiber, die ja in ihren Gebieten Monopolisten sind, strengen gesetzlichen Regulierungen unterliegen – auch im Hinblick auf die Netzentgelte, die sie ihren Kunden berechnen dürfen. Wegen der hohen Investitionen in das Stromnetz und der gesetzlich regulierten Netzentgelte ist das geschäftliche Umfeld für die KWH Netz GmbH aktuell schwierig.

Anders sieht es bei der Kraftwerke Haag GmbH aus, die sich als Stromanbieter eines hohen Marktanteils von rund 80 Prozent erfreut. »Es gibt durchaus günstigere Anbieter«, räumt Geschäftsführer Schwarz ein. »Aber wir sind der Stromanbieter aus der Region für die Region – und das wissen unsere Kunden zu schätzen.«

Unter dem Claim »Energie für dahoam« wird dieser Aspekt bei allen Kommunikationsmaßnahmen betont. Das Sponsoringkonzept spiegelt diesen Anspruch wider: Das Unternehmen fördert regionale Sportvereine, Blaskapellen, Büchereien und allerlei weitere Kultur- und Brauchtumsorganisationen im Netzgebiet.

Darüber hinaus werden bei Anschaffungen und Aufträgen grundsätzlich regionale Anbieter berücksichtigt. »Außerdem kommt es gut an, dass wir ein Kundencenter unterhalten, wo ein persönlicher Ansprechpartner bei Fragen und Problemen weiterhilft«, meint Schwarz. Dennoch gibt es auch in diesem Geschäftsfeld neue Herausforderungen und Mitbewerber. So verkaufen zum Beispiel einige Anbieter von Wärmepumpen oder Ladeinfrastruktur für Elektrofahrzeuge ihre Hardware mittlerweile inklusive Strom-Flatrate. »Dann hat der Endverbraucher keinen Einfluss mehr darauf, woher er den Strom bezieht«, sagt Schwarz. Um die Stromwertschöpfung auch künftig in der Region zu halten, entwickeln die Kraftwerke Haag daher ebenfalls Kombiangebote für Ladeinfrastruktur sowie Photovoltaikanlagen plus Speicher.

Die Energiewende vor Ort umzusetzen, ist für den 52-jährigen Diplom-Kaufmann Schwarz, der seit Studium und Promotion in der Energiewirtschaft tätig und seit 2015 Geschäftsführer der Kraftwerke Haag GmbH ist, das übergeordnete strategische Ziel. Dabei spielen nicht nur die gesetzlichen Rahmenbedingungen, sondern auch technische Innovationen eine wichtige Rolle.

Ausgesprochen interessant findet er zum Beispiel die Möglichkeit, Strom in großem Maßstab mittels Wasserstofftechnologie zu speichern. Schwarz: »Es gibt auch für uns als mittelständischen lokalen Anbieter immer wieder neue Themen.« ■

Zum Unternehmen

- gegründet 1921 als Kraftwerke Haag AG
- heute Haager Beteiligungs AG mit den Töchtern
  - KWH Netz GmbH (Netzbetrieb)
  - Kraftwerke Haag GmbH (Stromvertrieb)
  - Energieerzeugung Haag GmbH (Betrieb des Kraftwerks Oberleiten)
  - KWH Service GmbH (Dienstleistungsgesellschaft für die Firmengruppe)
- 35 Mitarbeiter
- 330 Quadratkilometer Netzgebiet in der Region Haag mit 16500 Entnahmestellen

www.kraftwerke-haag.de
www.kwh-netz.de

Trinkhalme ohne Plastik – Wisefood-Geschäftsführer Philipp Silbernagel

Foto: Wisefood

Aufessen, bitte!

Von der ersten Idee bis zum Markterfolg – für viele junge Firmen ist das ein Pfad mit einigen Umwegen. Das Münchner Unternehmen Wisefood hat mehrmals umgesteuert, bis das Geschäft mit biologisch abbaubarem Essgeschirr Fahrt aufnahm.

SABINE HÖLPER

Darum geht's

- Zunächst sollte ein hochpreisiger Trinkhalm für Trendsetter entwickelt werden, jetzt zielt das Unternehmen auf den Massenmarkt ab.
- Eine Investorenbeteiligung für die Weiterentwicklung des Produkts kam nicht zustande, Crowdfunding überbrückte die Finanzierungslücke.
- Der Vertrieb erfolgt nicht nur über Supermärkte, sondern auch über den Großhandel für Gastronomie und Hotellerie.

Zum Cocktail gehört ein Strohhalm. Zugegeben, er mag nicht unbedingt notwendig sein, aber für viele macht das dünne Trinkröhrchen den Genuss erst perfekt. Das Problem ist nur: Der Plastikhalm landet nach einmaligem Benutzen im Müll, danach belastet er die Umwelt. Es sei denn, man isst ihn einfach auf.

Einen Plastikhalm kann man selbstverständlich nicht verspeisen. Wohl aber die Trinkhalme, die das junge Garchinger Unternehmen Wisefood GmbH produziert und vertreibt. Sie bestehen aus nachwachsenden Rohstoffen wie Getreide und Apfelfasern, Letztere sind ein Nebenprodukt der Apfelsaftproduktion. Nachdem das Getränk leer ist, nascht man den Halm. Und selbst wenn man ihn im Glas zurücklässt, belastet er die Umwelt nicht. Er kann nach Gebrauch in den kompostierbaren Müll, nach zwei bis drei Wochen zersetzt er sich von selbst. Wisefood hat seine Erfindung »SUPERHALM« getauft. In alkoholischen Drinks hält er zwei Stunden lang, in Getränken ohne Alkohol eine Stunde.

»Damit ist er deutlich stabiler als die meisten Trinkhalme aus Papier«, sagt Philipp Silbernagel. Der 29-Jährige hat den Halm erfunden, zusammen mit einem Team von

mehreren Studenten an der Universität Karlsruhe.
Silbernagel hat Elektrotechnik studiert, 2014 dann gemeinsam mit einem Partner das Unternehmen Plakos gegründet, eine E-Learning-Plattform für Ausbildungsbewerber und Berufseinsteiger. Als das Unternehmen zwei Jahre später stark automatisiert war, suchte Silbernagel eine neue Herausforderung. Durch Zufall wurde er auf das Studententeam aufmerksam. Ihm gefiel die Idee, eine Alternative zu Plastikstrohhalmen zu entwickeln. Also schloss er sich der Gruppe an.

Auf der Suche nach Kapital

»Ich wollte das Projekt nach vorn bringen«, sagt er. Anfangs war geplant, einen eher hochpreisigen Halm auf den Markt zu bringen, für Trendsetter, die 50 Cent für etwas Neues bezahlen. Doch dann kam alles anders. Das Gründerteam hatte gemeinsam mit dem Deutschen Institut für Lebensmitteltechnik die ersten 10000 biologisch abbaubaren Trinkhalme produziert. Die Gründershow »Die Höhle der Löwen« wurde darauf aufmerksam, lud die Jungunternehmer ein. Diese folgten dem Ruf ins Fernsehstudio gern und stellten den Investoren ihre neue Lösung vor. Doch die Produktvorführung zeigte: Der Halm löste sich nach wenigen Minuten im Getränk auf. Marktreif war er mit dieser kurzen Lebensdauer noch nicht. Und Kapital gab es von den »Löwen« daher auch nicht.
»Ich dachte, wir könnten die Investoren begeistern, Geld für die Weiterentwicklung des Produkts lockerzumachen«, sagt Silbernagel. Doch die haben grundsätzlich andere Vorstellungen: Sie investieren in ausgereifte Produkte, um mit dem Kapital die Markteinführung voranzutreiben.
Das nach mehreren Wechseln im Team formierte Gründertrio um Philipp Silbernagel, Patricia Titz und Maximilian Lemke hatte verstanden: Im nächsten halben Jahr entwickelten sie den Trinkhalm weiter, bis er mindestens eine Stunde lang unbeschadet in einem Getränk überstehen konnte. Von da an hatten sie ein Produkt mit Perspektive – wenn auch noch keinen Finanzier. Beim Geldeinsammeln half alternativ erst einmal Crowdinvesting weiter. Mehr als 10000 Euro kamen so in kürzester Zeit zusammen. Genug Geld, um weiterzumachen – und zudem noch mehr Aufmerksamkeit zu generieren: Durch die Kampagne hatten, wie zuvor schon durch die TV-Show, potenzielle Konsumenten von dem neuen, umweltschonenden Trinkhalm erfahren – der nun auch funktional war. Die Begeisterung war groß, das neu gegründete Unternehmen im Aufwind.
Das zeigte sich an der Reaktion potenzieller Geldgeber: Business Angels stiegen ein, so kam es zur ersten größeren Finanzierungsrunde. Die nächste folgte kurz darauf mit mehreren Investoren, darunter der Essenslieferdienst Delivery Hero. Insgesamt hat die Firma mit seinen 13 Mitarbeitern laut Silbernagel bisher einen siebenstelligen Betrag eingesammelt.
Mittlerweile produzieren die Unternehmer den Trinkhalm auch nicht mehr in Eigenarbeit. »Anfangs haben wir selbst am Band gestanden, die Halme geschnitten, getrocknet und händisch verpackt«, erzählt der Gründer. Heute arbeitet das Unternehmen mit mehreren professionellen Herstellern überwiegend aus Deutschland zusammen, die die Produkte exklusiv für Wisefood fertigen.
So kann die junge Firma die Halme in größeren Mengen und günstiger herstellen. Eine Packung mit 30 Stück kostet knapp drei Euro. Damit ist das Produkt für viele Endkunden interessant. Sie können es im firmeneigenen Onlineshop sowie in gut sortierten Edeka- und Rewe-Filialen erstehen. Vor allem aber finden sich die Trinkhalme bei Großhändlern wie Hamberger, Transgourmet oder Selgros. Dort werden sie von Gastronomen und Hoteliers eingekauft. Zu den Kunden gehören unter anderem bekannte Ketten wie Ibis oder Accor.
Das Produktportfolio hat Wisefood ebenfalls ausgedehnt. Seit geraumer Zeit sind essbare Eislöffel und Rührstäbchen zum Beispiel für Kaffee auf dem Markt. Ganz neu, seit Ende 2020 im Programm, sind Becher und Snackschalen. Und das soll noch lange nicht alles gewesen sein.
»In einem Jahr wollen wir die Nummer eins für essbares Geschirr werden«, sagt Silbernagel. Auch international will Wisefood noch stärker präsent sein. Dabei liefert das Unternehmen schon heute in 20 Länder, seit Kurzem sogar bis nach Australien. Weit mehr als 50 Prozent des Umsatzes werden außerhalb Deutschlands erwirtschaftet.

