

Das IHK-Magazin für München und Oberbayern

# wirtschaft



# THEIX

DER ERSTE VOLLELEKTRISCHE BMW iX. AB 13. NOVEMBER BEI UNS.



Abbildung zeigt Sonderausstattungen.

### BMW AG Niederlassung München

www.bmw-muenchen.de

Hauptbetrieb Frankfurter Ring 35 80807 München Tel.: 089-3535-10

Filiale Fröttmaning Werner-Heisenberg-Allee 10 80939 München Tel.: 089-3535-80 Filiale Solln Drygalski-Allee 35 81477 München Tel.: 089-3535-50

#bornelectric

# Für fairen Ausgleich sorgen

Der Klimawandel ist Realität, niemand kann sich ihm entziehen. Die vom Menschen befeuerte Erderwärmung zeitigt Folgen, die schon heute in regionalen Katastrophen münden. Wer kannte vor einem Jahr das Ahrtal? Jetzt haben wir alle die Bilder des verheerenden Hochwassers im Kopf. Das Leid wird die Bewohner noch viele Jahre begleiten, der Wiederaufbau Milliarden kosten.

Es ist eine Selbstverständlichkeit, dass wir als Unternehmer die Anstrengungen zum Klimaschutz unterstützen. Und nicht nur das: Deutsche Firmen investieren in den Umbau unserer Wirtschaft; sie investieren in die dazu notwendige Forschung; sie investieren nicht zuletzt in die Menschen, die diese gewaltige Transformation gestalten. Auf europäischer Ebene ist der Green Deal, den die EU-Kommission verabschiedet hat, der Beleg für die riesige Bedeutung, die die Politik dem Thema zumisst. Weil seine Auswirkungen auf alle Lebensbereiche und insbesondere auf die Wirtschaft so groß sind, haben wir den Green Deal zum Titelthema dieser Ausgabe (ab S. 14) gemacht.

Wie gravierend die Folgen der vielen neuen Regeln sind, zeigt sich bei der Automobilindustrie, die spätestens ab dem Jahr 2035 de facto keine Verbrennerfahrzeuge mehr neu produzieren kann. Ich ziehe meinen Hut vor dem Tempo, mit dem die deutschen Autobauer sich auf diese Rahmenbedingung eingestellt haben. Die IAA Mobility in München im September zeigte eindrucksvoll, wie viel Innovationskraft diese wichtige Branche auch heute, nach mehr als 130 Jahren Weiterentwicklung, noch hat. Das gilt ebenso für andere Industrien.

Gerade bei uns in Bayern finden sich viele technologische Marktführer, mal sind sie als Global Player, mal in Nischen unterwegs. Für sie bedeutet Klimaschutz mehr Chance als Risiko. Firmen, die es von ihrer Ausrichtung her schwerer haben, auf die neuen Marktbedingungen und politischen Vorgaben zu reagieren, dürfen nicht abgestraft oder in ihrer Existenz gefährdet werden. Denn auch sie leisten ihren Beitrag zu sozialer Stabilität, indem sie Arbeitsplätze bereitstellen. Hier sollte die Politik für einen fairen Ausgleich sorgen, der unsere Wirtschaftskraft im Ganzen erhält und fördert.

Den Schutz des Klimas in den Mittelpunkt des Handelns zu stellen, ist der richtige Weg – die USA und China müssen ihn ebenso entschlossen gehen wie wir, sonst wird unser Einsatz nicht ausreichend sein, um die Erderwärmung im Zaum zu halten. Und weil europäische und deutsche Unternehmen beim Klimaschutz erkennbar in Vorleistung gegangen sind, muss der Staat darauf achten, die Wirtschaft als Treiber und wichtigsten Umsetzer der Transformation nicht zu beschädigen.

Ihr Klaus Josef Lutz



Prof. Klaus Josef Lutz, Präsident der IHK für München und Oberbayern

# KLIMASCHUTZ

Die EU-Kommission will mit dem Green Deal mehr Klimaschutz in Europa erreichen. Was bedeuten die ambitionierten Ziele konkret für die bayerischen Unternehmen?



# UNTERNEHMEN + MÄRKTE HAPPYBRUSH

Wie können junge Unternehmen gegen etablierte Konzerne bestehen? Florian Kiener (I.) und Stefan Walter setzten mit ihrem Start-up happybrush auf gezieltes Marketing und den Faktor Nachhaltigkeit.



### **BETRIEB + PRAXIS**

# KOMMUNIKATION

Was tun, wenn die Firma in der Krise steckt? Am besten transparent kommunizieren. Das ändert zwar nichts an den Zahlen, vermittelt aber Glaubwürdigkeit und sichert womöglich den rettenden Kredit.



#### NAMEN + NACHRICHTEN

6 FACHKRÄFTENACHWUCHS
Zahl der Ausbildungsverträge bleibt stabil

### UNTERNEHMERPROFIL

12 ROBERT KETTERER

Der Unternehmer führte sein Auktionshaus 2020 durch ein Rekordjahr

### **TITELTHEMA**

14 KLIMASCHUTZ

Die Auswirkungen des Green Deal auf die bayerische Wirtschaft

18 FIT FOR 55

Die EU will Treibhausgase drastisch reduzieren – wie können Firmen reagieren?

22 LIEFERKETTENGESETZ
Digitale Tools sollen die Umsetzung der strengen Vorgaben erleichtern

### **STANDORTPOLITIK**

24 HOCHHÄUSER

Gebäude mit mehr als 100 Metern Höhe? In München wird das Für und Wider diskutiert

28 INTERVIEW

Warum Creditreform-Experte Philipp Ganzmüller nicht mit einem sprunghaften Anstieg der Insolvenzen rechnet

30 AUSBILDUNGSSCOUTS

Berufsorientierung auf Augenhöhe: Das erfolgreiche Programm läuft weiter

32 MESSEN

Was hat sich mit dem Neustart verändert? Vier Experten aus der Branche berichten

34 FACHKRÄFTE
Mit familienfreundlichen Angeboten gesuchte
Kräfte finden und binden

36 VERKEHR

Künstliche Intelligenz und Digitalisierung sollen den Verkehrsfluss verbessern

### UNTERNEHMEN + MÄRKTE

38 HAPPYBRUSH

So schaffte es das Start-up, sich auf dem Markt für elektrische Zahnbürsten durchzusetzen

42 MUNICH URBAN COLAB
Unter einem Dach gemeinsam an Smart-CityLösungen arbeiten

44 GOODIP

In der Pandemie kollabierte das Geschäftsmodell – wie die Firmengründer umsteuerten

### **BETRIEB + PRAXIS**

46 KRISENKOMMUNIKATION

Warum in der Krise transparente Kommunikation wichtig ist

50 E-COMMERCE
Risikovorsorge und -absicherung für Händler

53 IHK AKTUELL Sustainable Finance/Medientage München

54 SOCIAL MEDIA
Was können Mittelständler tun, um Facebook,
Instagram & Co. noch besser zu nutzen?

56 FINANZIERUNG

Der Freistaat baut seine Förder- und Finanzierungsangebote weiter aus

60 EIGENKAPITALPROGRAMME

Was die Programme bieten und für welche

Unternehmen sie infrage kommen

62 ONLINEMEETING

Mit diesen Regeln laufen virtuelle Treffen effizient ab

### DA SCHAU HER

64 KLEINE PATIENTEN

Das Haunersche Kinderspital

#### RUBRIKEN

8 FIRMENJUBILÄEN

63 EHRUNGEN

### 66 VERÖFFENTLICHUNGEN + BEKANNTMACHUNGEN

- Terminpläne für die Zwischenprüfung in kfm. und kfm.-verwandten Ausbildungsberufen und die Abschlussprüfung Teil 1
- Terminpläne für die Abschlussprüfung in kfm. und kfm.-verwandten Ausbildungsberufen
- Terminvorschau für die Fortbildungsprüfungen der IHK für München und Oberbayern 2022
- Hinweis zu den Rahmengebühren Ziffern 1k bis 1m des Gebührentarifs
- Versicherungsvermittler/-berater: Änderung der Verwaltungspraxis bei Delegation des Sachkundenachweises bei juristischen Personen

72 FIRMENINDEX

73 TERMINE

74 KARIKATUR/IMPRESSUM

Beilagenhinweis: Aigner Immobilien (Teilauflage), Conrad Electronic (Teilauflage), WEKO Wohnen (Teilauflage), WORTMANN (Teilauflage)



fb.com/ihk.muenchen.oberbayern



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



Wir gestalten Standorte produktiver.

Sichern Sie sich Wettbewerbsvorteile durch flexiblere Werkstrukturen, eine verbesserte Nutzung verfügbarer Flächen und optimierte Produktionsund Materialflüsse. Wir unterstützen Sie dabei mit innovativen Lösungen und einer bewährten Vorgehensweise.

- Analyse und Optimierung des Flächenbedarfs, der Materialflüsse und Wertströme
- Logistik- und Lagerplanung einschl. Industrie 4.0 Integration
- Lean-orientierte
   Werkstrukturplanung

Hinterschwepfinger.de



Förderung Start-ups

### Schwung für Gründerspirit

Das Förderprogramm Start? Zuschuss! unterstützt technologieorientierte junge Unternehmen mit besonders zukunftsfähigen Geschäftsmodellen im Bereich Digitalisierung. Das Programm des Bayerischen Wirtschaftsministeriums gewährt bis zu 36000 Euro über einen Zeitraum von zwölf Monaten für Firmen, deren Gründung höchstens zwei Jahre zurückliegt. Die Teilnehmer erhalten Zuschüsse von 50 Prozent etwa zu Mieten, Personal- oder Entwicklungskosten. In der 11. Runde im August profitierten 29 Start-ups von der Förderung, 18 davon stammten aus dem Münchner Ökosystem. Der 13. Wettbewerb startet im November 2021 mit Förderbeginn April 2022. Infos zur Bewerbung unter:

www.gruenderland.bayern/finanzierung-foerderung/startzuschuss (Weitere Start-up-Förderprogramme siehe auch S. 56)



**GEMA** 

### Anmeldung online

In Geschäftsräumen läuft Hintergrundmusik, auf Veranstaltungen spielt Live- oder Streaming-Musik. Kommt sie von Tonträgern, aus dem Internet oder untermalt sie die Website, gilt: Firmen müssen ihre Nutzung GEMA-pflichtiger Musik immer vorab bei der GEMA anmelden. Diese Organisation kümmert sich um die Vergütung von Musikurhebern und Komponisten.

Firmen können die Anmeldung auf dem Onlineportal der GEMA erledigen: Unter »Noch nicht registriert« geben sie ihre Daten ein und können dann einen Preis-/Tarifrechner für die Musiknutzung verwenden. Außerdem können sie zum Beispiel Setlists unmittelbar einreichen. www.gema.de/portal

### **KURZ & KNAPP**

Homeoffice

### Wieder öfter im Büro

Der Zahl der Beschäftigten im Homeoffice ist leicht gesunken. Nach einer Umfrage des ifo Instituts fiel der Anteil der Beschäftigten, die zumindest teilweise zu Hause arbeiteten, im August von 25,5 auf 23,8 Prozent. Der Rückgang betraf alle Wirtschaftszweige. Besonders stark ging der Anteil in der Pharmaherstellung zurück, von 35,8 auf 15,7 Prozent. www.ifo.de

Einzelhandel

### Mehr verkauft

Der Umsatz im bayerischen Einzelhandel stieg im ersten Halbjahr 2021 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum preisbereinigt um 7,3 Prozent, so das Bayerische Landesamt für Statistik. Der Anstieg geht vor allem auf Versand- und Internethandel zurück. Im stationären Einzelhandel sanken die Verkäufe dagegen um 2,1 Prozent. www.statistik.bayern.de

Gewerbesteuer

### Aufkommen sinkt

Die Coronakrise hat 2020 für deutliche Einbrüche bei den Gewerbesteuereinnahmen in den oberbayerischen Kommunen gesorgt. Dies ergab eine Auswertung der IHK für München und Oberbayern. Das Aufkommen schrumpfte gegenüber dem Vorjahr um ein Viertel auf rund vier Milliarden Euro, vor Abzug der Gewerbesteuerumlage an Bund und Länder. Sechs von 500 oberbayerischen Gemeinden erhöhten ihre Gewerbesteuerhebesätze. zwei Gemeinden senkten sie. Der Durchschnittshebesatz in Oberbayern blieb unverändert bei 335 Prozent. www.ihk-muenchen.de – Presse

Amerika-Geschäft

### **Neue Initiative**

Vernetzung und Themen der transatlantischen wirtschaftlichen Zusammenarbeit will die neue Transatlantic Business Initiative voranbringen. Zu den Initiatoren zählt der Deutsche Industrie- und Handelskammertag DIHK. Mehr unter: www.dihk.de/de/themen-und-positionen/internationales/handelspolitik/tbi-53948

### **PERSONALIA**

Stadtsparkasse München

# Wechsel im Vorstand

Sabine Schölzel (47)
hat die Nachfolge von
Marlies Mirbeth in der
Stadtsparkasse München
übernommen und wird
Filialvertrieb, digitale Vertriebskanäle und das Vertriebsmanagement verantworten. Zu Beginn wird
Sabine Schölzel als Generalbevollmächtigte
und ab 1. Juli 2022 als Vorständin tätig sein.
www.sskm.de



### **Neue Leitung**

Lauren Day (44) leitet seit 1. August 2021 den Bereich Group Communications and Reputation der Allianz Gruppe.

> Day wechselt von Annycent Capital, einer Luxemburger Private-Equity-Firma, zur Allianz SE, München. Sie folgt auf Sabia Schwarzer (51), die das Unternehmen nach 25 Jahren verlassen hat.

www.allianz.com

Landesverband Bayerischer Spediteure

# Zum Präsidenten gewählt

Die Mitgliederversammlung des LBS – Landesverband Bayerischer Spediteure e.V. stimmte im Juli für Henning Mack (59) als neuen Präsidenten. Er folgt auf Heinrich Doll, der 16 Jahre an der Spitze stand. Als Vizepräsidenten wurden Manfred-Jürgen Fichtl wieder- sowie Ruth Pflaum und Thomas Eberl neu gewählt.

www.lbs-spediteure.de



Fachkräfte

### Stabile Ausbildungszahlen

Anfang September haben 40743 Jugendliche in Bayern eine Ausbildung in IHK-Berufen angetreten, so der Bayerische Industrieund Handelskammertag (BIHK). Nach der vorläufigen Statistik zu Beginn des neuen Ausbildungsjahrs ist die Zahl mit einem Plus von 13 abgeschlossenen Ausbildungsverträgen gegenüber dem Vorjahr praktisch unverändert geblieben.

In Bayern gibt es mehr als 200 verschiedene IHK-Berufe, in denen Jugendliche derzeit eine Ausbildung absolvieren. Bei den jungen Männern ist der Fachinformatiker der beliebteste IHK-Beruf. Junge Frauen lassen sich am liebsten zur Kauffrau für Büromanagement ausbilden.

Die Top 5 der IHK-Ausbildungsberufe im Freistaat insgesamt sind:

- Einzelhandelskaufleute
- Verkäufer
- Kaufleute für Büromanagement
- Fachinformatiker
- Industriekaufleute

Insgesamt bilden in Bayern aktuell 27773 Unternehmen, die zur IHK gehören, aus. Sie stehen für rund 60 Prozent aller Ausbildungsverhältnisse.

# 5,02 Millionen

Einwohner werden 2039 in Oberbayern leben, so eine aktuelle Bevölkerungsprognose. Zum Vergleich: Ende März dieses Jahres waren es 4,72 Millionen.

Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik

# Firmenjubiläen

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





Eva Kanzler (r.), Inhaberin Modehaus Kanzler, mit Elke Christian, IHK-Geschäftsstellenleiterin Ingolstadt

### 225 Jahre

Modehaus Kanzler Pfaffenhofen a. d. Ilm

Eine 1796 gegründete Gerberei war das erste Gewerbe der Familie Kanzler in Pfaffenhofen, es folgten weitere Unternehmungen. Maria Kanzler startete 1946 ein Textilgeschäft, aus dem sich das Modehaus Kanzler entwickelte. Die heutige Inhaberin Eva Kanzler, Enkelin der Gründerin, übernahm das Unternehmen 1995 und richtete es auf Damenmode aus.

### 160 Jahre

Ludwig Beck am Rathauseck - Textilhaus Feldmeier Aktiengesellschaft München

1861 eröffnete Ludwig Beck im väterlichen Anwesen eine Knopfmacher- und Posamentierwerkstätte mit vier Gesellen und einem Lehrling. Mit dem dazugehörenden Laden lief das Geschäft bald so gut, dass 1874 weitere Gebäude

erworben wurden. Später belieferte das Unternehmen die Schlösser König Ludwigs II. mit Gold- und Silberposamenten wie edlen Zierbändern oder Borten. 1938 kaufte Textilkaufmann Gustl Feldmeier das Unternehmen, das Stammhaus am Marienplatz erwarb er 1954. Seit 1992 ist Ludwig Beck eine Aktiengesellschaft. Sie wird von den Vorständen Christian Greiner (Vorsitz) und Jens Schott geführt.



Beck-Vorstandsvorsitzender Christian Greiner (Personal, Einkauf, Verkauf, Marketing), IHK-Hauptgeschäftsführer Manfred Gößl und Beck-Vorstand Jens Schott (Finanzen, IT, Logistik) (v.l.)

### 150 Jahre

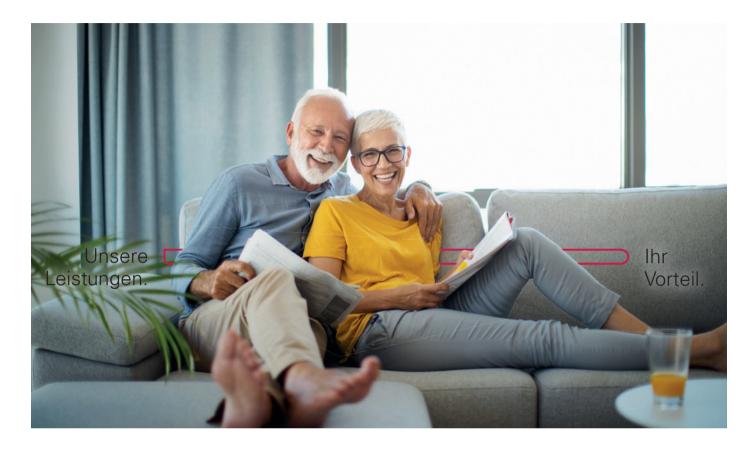
Lebensversicherung von 1871 a. G. München

Als Christkatholischer Begräbnis-Verein gegründet, wuchs der Versicherungsverein auf Gegenseitigkeit nach dem Ersten Weltkrieg enorm. 1927 hatte er bereits 140000 Mitglieder. Neben der traditionellen Begräbnisversicherung kamen 1929 Lebensversicherungen hinzu - ein Geschäftszweig, der rasch an Bedeutung gewann. So benannte sich das Unternehmen 1969 in Lebensversicherung von 1871 a. G. München (LV 1871) um.



LV-1871-Vorstandsvorsitzender Wolfgang Reichel (I.) mit IHK-Hauptgeschäftsführer Manfred Gößl





### Wohnen im Wandel des Lebens. Wenn sich die Prioritäten ändern.

Richtet sich Ihr Blick manchmal in die Zukunft? Mit den Gedanken, wo Sie komfortabel und altersgerecht Ihren Lebensabend verbringen wollen? Ob die eigenen vier Wände dafür geeignet sind und das finanzielle Polster ausreicht? Fragen, die wir mit unseren Kunden gemeinsam betrachten, um neue passende Lösungen zu finden.

Die eigene Immobilie spielt dabei eine zentrale Rolle. Ein besonderer Vorteil, der einen finanziellen Handlungsspielraum in Aussicht stellt. Denn durch die Neudefinition des Zuhauses und der Ermittlung des Wertes der aktuellen Immobilie, gelingt uns eine Neustrukturierung Ihrer Vermögenswerte. Oder auch wenn Sie jetzt schon finanzielle Unabhängigkeit erlangen wollen, indem Sie Ihre aktuelle Immobilie verkaufen, aber erst in ein paar Jahren ausziehen.

Aus Gedanken werden Handlungen. Und das passiert nicht von "heute auf morgen". Wir begleiten Sie, mit einer maßgeschneiderten Beratung, unverbindlich und kostenlos. Ein erster Schritt bringt vielleicht neue Perspektiven in Ihre Überlegungen.

Nehmen Sie Kontakt zu uns auf und lassen Sie uns persönlich kennenlernen.

## Sie wollen eine Beratung?\_

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

Telefon: 089 - 99 84 330

### 125 Jahre

Elektrizitätswerk Tegernsee Vertriebs- und Service-KG Tegernsee

Ein denkwürdiges Ereignis: Am 10. Februar 1896 traf sich in Tegernsee eine Gruppe von Einheimischen im Steinmetz-Saal. Sie wollten miterleben, wie einer von ihnen – der Holzhändler und Sägewerksbesitzer Carl Miller – eines jener »neumodischen« Leuchtmittel namens Glühbirne in Gang setzte. Mit seiner »Tat« und der darauffolgenden Unternehmensgründung schuf Miller die Basis dafür, dass das Tegernseer Tal auch 125 Jahre später noch »eigenen« Strom produziert.



Manfred Pfeiler (Mitte), geschäftsführender Werkleiter der Elektrizitätswerk Tegernsee Vertriebs- und Service-KG, mit Johannes Hagn (r.), Erster Bürgermeister der Stadt Tegernsee, und Jens Wucherpfennig, IHK-Geschäftsstellenleiter Rosenheim



Geschäftsführerin Anna-Christina Becker mit Jochen Wiegmann von der IHK (Koordinationsstab Wirtschaftspolitik)

### 90 Jahre

Edelweiß-Reisen Blumentritt GmbH München

1930 gründete Georg Blumentritt den Omnibusbetrieb Edelweiß-Reisen in Gundorf bei Leipzig. Erste Fahrten nach Italien und Spanien erfolgten mit einem zum Bus umgebauten amerikanischen Lkw. 1948 wurde der Busbetrieb nach München verlegt. 1955 übernahm das Unternehmen den Linienverkehr im Namen der Stadt München, später der Stadtwerke München. Edelweiß-Reisen beschäftigt über 26 Mitarbeiter und hat einen Fuhrpark von 13 Fahrzeugen mit insgesamt über 500 Sitzplätzen (2019). Die Geschäftsführung liegt bei Anna-Christina Becker.

### 50 Jahre

Duschl Ingenieure GmbH & Co. KG Rosenheim

1971 startete der Diplom-Ingenieur Gerhard Duschl in Kolbermoor mit einem Ingenieurbüro, das sich schnell weiterentwickelte. Noch im gleichen Jahr eröffnete ein weiteres Büro in Rosenheim. Es folgten Büros in Chemnitz (INGPLAN TECHNIK GmbH), München, Erlangen, Meran/Südtirol und Hamburg. Heute leiten die geschäftsführenden Gesellschafter Gerhard Duschl und Andreas Duschl das Unternehmen.



Prokurist Christoph Winkler, die beiden geschäftsführenden Gesellschafter Andreas Duschl und Gerhard Duschl mit Jens Wucherpfennig, Leiter IHK-Geschäftsstelle Rosenheim, und Andreas Bensegger, Vorsitzender IHK-Regionalausschuss Rosenheim (v.l.)

### 50 Jahre

Kemapack GmbH Landsberg am Lech

Im Jahr 1971 von Seniorchef Paul Scheuermann gegründet, entwickelte sich das Unternehmen zum Verpackungsspezialisten speziell zum Sichern und Schützen von Transportgütern. Heute beschäftigt das Familienunternehmen in dritter Generation an drei Standorten 45 Mitarbeiter, unter ihnen vier Azubis und dual Studierende.



Geschäftsführer Reinhard Scheuermann (I.) und Seniorchef Paul Scheuermann mit Alexandra Scholz, IHK-Geschäftsstellenleiterin Weilheim

### **IHK-Ehrenurkunde**

Die IHK für München und Oberbayern würdigt unternehmerische Leistung mit einer kostenfreien Ehrenurkunde



zum Firmenjubiläum. Die Urkunde wird individuell für das Unternehmen geschrieben. Bei einem besonderen

Jubiläum ab 50 Jahren überreicht die IHK die Urkunde nach Terminvereinbarung auch gerne persönlich.

Bestellung unter: www.ihk-muenchen.de/ firmenjubilaeum

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



### FORD KUGA PLUG-IN-HYBRID

z.B. 2,5l Duratec (PHEV), 165 kW (225 PS), u.a. mit 4 Leichtmetallrädern, LED-Nebelscheinwerfer, Rückfahrkamera, Klimaau-tomatik, Ford SYNC3 mit AppLink und 8" TouchScreen und DAB+, Sportsitzen vorn, Parkpilot vorn und hinten, u.v.m.

monatl. Leasingrate

### FORD TRANSIT CUSTOM

z.B. 2,0l EcoBlue 77 kW (105 PS) 260 L1, u.a. mit Lederlenkrad, Bordcomputer, Doppelflügelhecktür, Klimaanlage vorn, Laderaumbeleuchtung, Geschwindigkeitsregelanlage, Park-Pilot vorn und hinten, Schiebetür rechts IIVm

monatl. Leasingrate

199,-<sup>1,3</sup>



### **PROBEFAHRT BUCHEN**

Einfach QR-Code mit Ihrer Smartphone-Kamera scannen.

Wir sind für mehrere bestimmte Darlehensgeber tätig und handeln nicht als unabhängiger Darlehensvermittler.

1) Ein Leasingangebot der ALD Lease Finanz GmbH, Nedderfeld 95, 22529 Hamburg für Gewerbekunden (ausgeschlossen sind Großkunden mit Ford Rahmenabkommen sowie gewerbliche Sonderabnehmer wie z.B. Taxi, Fahrschulen, Behörden) mit € 0,00 netto (€ 0,00 brutto) Leasing-Sonderzahlung, bei 36 Monaten Laufzeit und 30.000 km Gesamtlaufleistung. Ist der Leasingnehmer Verbraucher, besteht nach Vertragsschluss ein Widerrufsrecht.

2) € 119,00 netto (€ 141,60 brutto) monatliche Leasingrate, auf Basis eines Fahrzeugpreises von € 33.403,36 netto (€ 39.750,00 brutto), zzgl. € 747,90 netto (€ 890,00 brutto) Überführungskosten. 3) € 199,00 netto (€ 236,81 brutto) monatliche Leasingrate, auf Basis eines Fahrzeugpreises von € 28.120,00 netto (€ 33.462,80 brutto), zzgl. € 915,97 netto (€1.090,00 brutto) Überführungskosten.

Kraftstoffverbrauch (in I/100 km nach § 2 Nrn. 5, 6, 6a Pkw-EnVKV in der jeweils geltenden Fassung):
Ford Kuga: 1,4 (kombiniert); CO<sub>2</sub>-Emissionen: 31 g/km (kombiniert); Stromverbrauch: 18,7 kWh/100 km (kombiniert); CO<sub>2</sub>-Effizienzklasse: A+.
Elektrische Reichweite von 88 km bis 57 km nach WLTP. Die tatsächliche Reichweite kann unter Alltagsbedingungen abweichen und ist von verschiedenen Faktoren abhängig, insbesondere von persönlicher Fahrweise,Streckenbeschaffenheit, Außentemperatur, Nutzung von Heizung und Klimaanlage sowie thermischer Vorkonditionierung.
Ford Transit Custom: 5,4 (kombiniert); 5,3 (Land); 5,7 (Stadt); CO<sub>2</sub>-Emissionen: 142 g/km (kombiniert); CO<sub>2</sub>-Effizienzklasse: k.A. It Hersteller

Beispielfoto von Fahrzeugen der Baureihe. Die Austattungsmerkmale der abgebildeten Fahrzeuge sind nicht Bestandteil des Angebots. Druckfehler, Irrtum und Änderung vorbehalten.

#### ANGEBOTE NUR FÜR GEWERBLICHE KUNDEN ZUZÜGLICH DER GESETZLICHEN MEHRWERTSTEUER!



Automobilforum Kuttendreier GmbH

- 1 Hauptbetrieb mit Transit Center Drosselweg 21 81827 München
- 2 Moosach mit Transit Center Dachauer Straße 463 80993 München
- **3 FORD STORE | Solln Meglinger Str. 30-32 81477 München**
- 4 Berg am Laim Neumarkter Str. 80 81673 München





Für das Auktionshaus Ketterer war 2020 das beste Jahr in der Unternehmensgeschichte – trotz der Pandemie. Entscheidend dazu beigetragen hat Firmenchef Robert Ketterer mit seiner weitsichtigen Digitalstrategie.

HARRIET AUSTEN

uf »das wohl größte Kunstschaufenster der Welt« ist Robert Ketterer, Geschäftsführer der Ketterer Kunst GmbH & Co. KG, besonders stolz. 23 Meter breit, 7,5 Meter hoch - da ist genügend Platz, um erlesene Kunstwerke auszustellen, die man von der Straße aus betrachten kann. Der Inhaber des Auktionshauses ließ 2008 das neue Firmengebäude in München-Riem nach seinen Ideen errichten. Dieser »total entscheidende Meilenstein« sei mit ein Grund für Rekordumsätze und die Marktführerschaft des Unternehmens in Deutschland. Das »Haus für Kunst«, wie es Ketterer nennt, sei auf die Bedürfnisse der Kunden zugeschnitten, »und es bedeutet für mich Planungssicherheit, weil ich hierbleiben kann«, sagt Ketterer.

Seine Kunden - Sammler aus mehr als 50 Nationen – liegen ihm naturgemäß besonders am Herzen. Ihnen kann er im hochmodernen, dreistöckigen Auktionshaus alles bieten, worauf sie Wert legen: genügend Parkraum in der Tiefgarage und reichlich Platz, um sämtliche Kunstwerke vor den Auktionen in Ruhe zu besichtigen - mit einladenden Sitzgruppen, leiser Musik, gutem Kaffee und Häppchen. »Das gibt es sonst nirgends«, sagt Ketterer, der auf Details als maßgebliche Stellschrauben setzt. Als ihm einmal eine Besucherin sagte, hier sei es wie in einer Ausstellung, war das »mein schönstes Kompliment«. Dem Unternehmer ist es gelungen, die 1954 von seinem Vater Wolfgang Ketterer gegründete Galerie mit Weitsicht, Geschick und Ideen zu einem international renommierten Auktionshaus umzubauen, das im Coronajahr 2020 den besten Umsatz der Unternehmensgeschichte erzielte und diesen Trend 2021 fortsetzt. Und das vor dem Hintergrund, dass er eigentlich »nie

in die Firma wollte« und lieber Skilehrer

geworden wäre. Doch der Vater war rigo-

ros, ließ die vier Söhne früh hart arbeiten.

Den Job, den er Robert später in der Firma anbot, sah der eher als Provisorium, um Geld zu verdienen. Doch die Erfahrungen im Auktionshaus veränderten diese Sicht: »Plötzlich machte es mir Spaß und ich blieb.«

### **Der Anfang war schwer**

Das Unternehmen hatte zwar einen passablen Ruf in Deutschland, stand aber wirtschaftlich nicht gut da. »Ich hatte Mühe, es wieder aufzubauen«, erinnert sich der heute 52-Jährige. Er spezialisierte sich und begann mit dem, was er bis heute am liebsten macht: »Reisen, reisen, reisen.« Weltweit auf Akquise unterwegs sein, Sammler besuchen, Kontakte pflegen - das ist für ihn eine große Bereicherung. »Ich treffe Menschen, die in Kunst und Kultur zu Hause sind, viel erlebt haben und spannende Geschichten erzählen können«, begeistert er sich.

Seine Touren lohnten sich. Er konnte 2001 und 2003 große Sammlungen an Land ziehen. Ab da ging es stetig bergauf. Ihm kam auch zugute, dass das Auktionshaus seinen Namen trägt. »Das schafft Glaubwürdigkeit, Vertrauen, Akzeptanz und Sichtbarkeit«, sagt Ketterer.

Technikaffin, wie der Unternehmer ist, setzte er früh auf das Internet, trieb die Digitalisierung voran und bot 2007 als Erster in der Branche Auktionen online an. Jedes Jahr investiert er einen sechsstelligen Betrag in die Weiterentwicklung der Software. Außerdem kaufte er 2500 noch freie Domains von nicht mehr lebenden hochrangigen Künstlern. »Das kostete mich viel Geld, aber Ketterer steht dadurch bei Google ganz oben«, sagt der Unternehmer lachend.

Der Beginn des ersten Lockdowns im März 2020 war für ihn zunächst ein Schock. Doch dann traf er eine »drastische Entscheidung«, wie er sagt. Im Unterschied zu seinen Kollegen meldete er keine Kurzarbeit an. Er wollte voll einsatzbereit sein, wenn es wieder losgeht. Und er behielt recht.

