

# wirtschaft

06/2021

[www.magazin.ihk-muenchen.de](http://www.magazin.ihk-muenchen.de)

## *Flächenmangel*

Städte setzen auf Erbbaurecht & Co.

Was heißt das für Unternehmen?

### **Interview**

IHK-Präsident Eberhard Sasse über Politik, Unternehmertum und die Kraft der Zuversicht

### **IHK-Wahl 2021**

Die Ergebnisse für Vollversammlung und Regionalausschüsse

### **E-Commerce**

So gelingt Einzelhändlern der Einstieg

EINE *Telefonica* MARKE

**O<sub>2</sub> Business**  
can do

# INTELLIGENTE NETZWERKE FÜR DEN MITTELSTAND? WIR MACHEN'S MÖGLICH.

O<sub>2</sub> Business Smart Network ermöglicht eine einfache und sichere Anbindung einzelner Standorte und definiert Vernetzung neu.



[o2business.de](https://o2business.de)

Handelsblatt

Konditionen  
Geschäftskunden  
**EXZELLENT**

2020

O<sub>2</sub> Business

Im Test: 11 Anbieter  
Partner: S.W.I. Finance  
Handelsblatt · 01.10.2020

# Wandel ist immer und überall

---

Wir erleben eine Zeitenwende: Ein globaler Umbruch entfaltet sich und erfasst unsere hoch entwickelte, hoch vernetzte Wirtschaft mit voller Wucht. Für diesen ökonomischen Welten-Wandel steht das Kürzel »5D«: Decoupling, Deglobalisierung, Dekarbonisierung, Digitalisierung und Demografie.

Die Entkopplung bei Technologien (»Decoupling«) und die Entflechtung von globalen Wertschöpfungsketten (»Deglobalisierung«) geht nicht auf Unternehmen zurück, sondern auf bewusste Eingriffe von Staaten. Nicht nur die USA und China, auch die EU, Indien oder Russland streben vermehrt nach Autonomie. Das Ergebnis: Immer mehr Handelshürden und Investitionshemmnisse – auch bei im Kern globalen Zukunftstechnologien wie Cloudnutzung, Internetzugang, Halbleitern und der nächsten Mobilfunkgeneration.

In diesem Spannungsfeld muss es uns dennoch gelingen, das Weltklima durch eine weitgehende Dekarbonisierung zu schützen. Am besten mit einem »Klima-Club« der relevanten Treibhausgas-Emittenten China (24 %), USA (12), EU (7) und Indien (5). Doch wie soll das gelingen, wenn die EU-Kommission mit ihrem geplanten Klimazoll, der sogenannten CO<sub>2</sub>-Grenzausgleichsabgabe, diese erfolgskritischen Partner vor den Kopf stößt und verheerende Gegenmaßnahmen riskiert?

Eine weitere große Herausforderung ist die Digitalisierung. Spätestens seit Corona ist klar, dass Deutschland und viele Länder der EU hier massiv im Rückstand sind. Erschwerend kommt hinzu, dass unser Land mit der Demografie-Falle kämpft: In 20 Jahren werden hier ein Drittel mehr Ruheständler leben, dafür aber zehn Prozent weniger Arbeitnehmer.

Die Herausforderungen sind also gewaltig. Ein »Weiter so« kann und darf es nicht mehr geben. Auch nicht für die deutsche Wirtschaftspolitik. Die anstehende Bundestagswahl ist eine Wahl der Weichenstellungen: Wollen wir den globalen Umbruch offen ansprechen und ambitioniert auf internationaler Ebene lösen? Dann braucht es Kompromissfähigkeit, nicht Dogmatismus. Oder sollen die Probleme durch noch mehr Überschuldung übertüncht und immer weiter aufgeschoben werden? Gilt Generationengerechtigkeit nicht auch für die Finanzpolitik? Schließlich: Geht der Marsch in den Staatskapitalismus weiter oder besinnen wir uns auf einen kompetenten Staat, der seine Kernaufgaben als Regelsetzer und Schiedsrichter entschlossen erfüllt?

Wie wir diesen Übergang bewältigen, das entscheidet sich in den nächsten Jahren. Es gilt die weise Erkenntnis von Charles Darwin: »Es ist nicht die stärkste Spezies, die überlebt, auch nicht die intelligenteste, sondern diejenige, die am ehesten bereit ist, sich zu verändern.«

Ihr Manfred Gößl



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

TITELTHEMA

# FLÄCHENMANGEL

Flächen sind gerade in Ballungsräumen knapp. Mit Erbbaurecht und dem Instrument der Städtebaulichen Entwicklungsmaßnahme (SEM) steuern Kommunen gegen – was bedeutet das für die Wirtschaft?



UNTERNEHMEN + MÄRKTE

# GIESINGER BRÄU

Weil Banken seine Gründungspläne nicht unterstützen wollten, finanzierte Unternehmer Steffen Marx das Wachstum der Brauerei vor allem mit Crowdfunding. 2020 lief die sechste erfolgreiche Kampagne.



BETRIEB + PRAXIS

# E-COMMERCE

Der Einstieg ins Onlinegeschäft ist für stationäre Händler wie Hans Peter Trefzer, Geschäftsleiter von Sport Haindl, nach wie vor möglich. Zahlreiche Initiativen bieten dabei Unterstützung.



NAMEN + NACHRICHTEN

- 6 FINANZIERUNG  
Verhaltene Kreditnachfrage

UNTERNEHMERPROFIL

- 10 SABINE FUCHSBERGER-PAUKERT  
So baute die Apothekerin den Pharmagroßhändler ilapo auf

TITELTHEMA

- 12 GEWERBEIMMOBILIEN  
Erbbaurecht – die Chancen und Risiken für Unternehmen
- 16 FLÄCHENMANGEL  
Die Städtebauliche Entwicklungsmaßnahme (SEM) schafft Bauland, aber auch Konflikte

STANDORTPOLITIK

- 20 EHRENAMT  
IHK-Präsident Eberhard Sasse über Unternehmertum, Politik und die Kraft der Zuversicht
- 24 IHK AKTUELL  
Blockchain-Webinare/Exportpreis Bayern
- 25 IHK-WAHL 2021  
Rekordbeteiligung bei der Abstimmung
- 26 WAHLERGEBNIS FÜR DIE VOLLVERSAMMLUNG
- 34 WAHLERGEBNIS FÜR DIE REGIONALAUSSCHÜSSE
- 51 KONJUNKTUR  
Starke Erholung in Sicht
- 52 SUSTAINABLE FINANCE  
Der EU-Aktionsplan und seine Auswirkungen für Unternehmen
- 56 AUTOMOBILINDUSTRIE  
»Transformationslotse Automotive Bayern« soll Zulieferern den Wandel erleichtern
- 58 LUST AUF ZUKUNFT  
Innovative Technologien helfen, Wälder effizienter zu bewirtschaften und besser auf den Klimawandel einzustellen
- 60 HANDEL  
Lebensmittel vor der Tonne retten – kreative Ideen aus der Wirtschaft

UNTERNEHMEN + MÄRKTE

- 62 PRIVATBANK SPERRER  
Warum das Geldinstitut auf Unabhängigkeit und die Region setzt
- 64 IRLAND  
Irische Unternehmen suchen in der EU nach neuen Geschäftspartnern – auch in Bayern

66 GIESINGER BIEMANUFAKTUR  
Die Münchner Brauerei finanziert ihr Wachstum seit Jahren über Crowdfunding

68 HOTELLERIE  
Coronafolgen: Wie bleiben Hotels in einem veränderten Markt wettbewerbsfähig?

## BETRIEB + PRAXIS

70 E-COMMERCE  
So gelingt stationären Händlern auch jetzt noch der Einstieg ins Onlinegeschäft

74 FACHKRÄFTE  
Digitale Fähigkeiten – welche sind im Unternehmen gefragt und wie lassen sie sich vermitteln?

76 KRISENMANAGEMENT  
Kosten senken, Liquidität erhöhen

80 MEHRWERTSTEUER-DIGITALPAKET  
Neue Regeln für den Onlinehandel

82 ONLINE  
Expertentipps für Website & Co.

84 AUSBILDUNG  
Wie lassen sich in Coronazeiten Azubis finden?

## DA SCHAU HER

86 TRÜFFELHANDEL  
Das Geschäft mit dem exklusiven Naturprodukt

## RUBRIKEN

- 3 EDITORIAL
- 8 FIRMENJUBILÄEN
- 88 EHRUNGEN/FIRMENINDEX
- 89 TERMINE
- 90 KARIKATUR/IMPRESSUM

Beilagenhinweis: Aigner Immobilien (Teilaufgabe), Conrad Electronic (Teilaufgabe), dbace (Teilaufgabe), REWE

 [fb.com/ihk.muenchen.oberbayern](https://www.facebook.com/ihk.muenchen.oberbayern)  
 @IHK\_MUC

Das IHK-Magazin gibt es auch online:  
[www.magazin.ihk-muenchen.de](http://www.magazin.ihk-muenchen.de)

## ANZEIGE

## Ihr regionaler Partner für Transporte von und nach Großbritannien

**GROUP7**  
INTERNATIONAL LOGISTICS

Als internationale Spedition mit Hauptsitz am Münchner Flughafen bietet GROUP7 tägliche Stückguttransporte ab München in Richtung Großbritannien an. Neben den Sammelguttransporten für Ihre Pakete oder Sendungen ab einer Palette organisieren die UK-Experten auch Teil- und Komplett-Ladungen oder auch branchenspezifische Lösungen wie beispielsweise zeitkritische Transporte für die Automobilindustrie. Um einen reibungslosen Transportablauf zu garantieren nutzt GROUP7 das Pre-Lodgement-Verfahren für eine vereinfachte Zoll-Abfertigung an der neu geschaffenen EU-Grenze.

### Ihr Ansprechpartner:

Tim Holtkamp  
+49 8122 9453-1150  
[t.holtkamp@group-7.de](mailto:t.holtkamp@group-7.de)



[www.group-7.de](http://www.group-7.de)

- Transportabwicklung aus einer Hand
- E-Commerce-Lösungen
- Dokumentenabwicklung
- Lagermöglichkeiten in DE und UK
- AEO-F Status
- Flächendeckendes Verteilungsnetzwerk

Finanzierung

## Verhaltene Kreditnachfrage

Unternehmen in Deutschland fragen weiterhin weniger Bankkredite nach als gewöhnlich. Das zeigt eine Auswertung zur KfW-ifo-Kredithürde für das erste Quartal. Der Anteil mittelständischer Firmen in Kreditverhandlungen fiel auf 20,6 Prozent und damit auf den niedrigsten Wert seit Beginn der Befragung im Jahr 2017. Auch bei den Großunternehmen stieg der Anteil nur minimal. Die Pandemie bremst Investitionspläne und damit das Kreditnachfrageverhalten der Unternehmen, so die Studie.

Für Firmen, die eine Kreditfinanzierung anstreben, ist der Zugang je nach Branche und Unternehmensgröße unterschiedlich leicht. Insgesamt ist die KfW-ifo-Kredithürde für den Mittelstand seit März 2020 stetig gestiegen und liegt bei 22,5 Prozent (Vorquartal 21,9 Prozent). Sie gibt den Anteil der Unternehmen an, die das Bankverhalten in Kreditverhandlungen als »restriktiv« einordnen. Dieser Wert liegt beim besonders von der Pandemie betroffenen Einzelhandel bei fast 28 Prozent. [www.kfw.de](http://www.kfw.de)



Foto: Stockfotos-MG/Adobe Stock

Fachkräfte

## Kompakte Praxistipps

Die IQ KMU-Toolbox »Interkultur & Vielfalt im Betrieb« unterstützt kleine und mittelständische Unternehmen, die mit interkulturell oder international ausgerichteten Personalstrategien auf den wachsenden Fachkräftebedarf oder die Globalisierung reagieren wollen. Über 70 Karten bieten unter anderem Informationen und Ideen rund um das Finden und Binden von Arbeitskräften mit Migrationshintergrund und die Umsetzung von Diversity und Antidiskriminierung.

Die jetzt aktualisierte 3. Auflage wurde zudem erweitert und gibt zum Beispiel Praxistipps zu Fachkräftesicherung, Einarbeitung und sozialer Integration. Die KMU-Toolbox wird von der IQ Fachstelle Interkulturelle Kompetenzentwicklung und Antidiskriminierung herausgegeben und ist gedruckt, online und als App kostenfrei erhältlich unter: [www.netzwerk-iq.de/fachstelle-interkultur-und-antidiskriminierung.html](http://www.netzwerk-iq.de/fachstelle-interkultur-und-antidiskriminierung.html)

## KURZ & KNAPP

Tourismus

## Weit unter Vorjahr

Die Auslastung der rund 7 000 geöffneten Beherbergungsbetriebe in Bayern blieb im Februar 2021 auf sehr niedrigem Niveau. So ging die Zahl der Gästeankünfte um 88 Prozent auf rund 311 000 zurück. Die Zahl der Übernachtungen sank um 80 Prozent auf knapp 1,4 Millionen gegenüber dem Vorjahresmonat, so das Bayerische Landesamt für Statistik.

[www.statistik.bayern.de](http://www.statistik.bayern.de)

Messen

## bauma verschoben

Die bauma, Weltleitmesse für Bau-, Baustoff-, Bergbaumaschinen, Baufahrzeuge und Baugeräte, wird auf 2022 verschoben (24. bis 30. Oktober). Wegen der langen Planungsvorläufe für Aussteller und Veranstalter musste die Entscheidung schon jetzt getroffen werden.

[www.bauma.de](http://www.bauma.de)

E-Auto-Neuzulassungen

## Europa vor China

Europa konnte 2020 mit knapp 1,4 Millionen Fahrzeugen die meisten Zulassungen für E-Autos verzeichnen und damit China (rund 1,2 Millionen E-Autos) erstmals überholen. Das zeigt das Ranking zur Entwicklung der E-Mobilität der IAA MOBILITY. Ausgewertet wurden die weltweiten Zulassungsdaten aller Fahrzeuge mit rein batterieelektrischem E-Antrieb und mit Plug-in-Hybrid-Antrieb.

[www.iaa.de/de/mobility](http://www.iaa.de/de/mobility)

Vereinigtes Königreich

## Zuversicht wächst

Der Optimismus im Geschäft mit dem Vereinigten Königreich (VK) steigt: In einer Umfrage der Deutschen Auslandshandelskammer Großbritannien bewerten 44 Prozent der Betriebe die Entwicklung ihrer Geschäfte im VK als positiv oder sehr positiv; 38 Prozent betrachten sie als stabil. Im Herbst 2020 hatten fast 79 Prozent die geschäftliche Lage noch als schlecht bezeichnet.

[www.grossbritannien.ahk.de](http://www.grossbritannien.ahk.de)

BayWa AG

## Vertrag verlängert

Der Aufsichtsrat der BayWa AG, München, hat den langjährigen Finanzvorstand, **Andreas Helber** (55), für eine erneute Amtszeit bis März 2026 bestellt. Der Diplom-Kaufmann, Steuerberater und Wirtschaftsprüfer ist seit 2000 bei der BayWa.  
[www.baywa.com](http://www.baywa.com)



Sixt SE

## Wechsel im Vorstand

Seit 1. Juni 2021 ist **Kai Andrejewski** (53) Chief Financial Officer (CFO) der Sixt SE, Pullach, und verantwortet die Ressorts Global Financial Performance, Corporate Finance, Steuern, Recht sowie Governance & Controls. Er übernimmt die Position von Jörg Bremer, der das Unternehmen zum 1. Juni 2021 verlässt.  
[www.sixt.com](http://www.sixt.com)



Penguin Random House  
Verlagsgruppe GmbH

## Neuer Personalchef

**Marco Jochum** (43) verantwortet seit dem 1. April 2021 den Bereich Personal bei der Penguin Random House Verlagsgruppe, München. Als Senior Vice President Human Resources ist er auch Mitglied der Geschäftsleitung. Er folgt auf Niels Neumann, der das Unternehmen letztes Jahr verlassen hat.  
[www.randomhouse.de](http://www.randomhouse.de)



Fotos: BayWa AG, Sixt SE/Marc Mueller, Katrin Biller Fotografie



Foto: metamorworks/Adobe Stock

## Künstliche Intelligenz Zukunftstechnologie mit Chancen

Jedes vierte Unternehmen (24 Prozent) in Deutschland plant Investitionen in künstliche Intelligenz, und mehr als zwei Drittel der Betriebe (69 Prozent) sagen, dass KI die wichtigste Zukunftstechnologie ist. Lediglich etwa jede vierte Firma (26 Prozent) glaubt dagegen, dass KI überschätzt wird und nur ein Hype ist. Das sind Ergebnisse einer repräsentativen Befragung von mehr als 600 Unternehmen aller Branchen im Auftrag des Digitalverbands Bitkom.

Immer mehr Betriebe sehen für sich selbst Vorteile in KI. Nach Ansicht von 62 Prozent bietet sie Chancen für das eigene Geschäft, vor einem Jahr sahen das erst 55 Prozent so. Allerdings steigt die Zahl der Unternehmen, die KI einsetzen, nicht im gleichen Tempo. Aktuell werden KI-Anwendungen in acht Prozent der Firmen genutzt, vor einem Jahr waren es sechs Prozent. Stärker gewachsen ist der Anteil der Unternehmen, die den Einsatz planen oder diskutieren – von 22 auf 30 Prozent.

Firmen, die bereits KI einsetzen, verwenden sie am häufigsten für personalisierte Werbung (71 Prozent). 64 Prozent nutzen KI zur Verbesserung interner Abläufe in der Produktion und Instandhaltung, 63 Prozent im Kundendienst, etwa bei der automatisierten Beantwortung von Anfragen. [www.bitkom.org](http://www.bitkom.org)

# 319,6 Milliarden

E-Mails werden 2021 täglich weltweit im geschäftlichen und privaten Verkehr verschickt und empfangen.

Quelle: Statistics Report der Radicati Group

# Firmenjubiläen

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



Foto: Fotolia/Prostock-studio

## 125 Jahre

Vereinigte  
Papierwarenfabriken GmbH  
Feuchtwangen

1896 von Hubert Kurz und Carl Eger in München gegründet, sind die Vereinigten Papierwarenfabriken ein Familienunternehmen in mittlerweile vierter Generation. Die Zeit nach dem Zweiten Weltkrieg gestaltete sich zunächst schwierig. Zehn Jahre später aber ist das Unternehmen wieder aufgebaut und beschäftigt 600 Mitarbeiter. 1974 wird in Feuchtwangen der Grundstein für einen zentralen Produktionsstandort gelegt. Heute ist das Unternehmen einer der führenden Hersteller von flexiblen Verpackungen, Service- und Sterilgutverpackungen und beliefert Kunden in mehr als 70 Ländern.

## 60 Jahre

Hartinger Grundbesitz  
GmbH & Co. KG  
Rosenheim

Die Hartinger Unternehmensgruppe besteht aus mehreren Gesellschaften. Ihr primäres Geschäftsfeld ist die Verwaltung und Weiterentwicklung von Immobilien, die für den eigenen Bestand erworben wurden. Derzeit befinden sich circa 60000 Quadratmeter vermietete Bestandsfläche im Besitz der Gruppe. Hinzu kommen mehrere Anteilsbeteiligungen bei weiteren Immobilienunternehmen. 2019 wurde die »Familie Hartinger – Heimatstiftung« ins Leben gerufen. Sie fördert in der Region rund um Rosenheim Kunst und Kultur, traditionelles Brauchtum, Bildung, Erziehung, Denkmalpflege sowie Sport und unterstützt hilfsbedürftige Menschen.



Foto: Hartinger Grundbesitz GmbH & Co. KG

*Geschäftsführer Michael Hartinger (Mitte) mit Jens Wucherpfennig (l.), Leiter der IHK-Geschäftsstelle Rosenheim, und Andreas M. Bensegger, Vorsitzender des Regionalaussschusses Rosenheim*

## 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.

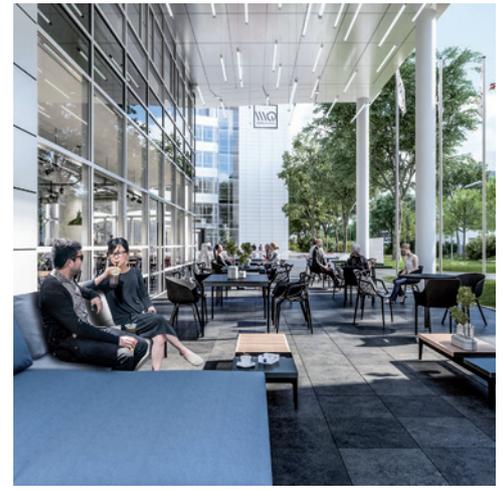
Bei einem besonderen Jubiläum ab 50 Jahren überreicht die IHK die Urkunde nach Terminvereinbarung auch gerne persönlich. Bestellung unter: [www.ihk-muenchen.de/firmenjubilaeum](http://www.ihk-muenchen.de/firmenjubilaeum)

### IHK-Ansprechpartnerin

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



Foto: Goran Gajamin/Das Kraftbild



URBAN MODERN FLEXIBEL

# WEISSES QUARTIER

Der ideale Standort für **INTERNATIONALE PLAYER** und **INNOVATIVE START-UPS** im angesagten Münchner Osten. Das **WEISSE QUARTIER** bietet mit **LEED-GOLD-** und **WIRESCORE-**Zertifizierung einen innovativen und hohen Standard für die **ZUKUNFT** Ihres Unternehmens. Das **CAMPUS-**Konzept ist wegweisend: Architektonisch inspiriert vom US-Stararchitekten Richard Meier, kombiniert es die Faktoren **ARBEIT** und **ERHOLUNG** auf einzigartige Weise. Die Gebäude sind mit **MODERNSTER TECHNIK** ausgestattet, wie beispielweise mechanischer Be- und Entlüftung für das **PERFEKTE RAUMKLIMA**. Weitere Highlights sind Mietbereiche mit eigenen **DACHERASSEN**, die **ANSPRUCHSVOLL GESTALTETEN AUSSENANLAGEN** und die **HOCHWERTIGEN GASTRONOMIEANGEBOTE**. Auch stehen den Mietern **E-LADESTATIONEN** in der großen **FAHRRADGARAGE** zur Verfügung.

**INTERESSANT FÜR SIE? DANN RUFEN SIE UNS AN.**

**Allgemeine SÜDBODEN Grundbesitz Verwaltung GmbH**

Vermietung: Ernst Thriene Telefon: 0170 185 09 03 Mail: e.thriene@suedboden.com Bavariafilmplatz 7 82031 Grünwald

**WEISSES QUARTIER ST.-MARTIN-STRASSE 72-82 MÜNCHEN**

 **ALLGEMEINE SÜDBODEN**

A woman with dark hair, wearing a white top and a dark blazer, stands in a warehouse. She is smiling and has her hands on a large blue barrel with a black lid. In the background, there are several shelves filled with blue plastic storage bins, each with a QR code on it. The lighting is bright, and the overall atmosphere is professional and organized.

»Wir schließen Versorgungslücken«, sagt ilapo-Chefin Sabine Fuchsberger-Paukert, hier in der Warenwirtschaft des Unternehmens

# Den Kopf *voller Ideen*

## Die passionierte Apothekerin Sabine Fuchsberger-Paukert baute den Pharmagroßhändler ilapo zu einem florierenden Unternehmen mit familienfreundlichen Arbeitsbedingungen aus.

---

HARRIET AUSTEN

---

**A**ls Sabine Fuchsberger-Paukert mit ihrem Unternehmen vor einigen Jahren in größere Räume an der Münchner Friedenheimer Brücke umzog, war ihr vor allem eines wichtig: »dass sich meine Mitarbeiter hier wohlfühlen«. Die Geschäftsführerin der ilapo Internationale Ludwigs-Arzneimittel GmbH & Co. KG gestaltete daher Büros, Küche, Schweigeraum und Lounge mit einem ansprechenden Farbkonzept und ausgesuchten Möbeln. Auffällig ist auch ein Kunstwerk im Flur, das aus grauen und roten elastischen Bändern besteht, die um silberne Knöpfe gespannt sind. Jeder, der vorbeigeht, kann es neu anordnen. Fuchsberger-Paukert versteht das Bild als Symbol für lebendige Vernetzung, aber auch für die »aktive Beteiligung unserer Mitarbeiter am Erfolg«.

Damit ist ein typischer Wesenszug der Chefin beschrieben: Sie führt ihre Mitarbeiter souverän, selbstbewusst, kooperativ – »mehr Miteinander, viel Verständnis, gleiche Ebene, gemeinsames Agieren«, fasst sie ihren Führungsstil zusammen. Mit einem derart gestärkten Team gelang es der 58-Jährigen, eine Firma aufzubauen, die mittlerweile zu den Marktführern der Branche gehört, stetig wächst und vom weltweit steigenden Bedarf an pharmazeutischen Spezialbestellungen profitiert. Denn ilapo hat sich auf einen Nischenmarkt verlegt: den Im- und Export von Arzneimitteln, die im jeweiligen Ziel-land (noch) nicht zur Verfügung stehen.

Dass sie in der Firma, in der sie als Praktikantin begonnen hatte, eine bemerkenswerte Karriere bis zur Geschäftsführerin hinlegen würde, hätte sich Fuchsberger-Paukert zu Beginn ihrer Berufslaufbahn nicht träumen lassen. Eigentlich sollte sie die väterliche Apotheke in Kempten übernehmen, für die sie als Kind Rezepte gestempelt, Kräuter gesammelt oder Salben angerührt hatte. Doch dann absolvierte sie während ihres Pharmazie-

studiums ein Praktikum in der Internationalen Ludwigs-Apotheke – und blieb der Firma bis heute treu. »Mich begeisterte das internationale Geschäft von Anfang an«, sagt Fuchsberger-Paukert.

Die Apotheke hatte sich früh auf den Import von Spezialmedikamenten verlegt. Gefördert vom Inhaber Florian Picha, erhielt Fuchsberger-Paukert schon bald Verantwortung für Import, Logistik und Versand. Vier Jahre später stieg die Apothekerin zur stellvertretenden Geschäftsführerin auf – just in dem Jahr, in dem sie Zwillinge bekam. Wie sie das bewältigt hat? »Durch Führen in Teilzeit, natürlich unter bestimmten Bedingungen«, antwortet die Managerin. Sie war froh, dass ihr Chef ihr voll vertraute.

### Erfolgreiche Aufbauarbeit

Die Firma trieb den Arzneimittelimport und -export konsequent voran. Der Großhandel wuchs derart, dass die Geschäftsleitung beschloss, den Bereich 2006 in eine eigene Firma auszulagern: in die Internationale Ludwigs-Arzneimittel GmbH & Co. KG (ilapo) – und Fuchsberger-Paukert wurde die Geschäftsführerin.

»Eine spannende und anstrengende Herausforderung«, sagt sie heute. Es galt, eine Führungsmannschaft aufzubauen, eine eigene Firmenkultur zu entwickeln und, nicht zuletzt, die anfangs viel zu großen neuen Räume mit Leben zu füllen. »Inzwischen ist alles schon wieder zu klein«, sagt die ilapo-Chefin lachend.

Ihre Gestaltungs- und Entscheidungsfreiheit nutzt sie, um den Kundenstamm und das internationale Lieferantennetzwerk zu erweitern, neue Geschäftsfelder aufzubauen, die Digitalisierung voranzutreiben und einen Pool für den Nachwuchs zu etablieren. Denn das Angebot des Unternehmens, das über 60 hoch speziali-

sierte Mitarbeiter, ein System aus eigenen und internationalen Datenbanken sowie eine ausgeklügelte Lieferlogistik verfügt, ist gefragt. »Wir schließen Versorgungslücken und wachsende Lieferengpässe und suchen weltweit nach passenden Alternativen«, erklärt die Geschäftsführerin, die 7000 Apotheken in Deutschland und 320 Kunden in über 90 Ländern mit 750000 Arzneimitteln beliefern kann.

Den Freiraum, den Fuchsberger-Paukert selbst erfahren hat, gibt sie nun als Vorbild weiter. Teilzeitmodelle, auch für Führungskräfte, ermöglicht sie ihrer zu 90 Prozent weiblichen Belegschaft schon länger. Jetzt hat sie noch eine Kita eröffnet und treibt das Thema Vereinbarkeit von Familie und Beruf in den IHK-Arbeitskreisen »Gesundheitswirtschaft« und »Frauen in der Wirtschaft« voran. Ganz selbstverständlich sei das nicht. »Den Fokus auf eine familienfreundliche Firma zu setzen«, so Fuchsberger-Paukert, »war ein großer Sprung für mich und mit erheblichem Umdenken verbunden.«

[www.ilapo.de](http://www.ilapo.de)

### Zur Person

Sabine Fuchsberger-Paukert, Jahrgang 1963, stammt aus einer Allgäuer Apothekerfamilie. Sie studierte Pharmazie in München und trat als Praktikantin in die Internationale Ludwigs-Apotheke ein. 1994 stieg sie zur Leiterin Import auf und übernahm vier Jahre später die stellvertretende Leitung. 2006 wurde sie Geschäftsführerin der neu gegründeten ilapo Internationale Ludwigs-Arzneimittel GmbH & Co. KG, in die der Großhandel der Apotheke ausgelagert wurde. Ilapo hat heute 60 Mitarbeiter und macht 50 Millionen Euro Umsatz.

Fuchsberger-Paukert ist verheiratet und hat zwei Kinder.



# Boden auf Zeit

Die Stadt München vergibt Gewerbeflächen nur noch im Erbbaurecht. Das kann angesichts von Flächenmangel und hohen Grundstückspreisen für Unternehmen eine praktikable Lösung sein – wenn bestimmte Voraussetzungen erfüllt sind.

---

EVA MÜLLER-TAUBER

---



Foto: EdNurg/Adobe Stock

**P**assenden, bezahlbaren Wohnraum zu finden, der gewisse Standards erfüllt und einem sogar noch gefällt – das ist in München fast wie ein Sechser im Lotto. Aber nicht nur der Wohnimmobilienmarkt in der bayerischen Landeshauptstadt ist sehr angespannt. Auch bei Gewerbeflächen gibt es – euphemistisch ausgedrückt – einen deutlichen Nachfrageüberhang. Deshalb hat der Münchner Stadtrat im Herbst 2019 beschlossen, verfügbare Gewerbe- und Kerngebietsflächen

nicht mehr zu verkaufen, sondern vorerst nur noch im Erbbaurecht zu vergeben, »um auch in Zukunft über ein ausreichendes Flächenportfolio zu verfügen«, erklärt Kristina Frank, Leiterin des Immobilien- und Betriebsreferats der Landeshauptstadt München.

Erbbaurecht, das heißt im Klartext: Die Flächen gehören weiterhin dem Grundstückseigentümer, in diesem Fall der Stadt. Die Erwerber dürfen diese jedoch für einen vorher festgelegten Zeitraum –

meist zwischen 40 und 99 Jahren – wie ein Eigentümer nutzen, also auch bebauen. Dafür bezahlen sie regelmäßig einen festgelegten Erbbauzins an den Erbbaurechtsgeber. Einzelheiten zwischen den Parteien werden im Erbbaurechtsvertrag geregelt (s. Kasten S. 15).

Viele Großstädte praktizieren diese Art der Flächenvergabe schon länger und können über ihre Erfahrungen berichten. Frankfurt am Main zum Beispiel wendet sie seit den 1960er-/1970er-Jahren auf gewerbliche

Flächen fürs Gewerbe – Grundstücke  
auf dem Junkers-Gelände  
vergift die Stadt für bis zu 60 Jahre



Foto: LHM, Referat für Arbeit und Wirtschaft

Grundstücke an. Ein großer Vorteil sei, dass die Kommune neue planungstechnische Gegebenheiten besser berücksichtigen und die Entwicklung der Stadt gezielter steuern könne, sagt Heike Arnold, Leiterin des Sachgebiets Erbbaurechte der Stadt im Amt für Bau und Immobilien. Deshalb stellt Frankfurt gewerbliche Grundstücke seit Längerem nur noch in dieser Form zur Nutzung bereit.

»Nach einer bestimmten Zeit können wir damit wieder neu planen, welches Gewerbe wir wo ansiedeln, und entscheiden, ob wir etwa einem Industrie- oder Handwerksbetrieb den Zuschlag für eine Fläche geben, weil dieser viele Arbeitsplätze schafft. Oder vielleicht doch eher einem Dienstleister, weil mit der Zeit die Wohnbebauung näher an die gewerbliche Bebauung herangerückt ist und ein produzierendes Gewerbe daher an dieser Stelle problematisch werden könnte«, sagt Arnold. Und die Unternehmen? »Auch die profitieren offensichtlich«, meint sie. So sei die Nachfrage nach gewerblichen Grundstücken in Erbbaurecht in der Main-

metropole ungebrochen – trotz niedriger Darlehenszinsen, die Finanzierungen vergünstigen, und einiger Flächen, die auf dem öffentlichen Markt zum Verkauf stehen. »Aber beim Erbbaurecht müssen die Unternehmer eben nur die Aufbauten finanzieren und nicht gleichzeitig noch das entsprechende Grundstück«, so Arnold. »Zudem ist der Erbbauzins steuerlich voll absetzbar.«

Münchens Kommunalreferentin Frank beschreibt das Erbbaurecht als Win-win-Situation: »Die Unternehmen bekommen von der Stadt zu langfristig planbaren Konditionen ein Grundstück, das es ihnen ermöglicht, ihre aktuellen betrieblichen Bedürfnisse nachhaltig in München umzusetzen; und die Stadt München erhält sich die Möglichkeit, nach Ablauf des Erbbaurechts wieder über ein Gewerbegrundstück zu verfügen und dieses wirtschaftspolitisch sinnvoll einzusetzen.« Die städtischen Gewerbeflächen auf dem ehemaligen Junkers-Gelände in Allach etwa will die Stadt im Erbbaurecht mit einer Laufzeit von 40 bis 60 Jahren vergeben.

Auch Andreas Eisele, Vorsitzender des Immobilienausschusses der IHK für München und Oberbayern, sieht mögliche Vorteile: »Gerade die beschleunigte Vergabe von Erbbaurechten auf den Flächen der Stadt sowie denen des Landes und des Bundes ist ein starkes Mittel, um die finanzielle Belastung von Neubauvorhaben durch den Bodenwert zu reduzieren«, betont er. »Es ist jedoch wichtig, die Regelungen im Erbbaurechtsvertrag fair auszugestalten, damit eine wirkliche Win-win-Situation für alle Akteure zustande kommt.«

Investoren wie die Versicherungskammer Bayern zeigen sich gegenüber Erbbauprojekten ebenfalls aufgeschlossen. »Infolge des anhaltenden Niedrigzinsumfelds und des Ausbaus der Assetklasse Immobilien rücken auch Immobilien mit Erbbaurechten zunehmend in unseren Fokus, wobei wir die Stellung als Grundstückseigentümer klar präferieren«, erklärt Kathrin Vogels, Leiterin Kapitalanlage Immobilien der Versicherungskammer Bayern.

Was die Gewerbeförderung betrifft, würden bei Erbbaupacht grundsätzlich dieselben Bindungen verlangt, wie dies auch bei einem Verkauf der Fall gewesen wäre, erläutert Clemens Baumgärtner, Leiter des Referats Arbeit und Wirtschaft (RAW) der Stadt München. Der Erbbaurechtsnehmer verpflichtet sich, die Fläche mindestens zehn Jahre und überwiegend selbst zu nutzen sowie 95 Prozent des zulässigen Baurechts zu realisieren. »Ein Erbbaurecht sieht jedoch von Gesetzes wegen noch weitere Zustimmungsrechte des Grundstückseigentümers vor, etwa, wenn es belastet oder weiterverkauft wird.«

Im Portfolio des RAW befänden sich derzeit zwar nur noch wenige Hektar, die es im Rahmen der Gewerbeförderung vergeben kann. »Die Neuauflage des Gewerbeflächenentwicklungsprogramms bietet die Möglichkeit, neue gewerbliche Potenziale mit einem Umfang von bis zu 35 Hektar für klassisches Gewerbe zu erschließen«, betont der Wirtschaftsreferent. Interessenten fragten oft eine Laufzeit von 60 Jahren nach. »Dieser Zeitraum kommt zumindest bei Familienbetrieben dem Wunsch nach der Möglichkeit, den Betrieb in der nächsten Generation fortzuführen, am nächsten«, sagt Baumgärtner.

So war es auch bei der Kröll GmbH. Vor vier Jahren hatte sich Inhaber Florian Kröll, der

den Sanitär- und Heizungsbetrieb in dritter Generation leitet, im Rahmen der Firmenförderung für ein Gewerbegrundstück der Stadt München beworben. Die Traditionsfirma arbeitet in einem Mehrfamilienhaus in einer Seitenstraße mitten im Zentrum Münchens. Das Gebäude gehört zwar der Familie des 40-Jährigen. »Doch mit mittlerweile 20 Mitarbeitern wird es da eng, und eine Erweiterung ist nicht möglich.« Hinzu kommen Klagen der Nachbarn, die sich über Lärm beim Ein- und Ausladen beschwerten sowie über zu viele An- und Abfahrten von Zulieferern und Zwischenlagerungen von Wertstoffen im Hof.

### Guter Kompromiss

Nun wird das Unternehmen in absehbarer Zeit in den Münchner Osten umziehen und dort einen neuen Firmensitz bauen. Nach einem langwierigen Auswahlprozess unter 40 Firmen bekam Kröll von der Stadt den Zuschlag für ein 1500 Quadratmeter großes Areal in Trudering. Dass er dieses im Erbbaurecht erwerben konnte, ist aus seiner Sicht ein guter Kompromiss. Natürlich sei dies mit einer Reihe von Verpflichtungen und Absprachen verbunden. Es sei mitunter auch zeitintensiv, sich in alles einzulesen. »Aber so sind die Spielregeln, es ist eine Entscheidung für ein Firmenleben und über Generationen hinaus. Da nimmt man sich entweder gern die Zeit oder man lässt es bleiben. Wir jedenfalls hätten nicht die finanziellen Mittel, uns ein so großes Grundstück in dieser Lage und mit entsprechender Anbindung zum jetzigen Zeitpunkt kaufen zu können.« Zudem biete die Vertragslaufzeit von 60 Jahren mit einer Verlängerungsoption um weitere 20 Jahre auch seinen Kindern Planungssicherheit. Und wenn die nächste Generation den Betrieb nicht übernehmen möchte? »Dann suchen wir in Absprache mit der Stadt einen Nachfolger für das Erbbaurecht«, so Kröll.

Bei der Finanzierung von gewerblichen Grundstücken und Immobilien im Erbbaurecht seien Banken oft skeptisch, heißt es. Das kann Bernd Mayer, Leiter des Bereichs Immobilien bei der BayernLB, so nicht bestätigen: »In erster Linie steht für uns bei jeder Finanzierung das Objekt an sich,

also etwa die Lage und Konzeption der Immobilie, im Vordergrund. Wenn dies für uns stimmig ist, sind wir bei Erbbaurechten grundsätzlich nicht zurückhaltender.« Allerdings müsse man darauf achten, ob die Besonderheiten des Erbbaurechts einschränkend auf die Beleihbarkeit wirken. Unter einer Restlaufzeit des Erbbaurechts von 30 Jahren werde es für eine langfristige Immobilienfinanzierung bereits schwierig – »und das wird auch potenziellen Investoren weniger gefallen«, warnt Mayer. Die seien möglicherweise ohnehin etwas vorsichtiger beim Erwerb von Erbbaurechten, da sie bei einer Weiterveräußerung unabhängig von einer Zustimmung des Erbbaurechtsgebers sein möchten und einen kleineren Interessentenkreis befürchten. Und: »Wenn die Restlaufzeit nicht mindestens zehn Jahre beträgt, beleihen wir generell kein Erbbaurecht«, so Mayer.

Die Restlaufzeit sollte daher möglichst lang sein, da sich dies positiv beim Verkauf auswirkt – sowohl, was die Zahl der Kaufinteressenten angeht als auch hinsichtlich des

zu erzielenden Preises. Wichtig ist für die Bank die Ausgestaltung des Vertrags, der neben der Laufzeit des Erbbaurechts und der Höhe des Erbbauzinses meist eine Zustimmungspflicht des Erbbaurechtsgebers für die geplante Baumaßnahme vorsieht. »Großes Augenmerk legen wir zudem auf die Heimfallregelungen, wenn der Erbbaurechtsnehmer also etwa die fälligen Erbbauzinsen nicht bezahlen kann und es zu einem vorzeitigen Heimfall des Erbbaurechts an den Erbbaurechtsgeber kommt«, so Mayer. Sie sollten nicht einseitig zu Lasten des Erbbauberechtigten ausfallen. Mayer rät Erwerbenden von Erbbaurechten, sich rechtlich beraten zu lassen. »Und sie sollten gegebenenfalls mit ihren potenziellen Finanzpartnern frühzeitig abklären, ob einer Finanzierung irgendwelche Punkte aus dem Erbbaurechtsvertrag entgegenstehen.« ■

### IHK-Ansprechpartnerin zu Erbbaurecht

Susanne Kneißl-Heinevetter  
Tel. 089 5116-1467  
Kneissl@muenchen.ihk.de

### Erbbaurecht – so funktioniert's

In vielen Ländern wie zum Beispiel in den Niederlanden oder in der Schweiz ist es durchaus üblich, das Eigentum am Grundstück und an den Bauten darauf zu trennen. Hierzulande ist Erbbaurecht weniger gängig und eher bei Wohnimmobilien verbreitet. Für Gewerbeimmobilien werden bisher nur knapp 18 Prozent aller Erbbaurechte vergeben, so der Deutsche Erbbaurechtsverband.