Nachhaltig – die Trinkhalme bestehen aus nachwachsenden Rohstoffen wie Getreide und Apfelfasern

Foto: Wisefood

Silbernagel ist guter Dinge, dass sein Unternehmen kontinuierlich weiterwachsen wird. Zwar hat die Coronakrise auch Wisefood erwischt. Geschlossene Restaurants, Bars und Hotels haben sich negativ auf den Absatz der Halme, Löffel und Rührstäbchen ausgewirkt. Doch erstens dürfte dies nur ein vorübergehender Einbruch sein. Zweitens spielt ein Gesetz dem Unternehmen in die Hände: Ab Sommer 2021 sind Plastikstrohhalme und Einweggeschirr aus Plastik in der EU verboten. Dann, so die Erwartung, geht der Run auf Ersatzprodukte erst richtig los. ■

www.wisefood.eu

Oben schwimmen

Der Flößereibetrieb Josef Seitner hat ein Jahr Stillstand aus eigenen Mitteln durchgestanden. Mit Impfungen und Schnelltests könnte es in der Saison 2021 wieder losgehen, hofft er.

KLAUS MERGEL

So still war es in den vergangenen 100 Jahren hier wohl nie. Ein Jahr lang war das Loisachufer in Wolfratshausen, Ortsteil Weidach, von idyllischer Ruhe geprägt. Sonst herrscht dort im Sommer ab sieben Uhr geschäftiges Treiben, wenn die Flöße zusammengebaut werden und gen München auf Tour gehen: Die traditionellen Gaudifahrten gehören zu Oberbayern wie der süße Senf zur Weißwurst. 2020 gab es wegen der Coronakrise eine Zwangspause. Wenn alles klappt, geht es jedoch bald wieder los: Josef Seitner, Flößer in der vierten Generation, ist zuversichtlich: »Wir bereiten uns auf die neue Saison vor. Wir schauen nach vorne.«

Noch sieht es beim Flößereibetrieb Josef Seitner OHG nicht danach aus. Auf dem Betriebsgelände ist alles akkurat aufgeräumt, die Ruder sind unter einem Vordach verstaut. Und auch wenn 2020 keine einzige Floßfahrt stattfand, so gab es in den vergangenen Monaten doch immer etwas zu tun. »Die üblichen Vorbereitungen im Herbst und Winter«, sagt Seitner. »Ich mag diese Arbeit recht gern.«

Seitner, Schwiegersohn Michele Scollo (41) und Mitarbeiter Jason Charles (43) haben neue Rudersäulen aus Buchenholz geschnitzt, die später in eine Vertiefung im Floß gesteckt werden. Sie haben dicke Eisendrähte zusammengedreht, mit denen man die Stämme mit Stahlkeilen verbindet. Und Weidenäste aus den Isarauen zu Schlingen geflochten, mit denen die Ruder befestigt werden. »Die Weiden sind elastisch, ein Metallring würde das Holz durchreiben«, erklärt Seitner.

Kaum jemand kennt das Geschäft so gut wie er: Seit er 16 Jahre alt ist, ist er bei den Fahrten an Bord. Zu Zeiten seines Großvaters brachte man so noch Bauholz und Steine und sogar Geigen aus Mittenwald in die bayerische Landeshauptstadt.

Optimistisch – Josef Seitner (r.) mit Schwiegersohn Michele Scollo (l.) und Mitarbeiter Jason Charles

Foto: Klaus Mergel

Seit den 1950er-Jahren, als die Lkws die Straßen eroberten, transportiert man per Floß nur noch Personen: Gaudifahrten für Vereine, Firmen und Touristen. Seit April 2020 ist die Tradition sogar in das bayerische Landesverzeichnis des immateriellen Unesco-Kulturerbes eingetragen.

Genau genommen, gab es 2020 noch mehr zu feiern: das 170-jährige Jubiläum des Flößereibetriebs Josef Seitner. Dem Großvater ist es zu verdanken, dass die Floßschifffahrt noch existiert. Er veranlasste seinerzeit die Isar-Amper-Werke zum Bau von Floßgassen. Doch 2020 war niemandem so richtig zum Feiern zumute. »Diese Ehrung ist schön und macht uns stolz«, sagt Josef Seitner, »hat uns aber nicht viel geholfen.«

Einnahmen: null Euro

Schon zu Beginn der Krise war klar: Auf den urwüchsigen Wasserfahrzeugen, die auf dem Gebirgswasser gen München gleiten, würden sich auf 18 mal 6,80 Metern bis zu 60 Personen tummeln. Der Mindestabstand wäre kaum einzuhalten. Die Coronabeschränkungen hält Seitner trotz Verlusten für sinnvoll: »Absolut richtig. Lieber Vorsicht als Nachsicht.«

Am Ufer in Weidach liegen die 60 Baumstämme, aus denen sonst die Flöße gebaut werden, also ungenutzt herum. »Die Hälfte mussten wir ersetzen«, sagt der 73-Jährige, »die waren schon über ein Jahr alt. Da kann man sie nicht mehr verwenden.« Rund 6500 Euro musste der Betrieb neu investieren – obwohl die Stämme nie Isarwasser gesehen haben: Haarrisse könnten auftreten. Im vergangenen Herbst suchten also Seitner und seine Mitarbeiter neue Stämme im Staatsforst aus: Nur schnurgerade gewachsene Fichten, bestes Mondholz und rund 45 Zentimeter stark, eignen sich zum Floßbau. Klar, dass solch ausgewähltes Material den üblichen Holzpreis übersteigt.

Die Einnahmen des Flößereibetriebs 2020: null Euro laut Steuerberater. Soforthilfe? Wurde nicht beantragt. Doch auch wenn Betriebsgelände und -gebäude sich im Eigentum des Familienunternehmens befinden, entstehen mit jedem Tag Stillstand Kosten, unter anderem für Versicherungen für Gebäude, die zahlreichen Fahrzeuge und die Betriebshaftpflicht. In »normalen Zeiten« werkeln in Weidach täglich bis zu 20 Mitarbeiter: Es gilt, die Flöße zu bauen, vorzubereiten und sich um die Gäste zu kümmern. Derzeit sind jedoch alle Hilfskräfte zu Hause, die drei fest angestellten Vollzeitkräfte in Kurzarbeit. »Wir sind über die Kurzarbeiterregelung sehr glücklich, denn die Löhne bedeuten viel Geld für uns«, sagt Seitner.

Er selbst ist als Seniorchef in Rente und damit »halbwegs versorgt«. Doch der Betrieb, den seit einigen Jahren seine Töchter Martina und Petra in fünfter Generation führen, lebt von der Substanz. »Die Jahre zuvor waren gut, da darf man nicht jammern«, sagt Seitner. »Ein Jahr Verdienstausfall stemmen wir aus den Rücklagen. Doch bei einem zweiten Jahr wird es kritisch.«

2020 gab es keine Floßfahrten – die Ruder für die Flöße sind noch unter einem Vordach verstaut

Foto: Klaus Mergel

Man muss anpacken bei der Flößerei. Und ungefährlich war das Geschäft in der Vergangenheit nie. 20 Tonnen sind bei einem Floß in Bewegung – ohne Ladung. In früheren Zeiten habe man, so erzählt Seitner, am liebsten Nichtschwimmer angeheuert: »Die verteidigen das Floß, wenn was ist.« Er grinst. Junggesellen wurden bevorzugt – die belasteten im Todesfall die Innungskasse nicht so stark. Aber: Ein Flößer erlebte was und galt etwas. Sein Großvater Sebastian war bei der letzten Floßfahrt auf der Donau an Bord, als man 1904 einen Biersudpfannendeckel von Bayern nach Wien transportierte.

Vielleicht hat diese Nähe zur harten Realität – kombiniert mit der Solidität eines bayerischen Familienbetriebs – die Seitners so unerschütterlich und optimistisch gemacht. »Wir stellen uns darauf ein, dass es 2021 mit einer Impfung und Schnelltests wieder losgeht«, sagt der Seniorchef. »Wenn der Test dann negativ ist, kann ein Gast aufs Floß. Denn was gibt es Schöneres für die Menschen, als mit einer Halben Bier und einer Brotzeit bei schöner Musik auf der Isar zu fahren?«

Vor Corona schickte die Firma Seitner täglich drei Flöße auf die Reise. Nach der Ankunft in München-Thalkirchen wurden sie zerlegt und per Lastwagen zurück nach Wolfratshausen transportiert. »Ein ewiger Kreislauf«, sagt Seitner. Die Kundschaft: Vereine, Betriebsausflüge und Touristengruppen, die über professionelle Anbieter zusammengestellt und gebucht werden. Denn die Fahrt wird pauschal in Rechnung gestellt, mit 60 Passagieren kostet eine Tour nach München rund 3000 Euro, mit Verpflegung 5300 Euro, die Kapelle muss extra bezahlt werden.

Es habe im Krisenjahr 2020, so Seitner, Überlegungen gegeben, ob man nicht auch nur 30 Leute befördern könne – also mit Sicherheitsabstand. »Rein theoretisch würde das gehen. Doch inklusive Brotzeit und Musik wäre das für die Kunden zu teuer.«

Also gehen die Flößer für die Zukunft vom Besten aus. Und machen sich bereit zu starten, wenn von den Behörden ein O.K. kommt. Ohne Klagen. »Wir müssen alle mit dem Virus leben«, sagt Seitner. »Seien wir froh, wenn wir nicht daran erkranken.« ■

flossfahrt.de

Familiensache – die Schwestern Sabine Detter, Iris Detter und Birgit Strasser (v. l.) führen das Graminger Weißbräu zusammen mit ihren Eltern

Foto: Graminger Weißbräu

Ein **Prosit** auf bessere Zeiten

Die Pandemie trifft die oberbayerischen Brauereien unterschiedlich hart. Während einige Brauhäuser von der steigenden Nachfrage nach Flaschenbier profitieren, müssen andere viel Kreativität beweisen, um ihre Umsatzeinbußen zumindest teilweise aufzufangen.

STEFFI SAMMET

Das abgesagte Volksfest in Altötting, das geschlossene Gasthaus, der eingebrochene Umsatz an Fassbier im Jahr 2020 – all das scheint Sabine Detter abzuschütteln. Es ist die Zukunft, die der Mitinhaberin der Brauerei Graminger Weißbräu Sorgen bereitet: »Eigentlich wären wir jetzt mitten in den Vorbereitungen für unser Festzelt auf der Dult in Altötting.« Dass die Geschäfte im Februar und März dieses Jahres stillstehen, liege ja auf der Hand. »Aber was ist im Sommer? Wie viel Bier sollen wir brauen?«, fragt sich die 51-jährige Braumeisterin. Brauprozesse bräuchten ihre Zeit und das Brauhaus wisse nicht, wie es weiter gehe.

Viele Braumeister der knapp 90 Brauereien, die in Oberbayern Weiß- und Märzenbier, Dunkles und Helles brauen, pflichten Detter bei. Dennoch wirkt sich die Pandemie nicht bei allen Braustätten gleich hart aus: Je nachdem, wie sie sich im Markt positioniert haben, spüren sie die Auswirkungen der Lockdowns mehr oder weniger stark. Einige Brauhäuser, deren Umsätze einbrechen, versuchen, kreative Antworten auf die Krise zu finden, damit sie ihr Bier dennoch unters Volk bringen.