»In der Krise steht Kunst als Anlageform ganz oben«, weiß Ketterer aus Erfahrung. Die Auktionen 2020 brachten ihm 30 Prozent mehr Umsatz ein; dabei gingen die Onlineversteigerungen dank seiner Expertise »durch die Decke und verfünffachten ihren Umsatz«, so Ketterer. Seine Juni-Versteigerung 2021 erbrachte sogar das beste Saisonergebnis in der Auktionsgeschichte Deutschlands. Dennoch wird der Unternehmer nachdenklich, wenn er über die Zukunft spricht. »Äußerst labil«, sei der Markt, man müsse mit allem rech-

Braucht man überhaupt noch Auktionshäuser oder läuft bald alles online? Was bedeutet der beschleunigte Trend zur Digitalisierung? »Ich will auf jeden Fall neue Entwicklungen mitgestalten und den Kunstmarkt mit innovativen Ideen bereichern«, nimmt sich der Auktionator vor.

www.kettererkunst.de

#### **Zur Person**

Robert Ketterer, Jahrgang 1969, arbeitete schon früh in der 1954 gegründeten Galerie seines Vaters Wolfgang Ketterer mit. Als 22-Jähriger übernahm er seine erste Auktion, seit 1994 ist er Geschäftsführer der Ketterer Kunst GmbH & Co. KG, seit 1997 Alleininhaber. Das Unternehmen ist spezialisiert auf zeitgenössische und moderne Kunst des 19., 20. und 21. Jahrhunderts sowie auf wertvolle Bücher. Ketterer Kunst gilt als weltweit umsatzstärkstes Kunstauktionshaus in Familienhand (61 Millionen Euro Umsatz, 80 Mitarbeiter, Repräsentanzen im In- und Ausland).

Robert Ketterer ist verheiratet und hat zwei Söhne.



Foto: Eller Graphics/Adobe Stock



# Grüner Aufbruch

Die EU-Kommission konkretisiert den im Dezember 2019 präsentierten Green Deal nun mit einem ambitionierten Gesetzespaket zum Klimaschutz – mit gravierenden Auswirkungen auf die bayerische Wirtschaft.

**GABRIELE LÜKE** 

Seit diesem Jahr ist der 14. Juli nicht mehr nur als Jahrestag der Französischen Revolution im kollektiven Gedächtnis der Europäer verankert. Wirtschaft und Verbraucher werden diesen Tag wohl künftig mit einem weiteren revolutionär anmutenden Ereignis in Verbindung bringen: Am 14. Juli 2021 leitete die EU-Kommission mit ihrem Klimagesetzespaket »Fit for 55« das Aus für Verbrennerfahrzeuge ein – und damit für Automobile, die Europa seit mehr als 130 Jahren erfolgreich produziert.

»Ab 2035 werden neue Benzin- und Dieselfahrzeuge die dann gültigen CO<sub>2</sub>-Normen des Fit-for-55-Pakets nicht mehr erfüllen können, sie fallen aus dem Markt«, erläutert Till Bullmann (39), Referatsleiter Wärmemarkt und Kraftstoffe beim Deutschen Industrie- und Handelskammertag in Berlin.

Zugleich will Bullmann, der die europäische Klimapolitik für die IHK-Organisation und damit aus Sicht der Unternehmen beobachtet, das Gesetzespaket nicht auf diesen Punkt begrenzt wissen: »Fit for 55 enthält eine Reihe von Vorgaben zum Klimaschutz, von denen die deutsche Wirtschaft profitieren kann – etwa

zur Energieeffizienz oder zu erneuerbaren Energien.«

Seit Beginn der aktuellen Legislatur machen EU-Kommissionspräsidentin Ursula von der Leyen und die Kommissare beim Klimaschutz Tempo: Bereits im Dezember 2019, kurz nach ihrem Amtsantritt, präsentierten sie den »Green Deal für mehr Klimaschutz in Europa« und setzten ambitionierte Ziele: Bis 2030 will die Kommission den europaweiten Treibhausgasausstoß gegenüber 1990 um 55 Prozent statt wie bisher geplant um 40 Prozent senken. Ab 2050 soll Europa dann der erste klimaneutrale Kontinent überhaupt sein. Insgesamt 1,8 Billionen Euro investiert die

### Darum geht's

- Mit dem Green Deal will Europa bis 2050 klimaneutral werden.
- ▶ Dafür bringt die EU immer neue Initiativen auf den Weg.
- ▶ Das neueste Gesetzespaket »Fit for 55« macht spezifische Vorgaben für den Klimaschutz.

EU in den klimafreundlichen Umbau und betont darüber hinaus dessen wirtschaftliches Potenzial: Der Green Deal soll Europa auch aus der Coronakrise führen.

Die Konkretisierung des Green Deal ließ nicht lange auf sich warten. Gleich im Frühjahr 2020 wurde ein europäisches Klimagesetz auf den Weg gebracht. Mit dem Fit-for-55-Paket (siehe auch Seite 18) folgten nun die Rechtsinstrumente für die Verwirklichung der in diesem Gesetz vereinbarten Ziele. Industrie und Gewerbe sind hier im Wesentlichen betroffen durch

- den Umbau des Europäischen Emissionshandels,
- einen neuen Emissionshandel für Verkehr und Gebäude,
- ▶ einen CO₂-Grenzausgleich (CBAM),
- die Stärkung erneuerbarer Energien und der Energieeffizienz sowie
- die Null-CO<sub>2</sub>-Emissionen-Vorgabe für Automobile.



der Null-Schadstoff-Aktionsplan für Luft, Wasser und Boden.

Nicht zuletzt gehört für die EU-Kommission die Sustainable-Finance-Strategie zum grünen Gesamtpaket: Wenn die EU klimaschutztauglich umgebaut werden soll, wird damit auch eine Reform der Finanzwelt einhergehen. Finanziert werden sollen nur noch klimaschutzgerechte Projekte.

oder München die Klimapolitik nicht mit noch mehr Vorschriften und Bürokratie überfrachtet und damit die Wirtschaft ausbremst. Die EU müsse die Klimapolitik wettbewerbsfähig gestalten – dann könne aus dem Green Deal ein Wachstumsmotor werden.

Grundsätzlich habe die bayerische Wirtschaft den Weg zu mehr Klimaschutz bereits eingeschlagen, beobachtet Julia Goebel, IHK-Referentin für Klima- und Energiepolitik. Laut des IHK-Energiewende-Barometers stehen gut 90 Prozent der befragten bayerischen Unternehmen zusätzlichen Klimaschutzmaßnahmen positiv gegenüber. 80 Prozent haben Energieeffizienzmaßnahmen umgesetzt oder planen dies; in der Industrie sind es sogar 93 Prozent. Mehr als die Hälfte arbeiten an der eigenen Klimaneutralität oder der klimaschonenden Ausrichtung ihrer Produkte und Dienstleistungen. Gut 1320 Betriebe sind Mitglied im neuen Umweltund Klimapakt Bayern, rund 450 Unternehmen arbeiten in Energieeffizienznetzwerken mit, 15 Konzerne sparen über den Klimapakt<sup>2</sup> Münchner Wirtschaft gezielt Kohlendioxid ein. Goebel: »Das sind wichtige Schritte, um auch den Green Deal zu meistern.«



»Fit for 55 enthält eine Reihe von Vorgaben, von denen die deutsche Wirtschaft profitieren kann.«

Till Bullmann, Referatsleiter Wärmemarkt und Kraftstoffe beim Deutschen Industrie- und Handelskammertag

Weitere Bestandteile des Green Deal sind teilweise noch zu konkretisierende Initiativen wie der Aktionsplan zur Kreislaufwirtschaft, die Wasserstoffstrategie, die Chemikalienstrategie für eine schadstofffreie Umwelt, die Renovierungswelle, die die energieeffiziente und damit CO<sub>2</sub>-sparende Sanierung von Gebäuden vorsieht, oder

»Mit dem Green Deal und dem Gesetzespaket Fit for 55 hat die EU einen der weltweit ambitioniertesten Fahrpläne für eine nachhaltige und klimaneutrale Wirtschaft auf den Weg gebracht«, sagt Manfred Gößl, Hauptgeschäftsführer der IHK für München und Oberbayern. Wichtig sei jedoch, dass die Politik in Brüssel, Berlin

IHK-Ansprechpartnerin zum Green Deal Julia Goebel, Tel. 089 5116-1797 goebelj@muenchen.ihk.de



Wir machen den Weg frei.

### Digitale Sicherheit für Ihr Unternehmen.

Schützen Sie sich gegen digitale Bedrohungen – mit unseren Versicherungen. Wir unterstützen Sie im Notfall sofort und sichern Sie finanziell ab. Gemeinsam erstellen wir Ihr persönliches Sicherheitspaket. Vereinbaren Sie gleich ein Beratungsgespräch bei Ihrer Volksbank Raiffeisenbank.



# Fit for 55

Die EU will bis 2030 satte 55 Prozent Treibhausgase im Vergleich zu 1990 einsparen. Um dieses Ziel in der Praxis erreichen zu können, setzt sie auf ehrgeizige Vorgaben. Was Unternehmen dazu wissen sollten.

**GABRIELE LÜKE** 

Is wir das elterliche Unternehmen im Jahr 2012 übernommen haben, wollten wir es wirtschaftlich erfolgreich halten, es aber auch umweltund klimaschutzgerecht optimieren, es enkeltauglich machen«, betont Matthias Hörl (35), einer der beiden geschäftsführenden Gesellschafter der Hörl & Hartmann Ziegeltechnik GmbH & Co. KG in Dachau. Mit einer konsequenten Strategie hat das Unternehmen seitdem die

brennstoffbedingten Emissionen um mehr als 40 Prozent reduziert. Damit darf es sich zwar gut auf das im Juli 2021 vorgestellte EU-Klimagesetzespaket »Fit for 55« vorbereitet fühlen, die exakten Anforderungen wird es dennoch genau analysieren – so wie viele andere Unternehmen ebenfalls.

Was fordert die EU konkret von der Wirtschaft? Sechs Kernmaßnahmen sollten Industrie und Gewerbe im Blick behalten:

### 1 Umbau des europäischen Emissionshandels

Die Treibhausgasemissionen von circa 11 000 Anlagen der Energiewirtschaft und der Industrie – davon rund 1870 in Deutschland und 270 in Bayern – sind im europäischen Emissionshandelssystem (EU-ETS) reguliert. Gemeinsam müssen die Anlagen eine europaweite Obergrenze für den Treibhausgasausstoß einhalten, die von einer bestimmten Menge



an frei zugeteilten und ersteigerbaren CO<sub>2</sub>-Zertifikaten begrenzt wird. Das Fitfor-55-Paket wird die Obergrenze deutlich reduzieren und die Menge der Zertifikate schneller verknappen. Damit erhöht sich der CO<sub>2</sub>-Preis. Die kostenlose Zuteilung soll zudem an Klimaschutzinvestitionen gekoppelt werden und 2036 auslaufen, außerdem soll der Seeverkehr Teil des EU-ETS werden.

### 2 Neuer Emissionshandel für Verkehr und Gebäude

Ab 2026 wird es einen Emissionshandel für Treibhausgase geben, die durch Gebäude und im Verkehr entstehen. Wie im deutschen Pendant sollen die Inverkehrbringer von Kraft- und Brennstoffen zur Teilnahme verpflichtet und der resultierende CO<sub>2</sub>-Ausstoß über Zertifikate gehandelt und damit bepreist werden. Der Preis wird an die Verbraucher weitergegeben. Ein sozialer Ausgleich ist angedacht.

### 3 CO<sub>3</sub>-Grenzausgleich

Damit die treibhausgasintensiven Sektoren wie Elektrizität, Stahl, Düngemittel oder Zement durch steigende CO<sub>2</sub>-Preise in Europa im internationalen Wettbewerb keine Nachteile erleiden, ist ein CO<sub>2</sub>-Grenzausgleich (CBAM – Carbon Border Adjustment Mechanism) vorgesehen. Außereuropäische Wettbewerber, die niedrigere oder keine CO<sub>2</sub>-Preise ansetzen müssen, sollen einen CO<sub>2</sub>-Einfuhrzoll zahlen.

#### 4 Ausbau der erneuerbaren Energien

Bis zum Jahr 2030 sollen in Europa die erneuerbaren Energien einen Anteil von 38 bis 40 Prozent am Endenergieverbrauch ausmachen. Auf nationaler Ebene sollen daraus indikative Ziele zu erneuerbaren Energien für Gebäude und Industrie abgeleitet werden. Neue Zielwerte für

Dämmung – die energieeffiziente
Gebäudesanierung soll weiter gestärkt werden

alternative Treibstoffe sowie ein EU-Herkunftsnachweissystem für grünen Strom sollen den Einsatz der erneuerbaren Energien ankurbeln.

#### 5 Ausweitung der Energieeffizienz

Verpflichtende Energie-Audits und -Managementsysteme sollen nicht mehr an Art und Größe von Unternehmen festgemacht werden, sondern an der Höhe des Energieverbrauchs. Ansonsten soll die öffentliche Hand beim Energiesparen vorbildlich vorangehen und die energieeffiziente Gebäudesanierung weiter gestärkt werden.

## 6 Null-CO<sub>2</sub>-Emissionen-Vorgabe für Automobile

Bereits ab 2035 sollen neu zugelassene Pkw und Vans komplett emissionsfrei sein, was Verbrennungsmotoren obsolet macht. Bei alternativen Kraftstoffen legt die EU den Schwerpunkt auf Strom und Wasserstoff. Zugleich soll die Ladeinfrastruktur für E-Autos ausgebaut werden.

Die Ziegelei Hörl & Hartmann hat auf viele der EU-Klimavorgaben bereits eine Antwort. In allen sechs Ziegelwerken reduzieren der Einsatz von Gas als Energieträger – bis 2012 war es schweres Heizöl – sowie Rauchgasnachverbrennungsanlagen den Treibhausgasausstoß kontinuierlich. Photovoltaik in allen Werken und ein eigenes Windrad im Dachauer Betrieb liefern regenerativen Strom. »Am Standort Dachau sind wir durch Wind und Sonne inzwischen sogar zu 100 Prozent stromautark«, freut sich Dominik Gerber (27), Nachhaltigkeitsexperte des Unternehmens.

Energiesparmaßnahmen gehören ebenfalls zur Klimastrategie: »Mit allen Ersatzinvestitionen in Maschinen und Anlagen steigt die Energieeffizienz. Wir optimieren unsere Prozesse, damit beispielsweise weniger Ausschuss entsteht. Auch das spart CO<sub>2</sub>«, betont Gerber. Aktuell arbeitet der Betrieb daran, Transport und Logistik klimafreundlicher zu machen und CO<sub>2</sub>-Ausgleichsprojekte umzusetzen.

Durch all diese Maßnahmen sieht sich das Unternehmen auf den europäischen Emissionshandel gut vorbereitet. Stand jetzt benötigt es unter den strengeren Bedingungen des Fit-for-55-Pakets keine weiteren Emissionszertifikate. »Wir kämpfen unter anderem auch im Emissionshandel bisweilen sehr mit der Bürokratie und hoffen, dass der Green Deal die Bürokratielast nicht erhöht«, sagt Geschäftsführer Matthias Hörl. »Aber Nachhaltigkeit und Klimaschutz sind für uns eine Frage der unternehmerischen und persönlichen Verantwortung. Deshalb machen wir weiter.«

#### Die Chancen sehen

»Von zahlreichen Vorgaben kann die deutsche Wirtschaft profitieren. Insbesondere im Bereich der Energieeffizienz und der erneuerbaren Energien sind wir gut aufgestellt«, erklärt Till Bullmann (39), Experte beim Deutschen Industrie- und Handelskammertag (DIHK). Die Fokussierung auf die CO<sub>2</sub>-Bepreisung werde von der Wirtschaft positiv bewertet: »Der ETS ist ein marktnahes Instrument und hat sich bewährt. Solche Instrumente wie auch die Ausweitung auf Wärme und Verkehr befürworten wir. Die jetzige Verknappung der CO<sub>2</sub>-Zertifikate und die damit zwangsläufig steigenden CO2-Preise verstärken die Notwendigkeit für die Unternehmen, in CO<sub>2</sub>-freie Technologien zu investieren.« Sorge bereite den Betrieben jedoch die Auswirkung auf die Wettbewerbsfähigkeit etwa durch den Grenzausgleichsmechanismus: »Deutschland ist eine Exportnation: Wir bräuchten eher einen Ausgleich. der unsere Produkte, wenn sie durch die



steigenden  ${\rm CO_2}$ -Preise teurer werden, im Ausland wettbewerbsfähig macht«, sagt Bullmann.

Auch das Aus für den Verbrennungsmotor könnte problematisch werden. »Die Hersteller stellen sich zwar bereits um, aber viele mittelständische Zulieferer verlieren ihr Geschäftsmodell, wenn die EU

nehmen aus dem Green Deal ergeben, hat auch die Münchner BayWa AG. Erste Einzelmaßnahmen startete das Unternehmen 2014, seit 2018 gibt es eine konzernweite Klimastrategie mit dem Ziel, ab 2030 klimaneutral zu wirtschaften. »Wir haben bislang schon einiges erreicht«, erklärt BayWa-Nachhaltigkeitsexperte Hendrik



»Wir kämpfen auch im Emissionshandel bisweilen sehr mit der Bürokratie.«

Matthias Hörl, geschäftsführender Gesellschafter Hörl & Hartmann Ziegeltechnik

allein auf Elektroantriebe setzt. Synthetische Kraftstoffe in Verbrennungsmotoren können so langfristig nicht zum Zuge kommen. Hier sollte mehr Technologieoffenheit auch mit Blick auf andere regionale Märkte zugelassen werden«, so der DIHK-Experte.

Viel Erfahrung in Nachhaltigkeits- und Klimaschutzfragen, die sich für Unter-

Marx (27). So deckt das Unternehmen den Strombedarf seit 2020 konzernweit allein aus regenerativen Energien. Ökostromtarife, eigene Photovoltaikanlagen und Grünstromzertifikate sind hier die Mittel der Wahl.

Das Unternehmen plant bis 2025 zusätzliche zehn Gigawatt (GW) an regenerativen Erzeugungskapazitäten. Bisher sind

durch den Bau von Wind- und Photovoltaikparks sowie die Lieferung von Solarkomponenten und -systemen durch das Geschäftsfeld BayWa r.e. bereits fünf GW erreicht. Bei Transport und Logistik wird der Fuhrpark auf emissionsärmere Fahrzeuge umgestellt, außerdem werden die Fahrer trainiert, kraftstoff- und damit CO<sub>2</sub>-sparender zu fahren. Energetische Gebäudesanierung, LED-Beleuchtung oder energiesparende IT-Geräte tragen ebenfalls zur CO<sub>2</sub>-Reduktion bei. Darüber hinaus sind internationale CO<sub>2</sub>-Kompensationen, etwa mit Aufforstungs- und Energieeffizienzprojekten, Bestandteil der Klimaschutzmaßnahmen.

»Auch unsere Geschäftspartner und Zulieferer holen wir mit ins Boot und arbeiten mit ihnen gemeinsam an der CO<sub>2</sub>-Reduktion«, betont Marx. »Wir haben als Unternehmen viele Hebel, um das Klima zu schützen und die Nachhaltigkeit voranzubringen - und nutzen sie aus Überzeugung.«

Damit die Wirtschaft das Fit-for-55-Paket besser umsetzen kann, sind auf jeden Fall flankierende Maßnahmen auf nationaler



»Wir haben viele Hebel, um das Klima zu schützen und die Nachhaltigkeit voranzubringen.«

Hendrik Marx, Nachhaltigkeitsexperte BayWa

Ebene nötig, ergänzt Julia Goebel, Referentin für Energie- und Klimapolitik bei der IHK für München und Oberbayern. Bürokratieabbau in der Genehmigungspraxis von Anlagen erneuerbarer Energien und von Stromnetzen sowie eine Senkung der Stromsteuer gehören dazu. Außerdem müssen weitere Strompreisumlagen wie EEG. KWKG oder die Konzessionsabgabe auf den Prüfstand. Es brauche zudem mehr niederschwellig zugängliche und technologieoffene Förderung, bei-

spielsweise im Bereich der betrieblichen CO<sub>2</sub>-Bilanzierung oder der Forschungskooperationen in besonders innovativen Bereichen der Klimaschutztechnologie. Goebel: »Die Unternehmen sollten finanziell, organisatorisch und personell befähigt werden, das EU-Paket umzusetzen.«

### IHK-Ansprechpartnerin zum **EU-Klimagesetz**

Julia Goebel, Tel. 089 5116-1797 goebeli@muenchen.ihk.de

**ANZEIGE** 

werbemax.



# Weihnachtsgeschenk für Mitarbeiter

Wertschätzung zeigen und "Danke sagen":

Begeistern Sie Ihre Mitarbeiter zu Weihnachten mit einem Markenartikel. Veredelt mit Ihrem Firmenlogo und optional mit dem Einzelnamen personalisiert.











Wir verfügen über 100 Markenlizenzen und beraten Sie gerne! Jetzt Ideen finden auf werbemax.de

werbemax GmbH | Kammerer Feld 3 | 83123 Amerang | Telefon +49 8075 9140-0



# Lieferanten auf dem **Prüfstand**

Das Gesetz über die unternehmerischen Sorgfaltspflichten in Lieferketten stellt neue Anforderungen an Unternehmen. Wie digitale Tools und Technologien Firmen bei der Umsetzung helfen können.

JOSEF STELZER

ahlreiche Unternehmen sind eng in internationale Lieferketten eingebunden. Häufig kommen etwa Rohstoffe oder Bauteile aus Entwicklungsund Schwellenländern. Das Spektrum reicht von Kaffee bis hin zu Metallen wie dem meist aus dem Kongo stammenden Kobalt, bekannt als Bestandteil von Batterien in Elektroautos und Handys.

Doch die Einhaltung von sozialen und ökologischen Mindeststandards, wie beispielsweise des Verbots von Kinderarbeit, ist immer noch nicht überall selbstverständlich. Vor diesem Hintergrund hat der

Bundestag am 11. Juni 2021 das Gesetz über die unternehmerischen Sorgfaltspflichten in Lieferketten beschlossen, kurz Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz oder Lieferkettengesetz. Damit werden von 2023 an zunächst größere Unternehmen ab 3000 Mitarbeiter mit Sitz in Deutschland verpflichtet, Menschenrechte und Umweltstandards entlang ihrer Lieferkette zu beachten. Ein Jahr später gelten die Anforderungen für alle Unternehmen mit mehr als 1000 Beschäftigten.

Für viele Betriebe liegt die Herausforderung nun darin, sich einen Überblick

über ihre gesamte Lieferkette bis hin zur Rohstoffgewinnung zu verschaffen und nachzuweisen, dass sie den im Gesetz beschriebenen Sorgfaltspflichten nachkommen. Dazu gehören unter anderem die Vermeidung von Sklaverei, Kinderarbeit sowie umweltbezogene Pflichten zum Gesundheitsschutz.

Das Gesetz begründet dabei eine »Bemühenspflicht« und keine »Erfolgspflicht«. Unternehmen müssen also nachweisen können, dass sie die im Gesetz beschriebenen Sorgfaltspflichten erfüllt haben, die vor dem Hintergrund ihres individuellen

Kontextes machbar und angemessen sind. Neue Technologien wie die Blockchain können Unternehmen dabei helfen, ihre Lieferketten transparent abzubilden und ihrer Sorgfaltspflicht nachzukommen. Bei einer Blockchain handelt es sich um verschlüsselte, erweiterbare Ketten von Datenblöcken, die dezentral in Computernetzwerken an verschiedenen Orten gespeichert sind. Die Technologie gilt als sicher und kaum manipulierbar.

#### Alle Daten in der Blockchain

Die Initiative für nachhaltige Agrarlieferketten (INA) in Bonn hat mit Blick auf transparente Lieferketten die Blockchain-Lösung INATrace entwickelt. Zum Einsatz kommt sie aktuell für den Hochlandkaffee Angelique's Finest, den Frauenkooperativen aus Ruanda produzieren. Andrea Burkhardt (48), INA-Teamleiterin Digitalisierung für nachhaltige Agrarlieferketten, unterstreicht: »INATrace ist die erste quelloffene und übertragbare Rückverfolgbarkeitslösung der deutschen Entwicklungszusammenarbeit.« Sie bilde die Lieferkette von den Kaffeeproduzenten bis zu den Käufern in Deutschland digital ab. »Diese Transparenz stärkt die Kundenbindung«, ist Burkhardt überzeugt.

Das System erfasst unter anderem Informationen zur Nachhaltigkeit in der Produktion des Kaffees mit Zertifikaten. Nach dem Scan des QR-Codes auf der Verpackung kann man die Angaben über die beteiligten Akteure in den einzelnen Stufen der Kaffeeherstellung samt der gezahlten Preise sowie zusätzliche Informationen digital abrufen. »INATrace lässt sich für weitere Lieferketten nutzen, ist in anderen Sektoren sowie weltweit anwendbar und stößt in der Wirtschaft auf großes Interesse«, ergänzt Burkhardt.

Auch andere digitale Tools können Betriebe bei der Erfüllung ihrer Sorgfaltspflichten unterstützen. So ermöglicht die Integrity Next GmbH es Unternehmen, die Nachhaltigkeit ihrer Lieferanten digital selbst zu überwachen. Auf der Onlineplattform des Münchner Softwareherstellers füllen die Lieferanten zunächst vorgefertigte Fragebögen zu verschiede-

### Bußgelder bei Verstößen

Das neue Lieferkettengesetz verpflichtet Unternehmen zur Einhaltung von Sorgfaltspflichten in der Lieferkette. Die Sorgfaltspflichten beziehen sich auf den eigenen Geschäftsbereich und unmittelbare Zulieferer.

Für mittelbare Zulieferer gilt eine anlassbezogene Sorgfaltspflicht. Das heißt: Unternehmen müssen allein bei substantiierten Hinweisen auf mögliche Rechtsverletzungen in der Lieferkette tätig werden. Das Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle (BAFA) wird als Aufsichtsbehörde fungieren. Die Behörde kann bei vorsätzlichen oder fahrlässigen Verstößen gegen die vorgeschriebenen Sorgfaltspflichten ein Bußgeld verhängen, das sich am Gesamtumsatz orientiert: bis zu 800000 Euro oder bis zu zwei Prozent des Jahresumsatzes bei Unternehmen mit mehr als 400 Millionen Euro Umsatz. Sofern ein Unternehmen die Zusammenarbeit verweigert, droht ein Zwangsgeld von bis zu 50000 Euro.

nen Themenbereichen aus. Dabei sind alle zentralen, gesetzlich relevanten Aspekte wie Menschen- und Arbeitsrechte, Arbeitssicherheit, Umweltschutz sowie CO<sub>a</sub>-Emissionen abgedeckt.

Die Plattform holt die Selbstauskünfte und die entsprechenden Zertifikate der Kundenlieferanten ein und überwacht automatisch, ob etwa in sozialen Medien sowie anderen online verfügbaren Quellen Negativmeldungen über einzelne Lieferanten auftauchen. »Unser System prüft für unsere Kunden täglich insgesamt rund eine Milliarde Nachrichten weltweit, um kontinuierlich Risiken zu ermitteln«, erklärt Geschäftsführer Martin Berr-Sorokin. Damit lassen sich im Grunde alle Lieferanten digital kontrollieren, »Die Plattform unterstützt Unternehmen massiv dabei, die Vorgaben des neuen Lieferkettengesetzes rechtssicher und ressourcenschonend umzusetzen«, so der Unter-

Die gesammelten Daten sind jederzeit auf der Plattform einsehbar und als Bericht exportierbar, Warnmeldungen werden in Echtzeit versendet. Bei potenziellen Risiken können die Unternehmen somit frühzeitig entsprechende Maßnahmen ergreifen. »Mehr als 750000 Unternehmen gehören bereits zum Integrity-Next-Netzwerk, darunter Kunden wie DMG Mori, Osram, Jungheinrich, Evonik, Melitta, RWE und Deutsche Börse, die damit bereits heute ihre künftigen Sorgfaltspflichten größtenteils erfüllen«, so Berr-Sorokin.

Anlaufstelle bei Fragen zum Lieferkettengesetz ist der »Helpdesk Wirtschaft & Menschenrechte« der Bundesregierung. Er bietet Betrieben kostenfrei eine vertrauliche Erstberatung zur Umsetzung menschenrechtlicher Sorgfaltsprozesse sowie zu Förder- und Finanzierungsmöglichkeiten im Bereich Nachhaltigkeit – persönlich, telefonisch oder per E-Mail.

Weitere Infos zum Helpdesk: wirtschaft-entwicklung.de/wirtschaft-menschenrechte

### IHK-Ansprechpartnerin zum Thema Lieferketten

Dr. Henrike Purtik, Tel. 089 5116-1105 henrike.purtik@muenchen.ihk.de

### **IHK-Veranstaltungstipp**

### »Q&A Session – Das neue Lieferkettengesetz«

Sie haben Fragen zum neuen Gesetz? Die IHK für München und Oberbayern bietet im Rahmen der Webinarreihe der bayerischen IHKs online eine offene Fragestunde mit dem Anwalt Daniel Walden, Beiten Burkhardt Rechtsanwaltsgesellschaft mbH, an.

Die Teilnahme ist kostenfrei.

Termin: 21. Oktober 2021, 10-12 Uhr

Anmeldung und weitere Infos: www.ihk-muenchen.de/csr

# Streben nach Höherem

Bebaubare Flächen sind knapp, platzsparende Bauten mit einer Höhe von über 100 Metern umstritten. Wie sich dennoch kluge Lösungen finden lassen, darüber wird in München heftig diskutiert.

MECHTHILDE GRUBER

on anderen Metropolen Deutschlands hebt sich München deutlich ab, schon aus der Ferne. Denn hier ragen nur wenige Hochhaustürme aus der Stadtsilhouette heraus. Anders als in Frankfurt, Hamburg oder Berlin ist Hochhausbau in München seit Jahrzehnten ein viel diskutiertes und stark umstrittenes Thema. Ein Bürgerentscheid von 2004 regelte, dass kein Neubau höher sein darf

als die Türme der Frauenkirche. Inzwischen hat sich in München eine neue Offenheit für herausragende »Leuchtturm«-Projekte entwickelt. Außerhalb des Mittleren Rings wachsen bereits markante hohe Gebäude nach oben – nicht alles jedoch gilt als geglückt.

So haben die Hochhausgegner auch heute eine starke Stimme und viele Argumente. Sie wollen vor allem das unverwechselbare Stadtbild bewahren und fürchten eine

Zerstörung der traditionellen Sichtachsen in der Innenstadt ebenso wie die Beeinträchtigung der freien Sicht auf die Alpenkette. Kritisiert werden bei der Planung hoher Türme vor allem die mögliche Verschattung angrenzender Viertel, das dort steigende Verkehrsaufkommen und das weitere Verschwinden von bezahlbarem Wohnraum.

Doch seit der Abstimmung vor 17 Jahren, als sich die Münchner denkbar knapp gegen höhere Bauwerke entschieden haben,

### Darum geht's

- ▶ Seit dem Bürgerentscheid 2004 gilt in München: kein Hochhaus höher als 100 Meter innerhalb des Mittleren Rings.
- ▶ Ungebremster Zuzug und begrenzte Flächen haben die Diskussion um den Hochhausbau neu belebt.
- ▶ Die Fortschreibung einer Hochhausstudie von 1995 soll Qualitätskriterien für die Beurteilung aktueller Projekte liefern.





haben sich die Rahmenbedingungen und die Anforderungen an Hochhäuser stark verändert. München wächst und wächst, was die Stadt vor eine schwer lösbare Herausforderung stellt: Die Einwohnerzahl steigt rasant, gleichzeitig gibt es immer weniger bebaubare Flächen. »Die Möglichkeiten für Wohnen und Gewerbe im Stadtgebiet sind begrenzt, dieser Situation muss man sich stellen«, sagt Annette Hilpert, Referatsleiterin Stadt- und Regionalentwicklung bei der IHK für München und Oberbayern. Ihr Fazit: »Wenn es in der Breite nicht mehr geht, muss in die Höhe gebaut werden.«

stehe die Studie ausdrücklich in der Kontinuität der sogenannten Münchner Linie. Das heißt, sie soll für einen Ausgleich sorgen zwischen dem Bewahren des traditionellen Stadtbilds und der Förderung von zeitgemäßem Bauen an geeigneten Standorten. »An der richtigen Stelle und mit guter Gestaltung können Hochhäuser in München einen besonderen Beitrag leisten. Aber nicht um jeden Preis«, betont die Stadtbaurätin.