Wie wird das Erbbaurecht in der Praxis geregelt? Der Erbbaurechtsgeber – also der Grundstückseigentümer – und der Erbbaurechtsnehmer schließen einen Vertrag, der vor allem Folgendes festlegt:

- ▶ Zweck und Nutzung des Erbbaurechts
- ▶ schuldrechtliche Verpflichtungen
- ▶ Laufzeit (meist zwischen 60 und 99 Jahren)
- ▶ Erbbauzins
- ▶ Bestimmung des Flurstücks
- ▶ Wertsicherungsklausel
- ▶ dingliche Rechte

- ▶ Zwangsversteigerungsfestigkeit des Erbbauzinses
- ▶ Ende des Erbbaurechts und Bedingungen für dessen Verlängerung

Bei Vertragsende fällt die Immobilie meist an den Grundstückseigentümer zurück (Heimfall). Der Erbbaurechtsnehmer erhält dafür eine finanzielle Entschädigung. Wichtig: Das Erbbaurecht ist ein im Grundbuch eingetragenes Recht und steht im Rang grundsätzlich höher als ebenfalls im Grundbuch eingetragene Grundschulden. Deswegen kann eine finanzierende Bank im Fall eines Kreditausfalls des Käufers zunächst einmal keine Zwangsversteigerung einleiten. Banken bestehen daher für eine Finanzierung gewöhnlich auf einer Stillhalteerklärung des Erbbaurechtsgebers, falls der Erbbaurechtsnehmer das Darlehen nicht mehr bedienen kann. So darf die Bank das Grundstück/die Immobilie verwerten beziehungsweise zwangsversteigern.

# Quartier aus einem Guss

Um großflächig Bauland zu mobilisieren, greifen Kommunen immer wieder auf das Instrument der Städtebaulichen Entwicklungsmaßnahme (SEM) zurück. So entstehen neue Flächen für Wohnungen, Büros und Gewerbe, aber auch zahlreiche Konflikte.

— EVA MÜLLER-TAUBER —

**M**ünchen im Jahr 2035: Am bisher ländlich geprägten Stadtrand im Nordosten ist auf 600 Hektar ein neues, dicht bebautes, lebendiges Stadtviertel entstanden. Mit Wohngebäuden, Geschäften, Cafés, Sportanlagen, mit Grünstreifen, landwirtschaftlichen Arealen, einem Badesee sowie U-Bahn- und Tramanschluss – klimaneutral, ökologisch, autoarm. Im Viertel finden 30000 Menschen Platz zum Leben, bis zu 10000 Beschäftigte haben hier ihren Arbeitsplatz.

So ungefähr könnte das Gebiet innerhalb des Dreiecks Johanneskirchen/Daglfing/Riem in einigen Jahren aussehen, sollte der Münchner Stadtrat den Siegerentwurf des eigens für das Areal ausgeschriebenen Ideenwettbewerbs zur Grundlage weiterer Stadtentwicklungsplanungen machen.

Noch ist das eine Zukunftsvision. Klar ist aber schon heute: München wird oder besser: muss sich weiter verändern. Denn die bayerische Landeshauptstadt samt Land-

kreis zählt wegen ihrer Wirtschaftskraft und ihrer hohen Lebensqualität zu den Boomregionen in Deutschland. Immer mehr Menschen ziehen zu. Mieten und Kaufpreise für Flächen und Immobilien kennen seit Langem nur noch eine Richtung: nach oben. Vor diesem Hintergrund war es Andreas Eisele, dem Vorsitzenden des IHK-Ausschusses Immobilienwirtschaft, ein großes Anliegen, in einer Sitzung die Möglichkeiten der kommunalen Baulandmobilisierung zu diskutieren. Im



Fokus stand dabei die Städtebauliche Entwicklungsmaßnahme, kurz: SEM (siehe auch »Das Stichwort« rechts). »Mit einer SEM haben wir die Möglichkeit, eine stimmige Gesamtplanung für ein komplett neues Stadtviertel zu erstellen«, sagt Elisabeth Merk, Leiterin des Referats für Stadtplanung und Bauordnung der Stadt München. Oft laufe man bei sehr großräumigen Planungen Gefahr, dass an den verschiedensten Stellen Einzelprojekte ohne Gesamtstruktur entstehen, die dann nicht zwingend zusammenpassen. »Hier aber können wir eine integrierte Planung schaffen, ein Konzept aus einem Guss.« Doch das Modell birgt Konfliktpotenzial.

In München wurden bereits SEMs umgesetzt, etwa beim Areal an der Domagkstraße im Münchner Norden, wo die Stadt alte Kasernenflächen vom Bund erworben hat. Hier gab es keine großen Reibungspunkte, »schließlich liegt es bei

## Das Stichwort: Städtebauliche Entwicklungsmaßnahme (SEM)

Für Kommunen ist die Anfang der 1970er-Jahre eingeführte SEM ein gängiges Instrument der Stadtentwicklung. Die Vorgehensweise ist im Baugesetzbuch (BauGB §§ 165–171) festgeschrieben. Die förmliche Festlegung setzt voraus, dass es im öffentlichen Interesse liegt (§ 165 Abs. 1 BauGB), die Entwicklungsmaßnahme einheitlich vorzubereiten und zügig durchzuführen. Die rechtlichen Möglichkeiten müssen wirklich erforderlich sein, kein anderes vertretbares Instrument (etwa

ein städtebaulicher Vertrag) darf zur Verfügung stehen. Die öffentlichen und privaten Belange sind gegeneinander und untereinander gerecht abzuwägen.

Besonderes Kennzeichen der SEM ist die Grunderwerbs- und Erschließungspflicht der Gemeinde (§ 166 Abs. 3 BauGB). Zu deren Unterstützung dienen unter anderem das allgemeine und das besondere Vorkaufsrecht (§§ 24 ff. BauGB) sowie die erleichterte Enteignung (§ 169 Abs. 3 BauGB).

solchen Konversionsflächen auch im Interesse des Bundes – dem alleinigen Grundstücksvorbesitzer –, dass alles gut läuft«, erklärt Florian Rixner (54), Fachanwalt für Verwaltungsrecht bei der Münchner ZIRN-GIBL Rechtsanwälte Partnerschaft mbB. Bei der geplanten SEM NordOst Johanneskirchen/Daglfing/Riem hingegen gestaltet sich die Lage komplizierter.

## Enteignung ist möglich

Zum einen handelt es sich um ein riesiges Neubauviertel, das entstehen soll. Zum anderen gibt es hier 200 private Grundeigentümer, darunter mehrere Landwirte, mit denen es zu verhandeln gilt. »Im Regelfall soll die Stadt bei einer SEM alle Flächen erwerben«, so Rixner, »aber für diese Zielgruppe individuelle Lösungen und gleichwertige Ersatzflächen zu finden, ist nicht einfach. Viele möchten ihre Betriebe an jetziger Stelle weiterführen.« Findet sich kein Kompromiss, darf die Stadt beim Instrument der SEM jene Eigentümer, die nicht verkaufen wollen und damit das ganze Projekt gefährden, in letzter Konsequenz enteignen.

Weiterer Streitpunkt: Die Grundstückspreise werden im Zuge einer SEM vorsorglich eingefroren. Dies erfolge weitgehend auf dem Niveau landwirtschaftlicher Nutzfläche, so die Kritik, also bei unter 100 Euro pro Quadratmeter. Die Preise für Bauland liegen jedoch um ein Vielfaches höher, sie bewegten sich bei 1000 Euro pro Quadratmeter. »Es muss in jedem Einzelfall bewertet werden: Wie ist die Qualität des Baulands und welche Bauerwartung hat

es? Je höher diese ist, desto höher der Wert«, erläutert Rixner. »Entsprechend dieser Qualität werden auch die allgemeinen Preissteigerungen berücksichtigt.«

Der Rechtsexperte sieht im Fall des Münchner Nordostens keine wirkliche Alternative zur SEM. Um Städtebauförderungsmittel zu bekommen, müsse die Kommune bestimmte städtebauliche Instrumente nutzen. »Aber eine Sanierung oder ein Stadtumbau sind hier nicht möglich, es kann nichts saniert oder umgebaut werden.« Außerdem wolle die Stadt ja nicht nur Bauland erwerben, sondern es müsse auch die notwendige Infrastruktur für eine solche Entwicklung geschaffen werden. Die Instrumentarien der Sozialgerechten Bodennutzung (SoBoN) genügten dafür nicht.

Insofern sei die SEM hier das passende Instrumentarium, schließt der Experte. Um eine solche Maßnahme starten zu können, müsse zudem die Allgemeinheit ein verstärktes Interesse daran haben, dass die Stadt wegen eines dauerhaft erhöhten Wohnraumbedarfs zeitnah in größerem Umfang neuen bezahlbaren Wohnraum zur Verfügung stellt. »Dieses Kriterium ist ebenfalls erfüllt«, sagt Rixner.

Betroffene Grundstückseigner zeigen sich dennoch wenig begeistert. Sonja Dirl (54) vom Bayerischen Bauernverband, Kreisverband München, hat generell Verständnis dafür, dass mehr Wohnungen gebaut werden müssen. »Aber in dieser Größenordnung? Warum werden nicht kleinere Gebiete ausgewiesen, ein moderates Wachstum angestrebt?« Mit der

Areal Domagkstraße – SEM für alte Kasernenflächen



SEM NordOst würden wichtige naturnahe Freiflächen geopfert und heimische Betriebe vertrieben. »Eigentum und Beruf sind bei uns untrennbar miteinander verbunden, ein Verlust von Flächen lässt sich kaum ausgleichen«, argumentiert Dirl. Durch eine SEM würden viele Flächen der landwirtschaftlichen Bewirtschaftung für immer entzogen.

Passende Grundstücke an anderer Stelle und in gleicher Qualität seien im Münchner Raum kaum oder nicht verfügbar

– schon gar nicht zu den Preisen, die die betroffenen Eigentümer für ihre Flächen bekämen. Die Landwirte aus dem Stadtgebiet seien systemrelevant, lieferten einen wichtigen Beitrag zur Versorgungssicherheit der Bürger. »Sie befinden sich jedoch seit Jahren in einer emotionalen Ausnahmesituation, wissen nicht, wie es weitergeht«, so Dirl. Bäuerliche Betriebe bräuchten eine gewisse Vorlaufzeit für Umstrukturierungen sowie Planungssicherheit. Auch die Kommunikation mit der

Stadt sei bisher alles andere als befriedigend verlaufen. »Um einen Konsens zu finden, müssten sich alle Beteiligten an einen Tisch setzen und ehrlich miteinander reden, endlich auch Einzelgespräche mit jedem Eigentümer stattfinden«, so Dirl.

Aktuell befindet sich die SEM in der Phase der »vorbereitenden Untersuchungen«. In dieser wird geprüft, ob das neue Stadtviertel auch wirklich umsetzbar und finanzierbar ist und sich die weitere Entwicklung über Kooperationsverträge mit den Grundstückseigentümern umsetzen lässt.

Nur wenn dies nicht möglich ist, darf der

Stadtrat eine SEM-Satzung veranlassen.

»Ersteres hat für uns, wie ja auch im Baugesetzbuch vorgesehen, Priorität«, versichert Stadtbaurätin Merk.

»Wir wollen mit den Grundstückseigentümern und alteingesessenen Anwohnern gemeinsam vorangehen, sie überzeugen, dass unsere Pläne gut sind, im Grunde alle profitieren.«

Die Diskussion um Städtebauliche Entwicklungsmaßnahmen sollte sachlich und frei von Emotionen geführt werden, mahnt der IHK-Immobilienausschuss-Vorsitzende

Eisele: »Anfangen bei der langen Planungsdauer bis hin zum letzten Mittel der Enteignung – die Problematik dieser Maßnahmen ist hinlänglich bekannt. Dennoch können einzelne Maßnahmen zur städtebaulichen Neuordnung durchaus sinnvoll sein.«

Daher müsse dieses Thema im Rahmen einer geforderten stadtgesehlichen Diskussion erörtert und in der Folge vom Stadtrat mit Augenmaß abgewogen werden. Eisele: »Für eine erfolgreiche Umsetzung sind

Transparenz und Offenheit insbesondere im Umgang zwischen Kommune und Grundstückseigentümern unabdingbar. Mit Blick auf die Planungen zur SEM NordOst bin ich gespannt, wie und vor allem wann ein Konsens zwischen den Beteiligten gefunden werden kann und wie dieser aussehen wird.«

■

#### **IHK-Ansprechpartnerin zum Thema SEM**

Susanne Kneißl-Heinevetter

Tel. 089 5116-1467

Kneissl@muenchen.ihk.de

## **Erfahrungen mit der SEM – »Heimat Hafner« in Konstanz**

**In Konstanz war die Entwicklung eines neuen Quartiers am Rande des Stadtteils Wollmatingen immer wieder im Gespräch. 2016 ging die Kommune das Projekt mit einer Städtebaulichen Entwicklungsmaßnahme (SEM) schließlich an.**

»Wir haben hier eine ähnliche Situation wie in München: Bezahlbarer Wohnraum wird zunehmend knapper, und das Preisniveau ist sehr hoch«, sagt Lukas Esper, Leiter Stabsstelle und Gesamtprojekt »Heimat Hafner« bei der Stadt Konstanz. Um das Problem zu entschärfen, wurden mögliche Lösungsansätze untersucht.

Als beste Lösung kristallisierte sich eine SEM auf der größten Siedlungserweiterungsfläche der Stadt heraus: »Heimat Hafner« ist ein aus rund 800 Flurstücken bestehendes Gebiet, von denen zu Beginn des Verfahrens rund 30 Prozent der Kommune gehörten. Viele Flächen werden landwirtschaftlich genutzt, befinden sich aber nicht im Eigentum der Landwirte.

Um die Konstanzer früh für das Projekt zu gewinnen, veranstaltete die Stadt unter großer Beteiligung der Bürger einen Planungsdialog zum neuen Stadtteil. »Dessen Ergebnis ist ein innovativer und zukunftsweisender städtebaulicher Rahmenplan«, so Esper. Das entwickelte Konzept schafft auf etwa 60 Hektar Siedlungsfläche rund 3300 Wohneinheiten und bietet auf 15 Hektar Entwicklungsmöglichkeiten für Gewerbebetriebe. Ein zentrales grünes Band mit im Schnitt etwa 50 Metern Breite bietet Raum für Frei- und Spielflächen, die die Bewohner des Quartiers mitgestalten.

Projektleiter Esper sieht in der SEM ein Instrument, das Rechte und Pflichten gerecht verteilt, alles bekomme einen Rahmen und eine andere Verbindlichkeit: »Es gibt keinen Raum für Spekulationen, weil alles sehr transparent abläuft und das Baugesetzbuch viele Schritte des Prozesses vorgibt. Falls wir etwa mit den Gesamtmaßnahmen einen Gewinn erwirtschaften sollten, müssen wir diesen Gewinn anteilig an die Alteigentümer ausschütten. Einen Verlust wiederum trägt die Stadt.« Für Eigentümer, die ihren Grund abgeben, versuche die Stadt einen gerechten Ausgleich zu schaffen. Und wer sein Eigentum behalten und selbst bebauen wolle, muss, wie gesetzlich vorgeschrieben, einen Ausgleichsbetrag für die Wertsteigerung an die Gemeinde zahlen, die sich durch die Entwicklung des Gebiets ergibt.

2024 soll die Grundstücksvergabe beginnen, 2038 die Maßnahme abgeschlossen sein. Bisher verläuft das Verfahren planmäßig. Dafür sieht Projektleiter Esper verschiedene Gründe: Zum einen sei die Bevölkerung generell überzeugt, dass in großem Umfang Wohnraum geschaffen werden muss. »Zum anderen wissen wir im Projekt genau, wo wir hinwollen. Nicht zuletzt deshalb, weil wir die Öffentlichkeit sowie Bürgerinnen und Bürger früh in die Planung eingebunden, in einigen persönlichen Gesprächsrunden die rund 350 Eigentümer informiert und grundsätzliche Fragen auch zum Finanzierungskonzept schon vor dem Bebauungsplanverfahren geklärt haben.«

# Gemeinsam Handeln für unsere Umwelt



Klimaschutz und Nachhaltigkeit sind eine Gemeinschaftsaufgabe! Zwei hessische Unternehmen haben sich das zu Herzen genommen und ein bundesweit einmaliges Projekt aufgelegt: die Umweltpartnerschaft von BRITA und ESWE Versorgung. Ihr Ziel

ist es, gemeinsam den Schutz unserer Umwelt voranzutreiben und das Bewusstsein für nachhaltiges Denken und Handeln zu stärken.

BRITA, das mittelständische Familienunternehmen aus Taunusstein, bietet weltweit Lösungen zur Trinkwasseroptimierung an – für Privatpersonen ebenso wie für Profis der HoReCa-Branche, aber auch Unternehmen, Schulen und Kliniken. Rund 2.200 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter engagieren sich weltweit für diese alternativen Angebote zu Mineralwässern in – überwiegend – Plastikflaschen und gegen die daraus resultierenden Umweltprobleme.

ESWE Versorgung ist der moderne Energiedienstleister aus Wiesbaden mit 90-jähriger Geschichte. Bundesweit haben sich die Hessen einen Namen als Energielieferant mit Top-Konditionen gemacht. Schon früh hat das Unternehmen den Fokus auf erneuerbare Energien gelegt: ESWE-Strom wird zum großen Teil aus Sonne, Wind, Biomasse und Wasserkraft gewonnen.

Aufgrund gemeinsamer Sponsoringaktivitäten hatten sich die Unternehmenschefs über ihr Verständnis von ökologischer Verantwortung ausgetauscht – und schnell reagiert!

BRITA war bereits seit der Firmengründung vor über 50 Jahren ‚nachhaltig‘, als der Begriff noch gar nicht existierte, erläutert Markus Hankammer, CEO der BRITA Gruppe. „Wer sich tagtäglich mit der lebensnotwendigen, natürlichen Ressource Wasser beschäftigt, hat geradezu naturgegeben das Ziel, etwas zur Rettung unseres Planeten beizutragen.“

Allein durch den Genuss von BRITA-gefiltertem Wasser anstelle von Flaschenwasser werden heute bereits 4 Mrd. Flaschen ersetzt, die nebeneinandergestellt 35mal um den Äquator reichen würden.

„Eines unserer Unternehmensziele ist eine maximal mögliche CO<sub>2</sub>-Reduktion. Das unterstützt auch unser ESWE Innovations- und Klimaschutzfonds“, berichtet Ralf Schodlok, Vorstandsvorsitzender der ESWE Versorgungs AG. Durch den Fonds wurden in den letzten 17 Jahren Förderzusagen über mehr als 15,5 Millionen Euro gemacht. Mit diesen Fondsmitteln konnten rund 770 Gebäude energetisch saniert werden. Der Erfolg: 19.000 Tonnen Kohlendioxid weniger pro Jahr.

Nun haben beide Unternehmen ihre Kräfte gebündelt und präsentieren ihre Beiträge zum Umweltschutz gemeinsam: Unter [www.umweltpartner.team](http://www.umweltpartner.team) dreht sich alles um das wichtige Thema Nachhaltigkeit.



## Jetzt umsteigen auf Naturstrom aus regenerativen Quellen

ESWE Versorgung legt großen Wert auf erneuerbare Energie und die bestmögliche Vermeidung von CO<sub>2</sub>-Emissionen. Deswegen werden konsequent zunehmend umweltfreundliche Energieressourcen wie Sonne, Wind, Biomasse, Erdwärme und Wasserkraft genutzt.

So können sich Privatpersonen und Unternehmen in ganz Deutschland mit den Strom- und Gasprodukten von ESWE Versorgung für eine nachhaltige und umweltfreundliche Energieversorgung entscheiden. Und das mit gutem Gewissen.



[www.eswe-versorgung.de](http://www.eswe-versorgung.de)

## Fließt Ihr Trinkwasser auch so nachhaltig wie Naturstrom?

Wer Erfrischung aus leitungsgebundenen Wasserspendern anbietet, investiert in Gesundheit und Wohlbefinden und leistet gleichzeitig einen wesentlichen Beitrag zum Umweltschutz.

Machen Sie mit und steigen Sie um auf diese nachhaltige Art der Trinkwasserversorgung.



[www.brita.net](http://www.brita.net)



»Die Krise ist ein Wendepunkt« –  
IHK-Präsident Eberhard Sasse



Foto: Goran Gajanic/daskratbild.com

# »Das Beste kommt noch«

Eberhard Sasse beendet nach knapp acht Jahren seine Amtszeit als ehrenamtlicher Präsident der IHK und zieht Bilanz. Ein Gespräch über Unternehmertum, Politik und die Kraft der Zuversicht.

MARTIN ARMBRUSTER

## **Herr Sasse, ganz spontan: Wie war Ihre Amtszeit als IHK-Präsident?**

Es war eine fantastische Zeit, für die ich dankbar bin.

## **Sie werden nun Teil der Ahnengalerie im IHK-Stammgebäude. Was empfinden Sie, wenn Sie auf Ihre Vorgänger blicken?**

Respekt und Bewunderung. Da schaue ich auf knapp 180 Jahre Wirtschaftsgeschichte, da lese ich große Namen. Gleich, ob Maffei als Gründungspräsident oder Rodenstock, Soltmann, Hipp oder Greipl als unmittelbare Vorgänger – das waren große Vorbilder, sie alle haben Bayerns Wirtschaft geprägt. Diese Erfahrungen und diese Tradition sind die Nährstoffe, die bis heute die IHK gedeihen lassen. Das gibt uns die Kraft, mit unseren Mitgliedern jetzt das Neuland zu betreten, das uns nach der Pandemie erwartet.

## **In Ihren jungen Unternehmerjahren waren Sie eher IHK-skeptisch. Was hat Sie zum Umdenken veranlasst?**

Das stimmt, die Idee einer IHK als öffentlich-rechtliche Körperschaft war mir fremd. Aber wie Konrad Adenauer kann auch mich »niemand daran hindern, jeden Tag klüger zu werden«. Im Gespräch mit dem damaligen IHK-Präsidenten Dieter Soltmann ist mir klar geworden: Wir Unternehmer führen einen ewigen Kampf gegen zu viel Bürokratie und zu hohe Steuern. Und genau dafür ist die IHK eine hochwirksame Plattform. Mit Überzeugung kann ich heute sagen: Er und andere Unternehmer, die mir Beispiel waren, hatten recht.

## **Was hat Sie motiviert, ein IHK-Ehrenamt zu übernehmen?**

Auch meine Erfahrungen als Unternehmer. Ich bin Anfang der 1970er-Jahre als Student nach München gekommen. Ich habe hier promoviert und mich mit einer kleinen Gebäudereinigung selbstständig gemacht, die dann schnell gewachsen ist. Das war möglich, weil ich hier ein Gründer-Biotop und ideale Rahmenbedingungen vorgefunden habe. Es war für mich eine unternehmerische Entscheidung, im Gegenzug einen Teil meiner Zeit und meiner Fähigkeiten der IHK zu geben. Daran mitzuarbeiten, dass sie allen Unternehmern diese Rahmenbedingungen erhalten kann.

## **Haben sich diese Rahmenbedingungen verschlechtert?**

Als Unternehmer spüre ich heute Hürden und Widerstände, die ich damals so nicht kannte. Das ist ein gefährlicher Prozess, weil er sich fast unmerklich und schleichend vollzieht. Jedes Jahr greifen die Bremsbacken ein bisschen mehr – der Prozess hat sich verselbstständigt. Das ist eine Form der Automatisierung, der ich als Unternehmer nichts abgewinnen kann. Darin sehe ich die große Aufgabe der IHK: Wir müssen diese Bremsen lockern und alles dafür tun, das Unternehmertum zu fördern.

## **Wollen das nicht auch Politik und Wirtschaftsverbände?**

Der große Unterschied ist aber: Nur in der IHK ist die Gesamtheit der ge-

werblichen Unternehmer präsent. Vom Soloselbstständigen im Nebenerwerb bis zum globalen Konzern. Deshalb ist die IHK so eine fantastische Sache. Sie ist wirklich die Interessenvertretung der regionalen Wirtschaft in der gesamten Breite.

## **Für die Wirtschaft zu sprechen, das behaupten viele Organisationen von sich.**

Aber nur die IHK bildet die Textur unserer Wirtschaft tatsächlich ab. Sie vertritt ein »Gesamtinteresse«, wie es in Paragraph 1 des IHK-Gesetzes definiert ist. Wir haben wenige Großunternehmen, dafür viele mittelständische Familienunternehmen in allen Größenordnungen. Darum beneidet uns die ganze Welt. Diese Familienunternehmer – ich bin ja selbst einer – sind ein starker Faktor unserer Arbeit im Präsidium, in den Ausschüssen und in der Vollversammlung.

## **Zur Person**

Eberhard Sasse war seit September 2013 Präsident der IHK für München und Oberbayern und Präsident der neun bayerischen IHKs (BIHK). Im Juni 2021 scheidet er offiziell aus seinem Amt und der IHK-Vollversammlung aus. Sasse ist Gründer und Eigentümer der Dr. Sasse AG, einem Komplettanbieter im Facility-Management. Das Unternehmen beschäftigt rund 6500 Mitarbeiter und hat einen konsolidierten Jahresumsatz von 220 Millionen Euro.

**Offensichtlich baut auch die Bayerische Staatsregierung auf die IHK. Sie hat die IHK mit der Antragsbearbeitung für die Coronahilfen beauftragt.**

Ja, wir haben sofort zugesagt und dieses Vertrauen nicht enttäuscht. Bayern ist dank der IHK bundesweit Spitze bei der Auszahlung der Überbrückungshilfen. Dafür haben sich Ministerpräsident Markus Söder und Wirtschaftsminister Hubert Aiwanger bei uns ausdrücklich bedankt. Auf diese Leistung all unserer Mitarbeiter bin ich richtig stolz, weil wir so über 200.000 bayerischen Firmen in einer Notlage unmittelbar helfen konnten.

**Hatten Sie Zweifel, ob die IHK das stemmen kann?**

Wir wussten, wir können das, weil wir schneller reagieren können als Behörden und wir superengagierte Mitarbeiter haben. Zeit verspielt wurde aber in Berlin – mit Streit über Förderkriterien und Verspätungen bei der Lieferung der Antragssoftware. Sobald diese Bremsen auf Bundesebene gelöst waren, konnte die IHK als Bewilligungsstelle für ganz Bayern richtig Gas geben. Die IHK hat dafür gesorgt, dass bisher fast fünf Milliarden Euro (Stand Mitte Mai, die Red.) an Selbstständige, Unternehmen und Einrichtungen im Freistaat geflossen sind. Das halte ich für eine großartige Zahl.

**Sie haben leidenschaftlich für ein besseres Image der Ausbildung geworben. Haben sich hier schon Erfolge eingestellt?**

Zumindest ist das Thema Ausbildung wieder sichtbarer geworden. Gemeinsam mit der damaligen Bayerischen Wirtschaftsministerin Ilse Aigner und dem jetzigen Wirtschaftsminister Hubert Aiwanger haben wir dafür die schlagkräftige Imagekampagne »Ausbildung macht Elternstolz« auf die Beine gestellt. Dafür haben wir im Fernsehen, im Radio und in Kinos Spots geschaltet, plakatiert und in den sozialen Medien kommuniziert.

**Werden sich die Ausbildungszahlen nach Corona wieder erholen?**

Davon bin ich überzeugt. Die Pandemie hat am Fachkräftemangel nichts geändert.

Das Bewusstsein für den Wert der Ausbildung ist geweckt, das muss man nun weiter wachhalten. Unsere Aktionen sind keine Eintagsfliegen. Sie stehen exemplarisch für einen programmatischen Beitrag der IHK zur Existenzfähigkeit unserer Mitgliedsunternehmen.

**Sie haben als IHK-Präsident einige große Momente erlebt – ein IHK-Event auf der Zugspitze, die Sanierung des IHK-Stammhauses, den 175-Jahre-Empfang mit Bundestagspräsident Wolfgang Schäuble. An welche erinnern Sie sich besonders gern?**

An dem Punkt will ich einfach nur ein großes Dankeschön sagen an die Mitglieder der Vollversammlung und meine Mitstreiter im Präsidium. Ich habe da leidenschaftliche, tatkräftige Unternehmer kennengelernt, tiefe Gespräche gehabt. Das hat mir das Bewusstsein gebracht, wie sehr sich das Kämpfen für das Unternehmertum lohnt.

**Welche neue Erkenntnis haben Sie in Ihrem Amt gewonnen?**

Wie wichtig ein schlagkräftiges Hauptamt für die IHK ist. Da bedanke ich mich bei meinen Wegbegleitern, dem IHK-Hauptgeschäftsführer Manfred Gößl und seinem Vorgänger Peter Driessen. Die Namen stehen für das gesamte IHK-Team, das die Selbstorganisation der Wirtschaft erst möglich macht.

**Was hat Sie am meisten beeindruckt?**

Das Engagement der 400 IHK-Mitarbeiter. Sie finden in der IHK keine Menschen, die einfach nur ihren Job machen. Ich habe nur Menschen kennengelernt, die sich für ihre Aufgabe begeistern. Sie verstehen sich als Partner der Unternehmen. Diese Leidenschaft spürt man in allem: zum Beispiel beim Techniker, der Veranstaltungen perfekt organisiert, in der Arbeit unserer IHK Akademie und in dem Team, das am Telefon die Erstauskünfte gibt – dem ISZ. Das sind Menschen, bei denen auch am Abend oder am Wochenende noch das Licht in den Büros oder im Homeoffice brennt, weil ihnen unsere Mitglieder diese Extrameile wert sind.

**Meine Frage nach dem schönsten Moment haben Sie damit aber nicht beantwortet.**

(Lacht) Natürlich gab es wunderbare Erlebnisse, der Event auf der Zugspitze, die 175-Jahr-Feier der IHK, Sie haben das ja alles aufgezählt. Hinter mir hängt eine wunderbare Komposition (ein Gemälde von IHK-Ehrenpräsident Claus Hipp, die Red.), da hebe ich auch nicht eine Farbe oder einen Pinselstrich heraus. Mir geht es um das Gesamtbild IHK. Das finde ich fantastisch.

**Welche Eigenschaften sollte ein IHK-Präsident haben?**

Jeder IHK-Präsident hat ein anderes Profil. Mein Ziel war, Unternehmertum sichtbar zu machen. Deshalb habe ich versucht, als Präsident sehr präsent zu sein bei den Mitgliedern. Bei den Meilensteinen im Leben ihrer Mitarbeiter genauso wie der Firmen selbst. Mir hat das Gespräch mit gesellschaftlichen Gruppen viel gegolten, ebenso wie persönliche Gespräche mit Medien und der Politik.

**Sie haben die IHK lockerer gemacht. Sie twittern, treten auch ohne Krawatte auf.**

Ich wollte weg von einem präsidialen Stil und die IHK öffnen, sie nahbarer machen. Ich habe das Präsidentenzimmer im IHK-Stammhaus abgeschafft. Meinen Arbeitsraum teile ich mir jetzt mit dem Hauptgeschäftsführer. Die Zeit der One-Man-Shows ist vorbei. Wenn man die Interessen der bayerischen Wirtschaft vertreten will, geht das nur als Teamspieler.

**Sie haben darauf gedrängt, das Gespräch mit Influencern wie Rezo und der Klimaschutz-Bewegung Fridays for Future zu suchen. Gibt es schon Ergebnisse?**

Da gibt es erste Gespräche, aber da stehen wir noch am Anfang. Aber bei meiner Einschätzung bleibe ich: Wenn wir unsere Anliegen weiterbringen wollen, dürfen wir keine Denkweise von vornherein ausschließen, auch wenn sie uns nicht behagt. Es bringt nichts, sich immer nur im Echoraum der Gleichgesinnten zu bestätigen.

**Wie sind Ihre Erfahrungen im Gespräch mit der Politik? Hat man Ihnen zugehört?**

Ich habe während meiner Amtszeit nur Politiker erlebt, die zuhören, die analysieren und die Anregungen aufgegriffen haben, wie sich für Unternehmer gute Rahmenbedingungen schaffen lassen. Das gilt für alle Parteien.

#### **Zu welchen Erfolgen hat dieser gute Kontakt geführt?**

Exemplarisch sehe ich die Reform der Erbschaftsteuer. In Berlin stand ein Gesetz kurz vor der Verabschiedung, das für Familienunternehmen ein großes Risiko bedeutet hätte. Wir hatten an einem Sonntagnachmittag wenige Tage vorher die Chance, unsere Bedenken dem Ministerpräsidenten und Kabinettsmitgliedern vorzutragen. Gemeinsam ist es uns gelungen, das Gesetz zu entschärfen. Heute haben wir eine Regelung, mit der die Wirtschaft größtenteils leben kann. An solche Erfolge wollen wir weiter anknüpfen.

#### **Haben Sie sich während Ihrer Amtszeit verändert?**

Ja, ich habe feststellen dürfen, welche Kraft in der Zuversicht liegt. Das hat meinen Optimismus verstärkt.

#### **Das überrascht angesichts der Probleme, die viele Unternehmen gerade haben.**

Wir haben aber mit der IHK-Organisation eine ganz schlagkräftige Truppe, die das Interesse und die Angelegenheiten der Unternehmen voranbringen kann. In allen Gesprächen, die ich führe, spüre ich die große Bereitschaft zur Veränderung und das Bewusstsein, wie dringend wir Menschen mit ausgeprägt unternehmerischem Verständnis brauchen.

#### **Worin sehen Sie die wichtigste IHK-Aufgabe im Schicksalsjahr 2021?**

Wir müssen Zuversicht und Mut zeigen. Corona ist da, die Krise ist da. Aber das ist endlich. Nur über Angst und Gefahren zu reden, das hilft uns ebenso wenig wie der Blick in den Rückspiegel, das Gejammer über das, was alles schiefgelaufen ist. Besser wir orientieren uns, wie beim Navi im Auto, an dem, worauf wir zusteuern, wo wir ankommen wollen. Das Beste kommt noch – die Botschaft müssen wir unseren Mitgliedern vermitteln.

#### **Wie sähe denn Ihre Agenda für die Zukunft aus?**

Die Krise hat auch Positives. Sie ist ein Wendepunkt. Heute wissen alle, was wir tun müssen: die Wirtschaft zum Laufen bringen, alle Lebensbereiche digitalisieren, Bürokratie abbauen, unser Land nachhaltig gestalten.

#### **Schaffen wir das?**

Die Krise hat gezeigt, was möglich ist. Über Nacht war das halbe Land im Homeoffice. Ich habe die Bundesregierung oft kritisiert, aber plötzlich war sie zu disruptivem Handeln fähig. Soforthilfe, Schnellkredite, Stundung der Sozialversicherungsbeiträge und Kreditraten, Stabilisierungsfonds – ich war erstaunt, was alles ganz schnell ging. Dieses Momentum muss erhalten bleiben, die gezeigte Flexibilität darf nicht in Erstarrung zurückfallen. Wir sehen gerade, wie schädlich es ist, wenn plötzlich wieder die Bremsen greifen.

#### **Was wird nun aus Ihnen und der IHK?**

Ich werde dieses Jahr 70. Anfang nächsten Jahres gebe ich meine Firmen an meine Töchter Laura und Clara ab. Das ist eine erfrischende Aussicht: als Aufsichtsrat den Aufbruch meines Unternehmens in die Zukunft zu begleiten, etwas zu bewegen und zu verändern, solange man selbst noch gut drauf ist.

In unserer Vollversammlung engagieren sich Unternehmerinnen und Unternehmer einer neuen, jungen Generation, die einen weiten Blick hat. Wir brechen auf in die Zukunft – und die IHK wird ganz sicher einer der großen gesellschaftlichen Treiber bleiben. ■



deteringdesign.de

Design - Bau - Service

# Gewerbeimmobilien mit System

GOLDBECK Süd GmbH, Niederlassung München, 80807 München,  
Domagkstraße 1a, Tel. +49 89 614547-100, muenchen@goldbeck.de

GOLDBECK Süd GmbH, Niederlassung Rosenheim, 83026 Rosenheim,  
Am Oberfeld 5, Tel. +49 8031 40948-0, rosenheim@goldbeck.de

building excellence  
goldbeck.de



Blockchain – wie können  
Unternehmen sie einsetzen?

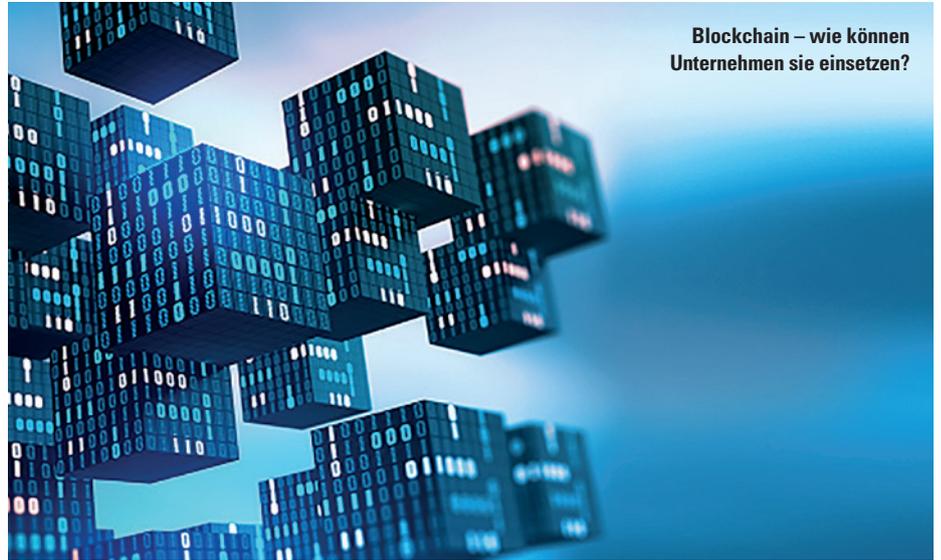


Foto: © Blockchain Bayern e.V.

Webinarreihe

## Blockchain für den Mittelstand

Was eigentlich ist Blockchain und wie kann sie Unternehmen nutzen? Diese und weitere Fragen will die insgesamt fünfteilige gemeinsame Webinarreihe der bayerischen IHKs, des Blockchain Bayern e.V. und des Bayerischen Staatsministeriums für Digitales beantworten. Im neuesten, fünften Webinar der Reihe geht es um das Thema »Identitäten eindeutig nutzen durch Blockchain«.

Nils Urbach, Leiter der Projektgruppe Wirtschaftsinformatik des Fraunhofer FIT & Frankfurt UAS, gibt eine Einführung in digitale Identitäten und Blockchain. Tanja Ludwig von The Ego Company GmbH und Daniela Kühne vom Bayerischen Landesamt für Steuern präsentieren zwei Praxisbeispiele. Anschließend haben die Teilnehmer Gelegenheit, Fragen zu stellen.

**Termin:** 15. Juni 2021, 15–16 Uhr

Die Teilnahme an der Veranstaltungsreihe ist kostenfrei.

Weitere Infos und Anmeldung unter:

**[www.ihk-muenchen.de/blockchain-mittelstand](http://www.ihk-muenchen.de/blockchain-mittelstand)**

Dort können auch alle bisherigen Webinare als Aufzeichnung abgerufen werden. Sie befassen sich mit den Themen: »Einführung in die Blockchain«, »Funktion der Blockchain erklärt«, »Transparenz herstellen durch Blockchain« »Tokenisierung: Finanzen und Vermögenswerte sicher nachweisen, verwalten und übertragen«.

**IHK-Ansprechpartner**

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

Exportpreis Bayern

## Bewerbungsphase läuft

Der »Exportpreis Bayern – Special Edition: Erfolgreich in schwierigen Zeiten« will vor allem kleinere Firmen auszeichnen, deren Strategie sowie Mut, Ideen und Durchhaltevermögen zu besonderen internationalen Erfolgen in der Coronazeit geführt haben. Bewerben können sich kleine und mittlere Unternehmen mit maximal 100 Vollzeitbeschäftigten (ohne Auszubildende), die in den Jahren 2020 und 2021 unter erschwerten Coronabedingungen auf internationalen Märkten erfolgreich tätig waren.