So wie die Brauerei Graminger Weißbräu, deren Geschäft auf verschiedenen Säulen

basiert: Neben dem Flaschen- und Fassbierverkauf unterhält sie einen eigenen Gasthof, beliefert andere Gastronomen und betreibt ein Festzelt auf der Altöttinger Dult. Weil der Shutdown es nicht erlaubt, das Gasthaus zu öffnen, und die umliegenden Wirte, die ansonsten das Weißbier des Brauhauses beziehen, ebenfalls keine Kunden bewirten dürfen, bietet Detter mit ihren Schwestern samstags und sonntags »Essen to go« an. »Unter der Woche rentiert sich das Angebot nicht, weil wir dafür zu abseits liegen«, sagt sie. Am Wochenende laufe es aber ganz gut. »Wir merken, dass die Leute helfen wollen.«

Darüber hinaus betreibt Graminger Weißbräu seit einigen Monaten einen »Tante Inge Laden«: »Er ist nach meiner Mutter benannt, die bei meinen Cousinen nur die Tante Inge ist«, erklärt Detter den ungewöhnlichen Namen. In den Räumen des Gasthauses bietet die Brauerei ihre Biere im Sixpack oder flaschen- und kistenweise an. Regionale Produkte wie Honig aus den nahen Imkereien oder von Biobauern, die unter anderem Nudeln aus eigener Getreideproduktion herstellen, finden sich ebenfalls im Laden.

Begeistert nehmen viele Kunden auch die Möglichkeit von Bierverkostungen wahr. Im Schnitt veranstaltet Detter einmal wöchentlich ein Bierseminar online, für das die Brauerei den Teilnehmern ein Paket mit den Graminger Weißbieren und Malz zum Probieren zusendet. Während der Verkostung erfahren die Teilnehmer dann online alles Wissenswerte über die Kriterien, nach denen sich ein Bier beurteilen lässt: die Farbe, den Schaum, den Geruch und den Geschmack. »Mir machen die Seminare viel Spaß, sie bringen Leute zusammen, die sich gar nicht kennen. Selbst aus Hamburg hatten wir schon Teilnehmer«, berichtet Detter.

Auch Georg Hell hat eine Antwort auf die Herausforderungen der Coronapandemie gefunden. Der 27-Jährige braut in fünfter Generation die Malzgetränke der Altöttinger Brauerei Hell. Hell geht davon aus, dass »die Altöttinger Hofdult, die Kirta und das Töginger Volksfest, bei denen wir jeweils ein Festzelt betreiben, 2021 nicht stattfinden«. Um dennoch Umsatz zu generieren, hat das Brauhaus im Sommer 2020 einen Imagefilm erstellt und auf Facebook gepostet. Auch auf Instagram macht Hell Werbung für das Hell-Bier. »Mit Erfolg«, wie er betont, »denn die Aktionen hatten durchaus positive Effekte.«

Kein Wunder, denn zwischen Kiel und Garmisch-Partenkirchen zählt Bier zu den beliebtesten alkoholischen Getränken der deutschen Verbraucher. 2020 tranken die Deutschen im Schnitt rund 95 Liter pro Kopf. Obwohl der Bierkonsum hierzulande seit einigen Jahren kontinuierlich sinkt und sich auch die Coronakrise durch die geschlossenen Kneipen und Gastwirtschaften sowie die abgesagten Veranstaltungen wie das Oktoberfest auswirkt, gibt es einige Brauereien, bei denen der Absatz stabil geblieben ist. Zu diesem Kreis zählen insbesondere die Brauhäuser, die ihre Umsätze vor allem im Handel erwirtschaften.

100 Millionen

Maß Bier weniger als sonst produzierten die bayerischen Brauereien im Coronajahr 2020 – das ist ein Minus von 4,1 Prozent.

»Die Nachfrage nach Flaschenbier ist bei uns seit Beginn der Pandemie gestiegen«, beobachtet Karl Berger, Inhaber der gleichnamigen Brauerei in Reischach, etwa 95 Kilometer östlich von München. Zwar habe der eigene Braugasthof geschlossen und das Geschäft mit dem Fassbier sei komplett zum Erliegen gekommen, weil es seit Ausbruch der Coronakrise kaum private Feiern und Erntedank- oder Trachtenfeste gegeben habe, sagt der 71-Jährige, der die kleine Brauerei in dritter Generation führt. »Aber dennoch sind wir gut ausgelastet.« Die drei Biersorten, die er gemeinsam mit seiner Tochter Katharina braut, verkaufen sich längst über die Landkreisgrenzen hinaus. Traditionell macht Berger keine Werbung für seine Malzgetränke – und daran hält der Brauereichef selbst in Pandemiezeiten fest.

Keinen Grund zu Beschwerden hat auch die private Landbrauerei Schönram, die etwa auf halber Strecke zwischen Waging am See und Freilassing liegt. »Natürlich steht bei uns das Fassbiergeschäft komplett still«, berichtet Marketingleiter Christian Thiel. Aber dafür sei die Nachfrage nach Flaschenbier gestiegen. »Das Bier, das die Leute sonst in Biergärten oder Gastwirtschaften getrunken hätten, trinken sie jetzt eben zu Hause«, ist Thiel überzeugt. Das mehr als 240 Jahre alte Brauhaus in Schönram liefert sein Bier zu etwa 90 Prozent an den Handel aus. Seit drei, vier Jahren bereits produziert die Brauerei am Kapazitätslimit. »Daran hat Corona nichts geändert«, ergänzt der Marketingleiter.

Dennoch will bei ihm nicht so richtig gute Laune aufkommen. Es tue weh zu sehen, wie die Kollegen leiden, die sich stark auf den Gastro-Bereich konzentrieren. Thiel: »Es ist ungut, wenn sich die Geschäfte innerhalb der Branche so unterschiedlich entwickeln.« ■

Darum geht's

- Geschlossene Gaststätten und ausgefallene Volksfeste setzen vielen Brauereien zu.
- Bierbrauer, die sich mit ihrem Absatz stark auf den Handel konzentrieren, kommen nahezu ungeschoren durch die Pandemie.
- In der Krise setzen Unternehmen auch auf neue Angebote wie etwa Bierseminare online oder eigene Geschäfte mit einem breiteren Warenangebot.

Foto: Christine Dempf

Verkaufen auf allen Kanälen

Social-Media-Plattformen eignen sich auch für mittelständische Händler als Vertriebsweg. Die Palette reicht von online gestellten Fotos und Videos bis hin zum Livestream-Shopping. Verkäuferisches Geschick ist dabei wichtiger als Technikwissen.

EVA ELISABETH ERNST

In rund 900 Posts auf Instagram hat Katja Keussen (50) bereits Outfits und Accessoires aus dem Sortiment ihres Ladengeschäfts Zusann am Wiener Platz in München präsentiert. Seit dem ersten Lockdown im Frühjahr 2020 nutzt sie die Social-Media-Plattform mit beeindruckender Intensität: »Wir posten etwa jeden Tag eine Story – nur an Weihnachten und Neujahr haben wir eine Pause gemacht«, sagt die Inhaberin der Zusann OHG. Man merkt es den Fotos und vor allem den kurzen Videos an, dass es Keussen Spaß macht, vor der Kamera zu stehen. Sie wirkt authentisch, ihre Begeisterung für jedes einzelne Produkt ist ansteckend.
Auf ihrem Instagram-Kanal wechseln die Formate, kleine Pannen und Versprecher

Gute Resonanz auf Instagram-Posts – Ladengeschäft Zusann in München

Generieren mit Social-Media-Aktivitäten rund 25 bis 30 Prozent der Besuche im Webshop – Anna von Hellberg (r.) und Laura Castien, Gründerinnen der Motel a Miio GmbH

Foto: Motel a Miio

zeigt Keussen in der Rubrik »Making-of«. Der Aufwand, der dahintersteckt, darf allerdings nicht unterschätzt werden: »Bevor wir fotografieren oder filmen, sind wir zu zweit jeden Tag rund zwei Stunden damit beschäftigt, die Ware herauszusuchen, den passenden Hintergrund auszuwählen und alles gut auszuleuchten«, berichtet die Unternehmerin. »Und dann muss schließlich auch noch der Text geschrieben werden.«

Instagram zur Kundenbindung

Die Mühe lohnt sich: Über Instagram bringt sich das alteingesessene Münchner Mode- und Dessoushaus bei seinen Kundinnen immer wieder in Erinnerung und erzielt auch im Lockdown Umsätze. »Die Kundinnen bestellen die Produkte, die ihnen gefallen, über Instagram-Nachrichten, E-Mail und Telefon«, sagt Keussen. In den ersten Wochen des Lockdowns wurden die Bestellungen persönlich ausgeliefert, jetzt können sie auch an der Ladentür abgeholt werden. Die Bezahlung erfolgt kontaktlos per Girocard oder Kreditkarte.

Auch wenn sich Keussen über die gute Resonanz auf ihre Instagram-Aktivitäten und die dadurch erreichten Verkäufe freut – derzeit erwirtschaftet sie lediglich ein Viertel des regulären Umsatzes. »Das ist natürlich besser als nichts«, sagt die Unternehmerin. »Aber unsere Fixkosten sind dadurch längst nicht gedeckt.«

Mit dem Thema Onlineshop beschäftigt sich Keussen ebenfalls schon seit dem ersten Lockdown, hat sich aber vorerst dagegen entschieden. »In diesen unsicheren Zeiten habe ich andere Prioritäten gesetzt. Zudem muss ein Onlineshop ja auch mit Inhalten gefüllt werden, was einen erheblichen Aufwand mit sich bringt«, sagt die Unternehmerin. Stattdessen verstärkte sie ihre Präsenz auf Instagram – und beweist, dass diese Social-Media-Plattform auch ohne Onlineshop durchaus als Verkaufskanal funktioniert.

»Social Commerce« nennen Experten diese neue Variante des Handels, bei der Produkte auf sozialen Netzwerken wie Facebook, Instagram sowie dem chinesischen Videokanal TikTok präsentiert werden. Mittlerweile bieten diese Plattformen auch die Möglichkeit zur Anbindung eines Onlineshops, sodass die gezeigten Produkte blitzschnell bestellt werden kön-

nen. In Lockdown-Zeiten nutzen stationäre Händler die Kanäle außerdem als digitales Schaufenster.
Viele Unternehmen beraten Kunden inzwischen aber auch telefonisch, sie schicken Interessenten auf Wunsch Fotos und Videos der betreffenden Produkte. Das fällt dann wohl nicht mehr in die Rubrik »Social Commerce«, hilft aber gerade dem Mittelstand dabei, die aktuell harten Zeiten zu überleben.
»Einzelhändler setzen auf neue und kreative Formen, um ihre Kunden zu binden und weiterhin Umsätze zu generieren«, sagt Carla Kirmis, Referentin Handel und E-Commerce bei der IHK für München und Oberbayern. »Dabei kann das große Plus des stationären Einzelhandels, nämlich die gute Beratung, durchaus in den digitalen Raum übertragen werden.«
Dies bestätigt Frank Rehme (60), Geschäftsführer des Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrums Handel. »Die letzten zwölf Monate haben deutlich gezeigt, wie wichtig es für jedes Handelsunternehmen ist, online präsent zu sein«, sagt er. Eine gute Website sowie ein professionelles Profil bei Google My Business bilden für ihn die Basis, gefolgt von Aktivitäten auf Social Media.
»Wer mit seinen Kunden schon vor Corona über Facebook oder Instagram vernetzt war, dem fiel es deutlich leichter, auch während des Lockdowns den Kontakt aufrechtzuerhalten«, betont Rehme. Von regelmäßigen Posts bis hin zum Verkauf über diese Plattformen sei es lediglich ein kleiner Schritt.