In einem Zonenplan skizziert die Studie genau, in welchen Gebieten Hochhäuser mit unterschiedlichen Höhenkategorien denkbar wären. Für Bauten von über 80 en. Bei Hochhaustürmen fielen die technischen Baukosten dafür zu hoch aus.

Die Münchner Wohnungsnot mit Hochhausbau zu beenden, werde nicht gelingen, meint auch Stadtbaurätin Merk. Sie betont aber: »In der Studie wird - und das ist neu - bewusst postuliert: Ein Hochhaus soll Mehrwert schaffen für die Allgemeinheit, mit Angeboten an das Stadtquartier und die Bevölkerung.« Öffentlicher Raum für Läden, Restaurants, soziale Einrichtungen, Kultur und Freizeit soll in der Planung stärker berücksichtigt werden. Merks großes Anliegen ist in diesem Zusammenhang die Bürgerbeteiligung. Sie liefere Politik und Architekten die Informationen dafür, was für einen bestimmten Ort die richtige Nutzungsmischung sein kann.

Ein anschauliches und zugleich viel diskutiertes Beispiel, wie der Ausgleich zwischen Wirtschaftlichkeit und Nutzen für die Stadtgemeinschaft funktionieren könnte, ist ein Bauvorhaben der Büschl-Unternehmensgruppe - das größte, das derzeit in München in Planung ist. Im Westen der Stadt, auf einem rund 20000 Quadratmeter großen Gelände rund um die ehemalige Paketposthalle an der Friedenheimer Brücke, soll ein neues, unverwechselbares Stadtquartier mit rund 1100 Wohnungen und Büros für 3000 Arbeitsplätze entstehen. Anfang Juni wurde dafür vom Schweizer Architekturbüro Herzog & de Meuron Basel Ltd. ein zweiter, überarbeiteter Masterplan vorgestellt. Zwar steht die Sanierung der denkmalgeschützten Paketposthalle mit ihrem charakteristischnen Dach im Zentrum des Vorhabens. Sie soll sich in einen neuen Kultur-Hotspot der Landeshauptstadt verwandeln, mit einem vielseitig nutzbaren öffentlichen Freiraum und einer Konzerthalle im Untergeschoss. Rund 300 Millionen Ausbau- und Sanierungskosten sind dafür veranschlagt.

Die Aufmerksamkeit aber richtet sich auf zwei Hochhaustürme, die mit ihrer filigran wirkenden Architektur und der geplanten Höhe von 155 Metern im Stadtbild einen ganz besonderen Akzent setzen könnten. Ob sie sich mit dem Stadtbild tatsächlich vertragen würden, wird derzeit in einem Gutachten geprüft. Wie in der Hochhausstudie gefordert, ist in den Erdgeschossen



»In der Studie wird bewusst postuliert: Ein Hochhaus soll Mehrwert schaffen für die Allgemeinheit, mit Angeboten an die Bevölkerung.«

Elisabeth Merk, Stadtbaurätin München

Bisher waren die herausragenden Hochhäuser in München entweder reine Bürotürme oder - wie in Neuperlach - reine Wohntürme. Das soll sich ändern. Denn jetzt ist der Markt für eine urbane Mischung da. Wie künftig mit Hochhäusern im Stadtgebiet umgegangen werden soll, wird gerade in einer Fortschreibung der Hochhausstudie von 1995 erarbeitet. Einen Entwurf der vom Stadtrat in Auftrag gegebenen Studie stellten die Autoren des Büros 03 Architekten GmbH Anfang 2020 vor. Die Diskussion darüber dauert mit vielfältiger Bürgerbeteiligung - noch an. Alle Anregungen werden ausgewertet und fließen in die Beschlussvorlage ein, die noch in diesem Herbst in den Stadtrat eingebracht werden soll.

»Die Studie will mit ökologischen, gestalterischen und funktionalen Qualitätskriterien eine Orientierung für die vorgeschriebenen Planungsverfahren geben«, sagt Stadtbaurätin Elisabeth Merk (58). Dabei

Metern Höhe sind demnach nur wenige Bereiche geeignet: etwa entlang der Bahngleise zwischen Hauptbahnhof und Pasing, im Gewerbeband entlang des DB-Nordrings sowie in den Gewerbegebieten am östlichen Stadteingang.

Doch die Höhe allein ist selbst beim Hochhausbau nicht entscheidend. Um mit herausragenden Bauten tatsächlich städtebauliche Highlights setzen zu können, spielt neben der Architektur das Material eine wichtige Rolle. Stahl-Glas-Konstruktionen gelten schon nicht mehr als zeitgemäß, Steinverkleidung spricht für Modernität, eine Holzhybridbauweise gilt heute da, wo machbar, als erste Wahl. Die Studie soll auch mit ökologischen und gestalterischen Kriterien eine Orientierung geben.

Zum brisanten Thema Wohnungsbau führen die Autoren der Studie aus, dass Potenziale für preisgünstiges Wohnen nur in Bauten mit moderater Höhe realistisch sei-

und den obersten Etagen eine öffentliche Nutzung geplant. Münchens Bürger sollen nicht ausgeschlossen sein. So soll auf einem der Türme ein Biergarten mit außergewöhnlicher Aussicht entstehen, der für alle Nichtbewohner des Hauses über Schrägaufzüge entlang der Außenfassade direkt zu erreichen ist.

Das gesamte Quartier mit überwiegend sechsgeschossigen Wohn- und Geschäftshäusern wird nach den Grundsätzen der sozialgerechten Bodennutzung (SoBoN) geplant. In den Türmen, in denen ein Nutzungsmix von Wohnen, Büro und Hotel vorgesehen ist, will der Investor auch für Fachkräfte bezahlbare Wohnungen zur Verfügung stellen.

Wie gefordert, legen die Planer besonderen Wert auf Nachhaltigkeit und Klimaschutz. So soll beim Bau beispielsweise ein hoher Anteil von Holz verwendet werden, dazu innovative Baumaterialien mit möglichst geringen CO<sub>3</sub>-Emissionen. Auf

den gemeinschaftlich nutzbaren grünen Dachflächen der niedrigeren Gebäude sind Photovoltaikanlagen geplant. Autoverkehr ist auf dem gesamten Areal nicht vorgesehen, Parkplätze gibt es im Untergeschoss. Dank bereits vorhandener S-Bahn-, U-Bahn-, Trambahn- und Busanschlüsse muss in eine Anbindung an den öffentlichen Nahverkehr kaum investiert

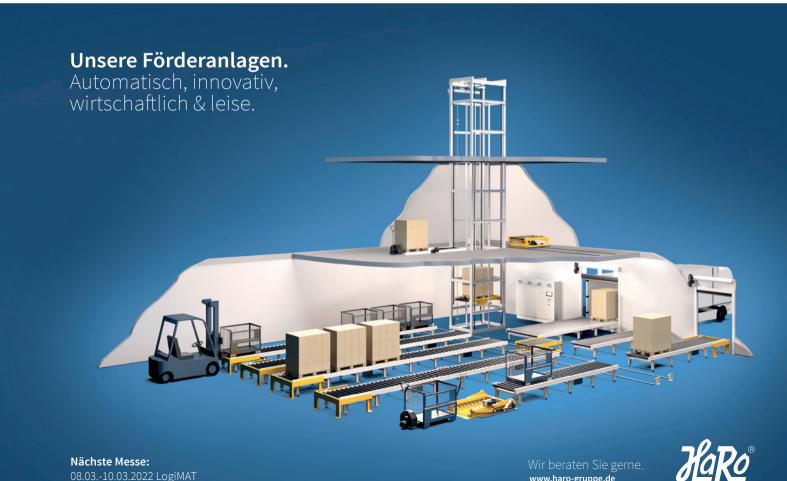
Wie das Paketpost-Areal tatsächlich bebaut wird, entscheidet am Ende der Stadtrat. In dessen Beschlussfassung werden auch Anregungen der Bürger mit einfließen. Zu diesem Zweck wird im Oktober von 100 repräsentativ ausgewählten Münchnern ein Bürgergutachten mit Empfehlungen erstellt, was ein neues urbanes Zentrum leisten soll und wie hoch die Türme werden sollten. Investor Ralf Büschl (64) will für die vorliegende Planung und damit auch für den neuen Akzent in der Münchner Skyline kämpfen. Er betont, dass er nicht den einfachen Weg gehe und mehrere niedrige Gebäude errichten wolle, die in etwa die gleiche Nutzfläche bei geringeren Baukosten hätten: »Das wäre das so oft kritisierte langweilige Einerlei. Davon haben wir in München schon viel zu viel.« Den Masterplan für das Paketpost-Areal sieht er als gut durchdachtes Gesamtkonzept und weist damit auch auf die wirtschaftlichen Zwänge hin, die den Spielraum einengen würden: »Ohne die urbane Dichte und die beiden Hochhäuser kann es keine Sanierung der denkmalgeschützten Paketposthalle ge-

### IHK-Ansprechpartner zur Stadtentwicklung

www.haro-gruppe.de

Annette Hilpert, Tel. 089 5116-1472 annette.hilpert@muenchen.ihk.de

Andreas Fritzsche, Tel. 089 5116-1785 andreas.fritzsche@muenchen.ihk.de



# »Paradoxe Situation«

Die Zahl der Unternehmensinsolvenzen schrumpft weiterhin. Warum Philipp Ganzmüller, geschäftsführender Gesellschafter von drei Creditreform-Geschäftsstellen, auch nach Auslaufen der Coronahilfen nicht mit einem sprunghaften Anstieg rechnet.

**EVA ELISABETH ERNST** 



Herr Ganzmüller, warum ist die Zahl der Unternehmensinsolvenzen in Deutschland trotz der Coronapandemie rückläufig?

Die paradoxe Situation, dass trotz Rezession die Zahl der Insolvenzen von Unternehmen sinkt, lässt sich durch die staatlichen Coronahilfsmaßnahmen erklären. Die sprichwörtliche Bazooka hat sich als probate Waffe gegen Unternehmenszusammenbrüche erwiesen: Die Aussetzung der Insolvenzantragspflicht, das bis Ende 2021 ausgeweitete Kurzarbeitergeld und nicht zuletzt die Flutung des Markts mit Geld in Form von Coronahilfspaketen haben gewirkt. Daher ist das normale Insolvenzgeschehen, das ja auch immer

eine natürliche Reinigung des Markts darstellt, derzeit nicht intakt.

### Wie beurteilen Sie diese Entwicklung?

Die staatlichen Coronasubventionen haben auch vielen kleineren und mittelständischen Unternehmen geholfen, deren Geschäftsmodell schon vor Corona nicht mehr intakt war. Die Bazooka hatte quasi die Treffsicherheit einer Schrotflinte, da nicht geprüft wurde, ob es auch betriebswirtschaftlich sinnvoll war, ein Unternehmen zu retten. Psychologisch war die Flutung des Markts nach dem Gießkannenprinzip meiner Meinung nach jedoch wichtig und hat die richtigen Signale gesendet. Nämlich, dass der Wirtschaft

schnell und möglichst unbürokratisch geholfen wird.

# Erwarten Sie nach dem Auslaufen der Hilfsmaßnahmen nun einen rasanten Anstieg der Unternehmensinsolvenzen?

Wir gehen nicht davon aus, dass eine riesige branchenübergreifende Pleitewelle auf uns zurollt, auch wenn viele Unternehmen derzeit unter Materialknappheit und Schwierigkeiten in ihren Lieferketten leiden. Die aktuelle Delle bei den Unternehmensinsolvenzen wird wohl zum Jahresende wieder ausgeglichen - wenn die Coronahilfen auslaufen und Unternehmen nach wie vor zukunftsfähige Geschäftsmodelle fehlen. Wie stark dieser Effekt wird, hängt natürlich auch vom Pandemiegeschehen ab. Mit einem Tsunami an Insolvenzen, wie wir ihn in der Frühphase der Pandemie befürchtet haben, rechnen wir jedoch nicht mehr.

In unserer aktuellen Mittelstandsanalyse, in der wir auch die Stimmung in der Wirtschaft abgefragt haben, zeigten die Unternehmen, die von der Pandemie nicht direkt negativ betroffen waren, sogar ein großes Maß an Optimismus: Schließlich konnten sie grundsätzlich weiterhin wirtschaftlich erfolgreich arbeiten. Diese Unternehmen sind investitionswillig und sehen lediglich die Herausforderung, sich mit Liquidität jenseits der Coronahilfen zu versorgen.

# Wie sieht es in den von Corona besonders stark betroffenen Branchen aus?

Da ist die Situation deutlich schlechter, vor allem wenn man nicht nur die Insolvenzzahlen betrachtet, sondern auch die sogenannten stillen Heimgänge: Viele Gastronomen, Einzelhändler und Dienstleister im Bereich Event und Kultur haben

ihr Gewerbe aufgrund der Lockdowns abgemeldet. Leider werden die Gründe für Gewerbeabmeldungen nicht abgefragt, sodass hierzu keine Zahlen vorliegen.

### Welche Auswirkungen wird die nun beginnende Tilgungsphase für die Coronadarlehen nach sich ziehen?

Die Unternehmen, die Coronadarlehen in Anspruch genommen haben, werden durch die Annuität sowie die Einschränkungen der unternehmerischen Souveränität aufgrund der Restriktionen der KfW-Darlehen belastet. Im Hinblick auf das Insolvenzgeschehen sehe ich hier allerdings ein geringeres Problem, weil die Unternehmen bei der Antragstellung ihrem Finanzierungspartner, in der Regel der Hausbank, eine ausreichende Bonität nachweisen mussten. Hier wurde also durchaus genauer gesiebt.

### Warum sind mehr als die Hälfte der Unternehmen, die im ersten Halbjahr 2021 Insolvenz angemeldet haben, älter als zehn Jahre?

Die Quote der älteren Unternehmen bei den Unternehmensinsolvenzen steigt seit Jahren. Dieser Effekt ist daher nicht auf die Pandemie, sondern vielmehr auf den Strukturwandel der Wirtschaft und nicht mehr wettbewerbsfähige Geschäftsmodelle zurückzuführen. Allerdings ist durch Corona die Gesamtmenge junger Unternehmen gesunken, da es seit 2020

mit Ausnahme des Hightech-Bereichs deutlich weniger Neugründungen qab.

### Worauf sollten Unternehmer im Hinblick auf ihre finanzielle Stabilität derzeit besonders achten?

Eine professionelle und transparente Finanzkommunikation wird in den nächsten Monaten wichtiger denn je: Denn die Banken werden künftig bei Kreditvergaben, aber auch bei den Konditionen und Sicherheiten für laufende Kredite noch genauer hinsehen. Unternehmer sollten ihre Banken nicht nur möglichst gut über ihre aktuellen Zahlen, ihre Strategien und Planungen informieren, sondern diese Zahlen guasi auf dem Silbertablett servieren. Corona hat die Transformation im Bankensektor beschleunigt. Auch wenn in der Branche ein gewisser Vertriebsdruck herrscht: Wir beobachten, dass Banken den Aufwand bei der Selektion ihrer Kunden verstärken und in ihren Augen riskante Engagements aussondern. Viele unserer Kunden berichten bereits von Schwierigkeiten, Geld für neue Investitionen zu erhalten. Von einer Kreditklemme würde ich allerdings noch nicht sprechen. Und natürlich ist ein stringentes Forderungsmanagement immer

#### **Zur Person**

Philipp Ganzmüller (45) ist geschäftsführender Gesellschafter der Creditreform München Ganzmüller, Groher & Kollegen KG, der Creditreform Bayreuth Ganzmüller & Groher KG und der Creditreform Rosenheim Ganzmüller & Groher KG. Der Volljurist absolvierte sein Studium mit Schwerpunkt Steuerrecht an der Universität Bayreuth sowie an der Ludwig-Maximilians-Universität München.

Creditreform ist einer der großen Anbieter von Wirtschaftsinformationen, Marketingdaten und Lösungen zum Forderungsmanagement und schützt Unternehmen seit 1879 vor Zahlungsausfällen. In Deutschland gibt es 128 selbstständige Geschäftsstellen, die rund 130000 Mitgliedsunternehmen aller Größen und Branchen betreuen.

#### Was hat sich hier durch Corona verändert?

In den Coronamonaten waren die Inkasso-Dienstleistungen bei Creditreform rückläufig. Offenbar wollten viele Unternehmen in dieser Zeit ihre Geschäftspartner schonen. Doch im eigenen Interesse sollten sie ihre Außenstände konsequent eintreiben und nicht zu lange warten. Denn Forderungen sind wie frischer Fisch: Je älter, desto wertloser werden sie.



unerlässlich, um Zahlungsausfällen vor-

zubeugen.

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

**GOLDBECK** 

# Berufsorientierung auf **Augenhöhe**

Ein bewährtes Programm wurde um drei Jahre verlängert: Auch künftig können IHK AusbildungsScouts in den Schulen aus ihrem beruflichen Alltag erzählen und so Werbung für den Betrieb und die duale Ausbildung machen.

**SABINE HÖLPER** 

m Juni war Antonia Hoch (19) in ihrer ehemaligen Schule. Der Zufall hatte die Auszubildende zur Bankkauffrau bei der Sparkasse Ingolstadt Eichstätt bei ihrem ersten Einsatz als AusbildungsScout dahin geführt. Die Freude war groß, als sie auf ehemalige Lehrer traf. Noch mehr allerdings freute sich Hoch, dass ihre Präsentation so gut gelaufen war: »Die Schüler waren interessiert und hatten einige Fragen vorbereitet.«

Seit Jahren sind die IHK Ausbildungs-Scouts bei Schülern, Schulen, Azubis und Ausbildungsbetrieben beliebt. Bereits 2015 hatte der Bayerische Industrie- und Handelskammertag das Programm zur besseren Berufsorientierung und -vorbereitung ins Leben gerufen, jetzt wurde es bis Sommer 2024 verlängert. Die IHK für München und Oberbayern beteiligt sich von Beginn an. Ebenso ist die Sparkasse Ingolstadt Eichstätt vom ersten Moment an dabei. Die Erfahrung nach sechs Jahren und jährlich zwei neuen Scouts: »Das Format hat uns schon etliche Bewerber für Ausbildungs- und Praktikumsstellen beschert«, sagt Tanja Rottler (43), Ausbildungsleiterin bei der Sparkasse Ingolstadt Eichstätt.

AusbildungsScout Hoch kam ebenfalls auf diesem Weg zur Sparkasse. »Die Schüler in den Gymnasien werden größtenteils aufs Studium vorbereitet und hören wenig über die duale Ausbildung«, sagt sie. »Daher hatte ich lange auch nicht an eine Ausbildung gedacht.« Nachdem ein AusbildungsScout in der Schule dann aber Einblicke in den Beruf des Bankkaufmanns gegeben hatte, war ihr Entschluss



pro Ausbildung und für die Sparkasse gefallen

Auszubildende werben Auszubildende – so lässt sich kurz und knapp das Prinzip des Projekts IHK AusbildungsScouts beschreiben. Dies ist auch der Grund, warum es so gut ankommt: Es ist eben nicht gleich, ob Lehrer oder Ausbilder Informationen über verschiedene Berufe geben

oder ob Gleichaltrige von ihrem Alltag im Betrieb erzählen. Letzteres ist Berufsorientierung auf Augenhöhe. Junge Leute, die selbst vor Kurzem noch auf der Schulbank saßen und nun im Berufsleben stehen, sind authentischer und damit glaubwürdiger als Menschen mit 20 Jahren Berufserfahrung. »Sie werden viel mehr akzeptiert«, weiß Ausbildungsleiterin

Rottler. Außerdem trauen sich die Schüler eher, Fragen zu stellen. »Die Sprache der jungen Leute ist anders«, sagt sie. »Somit können die Azubis die Schüler besser motivieren als jeder andere.«

Gleichzeitig, da die Scouts selbstverständlich erzählen, bei welchem Arbeitgeber sie beschäftigt sind, repräsentieren sie das Unternehmen. Das Programm IHK AusbildungsScouts ist folglich eine gute Möglichkeit, sich als attraktiver Arbeitgeber in der Region einen Namen zu machen. »Es ist eine gute Werbung für uns als Unternehmen«, unterstreicht Rottler.

Andere Ausbildungsbetriebe sehen das genauso. Kein Wunder, dass sich in den

im Einsatz. Für sie nachgerückt ist Annika Wagner, seit Kurzem Azubi im Betrieb. Insgesamt hat die Firma seit 2016 schon rund zehn Azubis in dem Programm angemeldet. »Wenn jemand als Scout aufhören musste, weil er die Ausbildung beendet hat, hat er immer selbst einen Nachfolger gesucht«, sagt Lisa Fleischmann (29), in der Personalabteilung von Seidenader Maschinenbau für die Ausbildung zuständig. Allein diese Form des jahrgangsübergreifenden Miteinanders ist ein Gewinn für jeden Azubi und damit für den Betrieb. Darüber hinaus stärkt das Präsentieren vor einer Schulklasse das Selbstbewusstsein der jungen Leute. »Sie lernen, sich Netzwerke mit anderen Scouts aufzubau-

en, und trainieren das Kommunizieren«, sagt Fleischmann. Außerdem, und auch das ist wichtig: Es macht ihnen Spaß und erfüllt sie mit Stolz. »Die Azubis bekommen eine Bühne«, ergänzt Sparkassen-Ausbildungsleiterin Rottler.

Die Unternehmen profitieren von engagierten Azubis mit zusätzlichen Kenntnissen. Vor allem aber ist das Format effizientes Ausbildungsmarketing. »Wir beteiligen uns, um auf unseren Betrieb aufmerksam zu machen, Bewerber für Ausbildungsplätze zu gewinnen und somit Fachkräfte zu entwickeln«, erklärt Personalerin Fleischmann. »Das Programm ist eine der besten Möglichkeiten, junge

Menschen von der Berufsausbildung zu überzeugen.«

Oft wüssten die Schüler nicht, was sie nach der Schule machen sollten. Vor allem sei ihnen nicht bewusst, was sich hinter den Ausbildungsberufen verberge. Genau da setzen die AusbildungsScouts an: Sie berichten von ihren Erfahrungen, geben Einblick in die Tätigkeiten und Abläufe im Betrieb. Für viele Schüler sind solche Berichte der Auslöser, sich zu bewerben. »Wir fragen unsere Bewerber regelmäßig, wie sie auf den Beruf und auf unser Unternehmen aufmerksam wurden«, sagt Fleischmann. »Häufig hören wir dann, dass es die IHK Scouts waren.« Viele Bewerber sagen, dass sich die Präsentation der Scouts »gut angehört habe«. AusbildungsScout Hoch von der Sparkasse Ingolstadt Eichstätt freut sich über solche Rückmeldungen, verweist aber auch

auf die gute Vorbereitung durch die IHK: »Im Seminar haben wir wertvolle Tipps für die Präsentation bekommen.«

ausbildungsscouts.bihk.de

## IHK-Ansprechpartnerinnen zu den IHK AusbildungsScouts nach Regionen

München, Fürstenfeldbruck, Dachau und Freising Marie Kostner, Tel. 089 5116-2047 marie.kostner@muenchen.ihk.de

Mühldorf, Altötting, Erding, Ebersberg, Miesbach, Rosenheim, Traunstein und Berchtesgadener Land Elisabeth Könninger, Tel. 08631 90178-16 elisabeth.koenninger@muenchen.ihk.de

Weilheim-Schongau, Bad Tölz-Wolfratshausen, Garmisch-Partenkirchen, Landsberg am Lech, Starnberg, Eichstätt, Ingolstadt, Neuburg-Schrobenhausen und Pfaffenhofen an der Ilm Alina Thum, Tel. 0881 925474-29 alina.thum@muenchen.ihk.de

### **IHK AusbildungsScouts**

- Unternehmen, die bisher teilgenommen haben: mehr als 500
- Schulen, die sich beteiligt haben: mehr als 230
- Derzeit aktive AusbildungsScouts: 258
- Durchgeführte Vorbereitungsseminare für neue Scouts: 160
- AusbildungsScouts insgesamt: 1455
- Besuchte Schulklassen: 1891
- Dort erreichte Schüler: 38774

Zahlen für den Kammerbezirk München und Oberbayern, Stand August 2021

vergangenen sechs Jahren mehr als 500 Unternehmen an dem Format beteiligt und seither mehr als 1400 Scouts in die Schulen geschickt haben (s. Kasten oben). Und jedes Jahr stehen wieder neue Azubis in den Startlöchern, um ihre Vorgänger, die nach bestandener Prüfung ihren »Job« niederlegen müssen, zu beerben. Selbst Corona konnte die Beliebtheit und den Erfolg nicht dämpfen. Aktuell sind rund 260 Azubis aktiv. Über den Winter haben sie ihre Einsätze fast ausschließlich virtuell abgehalten. Seit einigen Monaten sind sie laut IHK-Regionalkoordinatorin Marie Kostner größtenteils wieder »vor Ort« in den Schulen.

So wie zum Beispiel Nicole Simon, technische Produktdesignerin bei der Seidenader Maschinenbau GmbH in Markt Schwaben. Bis zum Ausbildungsende im Sommer war sie mehrfach als AusbildungsScout



# Formate mit Zukunft

Deutschland ist der weltweit größte Messeplatz. Die unmittelbaren Auswirkungen der Pandemie auf die Branche waren gravierend. Nun sind Messen unter Vorbehalt wieder möglich. Vier Experten berichten, was sich verändert hat.

**EVA ELISABETH ERNST** -



Klaus Dittrich (66), Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe München GmbH

Mit der ersten Messe nach dem Lockdown, der TrendSet 2021, die im Juli als Pilotprojekt stattfand, waren Aussteller und Besucher hochzufrieden. Das ausgefeilte Sicherheitsund Hygienekonzept bescherte uns zwar einen deutlich höheren Aufwand, den wir aber als Investition in die Sicherheit unserer Kunden betrachten. Wir freuen uns sehr darüber, dass alles hervorragend funktioniert hat.

Dennoch werden wir wohl damit leben müssen, dass künftig immer irgendwo auf der Welt ein Virus unterwegs ist. Daher gehen wir davon aus, dass hybride Messekonzepte, also eine Mischung aus digitaler und physischer Messe, fortgeführt werden. In den Coronamonaten, in denen keine physischen Messen stattfinden durf-

ten, hat die Messe München mehr als 20 Digitalveranstaltungen durchgeführt, inklusive Vorträgen, Diskussionen, Markenpräsentationen und der Möglichkeit, individuelle Termine mit Vertriebsmitarbeitern zu vereinharen

Mit einer hybriden Messe bieten wir künftig 365 Tage im Jahr eine neutrale digitale Plattform – mit der physischen Veranstaltung als Höhepunkt. Denn das Digitale kann und wird persönliche Begegnungen nicht ersetzen, das zeigen die jüngsten Erfahrungen sehr deutlich. Als Messegesellschaft bereiten wir alles so vor, dass eine physische Messe wie geplant stattfinden kann. Wenn es anders kommen sollte, werden wir entsprechend reagieren. Schließlich wollen wir Aussteller und Besucher keinem Risiko aussetzen.«

Die Commerce Week fand erstmals im März 2021 statt und war ein rein digitales Event mit 90 Sessions, 60 Stunden Livestreams und über 8500 Teilnehmern. Eine Woche lang beleuchteten Handels- und Kommunikationsexperten sowie Onlinedienstleister Lösungen und Themen entlang der Wertschöpfungskette des Handels: Von der IT-Infrastruktur über die Produktentwicklung und das Marketing bis hin zu Transaktion und Distribution. Die Veranstaltung ist sehr gut gelaufen. Die Teilnehmer stellten per Chatfunktion viele Fragen und führten intensive Diskussionen, Anschließend standen die Inhalte noch einen Monat lang online zur Verfügung. Anfangs war es schwierig, die Partner, die ihre Produkte

und Leistungen auf der Commerce Week vorstellten, vom Mehrwert einer digitalen Veranstaltung zu überzeugen. Aber auch sie waren anschließend sehr zufrieden. Ein Ersatz für unsere zweitägige Präsenzmesse Internet World Expo kann und soll die Commerce Week allerdings nicht werden. Sie wird künftig vielmehr deren digitales Rahmenprogramm bilden. Denn die Digitalisierung von Messen wird bleiben. Wie die optimale Verzahnung von digital und physisch aussehen kann, hängt von der Branche ab: Bei Produkten, die Messebesucher vor Ort in die Hand nehmen oder ausprobieren können, funktioniert das anders als etwa bei E-Commerce-Themen. Aber auch hier bleibt eine physische Mes-

se ein wichtiger Ort zum Netzwerken.«



Vlatko Stojanov (39), Projektmanager der Commerce Week bei der Ebner Media Group GmbH & Co. KG



Julian Hauser (56), Geschäftsführer der Zeeh Design GmbH, die sich auf Messe-, Event- und Innenausbau spezialisiert hat

Klassische Messen werden weiterhin fester Bestandteil der Live-Kommunikation bleiben und auch künftig nicht wegzudenken sein. Sie bieten nach wie vor den besten Gesamtüberblick über Produkte, Leistungen und Innovationen einer Branche und ermöglichen den direkten Kontakt von Mensch zu Mensch, der wichtig für den Vertrauensaufbau zu einem Unternehmen und dessen Produkten ist. Wir gehen auch davon aus, dass physische Messen künftig von digitalen Formaten begleitet werden. Diese hybriden Messen ermöglichen es Kunden und Interessenten, sich vor, während und nach der Präsenzmesse detailliert zu informieren.

Ein großer Vorteil hybrider Messen liegt in ihrer hohen Reichweite, was angesichts pandemiebedingter Reisebeschränkungen nicht zu unterschätzen ist. Allerdings verursachen professionell produzierte digitale Formate eines Messeauftritts durchaus hohe Kosten, die das Messebudget belasten. Daher werden Unternehmen künftig mitunter die Zahl ihrer Messebeteiligungen reduzieren oder auf kleinere Messestände setzen und dabei beispielsweise eine gezieltere Auswahl von Exponaten vornehmen.

Sicher ist, dass Aussteller mittel- und langfristig noch mehr Wert auf emotionale Inszenierungen von Marken und Produkten legen werden. Aber auch die Anforderungen an Modularität, Skalierbarkeit und Wiederverwendbarkeit der Baukomponenten steigen. Messestände werden künftig definitiv nachhaltiger sein und einen deutlich niedrigeren CO<sub>2</sub>-Fußabdruck aufweisen.«

Im Eventbereich herrscht derzeit vorsichtige Aufbruchstimmung, die Zahl der Anfragen für Event-Equipment und ganzheitliche Ausstattungskonzepte steigt. Allerdings sind viele Veranstaltungsformen aufgrund der aktuellen Hygiene- und Sicherheitsvorschriften nicht wirtschaftlich. Von einer Erholung kann daher keine Rede sein. Aktuell werden viele Privatveranstaltungen nachgeholt, aber auch die Messenfragen ziehen an. In diesem Segment arbeiten wir unter der Marke Fair Renter

gen nachgeholt, aber auch die Messeanfragen ziehen an. In diesem Segment arbeiten wir unter der Marke Fair Rentals Generalausstatter für Messebauer und Aussteller sowie für Caterer und Messegesellschaften. Durch die Coronaauflagen und die darauf basierenden Hygienekonzepte hat sich einiges verändert. Auf Messen muss zum Teil ein Vielfaches an Flächen zur Verfügung gestellt werden. Zudem beobachten wir, dass sich die Vor-



Tobias Viße (34), Geschäftsführer der Party Rent München Cudok & Viße GmbH

laufzeiten für Messen aufgrund der Pandemie deutlich verkürzen, was auch uns ganz andere Planungs- und Reaktionszeiten abverlangt.

Viele Aussteller hinterfragen mittlerweile, ob Messen noch die richtige Marketingund Vertriebsplattform für sie sind. Die Messegesellschaften reagieren darauf mit mutigeren und innovativeren Messeformaten, die neue Möglichkeiten der Marken- und Produktinszenierung bieten. Ein gutes Beispiel dafür ist die IAA Mobility, die ja auch jenseits des Messegeländes auf Plätzen in München sowie der Teststrecke Blue Laner stattfand.

Wir rechnen damit, dass die Messegesellschaften zudem mehr und mehr hybride Messen veranstalten, um die Reichweite zu erhöhen und potenzielle Besucher, die nicht zum Messeort reisen können oder möchten, einzubinden.«

# Lohnender Spagat

Fach- und Führungskräfte zu finden und zu binden, ist gerade für kleine Unternehmen eine Herausforderung. Familienfreundliche Strukturen im Betrieb können helfen, dass dies gelingt.