Der Preis wird vom Bayerischen Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie, dem Bayerischen Industrie- und Handelskammertag e.V. sowie der Arbeitsgemeinschaft der bayerischen Handwerkskammern in Zusammenarbeit mit Bayern International in drei Kategorien verliehen: »Erfolgreiche Auftragsabwicklung in Coronazeiten«, »Gelungene Markterschließung und Kundengewinnung in

Coronazeiten« und »Beachtliche Innovation in Coronazeiten«. Über jeden Preisträger und seine Erfolgsgeschichte wird ein rund zweiminütiger Kurzfilm gedreht, der auf der Preisverleihung gezeigt und dem Unternehmen anschließend für Werbezwecke überlassen wird.

Bewerbungsschluss ist der 31. Juli 2021. Die Preisträger werden am Abend des 17. November 2021 vom Bayerischen Wirtschaftsminister Hubert Aiwanger (FW) ausgezeichnet. Alle Informationen und das Bewerbungsformular gibt es unter:

**[www.exportpreis-bayern.de](http://www.exportpreis-bayern.de)**

**IHK-Ansprechpartner**

Hannes Aurbach, Tel. 089 5116-2017  
hannes.aurbach@muenchen.ihk.de



Foto: suedhang

# Sie haben gewählt

Die IHK-Wahl 2021 ist abgeschlossen. Nie zuvor haben unsere Mitglieder mehr Stimmen abgegeben. Die Möglichkeit, erstmals auch online abzustimmen, wurde hervorragend angenommen.

**D**ie IHK-Idee hat Kraft: Mehr als 56000 Stimmen – auf Papier und erstmals auch digital – wurden insgesamt für die Vollversammlung und die Regionalausschüsse abgegeben. Das ist ein Allzeithoch in der IHK-Geschichte und ein Plus gegenüber der letzten Wahl 2016 von 43 Prozent.

## Jünger, weiblicher und digitaler

Der Anteil der Unternehmerinnen in der IHK-Vollversammlung hat sich im Vergleich zur vorherigen Wahl im Jahr 2016

nochmals deutlich erhöht: Er stieg von 34 auf 52 Prozent. Der Altersdurchschnitt der Vollversammlungsmitglieder verringerte sich von 51,4 Jahren auf 47,6 Jahre.

Die IHK-Wahl 2021 wurde erstmals als Hybridwahl durchgeführt. Über ein Drittel der Wählerinnen und Wähler haben ihre Stimme online abgegeben. Ein klares Signal für uns als IHK, das Online-Serviceangebot für unsere Mitglieder weiter auszubauen.

Zum ersten Mal wurden auch Mitglieder für den neu gegründeten Regionalaus-

schuss Landeshauptstadt München gewählt.

Auf den folgenden Seiten sehen Sie alle gewählten Kandidatinnen und Kandidaten in den einzelnen Wahlgruppen der Vollversammlung beziehungsweise der 20 Regionalausschüsse, jeweils in alphabetischer Reihenfolge. ■

Die offizielle Bekanntmachung des Ergebnisses erfolgt unter:

[www.ihkwahl2021.de](http://www.ihkwahl2021.de)

[www.ihk-muenchen.de](http://www.ihk-muenchen.de)

Meine  
Stimme.  
Meine  
Entscheidung.

# Gewählte Kandidaten/-innen für die Vollversammlung



#chefsache

WAHLGRUPPE 01

Rohstoffe, Energie und Versorgung (WZ 01-09, 35-39)

2 Sitze



**Amir Roughani**

\*1975  
Geschäftsführer  
ARFS Verwaltungs GmbH  
VISPIRON EPC GmbH & Co. KG  
München  
Branche: Erneuerbare Energien



**Friedrich Schweiger**

\*1955  
Pers. haftender Gesellschafter  
Elektrizitätswerk  
Schweiger o.H.G.  
Oberding  
Branche: Elektrizitätswirtschaft

WAHLGRUPPE 02

Herstellung von Nahrungs- und Genussmitteln, Textilien, Bekleidung, Holz-, Leder- und sonstigen Waren, Möbeln sowie Papier- und Druckerzeugnissen (WZ 10-18, 31, 32)

2 Sitze



**Carolin Heimeldinger-Münch**

\*1989  
Geschäftsführerin  
Bräu im Moos Verwaltungs GmbH  
Bräu im Moos GmbH & Co. KG  
Tüßling  
Branche: Brauerei



**Rudolf Limmer**

\*1965  
Prokurist  
LOWA Sportschuhe GmbH  
Jetzendorf  
Branche:  
Sportschuhherstellung

WAHLGRUPPE 03

Herstellung von chemischen und pharmazeutischen Erzeugnissen, Herstellung von Gummi- und Kunststoffwaren, Verarbeitung von Steinen und Erden (WZ 19-23)

2 Sitze



**Heidrun Hausen**

\*1972  
Personalleiterin  
DELO Industrie Klebstoffe GmbH  
& Co. KGaA  
Windach  
Branche: Chemie



**Ingo Schwarz**

\*1957  
Geschäftsführer  
Schwarz Plastic Solutions GmbH  
Gilching  
Branche: Kunststoffverarbeitung

WAHLGRUPPE 04

Metall- und Maschinenbau (WZ 24, 25, 28, 33)

2 Sitze



**Dominik Biersack**

\*1980  
Geschäftsführer  
Biersack Geschäftsführungs-  
GmbH  
Biersack Technologie  
GmbH & Co. KG  
Beilngries  
Branche: Maschinenbau



**Michaela Schenk**

\*1960  
Geschäftsführerin  
Mawa GmbH  
Pfaffenhofen a.d. Ilm  
Branche: Metallverarbeitung

WAHLGRUPPE 05

Herstellung von elektronischen und optischen Erzeugnissen (WZ 26,27)

2 Sitze



**Katharina König**

\*1979  
Geschäftsführerin  
SPINNER GmbH  
München  
Branche: Elektrotechnik



**Denise Schurzmann**

\*1989  
Geschäftsführerin  
Krause - Industrieschaltanlagen  
GmbH  
Raubling  
Branche: Elektro-  
Schaltanlagenbau

WAHLGRUPPE 06

Fahrzeugbau (WZ 29, 30)

4 Sitze



**Dr. Nicole Haft-Zboril**

\*1969  
Prokuristin  
BMW AG  
München  
Branche: Automobil



**Laurin Hahn**

\*1994  
Geschäftsführer  
Sono Motors GmbH  
München  
Branche: Fahrzeugbau



**Florian Kübler**

\*1967  
Geschäftsführer  
Stopfix Bremse  
Schröter & Co. GmbH  
Geretsried  
Branche:  
Fahrzeugzulieferindustrie



**Stefan Schleicher**

\*1971  
Geschäftsführer  
Schleicher GmbH  
Schleicher Fahrzeugteile GmbH  
& Co. KG  
München  
Branche: Produzierendes  
Gewerbe

WAHLGRUPPE 07

Baugewerbe (WZ 41-43)

3 Sitze



**Korbinian Krämmel**

\*1984  
Geschäftsführer  
Krämmel GmbH  
Krämmel GmbH & Co. Bauunter-  
nehmung KG  
Wolfratshausen  
Branche: Baugewerbe



**Markus Meier**

\*1984  
Geschäftsleiter  
Martin Meier GmbH -  
DAS BAUZENTRUM EICHSTÄTT  
Eichstätt  
Branche: Baugewerbe



**Kilian Willibald**

\*1963  
Geschäftsführer  
Kilian Willibald GmbH, Tief- und  
Straßenbau, Kieswerk, Bau-  
schuttverwertung, Winterdienst,  
Ingenieurleistungen, Lenggries  
Branche: Baugewerbe und  
Baustoffe

WAHLGRUPPE 08

Großhandel und Handelsvermittlung (WZ 46)

5 Sitze



**Fabian Eckert**

\*1989  
Geschäftsführer  
reCup GmbH  
München  
Branche:  
Mehrweglogistik



**Karin Elsperger**

\*1968  
München  
Branche:  
Mode/Bekleidung



**Sabine Fuchsberger-  
Paukert**

\*1963  
Geschäftsführerin  
Ludwigs-Arzneimittel Beteili-  
gungs GmbH, ilapo Interna-  
tionale Ludwigs-Arzneimittel  
GmbH & Co. KG, München  
Branche: Großhandel



**Klaus Josef Lutz**

\*1958  
Vorstandsvorsitzender  
BayWa AG  
München  
Branche: Großhandel



**Christian Schneidermeier**

\*1969  
Geschäftsführer  
ORTOVOX Sportartikel GmbH  
Taufkirchen  
Branche: Outdoor

WAHLGRUPPE 09

Kraftfahrzeughandel (WZ 45)

1 Sitz



**Sascha-Rafael Bezner**

\*1987  
Geschäftsführer  
WHR Atos GmbH  
München  
Branche: Handel/Kfz-Teile

WAHLGRUPPE 10

Einzelhandel (WZ 47)

5 Sitze



**Helen Brugger**  
\*1975  
Inhaberin  
See-Apotheke Helen  
Brugger e.K.  
Herrsching a. Ammersee  
Branche: Apotheke



**Ernst Haider**  
\*1963  
Geschäftsführer  
Haider Beteiligungs GmbH  
Haider Moden GmbH & Co. KG  
Traunstein  
Branche: Einzelhandel



**Dr. Jill Klotz**  
\*1982  
Geschäftsführerin  
AEZ Amper-Einkaufs-Zentrum  
GmbH  
Fürstenfeldbruck  
Branche: Einzelhandel



**Ernst Georg Läger**  
\*1963  
Pers. haftender Gesellschafter  
Benno Marstaller KG  
München  
Branche: Einzelhandel/  
Lederwaren



**Karin Wiedemann**  
\*1973  
Inhaberin  
A. Wiedemann e.K.  
Waging a. See  
Branche: Einzelhandel

WAHLGRUPPE 11

Verkehr, Logistik und Postdienste (WZ 49-53)

3 Sitze



**Walentina Dahms**  
\*1977  
Geschäftsführerin  
DAHMS solutions GmbH  
Markt Schwaben  
Branche: Logistik



**Georg Dettendorfer**  
\*1969  
Geschäftsführer  
Johann Dettendorfer Spedition,  
Fertrans Verwaltungsgesell-  
schaft mbH, Johann Dettendorfer  
Spedition, Fertrans GmbH & Co.  
KG, Nußdorf a. Inn  
Branche: Verkehr und Logistik



**Katrin Eißler**  
\*1977  
Geschäftsführerin  
Eißler Beteiligungs-GmbH  
Spedition Neuner GmbH &  
Co. KG  
Mittenwald  
Branche: Transport und Logistik

WAHLGRUPPE 12

Gastronomie, Beherbergungsgewerbe, Tourismus (WZ 55, 56, 79, 93)

3 Sitze



**Monika Hobmeier**  
\*1974  
Geschäftsführerin  
Bader Hotelbetriebs GmbH  
Parsdorf  
Branche: Hotel- und  
Gastgewerbe



**Peter Inselkammer**  
\*1970  
Pers. haftender Gesellschafter  
Platzl Hotel Inselkammer KG  
München  
Branche: Hotel- und  
Gastgewerbe



**Kathrin Wickenhäuser-  
Egger**  
\*1979  
Vorstandsmitglied  
Wickenhäuser & Egger AG  
München  
Branche: Hotel-  
und Gastgewerbe

WAHLGRUPPE 13

Verlags-, Film-, Musik- und Fernsehwirtschaft, Rundfunk (WZ 58-60)

2 Sitze



**Martin Blankemeyer**

\*1971  
Geschäftsführer  
film.coop GmbH  
München  
Branche: Filmproduktion



**Johannes Hauner**

\*1983  
Prokurist  
Süddeutsche Zeitung Digitale  
Medien GmbH  
München  
Branche: Verlag

WAHLGRUPPE 14

Informations- und Telekommunikationswirtschaft (WZ 61-63)

3 Sitze



**Alexander Hof**

\*1999  
Landsberg am Lech  
Branche:  
Internetportale



**Dagmar Schuller**

\*1975  
Geschäftsführerin  
audEERING GmbH  
Gilching  
Branche: IT/künstliche  
Intelligenz



**Andrea Stellwag**

\*1966  
Geschäftsführerin  
ConSol Consulting & Solutions  
Software GmbH  
München  
Branche: IT

WAHLGRUPPE 15

Kreditgewerbe, Finanzdienstleistungen (WZ 64)

3 Sitze



**Dr. Bernd Hochberger**

\*1970  
Vorstandsmitglied  
Stadtsparkasse München  
München  
Branche: Kreditgewerbe



**Florian Schardt**

\*1982  
Geschäftsführer  
fme Unternehmens-  
beteiligungen GmbH  
Ottobrunn  
Branche: k.A.



**Reinhard Schwaiger**

\*1963  
Vorstandsvorsitzender  
Freisinger Bank eG Volks-  
bank-Raiffeisenbank  
Freising  
Branche: Kreditgewerbe

WAHLGRUPPE 16

Versicherungsgewerbe (WZ 65)

1 Sitz



**Dr. Robert Heene**

\*1963  
Vorstandsmitglied  
Versicherungskammer Bayern  
Versicherungsanstalt  
des öffentlichen Rechts  
München  
Branche:  
Versicherungsgewerbe

WAHLGRUPPE 17

Mit Finanz- und Versicherungsdienstleistungen verbundene Tätigkeiten (WZ 66)

2 Sitze



**Jürgen Beisler**  
\*1973  
Vorstandsmitglied  
finpool Maklerservice AG  
Unterhaching  
Branche:  
Versicherungsmakler



**Dagmar Braun**  
\*1973  
Oberding  
Branche: Versicherungs-/  
Finanzierungsvermittlung

WAHLGRUPPE 18

Grundstücks- und Wohnungswesen, Gebäudebetreuung (WZ 68, 81)

4 Sitze



**Klara Arévalo Medina**  
\*1986  
Geschäftsführerin  
K-TEAM Immobilien  
Management GmbH  
Grafring b. München  
Branche: Immobilien



**Sven Keussen**  
\*1962  
Geschäftsführer  
Rohrer-Immobilien GmbH Treu-  
handgesellschaft für Immobilien-  
beratung und -vermittlung  
München  
Branche: Immobilien



**Martin Schäfer**  
\*1975  
Pers. haftender Gesellschafter  
Rudolf Schäfer KG  
München  
Branche:  
Hausverwaltung



**Erika Schindecker**  
\*1951  
Geschäftsführerin  
Erika Schindecker Gesellschaft  
für Organisation, Vorbereitung  
und Betreuung von  
Bauobjekten mbH, München  
Branche:  
Immobilienleistung

WAHLGRUPPE 19

Unternehmensberatung und -verwaltung (WZ 69, 70)

6 Sitze



**Petra Göckel**  
\*1965  
Geschäftsführerin  
ADJUVA Treuhand GmbH  
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft  
Steuerberatungsgesellschaft  
München  
Branche: Steuerberatung



**Tina Haller**  
\*1979  
Prokuristin  
KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft  
München  
Branche: Wirtschaftsprüfung und  
Unternehmensberatung



**Anna-Maria Klinke**  
\*1991  
Geschäftsführerin  
Hardy's Beteiligungs- und  
Verwaltungs- GmbH  
Greifenberg  
Branche: Dienstleistung



**Dr. Laura Sasse**  
\*1989  
Prokuristin  
Dr. Sasse AG  
München  
Branche: Facility Management



**Günes Seyfarth**  
\*1980  
München  
Branche:  
Unternehmensberatung



**Dr. Eva Vesterling**  
\*1978  
Geschäftsführerin  
Vesterling Academy GmbH  
München  
Branche: Personalberatung

WAHLGRUPPE 20

Werbung und Marktforschung sowie wissenschaftliche und technische Dienstleistungen  
(WZ 71-75)

6 Sitze



**Astrid Birkner**  
\*1962  
Geschäftsführerin  
Trenco GmbH  
Pfaffenhofen a.d. Ilm  
Branche: Technische  
Dienstleistung und Vertrieb



**Thomas Johannes Dittler**  
\*1961  
Geschäftsführer  
Industrial Makers GmbH  
Landsberg am Lech  
Branche: Technische  
Dienstleistung



**Sabine Keitel**  
\*1963  
Geschäftsführerin  
MTG-Kommunikations-Technik  
GmbH  
München  
Branche: Telekommunikations-  
und Sicherheitstechnik



**Maximilian Mertens**  
\*1993  
Geschäftsführer  
DIWA - Institut für Wasser-  
analytik GmbH  
Raubling  
Branche: Dienstleistung



**Sabine Moser**  
\*1964  
Vorstandsmitglied  
kl,company AG  
München  
Branche: Werbung



**Stephan Schwandt**  
\*1981  
Geschäftsführer  
Schwandt Verwaltungs-GmbH  
Schwandt-Engineering GmbH &  
Co. KG  
Laufen  
Branche: Dienstleistung und  
Vertrieb

WAHLGRUPPE 21

Personaldienstleistungen, Leasing und sonstige wirtschaftliche Dienstleistungen  
(WZ 77, 78, 80, 82)

3 Sitze



**Klaus Dittrich**  
\*1955  
Geschäftsführer  
Messe München GmbH  
München  
Branche: Messe



**Lydia Morawietz**  
\*1958  
Geschäftsführerin  
BLM Büroservice Lydia  
Morawietz GmbH  
München  
Branche: Business Center



**Carola von Peinen**  
\*1977  
Geschäftsführerin  
Talents4Good GmbH  
München  
Branche: Personaldienstleistung  
und Beratung

WAHLGRUPPE 22

Unterrichtende und sonstige persönliche Dienstleistungen (WZ 85, 90-92, 95, 96, 98)

3 Sitze



**Nadine Falkert**  
\*1982  
Stv. Direktorin  
Steigenberger Akademie GmbH  
Bad Reichenhall  
Branche: Unterricht



**Kathrin Lehmann**  
\*1980  
Geschäftsführerin  
SPORTBUSINESS CAMPUS  
GmbH  
München  
Branche: Bildung



**Anja Mack**  
\*1988  
Purging  
Branche: Beratungsmethodik

WAHLGRUPPE 23

Gesundheits- und Sozialwesen (WZ 86-88)

4 Sitze



**Johann Bachmeyer**

\*1977  
Klinikleiter  
Schön Klinik München Harla-  
ching SE & Co. KG  
Prien a. Chiemsee  
Branche: Gesundheitswesen



**Stephanie Daverkausen**

\*1970  
Geschäftsführerin  
STEMAG GmbH  
Herrsching a. Ammersee  
Branche: Gesundheitswesen/  
Pflege



**Iris Malzkorn**

\*1968  
Geretsried  
Branche: Tierheilkunde



**Andrea Ziegler-Wrobel**

\*1967  
Prokuristin  
Danuvius Pfaffenhofen GmbH  
Ingolstadt  
Branche:  
Gesundheitswesen

Meine  
Stimme.  
Meine  
Entscheidung.

# Gewählte Kandidaten/-innen für die Regionalausschüsse



#chefsache

## 1 REGIONALAUSSCHUSS: ALTÖTTING – MÜHLDFORD A. INN

### WAHLGRUPPE A

11 Sitze

#### Johann Bartlechner

\*1969

Geschäftsführer

Bartlechner Geschäftsführungs GmbH  
Johann Bartlechner KG, Kirchweidach  
Branche: Herstellung von Betonfertigteilen

#### Renate Gäbelein

\*1981

Geschäftsführerin

ATECH - Antriebstechnik für Elektrofah-  
zeuge Vertriebs GmbH, Mehring  
Branche: k.A.

#### Herbert Hinterberger

\*1962

Geschäftsführer

Hinterberger Verwaltungs-GmbH  
Hinterberger GmbH & Co. KG Spedition  
und Logistik, Altötting  
Branche: Logistik

#### Hermann Jäger

\*1963

Geschäftsführer

Milchwerk Jäger GmbH  
Haag i.OB  
Branche: Lebensmittelproduktion

#### Alfred Lehmann

\*1968

Geschäftsführer

Stadtwerke Mühltdorf a. Inn - Beteili-  
gungs-GmbH, Stadtwerke Mühltdorf a. Inn  
GmbH & Co. KG, Mühltdorf a. Inn  
Branche: Energieversorger

#### Ingrid Obermeier-Osl

\*1961

Geschäftsführerin

Franz Obermeier GmbH  
Schwindegg  
Branche: Holzindustrie

#### Josef Pölz

\*1961

Geschäftsführer

Josef Pölz Alztaler Fruchtsäfte GmbH  
Garching a.d.Alz  
Branche: Getränke

#### Marlis Röhl

\*1962

Pers. haftende Gesellschafterin

Brauerei Erharting Jakob Röhl oHG  
Erharting  
Branche: Brauerei

#### Alexandra Unterholzer

\*1971

Geschäftsführerin

Bauer Süd Verwaltungs GmbH  
Bauer Elektroanlagen Süd GmbH & Co. KG  
Buchbach  
Branche: Elektroinstallation

#### Dr. Kurt Woelfl

\*1967

Geschäftsführer

ODU Verwaltungs GmbH  
ODU GmbH & Co. KG, Mühltdorf a. Inn  
Branche: Elektromechanik

#### Dr. Peter von Zumbusch

\*1964

Leiter Werk Burghausen

Wacker Chemie AG, Burghausen  
Branche: Chemische Industrie

### WAHLGRUPPE B

4 Sitze

#### Korbinian Baur

\*1987

Inhaber

Baur, Uhren, Optik, Schmuck eK  
Ampfing  
Branche: Uhren, Optik, Schmuck

#### Christine Christ

\*1967

Geschäftsführerin

Familie Mitterer Altstadthotels GmbH  
Burghausen  
Branche: Hotellerie

#### Andreas Ganzbeck

\*1964

Geschäftsführer

Ganzbeck Verwaltungsgesellschaft GmbH  
Ganzbeck GmbH & Co. KG, Neuötting  
Branche: Textil-Einzelhandel/Modehaus

#### Christoph Oechsner

\*1982

Geschäftsführer

Fuhrmann-Nutzfahrzeuge Service GmbH  
Erharting  
Branche: Automobilhandel

### WAHLGRUPPE C

6 Sitze

#### Andreas Bublak

\*1969

Vorstandsmitglied

COC AG, Burghausen  
Branche: IT

#### Reinhard Frauscher

\*1957

Vorstandsmitglied

meine Volksbank Raiffeisenbank eG  
Altötting  
Branche: Kreditgewerbe

#### Florian Loserth

\*1976, Geschäftsführer

Schranner Hinterberger & Kollegen GmbH

Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Steuer-  
beratungsgesellschaft, Mühltdorf a. Inn  
Branche: Steuerberatung

#### Markus Putz

\*1970

Vorstandsvorsitzender

Sparkasse Altötting-Mühltdorf  
Mühltdorf a. Inn  
Branche: Banken/Sparkassen

**Hans Salfer**

\*1958  
Geschäftsführer  
C. Rudolf Salfer GmbH  
Mühldorf a. Inn  
Branche: IT-Branche

**Andreas Seifinger**

\*1969  
Geschäftsführer  
INN-SALZACH-MEDIA GmbH  
Mühldorf a. Inn  
Branche: Kultur- u. Kreativwirtschaft

**2 REGIONALAUSSCHUSS: BAD TÖLZ-WOLFRATSHAUSEN**

**WAHLGRUPPE A**

5 Sitze

**Klaus Philipp Dahm**

\*1967  
Geschäftsführer  
rohi stoffe GmbH  
Geretsried  
Branche: Wollweberei

**Andreas Janka**

\*1978  
Geschäftsführer  
J. Ehgartner GmbH  
Geretsried  
Branche: Entsorgung

**Gerhard Knill**

\*1958  
Geschäftsführer  
Karl Kühne GmbH, Betonwerk Kühne  
GmbH & Co. KG, Geretsried  
Branche: Betonfertigteile

**Marinus Krämmel**

\*1990  
Geschäftsleiter  
Krämmel GmbH & Co. Bauunter-  
nehmung KG, Wolfratshausen  
Branche: Bauindustrie

**Kilian Willibald**

\*1963  
Geschäftsführer, Kilian Willibald  
GmbH, Tief- und Straßenbau, Kieswerk,  
Bauschuttverwertung, Winterdienst,  
Ingenieurleistungen, Lenggries  
Branche: Baugewerbe und Baustoffe

**WAHLGRUPPE B**

4 Sitze

**Hans-Joachim Kunstmann**

\*1969  
Geschäftsführer  
Kunstmann Hotels & Food GmbH  
Egling  
Branche: Gastgewerbe

**Volker Reeh**

\*1955  
Geschäftsführer  
Fisch-Feinkost Reeh GmbH  
Geretsried  
Branche: Einzelhandel

**Petra Waldherr-Merk**

\*1967  
Geschäftsführerin  
Hirschkuss-Genussmanufaktur GmbH  
Gaißach  
Branche: k.A.

**Peter Wiedemann**

\*1956  
Geschäftsführer  
Wiedemann Parfümerie GmbH, Bad Tölz  
Branche: Einzelhandel - Parfümerie

**WAHLGRUPPE C**

6 Sitze

**Tanja Brunnhuber**

\*1973  
Lenggries  
Branche: Tourismus

**Fred Fuchs**

\*1960  
Geschäftsführer  
Fuchs baut Gärten GmbH  
Lenggries  
Branche: Garten- u. Landschaftsbau

**Beate Mader**

\*1967  
Bad Tölz  
Branche: Kommunikationsberatung

**Gerhard Meinel**

\*1957  
Geschäftsführer  
GAM Beratungs- und Beteiligungs GmbH  
Geretsried  
Branche: Beteiligung u. Beratung

**Marinus Vogl**

\*1995  
Geschäftsführer  
Air Bavarian GmbH  
Wolfratshausen  
Branche: Unbemannte Luftfahrt

**Renate Waßmer**

\*1969  
Vorstandsvorsitzende  
Sparkasse Bad Tölz-Wolfratshausen  
Bad Tölz  
Branche: Finanzdienstleistung

3 REGIONALAUSSCHUSS: BERCHTESGADENER LAND

WAHLGRUPPE A

5 Sitze

**Florian Beierl**

\*1971  
Geschäftsführer  
Enzianbrennerei Grassl GmbH  
Enzianbrennerei Grassl GmbH & Co. KG  
Berchtesgaden  
Branche: Spirituosenindustrie

**Franziska Böhnlein**

\*1995  
Geschäftsleiterin  
Franz Schnurrer e.K.  
Berchtesgaden  
Branche: Energiebranche

**Christoph Gräschberger**

\*1950  
Pers. haftender Gesellschafter  
Bürgerbräu Bad Reichenhall  
August Röhm und Söhne KG.  
Bad Reichenhall  
Branche: Brauerei

**Bernhard Heitauer**

\*1950  
Geschäftsführer  
Bernhard Heitauer Verwaltungs GmbH  
Bernhard Heitauer Fuhrunternehmen  
GmbH & Co. KG, Bischofswiesen  
Branche: Fuhr- und Baggerbetrieb

**Irene Wagner**

\*1965  
Geschäftsführerin  
PSM Protech Verwaltungs-GmbH  
PSM Protech GmbH & Co. KG  
Marktschellenberg  
Branche: Automobilzulieferindustrie

WAHLGRUPPE B

4 Sitze

**Michael Dorrer**

\*1962  
Inhaber  
Michael Dorrer e.K.  
Bischofswiesen  
Branche: Einzelhandel

**Helmut Gumpinger**

\*1978  
Geschäftsführer  
Bachfrieder GmbH, Autohaus  
Bachfrieder GmbH & Co. KG, Piding  
Branche: k.A.

**Wolfgang Spiesberger**

\*1957  
Wolfgang Spiesberger u.  
Sophie Spiesberger  
Berchtesgaden  
Branche: Gastronomie

**Stefan Zapletal**

\*1971  
Inhaber  
Hotel Alpenhof e.K.  
Schönau a. Königssee  
Branche: Hotellerie

WAHLGRUPPE C

6 Sitze

**Christian Abel**

\*1960  
Pers. haftender Gesellschafter  
Abel KG, Anger  
Branche: Textile Dienstleistung  
und Wäscherei

**Werner Danzer**

\*1971  
Geschäftsführer  
DANZER Ingenieure GmbH  
Freilassing  
Branche: Ingenieurbüro

**Josef Frauenlob**

\*1967  
Vorstandsvorsitzender  
Volksbank Raiffeisenbank Oberbayern  
Südost eG, Bad Reichenhall  
Branche: Bank

**Annemarie Schauer**

\*1965  
Laufen  
Branche: Steuerberatung/Buchführung

**Niclas Schubert**

\*1969  
Vorstandsmitglied  
makrohaus AG, Bad Reichenhall  
Branche: Marketing

**Stephan Schwindt**

\*1981  
Geschäftsführer  
Schwindt Verwaltungs-GmbH  
Schwindt-Engineering GmbH & Co. KG  
Laufen, Branche: Dienstleistung/Vertrieb

4 REGIONALAUSSCHUSS: DACHAU

WAHLGRUPPE A

5 Sitze

**Andreas Fottner**

\*1980  
Geschäftsführer  
FBH Fertigungsbetrieb  
für Betriebstechnik GmbH  
Hilgertshausen-Tandern  
Branche: Metallbearbeitung

**Andrea Haniel von Haimhausen**

\*1962  
Pers. haftende Gesellschafterin  
E-Werke Haniel Haimhausen OHG  
Haimhausen  
Branche: Stromversorgung

**Johannes Peter Kiehl**

\*1961  
Pers. haftender Gesellschafter  
Johannes Kiehl KG, Odelzhausen  
Branche: Herstellung von  
Reinigungsprodukten

**Notburga Kreppold**

\*1966  
Prokuristin  
Konrad Kreppold GmbH  
Odelzhausen  
Branche: Abbruch und Erdbau

**Katharina Merk**

\*1959  
Geschäftsführerin  
Omnibus Merk GmbH  
Odelzhausen  
Branche: Touristik

WAHLGRUPPE B

5 Sitze

**Werner Johann Braun**

\*1964  
Prokurist  
Braun Gastro GmbH  
Wiedenzhausen  
Branche: Gastgewerbe

**Werner Mooseder**

\*1967  
Geschäftsführer  
MODI GmbH  
Dachau  
Branche: Gastgewerbe

**Franz X. Romig**

\*1971  
Geschäftsführer  
Romig Handel GmbH  
Dachau  
Branche: Bau- und Heimwerkermarkt/  
Gartencenter

**Stefanie Walter**

\*1981  
Geschäftsführerin  
Optik-Center G. Walter GmbH  
Dachau  
Branche: k.A.

**Anna-Katharina Weißenbeck**

\*1984  
Geschäftsleiterin  
Konditorei - Cafe Weißenbeck GmbH  
Dachau  
Branche: k.A.

WAHLGRUPPE C

7 Sitze

**Stefan Fichtl**

\*1978  
Geschäftsführer  
SFS Steuerberatungsgesellschaft  
mbH, Dachau  
Branche: Steuerberatung

**Peter Fink**

\*1956  
Geschäftsführer  
Fink Verwaltungs GmbH, Peter Fink  
Consulting GmbH & Co. KG, Dachau  
Branche: Beratung

**Andreas Grohmann**

\*1980  
Prokurist  
Volksbank Raiffeisenbank  
Dachau eG, Dachau  
Branche: k.A.

**Jens Horst**

\*1966  
Geschäftsführer  
Deko-Tec GmbH, Markt Indersdorf  
Branche: Event- u. Messebau

**Claudia Tauber**

\*1967  
Vorstandsvorsitzende  
NAT Neuberger Anlagen-Technik AG  
Dachau  
Branche: Elektrotechnik

**Christine Unzeitig**

\*1954  
Dachau  
Branche: Wirtschaftsmediation

**Ralf Weimer**

\*1973  
Geschäftsführer  
Weimer & Paulus GmbH, Dachau  
Branche: Marketing

5 REGIONALAUSSCHUSS: EBERSBERG

WAHLGRUPPE A

4 Sitze

**Siegfried Eisenschmid**

\*1975  
Geschäftsführer  
Eisenschmid GmbH Kieswerk &  
Transportunternehmen, Moosach  
Branche: k.A.

**Josef Ettenhuber**

\*1967  
Geschäftsführer  
Busbetrieb Josef Ettenhuber GmbH  
Glonn  
Branche: Personenbeförderung im  
Linien- und Reiseverkehr

**Christine Reischl**

\*1973  
Geschäftsleiterin  
Georg Reischl Spedition GmbH  
Ebersberg  
Branche: Spedition/Logistik

**Ludwig Schweiger**

\*1976  
Geschäftsführer  
Privatbrauerei Schweiger Verwal-  
tungs-GmbH, Privatbrauerei Schweiger  
GmbH & Co. KG, Markt Schwaben  
Branche: Getränkeindustrie

WAHLGRUPPE B

5 Sitze

**Michael Falterer**

\*1981  
Markt Schwaben  
Branche: Einzelhandel

**Helmut Furtmair**

\*1966  
Geschäftsführer  
Furtmair GmbH, Anzing  
Branche: Lebensmitteleinzelhandel

**Martin Gruber**

\*1967  
Pers. haftender Gesellschafter  
REWE-Gruber oHG, Aßling  
Branche: Lebensmitteleinzelhandel

**Monika Hobmeier**

\*1974  
Geschäftsführerin  
Bader Hotelbetriebs GmbH, Parsdorf  
Branche: Hotel- und Gastgewerbe

**Sonja Ziegler-Teubner**

\*1969  
Geschäftsführerin  
Bayerische Blumen Zentrale GmbH  
Parsdorf  
Branche: Großhandel für Blumen

WAHLGRUPPE C

8 Sitze

**Klara Arévalo Medina**

\*1986  
Geschäftsführerin  
K-TEAM Immobilien Management GmbH  
Grafing b. München  
Branche: Immobilien

**Michael Fuchs-Haubelt**

\*1976  
Geschäftsführer  
Fuchs Management GmbH  
FuchsEDV GmbH & Co. KG, Glonn  
Branche: IT

**Stefan Huber**

\*1974  
Geschäftsführer  
Kreisklinik Ebersberg gGmbH  
Ebersberg  
Branche: Gesundheitswesen

**Maximilian Ihm**

\*1977  
Geschäftsführer  
LuTV-Rackl GmbH  
Forstinning  
Branche: Veranstaltungstechnik

**Julia Klingspor**

\*1978  
Vorstandsmitglied  
PROXIA Software AG  
Ebersberg  
Branche: Software Dienstleistung

**Anja Mack**

\*1988  
Purging  
Branche: Beratungsmethodik

**Richard Matthes**

\*1963  
Geschäftsführer  
Bavaria-Zelte GmbH  
Forstinning  
Branche: Zeltvermietung/Zeltbau

**Werner Schmidt**

\*1986  
Geschäftsführer  
De Fahrschul GmbH  
Poing  
Branche: Fahrschule

6 REGIONALAUSSCHUSS: EICHSTÄTT

WAHLGRUPPE A

5 Sitze

**Dominik Biersack**

\*1980  
Geschäftsführer  
Biersack Geschäftsführungs-GmbH  
Biersack Technologie GmbH & Co. KG  
Beilngries  
Branche: Maschinenbau

**Thomas Brandl**

\*1979  
Geschäftsführer  
Erhard Brandl Verwaltungs GmbH  
Erhard Brandl GmbH & Co. KG  
Eitensheim  
Branche: k.A.

**Georg Jäggle**

\*1978  
Geschäftsführer  
Jäggle GmbH, Eichstätt  
Branche: öffentlicher  
Personennahverkehr

**Alexander Kessel**

\*1966  
Vorstandsmitglied  
Kessel AG, Lenting  
Branche: Industrie

**Heinz Weitner**

\*1960  
Geschäftsführer  
Werner Weitner GmbH  
Eichstätt  
Branche: Maschinenbau

WAHLGRUPPE B

4 Sitze

**Dr. Denise Amrhein**

\*1970  
Geschäftsführerin  
Fuchsbräu Hotel - GmbH  
Beilngries  
Branche: Hotellerie

**Karl Daum**

\*1967  
Geschäftsführer  
Karl Daum GmbH  
Eichstätt  
Branche: Großhandel

**Markus Liebscher**

\*1971  
Geschäftsführer  
Hotel Die Gams GmbH  
Beilngries  
Branche: Hotel- und Gastgewerbe

**Maximilian Pollin**

\*1966  
Geschäftsführer  
Pollin Electronic GmbH  
Pförring  
Branche: Handel

WAHLGRUPPE C

6 Sitze

**Eva Campos**

\*1971  
Prokuristin  
BAUCH ENGINEERING Verwaltungsgesellschaft mbH, BAUCH ENGINEERING GmbH & Co. KG, Eitensheim  
Branche: k.A.

**Frank Fichtner**

\*1973  
Geschäftsführer  
INSTART Consult GmbH  
Gaimersheim  
Branche: Unternehmensberatung

**Thomas Hirsch**

\*1989  
Geschäftsführer  
Hirsch Engineering Solutions Verwaltungsgesellschaft mbH, Hirsch Engineering Solutions GmbH & Co. KG, Eichstätt  
Branche: k.A.

**Stefan Innerhofer**

\*1981  
Geschäftsführer  
engineering GmbH  
Pollenfeld  
Branche: Anlagenbau

**Markus Meier**

\*1984  
Geschäftsführer  
Meier Invest Verwaltungs-GmbH  
Meier Invest GmbH & Co. KG, Eichstätt  
Branche: Immobilien

**Sabine Poleschak**

\*1967  
Geschäftsführerin  
SWD Sicherheits- und Wachdienst GmbH  
Gaimersheim  
Branche: Sicherheitsdienst

## 7 REGIONALAUSSCHUSS: ERDING – FREISING

### WAHLGRUPPE A

8 Sitze

#### Rainer Ankele

\*1970  
Prokurist  
Himolla Polstermöbel GmbH  
Taufkirchen (Vils)  
Branche: Herstellung von Polstermöbeln

#### Jürgen Peter Charrois

\*1968  
Geschäftsführer  
Gräfliches Hofbrauhaus Freising GmbH  
Freising  
Branche: Brauerei

#### Otto Heinz

\*1969  
Geschäftsführer  
Heinz GmbH  
HEINZ Entsorgung GmbH & Co. KG.  
Moosburg a.d.Isar  
Branche: Entsorgung

#### Veronika Kamm

\*1992  
Prokuristin  
Huber Technik GmbH & Co. KG  
Erding  
Branche: k.A.

#### Bernhard Osterloher

\*1964  
Prokurist  
Berndt GmbH  
Oberding  
Branche: Entsorgung

#### Andreas Scharf

\*1969  
Pers. haftender Gesellschafter  
Scharf OHG Omnibus & Reisebüro  
Fraunberg  
Branche: Omnibusunternehmen und Reisebüro

#### Dr. Josef Schrädler

\*1963  
Direktor  
Bayerische Staatsbrauerei  
Weißenstephan, Freising  
Branche: k. A.

#### Friedrich Schweiger

\*1955  
Pers. haftender Gesellschafter  
Elektrizitätswerk Schweiger o.H.G.  
Oberding  
Branche: Elektrizitätswirtschaft

### WAHLGRUPPE B

5 Sitze

#### Eva-Maria Auer

\*1995  
Gesellschafterin mit Handlungsvollmacht  
Auer Baustoffe Verwaltungs GmbH  
Auer Baustoffe GmbH & Co. KG, Erding  
Branche: k.A.