Fast wie Teleshopping

Die Königsdisziplin des Social Commerce bildet das sogenannte Livestream-Teleshopping. »Das ist im chinesischen E-Commerce seit einiger Zeit ein riesiges Phänomen und gewinnt auch bei uns an Relevanz«, sagt Handelsexperte Rehme. Seit etwa anderthalb Jahren preisen chinesische Händler ihre Waren in kurzen Clips auf Plattformen wie WeChat an, häufig mit dem eigenen Smartphone aufgenommen und live gestreamt.
Das Ganze ist durchaus vergleichbar mit dem bei uns schon länger bekannten Teleshopping, bei dem Moderatoren in Fernsehsendern Produkte vorstellen und die Zuschauer zum Kauf animieren. »Der große Unterschied ist jedoch die Interaktion mit den Zuschauern, die im Lifestream-Shopping möglich ist«, so Rehme. Im Chat können etwaige Fragen sofort beantwortet werden.

7 Tipps für den Start

Was ist beim Einstieg in den Verkauf über Instagram & Co. wichtig? Frank Rehme, Geschäftsführer des Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrums Handel, gibt folgende Empfehlungen:

1. Social Commerce eignet sich vor allem für beratungsintensive Produkte sowie für Artikel, die impulsiv oder zur Selbstbelohnung gekauft werden, wie etwa Fashion oder Technik-Gadgets.
2. Ein Smartphone jüngeren Datums, dazu vielleicht noch ein externes Mikrofon sowie ein Ringlicht mit Stativ und Halter für das Smartphone: Diese Minimalausstattung genügt, um Verkaufsvideos zu produzieren, die auf Social-Media-Plattformen gepostet werden können.
3. Für etwas komplexere Videos ist vor allem ein leistungsfähiges Notebook mit entsprechender Software nötig, die zum Beispiel Einblendungen zusätzlicher Informationen oder die Zusammensetzung mehrerer Einzelsequenzen erlaubt.
4. Die Plattformen lassen sich in der Regel problemlos und ohne großen Aufwand an moderne Onlineshops anbinden.
5. Wichtiger als die Technik ist der Mensch vor der Kamera, der jedes Produkt erklärt und interessant macht. Hier sind authentische und beratungsstarke Verkäuferpersönlichkeiten gefragt, die sich im Idealfall als Person selbst zur Marke machen.
6. Kontinuität ist wichtig, ein klares internes Social-Commerce-Konzept, wann und wie welche Produkte vorgestellt werden, daher äußerst empfehlenswert.
7. Vor der Veröffentlichung des ersten Posts müssen Logistik und interne Prozesse klar definiert sein: Wo und wie kann bestellt werden? Wie kommt die Ware zum Kunden? Wie erfolgt die Bezahlung? Darauf sollte auch bei jedem einzelnen Posting hingewiesen werden.

Handelsexperte Frank Rehme

Foto: Hoffotograf Berlin

Weitere praxisnahe Informationen rund um Social Commerce und die Digitalisierung des mittelständischen Einzelhandels gibt es unter:
www.kompetenzzentrumhandel.de

Foto: Motel a Miio

Motel a Miio verkauft Keramik aus Portugal – viele Kunden kommen via Social Media in den Webshop

Solche innovativen Beratungs- und Verkaufsformate sind dabei nicht nur etwas für große Unternehmen. »Social Commerce inklusive Lifestream-Shopping ist durchaus auch für mittelständische Einzelhändler geeignet – und zwar nicht nur zu Lockdown-Zeiten«, betont der Handelsexperte. Die Technik sei kein Grund, sich abschrecken zu lassen, findet er. Sie lasse sich auch ohne großes Spezialwissen bewältigen (siehe Kasten »7 Tipps für den Start«, S. 52).

Onlineshop ist angebunden

Diese Erfahrung hat auch Anna von Hellberg, Co-Gründerin und Geschäftsführerin der Motel a Miio GmbH aus München, gemacht. In mittlerweile 14 Ladengeschäften sowie im Onlineshop unter motelamiio.com verkauft das rasant wachsende Unternehmen handgemachte Keramik aus Portugal. »Die Anbindung unseres Onlineshops an Instagram war kein großes Ding«, sagt von Hellberg. Allerdings verfügt die 39-Jährige auch über eine gewisse Kompetenz in Sachen Social Media. Instagram und Facebook waren von Anfang an Teil der Kommunikationsstrategie.

Motel a Miio startete im November 2016 mit einem Pop-up-Sale im Münchner Glockenbachviertel, den das Unternehmen über diese Kanäle beworben hatte. Seither hat es rund 163000 Abonnenten auf Instagram gewonnen, auf Facebook sind es mehr als 30000 Fans. Darüber hinaus wird auch die Pinnwand-Plattform Pinterest regelmäßig bespielt. Anfang 2019 startete der Insta-Shop »motelamiio«.

Social Media inspiriert

»Wir generieren mit unseren Social-Media-Aktivitäten rund 25 bis 30 Prozent der Besuche im Webshop«, sagt von Hellberg. Allerdings dürfe auch die Wirkung von Instagram als Inspirationstool nicht unterschätzt werden. »Wir stellen fest, dass viele Kunden unsere Produkte via Instagram auf ihrem Handy sehen und sie dann zu Hause auf ihrem Desktop in unserem Onlineshop auswählen und bestellen.«

Der Shop im Internet kann rund 60 Prozent der Umsatzverluste auffangen, die durch den Lockdown der 14 Läden entstehen. »Die Laufkundschaft und die Spontankäufe, die sich durch den Blick ins Schaufenster ergeben, fehlen uns«, so von Hellberg.

Und nach dem Lockdown? Wird alles wieder so sein wie vor der Pandemie, wenn alle Geschäfte wieder geöffnet sind? »Es wird zwar zunächst einen Run auf die Innenstädte und Einkaufsmeilen geben«, prognostiziert Handelsexperte Rehme. »Doch die Onlineumsätze werden mittel- und langfristig hoch bleiben. Schließlich haben viele Verbraucher in den Lockdown-Monaten ihr Einkaufsverhalten komplett verändert und nicht nur Onlineshops, sondern auch die Vorteile des E-Commerce kennen und schätzen gelernt.« Daher empfiehlt der Experte allen Handelsunternehmen, ihre Onlinepräsenz zu stärken und auszuweiten. Rehme ist überzeugt: »Wer sich dem nach wie vor verschließt, wird die nächsten Jahre nicht überleben.« ■

IHK-Ansprechpartnerin zu E-Commerce
Carla Kirmis, Tel. 089 5116-2066
carla.kirmis@muenchen.ihk.de

Strengere Regeln – weniger Anreize für Abmahner

Foto: fotogestoeber/Adobe Stock

Trübe Aussichten für Serienabmahner

Ein neues Gesetz soll Unternehmen besser vor unseriösen Abmahnpraktiken schützen und so den fairen Wettbewerb stärken. Die wichtigsten Änderungen.

MELANIE RÜBARTSCH

Es ist eine häufige Masche: Weil es auf seiner Internetseite die Angaben zu Rechtsform und Handelsregister vergessen hatte, wurde ein Reisebüro aus dem Münchner Raum von einem vermeintlichen Wettbewerber und dessen Anwalt abgemahnt: Ein Onlinereisebüro aus Hamburg verlangte eine Unterlassungserklärung mit einer Vertragsstrafe von 5000 Euro für jede künftige Zuwiderhandlung. Das Reisebüro zweifelte jedoch an der Mitbewerberstellung des Abmahners, recherchierte und klagte gegen die Abmahnung vor Gericht – mit Erfolg: Das Oberlandesgericht Frankfurt am Main wertete das Vorgehen des Abmahners als rechtsmissbräuchlich. Darauf lasse einerseits die hohe Anzahl an Abmahnungen schließen, die das Hamburger Unternehmen an verschiedene Reisebüros adressiert hatte, andererseits die Tatsache, dass es selbst nur in einem sehr geringen Umfang Reiseleistungen anbiete und damit kein wirklicher Mitbewerber sei.

Diese und vergleichbare Rechtsprechung zu Fragen rund um Abmahnungen gegenüber Wettbewerbern wurde nun im neuen »Gesetz zur Stärkung des fairen Wettbewerbs« integriert. »Das Regelwerk soll unseriösen Abmahnpraktiken einen Riegel vorschieben. Dabei hat es viele Forderungen der IHKs aufgegriffen«, freut sich Amelie Winkhaus, Expertin für Wettbewerbsrecht bei der IHK für München und Oberbayern.

Mitbewerber sind nun lediglich dann berechtigt abzumahnen, wenn sie tatsächlich ein Konkurrent des Abgemahnten sind. Das heißt: Sie dürfen nicht nur in geringem Maße ähnliche Waren oder Dienstleistungen anbieten. Darüber hinaus sind Abmahnungen unwirksam, wenn der Mitbewerber zum Beispiel eine erhebliche Anzahl von Verstößen gegen die gleiche Rechtsvorschrift geltend macht, insbeson-

dere, wenn die Anzahl unverhältnismäßig im Vergleich zum Umfang der eigenen Geschäftstätigkeit ist. Gleiches gilt, wenn der Absender den Gegenstandswert der Abmahnung oder Vertragsstrafen unangemessen hoch ansetzt.

Außerdem verringert das Gesetz den Anreiz abzumahnen. Denn jetzt sind Vertragsstrafen grundsätzlich tabu, wenn jemand einen Mitbewerber erstmalig wegen eines Verstoßes gegen die gesetzlichen Informations- und Kennzeichnungspflichten oder das Datenschutzrecht abmahnt und der Adressat in der Regel weniger als 100 Mitarbeiter beschäftigt. »Gut ist auch, dass der sogenannte fliegende Gerichtsstand aufgehoben wurde«, sagt IHK-Expertin Winkhaus. Generell ist nun immer das Gericht am Sitz des Abgemahnten zuständig.

Im Dezember 2021 tritt noch eine weitere Verbesserung in Kraft: Ab dann können auch Wettbewerbs- und Wirtschaftsverbände oder -vereine nur noch dann abmahnen, wenn sie sich zuvor in eine Liste qualifizierter Wirtschaftsverbände haben eintragen lassen. »Das soll insbesondere unseriöse Vereine abschrecken, die sich auf Abmahnungen spezialisiert haben«, sagt Winkhaus.