**EVA MÜLLER-TAUBER** 

ir können nicht so hohe Gehälter zahlen wie unsere große Konkurrenz aus dem Maschinenbau und der Automobilzulieferindustrie, wir müssen die Leute inhaltlich mitreißen und weitere Anreize schaffen«, sagt Beate Maria Frever, Chefin von rund 20 Festangestellten. Vor gut zwölf Jahren gründete die Betriebswirtin mit Ehemann Georg Wünsch, einem Ingenieur, die machineering GmbH & Co. KG in München. Das IT-Unternehmen entwickelt innovative Softwarelösungen für die Echtzeit-Materialfluss- und Robotersimulation und beschäftigt vor allem Softwareentwickler, die jedoch von vielen Arbeitgebern umworben werden.

Das Unternehmerpaar – selbst Eltern von vier Kindern – versucht, familienfreundliche Strukturen zu etablieren, um Mitarbeitern möglichst optimale Jobbedingungen zu bieten und sich als attraktiver Arbeitgeber zu positionieren. Denn



to: lordn/Adobe Stock

Familienfreundlichkeit ist heute für viele Arbeitnehmer ein wichtiges Argument bei der Entscheidung für oder gegen eine bestimmte Stelle. »Der Altersdurchschnitt in unserer Firma liegt bei etwa 30 Jahren,

da sind Familienplanung und Familie generell ein großes Thema, mit dem wir uns beschäftigen müssen«, sagt Unternehmerin Freyer.

So können Mitarbeiter im Notfall ihre Kinder mit ins Büro bringen, es gibt Zuschüsse zu den Kinderbetreuungskosten. Im Zuge von Corona führte das Unternehmen konsequentes Homeoffice ein und stattete Mitarbeiter umfassend mit dem notwendigen technischen Equipment aus.

Das kann die Vereinbarkeit von Familie und Beruf erheblich vereinfachen – aus Unternehmersicht ist es jedoch nicht unproblematisch. Werde ausschließlich mobil gearbeitet, fehle der persönliche Austausch, dann sei es schwieriger, das familiäre

Zusammengehörigkeitsgefühl aufrechtzuerhalten, das gerade kleine Betriebe oft auszeichnet, sagt Freyer. »Und wenn eine unserer hoch qualifizierten Fachkräfte nur begrenzt verfügbar ist, müssen wir die Arbeit anderweitig verteilen, was sich bei unserer hohen Spezialisierung in der Praxis nicht immer einfach umsetzen lässt – und was von der gesamten Belegschaft eine große Flexibilität und Einsatzbereitschaft fordert.«

Dass es besonders für kleine Firmen oft ein Spagat ist, familienfreundliche Lösungen für jede Lebenslage anzubieten und trotzdem arbeitsfähig zu bleiben, weiß Julia Naetsch (40) von der Servicestelle des Familienpakts Bayern (s. Kasten links): »Da sind Flexibilität und Vertrauen wichtig, ist das ganze Team gefragt. Ohne das gegenseitige Verständnis für die individuelle Situation gibt es keine Familienfreundlichkeit.« Gleichwohl lasse sich aus aktuellen Befragungen von Eltern und Unternehmen ableiten, dass die Bedeutung

### **Erstberatung und Best Practice**

Der Familienpakt Bayern hat im Rahmen seines Jahresthemas 2021 »Kleiner Betrieb – Große Wirkung: Wie kleinere Unternehmen mit Familienfreundlichkeit Zukunft gestalten« konkrete Lösungen und Tipps zusammengestellt. Neben einer Erstberatung bietet die Servicestelle Arbeitgebern Wissen aus der Praxis an. Im September hat der Familienpakt die Sammlung »Kleiner Betrieb – Große Wirkung« mit vielen Beispielen der guten Praxis veröffentlicht. Weitere Infos unter: www.familienpakt-bayern.de/infocenter/kleine-betriebe

von betrieblichem Familienbewusstsein während der Coronakrise weiter gestiegen ist »und die hohe Bedeutung auch nach der Krise bleiben wird – unabhängig von der Branche und Unternehmensgröße«, so Naetsch.

»Firmen sollten das Thema also im eigenen Interesse weiterverfolgen«, bekräftigt Elfriede Kerschl, Referatsleiterin Fachkräfte, Weiterbildung, Frauen in der Wirtschaft bei der IHK für München und Oberbayern, »allerdings stets im Rahmen ihrer Möglichkeiten.« Es gelte, miteinander die passende betriebliche Lösung für die ieweils individuelle Lebensphase zu finden, also auch etwa für den Fall, dass die Pflege eines Angehörigen mit dem Beruf vereinbart werden muss. »Dann kann Familienfreundlichkeit die Zugehörigkeit zum Betrieb stärken und dazu beitragen, mehr Fachkräfte zu gewinnen«, sagt Kerschl. Was die Familienpakt-Expertin Naetsch optimistisch stimmt: »Es gibt schon sehr viele gute und pragmatische Lösungen in kleinen Unternehmen - das hat uns beeindruckt.«

Auch machineering feilt weiter an seinen Angeboten. So gibt es immer noch Homeoffice, aber in der Regel nur für einige Tage der Woche und nicht ausschließlich. »Das entspricht auch dem Wunsch unserer Mitarbeiter«, sagt Firmenchefin Freyer. Geht ein Teamleiter in Elternzeit, soll künftig ein Führungsduo seine Aufgaben übernehmen. »So verteilen wir die Zusatzarbeit besser und schaffen zugleich ein Back-up, falls jemand ausfällt.« Zudem sei Jobsharing in Führungspositionen eine gute Möglichkeit, Karrierechancen in Teilzeit zu ermöglichen und zugleich potenzielle Kandidaten auf ihre Eignung hin zu prüfen.

Zudem werden bei Elternzeitplanungen oder Arbeitszeitverkürzungen nun auch die jeweiligen Partner stärker mit einbezogen. Tragen sie die Entscheidung langfristig mit? Wie sieht eine für alle Seiten befriedigende Lösung aus? Wann steigt der Mitarbeiter wieder (voll) in seinen Job ein? »Wir sind ein kleines Unternehmen und können deshalb Vieles austesten, müssen aber auch mehr planen«, so Freyer.

Die Texas Trading GmbH in Windach, die qualitativ hochwertige Ausrüstung für die artgerechte Großtierhaltung vertreibt, hat mit familienfreundlichen Strukturen bereits gute Erfahrungen gemacht. »Wir sind nicht aktiv auf Mitarbeitersuche, haben eine sehr geringe Fluktuation, viele unserer 22 Beschäftigten halten uns schon lange die Treue«, sagt Marion Riedel, die den Betrieb 2008 von ihrem Vater übernommen hat und ihn seither mit ihrem Mann leitet. »Es gibt sogar welche, die zwischenzeitlich woanders gearbeitet haben und wieder zu uns zurückgekehrt

fach bei jeder Neuerung oder Änderung im Geschäftsbetrieb, »was mir in der familiären Situation geholfen hätte, und prüfe zugleich, ob es für alle machbar und finanziell realistisch ist«, erläutert die Firmenchefin, selbst Mutter von drei erwachsenen Söhnen und mittlerweile Oma.

Das heißt in der Praxis: Einen Mitarbeiter bei voller Bezahlung für die Pflege freizustellen, kann sich das kleine Unternehmen nicht leisten. Auch für einen Betriebskindergarten oder eine Tagesmutter fehlen Mittel und Möglichkeiten. »Aber wir können unter Umständen einem Mitarbeiter



»Wir sind ein kleines Unternehmen und können Vieles austesten, müssen aber auch mehr planen.«

> Beate Maria Freyer, Geschäftsführerin machineering

sind«, freut sich die Firmenchefin. Sie alle scheinen familienfreundliche Rahmenbedingungen zu schätzen: Individuelle Teilzeit ist bei Texas Trading üblicher als Vollzeit und auch in Führungspositionen und in der Ausbildung möglich. Das Unternehmen bietet auf Wunsch Homeoffice bei Arbeitsplätzen, die dies zulassen. Mittags kann jeder Angestellte ein Tiefkühlessen ordern, das er gefroren oder warm nach Hause mitnehmen kann, »damit schnell etwas auf dem Tisch steht, wenn die Zeit nicht zum Kochen reicht oder auch, um beispielsweise die pflegebedürftige Mutter mit zu versorgen«, erklärt Riedel.

Dass der Nachwuchs in den Ferien notfalls mit ins Büro kann, wenn keine Betreuung möglich ist, war schon früher selbstverständlich. »Dass bei einem familiären Notfall jeder Betroffene seine Arbeit liegen lassen darf und die Kollegen für ihn einspringen, ebenfalls.« Sie überlege eineine begrenzte Zeit unbezahlten Urlaub gewähren, uns an Kinderbetreuungskosten beteiligen oder weitere, individuelle Lösungen suchen«, erklärt die 52-Jährige. Familienfreundlichkeit sei bei der Rekrutierung von neuen Mitarbeitern ein Pluspunkt, ebenso wie eine gute Work-Life-Balance, weiß Riedel aus Erfahrung. Sie und ihr Mann haben einen Nachmittag pro Woche für ihre Enkel reserviert. »Wir müssen uns nach wie vor als attraktiver Arbeitsgeber präsentieren. Unser Vorteil: Wir brauchen hier nur unseren Weg weiterzuverfolgen, andere Unternehmen müssen nachlegen.«

## IHK-Ansprechpartnerin zum Thema Familienfreundlichkeit

Dr. Gabriele Lüke, Tel. 089 5116-1174 gabriele.lueke@muenchen.ihk.de



# Schneller am Ziel

Digitalisierung und künstliche Intelligenz werden für die Verkehrssteuerung eine immer größere Rolle spielen. Wie sich der Verkehrsfluss verbessern lässt – vom Parkleitsystem bis zum digitalen Zwilling von Ortschaften.

JOSEF STELZER

ilometerlange Staus mit schier endlosen Fahrzeugkolonnen, stundenlange Wartezeiten und Baustellen. Auf den Autobahnen in Richtung Brenner kommt es in beiden Richtungen infolge hohen Verkehrsaufkommens häufig zu starken Verzögerungen. Allein von Januar bis Mai 2021 fuhren 1,9 Millionen Pkw und knapp eine Million Lkw über die Brennerautobahn nach Süden.

Nicht nur im Alpentransit gehören Staus zum Alltag. Vor allem auf Autobahnen und in Ballungszentren geraten der Pkw-Verkehr und Gütertransporte immer wieder ins Stocken. Zu den typischen

Staustrecken in Bayern zählen unter anderem die Autobahnen A8, A9 und die Ostumgehung A99 bei München. Und das Verkehrsaufkommen wächst weiter – angetrieben durch den zunehmenden Personenverkehr, das Wirtschaftswachstum und auch infolge der Bevölkerungsentwicklung. Laut Verkehrsprognose Bayern 2030 des Bayerischen Staatsministeriums für Wohnen, Bau und Verkehr wird der »motorisierte Individualverkehr« bis 2030 im Vergleich zu 2010 um 14,3

Prozent zulegen, der Güterverkehr um über 40 Prozent. Und über 72 Prozent der Güterverkehrsleistung laufen in Bayern über die Straße.

Digitale Verkehrssteuerungssysteme sollen den Straßenverkehr insgesamt flüssiger machen. Deshalb werden Lösungen mit künstlicher Intelligenz (KI), mit denen sich Verkehrsströme je nach Verkehrsaufkommen automatisch steuern lassen, immer wichtiger.

Auf einem Teilstück des Autobahnrings A99, zwischen dem Autobahnkreuz München Nord und der Ausfahrt Aschheim, hat die Bremicker Verkehrstechnik GmbH aus Weilheim in Oberbayern ein solches System errichtet. Zum Lieferumfang gehören Schilderbrücken über die Autobahn samt den Betonfundamenten und LED-Wechselverkehrszeichen für dynamische Tempolimits, die – je nach Verkehrsdichte –

### Darum geht's

- ▶ Eine digitale, KI-basierte Steuerung des Straßenverkehrs hilft bei der Vermeidung von Staus und Engpässen.
- ▶ Dank moderner Technik steigen Verkehrskapazität und Verkehrssicherheit.
- ▶ Auch Städte und Gemeinden profitieren im innerörtlichen Verkehr.

automatisch variieren. Auf weiteren Abschnitten der A99, die ein zentrales Teilstück im bayerischen Autobahnnetz darstellt, sollen diese Systeme ebenfalls zum Einsatz kommen. »Eine KI-basierte Verkehrssteuerung steigert die Kapazität der damit ausgerüsteten Straßen schätzungsweise um 20 Prozent und ermöglicht eine staufreie Nutzung trotz hohen Verkehrsaufkommens«, sagt Felix M. Schaumberg (48), Geschäftsführer der Bremicker Verkehrstechnik GmbH in Weilheim. »Noch viel mehr ist möglich, wenn das gesamte Straßennetz flächendeckend mit solchen Systemen ausgestattet wird.«

Für die Stadt Karlsruhe wird Bremicker ein digitales Parkleitsystem mit farbigen LED-Displays einrichten, das auch Hinweise für Veranstaltungen, aktuelle Umweltinformationen oder Warnmeldungen anzeigen kann. »Das wird sich sicher günstig auf den Verkehrsfluss auswirken«, so der Firmenchef. Beteiligt ist Bremicker auch am Digitalisierungsprojekt der Autobahn A5 bei Frankfurt. Baubeginn ist Ende 2021. Dort wird das Unternehmen 250 LED-Wechselverkehrszeichen für eine intelligente Verkehrssteuerung installieren. Damit lassen sich Tempolimits automatisch so anpassen, dass der Verkehr nicht ins Stocken gerät, etwa bei steigendem Verkehrsaufkommen oder in der weiteren Umgebung von Baustellen.

»Am besten wäre es, die Verkehrsdaten aus ganz Deutschland oder gar europaweit in Echtzeit zentral zusammenzuführen, sodass man den Verkehr KI-basiert weiträumig steuern kann«, glaubt Schaumberg. Denkbar sind beispielsweise intelligent variierende und aufeinander abgestimmte Tempolimits im deutschen Autobahnnetz, um so mögliche Staus zu vermeiden. Dafür muss die minutengenaue Erfassung und vernetzte Nutzung von Verkehrsdaten verbessert werden.

René Fassbender ist Gründer der Garchinger OmegaLambdaTec GmbH, die in diverse Forschungs- und Entwicklungsprojekte für digitale Verkehrssteuerung und Verkehrssimulationen für Städte und Gemeinden eingebunden ist. Er unterstreicht die zunehmende Bedeutung von künstlicher Intelligenz. »Solche Systeme kommen vor allem dann ins Spiel, wenn es um Prognosen für die Verkehrsfluss-Optimierung und Empfehlungen in Echtzeit

geht. Je komplexer die Systeme sind und je mehr Datenquellen zum Einsatz kommen, desto bedeutsamer werden KI-Bausteine.« Beispielsweise könnten, so Fassbender, künftig anonymisierte Informationen über Tempo, Standorte und Fahrtrichtung datenschutzkonform direkt aus den Fahrzeugen für die Verkehrssteuerung und für Prognosen berücksichtigt werden. »Prinzipiell könnten für eine optimierte Verkehrssteuerung auch die anonymisierten Daten der Mobilfunktelefone der Fahrer einfließen«, sagt der 44-jährige promovierte Astrophysiker.

Ziel sei letztlich ein auf künstlicher Intelligenz basierendes, automatisiertes Steu-

lionen Euro, um über drei Jahre hinweg unter anderem digitale Verkehrsprojekte umzusetzen. Als Herzstück des Vorhabens fungiert ein 3-D-Modell, ein sogenannter digitaler Zwilling der Ortschaft. Damit können die dortigen Auto-, Bus- und Lkw-Verkehre, sämtliche Gebäude sowie der Radfahrer- und Fußgängerverkehr komplett digital abgebildet werden. Ein flächendeckendes Netzwerk aus Sensoren zur Objekterkennung und zur Geschwindigkeitsmessung liefert aktuelle Verkehrsdaten, die letztlich in ein intelligentes System zur Verkehrssteuerung einfließen.

Staus und zeitraubender Stop-and-go-Verkehr, so die Idee, lassen sich damit



erungssystem, das Ampeln und digitale Verkehrsschilder optimiert schaltet, um Staus und Stop-and-go-Situationen zu minimieren, beschreibt Geschäftsführer Fassbender die Idee. »Auch der öffentliche Personennahverkehr und weitere Mobilitätsangebote wie etwa Carsharing sind einzubinden.«

Ein besserer Verkehrsfluss soll auch in kleineren Städten und Gemeinden möglich werden. Das Bundesministerium des Innern, für Bau und Heimat hat im September 2020 für die Förderung im Rahmen des bundesweiten Modellprojekts »Smart Cities« 32 Kommunen vorgestellt, darunter Kirchheim bei München. Die Gemeinde erhält Fördermittel in Höhe von 2,45 Mil-

in Zukunft signifikant reduzieren. Mehr noch: »Die intelligente Steuerung der Verkehrsströme kann auch dazu beitragen, die Zahl der Verkehrsunfälle deutlich zu reduzieren sowie die lokale Schadstoffbelastung mit Feinstaub und gesundheitsgefährdenden Stickoxiden spürbar zu verbessern«, so Fassbender. Die Teilnahme an diesem Bundesprogramm ist im Übrigen hervorgegangen aus dem Ende 2019 abgeschlossenen Pilotprojekt »Smart Mobility in Kirchheim« des IHK-Regionalausschusses München Landkreis.

IHK-Ansprechpartner zum Thema Verkehr Tobias König, Tel. 089 5116-1237 tobias.koenig@muenchen.ihk.de





# Zahnpflege vom Start-up

Wie können junge Unternehmen gegen etablierte Konzerne bestehen? Dem Start-up happybrush gelang es mit starkem Fokus auf Nachhaltigkeit, sich auf dem Markt für elektrische Zahnbürsten durchzusetzen.

**EVA ELISABETH ERNST** 

<sup>■</sup>ür ein Unternehmen, das sich auf Mundpflege spezialisiert hat, ist Johny Rotten, der einstige Frontmann der legendären Punkrock-Band Sex Pistols, ein eher ungewöhnliches Testimonial. Schließlich ist sein Künstlername darauf zurückzuführen, dass seine Zähne Ende der 1970er-Jahre vollkommen verrot-

Dennoch engagierte ihn die happybrush GmbH 2017 für ein Video, in dem er nicht nur über Aufwand und Kosten seiner Gebisssanierung spricht, sondern auch darauf hinweist, wie wichtig Zahnpflege ist. »Das war eine super Aktion für unsere Social-Media-Kampagne, die viel zur Bekanntheit von happybrush beigetragen hat«, freuen sich die Gründer Florian Kiener (36) und Stefan Walter (39) noch heute. Doch nicht allein bei den Kommugeht nikationsmaßnahmen Münchner Start-up neue Wege, Auch die Produkte heben sich durch hohe Funktionalität, schickes Design und

klassischen Zahnpflegesortimenten der etablierten Anbieter ab. So werden die elektrischen Zahnbürsten klimaneutral produziert und bieten unter anderem USB-Ladeanschluss, Timer und extrem lange Akkulaufzeiten. Beim jüngsten Modell wird das Handstück zu hundert Prozent aus recyceltem Kunststoff hergestellt. Die Aufsteckzahnbürsten werden künftig komplett aus nachwachsenden

### **Zum Unternehmen**

- im März 2016 in München gegründet
- Produkte sind unter anderem elektrische Zahnbürsten, Aufsteckbürsten, Mundspülungen, Zahnpasta, Zahnseide
- 25 Mitarbeiter
- in Deutschland, Österreich, der Schweiz und Frankreich aktiv

www.happybrush.de



Rohstoffen gefertigt. Der Griff der Interdentalbürstchen besteht aus Bambus. Zahnpasta und Mundspülungen sind vegan. »Auch bei den Verpackungen legen wir großen Wert darauf, dass sie kompakt, plastikfrei und, soweit möglich, aus nachwachsenden Rohstoffen oder Recyclat bestehen«, sagt Geschäftsführer Walter.

Zudem spendet das Unternehmen für jedes verkaufte Produkt einen festen Betrag an das Kinderhilfswerk Plan International und unterstützt ein Trinkwasserprojekt in Ghana. Mit ihrem Engagement für gesellschaftlichen Mehrwert und ökologische Nachhaltigkeit gelang der happybrush GmbH die B-Corp-Zertifizierung: ein strenges Assessment für Unternehmen, die privatwirtschaftlichen Nutzen und Gemeinwohl vereinbaren.

Zur Gründung von happybrush im März 2016 motivierte Kiener und Walter der Wunsch, selbst etwas zu gestalten. Sie lernten sich beim US-Konsumgüterkonzern Procter & Gamble kennen, bei dem Walter im Marketing für die Zahnbürsten der Marke Oral-B und Kiener im Vertrieb für die Zahnpasta Blend-a-med tätig war. »Unser Herz schlug eigentlich schon immer für Start-ups und die Möglichkeit, neue Produkte und Marken zu etablieren«, sagt Walter. Dass rund 60 Prozent der Menschen in Deutschland ihre Zähne noch mit einer Handzahnbürste putzen, ermutigte sie, in diesen Markt einzusteigen - mit der Vision, mehr Menschen für das elektrische Putzen zu begeistern, wie Walter betont, »Wir waren überzeugt, dass wir mit einer modernen, innovativen Marke weitere Zielgruppen ansprechen können.«

Beiden Gründern war von Anfang an klar, dass sie zur Realisierung ihrer eher größer dimensionierten Pläne Kapital von Investoren benötigen. Bereits zwei Monate nach der Gründung konnten sie die erste Finanzierungsrunde abschließen. Sieben Monate danach, im Oktober 2016, präsentierten sie ihre erste elektrische Zahnbürste und eine Zahnpasta, die sie zunächst über Amazon sowie ihren eigenen Onlineshop verkauften.

Die Produkte machten sie mit originellen Kampagnen über Social Media, allen voran Facebook und Instagram, bekannt. Darüber hinaus investierten sie in Suchmaschinenmarketing und Google-Ads. »Aber auch klassische PR hat sich als sehr wirkungsvoll erwiesen«, sagt Kiener. Einen großen Bekanntheitsschub und zwei kleinere Kapitalspritzen brachte zudem der Auftritt der beiden Firmengründer bei der VOX-Sendung »Die Höhle der Löwen« im Oktober 2017.

Nahezu zeitgleich gelang happybrush der Sprung in die Regale der Drogeriemarktkette dm. »Beim Qualifizierungsprozess für die ›Höhle der Löwen« hat es uns durchaus geholfen, dass wir berichten konnten, dass wir mit dm über eine Listung verhandeln«, erinnert sich Kiener. Andererseits fanden es wohl auch die Einkäufer der Drogeriemarktkette interessant, dass die beiden Gründer ihr Unternehmenskonzept und die Produkte bei der TV-Sendung vorstellen werden.

»Für ein junges Unternehmen ist es wirklich sehr schwierig, von großen Handelsunternehmen wahrgenommen zu werden und einen Termin für Gespräche zu bekommen«, berichtet Walter. »Wenn wir die Gelegenheit hatten, unsere Produkte zu präsentieren, ist es uns jedoch meistens gelungen, die Verantwortlichen zu überzeugen.«

Mittlerweile ist happybrush bei rund zwanzig Handelsunternehmen in Deutschland und der Schweiz gelistet, darunter Media Markt, real, Globus und der Drogeriemarktkette Budni, die vor allem in Norddeutschland vertreten ist. Den Sprung in



die Regale des Handels zu schaffen, gehörte von Anfang an zu den Zie len der beiden Unternehmer. Aktuell erwirtschaftet happybrush 60 Prozent des Umsatzes im

klassischen Einzelhandel, ein Viertel über den eigenen Onlineshop und die restlichen 15 Prozent über Amazon. Hergestellt werden die rund 25 Artikel des Sortiments von etwa zwei Dutzend sorgfältig ausgewählten Produktionspartnern. »Es handelt sich dabei immer um Eigenentwicklungen, in die wir viel Arbeit, Energie und Liebe investieren«, betont Walter.

2020 arbeitete happybrush erstmals operativ profitabel, für dieses Jahr rechnen Kiener und Walter mit Umsätzen im achtstelligen Bereich. Dennoch schloss das Start-up im Frühjahr 2021 noch eine vierte Finanzierungsrunde ab. Rund vier Millionen Euro investierten Lead-Investor BayBG Bayerische Beteiligungsgesellschaft mbH und die Haniel-Gruppe gemeinsam mit den Altgesellschaftern, zu

denen die Gründer von Emma Matratzen und des einstigen Fintech-Start-ups 360T zählen.

Damit will happybrush das hohe Wachstumstempo weiter steigern und die Internationalisierung vorantreiben. Nach Deutschland, Österreich und der Schweiz startet das Unternehmen aktuell mit der Erschließung des französischen Markts. Weitere Länder sollen folgen.

Das frische Kapital wird jedoch auch für die Konzeption und Einführung neuer Produkte genutzt. Erst im Sommer 2021 stellte happybrush Zahnpflegeprodukte für Kinder vor. »Wir haben noch viele weitere Ideen in der Pipeline«, sagt Kiener. »Und wir freuen uns schon darauf, all die Innovationen zu zeigen, die wir noch in unserer Schatzkiste haben.«



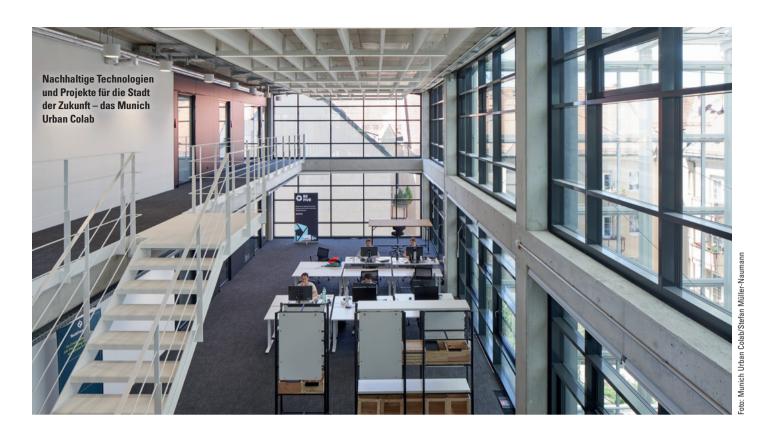
**GESUND**<sup>X</sup> – **DIE EXTRAPORTION GESUNDHEIT** 

# Ein Dankeschön für Ihre Belegschaft

Wertvolle Gesundheitsleistungen für Ihre Mitarbeitenden – mit der betrieblichen Krankenversicherung (bKV) der Allianz!

### Eine lohnende Investition – auch für Sie:

- Positionierung als attraktiver & sozialer Arbeitgeber.
- Viele Leistungen und Wahlmöglichkeiten passend für Ihr Unternehmen
- Anerkennung der bKV als Sachbezug.
   Übrigens: die monatliche Sachbezugsfreigrenze steigt ab 2022 auf 50 EUR!



# Zentrum für innovative Lösungen

Die Initiative von UnternehmerTUM und der Landeshauptstadt München will Wissenschaftler, Kreative, Start-ups, Mittelständler und Großunternehmen unter einem Dach zusammenbringen.

**EVA ELISABETH ERNST** 

in architektonisch attraktives Gebäude, in dem viele Gleichgesinnte arbeiten und das ausreichend Möglichkeiten zur Vernetzung, für Diskussionen, zum Ausprobieren und vielleicht sogar für gemeinsame Projekte bietet: Beim Aufzählen der Vorteile des neuen Unternehmensdomizils der Hörmann Digital GmbH kommt Geschäftsführer Alexander Hauswald (46) fast schon ins Schwärmen. Im April dieses Jahres bezog das achtköpfige Team des Software-Unternehmens seine Büros im Munich Urban Colab, das weitaus mehr ist als ein Innovations- und Gründungszentrum.

Das Gemeinschaftsprojekt der UnternehmerTUM GmbH, Europas größtem Gründungszentrum, und der Landeshauptstadt München wurde als zentraler Ort für Smart-City-Lösungen konzipiert. In knapp zweijähriger Bauzeit entstand das zentral gelegene Gebäude im Kreativquartier an der Dachauer Straße, in dem Unternehmen, Wissenschaft, Talente, Kreative und Kunstschaffende gemeinsam mit der Stadtverwaltung sowie Bürgern an nachhaltigen Technologien und Projekten für die Stadt der Zukunft arbeiten. »Start-ups und etablierte Unternehmen können über die Programme von UnternehmerTUM im

Colab andocken oder aber Arbeitsplätze mieten«, sagt Claudia Frey, Geschäftsführerin der Munich Urban Colab GmbH und Chief Financial Officer von Unternehmer-TUM

Dieser Ansatz kommt offenbar gut an: Trotz Corona war das Munich Urban Colab schon vor der offiziellen Eröffnung im Juni 2021 voll belegt. »Wir konnten auswählen, welche Start-ups und Unternehmen gut in den Smart-City-Kontext passen«, sagt Frey. »Und zwar nicht nur bezüglich ihrer Arbeitsgebiete, sondern auch im Hinblick auf ihre Offenheit für Austausch und Kollaboration.«

Die Hörmann Digital GmbH hatte zunächst lediglich nach einem neuen, größeren Büro in München gesucht. In Gesprächen mit UnternehmerTUM erfuhr Firmenchef Hauswald vom Munich Urban Colab - und fand das Konzept sehr spannend. »Als Tochterunternehmen der Hörmann Gruppe, eines mittelständischen familiengeführten Firmenverbunds mit Hauptsitz in Kirchseeon bei München, bündeln wir innerhalb der Gruppe die Kompetenzen rund um Digitalisierung – von künstlicher Intelligenz und Machine Learning bis hin zu IoT, dem Internet of Things«, erklärt Hauswald und betont, dass viele Themen auch für Smart Cities relevant seien.

Der Geschäftsführer der Hörmann Digital GmbH kann sich durchaus vorstellen, dass insbesondere die Präsenz der Stadtverwaltung sowie der Stadtwerke München und der Münchner Verkehrsgesellschaft im Munich Urban Colab in interessante Projekte münden könnte. Außerdem bildet der unkomplizierte Kontakt zwischen etablierten Unternehmen und Start-ups, die hier an neuen Geschäftsmodellen tüfteln,

### **Das Munich Urban Colab**

- Innovations- und Gründungszentrum mit dem Fokus auf Smart-City-Lösungen
- Projektpartner sind Landeshauptstadt
   München und UnternehmerTUM
- im Kreativquartier an der Dachauer Straße in München, Freddie-Mercury-Straße 5
- 11000 Quadratmeter Nutzfläche auf einer Grundstücksfläche von 3600 Quadratmetern
- Angeboten werden Büroräume, Co-Working-Spaces, Veranstaltungsund Seminarräume, Hightech-Prototypenwerkstatt »MakerSpace«, »Testfelder« für Versuche mit E-Fahrzeugen, Café, Wintergarten und weitere Orte der Begegnung, Sport- und Fitnessraum
- ca. 30 Millionen Euro Baukosten

www.munich-urban-colab.de

interessant«, betont Claudia Schlebach, die bei der IHK für München und Oberbayern die Abteilung Unternehmensförderung, Gründung, Gewerberecht leitet. »Denn Innovationen entstehen ja nicht nur in Großunternehmen.« Daher habe die IHK das Projekt bis zur Umsetzung mit begleitet. Schlebach weist darauf hin, dass viele Events, Vorträge und zahlreiche weitere Möglichkeiten zu Vernetzung und Zusammenarbeit allen interessierten

Diese Möglichkeit klingt für Fabian Reuter (37) sehr verlockend. »Der MakerSpace ist wirklich hervorragend ausgestattet und lässt keine Wünsche offen«, sagt der Geschäftsführer der Fazua GmbH aus Ottobrunn bei München. Das 2014 gegründete Start-up entwickelt und produziert ein optisch dezentes Antriebssystem für Mountainbikes, Rennräder und sportliche Stadtfahrräder. Mittlerweile beschäftigt Fazua über hundert Mitarbeiter. »Im Hinblick auf kommende neue Antriebssysteme erweitern wir unsere Produktionskapazitäten gerade deutlich«, so Reuter.