#### Christine Bowinzki

\*1962  
Pastetten  
Branche: Gastgewerbe

#### Leopold Gruber

\*1988  
Geschäftsleiter  
Gewandhaus Hugo Gruber KG, Erding  
Branche: Einzelhandel

#### Hans Peter Hudler-Oswald

\*1975  
Wartenberg  
Branche: Großhandel für Glas

#### Claudia Maisberger

\*1970  
Leitung des Hotelbetriebs  
Hotel-Gasthof Günter Maisberger  
Neufahrn b. Freising  
Branche: Gastronomie

### WAHLGRUPPE C

8 Sitze

#### Robert Vitus Beibl

\*1975  
Robert Beibl u. Reinhard Lauterbach  
Wang  
Branche: Medien- und Veranstaltungstechnik

#### Herbert Benker

\*1966  
Geschäftsführer  
Tele-Plan Ingenieurbüro GmbH  
Moosburg a.d.Isar  
Branche: Ingenieurbüro für Bauwesen

#### Dagmar Braun

\*1973  
Oberding  
Branche: Versicherungs-/Finanzierungsvermittlung

#### Andrea Felsner-Peifer

\*1975  
Vorstandsmitglied  
Sparkasse Freising  
Freising  
Branche: Banken

#### Laura Gaissmaier

\*1991  
Leitung Finanz-, Lohnbuchhaltung und Controlling, Gaissmaier GartenLandschaft GmbH & Co. KG, Freising  
Branche: Garten- und Landschaftsbau

#### Sebastian Philipp Schmitt

\*1983  
Geschäftsführer  
CBZ Computer-Bildungszentrum  
Schmitt & Partner GmbH  
Freising, Branche: Erwachsenenbildung

#### Martin Sperr

\*1971  
Geschäftsführer  
Sperr & Zellner Wohn- und Gewerbebau GmbH, Dorfen  
Branche: Bauträger/Immobilienvermittlung

#### Christian Sperrer

\*1970  
Pers. haftender Gesellschafter  
Bankhaus Ludwig Sperrer KG  
Freising  
Branche: Kreditinstitut

## 8 REGIONALAUSSCHUSS: FÜRSTENFELDBRUCK

### WAHLGRUPPE A

4 Sitze

#### Michael Huber

\*1984  
Geschäftsführer  
Albrecht Huber Umwelt- und Entsorgungspartner GmbH, Maisach  
Branche: Entsorgung

#### Sandra Pabst

\*1972  
Geschäftsführerin  
GeBE Elektronik und Feinwerktechnik GmbH, Germering  
Branche: Elektrotechnik

#### Jennifer Rosenheimer

\*1986  
Geschäftsführerin  
MIPM Mammendorfer Institut für Physik und Medizin GmbH, Mammendorf  
Branche: Medizintechnik

#### Felix Wilhelm

\*1987  
Felix Wilhelm u. Sebastian Weber  
Schöngesing  
Branche: Reisemobil-Ausbau

WAHLGRUPPE B

5 Sitze

**Dr. Guido Amendt**

\*1972  
Geschäftsführer  
OBM Gastro & Event GmbH, Olching  
Branche: Gastronomie und  
Veranstaltungen

**Harald Gregor Faul**

\*1970  
Maisach  
Branche: Gastronomie

**Christian Huber**

\*1981  
Geschäftsführer  
Baustoff-Zentrum Olching GmbH, Olching  
Branche: Baustoffhandel/Baumarkt

**Moritz Klotz**

\*1987  
Geschäftsführer  
AEZ Amper-Einkaufs-Zentrum GmbH  
Fürstenfeldbruck  
Branche: Einzelhandel

**Gerhard Kohlfürst**

\*1967  
Geschäftsführer  
Fürstenfelder Gastronomie und Hotel  
GmbH, Fürstenfeldbruck  
Branche: Hotel- und Gastgewerbe

WAHLGRUPPE C

8 Sitze

**Dr. Michael Berger**

\*1970  
Geschäftsführer  
DocuWare GmbH, Germering  
Branche: Software

**Florian Fahr**

\*1984  
Geschäftsführer  
Florian Fahr Verwaltungs-GmbH  
Florian Fahr Controlling GmbH  
& Co. KG, Kottgeisering  
Branche: Softwareentwicklung und  
-vertrieb

**Robert Fedinger**

\*1971  
Vorstandsmitglied  
Volksbank Raiffeisenbank  
Fürstenfeldbruck eG, Fürstenfeldbruck  
Branche: Finanzdienstleistungen

**Peter Häffner**

\*1962  
Geschäftsführer  
SERNESTO GmbH  
Olching  
Branche: IT-Beratung

**Maik Horbas**

\*1973  
Prokurist  
CEWE Stiftung & Co. KGaA, Germering  
Branche: Fotolabor und Druckerzeugnisse

**Regina Mühlich**

\*1966  
Geschäftsführerin  
AdOrga Solutions GmbH  
Gröbenzell  
Branche: Managementberatung

**Michael Steinbauer**

\*1974  
Stv. Personalleiter  
Deutsche DOKA Schalungstechnik GmbH  
Maisach  
Branche: Bauzulieferer

**Bernhard Woköck**

\*1962  
Vorstandsvorsitzender  
C4B Com For Business Aktiengesellschaft  
Gesellschaft für Informations- und Kom-  
munikationstechnik, Germering  
Branche: k.A.

9 REGIONALAUSSCHUSS: GARMISCH-PARTENKIRCHEN

WAHLGRUPPE A

3 Sitze

**Katrin Eißler**

\*1977  
Geschäftsführerin  
Eißler Beteiligungs-GmbH, Spedition  
Neuner GmbH & Co. KG, Mittenwald  
Branche: Transport und Logistik

**Ludwig Fischer**

\*1982  
Geschäftsführer  
Langmatz GmbH  
Garmisch-Partenkirchen  
Branche: Kunststoff- u.  
Metallverarbeitung

**Sebastian Guggenmos**

\*1980  
Geschäftsführer  
KERN Microtechnik GmbH  
Eschenlohe  
Branche: Maschinenbau

WAHLGRUPPE B

5 Sitze

**Josef Adlwärth**

\*1967  
Geschäftsführer  
Adlwärth Verwaltungs-GmbH  
Adlwärth Gastronomie GmbH & Co. KG  
Garmisch-Partenkirchen  
Branche: Gastronomie

**Christian Echter**

\*1965  
Geschäftsführer  
Echter Verwaltungsgesellschaft mbH  
Anton Echter GmbH & Co. KG  
Murnau a. Staffelsee  
Branche: Textil-Einzelhandel

**Claudia Hans**

\*1975  
Pers. haftende Gesellschafterin  
Hotel Böld KG  
Oberammergau  
Branche: Hotellerie

**Michaela Nelhiebel**

\*1961  
Geschäftsleiterin  
Fritz Schneider GmbH  
Garmisch-Partenkirchen  
Branche: Augenoptik

**Daniel Schimmer**

\*1986  
Hotelmanager  
Hotel Garmischer Hof GmbH & Co. KG  
Garmisch-Partenkirchen  
Branche: Hotellerie

WAHLGRUPPE C

7 Sitze

**Wolfram Blank**

\*1962  
Inhaber  
Allianz Generalvertretung Wolfram Blank e.K., Garmisch-Partenkirchen  
Branche: Versicherungsvermittlung

**Anton Fink**

\*1974  
Geschäftsführer  
Wanner & Fink Steuerberatungsgesellschaft mbH, Garmisch-Partenkirchen  
Branche: Steuerkanzlei

**Andreas Hertle**

\*1967  
Geschäftsführer  
Pepper blue Veranstaltungs GmbH  
Bad Bayersoien  
Branche: Hochseilgärten

**Franz Hummel**

\*1964  
Geschäftsführer  
FH Holding GmbH  
Garmisch-Partenkirchen  
Branche: Immobilienverwaltung

**Martin Jocher**

\*1970  
Vorstandsmitglied  
VR-Bank Werdenfels eG  
Garmisch-Partenkirchen  
Branche: k.A.

**Peter Lingg**

\*1963  
Vorstandsvorsitzender  
Kreissparkasse Garmisch-Partenkirchen  
Garmisch-Partenkirchen  
Branche: Finanzdienstleister

**Anton Tiefenbacher**

\*1978  
Geschäftsführer  
White Mountain Verwaltungs GmbH  
White Mountain GmbH & Co. KG  
Garmisch-Partenkirchen  
Branche: Event & Veranstaltung

10 REGIONALAUSSCHUSS: INGOLSTADT

WAHLGRUPPE A

7 Sitze

**Reinhard Büchl**

\*1977  
Geschäftsführer  
Büchl Entsorgungswirtschaft GmbH  
Ingolstadt  
Branche: Entsorgung

**Roland Hörner**

\*1965  
Geschäftsführer  
JKV Grundstücksverwertungs GmbH  
Ingolstadt  
Branche: Bauträger

**Franz Katzenbogen**

\*1960  
Geschäftsführer  
Herrnbräu GmbH  
Ingolstadt  
Branche: Getränkeindustrie

**Alexander Orthmann**

\*1981  
Geschäftsführer  
Uni Apart Entwicklungsgesellschaft mbH  
Ingolstadt  
Branche: Bauträger und Investor

**Fritz Ferdinand Peters**

\*1982  
Geschäftsführer  
Gebrüder Peters Gebäudetechnik GmbH  
Ingolstadt  
Branche: Gebäudetechnik

**Michael Weber**

\*1961  
Geschäftsführer  
Spiess Blechtechnik GmbH  
Ingolstadt  
Branche: Metall- und Maschinenbau

**Eva Wittmann-Ott**

\*1970  
Geschäftsführerin  
Nordbräu Ingolstadt GmbH  
Nordbräu Ingolstadt GmbH & Co.KG  
Ingolstadt  
Branche: Getränkebranche

WAHLGRUPPE B

4 Sitze

**Carolin Block**

\*1977  
Inhaberin  
BLOCK Hotel & Living e.K.  
Ingolstadt  
Branche: Hotellerie

**Sabine Fanderl**

\*1965  
Pers. haftende Gesellschafterin  
Reiner Fanderl GmbH & Co. KG  
Ingolstadt  
Branche: Lebensmittel-Einzelhandel

**Martin Hackner**

\*1978  
Geschäftsführer  
Juwelier D. Dührkoop GmbH  
Ingolstadt  
Branche: Juwelier

**Martin Willner**

\*1966  
Geschäftsführer  
Fahrradzentrum Willner GmbH  
Ingolstadt  
Branche: Einzelhandel

WAHLGRUPPE C

10 Sitze

**Tan Alcaj**

\*1973  
Geschäftsführer  
secura Gebäudemanagement GmbH  
Ingolstadt  
Branche: Gebäudemanagement

**Markus Amler**

\*1973  
Geschäftsführer  
Toni Amler-Ingenieurplanungen GmbH  
Ingolstadt  
Branche: Bauwesen/Ingenieurdienstleistungen

**Yvonne Berntssen**

\*1966  
Geschäftsführerin  
ambuflex GmbH  
Ingolstadt  
Branche: Soziale Dienstleistung

**Sigrid Diewald**

\*1969  
Geschäftsführerin  
schnellervorlauf gmbh  
Ingolstadt  
Branche: Designagentur

**Norbert Forster**

\*1963  
Vorstandsmitglied  
IFG Ingolstadt Kommunalunternehmen  
Anstalt des öffentlichen Rechtes der Stadt  
Ingolstadt, Ingolstadt  
Branche: k.A.

**Florian Günzler**

\*1980  
Prokurist  
FC Ingolstadt 04 Fussball GmbH  
Ingolstadt  
Branche: Sport

**Holger Imhof**

\*1978  
Geschäftsführer  
WK IT GmbH  
Ingolstadt  
Branche: IT-Dienstleistung

**Franz Schabmüller**

\*1985  
Geschäftsführer  
FRAMOS Holding GmbH  
Ingolstadt  
Branche: Beteiligungsmanagement

**Jürgen Wittmann**

\*1963  
Vorstandsvorsitzender  
Sparkasse Ingolstadt Eichstätt  
Ingolstadt  
Branche: k.A.

**Elmar Zieglmeier**

\*1961  
Ingolstadt  
Branche: Immobilienvermittlung/-verwaltung

11 REGIONALAUSSCHUSS: LANDESHAUPTSTADT MÜNCHEN

WAHLGRUPPE A

5 Sitze

**Gregor Beiner**

\*1985  
Geschäftsführer  
K & G Technik-Handels- und Service GmbH  
München  
Branche: Betrieb von Taxis

**Bernhard Blauth**

\*1971  
Personalleiter Europa Rail  
Knorr-Bremse Systeme für Schienenfahrzeuge GmbH, München  
Branche: Industrie und Verkehr

**Johann Breitsamer**

\*1969  
Geschäftsführer  
Breitsamer Entsorgung - Recycling GmbH  
München  
Branche: Entsorgung/Recycling

**Christian Güntner**

\*1969  
Geschäftsführer  
ROHPROG GmbH  
München  
Branche: Recyclingunternehmen

**Rüdiger Neumann**

\*1962  
Geschäftsführer  
GO! Express & Logistics München GmbH  
München  
Branche: Transport

WAHLGRUPPE B

3 Sitze

**Karin Elsperger**

\*1968  
München  
Branche: Mode/Bekleidung

**Peter Inselkammer**

\*1970  
Pers. haftender Gesellschafter  
Platzl Hotel Inselkammer KG  
München  
Branche: Hotel- und Gastgewerbe

**Kathrin Wickenhäuser-Egger**

\*1979  
Vorstandsmitglied  
Wickenhäuser & Egger AG  
München  
Branche: Hotel- und Gastgewerbe

WAHLGRUPPE C

13 Sitze

**Maurice Attenberger**

\*1982  
Regionalleiter mit Handlungsvollmacht  
GLS Gemeinschaftsbank e.G.  
München  
Branche: Banken

**Monika Dech**

\*1960  
Stv. Geschäftsführerin  
Messe München GmbH  
München  
Branche: k.A.

**Oliver Dorn**

\*1977  
Geschäftsleiter  
FOM Hochschule für Oekonomie & Management gGmbH, München  
Branche: Hochschule

**Andreas Eisele**

\*1966  
Geschäftsführer  
Eisele Real Estate GmbH  
München  
Branche: Immobilien

**Petra Göckel**

\*1965  
Geschäftsführerin  
ADJUVA Treuhand GmbH  
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft  
Steuerberatungsgesellschaft, München  
Branche: Steuerberatung

**Tina Haller**

\*1979  
Prokuristin  
KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, München  
Branche: Wirtschaftsprüfung und Unternehmensberatung

**Michael Krämer**

\*1959  
München  
Branche: Lektorat

**Kathrin Lehmann**

\*1980  
Geschäftsführerin  
SPORTBUSINESS CAMPUS GmbH  
München  
Branche: Bildung

**Anke B. Mainz**

\*1977  
Geschäftsführerin  
whitebox r.e.d.s. GmbH  
München  
Branche: Unternehmensberatung

**Oliver Mund**

\*1979  
Geschäftsführer  
TURTLEBOX GmbH, München  
Branche: Vermietung bewegl. Sachen/Mehrweg

**Christina Ramgraber**

\*1981  
Geschäftsführerin  
sira Projekte GmbH  
München  
Branche: Unternehmensberatung

**Erika Schindecker**

\*1951  
Geschäftsführerin  
Erika Schindecker Gesellschaft für Organisation, Vorbereitung und Betreuung von Bauobjekten mbH, München  
Branche: Immobiliendienstleistung

**Monika Thoma**

\*1965  
München  
Branche: Werbung

12 REGIONALAUSSCHUSS: LANDKREIS MÜNCHEN

WAHLGRUPPE A

4 Sitze

**Dr. Angelika Iberl**

\*1966  
Seniordirektorin Industriepolitik  
Infineon Technologies AG  
Neubiberg  
Branche: Mikroelektronik

**Franz Seraph  
Andreas Friedrich Inselkammer**

\*1983  
Geschäftsführer  
Brauerei Aying Franz Inselkammer  
GmbH, Aying  
Branche: Brauerei

**Bernhard Kolles**

\*1963  
Geschäftsführer  
VBM Busreisen GmbH München  
Kirchheim b. München  
Branche: Busreisen

**Klaus Widmann**

\*1971  
Geschäftsführer  
Holz Kogler Beteiligungs-GmbH  
Holz Kogler GmbH & Co. KG  
Kreuzpullach  
Branche: k.A.

WAHLGRUPPE B

4 Sitze

**Ulrich Althoff**

\*1957  
Geschäftsführer  
ALFA Rohstoffhandel München GmbH  
Gräfelfing  
Branche: Recycling

**Dr. Regina Bichlmaier**

\*1968  
Vorstandsvorsitzende  
metabion international AG  
Planegg  
Branche: Biotech

**Christoph Leicher**

\*1954  
Geschäftsführer  
Leicher Engineering GmbH  
Kirchheim b. München  
Branche: Technischer Großhandel

**Bernhard Weingenthaler**

\*1977  
Geschäftsführer  
Senti Vini Weinhandels GmbH  
Kirchheim b. München  
Branche: Wein und Feinkost Handel

WAHLGRUPPE C

13 Sitze

**Armin Bastl**

\*1968  
Geschäftsführer  
INCREON GmbH  
Ismaning  
Branche: Brandingagentur

**Philipp Bryxi**

\*1987  
Prokurist  
Industrieanlagen-Betriebsgesellschaft  
mit beschränkter Haftung, Ottobrunn  
Branche: Technisch-wissenschaftliche  
Dienstleistungen

**Dr. René Faßbender**

\*1977  
Geschäftsführer  
OmegaLambdaTec GmbH  
Garching b. München  
Branche: Data-Science

**Ulrich Frickmann**

\*1978  
Prokurist  
ATS Automation Tooling Systems GmbH  
Kirchheim b. München  
Branche: k.A.

**Dr. Thomas Füssl**

\*1971  
Vorstandsmitglied  
GRITH AG  
Ismaning  
Branche: IT

**Dr. Magnus Harlander**

\*1963  
Vorstandsmitglied  
ISAR AG, Gesellschaft für nachhaltige  
Beteiligungen  
Kirchheim b. München  
Branche: Umwelt/Energie

**Monika Haslbeck**

\*1966  
Geschäftsführerin  
ACEA GmbH  
Oberschleißheim  
Branche: k.A.

**Dr. Alexander Kramer**

\*1966  
Geschäftsführer  
redstone Unternehmensberatungs-  
GmbH, Planegg  
Branche: Unternehmensberatung

**Stefan Lange**

\*1963  
Leiter Firmenkunden  
Kreissparkasse München Starnberg  
Ebersberg, Planegg  
Branche: Kreditinstitut

**Florian Schardt**

\*1982  
Geschäftsführer  
fme Unternehmensbeteiligungen  
GmbH, Ottobrunn  
Branche: k.A.

**Dominik Sievert**

\*1989  
Geschäftsführer  
inveox GmbH  
Garching b. München  
Branche: Medizintechnik

**Michael Solbach**

\*1978  
Geschäftsführer  
XIBIX Solutions GmbH, Unterschleißheim  
Branche: IT-Systemhaus/  
Cloud Computing

**Tobias Viße**

\*1987  
Geschäftsführer  
Cudok & Viße GmbH, Feldkirchen  
Branche: Veranstaltungswirtschaft

13 REGIONALAUSSCHUSS: LANDSBERG AM LECH

WAHLGRUPPE A

5 Sitze

**Walter Bauer**

\*1969  
Prokurist  
Hirschvogel Umformtechnik GmbH, Denklingen  
Branche: Automobilzulieferer

**Christian Güntner**

\*1969  
Geschäftsführer  
Solin GmbH, Finning  
Branche: ÖKO-Stromerzeuger

**Iris Klimmer**

\*1975  
Geschäftsführerin  
GS Elektromedizinische Geräte G. Stemple GmbH, Kaufering  
Branche: Medizintechnik

**Christopher Veit**

\*1979  
Geschäftsführer  
Veit GmbH  
Landsberg am Lech  
Branche: Maschinenbau

**Dr. Tobias Wille**

\*1986  
Geschäftsführer  
Hilti GmbH Industriegesellschaft für Befestigungstechnik, Kaufering  
Branche: Bauindustrie

WAHLGRUPPE B

4 Sitze

**Carsten Rieth**

\*1978  
Geschäftsführer  
Baustoffhandel Landsberg H. Rieth GmbH, Landsberg am Lech  
Branche: Baustoffgroßhandel

**Christoph Schaller**

\*1965  
Geschäftsführer  
Autohaus Schaller GmbH Landsberg am Lech  
Branche: Automobilhandel/Reparaturwerkstatt

**Reinhard Scheuermann**

\*1964  
Geschäftsführer  
Kemapack GmbH Landsberg am Lech  
Branche: Transportverpackung

**Solveig Schindel**

\*1972  
Landsberg am Lech  
Branche: Einzelhandel Textil

WAHLGRUPPE C

8 Sitze

**Thomas Baier**

\*1966  
Geschäftsführer  
Eichler GmbH, Pürgen  
Branche: Industrieservice

**Klaus Feuerecker**

\*1964  
Geschäftsführer  
RATIONAL Dienstleistungsgesellschaft mbH, Landsberg am Lech  
Branche: Facility Management

**Reinhard Häckl**

\*1954  
Geschäftsführer  
Häckl Treuhand GmbH Steuerberatungsgesellschaft, Schondorf am Ammersee  
Branche: Steuerberatung

**Alexander Hof**

\*1999  
Landsberg am Lech  
Branche: Internetportale

**Anna-Maria Klinke**

\*1991  
Geschäftsführerin  
Hardy's Beteiligungs- und Verwaltungs-GmbH, Greifenberg  
Branche: Dienstleistung

**Blanca Pohl**

\*1970  
Fuchstal  
Branche: Unternehmensberatung

**Bettina Sandrock**

\*1963  
Geschäftsführerin  
Alarmstufe Red GmbH Dießen am Ammersee  
Branche: Unternehmensberatung/Datenschutz

**Susann Schmid-Engelmann**

\*1981  
Community Manager  
Industrial Makers GmbH Landsberg am Lech  
Branche: Technische Dienstleistungen

14 REGIONALAUSSCHUSS: MIESBACH

WAHLGRUPPE A

4 Sitze

**Andreas Essendorfer**

\*1972  
Geschäftsführer  
Essendorfer Genussschmelzerei GmbH Schliersee  
Branche: Lebensmittel

**Andreas Eybel**

\*1959  
Waakirchen  
Branche: Süßwarenherstellung und Vertrieb

**Leonhard Grossert**

\*1982  
Inhaber  
Busbetrieb Marx e.K. Gmund a. Tegernsee  
Branche: Omnibusunternehmen

**Albert Sedlmaier**

\*1957  
Geschäftsführer  
data M Sheet Metal Solutions GmbH Valley  
Branche: Industriesoftware

WAHLGRUPPE B

4 Sitze

**Anja Frank**

\*1968  
Geschäftsführerin  
Frank Dental GmbH  
Gmund a. Tegernsee  
Branche: Medizinbranche

**Stefan Schmid**

\*1969  
Geschäftsführer  
FahGes Fahrzeughandels-gesellschaft mbH  
Franz Schmid GmbH & Co. KG  
Holzkirchen  
Branche: Kraftfahrzeughandel

**Birgitta Seemüller**

\*1968  
Inhaberin  
Seemüller Apotheke Inh. Birgitta  
Seemüller  
Schliersee  
Branche: Pharmazie

**Hans Vogl**

\*1977  
Geschäftsführer  
Hotel und Landgasthof Altwirt GmbH  
Holzkirchen  
Branche: Gastronomie/Hotel

WAHLGRUPPE C

7 Sitze

**Martina Kleinfeldt**

\*1967  
Hausham  
Branche: Gesundheitswesen

**Martin Neumeier**

\*1973  
Geschäftsführer  
Neumeier Betriebs GmbH  
Neumeier GmbH & Co. KG, Holzkirchen  
Branche: k.A.

**Ingrid Rieger-Nitschke**

\*1954  
Holzkirchen  
Branche: Reisebüro

**Wolfgang Sareiter**

\*1964  
Geschäftsführer  
Feuer und Eis Touristik GmbH  
Weißach  
Branche: Reiseveranstalter

**Alexander Schmid**

\*1969  
Geschäftsführer  
SMG Standort-Marketing Gesellschaft  
Landkreis Miesbach mbH, Miesbach  
Branche: Wirtschaftsförderung

**Anton Stetter**

\*1962  
Geschäftsführer  
Bavarian Distillers GmbH  
Hausham  
Branche: Konsumgüter

**Marcel Vogt**

\*1990  
Geschäftsführer  
TBS Computer-Systeme GmbH  
Waakirchen  
Branche: IT

15 REGIONALAUSSCHUSS: NEUBURG-SCHROBENHAUSEN

WAHLGRUPPE A

8 Sitze

**Dr. Stefan Dick**

\*1967  
Geschäftsführer  
Südstärke GmbH  
Schrobenhausen  
Branche: Stärkeindustrie

**Claudia Heindl**

\*1981  
Geschäftsführerin  
heindl-druck + werbung GmbH  
Neuburg a.d. Donau  
Branche: Druck- & Medienbranche

**Manfred Hoffmann**

\*1955  
Geschäftsführer  
HOFFMANN MINERAL GmbH  
Neuburg a.d. Donau  
Branche: Bergbau

**Michael Mehner**

\*1984  
Prokurist  
LEIPA Georg Leinfelder GmbH  
Schrobenhausen  
Branche: Papierindustrie

**Stefan Reindl**

\*1965  
Prokurist  
BAUER AG  
Schrobenhausen  
Branche: Baugewerbe und Maschinenbau

**Michael Schiekel**

\*1961  
Geschäftsführer  
Metawell GmbH metal sandwich  
technology  
Neuburg a.d. Donau  
Branche: Metallverarbeitung

**Ivo Sefranek**

\*1976  
Geschäftsführer  
Hermann Sefranek Verwaltungs GmbH  
Hermann Sefranek GmbH & Co. KG  
Burgheim  
Branche: Metallverarbeitung

**Marc Zizmann**

\*1969  
Prokurist  
MBDA Deutschland GmbH  
Schrobenhausen  
Branche: Luft- u. Raumfahrzeugbau

WAHLGRUPPE B

3 Sitze

**Anke Deiml**

\*1971  
Geschäftsleiterin  
Karl Deiml  
Neuburg a.d. Donau  
Branche: Hotellerie

**Thomas Felbermaier**

\*1971  
Geschäftsführer  
Felbermaier Verwaltungs GmbH  
Zu Müllers-Winkelhausen Gastronomie  
GmbH & Co. KG, Langenmosen  
Branche: Gastronomie

**Christian Krömer**

\*1983  
Geschäftsführer  
Spielwaren Krömer Verwaltungs GmbH  
Spielwaren Krömer GmbH & Co KG  
Schrobenhausen  
Branche: Einzelhandel mit Spielwaren

WAHLGRUPPE C

4 Sitze

**Erwin Ballis**

\*1963  
Geschäftsführer  
Maschinenringe Deutschland GmbH  
Neuburg a.d. Donau  
Branche: Landwirtschaft, Dienstleistung

**Roland Gieß**

\*1969  
Vorstandsmitglied  
VR Bank Neuburg-Rain eG  
Neuburg a.d. Donau  
Branche: Kreditinstitut

**Luise Kramer**

\*1980  
Geschäftsführerin  
integer GmbH  
Schrobenhausen  
Branche: IT-Dienstleistung/-Systemhaus

**Daniela Stadler**

\*1980  
Geschäftsführerin  
Stadler GmbH Finanz- und  
Assecuranzmakler, Schrobenhausen  
Branche: Versicherungen

16 REGIONALAUSSCHUSS: PFAFFENHOFEN A.D. ILM

WAHLGRUPPE A

6 Sitze

**Alfred Amenda**

\*1956  
Geschäftsführer  
Alfred Amenda & Sohn Transport GmbH  
Hohenwart  
Branche: Logistik

**Sebastian Hipp**

\*1972  
Prokurist  
Hipp Produktion Geschäftsführungs  
GmbH, Hipp GmbH & Co. Produktion KG  
Pfaffenhofen a.d. Ilm  
Branche: Babyahrung

**Eduard Kastner**

\*1950  
Vorstandsmitglied  
Kastner AG  
Wolnzach  
Branche: Druck und Verlag

**Ludwig-Peter Linner**

\*1980  
Geschäftsführer  
Linner GmbH, Wolnzach  
Branche: Metallverarbeitende  
Industrie

**Tanja Reisinger-Lazar**

\*1974  
Geschäftsleiterin  
Kieswerk Feilenmoos Reisinger GmbH &  
Co.KG, Geisenfeld  
Branche: Rohstoffgewinnung/Kieswerk

**Michaela Schenk**

\*1960  
Geschäftsführerin  
Mawa GmbH  
Pfaffenhofen a.d. Ilm  
Branche: Metallverarbeitung

WAHLGRUPPE B

4 Sitze

**Stefan Apfl**

\*1963  
Geschäftsführer  
Hotel Alea GmbH  
Pfaffenhofen a.d. Ilm  
Branche: Hotel

**Ralf Bernhard**

\*1978  
Geschäftsführer  
Handels- und Dienstleistungsgesellschaft  
des Bayerischen Roten Kreuzes mbH  
Pfaffenhofen a.d. Ilm  
Branche: Handel und Dienstleistung

**Peter Daubmeier**

\*1985  
Pers. haftender Gesellschafter  
Anton Daubmeier OHG  
Pfaffenhofen a.d. Ilm  
Branche: Handel

**Josef Georg Reitmeier**

\*1954  
Geschäftsführer  
Einrichtungshaus Weiß GmbH  
Geisenfeld  
Branche: Einzelhandel

WAHLGRUPPE C

5 Sitze

**Astrid Birkner**

\*1962  
Geschäftsführerin  
Trenco GmbH, Pfaffenhofen a.d. Ilm  
Branche: Technische Dienstleistung  
und Vertrieb

**Johann Irchenhauser**

\*1966  
Geschäftsführer  
Irchenhauser & Spreng Immobilien  
GmbH, Pfaffenhofen a.d. Ilm  
Branche: Immobilienmakler

**Steffen Kalus**

\*1969  
Geschäftsleiter Produktion & Logistik  
MEWA Textil-Service AG & Co.  
Deutschland OHG, Manching  
Branche: Dienstleistung

**Beate Kempf**

\*1981  
Rohrbach  
Branche: Online Marketing

**Fabian Stahl**

\*1977  
Geschäftsführer  
Stahl Computertechnik GmbH  
Pfaffenhofen a.d. Ilm  
Branche: IT-Dienstleistungen

17 REGIONALAUSSCHUSS: ROSENHEIM

WAHLGRUPPE A

7 Sitze

**Roland Auer**

\*1968  
Vorstandsvorsitzender  
Schattdecor AG  
Thansau  
Branche: Druckindustrie

**Josef Huber**

\*1965  
Geschäftsführer  
Huber Holzbau, Holzverarbeitung, Elementebau GmbH, Huber & Sohn Holzbau, Holzverarbeitung Elementebau GmbH & Co KG, Eiselfing  
Branche: Holzbau

**Denise Schurzmann**

\*1989  
Geschäftsführerin  
Krause - Industrieschaltanlagen GmbH  
Raubling  
Branche: Elektro-Schaltanlagen

**Dr. Helmut Schwarz**

\*1963  
Prokurist  
KRONES AG, Rosenheim  
Branche: Maschinenbau

**Maria Theresia Steegmüller**

\*1965  
Geschäftsführerin  
Brauhaus Rosenheim GmbH  
Flötzing Brauerei Franz Steegmüller GmbH & Co. KG, Rosenheim  
Branche: Brauerei

**Günther Wunsam**

\*1964  
Kaufmännischer Leiter  
Südbayerisches Portland-Zementwerk Gebr. Wiesböck & Co. GmbH, Rohrdorf  
Branche: Steine- und Erden-Industrie

**Simon Zoßeder**

\*1972  
Geschäftsführer  
Simon Zoßeder GmbH, Eiselfing  
Branche: Fuhrunternehmen/  
Containerdienst

WAHLGRUPPE B

5 Sitze

**Andreas Bensegger**

\*1972  
Geschäftsführer  
Bensegger GmbH  
Rosenheim  
Branche: Bürohandel

**Sebastian Kirner**

\*1987  
Leitung des Restaurantbetriebs  
Manfred Kirner  
Rosenheim  
Branche: Gastronomie

**Florian Nickl**

\*1982  
Geschäftsführer  
Gartencenter Rosenheim Nickl GmbH  
Rosenheim  
Branche: Einzelhandel

**Petra Prechtl-Mareth**

\*1962  
Pers. haftende Gesellschafterin  
Prechtl Frischemärkte oHG  
Raubling  
Branche: Lebensmitteleinzelhandel

**Paul Unterseher**

\*1965  
Geschäftsführer  
Trachten-Unterseher GmbH  
Rosenheim  
Branche: Handel

WAHLGRUPPE C

9 Sitze

**Andreas Duschl**

\*1975  
Geschäftsführer, Duschl Ingenieure Verwaltung GmbH, Duschl Ingenieure GmbH & Co. KG, Beratende Ingenieure für Technische Ausrüstung + Energietechnik, Rosenheim  
Branche: Ingenieurdienstleistungen

**Klaus G. Förg**

\*1952  
Geschäftsführer  
Rosenheimer Verlagshaus Verwaltungs GmbH, Rosenheimer Verlagshaus GmbH & Co. KG, Rosenheim  
Branche: Verlagswesen

**Karl Göpfert**

\*1966  
Vorstandsvorsitzender  
Sparkasse Rosenheim-Bad Aibling  
Rosenheim  
Branche: Kreditgewerbe

**Michael Hartinger**

\*1973  
Geschäftsführer  
Michael Hartinger Holding GmbH  
Rosenheim  
Branche: Vermögensverwaltung

**Tobias Jonas**

\*1992  
Geschäftsführer  
innFactory GmbH  
Rosenheim  
Branche: Softwareentwicklung

**Maximilian Mertens**

\*1993  
Geschäftsführer  
DIWA - Institut für Wasseranalytik GmbH  
Raubling  
Branche: Dienstleistung

**Tobias Tomczyk**

\*1978  
Geschäftsführer  
HERTO GmbH, Kolbermoor  
Branche:  
Immobilienwirtschaft

**Peter Tschervenka**

\*1967  
Geschäftsführer  
roNet GmbH, Rosenheim  
Branche: IT/Internet  
Service Provider

**Josef Willkommer**

\*1976  
Geschäftsführer  
TechDivision GmbH  
Kolbermoor  
Branche: IT

## 18 REGIONALAUSSCHUSS: STARNBERG

## WAHLGRUPPE A

4 Sitze

**Carl Ferdinand Baasel**

\*1941  
Liquidator  
B + B Lasertechnik GmbH  
Starnberg  
Branche: Industrie

**Dr. Alexander Roth**

\*1973  
Geschäftsführer  
CBL Verwaltungsgesellschaft  
mbH, Coherent Munich GmbH &  
Co. KG, Gilching  
Branche: Maschinenbau

**Heinz Soyer**

\*1961  
Geschäftsführer  
Bolzenschweißtechnik Heinz Soyer GmbH  
Wörthsee  
Branche: Schweißtechnik

**Gerd Zanker**

\*1968  
Geschäftsführer  
Elektro Saegmüller GmbH  
Starnberg  
Branche: Elektrotechnik

## WAHLGRUPPE B

4 Sitze

**Helen Brugger**

\*1975  
Inhaberin  
See-Apotheke Helen Brugger e.K.  
Herrsching a. Ammersee  
Branche: Apotheke

**Manfred Herz**

\*1961  
Geschäftsführer  
Herz GmbH, Gilching  
Branche: Einzelhandel

**Ralf Sanktjohanser**

\*1970  
Geschäftsführer  
Alamund GmbH  
Andechs  
Branche: Gastronomie

**Elisabeth Walch**

\*1971  
Geschäftsführerin  
H & W Gaststättenbetriebs GmbH  
Herrsching a. Ammersee  
Branche: Gastronomie

## WAHLGRUPPE C

9 Sitze

**Stephanie Daverkausen**

\*1970  
Geschäftsführerin  
STEMAG GmbH  
Herrsching a. Ammersee  
Branche: Gesundheitswesen/Pflege

**Thomas Dietrich**

\*1970  
Geschäftsführer  
Kolibri software & systems GmbH  
Gilching  
Branche: IT-Softwareunternehmen

**Martin Eickelschulte**

\*1970  
Vorstandsmitglied  
Eickelschulte AG  
Starnberg  
Branche: IT Dienstleistung

**Angela Hartmann**

\*1966  
Vorstandsmitglied  
Estate5 AG  
Starnberg  
Branche: Hausverwaltung

**Stefanie Herrmann**

\*1965  
Prokuristin  
Anwendungszentrum GmbH  
Oberpfaffenhofen, Gilching  
Branche: Luft- u. Raumfahrt

**Katja Lindo**

\*1975  
Geschäftsführerin  
Exklusive Klausur- und Tagungsstätten  
EKT GmbH, Pöcking  
Branche: Tagungshotel

**Benedict Padberg**

\*1995  
Geschäftsführer  
Interlink GmbH  
Wörthsee  
Branche: Unternehmensverwaltung

**Christoph Rösch**

\*1961  
Geschäftsführer  
Idee + Funktion GmbH  
Ideenrealisierung Design, Seefeld  
Branche: Industrieberatung  
und Projektentwicklung

**Thomas Vogl**

\*1963  
Vorstandsvorsitzender  
Volksbank Raiffeisenbank Starnberg-  
Herrsching-Landsberg eG, Starnberg  
Branche: Banken und Versicherungen

## 19 REGIONALAUSSCHUSS: TRAUNSTEIN

## WAHLGRUPPE A

8 Sitze

**Thomas Eberl**

\*1967  
Geschäftsführer  
Eberl Verwaltungs-GmbH, Eberl Internationa-  
le Spedition GmbH & Co. KG, Nußdorf  
Branche: Logistik

**Tobias Fuchs**

\*1973  
Geschäftsführer  
Brückner Servtec GmbH  
Siegsdorf  
Branche: Maschinenbau

**Wolfgang Haas**

\*1970  
Geschäftsführer  
Haas GmbH Anlagenbau, Chieming  
Branche: Industriekältetechnik und  
Anlagenbau

**Helmut Lampersberger**

\*1969  
Geschäftsführer  
Lampersberger GmbH  
Chieming  
Branche: k.A.

**Anna Marx**

\*1978  
Pers. haftende Gesellschafterin  
Marx Reisen Alfons Marx KG  
Fridolfing  
Branche: Reiseunternehmen

**Wilhelm Schuhböck**

\*1966  
Geschäftsführer  
SWIETELSKY Baugesellschaft m.b.H.  
Traunstein  
Branche: Bauhauptgewerbe

**Rudolf Wochinger**

\*1963  
Pers. haftender Gesellschafter  
Jakob Wochinger & Sohn OHG  
Traunstein  
Branche: Brauerei

**Sebastian Zunhammer**

\*1980  
Geschäftsführer  
Zunhammer GmbH  
Traunreut  
Branche: Fahrzeugbau/Gülletechnik

**WAHLGRUPPE B**

4 Sitze

**Nikolaus Binder**

\*1959  
Pers. haftender Gesellschafter  
J.N. Kreiller KG  
Traunstein  
Branche: Eisenwarenhandel

**Claus Egger**

\*1976  
Geschäftsführer  
Jakob Schaumaier Nachf. GmbH  
Traunstein  
Branche: Entsorgung/Verwertung v. Altmaterialien

**Ernst Haider**

\*1963  
Geschäftsführer  
Haider Beteiligungs GmbH, Haider Moden GmbH & Co. KG, Traunstein  
Branche: Einzelhandel

**Joseph Pfeilstetter**

\*1963  
Inhaber  
Aktivmarkt Pfeilstetter e.K.  
Chieming  
Branche: Lebensmitteleinzelhandel

**WAHLGRUPPE C**

5 Sitze

**Bernhard Dobler**

\*1962  
Bernhard Dobler u. Rainer Schmid  
Traunstein  
Branche: Physiotherapie und Fitness

**Annemarie Funke**

\*1959  
Geschäftsführerin  
Gemeinnützige Fördergesell. d.Lebenshilfe f.geistig beh. Menschen Kreisvereinigung Traunstein z.Wohnraumbesch.mbH Verwaltungsgesellschaft Wohnheim Altenmarkt der Lebenshilfe Traunstein GmbH & Co. KG, Traunstein  
Branche: Soziales

**Raphael Geisreiter**

\*1981  
Geschäftsführer  
g branded GmbH, Siegsdorf  
Branche: Dienstleistung/ Merchandising Artikel

**Ludwig Haumann**

\*1946  
Geschäftsführer  
Haumann und Fuchs Holding GmbH  
Traunstein  
Branche: Dienstleistung

**Gerhard Kotter**

\*1964  
Geschäftsführer  
Kotter Verwaltungs GmbH, Traunstein  
Branche: k.A.

**20 REGIONALAUSSCHUSS: WEILHEIM-SCHONGAU**

**WAHLGRUPPE A**

6 Sitze

**Klaus Bauer**

\*1955  
Geschäftsführer  
Bauer Gruppe Verwaltungs GmbH  
Bauer Unternehmensgruppe GmbH & Co. KG, Weilheim i. OB  
Branche: Maschinenbau

**Kurt Bechtold**

\*1959  
Geschäftsführer  
Günter Bechtold GmbH  
Weilheim i. OB  
Branche: Blechbearbeitung

**Dr. Ansgar Damm**

\*1965  
Geschäftsführer  
Hoerbiger Antriebstechnik GmbH  
Schongau  
Branche: Metall- und Maschinenbau

**Marcus Kanis**

\*1978  
Vorstandsvorsitzender  
Dr. Müller Diamantmetall AG  
Weilheim i. OB  
Branche: Werkzeugbau

**Felix Schaumberg**

\*1973  
Geschäftsführer  
Bremicker Verkehrstechnik GmbH  
Weilheim i. OB  
Branche: Verkehrstechnik

**Stefan Schleicher**

\*1971  
Geschäftsleiter  
Schleicher Fahrzeugteile GmbH & Co. KG, Penzberg  
Branche: Produzierendes Gewerbe

WAHLGRUPPE B

4 Sitze

**Marion Albrecht**

\*1970  
Prokuristin  
Oberland Gastronomie GmbH  
Schongau  
Branche: Gasthausbrauerei

**Florian Lipp**

\*1973  
Geschäftsführer  
Kaufhaus Rid GmbH  
Weilheim i. OB  
Branche: Einzelhandel

**Michael Sendl**

\*1956  
Pers. haftender Gesellschafter  
Biomichl OHG  
Weilheim i. OB  
Branche: Bio Lebensmittel Einzelhandel

**Johann Vollmann**

\*1962  
Geschäftsführer  
Vollmann Verwaltungs GmbH  
Hotel Vollmann GmbH & Co. KG  
Weilheim i. OB  
Branche: Beherbergung

WAHLGRUPPE C

7 Sitze

**Helmut Ernst**

\*1961  
Prokurist  
Kreisboten-Verlag Mühlfellner KG  
Weilheim i. OB  
Branche: Verlag

**Dr. Sonja Molinaro**

\*1978  
Geschäftsführerin  
MicroCoat Biotechnologie GmbH  
Bernried  
Branche: Pharmabranche

**Carolin Nuscheler**

\*1992  
Schongau  
Branche: Marketing

**Thomas Orbig**

\*1962  
Vorstandsvorsitzender  
Sparkasse Oberland, Weilheim i. OB  
Branche: Kreditgewerbe

**Sabine Ostermann**

\*1975  
Katharina Panholzer, Nicola Schackmann  
u. Sabine Ostermann, Penzberg  
Branche: k.A.