Die Juristin erwartet, dass das Gesetz vor allem zum Schutz kleinerer Unternehmen beiträgt. Jedoch müsse die Praxis zeigen, wie gut dies gelingt. »Problematisch an den neuen Regeln ist nämlich, dass sie an vielen Stellen mit unbestimmten Rechtsbegriffen arbeiten, die im Einzelfall ausgelegt werden müssen.« Damit wird der ein oder andere Fall wohl doch wieder vor Gericht landen. ■

IHK-Ansprechpartnerin zum Thema Abmahnung
Dr. Amelie Winkhaus
Tel. 089 5116-1689
amelie.winkhaus@muenchen.ihk.de

Abmahnung erhalten – was tun?

Wer unabsichtlich oder bewusst in irreführender Weise wirbt, Schutzrechte verletzt oder Informationspflichten auf seiner Website nicht einhält, muss damit rechnen, kostenpflichtig abgemahnt zu werden. Hat ein Unternehmer eine Abmahnung erhalten, sollte er ruhig bleiben, das Schreiben gründlich prüfen und sich im Zweifel zügig Rechtsrat bei einem Anwalt oder der IHK holen. »Auf keinen Fall sollte er übereilt eine Unterlassungserklärung abgeben oder Gebühren bezahlen«, rät Amelie Winkhaus, Expertin für Wettbewerbsrecht bei der IHK für München und Oberbayern.

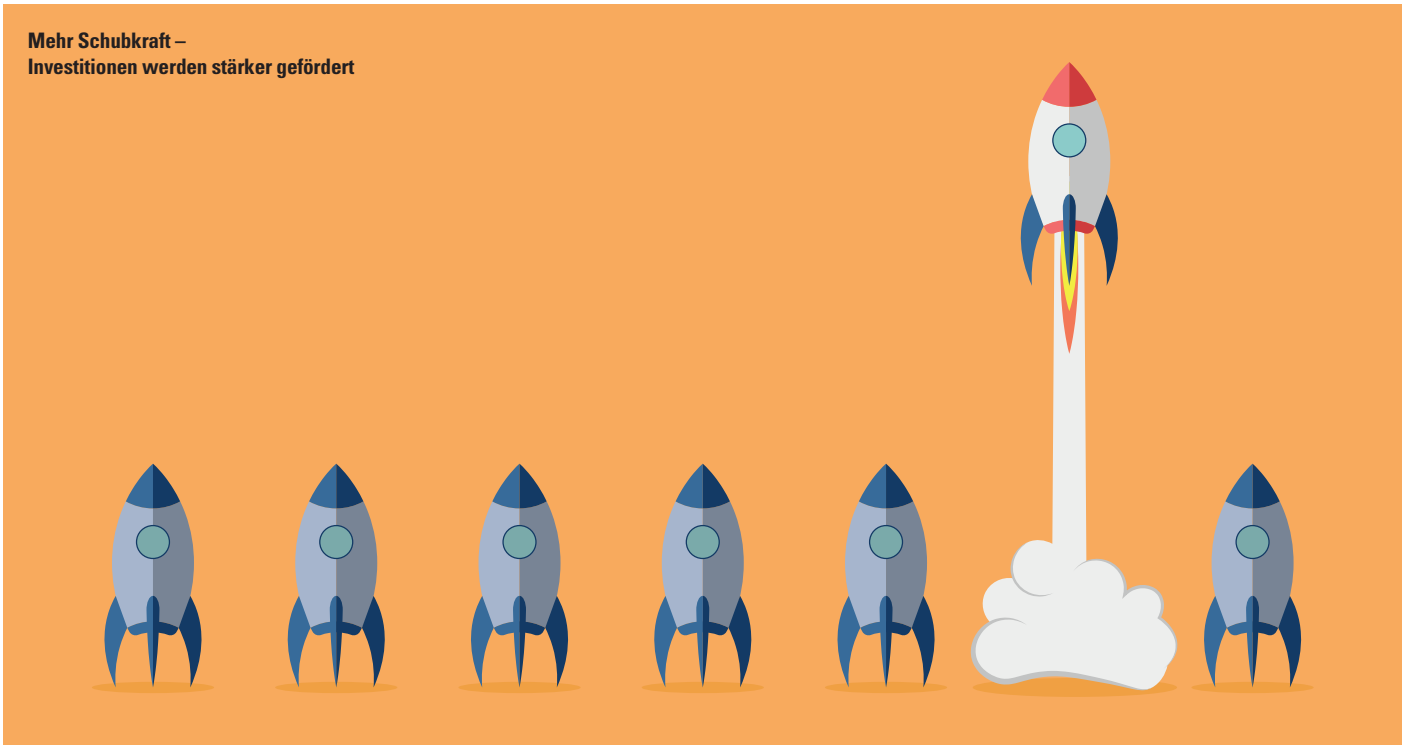
Nützliche Checklisten und weitere Erläuterungen auch zur neuen Rechtslage finden Unternehmen unter:
www.ihk-muenchen.de/abmahnung

ANZEIGE

Mit dem Abschluss des Handels- und Kooperationsabkommens zwischen dem Vereinigten Königreich und der EU sind neue Vorschriften in Kraft getreten. Unternehmen, die Handelsbeziehungen zum Vereinigten Königreich unterhalten, sollten sich entsprechend informieren und die erforderlichen Vorkehrungen treffen.

1. Im Warenverkehr zwischen der EU und dem Vereinigten Königreich sind jetzt bestimmte Zoll- und Grenzformalitäten zu beachten. Erkundigen Sie sich bei den deutschen Zollbehörden oder Ihrer Handelskammer, welche Zollverfahren Sie oder Ihr Vertreter einhalten müssen, um Waren zwischen dem Vereinigten Königreich und Deutschland zu befördern.
2. Klären Sie mit Ihren Handelspartnern im Vereinigten Königreich die Zuständigkeiten. Stellen Sie sicher, dass Sie die für Ihre Produkte nötigen Papiere haben, wie etwa Ursprungsnachweise, Gesundheitszeugnisse und andere Dokumente.
3. Vergewissern Sie sich, dass Sie Ihre Waren richtig klassifizieren. Arbeiten Sie mit Ihrer Lieferkette zusammen, um den Ursprung Ihrer Waren nachzuweisen und somit die Zollfreiheit beanspruchen zu können. Unter Umständen sind auch spezielle regulatorische Anforderungen zu beachten, um Waren auf den Markt zu bringen. Für tierische und pflanzliche Produkte gelten besondere Regeln.
4. Wenn Sie Dienstleistungen in Großbritannien und Nordirland erbringen, kommen möglicherweise einige Änderungen auf Sie zu, unter anderem Einreisebestimmungen für Geschäftsreisen.
5. Informieren Sie sich über die Vorschriften für die Erhebung von Umsatzsteuer und die Beantragung von Umsatzsteuererstattungen.

Weiterführende Informationen zu den Änderungen sowie zu den Vorkehrungen, die Sie jetzt treffen müssen, finden Sie auf www.gov.uk/eubusiness.de



**Mehr Schubkraft –
Investitionen werden stärker gefördert**

Foto: Oleh/Adobe Stock

Marktchancen *wahrnehmen*

Die Politik erleichtert Investitionen mit Steuerbegünstigungen. Was Unternehmen beachten sollten, wenn sie diese Vorteile nutzen wollen.

MONIKA HOFMANN

Mitten in der Krise investieren? Gerade für Firmen, die über Wirtschaftskraft verfügen, ist dies oft der richtige Weg. So sieht das auch Julian Hagebauer*, Gastronom in München. Er baute während des ersten Lockdowns seinen Innenhof zu einem Wirtsgarten aus, um seine Gäste draußen zu bewirten. Jetzt im Winter ist das Areal zwar geschlossen. Der Unternehmer investierte aber auch in die Digitalisierung seines Betriebs. So können seine Kunden über eine Internetplattform Essen bestellen, abholen oder liefern lassen.

Damit übersteht das Unternehmen auch den zweiten Lockdown besser, hoffen Hagebauer und seine drei Mitarbeiter: »Wir bleiben trotz allem optimistisch und nehmen die Chancen wahr, die uns die neue Marktsituation bietet.« Der Zeitpunkt dafür ist günstig. Denn der Gesetzgeber unterstützt solche Investitionsvorhaben derzeit mit Steuererleichterungen.

Ein Überblick über die wichtigsten Änderungen:

Die neuen Investitionsabzugsbeträge anwenden

Mit dem Jahressteuergesetz 2020 gestaltet die Politik die Investitionsabzugsbeträge neu. Sie zählen zu den wichtigen Steuerbegünstigungen für kleine und mittlere Betriebe und sollen deren Investitionsbereitschaft steigern. Unternehmen erhalten damit die Möglichkeit, über eine Steuerstundung finanzielle Mittel anzusparen, die sie später für Investitionen einsetzen. Zudem können sie über Sonderabschreibungen das Investitionsvolumen schneller abschreiben.

Nach wie vor begünstigt der Gesetzgeber zwar nur diejenigen Wirtschaftsgüter, die Firmen im Jahr der Investition und im Folgejahr zu mindestens 90 Prozent im Betrieb einsetzen. Eines aber verbessert sich deutlich: »Mit dem jüngsten Jahressteuergesetz fallen nicht nur neue und gebrauchte, sondern auch vermietete Wirtschaftsgüter in den Anwendungsbereich des Investitionsabzugsbetrags«, erklärt Mira Pezo, Steuerexpertin der IHK

*Name von der Redaktion geändert.

für München und Oberbayern. Das gilt unabhängig von der Dauer der Vermietung. Ebenso steigt der Anteil der begünstigten Investitionskosten von 40 auf 50 Prozent. Zu den wichtigsten Voraussetzungen zählt dabei die Obergrenze für den Gewinn von 200 000 Euro für alle Einkunftsarten. »Das bedeutet für Unternehmen vor allem, dass sie den Investitionsabzugsbetrag flexibler nutzen können«, erklärt die Expertin. Erstmals gelten die neuen Regeln für die Wirtschaftsjahre ab Januar 2020.

Verlängerte Fristen beachten

Unternehmen müssen Investitionsabzugsbeträge grundsätzlich bis zum Ende des dritten Wirtschaftsjahres, das auf den Abzug folgt, für die geplanten Investitionen verwenden. »Ansonsten sind sie rückgängig zu machen«, erläutert IHK-Expertin Pezo. Für Fälle jedoch, in denen die dreijährige Investitionsfrist 2020 ausgelaufen wäre, verlängert der Gesetzgeber sie auf vier Jahre. »Diese Firmen können ihre Investitionen auch auf 2021 verschieben, ohne negative steuerliche Folgen in Kauf nehmen zu müssen«, so Pezo.

Die Fristen bei der Reinvestitionsrücklage ändern sich ebenfalls. Bislang können Firmen ihre Gewinne aus der Veräußerung bestimmter Wirtschaftsgüter steuerfrei als Rücklagen verbuchen, wenn sie diese in vier Jahren für neu angeschaffte oder produzierte Ersatzgüter nutzen. Diese Reinvestitionsfristen erweitert der Gesetzgeber vorübergehend um ein Jahr.