Parallel dazu wird ein weiteres Antriebssystem entwickelt. »Dabei ist es zumindest in den ersten Phasen sehr sinnvoll, wenn möglichst wenige Mitarbeiter mitreden und die Sicht von Markt und Kunden die kreativen Prozesse nicht zu stark beeinflussen«, sagt Reuter. Das Entwicklungsteam im Munich Urban Colab arbeiten zu lassen und dort auch gleich Prototypen herstellen und testen zu können, ist für ihn daher eine ideale Lösung. Und zwar nicht nur wegen der - so Reuter - »coolen Arbeitsplätze«, sondern auch im Hinblick auf übergeordnete Themen: »Das Munich Urban Colab ist quasi ein neutraler Ort, an dem wir uns auch mit Marktbegleitern zusammensetzen und über übergreifende Themen wie etwa Infrastruktur für E-Bikes inklusive einheitlicher Ladestandards sprechen können.«



»Wir konnten auswählen, welche Start-ups und Unternehmen gut in den Smart-City-Kontext passen.«

Claudia Frey, Geschäftsführerin Munich Urban Colab und Chief Financial Officer von UnternehmerTUM

für ihn einen entscheidenden Mehrwert. »Darüber hinaus sind noch viele weitere spannende Unternehmen und Organisationen vertreten, die für einen intensiven Austausch oder eine Zusammenarbeit infrage kommen.«

Zu den ersten Partnerunternehmen des Munich Urban Colab, die mit Entwicklungsabteilungen oder Innovationsteams vor Ort präsent sind, zählen BMW, Infineon, SAP und Siemens. »Doch auch für kleinere und mittelständische Unternehmen sowie Start-ups sind die Angebote

Unternehmern offenstehen. Schließlich sind das erste und zweite Stockwerk im Munich Urban Colab frei zugänglich. Dort finden sich unter anderem ein Café und Veranstaltungsräume, die auch von Externen gemietet werden können.

»Und natürlich können auch Mittelständler und Start-ups Mitarbeiter vor Ort platzieren, um dort an neuen Entwicklungen zu tüfteln und vielleicht auch gleich im MakerSpace, der integrierten Hightech-Werkstatt, Prototypen zu bauen«, sagt Schlebach.

### IHK-Ansprechpartnerin zum Munich Urban Colab

Claudia Schlebach, Tel. 089 5116-1331 claudia.schlebach@muenchen.ihk.de

# Patenter Dreh

Was tun, wenn das Geschäftsmodell nicht (mehr) funktioniert? Die Gründer von GoodlP mussten sich binnen weniger Monate neu orientieren, nachdem Corona ihr ursprüngliches Geschäftsmodell ausgebremst hatte.

**EVA ELISABETH ERNST** 



oto: Good

er Durchbruch war zum Greifen nah: Die Plattform zur Schwarmbewertung von Patenten stand, erste Umsätze wurden erzielt, weitere Kunden, darunter ein namhaftes Großunternehmen, planten Pilotprojekte mit einem Auftragsvolumen von mehreren Millionen Euro. Doch dann kam Corona und die Verkaufsprozesse der Patente, die auf der damaligen Plattform der GoodIP GmbH analysiert werden sollten, wurden angesichts der unsicheren Wirtschaftslage abrupt beendet. »Im Frühjahr 2020 zeichnete sich ab, dass sämtliche Projekte nicht umgesetzt werden«, erinnert sich Bastian July (44), der das Münchner Start-up 2017 gegründet hat.

Dieser pandemiebedingte Tiefschlag bewog July und Mitgründer Sebastian Hugl (32), ihr gesamtes Businessmodell zu

überdenken. »Unsere ursprüngliche Idee war, mithilfe von Schwarmintelligenz eine Art Trip Advisor für Patente zu werden, die zum Verkauf standen«, erklärt July. Auf der Plattform von GoodIP wurden Experten aus aller Welt dazu eingeladen, Patente zu analysieren und zu bewerten. Dieser Service bot eine Alternative zur Evaluierung des Werts von Patenten durch Patentanwälte oder Beratungsgesellschaften. »Allerdings war es durchaus eine Herausforderung, eine kritische Masse an qualifizierten Rezensenten zu erreichen«, räumt Hugl ein. »Es gelang uns mit Incentives, Bezahlmodellen und Gamification, also spielerischen Elementen, die als Anreiz

Die strategischen Überlegungen rund um ein neues Geschäftsmodell wurden nicht zuletzt von Linus Kohl (35) beeinflusst. Den Softwareentwickler und Experten für künstliche Intelligenz (KI) Iernten Hugl und July über das Accelerator-Programm der Münchner Ludwig-Maximilians-Universität kennen. »Mithilfe von KI können Patentdaten, die ja grundsätzlich offen zugänglich sind, schnell und vor allem auch objektiv analysiert werden«, erklärt Hugl. »Ein erfahrener Experte kann pro Tag zwischen zehn und 15 Patente lesen und hat danach ein gutes Gefühl dafür, wie es um ihre Qualität bestellt ist.«

Eine KI hingegen könne binnen Sekunden Tausende von Patenten lesen, strukturieren und neutral bewerten. Voraussetzung dafür ist jedoch, dass die KI vorab mit genügend validen Trainingsdatensätzen gefüttert wurde, um durch Vergleiche aussagekräftige Ergebnisse zu liefern. Im Mai 2020 fiel die Entscheidung, künftig auf die

Patentanalyse durch künstliche Intelligenz zu setzen, und Kohl wurde als Chief Technology Officer an Bord geholt.

Bis heute gab das Team von GoodIP rund 700000 ausgewählte Datensätze echter Patente in sein System ein. »Das war eine Mammutaufgabe, die viel Kreativität und Arbeitszeit gekostet hat«, sagt Hugl. »Ganz zu schweigen davon, dass es natürlich auch eine gewisse nervliche und finanzielle Belastung war, GoodIP quasi komplett neu zu erfinden.«

Während der Konzeption der KI führte das Start-up mit zahlreichen potenziellen Kunden aus seinem Netzwerk Interviews, um herauszufinden, welche Aspekte der Patentanalyse für sie relevant sind. »Dabei zeigte sich, dass viele Entscheider das Patentportfolio ihres Unternehmens nicht wirklich gut kennen«, sagt Hugl. »Sie können schwer einschätzen, welches Wissen in ihren Patenten schlummert und ob es noch zu den Geschäftsfeldern und zur Produktstrategie passt.

Häufig ist auch unklar, wie gut die einzelnen Patente geschrieben sind und wie hoch deren Schutzwirkung ist.« Eine Patentanalyse durch die KI von GoodIP beantwortet daher nicht nur Fragen zu Inhalt und Qualität der Patente, sondern unterstützt auch dabei, diese zu verbessern und damit den Schutz des geistigen Eigentums eines Unternehmens zu erhöhen.

Im September 2020 war die KI leistungsfähig genug, um valide Patentanalysen vorzunehmen. Dass einige der Interviewpartner erste Aufträge platzierten, zeigte den Unternehmern, dass sie mit ihrer Neuausrichtung richtig lagen. Mittlerweile arbeitet das Start-up operativ

profitabel. »Unsere Hauptzielgruppen sind große, technisch orientierte Unternehmen mit umfangreichen Patentportfolios. Aber auch für schnell wachsende Unternehmen vor einem Börsengang oder dem Exit eines Gründers oder Partners kann die Bewertung ihrer Patente wichtig sein«, erklärt Hugl. »Außerdem interessiert sich natürlich der Finanzmarkt, von der Hausbank bis hin zu Investoren, für die immateriellen Werte, die in Patenten schlummern.«

Derzeit arbeitet GoodlP zudem an einem KI-Verfahren, mit dem analysiert werden kann, wie viele nachhaltige

Technologien in den Patenten stecken. »Innovationen sind schließlich ein großer Hebel, um den Klimawandel abzumildern«, sagt Hugl. »Die Unternehmen investieren viel Geld in das Thema Cleantech.«

Zu den Kunden zählen unter anderem die Giesecke + Devrient GmbH, das Medizintechnikunternehmen neurocare group AG. das US-Automotive-Unternehmen ESS sowie die Osram AG, die zudem als Startinvestor fungiert. Das Osram-interne Programm für Führungskräftenachwuchs gab sogar den Impuls zur Gründung von GoodIP: Einer der Teilnehmer war Rechtsanwalt July, der sich nach Jurastudium und Promotion sowie beruflichen Stationen in einer US-Großkanzlei und bei einer Ausgründung von Infineon damals in der Osram-Rechtsabteilung um Lizenzen und Patente kümmerte. »Entrepreneurship war ein Thema dieses Global Talent Programs bei Osram«, erinnert er sich. »Da ich erkannt hatte, wie viel ungenutztes Wissen in Patenten schlummert,

### Darum geht's

- Im Frühjahr 2020 zwangen coronabedingte Auftragsstornos das Start-up zur Neuausrichtung.
- ▶ Die Gründer führten unter anderem Interviews mit Unternehmen, um ihr neues Konzept zu prüfen. Diese Firmen gehörten zu den ersten Auftraggebern.
- Das Geschäft hat Fahrt aufgenommen, der Kreis potenzieller Kunden ist nun deutlicher größer.

beschloss ich, ein Unternehmen zu gründen, das dabei hilft, dieses Know-how zu erschließen.«

In Hual, der bereits neben dem Studium zum Wirtschaftsingenieur sein erstes Unternehmen gegründet und bei der Workaround GmbH den Logistikmarkt für deren Marke ProGlove aufgebaut hatte, fand er einen Partner für die Business-Seite. Mit Kohl, der ebenfalls einige Firmen gegründet und die Softwareentwicklung von Start-ups geleitet hatte, ist das Managementteam der GoodIP GmbH komplett. Der Schock wegen der pandemiebedingten Stornierungen der ersten Aufträge ist längst überwunden: »Heute sind wir froh darüber, dass uns Corona zu einer Neuausrichtung des Unternehmens gezwungen hat«, sagt Hugl abschließend, »Der Ansatz der Patentbewertung durch künstliche Intelligenz hat eindeutig den größeren Mehrwert - für alle Beteiligten.«

www.goodip.de

# 1/2 m breiter

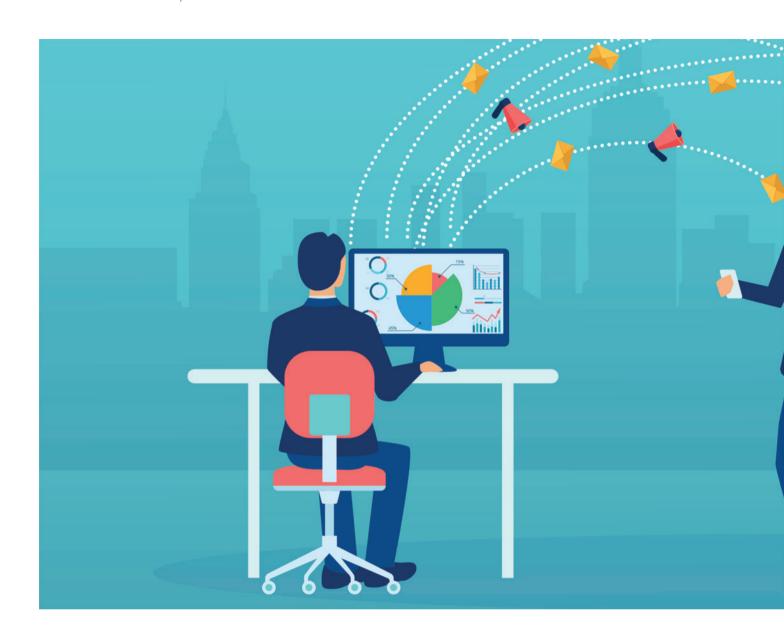
Mobile Räume mieten. www.container.de/ihk

ela[container]

Full Service – von der Planung bis zur Montage vor Ort

Mobile Räume mieten. www.container.de/ihk

ela[container]



# Die Kontrolle behalten

Was tun in der Krise? Etwa wenn die 2020er-Bilanz katastrophal ist? Zum richtigen Zeitpunkt transparent kommunizieren. Das ändert zwar nichts an den Zahlen, vermittelt aber Glaubwürdigkeit und sichert vielleicht den rettenden Kredit.

**SABINE HÖLPER** 

Schon vor der Pandemie begann es bei den beiden in Bayern und Rheinland-Pfalz beheimateten Tochtergesellschaften der japanischen Tadano Ltd. zu kriseln. Corona brachte die Unternehmen endgültig in eine starke

Schieflage. »Lieferketten wurden unterbrochen, wir mussten die Produktion zum Teil komplett einstellen«, erzählt Frank Schättle (46), Personalleiter bei der Tadano Faun GmbH und der Tadano Demag GmbH. Irgendwann war den Verantwortli-

chen des Herstellers von Mobilkranen klar, dass sie handeln müssen. Im Oktober vergangenen Jahres leiteten sie ein Schutzschirmverfahren ein, eine Art Insolvenz mit Sanierungsplan. Ein wichtiger Aspekt dabei war die Kommunikation nach innen



und außen. »Eine solche Ausnahmesituation ist eine kommunikationsintensive Zeit«, sagt Schättle. Und eine schwierige. »Jede Mitteilung muss juristisch einwandfrei sein.«

Jedes Unternehmen kann verschuldet oder unverschuldet in eine elementare Krise geraten. Während der Coronapandemie passierte das häufiger als sonst. In vielen Firmen brachen die Umsätze so stark ein, dass ihre Existenz bedroht war – und zum Teil immer noch ist. In solchen Situationen ist es nicht damit getan, im Betrieb alle Kräfte zu mobilisieren, um zu überleben und um sich für die Zukunft neu aufzustellen. Die Lage muss auch kommuniziert werden.

»Krisenkommunikation ist ein wichtiger Teil des Krisenmanagements«,

sagt Georg Schulte-Holtey, betriebswirtschaftlicher Berater bei der IHK für München und Oberbayern. Sie kann helfen, sich anbahnende Krisen zu verhindern oder bereits bestehende erfolgreich zu meistern. Sie schafft Sicherheit für alle Betroffenen und

»Verlässliche Kommunikation in der Krise stiftet Vertrauen«, ergänzt Roland Leithäuser (42) von der strategischen Kommunikationsberatung Kekst CNC. Seit mehr als 15 Jahren unterstützt der Spezialist für strategische Kommunikation Unternehmen dabei, in schwierigen Situationen die richtigen Worte zu finden und sie zum richtigen Zeitpunkt an die entsprechenden Stellen zu leiten. Auch bei

das Unternehmen.

Tadano war die Kekst CNC an Bord. Denn Schweigen führt schnell zu Unsicherheiten. So nachvollziehbar der Gedanke ist,

### Darum geht's

- ▶ Eine Krise zu bewältigen, gelingt nur mithilfe von professioneller Kommunikation.
- Je später Geschäftspartner, Mitarbeiter & Co. informiert werden, desto größer ist die Gefahr, dass Gerüchte kursieren.
- Es ist sinnvoll, die Informationen genau auf die verschiedenen Zielgruppen abzustimmen.

im Stillen intern daran zu arbeiten, dass das Tief vorüberzieht beziehungsweise ein neues Hoch kommt: Das gelingt nur so lange, bis jemand Wind von der Lage bekommt. Denn von dem Moment an, in dem Mitarbeiter, Kunden, Lieferanten oder Banken von der angespannten Situte im Netz, die die Lage womöglich viel drastischer darstellen, als sie ist. Diese verstärken das Problem.

Es kommt zu noch mehr negativen Auswirkungen: Leistungsträger kündigen, Geschäftspartner wenden sich ab, die Presse berichtet. Damit ist klar, wann ein

sprich, wichtige Stakeholder wie Mitarbeiter, Kunden und finanzierende Banken zu informieren.



Das heißt allerdings nicht, dass die Kreditinstitute die ersten Adressaten sind. Zunächst sollte immer die Belegschaft informiert werden. Danach müssen alle weiteren Gruppen in Kenntnis gesetzt werden. Zu den ersten Externen zählen Kunden, Lieferanten, Banken und Investoren. »Der Informationsfluss muss eng getaktet sein«, sagt Leithäuser. Anderenfalls sei die Gefahr von »Leaks« zu groß. Ob zudem die Presse ins Boot geholt werden sollte, »hängt von der Schwere der Krise ab«, sagt Leithäuser. Aber man müsse auch bedenken: »Häufig steckt es jemand den Medien, daher empfiehlt es sich, diese aktiv abzuholen.«

Wichtig ist außerdem, dass Krisenkommunikation zielgruppenspezifisch betrieben wird. Sowohl der Inhalt der Mitteilung unterscheidet sich je nach Adressat als auch die Art und Weise der Information. Mitarbeiter beispielsweise brauchen keine detaillierten Zahlen, sondern Gespräche mit Fingerspitzengefühl. Geldgebern hingegen sollte man klar die Maßnahmen zur Bewältigung der Schieflage aufzeigen, unter Einbeziehung von betriebswirtschaftlichen Auswertungen,

Jahresabschlüssen und Sanierungskonzepten. Bei einer Liquiditätskrise haben die Kreditinstitute schließlich großen Einfluss darauf, ob das Unternehmen diese bewältigen kann oder in die Insolvenz gehen muss.

All das zeigt: Krisenkommunikation ist nicht einfach. Wer zu wenig oder falsch informiert, reitet sich im schlimmsten Fall noch tiefer hinein. Professionelle Krisenkommunikation bedeutet, darüber aufzuklären, in welchen Bereichen die Probleme liegen und was das Unternehmen zu dessen Lösung unternimmt. Dass die Maßnahmen zum Teil mit herben Einschnitten, etwa Kündigungen, einhergehen, gefällt weder den Mit-



### »Verlässliche Kommunikation in der Krise stiftet Vertrauen.«

Roland Leithäuser, Berater bei Kekst CNC

ation erfahren, werden sie aktiv: Banken kündigen Kreditlinien, Kunden boykottieren das Unternehmen, Lieferanten stoppen die Lieferungen. Mitarbeiter tauschen sich nicht nur in der Kaffeeküche aus, sondern verbreiten auch in sozialen Medien, was ihnen zu Ohren gekommen ist. Da nichts Genaues bekannt ist, kursieren obendrein Halbwahrheiten und Gerüch-

Unternehmen mit der Krisenkommunikation beginnen sollte: Der Zeitpunkt, zu agieren und an die Öffentlichkeit zu gehen ist gekommen, bevor eine Schieflage droht

Häufig sind es die Bilanzprüfer oder Unternehmensberater, die mit ihrer (negativen) Einschätzung bezüglich der Zahlen den Startschuss geben, aktiv zu werden,

### **IHK-Services für Unternehmen**

▶ Checklisten, Tipps und Tools finden Unternehmen auf der Website der IHK. Sie bietet etwa Informationen zur professionellen Krisenkommunikation, zum Erkennen von Krisenphasen, zur Liquiditätsplanung, zum wirksamen Forderungsmanagement und zu finanzwirtschaftlichen und strategischen Maßnahmen.

## www.ihk-muenchen.de – unter »Ratgeber« -> »Krisenmanagement«

Mehr zum Thema Finanzierung, vom Bankkredit über Leasing und Factoring bis hin zu Zuschussprogrammen, gibt es online unter:

### www.ihk-muenchen.de/ finanzierung-und-foerderung

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 E-Mail: beratung@muenchen.ihk.de

### »Jede Mitteilung muss juristisch einwandfrei sein.«

Frank Schättle, Personalleiter bei Tadano Faun und Tadano Demag



arbeitern noch der Öffentlichkeit. Dem Unternehmen im Übrigen auch nicht. Aber sie sind oft notwendig, um den Turnaround zu schaffen. Diese Zusammenhänge klarzumachen, das Positive herauszuarbeiten, ohne das Negative zu

verschweigen, macht eine gute Krisenkommunikation aus. Sie ist Mittel zum Zweck und dient dazu, den Weg hin zu besseren Zeiten zu schaffen. »Professionelle Krisenkommunikation hilft, Mitarbeiter, Kunden, Lieferanten oder Geldgeber bei der Stange zu halten«, sagt Leithäuser. »Sie vermittelt, dass das Unternehmen die Situation im Griff hat und wieder auf die Beine kommt.«

Tadano-Manager Schättle bestätigt das. Mehr als 500 von 2100 Mitarbeitern an den beiden Standorten mussten gehen. Die Kündigungen waren notwendig, um das Unternehmen zu retten. Sie trugen dazu bei, dass das Schutzschirmverfahren im Frühjahr erfolgreich abge schlossen werden konnte. Die Zustimmung der Gläubiger sei groß gewesen, sagt Schättle. Auch weil sie gut informiert waren.

### IHK-Ansprechpartner zum Thema Krisenkommunikation

Georg Schulte-Holtey, Tel. 089 5116-0 beratung@muenchen.ihk.de

**ANZEIGE** 

### Gebrüder Weiss übernimmt Spedition Lode

Der internationale Transport- und Logistikdienstleister Gebrüder Weiss übernimmt mit Wirkung zum 1. Oktober dieses Jahres die Spedition Lode GmbH mit Sitz im bayerischen Waldkraiburg. Mit der 100-prozentigen Übernahme des auf Landverkehre und Lagerlogistik spezialisierten Familienunternehmens wechseln 60 Mitarbeitende unter das Dach von Gebrüder Weiss.

»Das Serviceportfolio der Spedition Lode passt perfekt in unser süddeutsches Landverkehrsnetz. Gemeinsam mit den dortigen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern werden wir das Potenzial des Standorts weiterentwickeln und unser Stückgutnetzwerk verdichten«, sagt Wolfram Senger-Weiss, Vorsitzender der Geschäftsleitung von Gebrüder Weiss.

Mit der jüngsten Akquisition setzt Gebrüder Weiss einen nächsten Schritt in seiner Wachstumsstrategie in Süddeutschland.

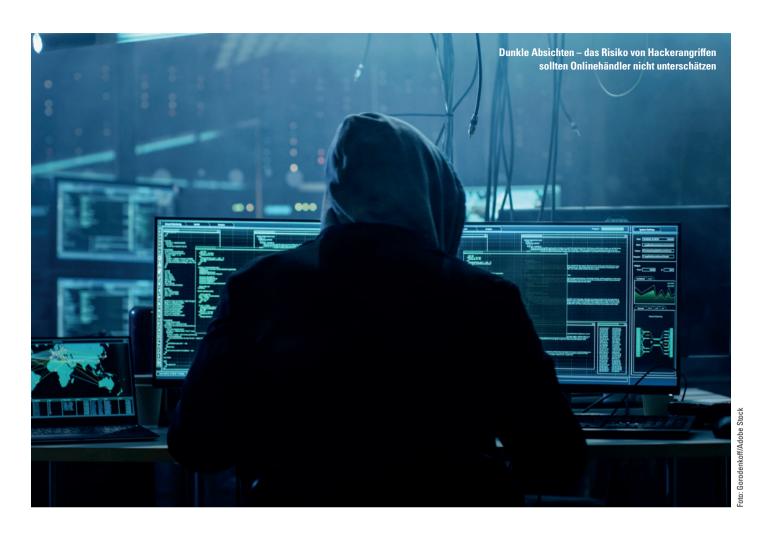


Rüdiger Lode (links) und Werner Dettenthaler, Geschäftsführer Landverkehr Deutschland bei Gebrüder Weiss, bei der Vertragsunterzeichnung in Waldkraiburg.

Ein enges Netz von Landverkehrsstandorten unterstützt Versender aus Industrie und Handel dabei, ihre Märkte in Deutschland, Österreich sowie in Richtung Mittelund Südosteuropa zu bedienen. Der 70 Kilometer östlich von München gelegene Standort Waldkraiburg ergänzt die süddeutschen Landverkehrs-Niederlassungen von Gebrüder Weiss in Aldingen, Esslingen, Lindau, Memmingen, Nürnberg und Passau.

Die Spedition Lode ist mit 60 Mitarbeitenden auf Landverkehre, Distributions- und Lagerlogistik sowie auf Sonderservices spezialisiert. Als Gesellschafter des 24plus logistics network ist das Unternehmen in ein flächendeckendes Stückgutnetz eingebunden. Unter der Leitung des bisherigen Mitinhabers Rüdiger Lode wird das neue Tochterunternehmen zunächst unter dem Namen GW Lode GmbH auftreten.





# Online auf der sicheren Seite

Nicht zuletzt wegen der Coronakrise bieten immer mehr Firmen ihre Produkte und Dienstleistungen auch im Internet an. Das kurbelt das Geschäft an und schafft neue Perspektiven – wenn die Risikovorsorge stimmt.

EVA MÜLLER-TAUBER

in eigener Onlineshop? Für Telsche Peters war das lange kein Thema. Die Inhaberin von ToscaBio TP in Eching-Deutenhausen wickelt ihre Geschäfte gewöhnlich über reale Kontakte ab, bietet private Verkostungen und Events. Ihre ausschließlich kleinen Produzenten kennt die gebürtige Mainzerin alle persönlich. Das gilt ebenso für viele ihrer

Abnehmer, die bei ihr ausgewählte italienische Bio-Weine, zertifizierte Olivenöle und Feinkost kaufen. »Doch die Coronakrise hat mich eiskalt erwischt«, gesteht die Unternehmerin.

So entschied sich Peters Mitte 2020 dazu, doch in den E-Commerce einzusteigen, und beauftragte dazu einen auf den Vertrieb von Wein spezialisierten Dienstleister aus der Region. Dieser kümmert sich um alles – von der Bestellung über die Zahlungsabwicklung bis hin zur Lieferung an die Kunden.

Für die 52-Jährige hat sich die Investition gelohnt: »Der Shop läuft besser als ursprünglich gedacht, und das ohne großes zusätzliches unternehmerisches Risiko, weil ich dieses weitgehend ausgelagert habe und der Dienstleister für die gesamte Webshopabwicklung verantwortlich zeichnet.«

Wie Peters verfuhren zuletzt zahlreiche Unternehmen: Sie setzten im Zuge der Coronapandemie erstmals auf das Internet als direkten Vertriebskanal oder weiteten ihre Online-Aktivitäten stark aus. Der Umsatz von Waren im E-Commerce stieg vergangenes Jahr um 14,6 Prozent auf 83,3 Milliarden Euro im Vergleich zum Vorjahr, ermittelte der Bundesverband E-Commerce und Versandhandel (BEVH) in Berlin.

Doch völlig sorglos sollten Unternehmen den Internethandel nicht betreiben. »Vor allem, wer erstmals oder verstärkt auf diese Art seine Waren und Services vertreibt und das Risiko nicht an einen externen Dienstleister auslagert, sondern einen eigenen Webshop führt, muss seine Risikovorsorge überprüfen und gegebenenfalls anpassen«, rät Rainer Bradl, betriebswirtschaftlicher Berater bei der IHK für München und Oberbayern. Denn beim E-Commerce lauern mitunter neue Gefahren oder solche, gegen die es sich stärker abzusichern gilt als bei einem stationären Shop.

Beispiel Forderungsausfälle: »Beim E-Commerce besteht ein höheres Risiko als im Direktverkauf, auf Betrüger hereinzufallen, die beispielsweise eine falsche Rechnungsadresse angeben«,

erläutert Eva Behling (35), Rechtsan-wältin beim Branchenverband BEVH.
Schließlich sei der Kunde quasi unsichtbar. Es gelte daher, gewisse Schranken einzubauen. So könne es sinnvoll sein, Kunden die Zahlungsart Rechnung nicht bei ihrer ersten Bestellung anzubieten oder sie ihnen nur nach einer vorherigen Bonitätsprüfung zu gewähren. Möglich sei zudem, Zahlungsdienstleister wie etwa PayPal oder Klarna einzuschalten und so den Geldeingang für die Ware zu sichern. Denn das Ausfallrisiko trägt hier in der Regel der jeweilige Dienstleister.

### Welche Policen sind notwendig?

»Je nachdem, wie wertvoll die zu versendenden Waren sind, kann auch der Abschluss einer Forderungsausfallversicherung sinnvoll sein«, sagt Behling. Gleiches gelte für eine zusätzliche Transportversicherung, »denn die ausliefernden Dienstleister haften zumeist nur bis zu einer bestimmten Obergrenze« – zumindest im Endkundengeschäft. »Im B2B-Handel liegt das Transportrisiko in der Regel beim Kunden.« Eine Inhaltsversicherung wiederum sichert Inventar, Warenbestand und Vorräte im Schadensfall ab.

Generell haben vor allem Chefs kleinerer Unternehmen, die einen eigenen Shop aufziehen, das Thema Risikovorsorge und Versicherungen selten von Beginn an auf

### Darum geht's

- ▶ Wie ein stationärer Betrieb birgt auch ein eigener Onlineshop gewisse Gefahren wie zum Beispiel Versandrisiken oder Verluste durch Hackerangriffe.
- ▶ Firmenchefs können solche Gefahren minimieren, indem sie ihnen bestmöglich vorbeugen, sich dagegen versichern und/oder das Risiko weitgehend auslagern.

dem Radar, weiß Behling aus ihrer Beratung: »Neulinge im E-Commerce müssen so viel beachten, da geht das Thema oft etwas unter.« Vor allem, wenn es wie im vergangenen Jahr wichtig ist, möglichst schnell online zu gehen. Auch sei schon das Erstellen einer rechtssicheren Website ohne Shop mitunter eine Herausforderung. »Daher kann auch eine Rechtsschutzversicherung hilfreich sein, um sich beispielsweise gegen Abmahner zu wehren, die unlauteren Wettbewerb oder Verstöße gegen Informationspflichten etwa aus der Datenschutz-Grundverordnung anprangern«, sagt die Juristin.

Welche Versicherungen bei einem Onlineshop insgesamt notwendig sind, ergebe sich – wie beim stationären Geschäft – aus einer individuellen Bedarfsanalyse, so Behling. Unabdingbar seien zumeist Haftpflichtversicherungen wie eine Betriebs-, eine Vermögenschadens- und/ oder eine Produkthaftpflicht, also Policen, die das Unternehmen gegen Schadenersatzansprüche Dritter absichern. Mittler-



weile sind auch Komplettangebote für den Onlinehandel auf dem Markt. Diese Webshoppolicen bündeln Einzelversicherungen. »Inwieweit eine solche Paketlösung sinnvoll und passend ist, sollte jeder Firmenchef für sich genau prüfen«, so IHK-Experte Bradl. Um dem individuellen Risiko eines Betriebs gerecht zu werden, also weder über- noch unter- oder falsch versichert zu sein, biete sich wie beim stationären Handel zumeist eher ein maßgeschneiderter Versicherungsschutz an.

Recht neu auf dem Markt sind sogenannte Cyberversicherungen. Sie decken en bloc verschiedene potenzielle Gefahren ab, die infolge eines Hackerangriffs drohen - ein Risiko, das bei einem Internetshop meist deutlich höher ist als bei einem stationären Geschäft. »Je abhängiger die Betriebe von der Technik sind, desto gravierender können die Folgen eines solchen Angriffs sein«, erläutert Peter Graß, Experte für Cyberversicherungen beim Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft (GDV). Gemäß den unverbindlichen Musterbedingungen für Cyberversicherungen von kleinen und mittleren Unternehmen, die der Verband für seine Mitglieder formuliert hat, übernimmt eine solche Police in der Regel Eigenschäden, die durch Betriebsunterbrechung entstehen, die Kosten für die Wiederherstellung der Daten sowie die Systemrekonstruktion.

Das Wissen um Cyberrisiken und die Absicht, vorzubeugen und sich gegen sie abzusichern, steige im Mittelstand, beobachtet Versicherungsexperte Graß. Bei kleinen Firmen allerdings sieht er noch starken Nachholbedarf: »Sie glauben, sie seien zu winzig und zu uninteressant für Hacker. Aber gerade Unternehmen mit weniger als zehn Mitarbeitern werden überdurchschnittlich oft Opfer erfolgreicher Cyberangriffe«, erläutert der GDV-Experte. Knapp ein Drittel von ihnen (32 Prozent) hatte es laut einer Forsa-Umfrage im Auftrag des GDV schon mindestens einmal mit Kriminellen zu tun, die Daten ab-

gegriffen oder Systeme gesperrt haben. Von den mittleren Firmen mit 50 bis 249 Mitarbeitern waren immerhin 28 Prozent betroffen.

Wie findet ein Unternehmer nun eine für ihn passende Versicherung? GDV-Experte Graß rät, sich eingehend beraten zu lassen, etwa von einem unabhängigen Makler, oder drei alternative Angebote einzuholen und diese zu vergleichen. Hilfreich seien mitunter auch Vergleichsportale im Web. Zu einem solchen Angebotsvergleich rät auch Bradl, »denn es gibt mittlerweile doch einige Anbieter von Cyberpolicen am Markt«. Der IHK-Fachmann empfiehlt, die Leistungen genau unter die Lupe zu nehmen und zum Beispiel zu prüfen: Inwieweit sind Schäden gegenüber Dritten mitversichert? Reicht die Höhe der Schadenabdeckung?

### Den Bedarf genau analysieren

Zudem sollten Unternehmer die Kosten-Nutzen-Frage stellen. »Egal, ob stationäres Geschäft oder Onlineshop: Es gilt, zuerst immer die existenzbedrohenden Gefahren zu versichern«, sagt Andreas Greipl. Der 43-jährige Geschäftsführer der Bavariashop GmbH in Otterfing bietet seit 1998 »bayerisches Lebensgefühl«, in witzige Geschenkideen verpackt, ausschließlich online an. Von Beginn an setzte er dabei auf externe Unterstützung. Ein Makler berät den Firmenchef, welche – auch neuen – Versicherungen sinnvoll sein könnten und welche bei seinem Geschäftsmodell eher weniger wichtig sind.