**Christoph Reiter**

\*1964  
Vorstandsvorsitzender  
Reiter AG  
Schongau  
Branche: Family Office

**Monika Uhl**

\*1975  
Penzberg  
Branche: Marketing

# Starke Erholung in Sicht

Die Stimmung in der Wirtschaft hat sich im Frühjahr deutlich verbessert. Vor allem die Industrie erweist sich als Konjunkturmotor, wie die aktuelle BIHK-Umfrage unter bayerischen Unternehmen zeigt.

NADJA MATTHES

Es sind erfreuliche Nachrichten, die Hoffnung auf ein Ende der einschneidenden Coronamaßnahmen wecken: Die Zahl der Neuinfizierten sinkt stetig. Gleichzeitig geht es mit dem Impfen gegen Covid-19 deutlich voran. Entsprechend steigt auch in der bayerischen Wirtschaft die Stimmung spürbar. Das geht aus dem aktuellen BIHK-Konjunkturindex hervor, für den regelmäßig rund 4000 Unternehmen im Freistaat zu ihrer aktuellen Geschäftslage und ihren zukünftigen Erwartungen befragt werden. Das Stimmungsbarometer ist seit der letzten Umfrage am Jahresanfang um 16 auf 114 Punkte gestiegen. Damit übertrifft es den langfristigen Durchschnitt sogar um zwei Zähler (s. Grafik).

Der Blick auf einzelne Branchen zeigt allerdings gravierende Unterschiede. Besonders gut steht derzeit die bayerische Industrie da. Hier entwickeln sich die Geschäfte noch besser als vor der Pandemie. Die exportstarke Branche profitiert von der regen Nachfrage aus China und den USA. Für die kommenden Monate erwarten die Unternehmen zudem mehr Aufträge aus dem Inland und aus der EU. Nur Probleme bei Material- und Rohstofflieferungen bremsen einen noch stärkeren Aufschwung. Eine leichte Frühlingsbelebungen melden das Baugewerbe sowie Teile des Großhandels. Auch unternehmensnahe Dienstleister wie zum Beispiel IT-Spezialisten, Architektur- und Ingenieurbüros sind gut beschäftigt.

Im Vergleich dazu bleiben – wenig überraschend – noch jene Branchen zurück, die vom Lockdown besonders betroffen sind. So überwiegen im Einzelhandel die pessimistischen Stimmen. Zwar dürfte eine allmähliche Lockerung der Coronamaßnahmen einen Konsumschub auslösen. Schließlich sind der Arbeitsmarkt und

## Bayerische Wirtschaft – es geht deutlich aufwärts

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



Die Stimmung hat sich deutlich aufgehellt: Der BIHK-Konjunkturindex liegt wieder über dem langjährigen Durchschnitt von 112 Zählern. Der Index bildet die aktuellen Lageurteile und Erwartungen der Unternehmen ab.

Quelle: BIHK-Konjunkturumfrage Frühjahr 2021

die Einkommen stabil und die Sparquote befindet sich derzeit auf einem historisch hohen Niveau. Doch der Dauer-Lockdown hat den Trend zum Onlinehandel, der bereits vor der Krise einsetzte, weiter verstärkt. Es ist davon auszugehen, dass ein Teil des Geschäfts nicht mehr zum stationären Einzelhandel zurückkommt, selbst wenn das Einkaufen im Laden wieder ohne größere Einschränkungen möglich sein wird.

Optimistischer zeigt sich hier die Tourismusbranche. Hotels und Gaststätten, Reisebüros und -veranstalter haben zwar wegen der ausgefallenen Wintersaison ihre Umsatzprognosen für 2021 deutlich nach unten korrigiert. Sie erwarten aber, dass sie vom Nachholbedarf der Konsumenten profitieren und sich das Geschäft deutlich erholt, wenn erst einmal die Beschränkungen gelockert werden.

Für die bayerische Wirtschaft insgesamt stehen die Zeichen gut, dass sich die Erholung in den kommenden Monaten weiter beschleunigt und dann auch jene

Branchen erfasst, die aktuell in der Krise stecken. Grundvoraussetzung für eine kräftige Belebung sind zum einen die Reduzierung der Lieferprobleme. Zum anderen braucht es weitere Fortschritte beim Impfen, planbare Öffnungen sowie die Fortsetzung der staatlichen Unterstützungsprogramme, solange Coronabeschränkungen gelten.

»Parallel müssen wir unsere Standortmängel beseitigen«, fordert Robert Obermeier, Chefvolkswirt der IHK für München und Oberbayern. »Dazu gehören in erster Linie eine Senkung der Strompreise im Gleichklang mit einer steigenden CO<sub>2</sub>-Bepreisung, wettbewerbsfähige Steuern, mehr Digitalisierung, eine Reform des Bildungssystems sowie eine Modernisierung der physischen Infrastruktur und der staatlichen Verwaltung.«

### IHK-Ansprechpartner zum BIHK-Konjunkturindex

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

Von Klimaschutz bis Mitarbeiterrechte – Nachhaltigkeit betrifft Firmen umfassend



Foto: NicoElnino/Adobe Stock

# Messbar nachhaltig?

Mit dem EU-Aktionsplan Sustainable Finance kommen nicht nur auf Kreditinstitute, sondern auch auf Unternehmen der Realwirtschaft neue Reportingpflichten zu. Firmen sollten mit weitreichenden Auswirkungen rechnen.

— EVA MÜLLER-TAUBER —

**E**s sind ambitionierte Ziele, die sich die Vereinten Nationen gesetzt haben: Sie wollen die globale Durchschnittstemperatur auf deutlich unter zwei Grad Celsius über dem vorindustriellen Niveau halten. Zudem hat die Weltgemeinschaft 17 Sustainable Development Goals (SDGs – Ziele für nachhaltige Entwicklung) formuliert, die alle drei Dimensionen der Nachhaltigkeit erfassen: Umwelt, Soziales und Wirtschaft. So wollen sie bei-

spielsweise einen verstärkten Einsatz für Frieden, die Bekämpfung von Korruption oder den Schutz vorhandener Ressourcen erreichen.

Dass die Erfüllung dieser Ziele eine große Aufgabe ist, die Investitionen erfordert, versteht sich von selbst. Und so übernehmen die Kapitalmärkte als Hebel für Nachhaltigkeit hier einen wichtigen Part. Unter dem Begriff Sustainable Finance soll über den Finanzsektor

das gesamte Wirtschaftsgeschehen in Richtung Nachhaltigkeit gelenkt werden. Deshalb formulierte die EU 2018 einen Aktionsplan Sustainable Finance (s. »Das Stichwort«, S. 53).

Dieser Aktionsplan wird schrittweise umgesetzt. Die EU-Kommission hat im Januar die delegierten Rechtsakte zur Taxonomieverordnung finalisiert und sich Ende April auf erste Bewertungskriterien geeinigt. Sie hat also im Rahmen eines Klassifizie-

rungssystems meist quantitative Kriterien festgelegt, anhand derer künftig die Nachhaltigkeit zahlreicher Wirtschaftstätigkeiten im Sinne des Klimaschutzes bewertet werden soll. Um als nachhaltig im Sinne der Taxonomie zu gelten, muss über die Einhaltung der Bewertungskriterien nachgewiesen werden, dass ein substanzieller Beitrag zur Erreichung eines der sechs Umweltziele der Taxonomie geleistet wird und zugleich keinem der anderen Umweltziele erheblich entgegenwirkt wird.

Zuerst geht es dabei ausschließlich um ökologische Kriterien. Anschließend sollen soziale und ökonomische Kriterien in die Taxonomie aufgenommen werden. »Bereits seit dem 10. März 2021 gelten zudem besondere Offenlegungspflichten für Finanzmarktteilnehmer und Finanzberater in Zusammenhang mit nachhaltigen Investitionen«, erläutert Nicole Kleber, Sustainable-Finance-Expertin der IHK für München und Oberbayern.

Wenn die Sustainable-Finance-Regeln nun nach und nach in Kraft treten, stehen in erster Linie die Finanzinstitute im Fokus. Viele von ihnen beschäftigen sich schon seit Längerem mit dem Thema. So erklärt etwa der Bankenverband, er entwickle »mit seinen Mitgliedern ein einheitliches Verständnis von Nachhaltigkeit und arbeitet an praxistauglichen Lösungsansätzen«. Die neuen Offenlegungspflichten berühren jedoch auch die Realwirtschaft – direkt und indirekt. So sind ab dem Jahr 2022 Unternehmen mit 500 und mehr Mitarbeitern sowie einer Bilanzsumme von über 20 Millionen Euro beziehungsweise einem Umsatz von über 40 Millionen Euro, die von »öffentlichem Interesse« sind, dazu verpflichtet, ihre nichtfinanzielle CSR-Berichterstattung (CSR: Corporate Social Responsibility) zu erweitern. Das heißt: Die Unternehmen haben offenzulegen, zu welchem Anteil ihre Umsätze, Gesamtinvestitionen und Ausgaben mit Aktivitäten in Verbindung stehen, die laut Taxonomie nachhaltig sind. »Zudem müssen alle Unternehmen entlang der Lieferkette – auch

kleine und mittlere Betriebe, die etwa wegen ihrer Größe nicht explizit dazu verpflichtet sind – damit rechnen, dass ihre Kunden und Geschäftspartner von ihnen Informationen hinsichtlich der Nachhaltigkeit von Produkten und Dienstleistungen verlangen«, so IHK-Expertin Kleber. Denn die großen Firmen können den gesetzlichen Transparenzvorgaben nur nachkommen, wenn Kunden und Lieferanten ihnen Informationen zur Verfügung stellen. Nicht zuletzt sind die Firmen über ihre Banken von den neuen Berichterstattungspflichten betroffen. Langfristig ist zu befürchten, dass sich Kredite und Versicherungen für Unternehmen verteuern könnten, weil Banken intensiver als bisher die Nachhaltigkeitsmerkmale der finanzierten Tätigkeit prüfen. »Es gibt also gleich mehrere Gründe, warum sich Firmen unbedingt mit dem Thema Sustainable Finance und den Auswirkungen auf ihr Geschäft auseinandersetzen sollten«, so IHK-Expertin Kleber.

Wie aber können Unternehmen sich dem Thema sinnvoll nähern? Wie können sie ermitteln, wo sie in puncto Nachhaltigkeit stehen, um daraus Maßnahmen abzuleiten – zumal auf Gesetzesebene noch sehr viel im Fluss ist? »Eine Möglichkeit sind Tools, die derzeit vor allem Finanz-, aber auch Beratungsinstitute entwickeln«, sagt Kleber. Zum Beispiel hat die HypoVereinsbank (HVB) für ihre Kunden das HVB-ESG-Branchenbarometer erarbeitet. Dessen zentrale Frage lautet: Inwiefern hat das Unternehmen Schritte unternommen, um materielle Umwelt-, Sozial- und Governance (ESG)-Themen zu behandeln?

»Das Tool führt speziell KMU aus dem produzierenden Gewerbe, die sich noch nicht so sehr mit dem Thema Nachhaltigkeit beschäftigt haben, durch für ihren Wirtschaftszweig relevante ESG-Fragestellungen sowie die SDGs und erläutert Chancen wie Risiken der Geschäftsmodelle in

der jeweiligen Branche«, erklärt Andreas Wagner, bei der HypoVereinsbank verantwortlich für Sustainable Finance in Westeuropa. Dass die Industrie hierbei im Fokus steht, habe unter anderem mit dem tendenziell größeren CO<sub>2</sub>-Fußabdruck zu tun, den das produzierende Gewerbe im Gegensatz zu Dienstleistern und Handel in der Regel hinterlasse.

»Bei unserem Branchenbarometer handelt es sich um ein Beratungstool mit rein qualitativen Fragen, das unsere Sustainable-Finance-Experten mit unseren Kunden Schritt für Schritt durchgehen,

### Das Stichwort: EU-Aktionsplan nachhaltige Finanzwirtschaft

Der EU-Aktionsplan sieht vor, Kapitalflüsse in nachhaltige Investitionen zu lenken, also solche, die Umwelt-, Sozial- und Unternehmensführungsaspekte (ESG – Environmental, Social, Governance) berücksichtigen. Darüber hinaus gilt es, die finanziellen Risiken zu managen, die sich aus ökologischen und sozialen Problemen ergeben. Zudem sollen zusätzliche Offenlegungs-, Berichts- und Governance-Anforderungen die Transparenz und Langfristigkeit in der Finanz- und Wirtschaftstätigkeit fördern.

diese müssen also keine Zahlen wie etwa Emissionsdaten vorlegen«, so Wagner. »Es geht darum, die Unternehmen für das Thema zu sensibilisieren.« Wie das funktionieren soll, demonstriert ein kleiner Auszug aus dem Fragenkatalog:

- ▶ Klima: Zeigt das Unternehmen, wie die Prozesse zur Identifizierung, Bewertung und Steuerung klimabedingter Risiken in das Gesamtrisikomanagement der Organisation integriert sind? Hat es ein Reduktionsziel für Treibhausgasemissionen?
- ▶ Soziales: Stellt das Unternehmen den Mitarbeitern Beschwerdeverfahren zur

Verfügung, wenn sie Bedenken im Zusammenhang mit der Nichteinhaltung der Richtlinien zu Arbeitsrechten und Arbeitsbedingungen äußern? Hat es eine proportionale Vertretung von Frauen auf der Führungsebene?

- ▶ Unternehmensführung: Sind Nachhaltigkeitsziele in die Vergütung von Führungskräften integriert? Hat das Unternehmen interne Verfahren eingerichtet, um die Einhaltung seiner Richtlinien für ethisches Geschäftsgebaren zu gewährleisten?
- ▶ Branche: Hat das Unternehmen Maßnahmen ergriffen, um den Materialverbrauch zu reduzieren und den Einsatz von Recyclingmaterial in neuen Produkten zu erhöhen? Sind Anforderungen zu Arbeitsrechten und Arbeitsbedingungen für die Auswahl der wichtigsten Zulieferer festgelegt?

### Erfahrungen aus der Praxis

Johannes Winklhofer (56), Vorstandsvorsitzender des Münchner Automobil- und Maschinenbaulieferers iwis SE & Co. KG sowie IHK-Vizepräsident, hat das HVB-Branchenbarometer getestet. Sein Resümee: »KMU, die sich nicht wie wir schon mehrere Jahre mit Nachhaltigkeit befassen sowie nicht in einer Holding

organisiert sind, also in zahlreichen Unternehmenssparten beziehungsweise in Geschäftsbereichen, kann so ein rein qualitatives Tool bei einer ersten Standortbestimmung helfen.« Ihn selbst habe es zumindest darin bestätigt, »dass wir schon ziemlich weit sind, was das Thema angeht«. Auch Impulse konnte das Barometer geben. So sei es »durchaus eine Überlegung wert, Nachhaltigkeitsziele künftig in die Vergütung von Führungskräften zu integrieren«, findet Winklhofer.

Sein Unternehmen stellt unter anderem Teile für E-Autos her, aber ebenso Komponenten für Verbrennungsmotoren. Es ist also in Sparten tätig, die nicht per se als umweltfreundlich gelten. Solche Firmen hätten es mitunter schwer, in einigen Bereichen eine positive Umweltbilanz vorzuweisen, so der Unternehmer: »Dabei sollte es vor allem darum gehen, wirklich schwarze Schafe zu identifizieren und in die Pflicht zu nehmen.«

Winklhofer hält wenig davon, dass sich Firmen künftig als nachhaltig zertifizieren lassen müssen. Das würde lediglich die Beraterbranche erfreuen und sonst nur die Bürokratie ankurbeln. Gleichwohl müssten sich alle Unternehmen mit Sustainable Finance und Nachhaltigkeit auseinandersetzen. Winklhofer rät Betrie-

ben daher, die 17 SDGs der UN als Leitmotiv zu nehmen und für sich individuell abzuarbeiten. »Für diese Analyse braucht es dann aber auch eine quantitative Einschätzung, also harte Zahlen.«

Sustainable Finance zum Anlass zu nehmen, eine individuelle, faktenbasierte Nachhaltigkeitsstrategie für den Betrieb zu entwickeln, dazu rät auch Oliver Mund (41), Geschäftsführer der Turtlebox GmbH. Das Unternehmen bietet Mehrwegboxen aus recyceltem Kunststoff für Umzüge an. »Die Klimakrise etwa wird uns längerfristig beschäftigen, hier lässt sich wie bei einem abwärtsrollenden Wagen nicht so leicht bremsen und gegensteuern.« Dabei will der Gründer, der auch Mitglied im IHK-Ausschuss Unternehmensverantwortung ist, anderen Mut machen: »Unternehmer sollten Nachhaltigkeit als Chance begreifen.«

Wer sich zeitnah nachhaltig aufstelle, sei nicht nur in Bezug auf Sustainable Finance gut vorbereitet. Er schaffe neben Preis und Produkt ein weiteres, zukunftssträchtiges Unterscheidungsmerkmal, das Kunden und Investoren interessiere und langfristig auch bei öffentlichen Ausschreibungen eine Rolle spielen werde, ist Mund überzeugt. »Allerdings nur, wenn Nachhaltigkeit nicht ausschließlich von der Marketingabteilung proklamiert, sondern gelebt

wird, in der Managementebene angesiedelt ist, mit Feedback-Schleife zur Geschäftsführung.« Es gelte, Nachhaltigkeit im Rahmen der vorhandenen Möglichkeiten zu praktizieren und immer wieder nachzjustieren.

Sein Unternehmen will sich in der Logistik noch umweltfreundlicher aufstellen. Anbieter, die mit E-Lkws herumfahren, gibt es – noch – nicht. Fahrradkurier sind als Umzugshelfer keine wirkliche Alternative. »Deshalb kooperieren wir mit einer Baumarktkette, sodass Kunden, die dort einen Transporter mieten, unsere Umzugskisten mitnehmen und bei Rückgabe des Autos diese mit zurückbringen können. Das spart CO<sub>2</sub>«, erklärt

### Einstieg in Sustainable Finance

Erste Ansatzpunkte, wie sich Unternehmen dem Thema Sustainable Finance systematisch nähern können, liefern folgende Fragen:

- ▶ Welche strategischen Auswirkungen hat Sustainable Finance auf mein Geschäftsmodell, meine Wettbewerbssituation, meine Umwelt und meine internen Ressourcen?
- ▶ Welche Nachhaltigkeitsrisiken birgt mein Geschäftsmodell?
- ▶ Wie muss ich mein Produkt- und/oder mein Dienstleistungsangebot sowie

meine Vertriebswege anpassen, um nachhaltiger zu agieren?

- ▶ Wie können wir Nachhaltigkeitsdaten vollständig erfassen, verarbeiten und bereitstellen? Brauchen wir dazu die Hilfe externer Provider?
- ▶ Welche der zahlreichen Erweiterungen in der Nachhaltigkeitsberichterstattung müssen wir, welche wollen wir freiwillig umsetzen?

Aktuelle Informationen gibt es unter:  
[www.ihk-muenchen.de/sustainablefinance](http://www.ihk-muenchen.de/sustainablefinance)

Mund. Es sei wichtig, Nachhaltigkeit stets im Blick zu behalten, auch wenn es die beste Lösung vielleicht noch nicht gibt. »Auch das dürfte positiv in Sustainable-Finance-Bewertungen einfließen«, ist sich der Unternehmer sicher. »Es geht schließlich darum, ESG-Risiken bestmöglich zu managen.« ■

Wie sich die UN-Nachhaltigkeitsziele praktisch umsetzen lassen, zeigt ein SDG-Wegweiser für kleine und mittlere Unternehmen, den die bayerischen IHKs gemeinsam mit dem Landesamt für Umwelt entwickelt haben. Den Wegweiser zum Download sowie ein Webinar gibt es unter: [www.ihk-muenchen.de/csr](http://www.ihk-muenchen.de/csr)

#### **IHK-Ansprechpartnerinnen zu Sustainable Finance**

Nicole Kleber, Tel. 089 5116-1339  
[nicole.kleber@muenchen.ihk.de](mailto:nicole.kleber@muenchen.ihk.de)

#### **zu CSR/SDGs**

Verena Jörg, Tel. 089 5116-1502  
[verena.joerg@muenchen.ihk.de](mailto:verena.joerg@muenchen.ihk.de)

## Versicherungsvermittler

# Offenlegungspflicht bei der Beratung

Die EU-Transparenzverordnung (Verordnung (EU) 2019/2088 über nachhaltigkeitsbezogene Offenlegungspflichten im Finanzdienstleistungssektor, kurz: TVO) schreibt zusätzliche Informationspflichten vor für Finanzmarktteilnehmer, aber ebenso für Finanzberater. Damit fallen insbesondere Versicherungsvermittler unter diese Regelungen. Sie müssen bereits seit dem 10. März 2021 bestimmte Informationen zur Verfügung stellen, wenn sie über nachhaltige Finanzprodukte und Versicherungsanlageprodukte beraten und mindestens drei Mitarbeiter beschäftigen.

### **Was müssen Versicherungsvermittler genau offenlegen?**

Sie sind verpflichtet, auf ihrer Webseite – etwa im Impressum – stets aktuell zu informieren, inwiefern sie Nachhaltigkeitsrisiken in ihre Anlageberatungs- oder Versicherungsberatungstätigkeiten einbeziehen und wie sie mit ihnen umgehen. Eine Strategie kann sein, dass ein Vermittler jegliche Produkte von Finanzmarktteilnehmern, die erkennbar keine Nachhaltigkeitsrisiken in ihren Investitionsentscheidungen berücksichtigen, gar nicht erst anbietet. Sofern ein Finanzberater Nachhaltigkeitsrisiken als nicht relevant erachtet, muss er dies in



Foto: contrastwerkstatt/Adobe Stock

klarer und knapper Form begründen. Zudem hat jeder Versicherungsvermittler anzugeben, ob er oder seine Mitarbeiter unterschiedlich hohe Vergütungen (Provisionen, Courtagen etc.) für Versicherungsanlageprodukte erhalten, je nachdem, ob diese nachhaltig sind oder nicht. Die Offenlegungspflicht gilt auch für vorvertragliche Informationen, die Vermittler ihren Kunden im Rahmen der Beratungsdokumentationen zur Verfügung stellen müssen. Wichtig: Alle oben genannten Informationen dürfen nicht im Widerspruch zu etwaigen Marketingmitteilungen stehen.

### **Was bedeutet »Nachhaltigkeitsrisiko«?**

Nach der Verordnung ist darunter ein Ereignis oder eine Bedingung in den Bereichen Umwelt, Soziales und Un-

ternehmensführung (ESG-Faktoren) zu verstehen, deren Eintreten negative Auswirkungen auf den Wert der Investition oder Anlage haben könnten (Artikel 2 Nummer 22 TVO). Beispiel Umwelt: Infolge des Klimawandels könnten vermehrt auftretende Extremwetterereignisse ein (physisches) Risiko darstellen, etwa Ernteaussfälle durch Starkregen.

### **Fallen auch Finanzanlagenvermittler unter die Offenlegungspflichten?**

Laut einer aktuellen Einschätzung der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht: nein. Da Finanzanlagenvermittler gemäß § 34 Abs. 1 Gewerbeordnung (GewO) innerhalb der Bereichsausnahme des § 2 Abs. 6 S. 1 Nr. 8 KWG tätig sein müssen, sind sie kein Finanzdienstleistungsinstitut und mithin auch kein Wertpapierdienstleistungsunternehmen beziehungsweise keine Wertpapierfirma.

Weitere Infos unter: [www.ihk-muenchen.de/Versicherungsvermittler](http://www.ihk-muenchen.de/Versicherungsvermittler) – »Aktuelles« -> »Neue Offenlegungspflicht«

#### **IHK-Ansprechpartnerin**

Semra Yokaribas, Tel. 089 5116-1202  
[semra.yokaribas@muenchen.ihk.de](mailto:semra.yokaribas@muenchen.ihk.de)

# Helfer für den *Umbau*

Wie lässt sich der technologische Wandel in der Automobilindustrie meistern? Der »Transformationslotse Automotive Bayern« will den Zulieferunternehmen der Branche neue Wege aufzeigen.

JOSEF STELZER

**D**ie bayerischen Automobilzulieferer stehen vor enormen Herausforderungen. Da E-Fahrzeuge zunehmend Marktanteile gewinnen, sinkt der Bedarf an Bauteilen und Komponenten klassischer Benzin- und Dieselfahrzeuge. Gleichzeitig werden immer mehr Batteriezellen und -materialien sowie komplette Batteriesysteme samt Software eingesetzt. Überdies entwickeln sich weitere Alternativen im Antriebsstrang, etwa synthetische Kraftstoffe oder Brennstoffzellen. Im Zuge dieses Wandels stellen viele Zulieferbetriebe Innovations- und Herstellungsprozesse sowie Geschäftsmodelle auf den Prüfstand. Denn häufig sind neue Produkte, Dienstleistungen und Fertigungsanlagen notwendig, damit Hersteller die Marktpotenziale der alternativen Antriebssysteme nutzen können. Um die Unternehmen bei der Neuausrichtung zu unterstützen, startete die Bayern Innovativ GmbH im Herbst vergangenen Jahres daher den »Transformationslotsen Automotive Bayern«. Er dient als neutrale Anlaufstelle im Auftrag der Bayerischen Staatsregierung, der Unternehmen der Automobilindustrie durch alle Stationen ihres Transformationsprozesses begleitet.

## Darum geht's

- ▶ Die Marktanteile elektrisch angetriebener Fahrzeuge steigen deutlich.
- ▶ Vom Wandel zur Elektromobilität wird die Automobilzulieferbranche massiv betroffen sein.
- ▶ Für Zulieferbetriebe resultieren daraus nicht nur Risiken, sondern auch neue Marktchancen.



Mitten im Wandel – die Automobilindustrie

Foto: jeson/Adobe Stock

Dabei kann er zum Beispiel Zugang zu Förderung, Zukunftsthemen und Kooperationspartnern ermöglichen und so den Wandel vorantreiben. »Wir unterstützen solche Vorhaben, da auf diesem Weg den Unternehmen geholfen werden kann, neue Expertise aufzubauen und dabei die Belegschaften mitzunehmen«, sagt Frank Dollendorf, Mitglied der Hauptgeschäftsführung der IHK für München und Oberbayern. Bayernweit machte die Initiative einige hundert Unternehmen ausfindig, die vor allem Bauteile für Diesel- und Benzinantriebe produzieren und deshalb massiv vom Wandel betroffen sind. Denn Elektrofahrzeuge benö-

tigen weder Kolben noch Zylinder, Einspritzanlagen, Kraftstoffpumpen oder Lichtmaschinen, die Getriebe sind weitaus einfacher gebaut. In Stromern reduziert sich zudem der Verschleiß bei Bremsen und Bremsbelägen aufgrund der Rekupe-ration merklich, was den Ersatzteilbedarf stark verringert.

Während die Verkaufszahlen bei Verbrennern sinken, werden Elektro-Pkws dank staatlicher Zuschüsse, steigender Reichweiten und einer immer besseren Ladeinfrastruktur immer beliebter. Bundesweit wurden 2020 laut Krafftahrtbundesamt fast 395 000 Autos mit elektrischem Antrieb neu zugelassen – das entspricht einem Anteil von 13,5 Prozent aller Neu-

zulassungen. Die bayerischen Automobilhersteller bauen entsprechend ihre Elektroauto-Produktion massiv aus. Bis 2025 will die Audi AG den Anteil elektrifizierter Fahrzeuge am Absatz auf 40 Prozent erhöhen. Planungen der BMW Group sehen vor, dass im Jahr 2030 mindestens die Hälfte der BMW-Neuwagen rein elektrisch unterwegs sind.

### Hilfe für Betriebe

Wie nun können die Zulieferer die Herausforderungen des Wandels in den Griff bekommen? Holger Czuday (52), Leiter des Transformationslotsen, nimmt gemeinsam mit seinen Kollegen die Innovationsfähigkeit der Betriebe unter die Lupe und zeigt Verbesserungsmöglichkeiten auf: »Wir prüfen, inwieweit die Kernkompetenzen der Unternehmen ausreichen, etwa für Entwicklung, Herstellung oder Vertrieb von E-Mobility-Produkten, und welche Potenziale sich damit ergeben.« Bei zahlreichen Gesprächen zeige sich die Branche durchaus offen für neue Ansätze und Strategien. Ebenfalls im Blick seien die Potenziale durch die Digitalisierung, so Czuday. »Wir wollen Bewusstsein dafür wecken, dass die Transformation den Automobilzulieferunternehmen auch enorme Chancen bietet.«

Rat und Hilfe verspricht er bei der Suche nach Partnern, mit denen die Zulieferer ihre Transformationsaktivitäten voranbringen können, sowie in puncto Fördermittelberatung. Dazu gehören Fragen rund um das neue »Förderprogramm KoPa 35c« des Bundeswirtschaftsministeriums, das auf die Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit der Zulieferindustrie sowie der Fahrzeughersteller abzielt. Es soll die Unternehmen im Transformationsprozess unterstützen, etwa beim Umstieg auf alternative Antriebe, auf eine digitalisierte, nachhaltige Produktion oder beim Aufbau neuer Geschäftsmodelle. Die Transformationslotsen bieten den Betrieben überdies Cluster-Treffen und weitere Formate an, sodass die Zulieferbetriebe ihre Produkte und Dienstleistungen vor Ort bei potenziellen Kunden oder Geschäftspartnern präsentieren können.

Fördergelder, Rat und Unterstützung kommen dabei letztlich nicht nur der Zu-

### Forderungen an die Politik

Mit dem Wandel in der Autoindustrie beschäftigt sich auch die ifo-Studie »Fahrzeugbau – wie verändert sich die Wertschöpfungskette?« im Auftrag der bayerischen IHKs. Um die Transformation voranzubringen, gibt das Papier der Politik unter anderem folgende Handlungsempfehlungen:

- ▶ In der Material- und Batterieforschung sowie für Pilotprojekte rund um autonomes Fahren sollten Forschungsaktivitäten vorangetrieben und die Forschungsförderung intensiviert werden.
- ▶ Für die Emissionsminderung bei Verbrennungsmotoren stellt die Auslastung der Fahrzeuge einen Hebel dar. Daher sollten Mobilitätskonzepte unter-

stützt werden, die insgesamt die Zahl der Leerfahrten reduzieren und darauf abzielen, mehrere Gäste pro Fahrt zu transportieren.

- ▶ Mobilitätsdienstleistungen sind so zu regulieren, dass die öffentlichen Nahverkehrsnetze in Städten effizienter und attraktiver werden.
- ▶ Es sollte geklärt sein, wie sich das Eigentum an Daten, die beim Fahrzeugbetrieb entstehen, wirtschaftlich effizient gestalten lässt.

Die gesamte Studie gibt es im Internet unter: [www.ihk-muenchen.de/studie/fahrzeugbau-wie-veraendert-sich-die-wertschoepfungskette.index.html](http://www.ihk-muenchen.de/studie/fahrzeugbau-wie-veraendert-sich-die-wertschoepfungskette.index.html)

lieferbranche zugute, sondern dem gesamten Standort. IHK-Experte Dollendorf formuliert es so: »Der Erfolg Bayerns rollt auf vier Rädern.«

**IHK-Ansprechpartner zum Transformationslotsen Automotive**  
Frank Dollendorf, Tel. 089 5116-1368  
[frank.dollendorf@muenchen.ihk.de](mailto:frank.dollendorf@muenchen.ihk.de)



WIR SIND DEUTSCHLANDWEIT MIT UNSEREN REGIONALEN ANSPRECHPARTNERN FÜR SIE DA!



#### HÖRMANN GEWERBEHALLEN – DAS MACHT UNS AUS:

- Breites Know-how für Holz, Stahl und Beton
- Vorteile im Brandschutz durch F30-Bauweise
- Komplettpaket aus Planen, Fertigen und Ausführen
- 3D-Visualisierung in der Angebotsphase inklusive
- Auf das Gebäude abgestimmte PV-Anlage
- Kombination aus Halle und Büro möglich

**Rudolf HÖRMANN GmbH & Co. KG**

86807 Buchloe | Tel. +49 8241 9682 - 0

Mail [info@hoermann-info.com](mailto:info@hoermann-info.com)

Mehr Infos hier: [www.hoermann-gewerbebau.com](http://www.hoermann-gewerbebau.com)





# Drohne im Wald

Auch Waldbesitzer können von der Digitalisierung profitieren. Innovative Lösungen helfen, Bewirtschaftung und Transport zu optimieren, Schäden rascher zu erkennen und den Wald besser auf den Klimawandel einzustellen.

JOSEF STELZER

**D**ürreperioden, Stürme, aber auch der Borkenkäfer machen den Wäldern schwer zu schaffen. Der Kronenzustand, ein Maß für die Vitalität der Bäume, hat sich 2020 im Durchschnitt gegenüber dem Vorjahr weiter verschlechtert, ergab die jüngste Erhebung des Bundeslandwirtschaftsministeriums zum deutschen Wald. Angesichts von Klimawandel und Schädlingsbefall muss sich die Forstwirtschaft zunehmend mit dem Status ihrer Bäume auseinandersetzen und klimafeste Wälder aufbauen. Digitale Technologien können den Waldbesitzern dabei die Arbeit deutlich erleichtern. Drohnen, Smartphones und andere

mobile Geräte sind zum Beispiel hervorragend geeignet, um rasch Informationen über den Baumbestand zu sammeln und weiterzuleiten. So lässt sich etwa feststellen, welche Baumarten an welchem Standort am besten gedeihen. Aber auch die Bewirtschaftung kann auf diese Weise optimiert werden. An welchen Stellen im Forst wird bereits geschnittenes Holz bis zum Abtransport gelagert? Um welche Holzarten handelt es sich? Welche Mengen liegen bereit, etwa Fichten-, Kiefern- oder Buchenholz? Noch gestaltet sich die Datenerfassung und -verarbeitung vielerorts sehr aufwendig. »Als großes Problem erweist sich, dass

man die genaue Position des geernteten Holzes zum Teil nur mit erheblicher Verzögerung zur Verfügung hat«, sagt Johannes Rahm (24), Projektkoordinator Digitalisierung der Cluster-Initiative Forst und Holz in Bayern gGmbH in Freising. »Wünschenswert und technisch im Grunde bereits machbar wäre eine Art Live-Tracking, wie es bei Paketlieferungen längst möglich ist.« Häufig aber notieren Waldbesitzer die Informationen über Holz-mengen, Baumarten oder über den Zeitpunkt der Baumfällung nur auf Zetteln. »Ihre Notizen tippen sie dann im Büro in ihre Computer ein, was fehlerträchtig und extrem zeitraubend ist«, weiß Rahm.

## Alles o.k.? Drohnen erfassen den Zustand der Bäume



Smartphones, Notebooks oder Tablets, mit denen sich im Forst jederzeit aktuelle Informationen sammeln und weiterleiten lassen, versprechen da Abhilfe. »Mit mobilen Geräte können wichtige Parameter sämtlicher Arbeitsschritte einer Holzerte mit den Mengen, Holzarten und -qualitäten sowie der Verarbeitungstatus ohne Zeitverzögerung weitergegeben werden«, sagt der Forstwissenschaftler und ergänzt: »Außerdem lässt sich mittels fotooptischer Holzvermessung das Volumen von Holzpoltern, also das im Wald für den Abtransport bereitliegende Holz, rasch und mit sehr geringem Aufwand erfassen.« Für die Fotos und die anschließende Vermessung der Bilddaten reichen im Grunde schon Aufnahmen per Smartphone. Die Digitalisierung kommt nicht allein den Forstbetrieben zugute. Auch Sägewerke, die das aus den Wäldern angelieferte Holz weiterverarbeiten, sowie Rundholz- oder Baustoffhändler profitieren. Ähnliches gilt für Holzwerkstoffproduzenten, die beispielsweise Span- und Faserplatten liefern, sowie für die Möbel-, Papier- und Zellstoffindustrie. »Die Unternehmen können Geschäftsprozesse

wie die Erstellung von Angeboten und Produktionsplanungen dank der digitalen Datenverarbeitung in der Forstwirtschaft schneller, kostengünstiger und zuverlässiger abwickeln«, erklärt Jürgen Bauer, Geschäftsführer der Cluster-Initiative, die die einzelnen Bereiche der Forst- und Holzwirtschaft besser vernetzen will.

Als überaus nützlich erweisen sich digitale Daten über die Verarbeitungs- und Transportketten mit Herkunftsnachweisen. Aus welchen Ländern und Waldregionen kommt das Holz? Handelt es sich um nachhaltig bewirtschaftete Wälder? Wenn Nachweise über Herkunft und Nachhaltigkeit vorliegen, können Möbel- und Baustoffhändler damit zum Beispiel bei ihrer Kundschaft punkten.

Geht es um den Zustand der Bäume, kommen immer häufiger Drohnen zum Einsatz. Sie erkunden gleichsam als fliegende Forsthelfer per Kamera den Zustand von Laub- und Nadelbäumen und helfen dabei, den passenden Zeitpunkt für die Baumfällung festzulegen. Das Holz wird dann zurechtgeschnitten und für die gewünschte Materialqualität ausreichend lange getrocknet.

Dank der Fotoaufnahmen lassen sich zudem schon frühzeitig die Folgen von Schädlingsbefall, Trockenheit und Klimawandel für den Baumbestand erkennen. Drohnen fotografieren zunächst die Baumkronen, die Bilder können frühzeitig einen etwaigen Insektenbefall zeigen.

Geschädigte Bäume werden dann schnell entfernt, was dazu beitragen kann, die Ausbreitung von Käfern oder anderen Schadinsekten einzudämmen.

Eine weitere Aufgabe wird künftig darin bestehen, das Wachstum verschiedener Baumarten zu beobachten – und zwar auf unterschiedlichen Waldflächen sowie unter verschiedenen klimatischen Bedingungen. Mit den dabei erfassten Daten lässt sich herausfinden, welche Standorte und äußeren Bedingungen für die einzelnen Baumarten am besten geeignet sind, zum Beispiel Bodenbeschaffenheit, Feuchtigkeit und Klima.

Bauer ist jedenfalls zuversichtlich: »Die Potenziale der Digitalisierung

## Welchen Nutzen soll digitale Forstwirtschaft bringen?

- ▶ Schnellere Verfügbarkeit von aktuellen Daten
- ▶ Mehr Transparenz und Schnelligkeit bei der Holzvermarktung
- ▶ Kostensenkungen etwa in der Logistik, weniger Störungen in den Transportketten
- ▶ Mehr Flexibilität in Arbeitszeit- und Personalmodellen
- ▶ Potenziale für neue Geschäftsmodelle
- ▶ Wettbewerbsvorteile durch Herkunftsnachweise

Quelle: Cluster-Initiative Forst und Holz in Bayern

werden in der Forstwirtschaft erkannt und der Wille, sich digital besser aufzustellen, ist enorm.« ■

### IHK-Ansprechpartner zu Innovationen

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

### zu Digitalisierung

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

## Waldland Bayern

Der Freistaat verfügt mit mehr als 2,6 Millionen Hektar über die größte Waldfläche aller deutschen Bundesländer. Der Anteil der Laub- und Mischwälder summiert sich auf knapp ein Drittel. Laub- und Mischwälder zeigen sich gegenüber den oft verheerenden Stürmen und den sich ändernden Klimaverhältnissen mit längeren Trockenperioden robuster als Monokulturen. In Bayerns Wäldern wachsen 62 verschiedene Baumarten, darunter befinden sich auch 18 seltene Arten wie zum Beispiel Elsbeere, Eibe und Moorbirke. Hauptbaumarten sind Fichte, Waldkiefer, Weißtanne, Rotbuche und Eiche.



Foto: etepetete GmbH

# Essen hat Wert

Viele Lebensmittel sind zu gut für die Tonne – und landen doch im Abfall. Die Bundesregierung will dies verhindern. Erfinderische Unternehmen liefern die Lösungen dazu.