Degressiv abschreiben

Die neu eingeführte degressive Abschreibung in Höhe von 25 Prozent soll ebenfalls Firmen entlasten. Sie darf höchstens das 2,5-Fache der linearen Abschreibung betragen und gilt für bewegliche Wirtschaftsgüter des Anlagevermögens, die in den Jahren 2020 und 2021 angeschafft oder hergestellt werden. Bei Wirtschaftsgütern, die diese Voraussetzungen erfüllen, haben Unternehmen ein Wahlrecht, ob sie die Abschreibung linear oder degressiv vornehmen. Für bestimmte Güter, etwa für Investitionen, sind auch Sonderabschreibungen möglich.

Sofortabschreibung nutzen

Eine deutliche Verbesserung der steuerlichen Berücksichtigung bestimmter digitaler Wirtschaftsgüter ist im gemeinsamen Beschlusspapier der Bund-Länder-Konferenz vom 19. Januar 2021 eingeplant. Der Beschluss sieht vor, dass zur weiteren Stimulierung der Wirtschaft und zur Förderung der Digitalisierung bestimmte digitale Wirtschaftsgüter rückwirkend zum 1. Januar 2021 sofort abgeschrieben werden können. Dies deckt sich mit einer langjährigen Forderung der IHK für München und Oberbayern, betont IHK-Steuerreferatsleiter Martin Clemens. Ausdrücklich genannt werden die Kosten für Computerhardware und -Software zur Dateneingabe und -verarbeitung, die zukünftig im Jahr der Anschaffung oder Herstellung steuerlich vollständig berücksichtigt werden sollen. Bei Redaktionsschluss war die genaue Umsetzung der Regelung noch nicht bekannt. Das weitere Prozedere bleibt abzuwarten. Laut dem Beschlusspapier soll die Umsetzung untergesetzlich geregelt werden. Derzeit erarbeitet das Bundesfinanzministerium ein Schreiben dazu. ■

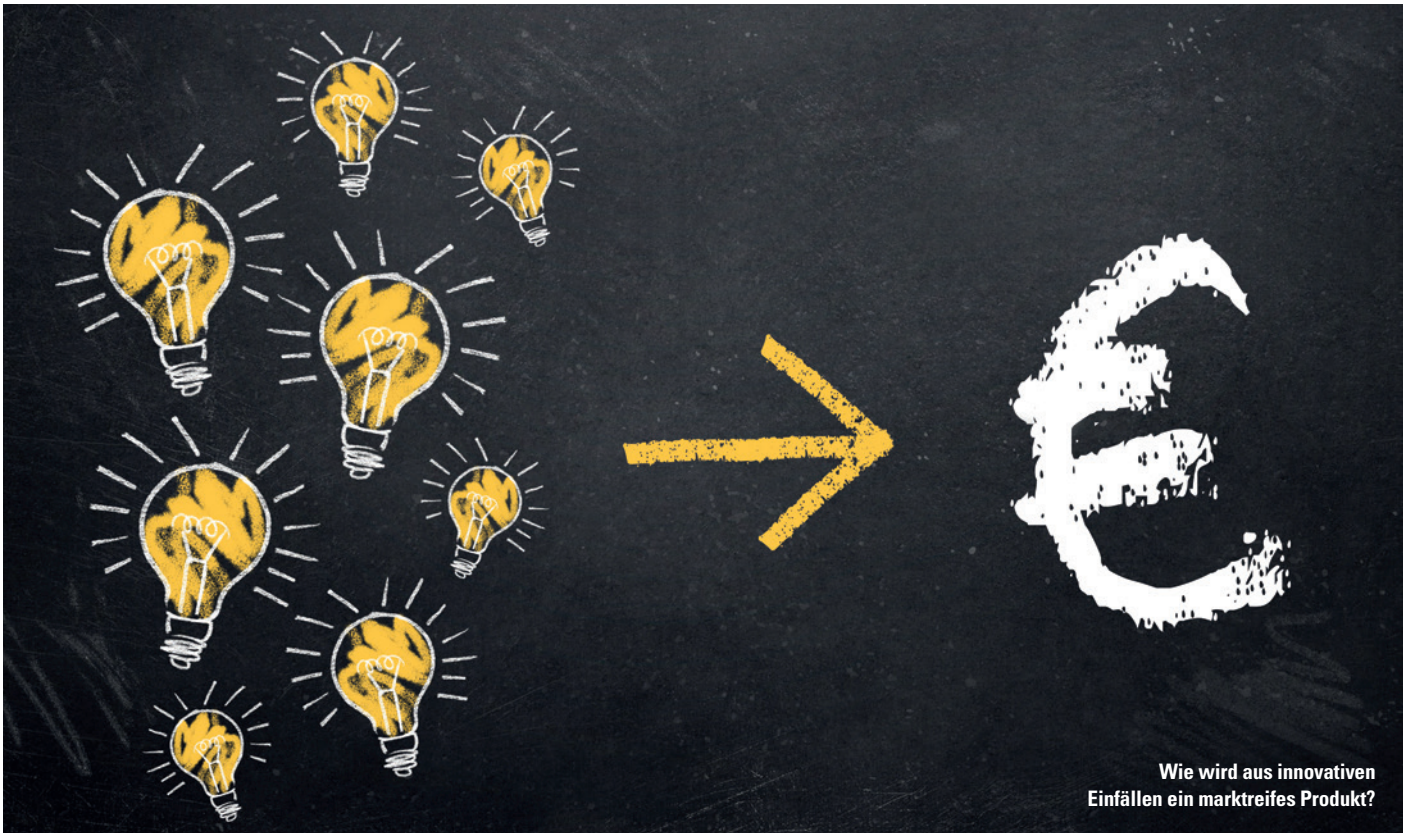
Informationen zu wichtigen Steuerthemen finden Unternehmen auf der IHK-Website unter:
www.ihk-muenchen.de/recht-und-steuern

IHK-Ansprechpartnerin zum Thema Steuern
Mira Pezo, Tel. 089 5116-1606
mira.pezo@muenchen.ihk.de

Gute Ideen suchen *Unterstützung*

Forschung und Innovation sind Basis für den Erfolg im internationalen Wettbewerb. Mit kostenlosen Dienstleistungen hilft die Bayerische Forschungs- und Innovationsagentur Unternehmen, Förderprogramme zu erschließen und ihr Netzwerk zu erweitern.

MECHTHILDE GRUBER



Wie wird aus innovativen Einfällen ein marktreifes Produkt?

Foto: fotogestoeber/Adobe Stock

Allein – ohne die Hochschule München und ihre Wissenschaftler aus den verschiedensten Disziplinen und ohne das Engagement von Bundes- und Landeskriminalämtern – hätten wir das nicht geschafft«, sagt Johann Schleißheimer (65), Geschäftsführer der Schleißheimer Gerätebau GmbH in Gröbenzell. Das kleine Familienunternehmen hätte weder die notwendigen Geldmittel noch das umfassende Expertenwissen aufbringen können, um das hochgesteckte Forschungsziel zu erreichen: ein innovatives Verfahren für die Forensik zu entwickeln, das es der Polizei ermöglicht, selbst unter schwierigen Einsatzbedingungen mit einem Roboter Fingerabdrücke und DNA-Spuren kontaktlos zu sichern und zu übermitteln.

Die Bayerische Forschungsstiftung förderte das Verbundprojekt mit rund 330000 Euro, die Schleißheimer Gerätebau GmbH war als Industriepartner mit an Bord. In enger Zusammenarbeit mit den Forschern und Kriminalexperten wurde die Idee bis zum fertigen Demonstrator entwickelt. Eine ebenfalls von Betriebswirtschaftlern der Hochschule durchgeführte Marktanalyse verspricht gute Absatzmöglichkeiten.

Für das Anschlussprojekt – die Entwicklung eines Prototyps – stellte das Bayerische Staatsministerium für Wirtschaft, Energie

und Technologie im Rahmen des Bayerischen Technologieförderungs-Programms (BayTP) eine weitere Fördersumme von 118000 Euro zur Verfügung. »Damit konnten wir unser Produkt bis zur Serienreife realisieren«, so der Geschäftsführer.
Mit Testgeräten erproben derzeit bundesweit Spurensicherer der Landeskriminalämter den Einsatz in der Praxis. »Wir haben jetzt ein Hightech-Produkt, von dem die Forensiker begeistert sind und das wir verkaufen können«, sagt Schleißheimer. Für ihn ist die enge Zusammenarbeit zwischen Hochschule und Unternehmen die Basis des Erfolgs – eine Verbindung, von der Wissenschaft wie Wirtschaft profitieren.
Um innovative Projekte wie dieses möglichst rasch und unbürokratisch auf Erfolgskurs zu bringen, wurde vor zehn Jahren die Bayerische Forschungs- und Innovationsagentur (BayFIA) gegründet. Sie besteht aus den vier Partnerorganisationen Bayerische Forschungsallianz, Bayerische Forschungsstiftung, Bayerische Patentallianz und Bayern Innovativ. »Die BayFIA ist der zentrale Ansprechpartner für alle bayerischen Unternehmen, Hochschulen und anderen Akteure bei der Frage: Wie kann ich für mein Forschungs- und Innovationsvorhaben finanzielle Unterstützung bekommen, welche Fördermittel gibt es für mein Vorhaben?«, sagt BayFIA-Sprecher Martin Reichel. Von der ersten Projektidee bis zur industriellen Umsetzung bietet die BayFIA mit größtenteils kostenlosen Dienstleistungen einen umfassenden Service.

Neben der Unterstützung bei der Suche nach dem passenden Technologieförderprogramm ist für Unternehmen auch die Vernetzung mit geeigneten Partnern besonders nützlich. Jede der vier BayFIA-Organisationen leistet dabei ihren spezifischen Beitrag. Sie ergänzen einander, tauschen sich aus und kooperieren. »Wir wollen immer das Optimale für den Kunden erreichen«, betont Reichel.

Wer macht was?

- Bayern Innovativ ist zum einen selbst Projektträger mehrerer bayerischer Förderprogramme. Die Mitarbeiter betreuen innovative Vorhaben von der Antragstellung bis zum erfolgreichen Abschluss und der Vermarktung. Zum anderen verknüpfen die von Bayern Innovativ gestalteten Netzwerke und Cluster Wissenschaftler und Unternehmen beispielsweise bei branchenspezifischen Kooperationsveranstaltungen oder Messeauftritten.
- Die Bayerische Forschungsallianz (BayFOR) fungiert als EU-Beratungszentrum und unterstützt und berät große Forschungsverbundprojekte in Bayern und auf europäischer Ebene. Sie bietet als Partner im Enterprise Europe Network (EEN) gezielte Beratung und Unterstützung für bayerische Unternehmen, die sich für EU-Projekte interessieren und bewerben.
- Die Bayerische Forschungsstiftung verfügt selbst über Fördermittel. Jährlich werden rund 15 Millionen Euro für anwendungsnahe Verbundprojekte von Wirtschaft und Wissenschaft im Hightech-Bereich zur Verfügung gestellt.
- Die Bayerische Patentallianz (BayPAT) kommt ins Spiel, wenn Forschungsprojekte zur Produktreife gediehen sind. Sie evaluiert und vermarktet Erfindungen von Wissenschaftlern an bayerischen Universitäten und Hochschulen, unterstützt aber auch kleine und mittlere Unternehmen bei der schutzrechtlichen Sicherung und Vermarktung ihrer Erfindungen.