So stellte sich etwa heraus, dass das Thema Produkthaftung für den Onlinehändler nicht so relevant ist, weil er Hersteller wie Lieferanten seiner Produkte kennt, Letztere alle CE-geprüft sind und er anfangs keine Waren aus Drittländern importiert hatte. Auch eine zusätzliche Transportversicherung war mit Blick auf den Warenwert der Einzelbestellungen nicht dringend nötig. Wichtiger war es hingegen, das Warenlager umfassend zu versichern.

»Zudem hatten wir anfangs eine Forderungsausfallversicherung abgeschlossen«, sagt Greipl. Damals erlaubte er auch Erstkunden den Kauf auf Rechnung. Mittlerweile hat der Unternehmer auf PayPal umgestellt, das Risiko eines Forderungsausfalls ausgelagert. Damit konnte er auch die Versicherung kündigen.

Ohnehin nehmen der Firmenchef und sein Makler in regelmäßigen Abständen gemeinsam den gewerblichen Versicherungsschutz unter die Lupe und passen ihn gegebenenfalls an. Eine Cyberversicherung hat Greipl noch nicht abgeschlossen. Zum einen, weil sie aus seiner Sicht vergleichsweise teuer ist. »Zum anderen, weil wir über ein sehr ausgefeiltes IT-Sicherheit- und Datenschutzkonzept verfügen.«

Ein großes Problem seien dagegen Abmahnungen. »Wir wurden unter anderem abgemahnt, weil wir vermerkt hatten, dass alle unsere Produkte CE-geprüft sind«, sagt Greipl. »Das sei unlauterer Wettbewerb, weil dies ohnehin bei allen Produkten, die in der EU vertrieben werden, der Fall sein sollte.« Ein Rechtsschutz, um sich gegen berechtigte und unberechtigte Forderungen zu wehren, sei daher mitunter empfehlenswert, etwa über eine Versicherung, einen Verband oder auch ein Gütesiegel wie Trusted Shops. »Aber auch hier kommt es stets auf das jeweilige Geschäftsmodell an«, sagt der Unternehmer.

Weitere Informationen zum Thema Versicherungen bietet die IHK-Website unter:

www.ihk-muenchen.de – Suchbegriff: »betrieblicher Versicherungsschutz« www.existenzgruender.de – Reiter »Gründung vorbereiten« -> »Gründungswissen« -> »Versicherungen/Vorsorge«

IHK-Ansprechpartner zu Versicherungen Rainer Bradl, Tel. 089 5116-1190 rainer.bradl@muenchen.ihk.de



Medienbranche

# Rabatt für Medientage-Tickets

Die Kommunikationsbranche trifft sich in diesem Jahr auf den MEDIENTAGEN MÜNCHEN unter dem Motto »New Perspectives«. Zu den Programmschwerpunkten gehören unter anderem Politik & Gesellschaft, TV & Streaming, Journalismus & Publishing, Radio & Audio, Podcast, Werbung & Marketing, Social Media, Europa und Immersive Media.

Die IHK für München und Oberbayern ist Partner der MEDIEN-TAGE MÜNCHEN und bietet IHK-Mitgliedern einen Rabatt von 15 Prozent auf ein begrenztes Kontingent der diesjährigen Tickets. Dieser beträgt 99 Euro statt 119 Euro (brutto) für die Online-Wochentickets und 169 Euro statt 199 Euro (brutto) für die Vor-Ort-Tagestickets.

**Ticketbuchung und weitere Programminfos:** medientage.de für Online-Tickets »Verbandspartner\_IHK\_o\_99« eingeben für Vor-Ort-Tickets »Verbandspartner\_IHK\_vo\_169« eingeben

Termin: 25. bis 29. Oktober 2021

Ort: Isarforum, Museumsinsel 1, 80538 München sowie online

Sustainable Finance

### Was Unternehmen wissen sollten

Im Rahmen des Green Deal will die EU die gesamte Wirtschaft in Richtung Nachhaltigkeit lenken. Hebel dazu ist unter dem Begriff »Sustainable Finance« der Finanzsektor: Über ihre Bankbeziehungen, Versicherungen und Lieferketten sind Unternehmen davon direkt und indirekt betroffen.

In einem Webinar der IHK Schwaben erläutert Michaela Pulkert, Regionalbereichsleiterin Bayern Süd der UniCredit Bank AG, den aktuellen Stand und die weiteren Pläne auf europäischer und deutscher Gesetzesebene. Hinzu kommen Informationen, welche Umweltthemen Banken künftig im Rahmen von Finanzierungsrunden abfragen. Wie sich Unternehmen mit ESG-Fragen (ESG für Environmental, Social, Governance) auseinandersetzen können, zeigt die Veranstaltung am Beispiel des ESG-Branchenbarometers der HypoVereinsbank.

**Termin** 19. Oktober 2021, 10.30–11.30 Uhr, online Die Teilnahme ist kostenfrei.



Weitere Informationen und Anmeldung bis 18. Oktober 2021 unter: www.schwaben.ihk.de, Nr. 104152085

### **IHK-Ansprechpartnerin**

Nicole Kleber, Tel. 089 5116-1339 nicole.kleber@muenchen.ihk.de

# Klare **Ziele** setzen

Facebook, Instagram, Clubhouse & Co. – es gibt immer mehr Social-Media-Plattformen und ihre Bedeutung für Unternehmen steigt. Was der Mittelstand tun kann, um diese Kanäle noch besser zu nutzen, erklärt Meike Leopold, Expertin für digitale Kommunikation.

### **EVA ELISABETH ERNST**

### Frau Leopold, was kann Social Media für Unternehmen heute leisten?

Die Bandbreite ist enorm: Die sozialen Medien können dabei helfen, das Unternehmensimage zu verbessern, sie unterstützen Kundengewinnung und -bindung. Mittlerweile können sie sogar als Verkaufskanal eingesetzt werden, wie zum Beispiel Instagram im B2C-Bereich. Über Social Media können aber auch Mitarbeitende gewonnen und ans Unternehmen gebunden werden.

Darüber hinaus lassen sich durch Rückmeldungen aus dem Netz Produkte und Prozesse verbessern. Auf den meisten Plattformen können mittlerweile auch Anzeigen geschaltet werden. Dennoch sind die sozialen Medien kein klassischer Werbekanal und sollten daher auch nicht nur zum Herausballern von Werbebotschaften genutzt werden, sondern auch zum Aufbau einer Community, einer digitalen Gemeinschaft rund um das Unternehmen und seine Produkte.

### Welche Rolle spielen Social Media bei der Marketingstrategie?

Social-Media-Aktivitäten sind ein Teil des Onlinemarketings, dessen Ziele und Maßnahmen im Idealfall in die Marketingstrategie eingebettet sind, allerdings in dem Bewusstsein, dass die klassischen Hochglanz-Werbebotschaften dort nicht funktionieren. In der Praxis führen Social-Media-Aktivitäten in vielen Unternehmen leider eine Art Eigenleben und werden nur irgendwodrangeflanscht.

Wie entwickelt ein Mittelständler eine erfolgreiche Social-Media-Strategie?



Der erste Schritt besteht darin, die Zielgruppen und die Botschaften festzulegen, mit denen diese Adressaten erreicht werden sollen. Zum Einstieg empfiehlt es sich, mit einem Pilotprojekt zu beginnen. Wichtig ist auch, die nötigen Ressourcen bereitzustellen: Langfristige Erfolge auf Social Media erzielt man eher weniger, wenn sich vorwiegend Azubis und Praktikanten

darum kümmern. Es lohnt sich, interne Social-Media-Botschafter aus möglichst vielen Bereichen aufzubauen. Meiner Erfahrung nach ist es auch sehr hilfreich, wenn ein Unternehmen interne Leitlinien für den Umgang aller Mitarbeiter mit Social Media veröffentlicht. So lässt sich am besten vermeiden, dass versehentlich Interna gepostet werden.

### Es gibt ja mittlerweile viele Social-Media-Kanäle. Wie wählt ein Unternehmen die passenden aus?

Ein Unternehmen sollte die Kanäle bespielen, auf denen seine Zielgruppen unterwegs sind. Dabei fällt die Antwort für die Personalabteilung, die neue Mitarbeiter sucht, durchaus anders aus als für das Marketing, das ein neues Produkt präsentiert. Striktes abteilungs- oder bereichsbezogenes Denken ist jedoch problematisch, weil es zu Medienbrüchen

### **Zur Person**

Meike Leopold zählt mit 55 Jahren zu den Digital Immigrants. Die studierte Germanistin beschäftigt sich aber schon seit 2008 mit dem Social Web. Gemeinsam mit Jacqueline Althaller verfasste sie das Fachbuch »Aufbruch in die digitale Dimension«. Mit ihrer Agentur Start Talking unterstützt Leopold Unternehmen bei digitaler Kommunikation.

führt. Auf Social Media werden Informationen ja nicht nur gesendet, sondern auch empfangen. So können Kunden auf der Facebook-Seite durchaus auch Beschwerden posten oder auf Instagram Fragen zu den Produkten stellen. Wenn ein Unternehmen es schafft, alle Abteilungen in die Social-Media-Aktivitäten einzubinden, kann das wahnsinnige Effizienzsteigerungen bringen und auch die Kunden sind glücklicher.

### Warum nutzen viele Mittelständler Social Media zunächst eher zögerlich?

Noch vor zehn Jahren wurden Social Media oft als Spielerei angesehen. Viele ältere Entscheider hatten wenig Ahnung und noch weniger Lust, sich damit zu beschäftigen. Mitunter wurden jüngere Mitarbeiter beauftragt, mal schnell nebenbei irgendetwas zu machen. Doch ohne klare Ziele, die auf messbare Ergebnisse heruntergebrochen werden, ist ein Erfolgsnachweis natürlich nicht möglich und dann sieht man auch den Nutzen dieser Kanäle nicht.

#### Was hat sich durch Corona verändert?

Durch Corona stieg der Druck, die digitalen Präsenzen und Onlineservices auszubauen – nicht nur für Handel und Gastronomie, sondern auch für viele B2B-Unternehmen, weil ohne Live-Messen, -Konferenzen und -Meetings Leads und Aufträge ausgeblieben sind. Zudem werden seit Corona noch mehr Kaufentscheidungen im Netz getroffen. Egal, ob es sich um Turnschuhe oder eine neue Maschine handelt. Wir haben uns mittlerweile daran gewöhnt, dass Events und

Präsentationen online stattfinden und Social Media ersetzen fast schon die Ladenstraßen. Das wird sich auch nach Corona nicht mehr groß ändern.

### Worauf sollten vor allem ältere Entscheider bei Social Media achten?

Viele Digital Immigrants wissen häufig noch zu wenig darüber, wo sie ihre Zielgruppen finden und wie sie sich auf Social Media austauschen. Sie setzen zu stark auf produkt- und unternehmensbezogene Botschaften, anstatt durch gute Inhalte und Angebote Vertrauen aufzubauen.

Das braucht allerdings seine Zeit. Daher sollte man auch keine schnellen Ergebnisse erwarten. Wie bereits erwähnt, sind Social Media keine kommunikativen Einbahnstraßen, sondern Dialogmedien. Für die Interaktion sind daher entsprechende Ressourcen nötig. Die Mitarbeiter einzubinden, erhöht Glaubwürdigkeit und Reichweite. Die Erfolgsmessung sollte zudem nicht allein auf Basis von Likes, Fans und Followern erfolgen. Wichtiger ist die Frage, ob die Menschen erreicht werden, die für das Unternehmen tatsächlich wichtig sind.

### Und was sollten Digital Natives noch mehr berücksichtigen?

Jüngere Entscheider setzen Social Media mit einer großen Selbstverständlichkeit ein. Hier hapert es mitunter an der Strategie. Kritisch kann es werden, wenn ein Unternehmen auf einen digitalen Heimathafen in Form eines Blogs oder einer Website verzichtet und seine digitale Präsenz zu stark auf Social-Media-Profilen basiert. Dann ist man den jeweiligen Regeln der Plattformen zu sehr ausgeliefert.

Weitere Informationen rund um Marketing und Vertrieb gibt es auf der IHK-Website unter:

www.ihk-muenchen.de/ marketing-vertrieb

**ANZEIGE** 

### Logistik Lager zum Juli 2022 frei!

Zwischen 1300 und 1900 m² mit 1700 Euro-Pal.-Stellplätzen und 1100 Kleinteile-Lagerplätzen. Kleiner mittelständischer Betrieb; Top- Lage im Münchener Norden; geschultes Logistik-Personal (Seriennummer/Retourenlager/Gefahrgut-LQ); deutschsprachig; passende IT-Struktur; DIN 9001; Anschluss an eigenen int. Speditions- und Transportbetrieb.

### Interesse? Lassen Sie uns sprechen!

P.S.I. Speditions GmbH; Oberschleißheim; Werner Schiller \*wschiller@psi-spedition.de \* Telefon 089- 3206921



# Den Turbo starten

Das Land Bayern baut seine staatlichen Förder- und Finanzierungsprogramme für Start-ups weiter aus. Für junge Unternehmen ergeben sich so neue Möglichkeiten, sich weiterzuentwickeln.





in innovatives Softwaretool samt vielversprechendem Prototyp, vier hoch motivierte Gründer mit einschlägiger Berufserfahrung und einiges an Eigenkapital: Für die Münchner Ryte GmbH, 2012 als Suchmaschinenoptimierungstool Onpage.org gestartet, waren die Rahmenbedingungen, um sich in der umkämpften Internetbranche zu behaupten, von Beginn an günstig. So folgten in den ersten Jahren fast zwangsläufig Auszeichnungen bei verschiedenen Gründerwettbewerben – und bald die Erkenntnis des vom rasanten Aufstieg ihres Unternehmens mitgerissenen Gründerteams:

»Wenn wir auch international durchstarten wollen, brauchen wir zusätzlich externes Kapital.«

Fünf Jahre hatten Andreas Bruckschloegl und seine Partner Marcus Tandler, Niels Dörje und Jan Hendrik Merlin Reichenbacher die Finanzierung ihres Startups selbst gestemmt. »Doch wer eine Softwarefirma gründet, muss sich früh entscheiden: Will ich in einer Nische erfolgreich sein oder möchte ich die Welt erobern – und für Letzteres braucht man schnell viel Geld, sprich Venture Capital, gerade in unserer Branche«, weiß CEO Bruckschloegl.

Auf der erstmaligen Suche nach passenden Investoren kreuzten sich eher zufällig die Wege des wachstumsorientierten Start-ups und der Bayern Kapital GmbH, der Venture-/Growth-Capital-Gesellschaft des Freistaats Bayern. Auch wenn damals letztendlich die Wahl auf einen Business Angel und zwei andere VC-Gesellschaften fiel, blieb man in Kontakt. Denn wer dauerhaft auf Wachstumskurs ist, braucht immer wieder frisches Geld und setzt dabei gerne auf vertrauensvolle Partner, »bei denen die Chemie stimmt«, betont der 32-jährige CEO. Und: »Die Beteiligung eines staatlichen Fonds kann mitunter dazu

beitragen, dass private VC-Geber früher bereit sind, in ein Unternehmen einzusteigen, weil sich das Risiko minimiert.«

Im April 2021 schließlich war die Zeit reif: Ryte hatte mit Octopus Investments aus Großbritannien den notwendigen privaten Leadinvestor für das Co-Investmentmodell an Bord geholt. In der Folge beteiligte sich Bayern Kapital in einem ersten Schritt mit zwei Millionen Euro aus seinem Wachstumsfonds Bayern an dem Start-up, das zu einem schnell wachsenden Anbieter von Software-as-a-Service-Lösungen (SaaS) für das Qualitätsmanagement von Websites herangereift war.

Die Investition in das mittlerweile mehr als 100 Mitarbeiter zählende Unternehmen erfolgte im Zuge einer Serie-A-Finanzierungsrunde über den Wachstumsfonds Bayern (Gesamtvolumen 8,5 Millionen Euro) vonseiten der VC-Gesellschaft des Freistaats. »Da sowohl das Unternehmen Ryte als auch meine persönlichen Wurzeln in Bayern liegen, bin ich sehr stolz, dass Bayern Kapital Vertrauen in unser Team und in unser Produkt setzt«, so Ryte-CEO Bruckschloegl. Die VC-Gesellschaft des Freistaats sei in der VC- und Tech-Szene hervorragend vernetzt und verfüge über jahrelange Erfahrung in der Finanzierung von Wachstumsunternehmen. »Mit den zusätzlichen Mitteln kommen wir unserem erklärten Ziel ein Stück näher, weltweit Marken dabei zu unterstützen, eine exzellente User Experience für ihre Websites sicherzustellen«, so Bruckschloegl. Im Rahmen des Wachstumsfonds kann Bayern Kapital das innovationsstarke Unternehmen als VC-Geber bei der Skalierung des Geschäftsmodells unterstützen. Wer wie die Münchner Jungunternehmer schnell an frisches Geld kommen muss, braucht also nicht ausschließlich auf private Investoren aus dem Ausland zu setzen. »Auch das Land Bayern bietet Unterstützungsleistungen in den verschiedenen Unternehmensphasen«, weiß Rainer Bradl, Finanzierungsexperte bei der IHK für München und Oberbayern. »Und erfreulicherweise werden die staatlichen Hilfen für Start-ups, wie von uns schon seit Längerem angeregt, weiter ausgebaut.« (Siehe auch S. 58).

Beispiel Wachstumsfonds Bayern: Nach 100 Millionen Euro im ersten Fonds beläuft

sich dessen Volumen im zweiten Fonds seit Mai 2021 auf 165 Millionen Euro. »Wir haben – was außergewöhnlich ist – die Europäische Investitionsbank EIB dafür gewonnen, sie beteiligt sich mit 50 Millionen am Wachstumsfonds Bayern 2, der bisher ausschließlich von uns und der LfA Förderbank Bayern getragen wurde«, erläutert Bayern-Kapital-Geschäftsführer Roman Huber (62). »Damit können wir nicht nur mehr aufstrebende Unternehmen aus der Region fördern und die Zahl der Investments als VC-Geber erhöhen, sondern

kann besser und schneller wachsen«, ist Huber überzeugt.

Darum sei es wichtig, auch stark expandierenden Hightech-Unternehmen in Bayern Beteiligungskapital für Wachstumsfinanzierungen zur Verfügung zu stellen. Vor diesem Hintergrund hat Bayern Kapital das Portfolio Mitte Juli 2021 ausgeweitet: Der neue von ihr gemanagte ScaleUp-Fonds Bayern (Fondsvolumen: 200 Millionen Euro) stellt in Kooperation mit einem Privatinvestor oder mehreren unabhängigen privaten Investoren stark



»Ich bin sehr stolz, dass Bayern Kapital Vertrauen in unser Team und in unser Produkt setzt.«

> Andreas Bruckschloegl, CEO Rvte

auch größere Tickets schreiben, also technologieorientierte bayerische KMU über mehrere Finanzierungsrunden mit fünf, sieben oder sogar maximal zehn Millionen Euro unterstützen.« Es gehe Bayern Kapital einerseits darum, den Firmen vor Ort umfassende Starthilfe zu geben. »Daher bieten wir schon in der Seed- sowie in der Start-up-Phase finanzielle Unterstützung«, so Huber. Andererseits sei es wichtig, Finanzierungslücken zu schließen, zum Beispiel bei der Markteinführung von Innovationen oder in der Wachstumsphase. Wenn etwa ein Start-up in in dieser Phase

mit fünf Millionen Euro externem Kapital kalkuliere, dann reichten die aus Erfahrung vielleicht gerade so, sagt der Bayern-Kapital-Chef. »Da muss das Unternehmen mitunter aber immer wieder Kompromisse in Bezug auf das Tempo seiner Weiterentwicklung machen.« Erhalte es darüber hinaus jedoch zusätzlich zum Beispiel zwei Millionen Euro Wagniskapital zu akzeptablen Bedingungen, könne es frühzeitig in den nächsten Gang schalten. »Wer genügend Geld hat,

expandierenden Hightech-Unternehmen in Bayern als Co-Investmentpartner Beteiligungskapital für großvolumige Expansionsfinanzierungen zur Verfügung.

»Das ist kein Massengeschäft«, weiß Huber, aber technologieorientierte innovative Unternehmen könnten dadurch Finanzierungen von zehn bis 25 Millionen Euro als Teil von Finanzierungsrunden (bis zu 50 Millionen Euro und mehr) erhalten. Dies ermögliche bedeutende Wachstumsschritte, wie zum Beispiel den Ausbau in internationalen Absatzmärkten.

### Darum geht's

- ▶ Junge Firmen brauchen zum Durchstarten meist zusätzlich externes Kapital.
- Vor allem Hightech-Unternehmen sind in Wachstumsphasen auf Wagniskapital angewiesen.
- ▶ Beteiligen sich staatliche Fonds, erleichtert dies oft die Suche nach privaten Investoren.

Mit dem ScaleUp-Fonds könne man Unternehmen nun von der Wiege bis zum strukturierten Kapitalmarkt begleiten, erklärt Huber. Damit erhöhe Bayern Kapital die Leistungsfähigkeit ausgewählter regionaler Firmen und verschaffe bayerischen Unternehmen einen Standortvorteil. »Alles, was danach kommt, kann und muss der private Markt allein regeln«, sagt Huber.

Die Tatsache, dass das Land Bayern über seine VC-Gesellschaft Wagniskapital bereitstellt, sei für die Unternehmen hier generell ein wichtiges Signal und es sei »mitunter auch günstiger, wenn sie die Möglichkeit haben, über den gesamten Lebenszyklus nah der eigenen Haustür und nicht nur im Ausland an Kapital zu kommen«, betont Huber. Zudem sei Bayern Kapital nicht nur Geldgeber, sondern auch Berater und Begleiter: »Auch wenn wir nicht wie Business Angels aus operativer Unternehmererfahrung heraus agieren, können wir doch erfolgskritische Fragen stellen, fürs operative Geschäft gute Impulse geben und Kontakte zu entspre-

chenden Experten herstellen«, verspricht der Bayern-Kapital-Chef.

### Erfahrungen aus der Praxis

Ein Unternehmen, das Bayern Kapital bereits zu den langjährigen Begleitern zählt, ist die Münchner wealthpilot GmbH. Das 2017 gegründete FinTech mit inzwischen 65 Mitarbeitern bietet eine cloudbasierte Software für das hybride Vermögensmanagement – eine Kombination aus digitalen, datengetriebenen Vermögensanalysen und persönlicher Vermö-

# Die Programme im Überblick

### **Eigenkapitalprogramme**

#### **Wachstumsfonds Bayern**

Der Wachstumsfonds Bayern stellt gemeinsam mit mindestens einem zusätzlichen Privatinvestor bedarfsgerecht zwischen zwei und acht Millionen Euro bereit – auch im Rahmen mehrerer Finanzierungsrunden.

Weitere Infos: bayernkapital.de

#### ScaleUp-Fonds Bayern

Dieser Fonds richtet sich an stark expandierende Hightech-Unternehmen aus allen Wirtschaftsbranchen, die weitere Wachstumsschritte (technische/marktseitige Expansion) oder den Exit realisieren wollen. Pro Unternehmen können zehn bis 25 Millionen Euro investiert werden.

Weitere Infos: bayernkapital.de

### Zuschussprogramme

### Bayerisches Förderprogramm Technologieorientierte Unternehmensgründungen (BayTOU)

Das Bayerische Wirtschaftsministerium unterstützt Firmengründer und junge Technologieunternehmen bei der Entwicklung neuer Produkte, Verfahren und technischer Dienstleistungen sowie beim Erarbeiten eines Unternehmenskonzepts. Weitere Infos: www.bayern-innovativ.de/seite/baytou

Antragstellung: über die Internetplattform zur elektronischen Antragstellung (ELAN) www.fips.bayern.de

### Bayerisches Förderprogramm zur Unterstützung des leichteren Übergangs in eine Gründerexistenz (FLÜGGE)

Das Bayerische Wirtschaftsministerium will Unternehmensgründungen aus Hochschulen in Bayern im Bereich Innovation, Forschung und Technologie vorantreiben. Gefördert wird unter anderem mit einem Stipendium für Gründungswillige in Höhe von 2500 Euro pro Monat. Weitere Infos: www.bayern-innovativ.de/

**Weitere Infos:** www.bayern-innovativ.de seite/fluegge

Antragstellung: über bayerische staatliche Hochschulen in Bayern. Einreichung erfolgt über die Technologietransferstellen oder die Technologietransferbeauftragten.

### **Weitere Programme**

### Innovationsgutscheine

Das Bayerische Wirtschaftsministerium fördert die Zusammenarbeit von kleinen Unternehmen und Handwerksbetrieben mit externen Forschungs- und Entwicklungseinrichtungen durch die Vergabe von Innovationsgutscheinen.

**Weitere Infos:** www.bayern-innovativ.de/innovationsgutschein-bayern

**Antragstellung:** über Bayern Innovativ antrag.innovationsgutschein-bayern.de

# Programm zur Förderung der Validierung von Forschungsergebnissen und Erfindungen (Validierungsprogramm)

Das Programm verfolgt das Ziel, technologische Innovationen zu validieren, um deren Potenzial in die industrielle Forschung übertragen zu können. Es sieht eine Übernahme von Personal- und Sachausgaben vor.

**Weitere Infos:** www.bayern-innovativ.de/ beratung/uebersicht-trend-technologiemanagement/programm-start-up/seite/ validierungsfoerderung

Antragstellung: über bayerische staatliche Hochschulen in Bayern. Einreichung erfolgt über die Technologietransferstellen oder die Technologietransferbeauftragten. gensberatung. Ihr erstes Jahr finanzierten Stephan Schug (33) und Daniel Juppe (32) mit dem EXIST-Gründerstipendium des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie (BMWI) - »eine gute Möglichkeit zu prüfen, ob es sich um eine skalierbare Geschäftsidee handelt«, so Schug.

Im zweiten Jahr holte das Duo Business Angels mit ins Boot und kurz darauf die Bayern Kapital als einen Investor. Die hatten sie über das baverische Netzwerk BayStartUP kennengelernt. »Der Vorteil ist, dass Bayern Kapital den Betrag, den der private Hauptinvestor einbringt, im Zuge des Co-Investmentmodells spiegelt, also verdoppelt.« 2021 beteiligte sich Bayern Kapital erneut an wealthpilot, das erfolgreich der Coronakrise trotzte - dieses Mal im Rahmen des Wachstumsfonds 2. Das Geld nutzt wealthpilot, um den Bereich Human Ressources, allen voran das Entwicklungs- und Kundenmanagement, weiter auszubauen. »Im Softwarebereich ist Geschwindigkeit alles und Geld ist Geschwindigkeit, da kommt man um VC nicht herum«, lautete auch bei Schug und Juppe die frühe Erkenntnis.

Geeignete Investoren zu finden und zu überzeugen, ist allein schon fast ein Fulltime-Job. Rund 16 bis 18 Monate lägen zwischen den einzelnen Finanzierungsrunden, sagt Schug, »dazwischen gilt es, in rund vier bis sechs Monate die passenden Investoren zu finden und zu verhandeln«. Umso lieber greife das Start-up auch auf langfristige, bewährte Partner zurück, die Vertrauen zeigen. Schließlich sei »der per-

sönliche Fit ebenso wichtig«, betont der studierte Betriebswirt mit Schwerpunkt Technologie und Management. Und: »Die Investoren müssen das jeweilige System verstehen. Hier haben wir trotz unseres komplexen Produkts den Vorteil, dass wir im Finanzmarkt unterwegs sind, in dem sich unsere Geldgeber ohnehin auskensich Ziele sowie Meilensteine setze, könne trotz der Mitsprache von Investoren sein Unternehmen gezielt in die geplante Richtung steuern.

Und wenn es mal nicht so läuft, etwa der Sprung in fremde Märkte nicht auf Anhieb gelingt? »Jeder Investor weiß, dass nicht immer alles reibungslos klappt«,



»Wir bieten schon in der Seed-sowie in der Start-up-Phase finanzielle Unterstützung.«

> Roman Huber, Geschäftsführer Bayern Kapital

nen.« Der Jungunternehmer rät anderen Gründern, mögliche Investoren genauso zu durchleuchten, wie diese es umgekehrt mit den Start-ups tun, und dann mit den Auserwählten ein gemeinsames Zielbild zu entwerfen, wo man mit dem Unternehmen hinmöchte.

»Wir rufen auch mal bei anderen Firmen an und fragen etwa, wie ihre VC-Geber inhaltlich aufgestellt sind und wie sie mit Problemen umgehen«, rät Schug zum Austausch von Gründer zu Gründer. Wer zudem seine Prozesse schlank halte und

beschwichtigt der wealthpilot-Co-CEO. »Wichtig aus Gründersicht ist es in so einem Fall, Transparenz zu zeigen, genau zu eruieren, woran es hapert, und das Thema dann gemeinsam zu wuppen.«

Weitere Infos: www.ihk-muenchen.de/ finanzierung-foerderung

**IHK-Ansprechpartner zum Thema** Förderung und Finanzierung

Rainer Bradl, Tel. 089 5116-2222 beratung@muenchen.ihk.de



**WIR BAUEN** 

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

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

### InnCon Baugesellschaft mbH

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



# Perspektiven für die Zukunft

Wegen der andauernden Krise wurden die Eigenkapitalprogramme des Freistaats Bayern verlängert. Was sie bieten und für welche Unternehmen sie infrage kommen.

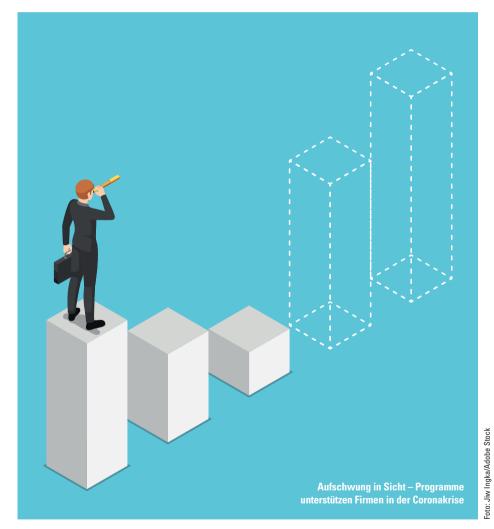
**SABINE HÖLPER** 

as Münchner Unternehmen Miomente GmbH vermittelt seit elf Jahren sogenannte Genuss-Events.
Rund 1400 verschiedene Veranstaltungen vom Thai-Kochkurs bis zur Gin-Verkostung hatte Miomente im Programm.
Doch dann kam Corona und damit der totale Einbruch. »Im März 2020 mussten wir alle Veranstaltungen stornieren«, sagt Geschäftsführerin Sabine Engel (35). Im Sommer fanden vorübergehend vereinzelte Events unter freiem Himmel statt, im November hieß es erneut: Nichts geht mehr.

»Wir hatten null Umsatz und unsere 400 Partner, mit denen wir die Veranstaltungen durchführen, waren ebenso stark betroffen«, sagt Engel. Gemeinsam mit ihrem Geschäftsführer-Kollegen Michael Kowalzik arbeitete sie an einer Lösung: Seit April 2020 stellten sie ihr Angebot schrittweise erfolgreich auf Online-Events um.

Um die Neuausrichtung des Geschäftsmodells finanzieren und die Umsatzausfälle teilweise kompensieren zu können, hat das Unternehmen den »Eigenkapitalschild Mittelstand Bayern« in Anspruch genommen: Die Bayerische Beteiligungsgesellschaft mbH (BayBG) ist mit einer stillen Beteiligung in Höhe eines mittleren sechsstelligen Betrags eingestiegen.

Der Eigenkapitalschild Mittelstand Bayern ist eines von mehreren Eigenkapitalprogrammen des Freistaats, die Unternehmen in der Coronakrise unterstützen. Ein Weiteres ist das Startup Shield Bayern. Mit beiden Förderinstrumenten setzt die Bayerische Staatsregierung die sogenannte Säule II des 2-Milliarden-Euro-Maßnah-



menpakets für kleine Mittelständler und Start-ups um. Insgesamt 75 Millionen Euro wurden zur Verfügung gestellt. Seit dem Start im August 2020 wurden 55 Millionen Euro genehmigt beziehungsweise ausgezahlt.

Die Programme sind jetzt im September mit verbesserten Bedingungen bis Jahresende verlängert worden. Beide Programme werden von der BayBG angeboten. Beim Startup Shield Bayern ist zusätzlich die Bayern Kapital GmbH im Boot. Während der Eigenkapitalschild etablierten Mittelständlern, die durch die Coronakrise in Liquiditätsschwierigkeiten geraten sind, Mezzanine-Beteiligungen anbietet, wendet sich der Startup Shield Bayern an junge, technologieorientierte Firmen mit Liquiditätsschwierigkeiten. Sie können mit diesem Programm sowohl Wandeldarlehen als auch direktes Eigenkapital erhalten.