GABRIELE LÜKE

**R**und zwölf Millionen Tonnen Lebensmittel landen in Deutschland pro Jahr auf dem Müll. Viel zu viel, befand 2019 das Bundesernährungsministerium und entwickelte die Nationale Strategie zur Reduzierung der Lebensmittelverschwendung.

Diese Strategie versteht sich als Beitrag zur UN-Nachhaltigkeitsagenda und hat zwei Ziele: Bis 2030 will sie auf Einzelhandels- und Verbraucherebene die Pro-Kopf-Menge der weggeworfenen Lebensmittel halbieren und zudem für weniger Lebensmittelabfälle entlang der Produktions- und Lieferkette sorgen. Um die nötigen Maßnahmen zu entwickeln,

berief das Ministerium Dialogforen entlang der gesamten Wertschöpfungskette ein: für die Primärproduktion, die Verarbeitung, den Groß- und Einzelhandel, die Außer-Haus-Verpflegung sowie für die privaten Haushalte.

Das Dialogforum Groß- und Einzelhandel, an dem 22 Unternehmen – darunter alle großen Lebensmittelketten – teilnehmen, hat nun den ersten Zwischenbericht vorgelegt. »Auch wenn noch Luft nach oben ist – es werden schon einige praktische Ideen umgesetzt und entfalten Dynamik«, urteilt Nora Brüggemann (43), Autorin des Berichts und Projektkoordinatorin bei der Collaborating Centre on Sustainable

Consumption and Production gGmbH (CSCP) in Wuppertal. Groß- und Einzelhandel haben sich unter anderem folgende Maßnahmen vorgenommen: Der Handel

- ▶ optimiert die Warenverfügbarkeit und Mengenplanung in Hinblick auf Abfallvermeidung,
- ▶ testet neue Verfahren, um Lebensmittel auf natürliche Art haltbarer zu machen,
- ▶ versucht, die Bereitschaft der Verbraucher zu erhöhen, krummes Gemüse oder Lebensmittel nah am Mindesthaltbarkeitsdatum zu kaufen,
- ▶ verstärkt die Weitergabe noch haltbarer Lebensmittel an Bedürftige etwa über soziale Organisationen wie die Tafeln.

Wie das konkret funktioniert, zeigt zum Beispiel die Rewe Group: In Rewe- und Penny-Märkten helfen moderne digitale Bestellsysteme zusammen mit der kaufmännischen Erfahrung der Mitarbeiter, das Angebot und die Beschaffung besser zu disponieren, um weniger wegwerfen zu müssen. Lebensmittel, die nicht mehr verkauft, aber noch gut verzehrt werden können, gehen kostenlos an die Tafeln. Zudem sensibilisiert das Unternehmen die Verbraucher mit Tipps zur Lagerung von Lebensmitteln und zur Resteverwertung. Produkte aus dem Frische- und Convenience-Bereich mit nahendem Mindesthaltbarkeitsdatum werden entsprechend gekennzeichnet und reduziert angeboten. Besonders innovative Ideen, um die Vernichtung von Essbarem zu stoppen, kommen von einigen jungen Unternehmen, die zum Teil ebenfalls Mitglieder im Dialogforum Groß- und Einzelhandel sind:

### Krummes Gemüse

Auf die Rettung von Obst und Gemüse, dessen Aussehen nicht gängigen Normen entspricht, hat sich die Münchner etepetete GmbH spezialisiert. Ihre Gründer kaufen Bio-Bauern krummes, aber auch unsortiertes Gemüse ab, vermarkten es online und liefern es nachhaltig verpackt und klimaneutral aus. Mittlerweile hat das Unternehmen schon viele Gemüseretter überzeugt und konnte so seit 2015 rund 3,5 Millionen Tonnen Obst und Gemüse davor retten, wegen vermeintlich ästhetischer Mängel aussortiert und vernichtet zu werden. »Indem wir Wahrnehmungs- und Kaufgewohnheiten verändern, reduzieren wir auch Verschwendung«, freut sich Mitgründer Georg Lindermaier (31).

### Lebensmittel upcyclen

Ob schief gewachsenes Gemüse oder Lebensmittelreste, die in der Produktion etwa beim Wechsel von glutenhaltigen auf glutenfreie Nudeln oder von Zartbitter- auf Vollmilkschokolade anfallen – die Dörrwerk GmbH in Berlin kauft die Reste auf und macht daraus neue Lebensmittel, die sie unter dem Markennamen »Retter-

gut« mittlerweile in vielen Handelsketten verkauft. Von Drinks über Streichcreme und Suppen bis zu Mixschokolade. Seit der Gründung 2019 bewahrt das Unternehmen durch dieses Upcycling bereits mehr als 150 Tonnen Lebensmittel vor der Vernichtung. »Wir freuen uns über neue Lieferanten, um noch vielen weiteren aussortierten, aber noch verwertbaren Lebensmitteln zu neuem Format zu verhelfen«, betont Firmensprecher Philip Koloczek (37).

### Eigene Marken entwickeln

Wie Lebensmittel hergestellt werden – fair und bio – und wie viel sie kosten sollten, dies bestimmt beim Portal »Du bist hier der Chef! Die Verbrauchermarke« e.V. die (wachsende) Community selbst. Ist das Voting abgeschlossen, sucht der Verein

Erzeuger und Hersteller, die die Lebensmittel wie gewünscht produzieren, und bringt sie dann als Verbrauchermarke »Du bist hier der Chef!« in den Handel. In Deutschland gibt es Milch, bald auch Eier unter dem Label. In Frankreich, woher die Idee stammt, sind es bereits über 30 Basis-

**Verbraucher haben mitbestimmt – Milch von »Du bist hier der Chef!«**



Foto: »Du bist hier der Chef! Die Verbrauchermarke e.V.

lebensmittel. »Mehr und mehr Verbraucher wollen genauer wissen, was sie eigentlich essen, und sind bereit, für besseres Essen mehr zu bezahlen. Hier setzen wir an«, erklärt der Vereinsvorsitzende Nicolas Barthelmé (46). »Eine solche Haltung steigert zudem die Wertschätzung für die Lebensmittel – und senkt die Verschwendung.«

### Shops für gerettete Waren

Eine eigene Handelsstruktur für gerettete Lebensmittel baut seit 2017 Raphael Fellmer (37) auf. Er betreibt in Berlin mit seiner Sirplus GmbH einen Onlineshop und mehrere stationäre Rettermärkte. Dort finden Verbraucher Lebensmittel, deren Mindesthaltbarkeit teilweise zwar abgelaufen ist, die aber geprüft wurden

und noch bestens genießbar sind, oder die vernichtet worden wären, weil das Design veraltet ist. Sirplus bezieht die Ware von knapp tausend Großhändlern und Herstellern. »Lebensmittelrettung muss,

### Darum geht's

- ▶ Die Nationale Strategie zur Reduzierung der Lebensmittelverschwendung will verhindern, dass noch essbare Lebensmittel weggeworfen werden.
- ▶ Unternehmen entlang der ganzen Wertschöpfungskette arbeiten mit.
- ▶ Insbesondere Gründer setzen innovative Akzente.

damit sie wirkt, ein Mainstreamthema werden. Dazu braucht es aber auch einen Zugang zu den Lebensmitteln. Über unseren Onlineshop ermöglichen wir jedem in Deutschland, von zu Hause aus mitzuretten«, sagt Fellmer. »Die Tafeln, die Bedürftige versorgen, gehen jedoch immer vor. Sirplus ergänzt deren wichtige Arbeit nur.«

### Anders einkaufen

Der Chefin des Seminar- und Kongresshotels Kapuzinerhof in Laufen, Sina Fingerhut (60), ist Nachhaltigkeit schon lange ein Anliegen. Ihre Küche bietet seit jeher Speisen aus saisonalen und regionalen Lebensmitteln an. Nun wird sie zudem das Prinzip »Von der Nase bis zum Schwanz, vom Blatt bis zur Wurzel« umsetzen, vom Tier, Obst und Gemüse alles zu verwenden, was möglich ist. Fingerhut kauft bei ihrem Landmetzger also nicht mehr nur Filet, sondern gleich das ganze Rind oder Schwein. Und aus dem Grün etwa von Möhren macht sie noch schmackhaftes Pesto. »Weggeworfen und verschwendet wird nichts mehr. Die Speisekarte passe ich entsprechend an.«

### IHK-Ansprechpartner zum Thema Lebensmittel retten

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

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

# Bank für *die Region*

1921 wurde in Moosburg an der Isar das Bankgeschäft K. Sperrer gegründet. Heute ist der Standort eine Geschäftsstelle der Privatbank Sperrer, die auf Tradition, Unabhängigkeit und Ortsverbundenheit setzt – und damit wieder voll im Trend liegt.

————— EVA ELISABETH ERNST —————

Herausforderung Nullzins –  
Christian Sperrer, Gesellschafter  
des Bankhauses Ludwig Sperrer



**D**ie meisten der heute noch existierenden unabhängigen Privatbanken in Deutschland haben ihren Unternehmenssitz in großen Städten. Doch Ausnahmen bestätigen die Regel: Vor 100 Jahren gründete Kaspar Sperrer in Moosburg an der Isar das Bankgeschäft K. Sperrer – und seither gibt es in der oberbayerischen Kleinstadt mit derzeit knapp 20000 Einwohnern eine Privatbank. Allerdings handelt es sich, streng genommen, nicht mehr um das gleiche Institut. Anfang 1992 fusionierte die Moosburger Privatbank mit dem Bankhaus Ludwig Sperrer in Freising. Die Namensgleichheit ist kein Zufall: Kaspar Sperrer war der jüngere Bruder von Ludwig Sperrer, der seine Bank bereits 1913 in Freising gegründet hatte.

»Die beiden Häuser hatten schon immer eine enge Verbindung«, erklärt Christian Sperrer, Enkel von Ludwig Sperrer und seit zehn Jahren alleiniger persönlich haftender Gesellschafter der Bankhaus Ludwig Sperrer KG. »Den Ausschlag zur Fusion gaben der intensivere Wettbewerb und vor allem die immer komplexeren regulatorischen Anforderungen des europäischen Binnenmarkts.« Seither wird der Standort Moosburg als eine von zwei Geschäftsstellen der Sperrer Privatbank geführt und leistet einen wichtigen Beitrag zum Erfolg des Instituts, wie Bankier Sperrer betont.

## Wachstum ist nicht alles

Sämtliche Unternehmensanteile befinden sich nach wie vor komplett im Besitz der Gründerfamilie. Die Antwort auf die Frage, wie es gelang, die Unabhängigkeit der Sperrer Privatbank bis heute zu erhalten, fällt Sperrer leicht: »Bereits mein Großvater und mein Vater haben grundsätzlich alles vermieden, was die Unabhängigkeit der Bank gefährdet hätte«, sagt er. »Wachstum allein war und ist für uns nicht die Maxime. Die Höhe der Bilanzsumme sagt schließlich nichts über die Ertragskraft einer Bank aus.« Da die Sperrer Privatbank regional begrenzt agiere, könne man bei jeder Kreditvergabe ganz genau hinschauen, was letztlich zu einer gesunden Struktur im Kreditportfolio führe. Dass die Gewinne der Bank grundsätzlich im Unternehmen verbleiben, stärkt das Eigenkapital – und außerdem bleibt das Geld hier in der Region«, betont Sperrer.

Die stetig wachsenden regulatorischen und bürokratischen Anforderungen, die eine Bank heute erfüllen muss, bezeichnet der Bankier als »Monster, das uns auffrisst und vom Geschäft abhält«. Dennoch schlank aufgestellt zu sein und genügend Zeit für die Kunden zu haben, werde zunehmend schwieriger. Als weitaus größere Herausforderung sieht er jedoch die Zinsentwicklung. »Niemand hat damit gerechnet, dass der Nullzins kommt und so lange bleibt«, sagt der 51-Jährige. »Durch sind natürlich auch unsere Margen im Zinsgeschäft deutlich gesunken.«

Noch vor zehn Jahren entfielen rund 80 Prozent der Erträge auf dieses traditionelle Hauptgeschäftsfeld der Bank. Aktuell liegt der Anteil noch bei rund 65 Prozent. Die restlichen 35 Prozent erwirtschaftet die Privatbank mit Provisionen und Servicegebühren inklusive des Versicherungsgeschäfts und des Handels mit Edelmetallen. »Diesen Geschäftsbereich haben wir in den letzten 20 Jahren auf- und ausgebaut«, sagt Sperrer. »Er ist integraler Bestandteil unserer Anlageberatung.«

Dass die Sperrer Privatbank dem Trend zu Kontoführungspauschalen oder Gratismodellen, der mit dem Markteintritt von Direkt- und Onlinebanken aufkam, nicht gefolgt ist, erweist sich heute als Vorteil.

»Eine Dienstleistung, die Kosten verursacht, muss auch etwas kosten. Das entspricht den Prinzipien eines ordentlichen Kaufmanns«, sagt der Bankier. Da die Kunden nur für die Leistungen bezahlen, die sie in Anspruch nehmen, könne die Kontoführung bei der Sperrer Privatbank im Vergleich zu anderen Instituten jedoch durchaus günstiger ausfallen. Selbstverständlich steht den Kunden auch Online- und Mobilebanking zur Verfügung. Dafür sorgt die EFDIS AG Bankensoftware, die 1997 durch eine Ausgründung der IT-Abteilung der Sperrer Privatbank entstand und sich seither als Dienstleister für bankspezifische IT-Lösungen etabliert hat. Dank der leistungsfähigen IT gelang es selbst während der Corona-Lockdowns, den Bankbetrieb mit problemlos etablierten Homeoffice-Lösungen aufrechtzuerhalten.

Wenn es um Kontoeröffnungen, Wertpapiergeschäfte oder Kredit-

verträge geht, setzt das Bankhaus nach wie vor auf den persönlichen Kontakt. »Dass ihnen bei Fragen und Problemen ein Berater zur Seite steht, gewinnt für immer mehr Menschen wieder an Wert«, beobachtet Sperrer. Rund 60 Prozent der Kunden sind Gewerbetreibende und Freiberufler, 40 Prozent Privatleute. Die für eine Privatbank untypisch heterogene Kundenstruktur reicht vom Rentner bis zum Millionär, vom Unternehmer bis hin zu jungen Familien, für die insbesondere langfristige Absicherungen und Finanzierungen wichtig sind.

Auch Bankchef Sperrer selbst schätzt und pflegt den persönlichen Kundenkontakt. Von seinem Büro zum Bankschalter sind es lediglich 20 Meter. Sein Vater Hans Sperrer habe ihm vorgelebt, wie wichtig es sei, sich auch als Inhaber um die Kunden zu kümmern und für sie ansprechbar zu sein, sagt Sperrer. »Darüber hinaus habe ich von ihm übernommen, dass ein Bankier nicht jedem Trend hinterherlaufen muss und nur Geschäfte tätigen sollte, die er wirklich versteht.« Dass die Sperrer Privatbank ab der zweiten Jahreshälfte auch die Verwaltung von Vermögen ab 100000 Euro übernimmt, passt bestens zu diesen Leitsätzen. »Der sorgsame Umgang mit dem Geld unserer Kunden steht für uns an erster Stelle«, sagt Sperrer abschließend. »Und das seit über hundert Jahren.« ■

## Zum Unternehmen

- ▶ 1913 wurde das Bankhaus Ludwig Sperrer in Freising und 1921 das Bankgeschäft K. Sperrer in Moosburg gegründet; beide Privatbanken fusionierten 1992.
- ▶ Universalbank für Geschäfts- und Privatkunden aus dem Landkreis Freising und den umliegenden Landkreisen
- ▶ komplett im Besitz der Familie Sperrer und inhabergeführt seit drei Generationen
- ▶ 350 Millionen Euro Bilanzsumme
- ▶ rund 50 Mitarbeiter, inklusive Teilzeitkräften

[www.sperrer.de](http://www.sperrer.de)

Tor zur EU – Dublin (im Bild die Samuel-Beckett-Brücke)



Foto: Hamdi/Adobe Stock

# Anziehende Insel

Durch den Brexit ist der Handel zwischen Irland und Großbritannien stark zurückgegangen. Irische Unternehmen suchen in der EU nach neuen Geschäftspartnern – auch in Bayern.

MECHTHILDE GRUBER

Die Republik Irland ist vom Brexit stärker betroffen als jeder andere EU-Mitgliedstaat, sagt Lukas Kortenhuis, Marketingleiter der Deutsch-Irischen Industrie und Handelskammer (AHK) in Dublin: »Man ist sich nicht nur geografisch nahe, auch die historischen und wirtschaftlichen Verflechtungen mit dem Vereinigten Königreich sind sehr stark.« Der Brexit jedoch erschüttert die Beziehungen. Großbritannien hat die Position als Irlands größter Handelspartner bereits an die USA verloren, wichtigster Partner in der Eurozone ist Deutschland. Auf der Grünen Insel am Nordweststrand der EU denkt man um. »Durch den erhöhten administrativen und logistischen Aufwand werden britische Produkte teurer und sind damit weniger gefragt«, sagt Kortenhuis. Laut einer von der AHK in Auftrag

gegebenen Studie betrifft das rund zwei Drittel der Produkte, die Irland bisher aus Großbritannien importiert: Von 4400 Produkten könnten rund 2700 günstiger aus Deutschland bezogen werden. »Auch in Bayern suchen irische Unternehmen Alternativen zu ihren britischen Lieferanten«, bestätigt Jessica de Pleitez, Brexit- und Irland-Expertin bei der IHK für München und Oberbayern. »Die Anfragen zeigen, dass das Interesse da ist.«

Trotz Brexit und Pandemie wächst die Wirtschaft in Irland so stark wie in keinem anderen EU-Land. 2020 stieg das Bruttoinlandsprodukt (BIP) um 3,4 Prozent. Hauptmotor ist der Export. Zum Erfolg tragen hauptsächlich die Wachstumsbranchen des Landes bei, die in der Pandemie noch gefragt sind als zuvor. Vor allem Pharmaindustrie sowie die Dienstleistungen

der in Dublin beheimateten internationalen Technologiekonzerne sorgen für den Anstieg des irischen BIP.

Irland ist nun das einzige englischsprachige Land in der EU. Es kann sich deshalb noch leichter als Eintrittstor zur EU vermarkten, da London diese Rolle nicht mehr innehat. Für viele Investoren aus den USA ist Irland schon seit den 1980er-Jahren sehr attraktiv. Neben der kulturellen und sprachlichen Nähe ist es vor allem Irlands unternehmerfreundliche Wirtschafts- und Steuerpolitik, die ein riesiges Volumen von US-Direktinvestitionen anzieht. Aber auch umgekehrt ist Irland durch die kulturelle Nähe in der Lage, sich zum Gateway in den englischsprachigen Markt zu entwickeln. Näher ans europäische Festland rückt die Grüne Insel durch neue Verkehrsverbindungen. Zwar kommen derzeit noch 80

Prozent der Importe über die sogenannte Landbrücke nach Irland. Die neuen Grenzkontrollen bei Calais und Dover machen den Transit über England jedoch zeitaufwendig und teuer. Irland hat deshalb die direkten Schiffsverbindungen zum Kontinent verdreifacht und baut sie weiter aus. »Zwar dauert der Seeweg länger, ist dafür aber günstiger und berechenbarer«, sagt AHK-Experte Kortenhaus. Das kann den direkten Austausch mit der EU verstärken, auch um künftig Störungen der Lieferketten zu vermeiden.

»Für bayerische Unternehmen ist Irland vor allem als Absatzmarkt interessant«, sagt IHK-Expertin de Pleitez. »Lieferanten bietet sich dabei ein breites Spektrum.« Der Bedarf an Maschinen und Anlagen ist groß, da in Irland selbst wenig hergestellt wird und bisher britische Zwischenhändler für Lieferungen aus der EU sorgten. Auch wegen der neuen Lieferwegen über die Seebrücke könnte deshalb der deutsch-irische Direkthandel deutlich zulegen.

profitiert. Ihre Produkte und Services sind beispielsweise beim Ausbau der Breitbandversorgung gefragt.

Für bayerische Maschinenbauer eröffnet die Gesundheitswirtschaft viele Chancen. Sowohl pharmazeutische Unternehmen als auch Medizintechnikhersteller treiben die Digitalisierung voran und investieren in neue Maschinen und Produktionsanlagen. »Irische Mittelständler wollen gern mit deutschen Partnern kooperieren, denn Made in Germany hat bei ihnen einen guten Ruf«, sagt AHK-Experte Kortenhaus. Deshalb sei gerade für kleine und mittlere Unternehmen eine Partnerschaft mit einer irischen Firma der einfachste Weg in den irischen Markt. »Mit Iren lässt sich gut zusammenarbeiten«, so Kortenhaus.

Das bestätigt Siggie Volkmann, beratende Ingenieurin für Klima- und Kältetechnik aus Burghausen. »Für mich ist Irland vor allem deshalb ein interessanter Markt,

## Darum geht's

- ▶ In Irland haben sich viele britische Produkte durch den EU-Austritt des Nachbarlands verteuert.
- ▶ Der Ausbau der Schiffsbrücke nach Irland unterstützt den direkten Austausch mit dem Kontinent.
- ▶ In Maschinenbau, Pharmaindustrie, Bauwirtschaft sowie Informations- und Kommunikationstechnologie sind Produkte und Dienstleistungen aus Bayern besonders gefragt.

»Vieles läuft in Irland über Empfehlungen«, sagt Volkmann. »Marketing allein nützt wenig.« Auch sollte man sich auf der Insel auf eine andere Art der Kommunikation einstellen. Mit einem lokalen Partner als Vermittler an der Seite seien Verhandlungen viel einfacher zu führen, so die Ingenieurin. Mit ihrem Erfolg in Irland ist Volkmann zufrieden, auch wenn Projekte wegen der Pandemie ins Stocken geraten sind. Sobald sie persönlich präsent sein kann, will sie ihr Engagement wieder intensivieren. Sie möchte ihr zweites betriebliches Standbein ausbauen und verstärkt Schulungen durchführen. Die Ingenieurin ist überzeugt: »Es lohnt sich, den irischen Markt weiter zu bearbeiten.« Der Einstieg mag wegen Corona momentan zwar etwas schwieriger sein, da der persönliche Kontakt am Anfang fehlt. Aber auch über Onlinemeetings kann man zum Erfolg kommen, so die Erfahrung des AHK-Experten Kortenhaus: »Die Iren sind da sehr aufgeschlossen. Digitale Unternehmerreisen sind deshalb eine gute Möglichkeit, Geschäftsbeziehungen aufzubauen.«

Die AHK bietet 2021 fünf Unternehmerreisen mit unterschiedlichen Schwerpunkten an, die bis auf Weiteres digital durchgeführt werden. Weitere Informationen und Anmeldung unter:

[www.german-irish.ie/events](http://www.german-irish.ie/events)

### IHK-Ansprechpartnerin zu Irland und Brexit

Jessica de Pleitez, Tel. 089 5116-1337  
[jessica.pleitez@muenchen.ihk.de](mailto:jessica.pleitez@muenchen.ihk.de)



Foto: Volkmann

»Für mich ist Irland ein interessanter Markt, weil die Regierung gerade verstärkt in das Gesundheitssystem investiert.«

Siggie Volkmann, beratende Ingenieurin für Klima- und Kältetechnik

Gute Perspektiven ergeben sich für bayerische Hersteller ebenfalls in der Sparte Greentech. Die irische Regierung fördert den Ausbau erneuerbarer Energien. Bis 2030 soll deren Anteil bei der Stromerzeugung 70 Prozent erreichen – noch liegt er bei 33 Prozent. Bei der Energieeffizienz besteht ebenfalls viel Nachholbedarf. Das Gleiche gilt für den Wohnungsbau. Die Regierung investiert Milliarden in nachhaltige Stadtentwicklung. Ebenso fließt viel Geld in den Straßenbau und den schienegebundenen Nahverkehr. Interessante Geschäftschancen bietet die Informations- und Kommunikationstechnologie, die besonders vom Digitalisierungsschub durch Homeoffice und soziale Distanzierung

weil die Regierung gerade verstärkt in das Gesundheitssystem investiert.« Sie bietet ihre Dienste europaweit an, seit vier Jahren ist sie in Irland aktiv. Die 57-Jährige berät sowohl Hersteller als auch planende Ingenieure und Endkunden wie etwa Kliniken, aber ebenso Firmen der Pharma- und Mikroelektronikindustrie.

Der Einstieg ins Irlandgeschäft gelang über die Empfehlung eines Geschäftspartners in England. Für dessen irischen Gerätelieferanten entwickelte Volkmann ein normkonformes Klimagerät für Krankenhausräume. Es erfüllt spezielle Anforderungen, etwa für Operationssäle. Durch Mundpropaganda ergaben sich weitere Aufträge.

# Wachsen mit der Crowd

Unternehmer Steffen Marx finanziert das Wachstum von Giesinger Bräu vor allem mit Crowdfunding. Das funktioniert auch in der Pandemie. Mit der sechsten Kampagne 2020 mobilisierte er erneut über 1 000 private Investoren.

STEFAN BOTTLER

Für Steffen Marx (43) ist Silvester nicht nur wegen des Jahreswechsels ein besonderes Datum. Spätestens am 31. Dezember enden die Crowdfunding-Kampagnen, die der Gründer der Giesinger Biermanufaktur & Spezialitäten Braugesellschaft mbH in den vergangenen Jahren gestartet hat. Ende 2020 hat Giesinger die vorerst letzte Kampagne abgeschlossen. In sechs Wochen sammelte die Brauerei auf der Investing-Plattform Conda 1,5 Millionen Euro ein. 1088 private Investoren zeichneten im Schnitt 1378 Euro für acht Jahre und erhalten dafür jährliche Dividenden von sechs Prozent, die als Bier- und Verzehr Gutscheine ausbezahlt werden.

Brauereireich Marx ist überzeugt, dass für Crowdfunding der Zeitraum entscheidend ist. »Vor Weihnachten zeigen sich private Investoren besonders großzügig«, weiß der Chef der jüngsten Münchner Brauerei, die rund 50 Mitarbeiter beschäftigt. In den anschließenden Wintermonaten halten sie hingegen ihr Geld zurück, genauso wie im Sommer, wenn sie lieber in Urlaub und andere Freizeitaktivitäten investieren.

Für die Brauerei ist Crowdfunding das Mittel der Wahl, um weiteres Wachstum zu finanzieren. Beim Crowdfunding gibt es nicht einige wenige Investoren, sondern viele verschiedene Geldgeber (»Crowd«), die keinen oder nur wenig Einfluss auf die Geschäftsabläufe erhalten. Abgewickelt werden die Kampagnen über digitale Plattformen. Giesinger Bräu verfügt inzwischen über reichlich Erfahrung, wie sich auf diese Weise Projekte finanzieren lassen. Immerhin hat die Brauerei gerade die sechste Crowdfunding-Kampagne erfolgreich abgeschlossen.

Mit dem Geld daraus wird Marx vier weitere Tanks für die neue Produktionsstätte in München-Lerchenau finanzieren. Sie



Setzt auf Wachstum –  
Steffen Marx, Chef  
von Giesinger Bräu

Foto: Thorsten Jochim

sollen zusätzliche Biersorten wie Pils und Weißbier aufnehmen. Zudem möchte er weiteres Mehrwegleergut anschaffen, denn das Unternehmen setzt auf Wachstum. Trotz Schließung der beiden Brauereigaststätten und Wegfall der Gastronomieumsätze in den Lockdowns konnte Giesinger die Produktionsmenge 2020 auf knapp 20000 Hektoliter erhöhen.

Möglich machte dies die im Juni 2020 eröffnete zweite Produktionsstätte in der Lerchenau. Das Unternehmen verfügt nun auch über einen eigenen Tiefbrunnen und darf sich »Münchner Brauerei« nennen. Dieses imageträchtige Privileg war bisher den Großbrauereien Augustiner, Hacker-Pschorr, Hofbräu, Löwenbräu, Paulaner und Spaten vorbehalten. Weil sie ihre Biere mit Grundwasser der Landeshauptstadt herstellen, dürfen sie diese auf dem Oktoberfest und weiteren wichtigen Events ausschenken. Genau dieses Ziel hat sich auch Marx gesetzt: »Wir streben langfristig einen Marktanteil von einem Prozent an.«

Mit höheren Handelsabsätzen und einem ausgebauten Webshop konnte Giesinger Bräu 2020 die weggebrochenen Gastronomieumsätze zumindest teilweise kompensieren. Die Brauerei profitiert von einer Community, die das Unternehmen seit der Gründung 2005 in einer Giesinger Hinterhofgarage unterstützt und kontinuierlich gewachsen ist. Sie half auch bei der Finanzierung der Produktionsstätte in der Lerchenau. Von Oktober bis Dezember 2019 sammelte Giesinger in der bislang aufwendigsten Crowdfunding-Kampagne 3,5 Millionen Euro ein. 2605 private Investoren zeichneten zwischen 100 und 25000

Euro und steuerten 15 Prozent der Gesamtausgaben von rund 20 Millionen Euro bei. Weitere 50 Prozent wurden mit einem Kredit der Raiffeisenbank München-Süd finanziert, der Rest kam vorwiegend aus Eigenkapital.

Vor dem Jahr 2019 legte Giesinger mit vier Crowdfunding-Kampagnen den Grundstein für die stetig wachsende Fangemeinde. Die erste Kampagne finanzierte 2011 den Produktionsstandort in Giesing: 1035 Investoren zeichneten 733850 Euro. Zwei weitere Kampagnen machten die Anschaffung eines neuen Stehausschanks und eines Biertrucks möglich: Für beide Projekte stellten Geldgeber fast 200000 Euro bereit. Die vierte Kampagne 2017 hatte eine neue Abfüllanlage zum Gegenstand: 1265 Investoren zeichneten fast 1,2 Millionen Euro.

Für den Aufstieg zur regionalen Marke spielten die sechs Crowdfunding-Kampagnen eine Schlüsselrolle. »Wir haben ein Spitzenprodukt und sind die zweite Privatbrauerei in München«, sagt Marx selbstbewusst. Von Augustiner abgesehen, sind alle Münchner Biermarken von internationalen Getränkekonzernen übernommen worden oder werden von Staatsunternehmen (»Hofbräu«) produziert. Solche Inhalte wurden während jeder Crowdfunding-Kampagne auf Facebook und Instagram kommuniziert. Dazu schaltete Giesinger Printanzeigen, investierte in PR und startete Sonderaktionen. Bei der Kampagne 2019 erhielten 2,5 Millionen Haushalte Bierdeckel. Für solche Maßnahmen gibt das Unternehmen laut Marx bis zu 15 Prozent der angestrebten Funding-

## Darum geht's

- ▶ Mit Crowdfunding-Kampagnen finanzierte Giesinger seit 2011 seinen Aufstieg zur regionalen Biermarke.
- ▶ Die Brauerei unterstützt jede Kampagne mit Social-Media-Auftritten und klassischer Werbung.

summen aus. Mit Conda hat Giesinger einen erfahrenen Partner für Crowdfunding-Kampagnen. Die Plattform hat über 140 Finanzierungsprojekte in unterschiedlichen Branchen unterstützt. »Von anderen Teilnehmern hebt sich Giesinger nicht nur mit seiner starken Community, sondern auch mit seinen Gutscheinzahlungen ab«, sagt Conda-Geschäftsführer Dirk Littig (51).

Das Konzept gefällt auch anderen Aufsteigern der Branche. Die Olchinger Braumanufaktur GmbH will ebenfalls mit Crowdfunding wachsen. In sechs Wochen sammelte sie über 160000 Euro für Kessel und anderes Produktionsgerät ein. Für Ende 2021 plant sie eine zweite Finanzierungsrunde. Bier als Investitionsprodukt und Crowdfunding als Investitionsform überzeugen offenbar. Marx fasst das so zusammen: »Der Anleger ist gefühlter Mitbesitzer unserer Brauerei und wird zum Markenbotschafter unserer Produkte.« ■

[www.giesinger-braeu.de](http://www.giesinger-braeu.de)

## IHK-Ansprechpartner für Crowdfunding

Rainer Bradl, Tel. 089 5116-0  
[beratung@muenchen.ihk.de](mailto:beratung@muenchen.ihk.de)



[www.laumer.de](http://www.laumer.de)

## FASSADENVIELFALT AUS ARCHITEKTURBETON

#hochwertig  
 #eindrucksvoll  
 #modern

**Laumer**  
 Bahnhofstr. 8 · 84323 Massing

Veredelte Oberflächen · Durchgefärbter Beton · Nebelbeton · Graphic Concrete · Fotobeton

# Bettenwechsel

Hotels werden äußerlich auch nach der Coronakrise kaum verändert sein. Im Inneren jedoch räumt die Branche derzeit kräftig um, damit sie auf einem veränderten Markt wettbewerbsfähig bleibt.

ULRICH PFAFFENBERGER

Hotelzimmer zum Homeoffice umgewandelt.« Oder: »Landgasthof präsentiert sich als Coworking-Space.« Landauf, landab waren die kreativen Ideen von Hoteliers und Gastronomen, mit denen diese den Coronastillstand vermeiden wollten, eine Schlagzeile wert. Wer dahinter eine tiefgreifende Innovation oder gar einen grundlegenden Wandel von Geschäftsmodellen vermutet, wird bei genauem Hinsehen feststellen: Eine Reihe prominenter Einzelfälle macht noch keinen Trend – und ausbleibender Umsatz lässt sich so ebenfalls nicht kompensieren. Verständlich daher, dass sich Stefan Wild (60), Vorsitzender des Fachbereichs Hotellerie im DEHOGA Bayern, diplomatisch äußert. »Natürlich passt nicht jedes Modell zu jedem Unternehmen. Wenn eine dauerhafte Umnutzung im Gesamtkontext eines Unternehmens aber sinnvoll erscheint, kann eine aus der Pandemie heraus geborene Idee einer Umwidmung von Räumlichkeiten sicherlich auch ein Gewinn sein«, erklärt Wild, der selbst in Ingolstadt als Hotelier arbeitet. Ausweichstrategien sind nach Auffassung von Moritz Dietl (42) »wirtschaftlich selten



Bald ein Coworking-Space? Manche Hoteliers denken über Umnutzungen nach

Foto: Photobank/Adobe Stock

## Darum geht's

- ▶ Hotelzimmer in mietbare Homeoffices umzuwandeln, ist kein Allheilmittel für die Krise.
- ▶ An bestimmten Standorten bietet sich eine Umwidmung etwa in Seniorenresidenzen an.
- ▶ Eine neue Gästeklientel will einen Mix aus Urlaub, Arbeiten und Familie realisieren.

tragfähig«. Die notwendigen Auslastungen, um den dafür nötigen Hotelbetrieb zu finanzieren, seien kurzfristig nicht erzielbar, sagt der geschäftsführende Partner der TREUGAST in München. Das Unternehmen berät Hoteliers und betreibt selbst mehrere Objekte. »Jetzt ist die Zeit, nach Möglichkeit langfristig zu denken und sich darauf vorzubereiten, wenn der Betrieb wieder in vollem Umfang anlaufen kann.« Dietl führt ein Haus aus dem eigenen Portfolio an, das in den vergangenen Monaten umfassend saniert wurde. »Im Sinne der Gäste und der Attraktivität des Hotels war

das im Lichte der Krise eine mutige, aber hoffentlich kluge Entscheidung.«

Die Transformation von Häusern oder Teilen davon etwa in Seniorenresidenzen beurteilt Dietl dagegen kritisch: »Ein solches Vorhaben ist alles andere als trivial. Es bedarf genauso der sorgfältigen Analyse und Planung wie der Hotelbetrieb, lässt sich also nicht von heute auf morgen umsetzen.« Empfehlenswert sei eine solche Veränderung in erster Linie dort, »wo es auch schon vor Corona schwierig war, den Hotelbetrieb wirtschaftlich zu gestalten.« Etwas zuversichtlicher gibt sich Anne Schaefflein (41). Die Münchnerin berät mit ihrem Unternehmen Qannik Projects das

Gastgewerbe bei der Entwicklung neuer Konzepte. Sie sieht Chancen für angepasste Geschäftsmodelle überwiegend in den Städten, die »eine Unterdeckung an Wohnraum, altersgerechtem Wohnen, Kindergartenplätzen et cetera haben und man dies damit abdecken könnte. Hierbei können Arbeitsplätze teilweise erhalten werden und die Performance des Invests »funktioniert« wieder.« Auch die bestehende Infrastruktur eines Hotelbetriebs könne fast unverändert übernommen werden.

TREUGAST-Experte Dietl ist überzeugt, dass es weniger eine Revolution geben werde als eine Verstärkung bestehender Werte und Qualitäten, um am Markt erfolgreich zu sein. »Die Hotellerie arbeitete bei Sicherheit und Hygiene schon in der Vergangenheit mit sehr hohen Standards – insbesondere in den sensiblen Bereichen Küche und Sanitäreinrichtungen«, erklärt er. »Zum Schutz in der Pandemie haben die Unternehmen das weiter verfeinert und vertieft. Davon wird es kein Zurück geben. Das ist prägend für unser Produkt und für jede einzelne Marke.«

Foto: Nina Solansky



»Der Tourismus muss für die dort Beschäftigten ein Umfeld schaffen, in dem sie ihre Talente gern entfalten.«

**Klaus-Dieter Graf von Moltke,  
Gut Steinbach Hotel und Chalets**

sehen Defizite einzelner Häuser und Angebote oder die veränderten Bedingungen an einem Standort früher und schonungsloser zutage. Die Schonfrist, innerhalb derer Anpassungen oder Veränderungen noch möglich gewesen wären, wurde radikal auf »null« verkürzt.

Wer jetzt reagiert und die Phase des Stillstands am Markt nutzt, um im Inneren etwas zu bewegen, der befindet sich nach Ansicht von Beraterin Schaefflein daher auf dem richtigen Weg, etwa um Neues auszuprobieren und zum Beispiel digital aufzustocken. Was die Nachfrage angeht,

Ein anderer Bereich, den Schaefflein ihren Klienten ans Herz legt, sind Geschäftsreisen, die vermehrt mit Familie stattfinden würden. »Remote zu arbeiten, wird ein Thema bleiben. Daher sollten Hotels sich überlegen, wie Zimmer und Wohnräume angepasst werden könnten, um dieser neuen Gästeklientel den Mix zwischen Urlaub, Arbeiten und Familie zu ermöglichen.« Sie sieht hier Perspektiven für das selbst entwickelte NeuSpace-Konzept, um eine Alternative zur Nutzung von Hotels zu bieten – als Übergangslösung, bis sich der Markt wieder erholt.

Einen Aspekt, der künftig mehr denn je über die Wettbewerbsfähigkeit entscheiden könnte, führt Klaus-Dieter Graf von Moltke an, dessen Familie im Chiemgau das Gut Steinbach Hotel und Chalets gehört: Qualifiziertes Personal, um das sich die Branche schon lange angestrengt bemüht, brauche die besondere Fürsorge seines Arbeitgebers, sagte er unlängst beim Onlinekongress »Attraktiver Tourismus«, des Chiemgau Tourismus e.V. Eine »Leidenschaftsbranche« wie der Tourismus müsse für die dort Beschäftigten ein Umfeld schaffen, in dem sie ihre Talente gern entfalten. ■

Foto: Stefan Wild



»Nicht jedes Modell passt zu jedem Unternehmen.«

**Stefan Wild, Vorsitzender des Fachbereichs  
Hotellerie im DEHOGA Bayern**

Grundsätzlich stimmen die Fachleute überein, dass die Pandemie nicht als Auslöser, sondern als Beschleuniger dringender Veränderungen zu sehen ist: Der Handlungsbedarf, vor dem nun viele Häuser stehen, sei nicht erst im März 2020 entstanden. Nur träten jetzt die verdrängten und über-

erwartet sie ein verstärktes Interesse »ganz klar auf ländliche Lagen, Wellness und Erholung in der Natur ausgerichtet«. Auch die Reduzierung der Gästezahlen durch das Bedürfnis nach mehr Platz (zum Gegenüber) und mehr Privatsphäre werde die Branche noch länger begleiten.

#### **IHK-Ansprechpartnerinnen zu Tourismus**

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

Beatrice Frinzi, Tel. 089 5116-1858  
beatrice.frinzi@muenchen.ihk.de





Erst seit Januar im Onlinegeschäft –  
Sport-Haindl-Geschäftsleiter Hans Peter Trefzer

# Online mit *Schubkraft*

Der Einstieg in den E-Commerce ist für stationäre Händler nach wie vor möglich – und durchaus auch empfehlenswert. Dabei bieten einige Initiativen unkomplizierte Unterstützung.

— EVA ELISABETH ERNST —

**N**eu es Jahr, neuer Kanal: Am 2. Januar 2021 ging bei der Sport Haindl GmbH die erste Onlinebestellung über Amazon Marketplace ein. Zwei Monate lang hatte sich das alteingesessene Sporthaus mit Hauptsitz in Planegg bei München und einer Filiale in Gilching auf den Verkauf über Onlineplattformen vorbereitet. Seit Jahresanfang ist der Händler nun bei Amazon und Zalando aktiv. »Über Amazon verkaufen wir hauptsächlich Sportgeräte und Schuhe. Zalando ist modischer und textillastiger und damit ein guter Kanal für Sportbekleidung«, sagt Sport-Haindl-Geschäftsleiter Hans Peter Trefzer.