Unter den rund 200 Mitarbeitern der BayFIA sind Spezialisten aus vielen Forschungs- und Innovationsbereichen. »Wir sind thematisch breit aufgestellt und können so die Projekte unserer Kunden auch verstehen«, betont BayFIA-Sprecher Reichel. »Das ist unser Alleinstellungsmerkmal – hier in Deutschland und in ganz Europa.« Bei jeder Antragstellung für Fördermittel müssen sowohl formale als auch inhaltliche Kriterien erfüllt werden. Dafür ist es wichtig, die entsprechenden

Von der Produktidee zur Innovation

Die von der bayerischen Staatsregierung initiierte Bayerische Forschungs- und Innovationsagentur (BayFIA) bietet kleinen und mittleren Unternehmen und Forschungseinrichtungen aus Bayern als zentrale Anlaufstelle umfassende Unterstützung bei der Umsetzung ihrer Projekte. Die BayFIA bringt Wirtschaft und Wissenschaft zusammen, organisiert Netzwerke, berät alle Beteiligten und hilft bei der Gewinnung von Fördergeldern des Freistaats, des Bundes und der EU.

Alle Details und Informationen unter:
www.forschung-innovation-bayern.de
Servicetelefon: 0800 0268724

Nutzten die Forschungsallianz – Smart4Diagnostics-Geschäftsführer Yannick Timo Böge, Julia Flötotto, Hans Maria Heyn und Malte Dancker (v.l.)

Foto: Smart4Diagnostics GmbH

Hintergrundpapiere der Fördermittelgeber wie beispielsweise des Bundes, der EU oder der Stiftungen zu kennen. »Unsere Experten beschäftigen sich tagtäglich damit – für unsere Kunden ein entscheidender Vorteil«, sagt Reichel.

Eine ebenso wichtige Dienstleistung der BayFIA ist es, die Kooperation zwischen Wirtschaft und Wissenschaft zu verstärken. Die BayFIA sieht sich hier als eine Art Partnervermittlung. Sie bietet dafür verschiedenste Formate, zum Beispiel die von Bayern Innovativ regelmäßig organisierten »Brokerage Events«, auf denen sich potenzielle Partner über ihre Spezialthemen austauschen können.

Davon profitieren beide Seiten, betont BayFIA-Sprecher Reichel: »Unternehmer bekommen Zugang zur Wissenschaft, Forscher den Zugang zur Praxis. Letztere können so beweisen, dass sie nicht in ihrem Elfenbeinturm leben, sondern tragfähige Lösungen für die Gesellschaft entwickeln.«

Auch die Smart4Diagnostics GmbH aus München hat von den Dienstleistungen der BayFIA profitiert. Das Start-up aus der Medizintechnik konnte mit seinem weltweit ersten digitalen Fingerabdruck für Humanblutproben die Europäische Kommission und die Europäische Investitionsbank überzeugen: Im Rahmen der Ausschreibung des neuen EU-Förderinstruments »EIC Accelerator Pilot« erreichte es unter knapp 2000 Teilnehmern aus ganz Europa als bestplatziertes deutsches Unternehmen den dritten Platz. Das Programm unterstützt kleine und mittelständische Firmen mit Wachstumspotenzial dabei, konkrete und hochriskante Innovationen zur Marktreife zu entwickeln.

Die zugesagte Förderung von 2,5 Millionen Euro setzt das Start-up entsprechend ein. »Wir sehen unser Unternehmen als einen wichtigen Innovationswegbereiter in einem sich, verstärkt durch die Coronapandemie, extrem wandelnden Umfeld«, sagt Hans Maria Heyn (39), Geschäftsführer des Start-ups. »Unser Ziel ist es, unseren ›Digital Human Sample Fingerprint‹ als neuen Qualitätsstandard in der medizinischen Diagnostik zu etablieren.«

Hilfe im Antragsdschungel

Bei der Antragstellung zum EU-Förderprogramm wurde Smart4Diagnostics von der Bayerischen Forschungsallianz (BayFOR) beratend unterstützt. »Bei jeder Förderung muss man durch einen Antragsdschungel, der extrem verästelt ist«, sagt Heyn. »Die BayFOR-Experten wissen genau, welche Prozesse dabei ablaufen, welche Schritte eingehalten und welche Aspekte beachtet werden müssen. Ebenso erkennen sie, was innovativ ist, und sie wissen, was hier von EU-Seite verlangt wird.«

Die Zusammenarbeit mit BayFOR hat dem Unternehmen aber nicht nur finanzielle Förderung gebracht, betont der Geschäftsführer. So sei BayFOR ein wichtiger Ansprechpartner, der sich beispielsweise auch um Öffentlichkeitsarbeit kümmere. »Besondere Vorteile bringt für uns als junges, innovatives Unternehmen jedoch der Zugang zu den weltweiten Netzwerken der Forschungsallianz«, sagt Heyn. Über das Enterprise Europe Network ist die BayFIA mittlerweile mit über 600 Organisationen in 60 Ländern international vernetzt. ■

IHK-Ansprechpartnerinnen zur Forschungs- und Innovationsförderung
Dr. Ute Berger, Tel. 089 5116-1341
ute.berger@muenchen.ihk.de
Birgit Petzold, Tel. 089 5116-2057
birgit.petzold@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

Grablichter zu Füßen der barocken Pestsäule in Wien – Gedenken an die Opfer von Covid-19

Foto: picture alliance/APA/Helmut Fohringer

Gegenmittel aus Stein

Früher errichteten die Menschen Säulen und Kapellen, wenn sie den Ausbruch einer Seuche überlebt hatten – weniger aus Dankbarkeit oder zum Totengedenken als zur Abwehr künftigen Leids.

CORNELIA KNUST

Die Säule ist aus Tuffstein, stark verwittert und wirkt in ihrer Schwärze und Struktur so schorfig, als sei sie selbst von einer tödlichen Seuche befallen. Nüchtern notiert das Denkmalregister für den Ort Eching am Ammersee: Bildstock, Tuffsteinstele mit Laterne, wohl 1548. Ein Wunder, dass dieses Zeichen höchster Not die Jahrhunderte überhaupt überstanden hat. Was wird man von der Coronapandemie in späteren Zeiten entlang der Straßen als Zeichen finden?

Auf dem Dorfanger, unweit der alten Hauptstraße von Landsberg nach München, haben die Echinger die Pestsäule errichtet und 100 Jahre später auch die kleine Kapelle St. Sebastian daneben, mit den üblichen Heiligen: Sebastian, Rochus und dem für die Landwirtschaft zuständigen Vendalinus. Die Säule habe laut mündlicher Überlieferung eigentlich der Erinnerung an eine Viehseuche gedient, heißt es in der Dorfchronik. An dieser Stelle sei das letzte Stück Vieh gefallen – was für die Bewohner den wirtschaftlichen Ruin bedeutet haben dürfte.

Die Kapelle wurde nach der Epidemie von 1650 erbaut, »alß die Laidige Sucht der Pest allda starckh Eingerissen, umb abwendung derselbigen«, wie es auf der Votivtafel im Inneren heißt. Man war der Seuche schutzlos ausgeliefert, betrachtete sie als Schicksal. Einzige Gegenmaßnahmen: Votivgaben, Wallfahrten, Gelöbnisse, Gottvertrauen. »Ein Menschenleben war damals nicht viel wert, die Kindersterblichkeit hoch, die Möglichkeiten einer medizinischen Behandlung überschaubar«, sagt Barbara Federl (39), Mitautorin der Dorfchronik.

Die Sonderpädagogin und Mutter von vier Kindern stammt selbst aus einer Echinger Familie, die früher einen kleinen Milchviehbetrieb hatte. »Die Bauwerke galten wahrscheinlich nicht dem Totengedenken, sondern dem Abwenden künftigen Unheils«, meint Federl. »Das waren Monumente der Perspektive. Vielleicht fehlt uns das heute.« Aber selbst das Gedenken ist kompliziert. Die Kapelle sei wie auch die Pfarrkirche aus Infektionsschutzgründen von März bis Weihnachten 2020 komplett geschlossen gewesen, so Federl: »Weder das Gotteshaus noch die Stele sind Kraftorte oder Zufluchtsorte bezüglich Corona geworden.«

Das ist in Wien auf der berühmten Geschäftsstraße Graben anders. Zu Füßen der dortigen Pestsäule von 1679, einer imposanten Auftürmung barocker Figuren, gekrönt von einem Dreifaltigkeitsensemble, finden sich in diesen Monaten brennende Grablichter, Zettel, auch immer wieder Betende. Aus Bayern ist solches bisher nicht berichtet worden. Dabei ist ein an das Wiener Vorbild angelehntes Bauwerk in der Ortsmitte von Wallerstein im Landkreis Donau-Ries zu besichtigen.

Schlichtere Pestsäulen sind in Feldkirchen-Westerham oder Kirchseeon zu entdecken. Selbst die Münchner Mariensäule – eigentlich errichtet aus Dank, im Dreißigjährigen Krieg von schwedischen Truppen verschont worden zu sein – wurde immer wieder als Pestsäule bezeichnet. Denn die geharnischten Putten am Fuße der Säule zücken Schwert und Pfeil auch gegen den Basilisken, ein mythisches Tier, das die Seuche verkörperte.

Fotos: Cornelia Knust

Kapelle St. Sebastian in Eching am Ammersee mit der Pestsäule aus Tuffstein (Bild rechts)

Foto: Barbara Federl

Votivtafel in der Echinger Kapelle – zur »Laidigen Sucht der Pest«

Foto: Barbara Federl

Am Altar die zuständigen Heiligen – Sebastian (Mitte), Rochus (l.) und Vendalinus

Vielleicht wird man bald öfter Kerzen sehen. Denn je länger die Pandemie dauert und je mehr Opfer sie fordert, desto stärker gewinnen Trauer und Erinnerung an Bedeutung. Die Bundesregierung plant eine zentrale Gedenkveranstaltung für die Opfer der Coronapandemie. Bundespräsident Frank-Walter Steinmeier sagte schon vor Weihnachten: »Wir müssen den Menschen in ihrer Trauer helfen und darüber nachdenken, wie wir unser Mitgefühl ausdrücken können.« Eine private Aktion aus Berlin, »Coronatote sichtbar machen«, hat in vielen Gemeinden Nachahmer gefunden, die sonntagabends Kerzen für die Verstorbenen anzünden. Spontane Mahnwachen, improvisierte Denkmäler – damit wollen viele Bürger den Tod, die Trauer aus der Privatheit holen. Auch lokale Tageszeitungen haben begonnen, Kurzporträits der Verstorbenen zu veröffentlichen, wenn die Angehörigen einverstanden sind.

Bruderschaften im Barock

Ob sich wohl Vereine bilden werden, die der Coronatoten gedenken? Im Mittelalter und verstärkt im Barock hatten sich Bruderschaften gegründet, kirchliche Körperschaften, deren Zweck vor allem das Totengedenken war, wobei gleichzeitig die Verehrung eines bestimmten Heiligen im Mittelpunkt stand. Die Bewegungen kamen auf beeindruckende Mitgliederzahlen. Die Maria-Hilf-Bruderschaft in St. Peter in München hatte 1689 – sechs Jahre nach ihrer Gründung – über 150000 Mitglieder, wie dem historischen Lexikon Bayerns zu entnehmen ist. Sie verpflichteten sich gegenseitig zum Beten, veranstalteten Prozessionen und waren auch karitativ tätig.