Start-ups und Mittelständler können nun bei erstmaliger Beantragung bis zu eine Million Euro bekommen. Bei bereits bestehenden Engagements können die Beteiligungen auf bis zu 1,8 Millionen Euro aufgestockt werden. Es werden Investitionen, Betriebsmittel, ebenso laufende Kosten wie Miete oder Gehälter (mit)finanziert

Die IHK für München und Oberbavern begrüßt, dass beide Programme Eigenkapital zur Verfügung stellen. Denn seit Beginn der Pandemie ist die Wirtschaft auf Talfahrt, die Eigenkapitalausstattung ist zurückgegangen. Gerade kleinere Firmen haben laut einer ifo-Studie damit zu kämpfen. Das ist problematisch, da eine niedrige Eigenkapitalquote die Bonität schwächt und das Insolvenzrisiko erhöht. »Ist das Eigenkapital aufgebraucht, ist es anschließend schwer, einen Kredit zu erhalten«, sagt Nicole Kleber, IHK-Referentin Finanz- und Kreditwirtschaft. Daher seien die Programme zur Stärkung der Eigenkapitalsituation ein adäquater Hebel, damit die Firmen die Krise überstehen können. Die IHK fordert aber darüber hinaus zum Beispiel auch die Ausweitung des steuerlichen Verlustrücktrags auf mindestens drei Jahre.

### **Die Voraussetzungen**

Um die Programme in Anspruch nehmen zu können, müssen Unternehmen diverse Voraussetzungen erfüllen. Für beide Förderungen gilt: Der Gruppenumsatz des Unternehmens darf am 31. Dezember 2019 nicht mehr als 75 Millionen Euro betragen haben. Zum gleichen Stichtag darf das Unternehmen noch nicht in Schwierigkeiten gewesen sein. Entsprechend muss der Liquiditätsbedarf infolge der Coronapandemie entstanden sein. Hinzu kommt: Das Unternehmen hat den Schwerpunkt seiner Geschäftstä-

tigkeit oder mindestens 50 Prozent der Vollzeitbeschäftigten in Bayern.

Beim Startup Shield Bayern kommt hinzu: Berechtigt sind Start-ups, die keinen Zugriff auf die Corona Matching Fazilität der sogenannten Säule I haben. Ferner muss das Unternehmen seit mindestens 1. Oktober 2019 am Markt sein.

Vor allem aber muss das Unternehmen Produkte mit einem hohen Innovationsgrad entwickeln, das Geschäftsmodell skalierbar sein und nachhaltige Marktchancen besitzen. Die Gründer sind daher in der Pflicht, ein tragfähiges Konzept, ihre eigene fachliche Qualifikation, eine angemessene Eigenmittelausstattung, insbesondere im Verhältnis zur Höhe der angestrebten Beteiligung, sowie eine persönliche Garantie des Inhabers oder Gesellschafters nachzuweisen.

Beim Eigenkapitalschild Mittelstand Bayern für etablierte Unternehmen sind weniger Nachweise nötig. Für sie gilt ebenso: Ihr Geschäftsmodell muss wettbewerbsfähig sein. »Die Mitarbeiter der BayBG haben diesen Punkt sehr gewissenhaft geprüft«, bestätigt Miomente-Chefin Engel. »Sie haben sich das neue Geschäftsmodell genau angeschaut.« Nach rund sechs Wochen war der Vertrag unter Dach und Fach.

Bei einem dritten Programm, dem BayernFonds des Freistaats Bayern, sind indes viel weitreichendere Prüfungen notwendig. Ein Unternehmen, das vom Fonds profitieren will, muss belegen, dass es eine gewisse Bedeutung für den Wirtschaftsstandort hat.

Das vom Bayerischen Wirtschaftsministerium und vom Bayerischen Finanzministerium in Zusammenarbeit mit der hierfür

### Darum geht's

- ▶ Angesichts der andauernden Krise schwindet vor allem bei kleineren und mittleren Firmen das Eigenkapital. Das schwächt die Bonität und erhöht das Insolvenzrisiko.
- ▶ Drei Programme des Freistaats stärken gezielt das Eigenkapital von Start-ups sowie von etablierten Mittelständlern.
- Unternehmen erhalten damit vor allem die Chance, in die Zukunft zu investieren

gegründeten Bayerischen Finanzagentur betreute Programm dient der Stabilisierung von Unternehmen mittels stiller Beteiligungen und durch die Übernahme von Garantien. Der Fonds soll die Kapitalbasis von Firmen stärken, deren Bestandsgefährdung erhebliche Auswirkungen auf die Wirtschaft, die technologische oder wirtschaftliche Souveränität, die Versorgungssicherheit, kritische Infrastrukturen oder den Arbeitsmarkt in Bayern hätte. Zur Beurteilung dieser volkswirtschaftlichen Bedeutung wird nicht nur das Unternehmen überprüft. Es werden zudem objektive Vergleichsgrößen wie zum Beispiel offizielle Arbeitsmarktstatistiken herangezogen. Damit ist klar: Die Hürden liegen sehr hoch. Doch das ist auch angemessen. Denn der BavernFonds ist eine Art letzter Strohhalm.

### IHK-Ansprechpartner zum Thema Eigenkapitalprogramme

Rainer Bradl, Tel. 089 5116-2222 beratung@muenchen.ihk.de

### Nützliche Links

- Weitere Informationen zum Eigenkapitalschild Mittelstand Bayern und zum Startup Shield Bayern gibt es unter: www.baybg.de/loesungen/ spezialprogramme
- Details zum BayernFonds bietet: www.stmwi.bayern.de/bayernfonds
- Die Ergebnisse der ifo-Studie »Eigenkapitalentwicklung im Zeichen der Coronakrise« sind abrufbar unter: www.ihk-muenchen.de/eigenkapital
- ▶ Tipps zur Finanzierung und Förderung: www.ihk-muenchen.de/de/Service/ Gründung/Finanzierung-Förderung

# Mal das Bild ausschalten

Damit Onlinemeetings effizient ablaufen, sollten Ziele vereinbart, Regeln eingehalten und Pausen eingeplant werden.
Außerdem gilt: Weniger ist meist mehr.

**SABINE HÖLPER** 

Mitarbeiter sitzen zwar nicht mehr im Homeoffice, die meisten Meetings jedoch finden nach wie vor im virtuellen Raum statt. Das spart Zeit und Fahrtkosten, nützt der Umwelt und funktioniert sehr gut - meistens wenigstens. Manche Teilnehmer allerdings klagen, die leicht einzuberufenden Onlinemeetings nähmen allmählich überhand. Zahlreiche Studien belegen: Onlinemeetings sind anstrengender als Präsenztreffen. Zwar können auch Besprechungen mit persönlicher Anwesenheit lähmend sein. Bei Meetings im virtuellen Raum liegt die Ermüdungsschwelle jedoch noch niedriger.

### So kurz wie möglich

»Es sollte weniger konferiert werden und die notwendigen Konferenzen müssen effizienter sein«, rät Carola Hug. Die 55-Jährige trainiert Menschen, frei vor der Kamera zu sprechen und dabei einen guten Eindruck zu hinterlassen. Sie selbst hält wegen der Coronakrise einen Großteil der Schulungen virtuell ab. Auch die Medientrainerin machte dabei anfangs Fehler: »Ich dachte, wir könnten alles eins zu eins übertragen, doch das geht nicht. Man kann nicht vier Stunden am Stück per Video konferieren.«

Ihr Fazit: Damit eine Videokonferenz effizient ist, sollte sie so kurz wie möglich sein.« Nach 45 Minuten sollte eine Pause eingelegt werden, die Leute sollten die Gelegenheit bekommen, sich kurz die Beine zu vertreten, frische Luft zu schnappen, sich ein Getränk zu holen, rät die Me-

dientrainerin. Insgesamt seien 90 Minuten vertretbar. Alles darüber hinaus sei meist kontraproduktiv, da die Aufmerksamkeit rapide abnehme. Ihr Tipp: »Von Anfang an einen festen Zeitrahmen vereinbaren.«
Wichtig seien ferner eine klare Agenda und ein Moderator, der für deren Einhal-

zum Beispiel einen Kurzfilm sehen und darüber diskutieren, ein Quiz oder eine Umfrage machen. Es sollte aber nicht nur kürzer, sondern grundsätzlich weniger konferiert werden, findet Hug. Sie konstatiert eine »Meeting-Bulimie«, ein zu häufiges Konferieren. Dabei seien etliche



»Es sollte weniger konferiert werden, und die notwendigen Konferenzen müssen effizienter sein.«

Medientrainerin Carola Hug

tung sorgt. Außerdem sollten potenzielle Stressfaktoren eliminiert werden, denn Stress ist anstrengend. Dazu gehört: den Ton ausschalten, sofern man nicht selbst spricht.

Aber auch das eigene Bild sollte man wegdrücken. Denn sich dauernd selbst auf dem Schirm zu sehen, ist, als würde man im realen Meeting ständig in den Spiegel schauen: Das lenkt ab und produziert Stress. Auch das Mobiltelefon sollte während eines Meetings ausgeschaltet bleiben. Anderenfalls leidet die Konzentration. Förderlich für die Effizienz sind hingegen Auflockerungen. Man könnte

Meetings überflüssig. »Dauernd zu reden, bedeutet ja noch lange nicht, dass auch etwas getan wird.« Und: »Hat sich denn wirklich seit gestern etwas geändert? Muss man schon am nächsten Tag einen neuen Jour fixe einberufen? Reicht nicht der Tag darauf?«

Ein Videogespräch sei schließlich nur dann sinnvoll, wenn Entscheidungen anstehen, wichtige Fragen verhandelt werden müssen. Wer nichts diskutieren, sondern nur etwas verlautbaren will, empfiehlt die Medienberaterin, sollte besser eine Videobotschaft schicken oder gleich eine konventionelle Rundmail.

### Jubiläen des Monats

### 50 Jahre

Hermann Butzhammer, Gerhard Stifter

Max Aicher Bau GmbH & Co. KG, Freilassing

#### 40 Jahre

Herbert Eiber, Helmut Wachinger ATOMA Gesellschaft für automatische Waagen GmbH, Waldkraiburg

Klaus Lange
Aurora Lichtwerke GmbH, Eichstätt

Stefan Maier

Auto Maier GmbH, Garmisch-Partenkirchen

**Erwin Wenger** 

Esau & Hueber GmbH, Schrobenhausen

Martin Rudholzer

Max Aicher Bau GmbH & Co. KG, Freilassing

Petra Jentsch

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

Michael Klusch, Petra Stark
Württembergische Versicherung AG,
Regionaldirektion München

### 25 Jahre

Stefan Sedlmaier

**AMADA WELD TECH GmbH, Puchheim** 

Bernhard Bauch

Aurora Lichtwerke GmbH, Eichstätt

Olga Peter

BÄKO München Altbayern und Schwaben eG, Taufkirchen

Rupert Bouslair, Herbert Gaigl, Uwe Gorges, Kai Makowski, Susanne Schuhmacher-Putz, Josef-Martin Eder, Thomas Weinzierl, Karen Huber Bayerische Asphaltmischwerke GmbH & Co. Kommanditgesellschaft für Straßenbaustoffe, Hofolding

Dr. Andrea Rüdiger

Bio-Rad Laboratories GmbH, Feldkirchen

Ferdinand Ücker

BTS GmbH, Weilheim

Konrad Kufner

Debeka Krankenversicherung a. G., Landshut

Jürgen Seehuber

DS Smith Packaging Deutschland Stiftung & Co. KG, Traunreut

Werner Brand

DYWIDAG-Systems International GmbH, Unterschleißheim

Angelo Montalto

HiPP GmbH & Co. Produktion KG, Pfaffenhofen a.d. Ilm

Christoph Niemann

HiPP GmbH & Co. Vertrieb KG, Pfaffenhofen a.d. Ilm Heidi Gerg, Christa Hafstingl, Inmaculada Künkele Josef Zauner e.K., Inhaber Josef Stefan Zauner, Bad Tölz

Dr. Siegfried Lochschmidt, Heike Thamerus Klüber Lubrication München SE & Co. KG, München

Helmut Osenstetter **LEIMER KG, Traunstein** 

Sokol Zhuiani

Max Aicher Bau GmbH & Co. KG, Freilassing

Andreas Kubis

REHAU Montage- und Logistik-Center GmbH, Ingolstadt

Susanne Kleineberg-Wildhagen Rudolf GmbH, Geretsried

Elke Eckardt

Traun-Tiefbau GmbH, St. Georgen

Yvonne Fritz, Gaetano Vincenzi

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

Sabine Rumpe

UniCredit Bank AG, Ingolstadt

Yvonne Schwaiger

UniCredit Bank AG, HypoVereinsbank, Ingolstadt

Uwe Lindemann

Veit GmbH, Landsberg am Lech

Uli Kreutzer

Versicherungskammer Bayern, Regionaldirektion Südbayern, München

Ivana Probst

V-Markt Balanstraße GmbH & Co. KG, München

Günter Karl, Alexander Mannseicher, Stefanie Wolf

Württembergische Versicherung AG, Regionaldirektion 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/ehrenauszeichnung

**IHK-Ansprechpartnerin** 

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



Klinikgründer August von Hauner baute einst seine Pädiatrie mithilfe von Spenden auf. Der heutige Direktor des Kinderspitals braucht Zuwendungen für die Qualität in Ausbildung und Forschung.

s gibt keine bessere Investition als die in die Gesundheit und Bildung kleiner Kinder«, sagt Christoph Klein (57), Direktor des Dr. Von Haunerschen Kinderspitals, gleich zu Beginn des Gesprächs. Damit wiederholt er sinngemäß, was der Ökonom und Nobelpreisträger für Wirtschaftswissenschaften James Heckman aus Chicago seit Jahren erforscht und publiziert – und was dennoch oft verhallt.

Den 175. Geburtstag der renommierten Kinderklinik am Goetheplatz nimmt Klein zum Anlass, eine Lanze für die Kinder zu brechen, gerade vor dem Hintergrund der Pandemie. Die Bewältigung der Coronakrise habe gezeigt, dass Kinder keine kleinen Erwachsenen sind, dass ihre gute Reaktion auf Impfstoffe und Medikamente nicht einfach vorausgesetzt werden kann, dass sie sich nicht durchtakten und folgenlos durch die Krise schaukeln lassen. »Dass das Bundesverfassungsgericht der Politik kürzlich vorgegeben hat, die Bedürfnisse künftiger Generationen stärker zu berücksichtigen, bezieht sich nicht nur auf den Klimawandel«, meint Klein. »Aus meiner Sicht muss es da insgesamt um die Bedürfnisse der heutigen Kinder und ihren Anspruch auf Partizi-

pation gehen. Dafür würde ich mich einsetzen.« Kinderrechte im Grundgesetz zu verankern, sei bisher nicht gelungen. Immerhin gebe es ein Bundesgesetz dazu, aber erstaunlicherweise kaum Präzedenzfälle in der Rechtsprechung. Auch der Pharmaindustrie wird ja oft vorgeworfen, die Forschung an Medikamenten für Kinder und besonders für seltene Krankheiten bei Kindern zu vernachlässigen.

Klein, der neben Medizin auch Philosophie studiert hat, hält der Gesellschaft den Spiegel vor. Dabei gibt es laut Klein »kein schöneres Fach als die Kindermedizin mit ihrer breiten Vielfalt und ganzheitlichen Sichtweise«. Er beklagt die Knappheit an spezialisierten Kinderärzten, die Abschaffung des Berufs der Kinderkrankenschwester, die Fehlanreize im durchökonomisierten Gesundheitssystem. Vor allem aber setzt er auf mehr Forschung und mahnt die Politik in Bayern: »Wer Wissenschaftshauptstadt werden will, muss auch die Kindermedizin anschlussfähig machen an die internationale ChampionsLeague.«

Klein selbst hat sich der Kinderonkologie verschrieben, speziell der Gentherapie, aus der sich Hoffnung auf Heilung auch besonders seltener Krankheiten ergeben könnte. Der Professor aus Ehingen an der Donau mit Studium in Ulm, Harvard und München, der zuvor in Paris, Harvard und Hannover tätig war, leitet die Münchner Klinik seit 2011. Sie ist Teil des LMU-Klinikums, also eine Einrichtung der Ludwig-Maximilians-Universität. Forschung und Lehre stehen im Mittelpunkt, aber es werden eben auch Patienten behandelt. Weil die Pädiatrie, wie die Kinderheilkunde in der Fachsprache heißt, aufwendiger, spezieller, vor allem perso-



Christoph Klein, Direktor des Haunerschen Kinderspitals







nalintensiver ist als die Erwachsenenmedizin, zählt sie regelmäßig zu den Verlustbringern des Universitätsklinikums.

Eigentlich sollte schon längst das »Neue Hauner« im Stadtteil Großhadern errichtet sein, als freundliches flaches Klinikgebäude mit geschwungenen grünen Innenhöfen und einer großen Forschungsabteilung. Dazu wurde 2015 ein Architektenwettbewerb abgehalten. 17 Millionen Euro spendete der inzwischen verstorbene Sultan von Oman Qabus bin Said al-Said schon 2014 für das Projekt im dreistelligen Millionenbereich. Doch nun fällt es etwas kleiner aus, kommt später, wird teurer.

### Unterstützung aus dem Königshaus

Dass man als Kinderarzt gegen viele Widerstände ankämpfen und immer mit dem Klingelbeutel herumgehen muss, kann man schon beim (später geadelten) Klinikgründer August Hauner (1811–1884) sehen. Das Misstrauen war groß, als er 1846 auf einer Etage in der Münchner Sonnenstraße sein Kinderspital gründete, um die Kinder der Armen zu behandeln, die schlecht ernährt und selbst bei schwersten Krankheiten sich selbst überlassen waren, weil die Eltern arbeiten mussten. Erst als ein Mentor die Unterstützung des bayerischen Königshauses organisierte, kam Schwung in die Sammelaktion durch den Verein zur Unterstützung des Haunerschen Kinderspitals.

Viele Umzüge später fand das Spital 1882 seinen endgültigen Sitz an der Chaussee nach Sendling, die gerade (nach einem Arzt) in Lindwurmstraße umbenannt worden war. Im Hauptgebäude kann man noch heute die marmornen Spendertafeln besichtigen,

auf denen vom Adligen bis zum Brauereibesitzer die Spender aufgeführt sind. Bis heute hat die Klinik immer wieder von privaten Zuwendungen, großen wie kleinen, profitiert.

Der heutige Direktor Klein will mehr. Er hat schon 2009, in seiner Zeit als Professor und Kinderklinikchef in Hannover, eine eigene Stiftung »Care-for-Rare« gegründet, die Geld zur Behandlung seltener Krankheiten einwirbt, aber auch zur Ausbildung forschender Spezialisten für die »Zukunft pädiatrischer Expertise«, wie es im Stiftungsprofil heißt. Klein schweben bei den Einnahmen noch viel höhere Volumina vor – nach amerikanischem Vorbild.

Es gibt auch hierzulande Vorbilder. Andere Kliniken in Deutschland haben Großspenden von Familienunternehmern eingeworben. Michael Otto (Otto Group) gab zehn Millionen für die Kinderklinik in Hamburg-Eppendorf, das Ehepaar Lautenschläger (MLP) 14 Millionen für das Haus in Heidelberg und die Quandt-Familie (BMW) unterstützte die Kinderklinik in Frankfurt immer wieder mit Millionen, zuletzt den Neubau für Pädiatrische Stammzelltransplantation und Zelltherapie.

Der Haunersche-Chef Klein plädiert nicht nur für die Ausgabe von Social Bonds durch die öffentliche Hand, also von Anleihen, die in der Verwendung ihrer Mittel auf die Finanzierung sozialer und gesellschaftlicher Zwecke festgelegt sind. Er appelliert auch an zukünftige Gönner seiner Stiftung und der Klinik: »Wir haben keinen Wohlfahrtsstaat, sondern einen unterstützenden Sozialstaat. Wir müssen die knappen Ressourcen gerecht verteilen und gleichzeitig Innovationen stärken. Das geht nur mit mehr Solidarität in der Gesellschaft.«

Müller für die Care-for-Rare

### Terminplan für die Zwischenprüfung in kfm. und kfm.-verwandten Ausbildungsberufen und die Abschlussprüfung Teil 1

### Frühjahr 2022

Zwischenprüfungstermine von der Anmeldung bis zum Versand der Teilnahmebescheinigungen	
Versand der »Aufforderung zur Anmeldung«	Ende Oktober 2021
Anmeldeschluss	18. November 2021
Versand der <b>Einladungen</b>	zwei Wochen vor Prüfungstermin
schriftliche Prüfung der kaufmännischen/kaufmännisch-verwand- ten Ausbildungsberufe	30. März 2022
Fertigkeitsprüfung der kaufmännischen/kaufmännisch-verwand- ten Ausbildungsberufe	Mitte Februar bis Ende März 2022
Versand der <b>Teilnahmebescheinigungen</b>	Ende April 2022

Versand der »Aufforderung zur Anmeldung«	Ende Oktober 2021
Anmeldeschluss	18. November 2021
Versand: Einladungen	zwei Wochen vor Prüfungstermin
schriftliche Prüfung	
<ul> <li>Automobilkaufmann/-frau         (Ausbildungsverordnung 2017) – neu,         bisher am Abschlussprüfungstermin</li> <li>Bankkaufmann/-frau</li> </ul>	30. März 2022
(Ausbildungsverordnung 2020)	
<ul> <li>Fachinformatiker/-in (Ausbildungsverordnung 2020)</li> </ul>	
<ul> <li>IT-System-Elektroniker/-in (Ausbildungsverordnung 2020)</li> </ul>	
<ul> <li>IT-System-Management-Kaufmann/-frau (Ausbildungsverordnung 2020)</li> </ul>	
<ul> <li>Kaufmann/-frau für Digitalisierungsma- nagement (Ausbildungsverordnung 2020)</li> </ul>	
<ul> <li>Kaufmann/-frau für Groß- und Außenhandelsmanagement (Ausbildungsverordnung 2021)</li> </ul>	
<ul> <li>Kaufmann/-frau im E-Commerce (Ausbildungsverordnung 2017) – neu, bisher am Abschlussprüfungstermin</li> </ul>	
schriftliche Prüfung Kaufmann/Kauffrau für Büromanagement	31. März/1. April 2022
Versand der <b>Ergebnismitteilungen</b>	Ende April/ Anfang Mai 2022

## Terminplan für die Abschlussprüfung in kfm. und kfm.-verwandten Ausbildungsberufen

### Sommer 2022

### Zulassungskriterien

Bei Zulassung ohne vorangegangenes Berufsausbildungsverhältnis: Bewerber, die ohne vorangegangenes Berufsausbildungsverhältnis eine Abschlussprüfung ablegen wollen, haben den Antrag auf Zulassung bis zum 1. Dezember 2021 zu stellen. [Ausnahme bis 1. Oktober 2021: Automobilkfm./-frau (Ausbildungsverordnung 2017), Bankkfm./-frau (AO 2020), IT-Berufe (AO 2020), Kfm./-frau für Büromanagement, Kfm./-frau für Groß- und Außenhandelsmanagement (AO 2021), Kfm./-frau im E-Commerce]. Das Formular können Sie bei der IHK oder im Internet unter www.ihk-muenchen.de anfordern.

#### Bei vorzeitiger Zulassung:

Auszubildende, deren Ausbildungszeit bzw. Ausbildungsstufe bis spätestens 31. März 2023 endet und die aufgrund überdurchschnittlicher Leistungen im Ausbildungsbetrieb und in der Berufsschule die Prüfung vorzeitig ablegen wollen, müssen den **Antrag auf vorzeitige Zulassung** – Formular bei der IHK anfordern oder im Internet unter **www.ihk-muenchen.de** – bis spätestens **1. Februar 2022** vorlegen.

Als Nachweis der schulischen Leistungen gilt die aktuelle »Bestätigung der Berufsschule« – Formular (Merkblatt »Vorzeitige Zulassung«) bei der IHK anfordern oder im Internet unter www.ihk-muenchen.de.

### Bei verkürzter Ausbildung:

Auszubildende, die aufgrund allgemeiner schulischer Vorbildung, vorangegangener Berufsausbildung oder bei Auszubildenden über 21 Jahren und die Zwischenprüfung/den Teil 1 bereits abgelegt haben, müssen den Antrag auf Verkürzung – Formular bei der IHK anfordern oder im Internet unter www.ihk-muenchen.de – bis spätestens 1. Februar 2022 vorlegen.

#### Bei regulärer Zulassung:

Auszubildende, deren Ausbildungszeit bzw. Ausbildungsstufe bis spätestens 30. September 2022 endet und die Zwischenprüfung/den Teil 1 bereits abgelegt haben.

Termine von der Anmeldung bis zum Versand der Zeugnisse	
Versand der »Aufforderung zur Anmeldung«	Januar 2022
Anmeldeschluss	1. Februar 2022
Versand: »Aufforderung zur Anmeldung« für Prüflinge mit vorzeitiger / verkürzter Zulassung	Februar 2022
Versand: Einladungen zur schriftlichen Abschlussprüfung	zwei Wochen vor Prüfungstermin
Versand: Prüfungszeugnisse	Ende August 2022

Zusätzliche Termine Industriekaufmann/-frau, IT-Ausbildungsberufe (AO 1997)	
Versand der »Aufforderung zur Anmeldung«	Januar 2022
Anmeldeschluss	1. Februar 2022
Zeitraum für die Einreichung des Antrags auf Genehmigung (Fachaufgabe/Projektarbeit)	8. März bis 8. April 2022
Abgabeschlusstermin für die Einreichung des Reports/Projektdokumentation	31. Mai 2022

Zusätzlicher Termin <b>Kaufmann/-frau für Büromanagement,</b> Teil 2 der gestreckten Abschlussprüfung	
Zusätzlicher Termin <b>Kaufmann/-frau im E-Commerce,</b> Teil 2 der gestreckten Abschlussprüfung	
Zusätzl. Termin <b>Kaufmann/-frau für Groß- und Außenhandelsmanagement</b> , Teil 2 der gestreckten Abschlussprüfung	
Abgabeschlusstermin für die Einreichung der Reporte	4. Mai 2022

Zusätzlicher Termin Kaufmann/-frau für Versicherungen und Finanzen (AO 2014)	
Zeitraum für die Einreichung der Reporte	26. April bis 31. Mai 2022

Prüfungstermine		
	Schriftliche Prüfung	Mündliche/ praktische Prüfung
kaufmännisch/kaufmän- nisch-verwandte Ausbil- dungsberufe und IT-Berufe	3./4. Mai 2022	1. Juni bis 27. Juli 2022

### Terminplan für die Zwischenprüfung in kfm. und kfm.-verwandten Ausbildungsberufen und die Abschlussprüfung Teil 1

#### Herbst 2022

Zwischenprüfungstermine von der Anmeldung bis zum Versand der Teilnahmebescheinigungen	
Versand der »Aufforderung zur Anmeldung«	Mitte Mai 2022
Anmeldeschluss	9. Juni 2022
Versand der <b>Einladungen</b>	zwei Wochen vor Prüfungstermin
schriftliche Prüfung der kaufmännischen/kaufmännisch-verwand- ten Ausbildungsberufe	21. September 2022
Fertigkeitsprüfung der kaufmännischen/kaufmännisch-verwand- ten Ausbildungsberufe	Mitte September bis Ende Oktober 2022
Versand der <b>Teilnahmebescheinigungen</b>	Ende November 2022

Versand der »Aufforderung zur Anmeldung«	Mitte Mai 2022
Anmeldeschluss	9. Juni 2022
Versand: Einladungen	zwei Wochen vor Prüfungstermin
schriftliche Prüfung	
Automobilkaufmann/-frau (Ausbildungsverordnung 2017) – neu, bisher am Abschlussprüfungstermin	21. September 2022
<ul> <li>Bankkaufmann/-frau (Ausbildungsverordnung 2020)</li> </ul>	
<ul> <li>Fachinformatiker/-in (Ausbildungsverordnung 2020)</li> </ul>	
<ul> <li>IT-System-Elektroniker/-in (Ausbildungsverordnung 2020)</li> </ul>	
<ul> <li>IT-System-Management-Kaufmann/-frau (Ausbildungsverordnung 2020)</li> </ul>	
<ul> <li>Kaufmann/-frau für Digitalisierungsma- nagement (Ausbildungsverordnung 2020)</li> </ul>	
<ul> <li>Kaufmann/-frau für Groß- und Außenhandelsmanagement (Ausbildungsverordnung 2021)</li> </ul>	
<ul> <li>Kaufmann/-frau im E-Commerce (Ausbildungsverordnung 2017) – neu, bisher am Abschlussprüfungstermin</li> </ul>	
schriftliche Prüfung	22./23. September 202
Kaufmann/Kauffrau für Büromanagement Versand der Ergebnismitteilungen	Ende November/
versand der <b>Ergennsmittenungen</b>	Anfang Dezember 202

## Terminplan für die Abschlussprüfung in kfm. und kfm.-verwandten Ausbildungsberufen

### Winter 2022/2023

### Zulassungskriterien

Bei Zulassung ohne vorangegangenes Berufsausbildungsverhältnis: Bewerber, die ohne vorangegangenes Berufsausbildungsverhältnis eine Abschlussprüfung ablegen wollen, haben den Antrag auf Zulassung bis zum 1. Juni 2022 zu stellen. [Ausnahme bis 1. April 2022: Automobilkfm./-frau (Ausbildungsverordnung 2017), Bankkfm./-frau (AO 2020), IT-Berufe (AO 2020), Kfm./-frau für Büromanagement, Kfm./-frau für Groß- und Außenhandelsmanagement (AO 2021), Kfm./-frau im E-Commerce]. Das Formular können Sie bei der IHK oder im Internet unter www.ihk-muenchen.de anfordern.

### Bei vorzeitiger Zulassung:

Auszubildende, deren Ausbildungszeit bzw. Ausbildungsstufe bis spätestens 30. September 2023 endet und die aufgrund überdurchschnittlicher Leistungen im Ausbildungsbetrieb und in der Berufsschule die Prüfung vorzeitig ablegen wollen, müssen den Antrag auf vorzeitige Zulassung – Formular bei der IHK anfordern oder im Internet unter www.ihk-muenchen.de – bis spätestens 1. August 2022 vorlegen.

Als Nachweis der schulischen Leistungen gilt die aktuelle **»Bestätigung der Berufsschule«** – Formular (Merkblatt »Vorzeitige Zulassung«) bei der IHK anfordern oder im Internet unter **www.ihk-muenchen.de**.

### Bei verkürzter Ausbildung:

Auszubildende, die aufgrund allgemeiner schulischer Vorbildung, vorangegangener Berufsausbildung oder bei Auszubildenden über 21 Jahren und die Zwischenprüfung/den Teil 1 bereits abgelegt haben, müssen den Antrag auf Verkürzung – Formular bei der IHK anfordern oder im Internet unter www. ihk-muenchen.de – bis spätestens 1. August 2022 vorlegen.

### Bei regulärer Zulassung:

Auszubildende, deren Ausbildungszeit bzw. Ausbildungsstufe bis spätestens 31. März 2023 endet und die Zwischenprüfung/den Teil 1 bereits abgelegt haben.