Während des Kälteeinbruchs im Februar liefen Schlittschuhe gut, aktuell seien Inlineskates und Boards für Stand-up-Paddling gefragt. Besonders froh ist Trefzer, dass er über die Marktplätze einen Teil der Winterware abverkaufen konnte – und zwar ausschließlich zum regulären Ladenpreis. Mit den ersten Umsätzen ist er durchaus zufrieden. Sie decken den Wareneinsatz und den größten Teil der Fixkosten ab.

»Als sich im November vergangenen Jahres abzeichnete, dass der Lockdown ver-

schärft wird, haben wir beschlossen, doch noch ins Onlinegeschäft einzusteigen«, sagt Trefzer. Die Entscheidung, nicht über einen eigenen Onlineshop, sondern über E-Commerce-Marktplätze zu verkaufen, fiel nicht nur aus Kostengründen. Der Geschäftsleiter weiß, dass es für einen Mittelständler schwierig ist, eine ausreichende Anzahl von Kunden auf einen eigenen Onlineshop aufmerksam zu machen.

Trotz aller Hoffnung auf ein Ende der mit Corona verbundenen Restriktionen und Lockdowns macht es für stationäre Händler durchaus Sinn, sich jetzt einen Onlinekanal aufzubauen: »Auch nach der Pandemie wird sich das Einkaufsverhalten nicht grundlegend verändern«, prognostiziert Carla Kirmis, Referentin für Handel und E-Commerce bei der IHK für München und Oberbayern. »Die Konsumenten werden weiterhin online einkaufen.«

In einer Umfrage des Marktforschungsunternehmens IFH Köln Mitte März 2021 sagten 43 Prozent der Verbraucher, sie hätten in der vergangenen Woche Einkäufe, die sie sonst im Geschäft erledigen, diesmal online getätigt. Der Internethandel wuchs in Deutschland 2020 entsprechend um rund 21 Prozent, schätzt der HDE Handels-



Initiierten Kauflokal.com  
– Konstantin Rentrop (l.),  
Sporthaus Schuster, und  
David Thomas vom  
Herrenausstatter Hirmer

Foto: kauflokal.com

verband Deutschland in einer ersten Hochrechnung. Für das laufende Jahr prognostiziert er rund 13 Prozent Plus.

Angesichts dieses Trends haben selbst ehemalige E-Commerce-Skeptiker aus dem mittelständischen Einzelhandel während der Corona-Beschränkungen den Schritt in den Onlinehandel gewagt und konnten dadurch zumindest einen Teil der gewohnten Umsätze erreichen, beobachtet IHK-Expertin Kirmis. »Die Palette reicht vom eigenen Onlineshop und dem Verkauf über Marktplätze oder Social-Media-Plattformen bis hin zu relativ einfach konzipierten Abhollösungen.«

Für den Einstieg gibt es zahlreiche Unterstützungsangebote (siehe Kasten S. 73). Sport Haindl etwa nutzte die Starthilfe

von Quickstart Online, einem kostenfreien Wissensportal rund um E-Commerce, das vom HDE, der Initiative »Händler helfen Händlern« und Amazon betrieben wird. Mit Onlinekursen und Coachings soll es kleinen und mittleren Händlern schnell und einfach zum passenden digitalen Standbein verhelfen.

»Das für uns wichtigste Thema bei Quickstart Online war das Hochladen der Daten aus unserem Warenwirtschaftssystem auf die Plattform«, so Sport-Haindl-Geschäftsleiter Trefzer. »Außerdem war es sehr hilfreich, dass wir bei allen Fragen rund um unseren Start auf Amazon per E-Mail unkomplizierte Hilfe erhalten haben.« Bei der technischen Implementierung arbeitete der Sporthändler

mit einem IT-Unternehmen zusammen. »Nicht zu unterschätzen waren aber auch organisatorische Themen wie etwa die Beschaffung und Lagerung von geeignetem Verpackungsmaterial, die Verträge mit Paketdienstleistern und die Einführung neuer interner Abläufe«, berichtet Trefzer. »Von unserer Seite her hat alles von Anfang an gut geklappt. Und nach drei Monaten lief auch die Kooperation mit den Paketdienstleistern rund.«

Ebenfalls als Einstiegshilfe versteht sich die Initiative »Bayern hilft seinen Händlern« des Bayerischen Wirtschaftsministeriums. Hier unterstützen E-Commerce-Experten von ibi research an der Universität Regensburg GmbH Einzelhändler bei der Umsetzung von Digitali-

sierungs- und E-Commerce-Projekten mit Webinaren sowie individuellen Sprechstunden. »Besonders gefragt sind die Themen digitale Sichtbarkeit und Einstieg ins Onlinegeschäft sowie die Möglichkeiten, während und nach einem Lockdown Kontakt zu den Kunden zu halten«, sagt Research Director Holger Seidenschwarz (44). Das Projekt läuft noch bis Juni 2021, Aufzeichnungen der Webinare und die Checkliste »Digitalisierung in Zeiten von Corona« stehen unter [www.bayern-hilft-haendlern.de](http://www.bayern-hilft-haendlern.de) bereit. Seit Mitte 2019 ist das Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Handel aktiv. Es wird vom Bundeswirtschaftsministerium gefördert und hilft vor allem kleinen und mittleren stationären Einzelhändlern bei der Digitalisierung. Die Hauptgeschäftsstelle koordiniert kostenlose individuelle Informationsgespräche mit Experten sowie Onlinevorträge und Webinare. Interessant ist auch das vielfältige Informationsangebot auf [kompetenzzentrumhandel.de](http://kompetenzzentrumhandel.de). Der Onlinemarktplatz [Kauflokal.com](http://Kauflokal.com) bietet pragmatische Hilfe »insbesondere für inhabergeführte, qualitative und städteprägende Händler sowie Start-ups, die mit ihren Ideen neue Wege gehen«, erklärt

## Starthilfe

**Hier finden Unternehmer unkomplizierte Unterstützung für den Einstieg in den E-Commerce:**

- ▶ Bayern hilft seinen Händlern – eine Initiative des Bayerischen Wirtschaftsministeriums, die unter anderem Webinare und Checklisten für Händler und Werbegemeinschaften bietet: [www.bayern-hilft-haendlern.de](http://www.bayern-hilft-haendlern.de)
- ▶ Händler helfen Händlern – Netzwerk mit mehr als 4000 Mitgliedern: [www.haendler-helfen-haendlern.com](http://www.haendler-helfen-haendlern.com)
- ▶ [kauflokal.com](http://kauflokal.com) – Initiative zur Stärkung des lokalen Handels: [www.kauflokal.com](http://www.kauflokal.com)

- ▶ Kompetenzzentrum Handel – unterstützt die Digitalisierung vor allem kleiner und mittlerer stationärer Einzelhändler: [www.kompetenzzentrumhandel.de](http://www.kompetenzzentrumhandel.de)
- ▶ Mia gehen online – Initiative der Stadt München, ReDI School und UnternehmerTUM. Die aktive Phase ist zwar beendet, die Website bietet aber nach wie vor Informationen, Themen-Leitfäden und konkrete Projektbeispiele: [www.miagehn.online](http://www.miagehn.online)
- ▶ Quickstart Online – kostenfreies Wissensportal rund um das Thema E-Commerce: [www.quickstart-online.de](http://www.quickstart-online.de)

David Thomas (34), Bereichsleiter Verkauf beim Münchner Herrenausstatter Hirmer GmbH & Co. KG. Vor fünf Jahren startete er die Aktion »Kauf Lokal«, die es heimischen Manufakturen ermöglicht, ihre Produkte bei bekannten Münchner Einzelhändlern zu präsentieren. Kurz nach dem ersten Lockdown initiierte er mit Konstantin Rentrop von der Münchner Sporthaus Schuster GmbH den Marktplatz. Mit von der Partie war Dominik Haupt, Gründer und Geschäftsführer der Agentur norisk Group GmbH, die sich auf E-Commerce-Lösungen spezialisiert hat und die Plattform realisierte. »Dort können stationäre Händler ein Profil anlegen und werden bei Suchanfragen auf [Kauflokal.com](http://Kauflokal.com) auf unserer digitalen Landkarte sichtbar«, erklärt Thomas. Händler, die bereits einen

Onlineshop betreiben, können zudem ihre Produkte auf der Plattform einstellen. Mittlerweile sind dort bundesweit 400 Händler und Manufakturen mit knapp 6,5 Millionen Produkten präsent. »Der Marktplatz wächst langsam, aber stetig«, sagt Thomas. Kosten entstehen teilnehmenden Händlern nicht. Dass es bisher trotz einiger Anläufe nicht gelang, öffentliche Fördermittel für das Projekt zu erhalten, bedauert Thomas sehr: »Unser Ziel ist es schließlich, die individuellen und daher ganz besonderen Geschäfte zu unterstützen. Dadurch stärken wir nicht zuletzt die Attraktivität der Innenstädte.« ■

### IHK-Ansprechpartnerin zu E-Commerce

Carla Kirmis, Tel. 089 5116-2066  
[carla.kirmis@muenchen.ihk.de](mailto:carla.kirmis@muenchen.ihk.de)

Für innovative Verwaltungs-, Produktions-, Lager- und Logistikimmobilien nach Maß und schlüsselfertig!

Projekterfolg:  
**VERSPROCHEN.**



Sie haben die Vision –  
 wir das nötige Know-how.



PROJEKTBAU

Neubau,  
 Erweiterung,  
 Modernisierung

Otto-Wagner-Str. 2  
 82110 Germering  
 Tel. 089 38033170  
[www.lig-projektbau.de](http://www.lig-projektbau.de)

# Lebenslang lernen

Beschäftigte brauchen immer mehr digitale Fähigkeiten. Aber wie stellen Unternehmen fest, welche konkret notwendig sind? Und wie lassen sie sich am besten vermitteln? Hier ist Kompetenzmanagement gefragt.

SABINE HÖLPER

In vielen Unternehmen steht die Digitalisierung weit oben auf der Agenda. Dazu ist es notwendig, auch das Wissen der Beschäftigten genau zu betrachten: »Unternehmen müssen eruieren, welche Kompetenzen bereits vorhanden sind und wie sie fehlende aufbauen«, sagt Sebastian John, Referent Fachkräfte und Zukunft der Arbeit bei der IHK für München und Oberbayern. Um sich für die Zukunft zu rüsten, lohnt es sich für die Unternehmen also, ein Kompetenzmanagement zu installieren. »Wichtig ist dabei, dass diese Aufgabe strategisch angegangen wird«, ergänzt John.

Wie das in der Praxis geschehen kann, zeigt der Klebstoffhersteller DELO GmbH & Co. KGaA. Er startete vor rund eineinhalb Jahren mit einem Projekt zu digitalen Kompetenzen. Zuerst habe die Personalabteilung gemeinsam mit der Geschäftsleitung überlegt, was das Unternehmen erfolgreich macht, sagt Personalleiterin Heidrun Hausen (48). »Wir sind erfolgreich, weil wir Experten auf unserem Gebiet sind«, lautete die Antwort. Das führte gleich zur nächsten Frage: Welche neuen Kompetenzen werden angesichts



Foto: Halfpoint/Adobe Stock

der Digitalisierung gebraucht? Daraufhin definierte das Unternehmen drei wesentliche Elemente, so Hausen: »Erstens: Jeder Mitarbeiter muss verstehen, dass man Daten erzeugen kann und wie man damit umgeht. Zweitens: Die Mitarbeiter müssen das Denken in Prozessen verinnerlichen. Drittens: Sie müssen mit den Unsicherheiten in einer sich extrem schnell verändernden Welt umgehen können.«

Als diese Parameter herausgearbeitet waren, begann das Unternehmen mit der Umsetzung: In jeder Abteilung wurde ein »digitaler Transformations-Spezialist« (DTS) installiert, der fortan in seinem Bereich nach Schwachstellen und Potenzialen forschte und – gemeinsam mit Kollegen – Ideen für Lösungen entwi-

ckelte. »Durch den Austausch der DTS untereinander ergaben sich dann wiederum abteilungsübergreifende Lern- und Synergieeffekte«, sagt Hausen. »Erkannte etwa das Produktmanagement, dass die Elimination eines Produkts digitalisiert werden sollte, stellte die Marketingabteilung durch den regelmäßigen Austausch fest, dass das Thema auch sie betrifft – und schloss sich an.«

Der schwierigste Schritt folgte danach: Nun ging es darum, die neuen Kenntnisse, die die Mitarbeiter brauchen, zu definieren und die Beschäftigten für die neue, digitale Welt zu schulen. »Wir haben unzählige Gespräche mit den Fachabteilungen geführt«, sagt Hausen, »und mehrfach mit externen Beratern gesprochen.« Die dabei gewonnenen Erkenntnisse führten dazu, die hauseigene Akademie im Bereich Di-

## Darum geht's

- ▶ Digitalisierung benötigt Kompetenzen im Management und in der Belegschaft.
- ▶ Es ist sinnvoll, den Prozess strategisch anzugehen, die Unternehmenskultur sollte das Lernen fördern.
- ▶ Das Ziel: Jeder Mitarbeiter lernt selbstständig und stößt im Idealfall eigene Digitalisierungsprozesse an.

gitalisierung auszubauen. Mittlerweile werden den Mitarbeitern, individuell abgestimmt nach Aufgabenbereichen, mehr als 40 Schulungen im Bereich der digitalen Kompetenzen angeboten. Sie sind nicht verpflichtend, werden aber gut angenommen, da die Mitarbeiter den Sinn dahinter verstehen. Das wiederum rührt auch daher, dass die Geschäftsleitung ihre Führungskultur an die veränderten, modernen Anforderungen angepasst hat. »Mehr Transparenz herstellen, mehr für Sinngebung sorgen und mehr Freiheit aushalten«, laute jetzt die Maxime, so Hausen.

Firmen müssen eine Kultur des Lernens im Unternehmen schaffen, bestätigt Philipp Ramin, Gründer und Leiter des Innovationszentrums für Industrie 4.0 in Regensburg. Dann könne langfristig jeder Mitarbeiter selbstständig und aus eigener Motivation heraus kontinuierlich lernen. Denn, so Ramin, »digitale Kompetenz bedeutet nur zur Hälfte, die entsprechenden Technologien zu implementieren. Zu 50 Prozent ist es nötig, das eigene Mindset dauerhaft zu hinterfragen und bereit zu sein, Daten transparent zu nutzen.«

Natürlich geht das nicht von heute auf morgen, vor allem dann nicht, wenn Mitarbeiter sich sträuben. Um die Skeptiker mit ins Boot zu holen, müssen sich »die Leute angesprochen fühlen«, sagt Ramin. Sie dürfen Lernen nicht als Zwang erleben, als zusätzliche Belastung zum Arbeitsalltag. Um Akzeptanz zu erreichen, sollten moderne Lernformate und -methoden eingesetzt werden. Das sind etwa E-Learning-Angebote, teilweise mit spielerischen Elementen (gamification), und kurze Einheiten von nur wenigen Minuten. Ebenso kann man Mitarbeitern auf subtile, niederschwellige Weise die Wissensaneignung schmackhaft machen. Der analoge, konventionelle Austausch mit Kollegen ist auch Lernen – nur ohne den Begriff zu benutzen. Wichtig: »Niemand muss dicke Bücher wälzen«, sagt Innovationsexperte Ramin.

Aber selbst digital affine Mitarbeiter brauchen Impulse zur Motivation und Weiterbildung, sagt Andrea Stellwag (55), Geschäftsführerin Finanzen und Personal bei der ConSol Consulting & Solution Software GmbH. Die Beschäftigten des Münchner IT-Beratungsunternehmens sind in der digitalen Welt zu Hause. Sie

Foto: ConSol



»Es ist elementar, am Puls der Zeit zu bleiben.«

**Andrea Stellwag,**  
Geschäftsführerin Finanzen und Personal bei  
ConSol Consulting & Solution Software

schulen sich virtuell in der firmeneigenen Akademie, außerdem unterstützt das Unternehmen einen informellen Austausch zwischen Kollegen in Chats und Foren. In Jahresgesprächen eruieren die Verantwortlichen mit den Mitarbeitern, wohin die Entwicklung gehen soll – und welche Weiterbildungen dafür nötig sind. Manchmal, so Stellwag, greife man aber sogar als IT-Dienstleister, als »Profi in Sachen Digitalisierung«, auf Berater zurück. So hat sich ConSol etwa mit Externen besprochen, wie die Personalverantwortlichen virtuelle Mitarbeitergespräche bestmöglich führen. Und selbstverständlich tausche sich das Management regelmäßig darüber aus, wie eine »kontinuierliche Verbesserung« umgesetzt werden kann. »Die Führung spricht jede Woche miteinander. Es ist schließlich elementar, am Puls der Zeit zu bleiben«, sagt Stellwag.

Die Strategie ist erfolgreich. Mitarbeiter stoßen von sich aus Digitalisierungsprojekte an. Aktuell stellt das Unternehmen aufgrund eines solchen Vorschlags die Telefonie um. Sobald das Projekt »Unified Comms – Kommunikation aus einer Hand« abgeschlossen ist, können die Gesprächsteilnehmer auf Knopfdruck von Telefonat auf Videokonferenz umschalten. ■

Praktische Informationen zum Kompetenzmanagement im Betrieb sowie zum Thema digitale Kompetenzen unter:  
[www.ihk-muenchen.de/digitalkompetenz](http://www.ihk-muenchen.de/digitalkompetenz)

**IHK-Ansprechpartner zum Thema digitale Kompetenzen**  
Sebastian John, Tel. 089 5116-1109  
sebastian.john@muenchen.ihk.de

[www.zurBank.de/vr-immofix-sofortrente](http://www.zurBank.de/vr-immofix-sofortrente)

**Wenn die Immobilie Ihre Rente zahlt, dann haben Sie alles richtig gemacht.**

**Morgen kann kommen.**  
Wir machen den Weg frei.

Das Vermögen steckt oftmals in den eigenen vier Wänden fest. Erfüllen Sie sich jetzt den Wunsch einer modernen Küche oder den langersehnten Urlaub mit unserer VR ImmoFix Sofortrente. Sie bleiben Eigentümer Ihrer Immobilie und erhalten eine lebenslange monatliche Rente. Neugierig? Vereinbaren Sie jetzt einen persönlichen Termin mit uns: 089 444565-4567

**Endlich Zeit für Ihre Träume!**

VR Bank München Land eG

# Kosten runter!

Die Kennzahlen fest im Blick, gilt es für Unternehmer jetzt, Aufwendungen zu senken, die Liquidität zu erhöhen, nicht benötigtes Anlagevermögen zu verkaufen und die Geschäftsstrategie an die aktuelle Situation anzupassen.

MONIKA HOFMANN

**E**s ist höchste Zeit: Nur wer weitsichtiges Krisenmanagement betreibt, überlebt in schwierigen Zeiten und kann profitieren, wenn sich die Lage wieder normalisiert. Vor allem ist es wichtig, die Kostenstruktur des Unternehmens an gesunkene Umsätze anzupassen. »Auf

der Grundlage der GuV- und der Bilanzplanung lassen sich operative und finanzwirtschaftliche Maßnahmen ableiten, die das Unternehmen in und nach der Krise stabilisieren«, sagt Georg Schulte-Holtey, betriebswirtschaftlicher Berater der IHK für München und Oberbayern. Zugleich

dürften die Firmen niemals ihre Strategie aus den Augen verlieren. »Gerade jetzt gilt es, die strategischen Ziele zu prüfen und anzupassen – und das Unternehmen so aufzustellen, dass es auch künftig wettbewerbsfähig ist«, ergänzt Schulte-Holtey.



Foto: Gina Sanders/Adobe Stock

Das gilt umso mehr, als nicht nur die aktuelle Coronalage zum Handeln zwingt, sondern auch neue Gesetze. »Ein aktives Krisenmanagement sichert zum einen die Wettbewerbsposition des Unternehmens am Markt, zum anderen verlangen es die heutigen Vorgaben«, betont Bernhard Eichiner, Manager und Prokurist bei der PricewaterhouseCoopers GmbH München im Bereich Business Recovery Services. Er beschäftigt sich mit Restrukturierung und insolvenznaher Beratung. »Die Pandemie stellt eine externe Krisenursache dar, die sich auf alle Bereiche betrieblicher Leistungsfähigkeit beziehen kann, aber auch auf Finanzierung und Strategie«, so der Betriebswirt. Zusätzlich nimmt die Politik mit dem Gesetz zur Fortentwicklung des Sanie-

Foto: PricewaterhouseCoopers GmbH



»Die Pandemie stellt eine externe Krisenursache dar, die sich auf alle Bereiche betrieblicher Leistungsfähigkeit beziehen kann.«

**Bernhard Eichiner, Manager und Prokurist bei PricewaterhouseCoopers**

rungs- und Insolvenzrechts (SanInsFoG) seit Jahresanfang die Geschäftsleiter in die Pflicht. Ebenso müssen sie das neue Gesetz über den Stabilisierungs- und Restrukturierungsrahmen für Unternehmen (StaRUG) beachten. »Damit verankert der Gesetzgeber nun die Pflicht zur Krisenfrüherkennung von Geschäftsleitern und Aufsichtsorganen ausdrücklich: Wer das nicht beachtet, kann sogar mit seinem Vermögen haften«, warnt Eichiner. Firmen sollten sich zum Beispiel mit folgenden Fragen beschäftigen:

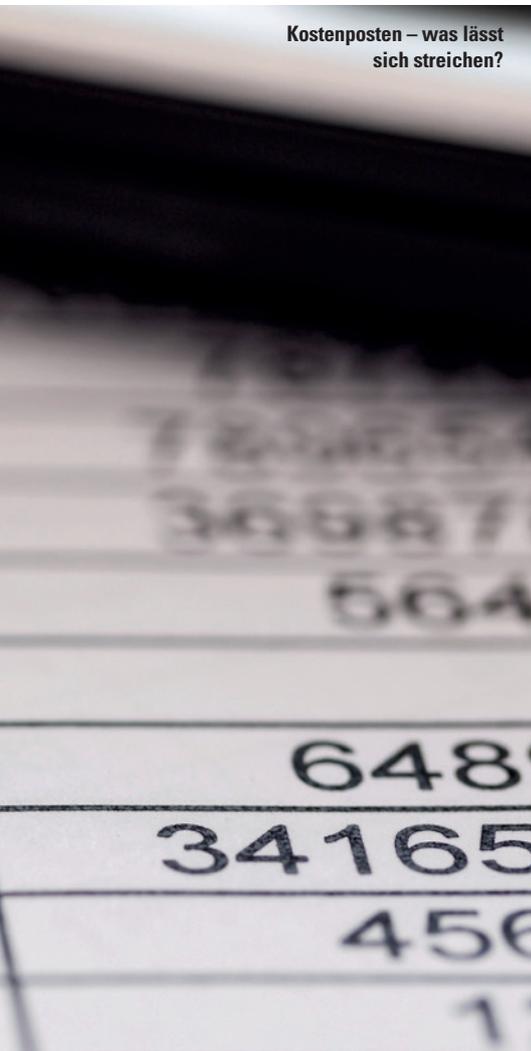
**Was ist für Unternehmen essenziell?**

»Ein wichtiger Frühindikator von Krisen sind negative finanz- und leistungswirtschaftliche Kennzahlen«, erläutert PwC-Manager Eichiner: »Nur wenn die Firmen solche Veränderungen rechtzeitig erkennen, bleiben sie in der Lage, an den richtigen Stellschrauben zu drehen.« Um die betrieblichen Kennzahlen zu ermitteln und die rechtlichen Vorgaben zu erfüllen, bietet sich eine integrierte Unternehmensplanung an. Sie beinhaltet eine Ertrags-, Bilanz-, und Liquiditätsrechnung. »Zugleich sind Szenario-Rechnungen von Vorteil, die auf Basis der Zahlen die Zukunftsfähigkeit des Unternehmens abbilden«, so Eichiner. Dafür sehen die Gesetze Planungen für Zeiträume von bis zu 24 Monaten vor.

**Welches Potenzial liegt im Anlagevermögen?**

In der Krise bleibt als Sofortmaßnahme häufig nur, zunächst die Kosten massiv zu senken und die Liquidität rasch zu si-

chern. »Prüfen sollten die Firmen daher vor allem, welche Chancen im Verkauf von Anlagevermögen und in der Auflösung stiller Reserven liegen«, rät IHK-Berater Schulte-Holtey. Denn Verkäufe nicht nur von nicht betriebsnotwendigem, sondern auch von Betriebsvermögen erhöhen die Liquidität kurzfristig. Immobilien oder



Betriebsstätte Gaplant/Peiting

Betriebserweiterung Langmatz/Oberau

**PENERER** ▶  
FAST FORWARD

Architektur  
Generalplanung  
Bau Generalunternehmer

**penerer.com**

Fuhrparks lassen sich zum Beispiel verkaufen und dann mieten oder leasen (Sale-and-lease-back). Eichiner sieht sowohl im Verkauf von Vermögensgegenständen, die Betriebe nicht für ihre Geschäftstätigkeit benötigen, als auch von Vermögen, das der betrieblichen Leistungserstellung dient, eine Chance, sich flüssige Mittel zu verschaffen: »Das erneute Zurückmieten oder Zurückleasen stellt eine von vielen Möglichkeiten dar um schnelle, aber einmalige positive Liquiditätseffekte zu erzeugen«, erläutert er.

Zahlreiche Betriebe verkaufen auch ohne Krisenlage Teile ihres Anlagevermögens wie zum Beispiel Grundstücke, Fuhrparks und Maschinen an Immobilienunternehmen oder Leasinggeber, die sie ihnen wieder als Miet- oder Leasingobjekte zur Verfügung stellen. Allerdings verlangen die Vermieter oder Leasingfirmen dafür Mieten oder Nutzungsentgelte, die dann die Unternehmen als laufende Kosten einplanen müssen.

**Welche Chancen und Risiken bringt der Verkauf?**

Viele Anbieter von Sale-and-lease-back-Modellen sehen sich als langfristige Partner für industrielle Mittelständler, gerade auch für kleine und mittlere Unternehmen. Sie werben damit, dass ihre Kunden

nicht nur von einem Liquiditätsschub, sondern auch von der Verbesserung der Eigenkapitalquote profitieren. Damit könnten sich die Firmen weiter entschulden oder verstärkt investieren. Zudem könnten die Unternehmen mit einem langfristigen, planbaren Mietaufwand

mierung und der Verwaltung von Gewerbeimmobilien.

»Die wesentlichen Vorteile von Sale-and-lease-back spiegeln sich in der reduzierten Kapitalbindung und den sinkenden Finanzierungskosten wider«, bestätigt IHK-Betriebsberater Schulte-Holtey. Zu-



Foto: BENO Immobilien GmbH

»Die Mietverträge gestalten wir stets langfristig, mit vergleichsweise niedrigen Mieten.«

**Andrea Fiocchetta,**  
Geschäftsführer der BENO Immobilien

kalkulieren. »Die Mietverträge gestalten wir stets langfristig, mit vergleichsweise niedrigen Mieten und entsprechenden Verlängerungsoptionen«, betont Andrea Fiocchetta, Geschäftsführer der BENO Immobilien GmbH in Starnberg. Die Firma gehört zu den zahlreichen Gesellschaften, die Sale-and-lease-back-Modelle anbieten. Ihr Fokus liegt nicht nur auf dem Erwerb, sondern auch auf der Opti-

dem führe es zu mehr Liquidität und neuen Gestaltungsmöglichkeiten.

Dennoch sollten Firmen solche Transaktionen vorab gründlich prüfen. Wichtig ist, dass das Wirtschaftsgut frei von Rechten Dritter ist. Außerdem müssen die bilanziellen und steuerlichen Folgen geklärt werden. Genauso bedeutend ist, die Vorhaben mit weiteren Betroffenen, zum Beispiel mit Banken und Fremdkapitalgebern, abzustimmen sowie die Bewertung und Besicherung zu prüfen. Mit den

Szenarios der integrierten Planungen sollten die Betriebe vorab ermitteln, ob sich die gewünschten Effekte tatsächlich einstellen können.

IHK-Betriebsberater Schulte-Holtey empfiehlt überdies, bei den Verhandlungen besonders darauf zu achten, dass die künftigen Miet- und Leasingraten nicht zu hoch ausfallen. »Oft übersteigen sie die finanzielle Leistungskraft gerade kleinerer Betriebe«, warnt er. Wesentlich sei dabei, die eigene Strategie vorab zu überdenken. Schulte-Holtey: »So manches Unternehmen verkauft in der Krise strategisch wichtige Anteile seines Vermögens – und hat dann Schwierigkeiten, wieder auf die Erfolgsspur zurückzukehren.«

**IHK-Services für Unternehmen**

- ▶ Checklisten, Tipps und Tools bietet auch die IHK-Website. Dort stehen etwa ein Geschäftsplan- und ein Kennzahlenmanagement-Tool auf Excel-Basis zum kostenlosen Download zur Verfügung. Zusätzlich gibt es Informationen und Instrumente für das Erkennen von Krisenphasen, für wirksames Forderungsmanagement und für die Liquiditätsplanung sowie für finanzwirtschaftliche und strategische Maßnahmen: **www.ihk-muenchen.de – unter »Ratgeber« –> »Krisenmanagement«**
- ▶ Informationen zum Thema Förderung und Finanzierung von Bankkrediten

über Factoring und Leasing bis hin zu Zuschussprogrammen gibt es auf der IHK-Website: **www.ihk-muenchen.de – unter »Ratgeber« –> »Finanzierung und Förderung«**

- ▶ Die IHK bietet eine kostenlose telefonische Erstberatung an. Hier können Unternehmen Fragen zur aktuellen Situation stellen und erhalten fundierte Antworten zu allen betriebswirtschaftlichen Themen. Möglich sind auch Onlineberatungen. IHK-Mitglieder erreichen die Beratung **unter Tel.: 089 5116-0** **per E-Mail: beratung@muenchen.ihk.de**

### Wie lassen sich die Kosten weiter senken?

Wer seine Lagerbestände durchforstet, Überflüssiges verkauft und die Lager fortan klein hält, erhöht seine flüssigen Mittel, senkt Kosten und bindet weniger Kapital. »Am besten ist es daher, eine punktgenaue Produktions- und Versandplanung vorzunehmen«, empfiehlt IHK-Betriebsberater Schulte-Holtey. Ebenso schonen Unternehmen ihre Kasse, wenn sie ihre Einkäufe bündeln und bei denjenigen Lieferanten kaufen, die ihnen die besten Konditionen einräumen. Mit den Lieferanten neue Zahlungsziele und variable Zahlungsmodalitäten zu vereinbaren, ist ebenfalls sinnvoll.

Etwas aufwendiger, dafür aber sehr wirkungsvoll ist es, die Finanzierungskosten

zu drücken: Wer es schafft, seine Zins- und Tilgungsraten zu senken, seine Verbindlichkeiten von kurz- auf mittel- bis langfristig umzuschichten und günstig konditionierte Förderdarlehen zu nutzen, steigert seine Liquidität und senkt seine monatlichen Fixkosten deutlich. »Unternehmen sollten sich umfassend auf die Verhandlungen mit ihren Banken vorbereiten«, rät IHK-Betriebsberater Schulte-Holtey. Es sei entscheidend, das Verhandlungsziel im Vorfeld genau zu definieren – und alle notwendigen Unterlagen, in erster Linie die integrierte Geschäftsplanung, zu vervollständigen.

Ohne gezieltes Forderungsmanagement geht jedoch nichts: Firmen sollten ihre Rechnungen rasch versenden und ihnen

konsequent nachspüren. Zudem ist es wichtig, modifizierte Zahlungsbedingungen mit kürzeren Fristen und Skonti sowie ein mehrstufiges Mahnwesen durchzusetzen.

Wer den Mut hat, all diese Schritte zu prüfen und einige davon zu gehen, gestaltet sein Unternehmen stabil genug, um am nächsten Konjunkturhoch teilzuhaben, weiß IHK-Betriebsberater Schulte-Holtey: »Am besten entwirft er schon jetzt eine tragfähige Strategie dafür.« ■

### IHK-Ansprechpartner zu Krisenmanagement

Georg Schulte-Holtey, Tel. 089 5116-0  
beratung@muenchen.ihk.de



# IT-Ankauf und Abholung

Ankauf Ihrer gebrauchten Firmenhardware ab 50 Einheiten –  
zertifizierte, revisionssichere Datenlöschung DSGVO-konform

## 1 Ankauf Ihrer Hardware inkl. Abholung vor Ort

- Kostenlose Bewertung
- Verpacken und Abholung vor Ort
- Revisions sichere Dokumentation

## 2 Revisions sichere Datenlöschung/ Vernichtung inkl. Nachweis

- DSGVO-konforme Löschung nach DoD 5220.22-M Standard
- Vernichtung nach DIN 66399

## 3 Auditierung der Ware mit transparenter Abrechnung

- Ihre IT-Hardware wird optisch und technisch bewertet
- Abrechnung der Geräte nach Audit mit Einzelpreisen

## 4 Nachhaltiger Prozess für die Umwelt

- Gesetzeskonform nach dem KrGW, ElektroG und WEEE
- Weiterverkauf der IT-Hardware
- CO2-Einsparung

## Nehmen Sie Kontakt mit uns auf!

RC GmbH • Carl-Zeiss-Ring 4 • 85737 Ismaning • Germany  
www.remarketing.bayern • +49 (0)89 7263-3948 • bayern@remarketing.company

# Neu beim E-Commerce

Am 1. Juli 2021 startet die zweite Stufe des Mehrwertsteuer-Digitalpakets mit veränderten Regeln für den Onlinehandel. Was Unternehmen dazu wissen sollten.

EVA MÜLLER-TAUBER

Nach einer coronabedingten Verzögerung auf EU-Ebene ist es nun so weit: Zum 1. Juli 2021 treten durch das Mehrwertsteuer-Digitalpaket, auch E-Commerce-Paket genannt, neue Regelungen bei der Umsatzsteuer im Onlinehandel in Kraft. »Das bedeutet für die betroffenen Unternehmer einen nicht zu unterschätzenden Anpassungsbedarf. Sie müssen sich insbesondere auf Neuregelungen der Lieferschwellen im Versandhandel (neu: Fernverkauf) bei Online-Marktplätzen sowie auf neue Verfahren einstellen«, sagt IHK-Steuerexpertin Katja Reiter.

## Worauf zielt das Mehrwertsteuer-Digitalpaket ab?

Die Europäische Kommission wollte die mehrwertsteuerlichen Pflichten für Unternehmen vereinfachen, die, elektronisch unterstützt, grenzüberschreitende Lieferungen und Dienstleistungen an bestimmte Endkunden erbringen. Zudem sollte sichergestellt werden, dass die Mehrwertsteuer auf diese Umsätze korrekt an den jeweiligen Mitgliedstaat abgeführt wird. Mit den Änderungen im Jahressteuergesetz 2020 zum Mehrwertsteuer-Digitalpaket setzte der deutsche Gesetzgeber die europäischen Vorgaben um.

## Welche Änderungen wurden bereits in der ersten Stufe umgesetzt?

Die erste Stufe des Pakets ist 2019 in Kraft getreten. Sie beinhaltet vor allem Erleichterungen für kleine und mittelgroße Dienstleister. So werden seither unter anderem die Umsätze für grenzüberschreitende Telekommunikations-, Rundfunk- und Fernsehdienstleistungen sowie auf elektronischem Weg erbrachte Dienstleistungen an unter anderem Privatkunden innerhalb der EU wie inländische Umsätze

behandelt, sofern der jährliche Umsatz der in Deutschland ansässigen Unternehmen insgesamt nicht mehr als 10000 Euro (EU-weit betrachtet) beträgt. Das heißt, der leistende Unternehmer versteuert diese Umsätze im Inland und nicht, wie sonst generell vorgeschrieben, im Bestimmungsland (Sitz des Leistungsempfängers). Damit sind in diesem Fall grundsätzlich die deutschen Rechtsvorschriften zu beachten. Wer freiwillig möchte oder wer die oben genannte Umsatzschwelle überschreitet, kann seine Teilnahme an einer Sonderregelung beantragen und seine in der EU geschuldete Umsatzsteuer zentral über das Bundeszentralamt für Steuern (BZSt) abführen (Mini-One-Stop-Shop-Verfahren, kurz: MOSS). Das kann vor allem für Firmen, die in mehreren EU-Staaten tätig sind, den administrativen Aufwand verringern.

## Welche zentralen Neuerungen sieht die zweite Stufe vor?

**Aus Versandhandel wird Fernverkauf:** Künftig werden Lieferungen von Gegenständen innerhalb der EU oder aus einem Drittland an bestimmte Abnehmer (unter anderem Privatkunden) als sogenannte Fernverkäufe definiert (Neufassung von § 3c Umsatzsteuergesetz – UStG). Versteuert werden solche Verkäufe grundsätzlich im Bestimmungsland.

**Einheitliche Lieferschwelle von 10000 Euro:** Bei dem grenzüberschreitenden Versand zum Beispiel an Privatkunden innerhalb der EU sah die sogenannte Versandhandelsregelung bisher vor, dass für den Leistungserbringer eine Mehrwertsteuerpflicht nicht im eigenen Land, sondern im Sitzland des Privatkunden gilt (Bestimmungsland), sobald er eine länderspezifische Netto-Umsatzschwelle überschreitet. Noch fällt diese sogenann-

te Lieferschwelle derzeit nicht in jedem EU-Land gleich hoch aus. Ab dem 1. Juli 2021 gilt jedoch ein einziger Schwellenwert für die gesamte EU von 10000 Euro. »Dieser Wert ist im Vergleich zu den bis dato geltenden Lieferschwellen von ca. 35000 Euro niedriger angesetzt, und so kann es sein, dass Unternehmer, die viele grenzüberschreitende Fernverkäufe tätigen, leichter als früher den Schwellenwert überschreiten«, sagt IHK-Expertin Reiter.

**Eine zentrale Anlaufstelle – aus MOSS wird OSS:** Der bisherige Mini-One-Stop-Shop (MOSS) wird zum One-Stop-Shop (OSS) ausgebaut und der Kreis der Berechtigten wird erweitert (siehe rechts: Wer darf das OSS-Verfahren in Anspruch nehmen?). Die betroffenen Firmen können freiwillig wie beim MOSS eine zentrale Anlaufstelle nutzen – in Deutschland: das Bundeszentralamt für Steuern – und müssen sich nicht mehr in jedem EU-Land, in dem sie Kunden haben, umsatzsteuerlich registrieren lassen. Sie erklären ihre in den übrigen Mitgliedstaaten der EU ausgeführten Umsätze, die unter diese Sonderregelung fallen, in einer besonderen Steuererklärung, übermitteln sie auf elektronischem Weg und entrichten die sich ergebende Steuer insgesamt an das Bundeszentralamt für Steuern.

**Neues Import-One-Stop-Shop-Verfahren (IOSS):** Wer als Unternehmer Fernverkäufe von Gegenständen in Sendungen mit einem Sachwert von bis zu 150 Euro aus Staaten außerhalb der EU (Drittstaaten) an zum Beispiel Privatpersonen in der EU tätigt, kann ebenfalls einen neuen Service nutzen. Der Import-One-Stop-Shop ermöglicht es, die ausgeführten Umsätze, die unter diese Sonderregelung fallen, in einer Steuererklärung zentral an das Bundeszentralamt für Steuern zu übermitteln. Damit verbunden ist eine vereinfachte

Zollerklärung. Wenn das IOSS-Verfahren nicht genutzt wird, gibt es optional eine weitere Sonderregelung (Special Arrangement): Die Beförderer (zum Beispiel Post- beziehungsweise Expresskurierdienstleister) können die Einfuhrumsatzsteuer für die Einfuhren eines Monats von den Sendungsempfängern erheben und im Folgemonat gesammelt an die Zollverwaltung entrichten.

Die frühere 22-Euro-Freigrenze bei der Einfuhrumsatzsteuer wird abgeschafft. Das Bundesfinanzministerium hat zu den Änderungen bei Fernverkäufen und OSS/IOSS ein BMF-Schreiben vom 1. April 2021 veröffentlicht.

scheinungen über die steuerliche Erfassung der auf elektronischen Marktplätzen tätigen Händler abgelöst. Künftig kommt es bei den elektronischen Schnittstellen stattdessen auf die Umsatzsteuer-Identifikationsnummer an. Zu den Änderungen der Haftung bei Onlinemarktplätzen hat das Bundesfinanzministerium ein gesondertes BMF-Schreiben vom 20. April 2021 veröffentlicht.

### Wer darf das OSS-Verfahren in Anspruch nehmen?

Der Adressatenkreis von MOSS wächst mit der Umstellung auf OSS deutlich. Das Verfahren richtet sich laut Bundeszent-

erpflichtigen unterstützen und deshalb behandelt werden, als ob sie die Gegenstände selbst geliefert hätten.