Gerade die Sebastiansbruderschaften führen noch heute ein aktives Leben. Der Heilige Sebastian galt als bevorzugter Heiliger zum Schutz gegen die Pest, weil seine Anrufung in Rom anlässlich einer Epidemie im Mittelalter erfolgreich war. Zudem war er dem Tode selbst einmal spektakulär entronnen. Geboren um 288 in Rom, soll er sich als junger Mann zum Christentum bekannt haben und deshalb von Pfeilen der Bogenschützen des Diokletian durchbohrt worden sein. Für tot gehalten, überlebte er mithilfe einer Pflegerin. Als er sich danach erneut öffentlich bekannte, soll er erschlagen und in den Fluss Tiber geworfen worden sein. Anhänger bargen und begruben ihn. In religiösen Darstellungen wird er stets von Pfeilen durchbohrt gezeigt. In der ehemaligen Abteikirche in Ebersberg bei München wird seine Hirnschale in einer Silberbüste aus dem 15. Jahrhundert aufbewahrt und von Wallfahrern besucht.

Auch in der kleinen Kapelle in Eching ist die Altarfigur des Heiligen Sebastian von Pfeilen durchbohrt. Neben ihm zeigt Rochus seine Pestbeule. Auf der anderen Seite steht Vendalinus mit einem kleinen Rind zu seinen Füßen. Wenn hier wieder Gottesdienste stattfinden, Kinder getauft werden oder Konzerte stattfinden, werden die Dorfbewohner vielleicht anders auf die drei Heiligen blicken als zuvor. »Mir bekannte Echinger sind an Corona verstorben oder schwer erkrankt«, sagt Dorfchronistin Federl. Sie spüre Corona natürlich auch selbst hautnah durch Hygieneauflagen, Veranstaltungsabsagen, Homeoffice, Hausunterricht, Kindergartenschließung. Dennoch ermahne sie sich täglich, dass »wir hier in Deutschland in einer sehr privilegierten Situation sind«. Gefragt, was denn eine adäquate Erinnerung an die Pandemie sein könnte, sagt sie nach einigem Nachdenken: »Ich würde eine Linde pflanzen. Das ist ein sich selbst verjüngender Baum und damit ein positives Signal: Es geht weiter.« ■

Jubiläen des Monats

40 Jahre

Johann Fesenmayr
Günter Bechtold GmbH, Weilheim

Alfred Moosbauer
Henry Schein Dental Deutschland GmbH, München

Michael Kappelmaier
systemform Datenbelege GmbH, Prien a. Chiemsee

Irene Kraus
UniCredit Bank AG, München

Foto: Franz Obermeier GmbH

v.l.: Alexander Obermeier, Franziska Obermeier, Jubilarin Marlene Algasinger und Ingrid Obermeier-Osl (Geschäftsführerin/Vizepräsidentin der IHK)
Franz Obermeier GmbH, Schwindegg

Foto: Franz Obermeier GmbH

Alexander Obermeier (l.) und Ingrid Obermeier-Osl (r.) zusammen mit Jubilar Jakob Gürster …

Foto: Franz Obermeier GmbH

… und mit Jubilar Reinhard Waxenberger

25 Jahre

Jürgen Wissinger
Aurora Lichtwerke GmbH, Eichstätt

Reinhard Riedl
AUTOHAUS HORNUNG GmbH & Co. KG, Garmisch-Partenkirchen

Werner Kaltenhauser
ckw Computer & Büro GmbH, Traunstein

Viktor Meier, Werner Schwarzmaier
Franz Obermeier GmbH, Schwindegg

Rudolf Wypich
Richard Schulz Tiefbau GmbH & Co. KG, Ndl. Ludwigshafen

Ambrose Bradley, Wolfgang Gürntke, Wolfgang Wiesender
Schattdecor AG, Thansau

Maximilian Fröhlich
Schiedel GmbH & Co. KG, München

Sascha Göttsche
UniCredit Bank AG, München

Thomas Föhrweiser
Versicherungskammer Bayern, Regionaldirektion Nordbayern, Nürnberg

Mitarbeiterjubiläen

IHK-Ehrenurkunde

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

Antragsformulare und weitere Informationen:
www.ihk-muenchen.de/ehrenauszeichnung

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

Foto: Goran Gajanin

Firmenindex

Firma	Seite
Altöttinger Brauerei Hell	48
Bayerische Forschungs- und Innovationsagentur (BayFIA)	58
BMW Foundation Herbert Quandt	28
Bosch Sicherheitstechnik GmbH	30
Brauerei Graminger Weißbräu	48
Brauerei Karl Berger	48
Byodo Naturkost GmbH	38
Datarella GmbH	28
Delivery Hero SE	44
Dr. Hanns Maier GmbH & Co. Beteiligungs-KG	22
DV Immobilien Management GmbH	22
Energieerzeugung Haag GmbH	42
ESG Elektroniksystem- und Logistik-GmbH	30
Falken Apotheke	8
Georg Blessing Vertriebs GmbH	12
Haager Beteiligungs AG	42
Hans Gröbmair e.K.	8
Hans Sauer Stiftung	28
Haus des Stiftens gGmbH	28
Immobilienverband Deutschland IVD	22
Institut der Deutschen Wirtschaft (IW)	22
Jones Lang LaSalle Inc. – JLL	22
Josef Seitner OHG	46
Kanzlei Pohlmann Hoffmann KGAL GmbH & Co. KG	16
Kraftwerke Haag GmbH	6
KRAIBURG TPE GmbH & Co. KG	42
Kreissparkasse (KSK) München Starnberg Ebersberg	32
Kultschlafsack GmbH	22
KWH Netz GmbH	34
KWH Service GmbH	42
Ludwig Beck AG	34
Michael Otto Königer	8
M.I.S.S. GmbH	34
Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Handel	50
MJG Ingenieure GmbH	30
Motel a Miio GmbH	50
Münchener Verein	6
Münchner Taxi Zentrum (MTZ)	26
Rapid Kurierdienste KG	26
Realogis Immobilien München GmbH	22
Rechtsanwaltsgesellschaft Schultze & Braun	16
SALUS GmbH & Co. KG	32
Schleißheimer Gerätebau GmbH	58
Smart4Diagnostics GmbH	58
Telefonica Germany GmbH & Co. KG	6
TURBO-Mixer GmbH Misch- und Verfahrenstechnik	8
UnternehmerTUM GmbH	28
Walden KG	8
Webasto SE	10
Wisefood GmbH	44
YOU-Stiftung	28
Zusann OHG	50
ZUWA-ZUMPE GmbH	8

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

Brexit-Webinarreihe – Brexit-Deal in der Praxis | verschiedene Termine
jessica.pleitez@muenchen.ihk.de
Tel. 089 5116-1337,
international.bihk.de/magazin/webinare.html

SEMINARE ZOLL UND AUSSENHANDEL

Seminare

Zoll für Einsteiger, online | 9.–10.3.2021

Der/die Ausfuhrverantwortliche, online | 17.3.2021

Grundlehrgang für die betriebliche Zollpraxis – bei Bedarf auch online (4-tägig) | 23.2., 25.2., 4.3. und 8.3.2021

Zertifikatslehrgang

IHK-Fachkraft Zoll | 24.3.2021 bis 3.7.2021

Statistik des innergemeinschaftlichen Warenverkehrs (INTRASTAT) – bei Bedarf auch online | 24.3.2021

Kompakt-Überblick über die US-Exportkontrolle, online | 24.3.2021

Basislehrgang Zolltarif, online | 25.–26.3.2021

Zollabwicklung mit der Schweiz | 12.–13.4.2021

Grundlagen der EU- und US-Embargos
Sanktionen gegen Russland, Ukraine, Iran und andere | 15.4.2021

Digitalisierung der Zollprozesse, online | 19. und 23.4.2021

Präferenzlieferungen kalkulieren und Lieferantenerklärungen korrekt erstellen können, online | 21.4.2021

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

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

Für international agierende Unternehmen gibt es auch Seminare in englischer Sprache. Außerdem bieten wir diese und weitere Themen auch als Inhouse-Seminare an. Fragen Sie uns, wir erstellen ein individuelles Angebot.

Weitere Themen aus dem Bereich Außenwirtschaft und International Business auf der Website der IHK Akademie unter:
akademie.muenchen.ihk.de/aussenwirtschaft

VERKAUFSFÖRDERUNG

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

UNTERNEHMENSBERATUNG

Biete Firmenkredit
Telefon 08141/888 24 13

WERBEARTIKEL

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

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

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

IMMOBILIEN

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

Wirtschaft
Das IHK Magazin für München und Oberbayern

Merkur.de

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®

Zeichnung: Dieter Hanitzsch

IMPRESSUM

Wirtschaft –
Das IHK-Magazin für München und Oberbayern
77. Jahrgang, 3. März 2021
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, Klaus Mergel, Eva Müller-Tauber,
Ulrich Pfaffenberger, Melanie Rübartsch,
Steffi Sammet, 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: Ulrich Wassmann
Druck: Firmengruppe APPL, Senefelderstraße 3–11,
86650 Wemding
Titelbild: Pixel-Shot/Adobe Stock
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 und erscheint monatlich.

Druckauflage: 112.530 (IVW II. Quartal 2020)
Zurzeit gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 77
vom 1.1.2021

30 Jahre AIGNER IMMOBILIEN

„Mit umfassender Expertise bewerten wir Ihre Immobilie professionell."

Jenny Steinbeiß
Geschäftsführerin
Immobilienkauffrau (IHK)

Wir wissen, was Ihre Immobilie wert ist!

Der Immobilienmarkt hat sich in den letzten Jahren rasant verändert. Nur mit der entsprechenden Marktkenntnis und mithilfe fundierten Analysen sind marktgerechte und individuelle Einwertungen von Immobilien möglich. Unsere firmeneigenen Gutachter und Architekten ermitteln den aktuellen Wert Ihres Objektes und erstellen für Sie eine detaillierte Bewertung unter Berücksichtigung aller wertbildenden Faktoren.

Als Unternehmen mit der Erfahrung von 30 Jahren kennen wir den Markt – und die erzielbaren Preise!

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

Tel. (089) 17 87 87 - 0

FOCUS MONEY
6 JAHRE
FAIRSTER
IMMOBILIEN-MAKLER
5 weitere Anbieter erhielten die Note sehr gut
Im Test: 18 Immobilienmakler in Deutschland
Ausgabe 6/2021

Auswahl unserer Mitgliedschaften

Bundesverband Freier Immobilien- und Wohnungsunternehmen
ivd
DIP THE ALLIANCE OF PROPERTY COMPETENCE

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

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

DER STANDORT

Business Campus

businesscampus.de

EIN UNTERNEHMEN DER DV IMMOBILIEN GRUPPE