Termine von der Anmeldung bis zum Versand der Zeugnisse	
Versand der »Aufforderung zur Anmeldung«	Juni 2022
Anmeldeschluss	17. August 2022
Versand: »Aufforderung zur Anmeldung« für Prüflinge mit vorzeitiger / verkürzter Zulassung	August 2022
Versand: Einladungen zur schriftlichen Abschlussprüfung	zwei Wochen vor Prüfungstermin
Versand: Prüfungszeugnisse	Ende März 2023

Zusätzliche Termine Industriekaufmann/-frau, IT-Ausbildungsberufe (AO 1997)	
Versand der »Aufforderung zur Anmeldung«	Juni 2022
Anmeldeschluss	17. August 2022
Zeitraum für die Einreichung des Antrags auf Genehmigung (Fachaufgabe/Projektarbeit)	20. September bis 20. Oktober 2022
Abgabeschlusstermin für die Einreichung des Reports/Projektdokumentation	30. November 2022

Zusätzlicher Termin <b>Kaufmann/-frau für Büromanagement,</b> Teil 2 der gestreckten Abschlussprüfung	
Zusätzlicher Termin <b>Kaufmann/-frau im E-Commerce</b> , Teil 2 der gestreckten Abschlussprüfung	
Zusätzl. Termin <b>Kaufmann/-frau für Groß- und Außenhandelsmanagement</b> , Teil 2 der gestreckten Abschlussprüfung	
Abgabeschlusstermin für die Einreichung der Reporte	23. November 2022

Zusätzlicher Termin Kaufmann/-frau für Versicherungen und Finanzen (AO 2014)		
Zeitraum für die Einreichung der Reporte	24. Oktober bis 30. November 2022	

Prüfungstermine						
	Schriftliche Prüfung	Mündliche/ praktische Prüfung				
kaufmännisch/kaufmän- nisch-verwandte Ausbil- dungsberufe und IT-Berufe	22./23. November 2022	10. Januar bis 25. Februar 2023				

### VERÖFFENTLICHUNGEN + BEKANNTMACHUNGEN

# Terminvorschau für die Fortbildungsprüfungen der Industrie- und Handelskammer für München und Oberbayern im Jahr 2022 Für aktuelle Änderungen beachten Sie bitte unsere Website www.ihk-muenchen.de/fobi-termine

			Anmelde- schluss	schriftlich (mind. 15 Teilnehmer pro Termin)	mündlich	praktisch
1. Betriebswirt/Betriebswirtin						
Gepr. Betriebswirt/-in (2006)	Frühjahr	bu	31.12.21	08./09.06. und 14./15.06.	PM im Juli / FG PA im Dez.	
Gepr. Betriebswirt/-in (2006)	Herbst	bu	01.09.	17./18.11. und 01./02.12.	PM im Jan. / FG PA im Mai 23	
Gepr. Betriebswirt/-in (2020)	Frühjahr	bu	01.04.	08./09.06. und 14.06.	mdl. im Juli / FG PA im Dez.	
Gepr. Betriebswirt/-in (2020)	Herbst	bu	01.09.	17./18.11. und 01.12.	mdl.im Jan. / FG PA im Mai 23	
Gepr. Technische/-r Betriebswirt/-in	Frühjahr	bu	30.11.21	03./04.03. und 10./11.03.	3.Sit vorauss. März/April / FG PA vorauss. im Juli	
Gepr. Technische/-r Betriebswirt/-in	Herbst	bu	30.06.	06./07.10. und 12./13.10.	3.Sit. vorauss. Okt./Nov. / FG PA vorauss. März/Apr. 23	
2. Fachkaufmann/Fachkauffrau						
Gepr. Bilanzbuchhalter/-in	Frühjahr	bu	31.12.21	11./15./22.03.	Mai/Juni	
Gepr. Bilanzbuchhalter/-in	Herbst	bu	30.06.	16./19./23.09.	Nov./Dez.	
Bilanzbuchhaltung International (Zusatzqualifikation)	Frühjahr	bu	31.12.21	31.05./01.06.		
Bilanzbuchhaltung International (Zusatzqualifikation)	Herbst	bu	30.06.	29.11./01.12.		
Gepr. Controller/-in	Frühjahr	bu	31.12.21	17./18.03./08.04.	Juli	
Gepr. Personalfachkaufmann/-frau	Frühjahr	bu	15.02.	28./29.04.	vorauss. Ende Juni	
Gepr. Personalfachkaufmann/-frau	Herbst	bu	31.07.	20./21.10.	vorauss. Ende Jan. 23	
3. Fachwirt/Fachwirtin						
Gepr. Fachwirt/-in für Außenwirtschaft	Frühjahr	bu	31.12.21	24./25.03.	vorauss. Mai	
Gepr. Bankfachwirt/-in	Herbst	bu	31.07.	10./11.10.	vorauss. ab 16.01.23	
Gepr. Fachwirt/-in für Büro- und Projektorganisation		bu	30.06.	28./29.09.	vorauss. ab Mitte Dez./Jan.23	
im E-Commerce		bu	31.07.	21./22.09.	vorauss. Dez.	
Gepr. Fachwirt/-in für Einkauf		bu	31.01.	20./21.04.	vorauss. Juli	
Gepr. Fachwirt/-in für Finanzberatung		bu	01.07.	26./27.09.	vorauss. Nov.	
im Gesundheits- und Sozialwesen		bu	31.07.	24./25.10.	vorauss. Febr 2023	
Gepr. Fachwirt/-in für Güterverkehr und Logistik		bu	31.12.21	14./15.03.	vorauss. Juli	
Gepr. Immobilienfachwirt/-in	Frühjahr	bu	10.01.	09./10.03.	vorauss. Ende Apr./ Anfang Mai	
Gepr. Immobilienfachwirt/-in	Herbst	bu	31.07.	17./18.10.	vorauss. Mitte Dez.	
Gepr. Handelsfachwirt/-in	Frühjahr	bu	31.12.21	24./25.03.	vorauss. Mai/Juni	
Gepr. Handelsfachwirt/-in	Herbst	bu	30.06.	14./15.09.	vorauss. Nov./Dez.	
Gepr. Fachwirt/-in für Marketing		bu	31.07.	28./29.09.	23 27. Jan. 23	
Gepr. Leasingfachwirt/-in				z. Zt. keine Prüfung		
Gepr. Medienfachwirt/-in	Frühjahr	bu	28.02.	04./05.05. (GQ) 10./11.05. (HQ)	vorauss. Juli 22 (Präs/FG)	
Gepr. Medienfachwirt/-in	Herbst	bu	31.08.	03./04.11. (GQ) 08./09.11. (HQ)	vorauss. März 23 (Präs/FG)	
Gepr. Tourismusfachwirt/-in		bu	31.12.21	17./18.03.	vorauss. Juni	
für Versicherungen u. Finanzen	Frühjahr	bu	31.01.	12.04. (Teil A) 19.04. (Teil B)	vorauss. Juni	
für Versicherungen u. Finanzen	Herbst	bu	31.07.	30.09. (Teil A) 11.10. (Teil B)	vorauss. Oktober	
für Vertrieb im Einzelhandel		bu	31.12.21	06./07.04.	Ende Mai	
4. Fachwirt/-in für die Dienstleistungsbranche						
Wirtschaftsbezogene Qualifikationen	Frühjahr		01.12.21	16.03.		
Wirtschaftsbezogene Qualifikationen	Herbst		01.07.	19.10.		
im Gastgewerbe	Frühjahr	bu	31.12.21	16.03. (WBQ)		
im Gastgewerbe	Herbst		31.07.	19.10. (WBQ), 24./25.11. (HSQ)	ab 18.01.23	
Gepr. Industriefachwirt/-in	Frühjahr	bu	01.12.21	16.03. (WBQ)		
Gepr. Industriefachwirt/-in	Frühjahr	bu	31.12.21	06./07.04. (HQ)	ab Ende Juni/Anfang Juli	
Gepr. Industriefachwirt/-in	Herbst	bu	01.07.	19.10. (WBQ)		
Gepr. Industriefachwirt/-in	Herbst	bu	01.08.	24./25.10. (HQ)	ab Ende Jan. 23	
Gepr. Technische/-r Fachwirt/-in	Frühjahr	bu	01.12.21	16.03. (WBQ), 02.03. (TQ)		
Gepr. Technische/-r Fachwirt/-in	Frühjahr	bu	28.02.	06.05. (HQ)	ab Mitte Juli	

# Terminvorschau für die Fortbildungsprüfungen der Industrie- und Handelskammer für München und Oberbayern im Jahr 2022 Für aktuelle Änderungen beachten Sie bitte unsere Website www.ihk-muenchen.de/fobi-termine

			Anmelde- schluss	schriftlich (mind. 15 Teilnehmer pro Termin)	mündlich	praktisch
Gepr. Technische/-r Fachwirt/-in	Herbst	bu	01.07.	19.10. (WBQ), 22.09. (TQ)		
Gepr. Technische/-r Fachwirt/-in	Herbst	bu	30.09.	08.12. (HQ)	ab Mitte Feb. 23	
Gepr. Veranstaltungsfachwirt/-in		bu	31.07.	27./28.10.	vorauss, Dez./Jan.	
Gepr. Wirtschaftsfachwirt/-in	Frühjahr	bu	01.12.21	16.03. (WBQ)		
Gepr. Wirtschaftsfachwirt/-in	Frühjahr	bu	31.12.21	26./27.04. (HQ)	Sept./Okt.	
Gepr. Wirtschaftsfachwirt/-in	Herbst	bu	01.07.	19.10. (WBQ)		
Gepr. Wirtschaftsfachwirt/-in	Herbst	bu	01.09.	09./10.11. (HQ)	Feb./März 2023	
5. Sonstige kaufmännische Qualifikationen	111111111		1 - 1 - 1 - 1	223.201.11 (1.12)	1 2 2 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3	
Gepr. Fachberater/in für Finanzdienstleistungen		bu	01.07.	07./08.09.	vorauss. Nov.	
Gepr. Pharmareferent/-in	Frühjahr	bu	10.01.	14.03.	Ende März/Anfang Apr.	
Gepr. Pharmareferent/-in	Herbst	bu	01.07.	05.09.	voraus. Ende Sept.	
6. Industriemeister/Industriemeisterin (IM)	Herbst	Du	01.07.	0.00.	voidus. Endo ocpt.	
Gepr. IM Chemie	Frühjahr	bu	01.02.	21./22.03. (BQ), 29./30.03. (HQ)	ab 04.04.	
Gepr. IM Chemie	Herbst	bu	01.08.	26./27.09. (BQ), 10./11.10. (HQ)	ab 17.10.	
Gepr. IM Elektrotechnik	Frühjahr	bu	28.02.	04./05.05. (BQ), 17./18.05. (HQ)	ab 23.05.	1
Gepr. IM Elektrotechnik	Herbst	bu	15.08.	03./04.11. (BQ), 24./25.11. (HQ)	ab 23.05. ab 28.11.	1
Gepr. IM Print	Frühjahr		28.02.	04./05.05. (GQ), 10./11.05. (HQ)	vorauss. Juli 22 (Präs/FG)	
· ·	<del>'</del>	bu	31.08.		· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·	
Gepr. IM Halabaseheitung	Herbst	bu		03./04.11. (GQ), 08./09.11. (HQ)	vorauss. März 23 (Präs/FG)	
Gepr. IM Holzbearbeitung	Frühjahr	la	28.02.	04./05.05. (BQ), 16./17.05. (HQ)	19./20.05.	
Gepr. IM Holzbearbeitung	Herbst	bu	15.08.	03./04.11. (BQ)	10 /00 05	
Gepr. IM Holzverarbeitung	Frühjahr		28.02.	04./05.05. (BQ), 16./17.05. (HQ)	19./20.05.	
Gepr. IM Holzverarbeitung	Herbst	bu	15.08.	03./04.11. (BQ)	1 04 05	
Gepr. IM Kunststoff und Kautschuk	Frühjahr	bu	28.02.	04./05.05. (BQ), 23./24.05. (HQ)	ab 31.05.	
Gepr. IM Kunststoff und Kautschuk	Herbst	bu	15.08.	03./04.11. (BQ)	<u>.</u>	
Gepr. IM Lebensmittel	Frühjahr	bu	28.02.	04./05.05. (BQ), 23./24.05. (HQ)	Juni	
Gepr. IM Lebensmittel	Herbst	bu	15.08.	03./04.11. (BQ)		
IM Luftfahrttechnik	Frühjahr	bu	28.02.	04./05.05. (BQ), 11./12.05. (HQ)	Juli	
IM Luftfahrttechnik	Herbst	bu	15.08.	03./04.11. (BQ), 22./23.11. (HQ)	Jan. 23	
Gepr. IM Mechatronik		bu		keine Prüfungen		
Gepr. IM Metall	Frühjahr	bu	28.02.	04./05.05. (BQ), 11./12.05. (HQ)	Juli	
Gepr. IM Metall	Herbst	bu	15.08.	03./04.11. (BQ), 17./18.11. (HQ)	Jan. 23	
Gepr. IM Papier- und Kunststoffverarbeitung	Frühjahr		28.02.	04./05.05. (BQ), nach Bedarf (HQ)		
Gepr. IM Papier- und Kunststoffverarbeitung	Herbst		15.08.	03./04.11. (BQ)		
7. Fachmeister/Fachmeisterin						
Gepr. Meister/-in für Bahnverkehr	Frühjahr		28.02.	04./05.05. (BQ)		
Gepr. Meister/-in für Bahnverkehr	Herbst		15.08.	03./04.11. (BQ), 17./18.11. (HQ)	Dez.	
Gepr. Barmeister/-in	Frühjahr	bu	31.12.21	16.03. (WBQ)		
Gepr. Barmeister/-in	Herbst		31.07.	19.10. (WBQ), 08./09.11. (HSQ)	ab 10.11.	ab 10.11.
Betriebsbraumeister/-in			28.02.	Juni/Juli	Ende Juli	
Gepr. Brandschutz-Meister/-in				nach Bedarf		
Getränkebetriebsmeister/-in				01.04. (Teil 2)	14.04.	1113.04.
Gepr. Hotelmeister/-in	Frühjahr		31.12.21	16.03. (WBQ), 28./29.04. (HSQ)	ab 08.05.	ab 06.05.
Gepr. Hotelmeister/-in	Herbst	bu	31.07.	19.10. (WBQ)		
Gepr. Küchenmeister/-in	Frühjahr	bu	31.12.21	16.03. (WBQ), 28./29.04. (HSQ)	ab 06.05.	ab 05.05.
Gepr. Küchenmeister/-in	Herbst	bu	31.07.	19.10. (WBQ), 28./29.11. (HSQ)	ab 09.12.	ab 08.12.
Gepr. Logistikmeister/-in	Frühjahr	bu	28.02.	04./05.05. (GQ), 19./20.05. (HQ)	Mai/Juni	
Gepr. Logistikmeister/-in	Herbst	bu	15.08.	03./04.11. (GQ), 14./15.11. (HQ)	Nov./Dez.	
Gepr. Restaurantmeister/-in	Frühjahr	bu	31.12.21	16.03. (WBQ), 28./29.04. (HSQ)	ab 06.05.	ab 06.05.
Gepr. Restaurantmeister/-in	Herbst	bu	31.07.	19.10. (WBQ)		1
Meister/-in für Veranstaltungstechnik alte VO				nur Wiederholer bei Bedarf		
Meister/-in für Veranstaltungstechnik neue VO	Herbst	bu	30.06.	04./05.10. (VP)		+

### VERÖFFENTLICHUNGEN + BEKANNTMACHUNGEN

### Terminvorschau für die Fortbildungsprüfungen der Industrie- und Handelskammer für München und Oberbayern im Jahr 2022 Für aktuelle Änderungen beachten Sie bitte unsere Website www.ihk-muenchen.de/fobi-termine

			Anmelde- schluss	schriftlich (mind. 15 Teilnehmer pro Termin)	mündlich	praktisch
8. Andere Qualifikationen	'		1			
Nachweis berufs- und arbeitspädagogischer	Februar	bu	06.12.21	01.02.	ab 03.02.	
ıalifikationen gemäß AEVO	März	bu	03.01.	02.03.	ab 04.03.	
	April	bu	07.02.	05.04.	ab 07.04.	
	Juni	bu	11.04.	07.06.	ab 09.06.	
	Juli	bu	09.05.	05.07.	ab 07.07.	
	Oktober	bu	08.08.	04.10.	ab 06.10.	
	November	bu	12.09.	08.11.	ab 10.11.	
	Dezember	bu	10.10.	06.12.	ab 08.12.	
Gepr. Aus- und Weiterbildungspädagoge/-in		bu	31.08.	24./25.10. (I/II)	FG/EP (I) vorauss. ab 23.01.23 Präs/FG (III) vorauss. ab 08.05.23	
Gepr. Berufspädagoge/-in		bu	14.02.	25./27./29.04. (I/II)	FG/EP (II) vorauss. 12./13.07. Präs/FG (III) vorauss. 05.06.10.	
Gepr. Barmixer/-in			20.01.	22.03.	ab 23.03.	ab 23.03.
Gepr. Brandschutz-Fachkraft				nach Bedarf		
Gepr. Elektrofachkraft Fahrzeugtechnik				nach Bedarf		
Certified IT-Operative Professionals	Frühjahr	bu	31.01.	04.04. (nur Mitarbeiterführung)	05.04 14.04.	
Certified IT-Operative Professionals	Herbst	bu	31.07.	07./08.11. (nur Fachaufgaben)		
Gepr. Diätkoch/-köchin		bu	31.03.	30./31.05.	ab 02.06.	ab 01.06.
Fachberater/-in für Servicemanagement IHK	Frühjahr		15.01.	05./06.05.	vorauss. Juli	
Fachberater/-in für Servicemanagement IHK	Herbst		15.08.	08./09.12.	ab Ende Jan. 23	
Gepr. Fremdsprachenkorrespondent/-in - Englisch	Frühjahr	bu	31.12.21	08.03.	ab 15.06.	
Gepr. Fremdsprachenkorrespondent/-in - Englisch	Herbst	bu	30.06.	07.09.	ab 14.11.	
Gepr. Kraftfahrzeug-Servicetechniker/-in				nach Bedarf		
Gepr. Schutz- und Sicherheitskraft	Frühjahr	bu	31.12.21	09.03.	07.0316.03.	
Gepr. Schutz- und Sicherheitskraft	Herbst	bu	31.07.	14.10.	04.1013.10.	
Gepr. Sommelier/Sommelière			31.01.	26./27.04.	ab 05.07.	ab 06.07.
Gepr. Technische/-r Industriemanager/-in				keine Prüfungen		
Gepr. Industrietechniker/-in	Frühjahr		28.02.	21.06. (Teil II)	11./12.07.	
Gepr. Industrietechniker/-in	Sommer		28.02.	29.08. Abgabe Projektarbeit (Teil III)	1719.10.	
Gepr. Industrietechniker/-in	Herbst		31.07.	25./26.10. (Teil I)	05./06.12.	

bu = bundeseinheitliche Prüfung Angaben ohne Gewähr Stand: 20.08.2021

Hinweis zu den Rahmengebühren Ziffern 1k bis 1m des Gebührentarifs (Fortbildungsprüfungen ohne Materialkosten). Im Regelfall fallen für die nachfolgenden Prüfungen folgende Gebühren an (gültig ab 01.09.2021)

Hinweis: Aus Gründen der Lesbarkeit wurde im Text die männliche Form gewählt. Selbstverständlich bezieht sich die Tabelle auf alle Geschlechter.

Nr.	Gebührentatbestand pro Prüfungsteil	Gebüh- renhöhe Teil 1	Gebüh- renhöhe Teil 2	Gebüh- renhöhe Teil 3	Summe
1.k	Rahmengebühr für eingliedrige Fortbildungsprüfungen (»Monoprüfungen«)	200,- bis 1.000,-			

alle Fachwirte, Fachkaufleute (einteilige Prüfung), sofern nachfolgend keine abweichende Regelung	600,-	600,-
Controller	720,-	720,-
Fachberater für Finanzdienstleistungen	380,-	380,-
Schutz- und Sicherheitskraft	460,-	460,-
Fremdsprachen- korrespondent	460,-	460,-
Barmixer*	460,-	460,-

Betriebsbraumeister / Getränkebetriebsmeister	770,-		770,-
Brandschutz-Fachkraft	770,-		770,-
Brandschutz-Meister	770,-		770,-
Elektrofachkraft Fahrzeugtechnik	280,-		280,-
Berufs- und Arbeitspädagogische Eignungsprüfung (AEVO)	220,-		220,-
Fachberater Servicemanagement	530,-		530,-
Pharmareferent	660,-		660,-
Sommelier*	530,-		530,-
KFZ-Servicetechniker	280,-		280,-
Bilanzbuchhalter International	330,-		330,-

1.1	mehrgliedrige Fortbildungsprüfungen mit zwei selbständigen Prüfungsteilen:	Gebüh- renhöhe Teil 1	Gebüh- renhöhe Teil 2	Summe
	Rahmengebühr	250,- bis 450,-	170,- bis 450,-	
	Fachwirt für Vertrieb im Einzelhandel	410,-	230,-	640-
	Fachwirt für Finanzberatung	380,-	270,-	650,-
	Fachwirt für Außenwirtschaft	300,-	350,-	650,-
	Fachwirt für Versicherungen und Finanzen	300,-	410,-	710,-
	Veranstaltungsfachwirt	300,-	350,-	650,-
	Industriefachwirt	300,-	350,-	650,-
	Fachwirt für Energiewirtschaft	300,-	350,-	650,-
	Leasingfachwirt	300,-	350,-	650,-
	Diätkoch*	350,-	180,-	530,-
	Barmeister*	300,-	410,-	710,-
	Fachwirt im Gastgewerbe	300,-	350,-	650,-
	Wirtschaftsfachwirt	300,-	350,-	650,-
	Industriemeister Printmedien	300,-	410,-	710,-
	Medienfachwirt	300,-	410,-	710,-
	Logistikmeister	300,-	350,-	650,-
	Meister Bahnverkehr	300,-	350,-	650,-
	Meister für Veranstaltungstechnik	300,-	410,-	710,-

Industriemeister Papier- und Kunststoffverarbeitung Industriemeister Chemie Industriemeister Elektrotechnik Industriemeister Mechatronik Industriemeister Luftfahrttechnik Industriemeister Lebensmittel Industriemeister Metall Industriemeister Kunststoff und Kautschuk Industriemeister Holzverarbeitung Industriemeister	300-	350,-	65	60,-
Bilanzbuchhalter	330,-	330,-	66	60,-
Technischer Kaufmann	300,-	300,-	60	00,-
Fachwirt im E-Commerce	300,-	300,-	60	00,-

1.m	mehrgliedrige Fortbildungsprüfungen mit drei selbständigen Prüfungsteilen:	Gebüh- renhöhe Teil 1	Gebüh- renhöhe Teil 2	Gebüh- renhöhe Teil 3	Summe
	Gebührenrahmen	150,- bis 400,-	150,- bis 400,-	150,- bis 300,-	
	Handelsfachwirt	240,-	240,-	230,-	710,-
	Technischer Fachwirt	300,-	180,-	220,-	700,-
	IT-Berater / IT-Entwickler / IT-Projektleiter	340,-	220,-	220,-	780,-
	Aus- und Weiterbildungspädagoge / Berufspädagoge	240,-	240,-	290,-	770,-
	Küchenmeister / Restaurantmeister / Hotelmeister	300,-	310,-	150,-	760,-
	Technischer Betriebswirt	240,-	240,-	290,-	770,-
	Technischer Industriemanager	240,-	240,-	290,-	770,-
	Industrietechniker	240,-	240,-	290,-	770,-
	Betriebswirt	240,-	240,-	290,-	770,-

\*zuzüglich ggf. anfallender Materialgebühr (insb. Industriemeister, Fachmeister mit praktischer Prüfung)

Für Wiederholungsprüfungen sowie für Rücktritte nach Ladung zur Prüfung bzw. Teilprüfung fallen in der Regel 50% der Gebühr der Prüfung bzw. Teilprüfung an. Die Gebühren der Prüfungen bzw. Teilprüfungen können Sie unserer Webseite entnehmen.

### Versicherungsvermittler/-berater!

### Änderung der Verwaltungspraxis bei Delegation des Sachkundenachweises bei juristischen Personen ab 1. Januar 2021

Grundsätzlich setzt eine Erlaubnis als Versicherungsvermittler oder -berater die Sachkunde aller vertretungsberechtigten Personen einer juristischen Person voraus. Sofern einzelne oder alle Geschäftsführungs-/Vorstandsmitglieder nicht sachkundig sind, kann der Sachkundenachweis auch im Wege der Delegation auf vertretungsberechtigte angestellte Aufsichtspersonen gemäß § 34d Absatz 5 Satz 4 GewO erbracht werden.

Nicht sachkundige Geschäftsführer/Vorstände müssen in diesem Fall durch Gesellschaftsvertrag oder Gesellschafter- bzw. Aufsichtsratsbeschluss von der Versicherungsvermittlung/-beratung ausgeschlossen werden und dürfen keine entsprechenden Tätigkeiten für die Gesellschaft ausüben.

Seit 1. Januar 2021 ist Delegation innerhalb der Geschäftsführung bzw. des Vorstands nicht mehr möglich.

Die Änderung der bisherigen Verwaltungspraxis ist im Interesse eines bundesweit einheitlichen Vollzuges erforderlich.

#### **IHK-Ansprechpartner**

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

#### **Firmenindex**

I II III O II III U O A							
Firma	Seite		Seite	Firma	Seite	Firma	Seite
Allianz SE	7	Vertriebs- und Service-KG	10	Ketterer Kunst GmbH & Co. KG	12	Seidenader Maschinenbau GmbH	30
Bavariashop GmbH	50	Eva Kanzler – Modehaus Kanzler	8	Dr. von Haunersches Kinderspital	64	Sparkasse Ingolstadt Eichstätt	30
BayBG Bayerische		Fazua GmbH	42	Lebensversicherung		Stadtsparkasse München	7
Beteiligungsgesellschaft mbH	60	GoodIP GmbH	44	von 1871 a.G. München	8	Tadano Demag GmbH	46
Bayern Kapital GmbH	56, 60	Haniel-Gruppe	38	Ludwig Beck am Rathauseck – Textilha	aus	Tadano Faun GmbH	46
BayWa AG	18	happybrush GmbH	38	Feldermeier Aktiengesellschaft	8	Telsche Peters – ToscaBio TP	50
Bremicker Verkehrstechnik GmbH	36	Herzog & de Meuron Basel Ltd.	24	machineering GmbH & Co. KG	34	Texas Trading GmbH	34
Carola Hug	62	Hörl & Hartmann Ziegeltechnik		Meike Leopold Start Talking	54	UnternehmerTUM GmbH	42
Deutsche Gesellschaft für Internation	ale	GmbH & Co. KG	18	Messe München GmbH	32	wealthpilot GmbH	56
Zusammenarbeit (GIZ) GmbH	22	Hörmann Digital GmbH	42	Miomente GmbH	60	Zeeh Design GmbH	32
Duschl Ingenieure GmbH & Co. KG	10	Integrity Next GmbH	22	Munich Urban Colab GmbH	42		
Ebner Media Group GmbH & Co. KG	32	Kekst CNC Communications & Network		OmegaLambdaTec GmbH	36		
Edelweiß-Reisen Blumentritt GmbH	10	Consulting AG	46	Party Rent München Cudok & Viße Gm	nbH 32	Die Seitenangaben beziehen sich au	f den
Elektrizitätswerk Tegernsee		Kemapack GmbH	10	Ryte GmbH	56	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. Weitere Seminare unter: akademie.muenchen.ihk.de/aussenwirtschaft

### VERANSTALTUNGEN

Baltic Digital Summit (Hybridveranstaltung) | 7.10.2021 www.ihk-muenchen.de/balticforum

### SEMINARE ZOLL UND AUSSENHANDEL

Zoll für Customer Services und Vertrieb | 6.-7.10.2021 Live online

Grundlagen der EU- und US-Embargos - Sanktionen gegen Russland, Ukraine, Iran und andere | 7.-8.10.2021 Live online

Grundlehrgang für die betriebliche Zollpraxis 11., 13., 16. und 20.10.2021 Live online

Zollpotenziale erkennen und Zollkosten reduzieren 13.-14.10.2021 Live online

Zoll für Einsteiger: Grundlagen des Zollwesens | 19.10.2021

Richtige Anwendung der Incoterms® 2020 | 20.10.2021 Live online

Statistik des innergemeinschaftlichen Warenverkehrs (INTRASTAT) 22.10.2021 Live online

EZT-Online - richtig interpretieren | 25.-26.10.2021 Live online

Kompakt-Überblick über die US-Exportkontrolle | 27.10.2021 Live online

Basisseminar Warenursprung und Präferenzen mit Lieferantenerklärung | 2.11.2021

Zoll für Einsteiger | 4.-5.11.2021 Live online

Zoll kompakt | 10.-12.11.2021 Live online

Ausfuhrverfahren Grundlagen und Online-Abwicklung in ATLAS 10.11.2021 Live online

Umsatzsteuer - Behandlung des Waren- und Dienstleistungsverkehrs mit dem Ausland | 16.11.2021 Live online

Zoll in der Supply Chain - die Potenziale liegen in der Schnittstelle 18.-19.11.2021 Live online

Basisseminar Warenursprung und Präferenzen mit Lieferantenerklärung | 22.11.2021 Live online

Sanktionslisten-Compliance im Unternehmen | 23. und 25.11.2021 Live

Organisation & Umsetzung der EU-Exportkontrolle | 23.11.2021 Live online

Nationale und europäische Exportkontrolle - Seminar für Einsteiger 24.11.2021 Live online

Zollabwicklung mit der Schweiz | 25.-26.11.2021 Live online

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

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

### VERKAUFSFÖRDERUNG

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

### UNTERNEHMENSBERATUNG

**Biete Firmenkredit** Telefon 08141/888 24 13

### WERBEARTIKEL



### GROSSFORMAT- UND DIGITALDRUCK



### TFI FFONANI AGEN





Telefonsysteme Vertriebs GmbH Neue und gebrauchte TK-Anlagen KAUF - MIETE - EINRICHTUNG - SERVICE günstiger als Sie glauben www.knoetgen-tel.de / info@knoetgen-tel.de Raiffeisenallee 16, 82041 Oberhaching/München

OMNI - PCX Tel. 089/614501-0. Fax 089/614501-50 - Unser SERVICE beginnt mit der Beratung

### **IMMOBILIEN**

### ■ WEICHSELGARTNER

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

## Wirtschaft

Das IHK Magazin für München und Oberbayern

### HALLEN- UND GEWERBEBAU





### **IMPRESSUM**

Wirtschaft -

Das IHK-Magazin für München und Oberbayern 77. Jahrgang, 5. Oktober 2021

www.magazin.ihk-muenchen.de ISSN 1434-5072

Verleger und Herausgeber

Industrie- und Handelskammer für München und Oberbayern

80323 München Hausanschrift:

Max-Joseph-Straße 2 · 80333 München Telefon 089 5116-0, Fax 089 5116-1306

Internet: www.ihk-muenchen.de

E-Mail: info@muenchen.ihk.de Chefredakteurin: Nadja Matthes

**Redaktion:** Andrea Schneider-Leichsenring **Redaktionsassistenz:** Iris Oberholz

Redaktionelle Mitarbeiter:

Harriet Austen, Stefan Bottler, Uli Dönch, Eva Elisabeth Ernst, Mechthilde Gruber, Monika Hofmann, Cornelia Knust, Dr. Gabriele Lüke, Eva Müller-Tauber, Ulrich Pfaffenberger, Melanie Rübartsch, Josef Stelzer

Redaktion Berlin: Sabine Hölper

Gesamtherstellung/Anzeigen/Vertrieb: Münchener Zeitungs-Verlag GmbH & Co. KG Paul-Heyse-Str. 2–4, 80336 München

www.merkur-online.de

Anzeigenleitung (verantwortlich) & Vertriebsleitung:

MuP Verlag GmbH, Nymphenburger Str. 20 b 80335 München – Christoph Mattes, GF Tel. 089 139284220

E-Mail: christoph.mattes@mup-verlag.de Stellvertretende Anzeigenleiterin:

MuP Verlag GmbH, Nymphenburger Str. 20 b 80335 München – Regine Urban-Falkowski Tel. 089 139284231, E-Mail: wirtschaft@mup-verlag.de **Produktion:** adOne

Nymphenburger Str. 20 b, 80335 München Telefon 089 1392842-0, Fax 089 1392842-28

www.adone.de

Projektleitung: Philip Esser Grafik: Ulrich Wassmann

**Druck:** Firmengruppe APPL, Senefelderstraße 3–11, 86650 Wemding

86650 Wemding
Titelbild: Marice Tricatelle/Adobe Stock
Schlussredaktion: Lektorat Süd,
Hohenlindener Straße 1, 81677 München
www.lektorat-sued.de

Nachdruck mit Quellenangaben sowie fototechnische Vervielfältigung für den innerbetrieblichen Bedarf gestattet. Belegexemplare bei Nachdruck erbeten. Die signierten Beiträge bringen die Meinung des Verfassers, jedoch nicht unbedindt 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





UNTERSCHLEISSHEIM – STABIL VERMIETETES BÜROHAUS Ca. 3.126 m<sup>2</sup> vermietb. Fläche, ca. 1.880 m<sup>2</sup> Grund, Bj. 1992



NEUHAUSEN – MEHRFAMILIENHAUS MIT CHARME Ca. 1.477 m² vermietb. Wfl., ca. 1.200 m² Grund, Baujahr 1900



HADERN – GRUNDSTÜCK MIT BAUGENEHMIGUNG Ca. 531 m<sup>2</sup> erstellbare Wohnfläche, ca. 721 m<sup>2</sup> Grund

## INVESTMENTS FÜR PROFESSIONELLE UND PRIVATE INVESTOREN

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

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

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

Rufen Sie uns an – wir nehmen uns Zeit für Sie! Tel. (089) 17 87 87 - 0



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

DER STANDORT

**Business Campus** 