Darüber hinaus dürfen Nicht-EU-Unternehmen das OSS-Verfahren wahrnehmen, sofern sie im Inland über eine Einrichtung wie zum Beispiel ein Lager verfügen, von der aus sie Waren zum Beispiel an Privatpersonen in anderen EU-Mitgliedstaaten liefern.

### Ist die Teilnahme an OSS verpflichtend?

Nein, es gibt ein Wahlrecht: Unternehmer können den One-Stop-Shop nutzen oder sich in jedem EU-Mitgliedstaat umsatzsteuerlich registrieren, in dem sie steuerpflichtig sind. »Wer nur in einem EU-Land grenzüberschreitend tätig ist, für den kann letztere Variante mitunter noch praktikabel sein«, so Reiter. »Wer sich wiederum für OSS entscheidet, wickelt diese Umsatzsteueraktivitäten zentral darüber ab«, erläutert die Expertin. Dafür sind hier die administrativen Tätigkeiten über OSS gebündelt, und der Unternehmer kann sich mit den Umsatzsteuermodalitäten in seiner eigenen Sprache befassen.

Bereits seit 1. April 2021 besteht die Registrierungsmöglichkeit für OSS/IOSS. Dennoch müssen Unternehmer das jeweilige ausländische Steuerrecht weiterhin beachten und zum Beispiel bei beiden Varianten die einzelnen Steuersätze für die verschiedenen Waren im Bestimmungsland kennen. »Die Änderungen durch das Mehrwertsteuer-Digitalpaket sind sehr umfangreich. Betroffene Unternehmen sollten sich daher rechtzeitig mit den Neuregelungen auseinandersetzen«, erklärt IHK-Expertin Reiter. ■



Wer online verkauft, muss sich mit neuen Regeln auseinandersetzen

Foto: baranq/Adobe Stock

### Lieferkettenfiktion für Onlineschnittstellenbetreiber:

Beim Verkauf von Waren über eine elektronische Plattform oder einen elektronischen Marktplatz (elektronische Schnittstelle, § 3 Abs. 3a UStG-neu) wird künftig unter bestimmten Voraussetzungen ein Reihengeschäft fingiert. Dabei gelten besondere Regelungen. Die Onlineschnittstelle wird damit in die Lieferkette und – ähnlich einem Kommissionsgeschäft – in die Besteuerung einbezogen. Der Schnittstellenbetreiber wird so zum Steuerschuldner der Umsatzsteuer für den Verkauf der Ware an den Endkunden. Auch werden die geltenden Regelungen zur Haftung von Betreibern elektronischer Marktplätze angepasst und die Papierbe-

ramalamt für Steuern an in der Europäischen Union niedergelassene Unternehmer, die gegen Entgelt

- ▶ bestimmte Dienstleistungen an Privatpersonen in Mitgliedstaaten der EU erbringen, in denen sie nicht ansässig sind, oder
- ▶ innergemeinschaftliche Fernverkäufe von Gegenständen tätigen oder
- ▶ eine elektronische Schnittstelle – also etwa einen elektronischen Marktplatz, eine Plattform, ein Portal oder Ähnliches – zur Verfügung stellen, durch deren Nutzung sie die Lieferung von bestimmten Gegenständen innerhalb eines Mitgliedstaats durch einen nicht in der Gemeinschaft ansässigen Steu-

Weitere Informationen zu OSS/IOSS beim Bundeszentralamt für Steuern:

[www.bzst.de](http://www.bzst.de)

sowie auf der IHK-Website:

[www.ihk-muenchen.de/mehrwertsteuer-digitalpaket](http://www.ihk-muenchen.de/mehrwertsteuer-digitalpaket)

Dort gibt es auch weitere Hinweise zu den Änderungen bei Onlinemarktplätzen sowie ein Merkblatt zu B2C-Lieferungen/Fernverkäufen.

### IHK-Ansprechpartnerin zum Mehrwertsteuer-Digitalpaket

Katja Reiter, Tel. 089 5116-1253  
katja.reiter@muenchen.ihk.de

# Präsent im Netz

Corona hat gezeigt, wie wichtig ein überzeugender Onlineauftritt für jedes Unternehmen ist. Vier Experten mit ihren Tipps für Website & Co.

— EVA ELISABETH ERNST —

## Aufs Wesentliche konzentrieren

Hans Sanmiguel (45) ist Gründer und Geschäftsführer der strategischen Designagentur Hans Albu Sanmiguel GmbH in München. Er betont die zentrale Rolle des Internetauftritts:

»Eine Website vermittelt, wie ein Unternehmen tickt, welche Werte und welchen Qualitätsanspruch es hat. Aktuelle Inhalte in Form von kurzen Texten mit klaren Botschaften und stimmungsvollen, hochwertigen Bildern bilden die Basis. Auf Fotos oder Videos können Mitarbeiter oder Produkte ins Rampenlicht gerückt werden. Auch der Unternehmer selbst sollte auf seiner Website Gesicht und Persönlichkeit zeigen. Nicht zu unterschätzen sind ein schönes Logo, moderne Typografie, klar

erkennbare Buttons und Schaltflächen. Minimalismus liegt übrigens nicht nur optisch im Trend, auch inhaltlich sollte man sich auf das Wesentliche konzentrieren. Wer versucht, möglichst viele Informationen unterzubringen, um alle denkbaren Nutzergruppen zu bedienen, läuft Gefahr, dass er seine Website überfrachtet. Dann fühlt sich niemand so richtig angesprochen. Von vorgefertigten Website-Baukästen raten wir ab. Sie liefern Design von der Stange – und das merken die Besucher. Die Website bildet das Medium zwischen Mensch und Unternehmen. Sie sollte zum Dialog, zu Interaktion und Kommunikation einladen. Natürlich kostet eine gute Website Geld. Dafür arbeitet sie aber auch 365 Tage im Jahr rund um die Uhr für das Unternehmen.«



Foto: Sanmiguel

Hans Sanmiguel, Agentur Hans Albu Sanmiguel



Foto: Social4Success

Luka-Barbara Clostermann, Social4Success

## Verkaufen über Instagram

Luka-Barbara Clostermann (29), Gründerin und Inhaberin der Social-Media-Agentur Social4Success in Ingolstadt, kennt Erfolgsfaktoren und Trends auf Instagram:

»Im Lockdown lernten viele lokale Händler und Gastronomen die Vorteile von Instagram kennen: Denn über diesen Social-Media-Kanal können Unternehmen nicht nur ihren Bekanntheitsgrad in ihrer Region erhöhen, sondern auch ihre Produkte und Dienstleistungen verkaufen. Für den Erfolg auf Instagram ist es wichtig, im Business-Account ein aussagefähiges Profil zu erstellen und mit der Website zu verlinken. Eine Content-Strategie, in der festgelegt wird, wann zu welchen Themen gepostet wird, unterstützt bei der erforderlichen Kontinuität: Denn mindestens dreimal pro Woche, besser noch einmal

täglich, sollte ein Post veröffentlicht werden. Fotos allein reichen mittlerweile nicht mehr, Videos gewinnen an Bedeutung. Seit etwa einem Jahr erweisen sich Mehrwert-Posts als Reichweiten-Booster. Das Gute bei Instagram ist, dass die Postings nicht nur den eigenen Followern, sondern auch anderen Nutzern mit passenden Interessen gezeigt werden. Über ihren Facebook-Account können Unternehmen auch auf Instagram Anzeigen für extrem präzise definierte Zielgruppen schalten. Wird regelmäßig guter Content geliefert, erhöht sich die Reichweite über die Zahl der Abonnenten und Likes im Lauf der Zeit jedoch auch organisch. Dazu ist aber Interaktion mit der Community nötig, wie etwa Antworten auf Kommentare oder Likes für Beiträge anderer. Follower oder Likes zu kaufen, ist keine gute Idee: Das wird vom Algorithmus abgestraft und kann zur Sperrung des Accounts führen.«

## Unbedingt aktuell halten

Georg Hansbauer (35) ist Gründer und Geschäftsführer der Testbirds GmbH. Er hat sich auf das Testing digitaler Produkte durch die globale Crowd spezialisiert:

»Rund 15 Prozent unserer Crowdttesting-Aufträge entfallen auf die Analyse von Unternehmenswebsites. Dabei überprüfen unsere Tester zum einen die Funktionalität, also, ob die Website in den verschiedensten Browser-Varianten und auf allen Endgeräten von Smartphones über Tablets bis zu Desktops optimal dargestellt wird. Bei der Benutzerfreundlichkeit achten sie vor allem darauf, ob jede Besucherzielgruppe, wie etwa Interessenten, Kunden, Bewerber oder Geschäftspartner, das, was sie sucht, schnell und problemlos findet.

Dabei hilft es, wenn sich ein Unternehmen bereits bei der Konzeption einer Website

mit seinen Vertriebsprozessen und der Customer Journey beschäftigt und auch darüber nachdenkt, wie die Website regelmäßig gepflegt und aktualisiert werden soll. Denn veraltete Informationen auf der Website gehen gar nicht. Wenn zum Beispiel Öffnungszeiten nicht mehr stimmen oder der letzte Eintrag unter »Aktuelles« zwei Jahre alt ist, macht das keinen guten Eindruck.

Als Webpräsenz gewinnt ein komplett ausgefülltes Profil bei Google my Business an Bedeutung, mit dem unter anderem der Standort eines Unternehmens bei Google Maps hervorgehoben wird. Aber auch die Inhalte der Facebook- und Instagram-Accounts prägen das Bild eines Unternehmens im Internet. Wer diese Social-Media-Plattformen bespielt, sollte sich im Vorfeld Gedanken darüber machen, welche Informationen auf welchem Kanal veröffentlicht werden.«



Foto: Testbirds

Georg Hansbauer, Testbirds

Webinare, Leitfäden und andere Informationen zu Marketing und Vertrieb auch auf der IHK-Website: [www.ihk-muenchen.de/marketing-vertrieb](http://www.ihk-muenchen.de/marketing-vertrieb)

## Regelmäßig überarbeiten

Omid Rahimi (37) ist Geschäftsführer der Onlinemarketing-Agentur eMinded GmbH aus München, die sich auf kleine und mittelständische Unternehmen konzentriert. Er rät:

»Alle drei bis fünf Jahre sollte jede Unternehmenswebsite komplett überarbeitet und aufgefrischt werden. Wird das Content-Management-System, auf dem die Website läuft, vom Anbieter nicht mehr regelmäßig aktualisiert, kann ein Relaunch auch schon früher fällig werden. Sonst drohen Sicherheitslücken und Nachteile bei der Auffindbarkeit der Website durch Suchmaschinen.

Wir empfehlen unseren Kunden, Mess-elemente in ihre Website einzubauen, mit denen zum Beispiel über dynamische Telefonnummern gemessen werden kann, welche Anrufe aufgrund eines Website-

Besuchs erfolgt sind. Aber auch über Standard-Analysetools lassen sich Kennzahlen wie die Zahl der Besucher, die durchschnittliche Verweildauer auf einzel-



Foto: eMinded

Omid Rahimi, eMinded

nen Seiten oder die Anzahl der Anfragen, die über die Website eingehen, ermitteln. Sie geben unter anderem Aufschluss darüber, wie gut einzelne Inhalte bei den Besuchern ankommen.

Eine der größten Herausforderungen bei der Konzeption einer Website besteht darin, die Unternehmensperspektive zu verlassen und die des Nutzers einzunehmen – und dann auch nur die Informationen aufzunehmen, die für den User relevant sind. Hier herrschen mitunter eine gewisse Betriebsblindheit und der Wunsch, so viel wie möglich auf die Website zu packen. Doch im Grunde geht es darum, zu klären, welche Fragen die Nutzer haben und wie sie am besten beantwortet werden. Denn der Köder muss ja bekanntlich dem Fisch schmecken und nicht dem Angler.«

# Suche per *Hashtag*

Keine Jobbörsen, keine Praktika, keine Schulbesuche – Corona stellt Firmen vor die Herausforderung, ihr Azubi-Recruiting umzukrempeln. Das Werben in den sozialen Medien bringt gute Erfolge.

SABINE HÖLPER

**P**eter Wiedemann (65), Geschäftsführer der Wiedemann Parfümerie GmbH, hat sein Ausbildungsrecruiting bisher auf drei Säulen gestellt: Schülerpraktika, Aushänge in den Schaufenstern seiner Geschäfte – und Social Media. Praktika sind in Lockdown-Zeiten nicht möglich. Plakate kann man zwar in die Schaufenster hängen, sie werden aber wenig beachtet, wenn kaum ein Kunde im Laden ein- und ausgeht. Bleibt das digitale Anwerben über Kanäle wie Instagram oder Facebook als aktuell wichtigster Baustein. Nach Ansicht des Unternehmers sind sie sowieso der beste Weg, um Azubis aufs Unternehmen aufmerksam zu machen und junge Leute für die Ausbildung zu gewinnen. »Wir sind damit erfolgreich«, sagt Wiedemann.

Die Zeiten ändern sich, der Bedarf der Unternehmen an guten Fachkräften bleibt. Vorausschauende Firmen suchen daher nach wie vor talentierte junge Leute für die Ausbildung. Leicht war das schon in den letzten Jahren nicht. Seit Beginn der Virus-Ausbreitung ist es noch schwieriger geworden. Denn viele etablierte Möglichkeiten, Kontakte zu potenziellen Bewerbern zu knüpfen, sind weggefallen: Azubi-Messen wie etwa die IHKjobfit! finden vorübergehend nicht statt. Auch Besuche und Bewerbertrainings in Schulen sind kaum noch möglich, geschweige denn ein Tag der offenen Tür im Unternehmen. Schulklassen dürfen nicht vorbeikommen, Praktikanten sind nahezu außen vor. Aber: Alles Digitale geht. Und es geht sogar ziemlich gut.

»Instagram, TikTok – das sind die Plattformen, auf denen die jungen Leute zu Hause sind – und deshalb sind sie fürs Recruiting eine gute Wahl«, sagt Anja Fuchs, Bildungsberaterin bei der IHK für München



Digital Natives – potenzielle Azubis lassen sich im Netz besonders gut erreichen

Foto: Alessandro Biascioli/Adobe Stock

und Oberbayern. »Ein Hashtag spricht die Jugendlichen heutzutage weit mehr an als eine Anzeige, sie stoßen ganz zufällig beim Surfen durchs Netz darauf und bleiben im Idealfall hängen.« Im Übrigen seien die sozialen Medien schon länger interessante Recruitingkanäle. »Corona wirkt lediglich wie ein Brandbeschleuniger.« Vor allem Instagram- und TikTok-Videos hält Fuchs für adäquate Mittel zur Ansprache der jungen Leute: »In den Videos kann ein Unternehmen Inhalte viel besser vermitteln als in herkömmlichen Annoncen.

Die Bandbreite an Möglichkeiten ist nach gut einem Jahr Corona allerdings noch größer. Vieles, was zuvor analog lief und nun digital möglich ist, wird auch digital umgesetzt. Beispiel AzubiScouts: Früher gingen die Azubis in die Abschlussklassen und gaben den Schülern Einblicke in ihre Berufe. Heute tun sie das über die Webcam – und die Jugendlichen sind genauso aufmerksam und begeistert. Beispiel Azubi-Messen: Früher bauten die Firmen Stände in Hallen auf und präsentierten sich den potenziellen Lehrlingen und ih-

ren Eltern. Mittlerweile chatten sie online mit ihnen.

## Azubi-Messen gehen online

Diverse Messen sind in den vergangenen Monaten ins Netz gegangen. Die »Woche der Ausbildung« der Bayerischen Staatsregierung lief Mitte März online ab, Ende Februar fand bereits die FirstWeek im Web statt, so wie im Herbst zuvor die LastWeek. Das Format geht auf die vor sechs Jahren von diversen Partnern, darunter der IHK, initiierte LastMinute zurück. Mit 36 teilnehmenden Firmen und rund 600 Besuchern war der digitale Ableger der Ausbildungsmesse noch kein durchschlagender Erfolg, »aber doch bedeutend besser als nichts«, sagt Cengiz Onur, Referent für Arbeit und Wirtschaft bei der Landeshauptstadt München.

Christian Wiedemann (47), Personalkoordinator beim Pflegedienstleister MÜNCHENSTIFT GmbH, hat sich sowohl an der LastWeek als auch an der FirstWeek beteiligt und spricht von einer überschaubaren Zahl an Kontakten dort. Dennoch wird er, sofern es in nächster Zeit keine Präsenzmessen gibt, bei der nächsten digitalen Variante wieder dabei sein, um die jährlich benötigten 150 Azubis für die Pflege

### Darum geht's

- ▶ Jobmessen im Netz sind eine Option für die Azubisuche.
- ▶ Social-Media-Kanäle wie etwa Instagram sind besonders effektiv – vor allem wenn Firmen die eigenen Azubis dort zu Wort kommen lassen.

zu finden. Die größeren Recruitingserfolge, so Wiedemann, habe MÜNCHENSTIFT jedoch über die sozialen Medien erzielt. »Wir haben potenzielle Interessenten über Facebook- und Instagram-Anzeigen angesprochen. Mit einem Klick sind sie auf unserer Webseite gelandet, direkt auf der Seite mit der speziellen Azubi-Kampagne.« Dieses Vorgehen sei effizient gewesen. »Wir konnten die offenen Plätze besetzen.«

Derartige Erfolge zeigen: Der Ausnahmezustand hat vielleicht auch etwas Gutes.



Setzt beim Ausbildungsrecruiting auf Social Media – Peter Wiedemann, Chef der Parfümerie Wiedemann

Foto: Victoria Gray

Er macht Unternehmen, die bislang stark auf analoges Azubi-Marketing gesetzt haben, klar, dass das Werben in der digitalen Welt auch aufgeht. Vielleicht sogar besser. Die potenziellen Azubis sind nun einmal Digital Natives. Sie sind ohnehin im Internet und dort in den sozialen Medien aktiv. Also sollte man sie dort ansprechen und abholen.

Das hat auch die Münchner Bank eG erkannt. Auf Facebook ist das Geldhaus schon länger präsent, auf Instagram seit 2020. »Als moderne Genossenschaftsbank war und ist es uns wichtig, neue junge Mitglieder für unser Netzwerk und genossenschaftliches Banking zu begeistern. Dazu gehört für uns inzwischen ebenso Insta – nicht nur für unsere jungen Mitglieder, sondern auch als Ansprachekanal für interessierte junge Bewerber, die einen Ausbildungsplatz suchen«, sagt Claudia Zink (50), Leiterin Privat- und Gewerbekunden.

Außer auf Instagram präsentiert sich die Bank seither ebenfalls auf der digitalen Jobbörse Azubi.de. »Diese neuen Kanäle haben uns einen Schwung an Anfragen gebracht«, sagt Ausbilderin Ilektra Lamprousi (31).

Der Erfolg auf diesen Plattformen erklärt sich auch daraus, dass die Azubis dort selbst aktiv werden. Sie drehen kleine Videos, stellen sich und den Beruf vor. Diese Authentizität kommt an. Davon ist auch

Parfümerie-Unternehmer Wiedemann überzeugt. »Einer unserer erfolgreichsten Spots auf Instagram war der, bei dem unsere Azubis Nachfolger gesucht haben«, sagt er. Sein Resümee nach mehreren Jahren in den sozialen Medien: »Kostet am wenigsten, bringt am meisten.« ■

### IHK-Ansprechpartner zum Thema Ausbildung

Florian Kaiser, Tel. 089 5116-1386  
florian.kaiser@muenchen.ihk.de

**BEFESTIGUNGSTECHNIK**

**PAULIS**

[www.paulis-befestigungstechnik.de](http://www.paulis-befestigungstechnik.de)

**HITACHI** Inspire the Next  
**Paslode**  
**haubold®**  
**RGN® EUROPE** FASTENING SYSTEMS

**Nägel • Klammern • Schrauben**  
**Druckluftgeräte • Werkzeuge • Reparaturen**

Sattlerweg | - Gewerbegebiet Nord - 84367 Tann  
**Tel. 08572/1601 - Fax 7359**

**Da**  
schau  
her!

Trüffeln werden heute mit  
Hunden gesucht –  
das Trüffelschwein hat  
ausgedient

# Mystische Pilze

Foto: ©APT Servizi Region Emilia Romagna

Ein studierter Jurist aus Murnau handelt seit Jahrzehnten professionell mit Trüffeln. Sein Respekt vor dem exklusiven Naturprodukt ist ungebrochen groß.

CORNELIA KNUST

**K**risen scheinen Trüffelgroßhändler Stephan Burger nicht viel auszumachen. Dabei handelt er mit einem höchst launenhaften und empfindlichen Naturprodukt, bei dem der Kilopreis je nach Erntemenge und Qualität zwischen 2000 und 10000 Euro schwankt. Doch schon während der Finanzkrise vor rund zehn Jahren liefen die Geschäfte gut, denn die wirklich Reichen waren von der Rezession nicht betroffen, wie Burger meint. Und 2020, als während der Pandemie Restaurants geschlossen hatten, lief es nicht schlecht: »Von März bis September war das natürlich sehr mau, aber um Weihnachten haben wir Trüffel verkauft wie verrückt.« Burger (64) zählt neben Spitzenköchen zahlreiche Wiederverkäufer zu seinen Kunden, die viel Ware an Privatpersonen loswurden, auch über das Internet. Zudem war die Ernte in Italien knapp. So fielen die Preise trotz Corona nicht ins Bodenlose. Im Spätherbst und Winter, der Hauptsaison für die klassische weiße Wintertrüffel (»Alba«), seien sie mit dem Säubern, Prüfen, Sortieren, Wiegen und Verpacken gar nicht mehr nachgekommen, sagt Burger. Er leitet die La Bilancia Trüffelhandels GmbH mit seinem Neffen Felix Burger, einem Gesundheitsökonom, der seit zwei Jahren Mitgeschäftsführer ist. Einen Auszubildenden zum Großhandelskaufmann haben sie noch, mehr Mitarbeiter gibt es nicht. Im Gewerbehof der Stadt München in Obersending ist

der Firmensitz. An einer großen Küchenspüle werden die kostbaren Schlauchpilze mit der rindenartigen Oberfläche abgebraust, anschließend in einer Sandkiste getrocknet und mit dem Pinsel abgestaubt. Dann geht es ans Sortieren: nach Größe, Form, Qualität, Aroma – und nach unerwünschten Mitbewohnern: Winzige Würmer machen eine Knolle sofort zur Ausschussware.

»Die Trüffeln richtig zu sortieren, ist entscheidend«, sagt Burger. Man brauche Auge und Nase, dürfe keine Kompromisse machen. Talent, Fleiß und Genauigkeit – das sei der Schlüssel zur erfolgreichen Arbeit mit Trüffeln. »Wenn man schlampet, kommt das teuer. Das Geschäft lebt von Vertrauen und Verlässlichkeit.« Zudem müsse man wissen, was der Kunde braucht.

Bei zwei Grad werden die Trüffeln in einem gläsernen Kühlschrank und in einem kleinen Kühlraum frisch gehalten. In Papiertüten verpackt oder in Folie eingeschweißt, gehen sie auf Reisen. Weiße Styroporboxen, gefüllt mit goldfarbenen Kühlelementen, bilden die Nester, in denen die Ware per Lieferdienst im Eiltempo in alle Welt verschickt wird. Denn nach ein bis zwei Wochen ist die Trüffel schlecht.

Insgesamt gehen pro Jahr vier Tonnen Trüffeln über diesen Sortiertisch. Zwischen 2,5 und drei Millionen Euro Umsatz macht Burger damit. Jetzt im Frühjahr, etwa ab April, ist in Europa die Zeit für die wesentlich weniger exklusiven schwarzen Sommertrüffeln. Da kostet das Kilo nur zwischen 100 und 700 Euro. Aber es gibt zwischen Juni und August auch Importe der edlen schwarzen Wintertrüffeln (Sorte »Périgord«) aus Australien.

Die Qualitäten, Saisons und Herkunftsgebiete sind vielfältig. Kamen Trüffeln früher vor allem aus Italien oder dem französischen



Stephan Burger (r.) und sein Neffe Felix mit Trüffeln bei »Käfer«



Exklusiv – die weiße Trüffel »Alba« gibt es nur im Spätherbst und Winter



Aromatisch – Trüffelmarkt in der italienischen Emilia Romagna



Teamarbeit – zusammen auf Trüffelsuche

Périgord, sind heute Spanien, Kroatien und Bulgarien große Lieferanten, aber auch China. In Südfrankreich und Spanien blüht die Zucht: Kleine Eichen werden an der Wurzel mit Trüffelsporen bestäubt und in Reih und Glied gepflanzt. Es kann Jahre dauern, bis es eine wirklich nennenswerte Ernte gibt. Gesucht wird mit Hunden wie inzwischen überall – das Trüffelschwein hat ausgedient.

### Geschmack, Prestige und hoher Preis

2019 haben die Burgers im Rahmen eines Studienprojekts des Bundesamts für Landwirtschaft und Ernährung alle Trüffelländer der Erde bereist und noch einmal viel dazugelernt. Eine gewisse Feuchtigkeit, gemischtes Wetter, ein bestimmter Säuregrad im Boden, mediterrane Temperaturen – das lässt die Trüffel wachsen. Wälder aus Eichen, Linden oder Haselnuss sind ihr Zuhause. Die immer öfter zu trockenen, zu heißen Sommer sind ihr Feind. Ihr Geschmack, ihr Prestige und der hohe Preis – das fasziniert zunehmend mehr Menschen in aufstrebenden Industrienationen und lockt auch immer mehr Wettbewerber ins Trüffelgeschäft. Und die Trüffelplantagen vermarkten ihre Ware vielleicht bald direkt über das Internet. Doch Burger setzt unerschütterlich auf seine Erfahrung, sein Know-how, seinen Fokus auf Spitzenware. Der Neffe sagt anerkennend: »Ich habe sieben Jahre gebraucht, um die Abstufungen in der Qualität zu erkennen.« Der Onkel gibt stolz zurück: »Felix kann gut verkaufen, auch mit Emotionen.« Die beiden führen ein ungewöhnliches Leben. Heute ein Parkplatz im Regen an einer italienischen Autobahn, wo sie in einem Kofferraum Trüffel begutachten. Morgen ein Drei-Sterne-Lokal in Hongkong oder New York, wo sie die Gäste mit Trüffelgeschichten

bezaubern. Dann wieder das Industriegelände in Obersendling. Dass sie ein irgendwie mystisches Produkt in Händen halten, ist den beiden bewusst. »Man versteht das alles nicht bis ins letzte Detail«, sagt Stephan Burger mit einem Lächeln. Wie lange die Trüffel braucht, um zu wachsen. Warum sie von einer Hügelkette zur nächsten anders schmeckt. Warum kurz vor Neumond und kurz vor Vollmond besonders viele zu finden sind.

Der Senior ist seit 1985 im Geschäft. Damals war er Jurastudent mit Hang zu guter Küche. Gemeinsam mit einem Studienfreund begann er, Wein aus Italien zu importieren. Ein Winzer in der Emilia Romagna, der Region um Bologna, machte ihn auf die besonders guten weißen Trüffel der Gegend aufmerksam, die es mit der berühmten Trüffel aus dem Piemont aufnehmen könnten. Zwei Kilo Trüffel für 3000 Mark – das war die erste Fuhre im mütterlichen Auto. Die beiden Ahnungslosen hatten Glück, denn ihre ersten Kunden hießen Karl Ederer, Eckart Witzigmann und Heinz Winkler, damals drei legendäre Köche in München. Gastronomie-lieferanten wie Rungis Express und RS Gourmets bestellten dann gleich größere Mengen. Die VR-Bank in Murnau (von dort stammt Burger) finanzierte den Direktimport und übernimmt das bis heute, wobei die Ware längst nicht mehr nur aus Italien kommt. Trotz dieser 36 Jahre Verbundenheit mit dem Pilz – den typischen Geschmack von Trüffeln zu beschreiben, fällt Burger schwer. »Man fällt hinein wie in einen sehr guten Rotwein«, sagt er schließlich. Und wie isst er sie am liebsten? Geröstetes Schwarzbrot mit Butter ist für ihn die beste Unterlage. Über das Risotto hobelt er sie mit einer gewöhnlichen Käse- und Speisereibe. Neffe Felix liebt Trüffel zum Cordon bleu, auf dem Flammkuchen oder zum Spiegelei. ■

# Jubiläen des Monats

## 40 Jahre

Hildegard Knorr  
**Schenker Deutschland AG,**  
**Geschäftsstelle Neufahrn**

Klaus Hinterhäuser  
**Württembergische Versicherung AG, München**

## 25 Jahre

Sabine Berger  
**Dittel Messtechnik GmbH, Landsberg am Lech**

Susanne Heling  
**Sparkasse Freising**

Joachim Becker, Uwe Schäfer  
**SIT München GmbH & Co. KG, München**

Erich Theisz  
**WISAG Produktionservice GmbH,**  
**Niederlassung Burgkirchen**

Joaquim Da-Cruz-Paulos,  
 Manuel Joaquim Da-Silva-Leal  
**Implemia Instandsetzung GmbH, München**

Frauke Thiele  
**Penguin Random House Verlagsgruppe GmbH,**  
**München**

Walter Johann Eberl  
**Versicherungskammer Bayern,**  
**Regionaldirektion Südbayern, München**

## 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/ehreneauezeichnung](http://www.ihk-muenchen.de/ehreneauezeichnung)

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



Foto: Goran Gajarin

## Firmenindex

Firma	Seite	Firma	Seite	Firma	Seite	Firma	Seite
Audi AG	56	eMinded GmbH	82	Insufinance Industrial Real Estate	76	Sport Haindl GmbH	70
Bankhaus Ludwig Sperrer KG	62	etepetete GmbH	60	Holding GmbH	52	SPORTHAUS SCHUSTER GMBH	70
Bayerische Landesbank (Bayern LB)	12	Giesinger Biermanufaktur & Spezialitäten	66	iwis SE & Co. KG	12	Testbirds GmbH	82
Bayerische Landesbrandversicherung AG	12	Braugesellschaft mbH	68	Kröll GmbH	12	TREUGAST Unternehmensberatungs-	
Bayern Innovativ GmbH	56	Graf von Moltke Betriebs KG	82	LA BILANCIA Trüffelhandels GmbH	86	gesellschaft mbH	68
BENO Immobilien GmbH	76	Hans Albu Sanmiguel GmbH	8	MÜNCHENSTIFT GmbH	84	Turtlexbox GmbH	52
BMW Group	56	Hartinger Grundbesitz GmbH & Co. KG	70	Münchner Bank eG	70	UniCredit Bank AG	52
Cluster-Initiative Forst und Holz in Bayern gGmbH	58	Hirmer GmbH & Co. KG	70	norisk Group GmbH	66	Vereinigte Papierwarenfabriken GmbH	8
Collaborating Centre on Sustainable Consumption and Production gGmbH (CSCP)	60	Hotel, Restaurant & Bildungszentrum Kapuzinerhof	60	OLCHINGER BRAUMANUFKATUR GmbH	76	Wiedemann Parfümerie GmbH	84
ConSol Consulting & Solution Software GmbH	74	ibi research an der Universität Regensburg GmbH	70	PricewaterhouseCoopers GmbH	68	ZIRNGIBL Rechtsanwälte	
DELO GmbH & Co. KGaA	74	ilapo Internationale Ludwigs-Arzneimittel GmbH & Co. KG	10	Qannik Projects	60	Partnerschaft mbB	16
Dörrwerk GmbH	60	Innovationszentrum für Industrie 4.0 GmbH & Co. KG	74	Rewe Group	60		
				Siggi Volkmann – beratende Ingenieurin für Klima- und Kältetechnik	64		
				Sirplus GmbH	60		
				Social4Success	82		

*Die Seitenangaben beziehen sich auf den Anfang des jeweiligen Artikels.*

# INTERNATIONAL, INDUSTRIE, INNOVATION

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

## VERANSTALTUNGEN

**Innovationsförderberatung digital** | 17.6.2021, 9–10 Uhr

Information und Anmeldung unter: [www.ihk-muenchen.de](http://www.ihk-muenchen.de) -> Service -> Förder- und Finanzierungsberatung -> Innovationsförderberatung

## SEMINARE ZOLL UND AUSSENHANDEL

### Seminare

**Der/die Ausführverantwortliche, Haftung & Risikomanagement** | 10.6.2021 Live online

**Lieferantenerklärung: Bedeutung und Regeln** | 11.6.2021 Live online

**Ausführverfahren Grundlagen und Online-Abwicklung in ATLAS** (Dieses Seminar kann wegen der Pandemie auch als Live-Online-Seminar stattfinden) | 14.6.2021

**Umsatzsteuer – Behandlung des Waren- und Dienstleistungsverkehrs mit dem Ausland** | 16.6.2021

**Zoll für Einsteiger: Grundlagen des Zollwesens** | 17.6.2021

**Zollabwicklung von Garantie-, Reparatur- und Ersatzteillieferungen** | 21.6.2021 Live online

**Zoll für Einsteiger** | 22.–23.6.2021 Live online

**Nationale und europäische Exportkontrolle – Workshop und Vertiefungsseminar für Fortgeschrittene** | 22.6.2021 Live online

**Basisseminar Warenursprung und Präferenzen mit Lieferantenerklärung** | 24.6.2021 Live online

**US-(Re-)Exportkontrolle für europäische Exporteure** | 29.6.2021 Live online

**Vertiefungsseminar Warenursprung und Präferenzen mit aktuellen Rechtsänderungen** (Dieses Seminar kann wegen der Pandemie auch als Live-Online-Seminar stattfinden) | 29.6.2021

**Ausführverfahren in Theorie und Praxis** (Dieses Seminar kann wegen der Pandemie auch als Live-Online-Seminar stattfinden) | 14.7.2021

**Basisseminar Warenursprung und Präferenzen mit Lieferantenerklärung** | 20.7.2021

### Zertifikatslehrgang

**IHK-Fachkraft Zoll** | 13.9.2021 bis 12.11.2021 (Fernlehrgang) online

**IHK-Fachkraft Zoll** | 16.9.2021 bis 27.11.2021

**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](mailto:silvia.schwaiger@ihk-akademie-muenchen.de)

Gerne bieten wir diese und weitere Themen auch als Inhouse-Seminar an. Fragen Sie uns, wir erstellen ein individuelles Angebot.

Weitere Seminare unter: [akademie.muenchen.ihk.de/aussenwirtschaft](http://akademie.muenchen.ihk.de/aussenwirtschaft)

## VERKAUFSFÖRDERUNG

**Neukundenakquisition**  
Mobil: 0151 156 11 482  
[www.sales-agentur.de](http://www.sales-agentur.de)

## UNTERNEHMENSBERATUNG

**Biete Firmenkredit**  
Telefon 08141/888 24 13

## IMMOBILIEN

**WEICHELGARTNER** seit 1975



**WOHN- & GEWERBEIMMOBILIEN IN MÜNCHEN & REGION**  
Immobilienkaufleute (IHK) verkaufen & bewerten Ihre Immobilie zuverlässig.

[www.weichselgartner-immo.de](http://www.weichselgartner-immo.de) • Ein Münchner Immobilienbüro ☎ 089/918071

## STELLENGESUCH

### Erfahrener Vertriebsleiter

mit langjähriger Praxis (Konsumgüter) im Handels-, B2B- und Exportvertrieb sucht neue Herausforderung im Raum Südbayern. Beteiligung oder Unternehmensnachfolge ggf. auch interessant. Zuschriften unter Angabe der Chiffre-Nr. 202106 an MuP Verlag GmbH, Nymphenburger Str. 20 b, 80335 München



## WERBEARTIKEL

**STIEFEL®**  
eurolcart

Ihr Partner für Langzeitwerbung  
Info (084 56) 92 43 00  
[www.stiefel-online.de](http://www.stiefel-online.de)

Werbe-Wandkarten • Werbekalender • Wandkarten • Kalender • Schreibunterlagen

## GROSSFORMAT- UND DIGITALDRUCK

**STIEFEL**  
digitalprint

Wir beraten Sie gerne.  
Service-Telefon (084 56) 92 43 50  
[www.stiefel-online.de](http://www.stiefel-online.de)

XXL-Werbebanner • Fahnen/Displays • Plattendruck • Wahlplakate

**Wirtschaft**

Das IHK Magazin für München und Oberbayern

## 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](mailto:hallenbau@aumergroup.de)

Aumer Gewerbebau  
Gewerbepark B4  
93086 Wörth a. d. Donau  
Telefon 09482 8023-0  
[gewerbebau@aumergroup.de](mailto:gewerbebau@aumergroup.de)

Aumer Gewerbebau  
Schleißheimer Straße 95  
85748 Garching b. München  
Telefon 089 327087-40  
[gewerbebau@aumergroup.de](mailto:gewerbebau@aumergroup.de)

[www.aumergroup.de](http://www.aumergroup.de)

**Aumer**

MAL SCHAUEN, OB IN  
DEN PARTEI PROGRAMMEN NOCH  
WAS VON MEINER SOZIALEN  
MARKTWIRTSCHAFT DRIN IST...

Zeichnung: Dieter Hanitzsch

dieterhanitzsch.de  
06-2021

## IMPRESSUM

**Wirtschaft –**  
**Das IHK-Magazin für München und Oberbayern**  
77. Jahrgang, 10. Juni 2021  
[www.magazin.ihk-muenchen.de](http://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](http://www.ihk-muenchen.de)

**E-Mail:** [info@muenchen.ihk.de](mailto:info@muenchen.ihk.de)

**Chefredakteurin:** Nadja Matthes

**Redaktion:** Andrea Schneider-Leichsenring

**Redaktionsassistent:** Iris Oberholz

**Redaktionelle Mitarbeiter:**

Harriet Austen, Stefan Bottler, Uli Dönch,  
Eva Elisabeth Ernst, Mechthilde Gruber,  
Monika Hofmann, Cornelia Knust,  
Dr. Gabriele Lüke, Eva Müller-Tauber,

Ulrich Pfaffenberger, Melanie Rübartsch,  
Josef Stelzer

**Redaktion Berlin:** Sabine Hölper  
Gesamtherstellung/Anzeigen/Vertrieb:  
Münchener Zeitungs-Verlag GmbH & Co. KG  
Paul-Heyse-Str. 2-4, 80336 München  
[www.merkur-online.de](http://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](mailto: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](mailto:wirtschaft@mup-verlag.de)

**Produktion:** adOne

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

[www.adone.de](http://www.adone.de)

**Projektleitung:** Philip Esser

**Grafik:** Ulrich Wassmann

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

**Titelbild:** EwaStudio/Adobe Stock

**Schlussredaktion:** Lektorat Süd,  
Hohenlindener Straße 1, 81677 München  
[www.ektorat-sued.de](http://www.ektorat-sued.de)

Nachdruck mit Quellenangaben sowie fototechnische  
Vervielfältigung für den innerbetrieblichen Bedarf gestattet.  
Belegexemplare bei Nachdruck erbeten. Die signierten  
Beiträge bringen die Meinung des Verfassers, jedoch nicht  
unbedingt die der Kammer zum Ausdruck.  
»Wirtschaft – Das IHK-Magazin für München und  
Oberbayern« ist das öffentliche Organ der Industrie- und  
Handelskammer für München und Oberbayern und  
erscheint monatlich.



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



## 30 Jahre AIGNER IMMOBILIEN

Immobilien verdienen Wertschätzung –  
**WIR SIND IHRE WERTEXPERTEN!**



v.l.o.n.r.u.: Thomas Aigner, Geschäftsführer; Jenny Steinbeiß, Geschäftsführung, Immobilienkauffrau (IHK); Maximilian Deischl, Stellv. Leitung Büro Nymphenburg, Dipl.-Immobilienökonom (ADI), Immobilienkaufmann (IHK); Ute Zirus, Immobilienvertrieb, M. A. der Kunstgeschichte; Oliver Kaiser, Immobilienvertrieb; Jennifer Scheuerer, Immobilienvertrieb; Immobilienkauffrau (IHK); Martin Steinbeiß, Leitung Büro Bogenhausen, Leitung Vermietung, Immobilienkaufmann (IHK);

Immobilien verdienen Wertschätzung. Geht es jedoch um den marktgerechten Wert, sollten Sie sich nicht auf Schätzungen verlassen. Setzen Sie auf das Detailwissen und die fundierten Verfahren von unseren kompetenten Experten. Anhand professioneller Analyseverfahren ermitteln sie methodisch, seriös und strukturiert den marktgerechten Wert Ihrer Immobilie. Damit Sie wissen, wie Wertvoll Ihr Besitz eigentlich ist.

**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**





**SIE SUCHEN  
GESTALTUNGS-  
FREIRÄUME  
DIREKT VOM  
EIGENTÜMER?**

**ALLES EINE FRAGE  
DES STANDORTS.**

**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](mailto:info@businesscampus.de)**

**DER  
STANDORT**

**Business Campus**

