

wirtschaft

12/2021

www.magazin.ihk-muenchen.de

Nachfolge angehen

**Corona-Effekte – was Seniorchefs
und Nachfolger wissen sollten**

Exportpreis Bayern

Auszeichnung für Firmen mit kreativen
Strategien im Auslandsgeschäft

Sustainable Finance

Nachhaltigkeitsbericht – wie gehen
Unternehmen am besten vor?

Steuern

Aktuelle Tipps zum
Jahreswechsel

Wissen Sie, wo ein Jungbrunnen für Ihre Mitarbeiter sprudelt?

Hier:



Die Betriebliche Gesundheitsförderung
der Krankenkassen in Bayern auf einen
Klick. Weil Firmen, die sich um ihre
Mitarbeitenden kümmern, attraktiver
sind als andere – so einfach ist das.



Herausforderung Lieferkette

Steht der Weihnachtsmann über den irdischen Dingen? Natürlich, doch in diesem Jahr könnte es sein, dass weder er noch das Christkind alle Kinderwünsche erfüllen werden. Grund sind die globalen Lieferketten, die derzeit über alle Branchen hinweg auf wackligen Beinen stehen. Wir erleben eine Mangelwirtschaft, wie wir sie lange nicht gesehen haben, die Jüngeren unter uns vielleicht noch nie. Chips für Smartphones, Spielekonsolen und die Fensterheber im Auto fehlen genauso wie Pappkartons, in denen das alles verpackt werden muss. Essenzielle Betriebsmittel wie Dünger für die Lebensmittelproduktion werden zu Rekordpreisen angeboten. Die Fahrpläne der Containerschiffe, die den Großteil aller Waren durch die Welt rangieren, sind aus dem Ruder gelaufen – besonders dramatisch ist das für den Transport verderblicher Waren.

Die Gefahr, dass wir hierzulande kurz vor dem Weihnachtsfest vor leeren Supermarktregalen stehen – wie es in Großbritannien zuletzt der Fall war – ist zwar gering. Ist damit zu rechnen, dass die Verbraucher bald deutlich stärker zur Kasse gebeten werden? Nicht unbedingt, denn Konzerne oder Groß- und Einzelhandelsketten geben Preisspitzen selten sofort an ihre Kunden weiter. Sie können ihre Margen für eine bestimmte Zeit senken – vor allem aber liegen die eigentlichen Risiken oft bei jenen, die auf den hinteren Rängen der Lieferkette stehen. Kleine und mittlere Unternehmen, die KMU, gehen häufig in Vorleistung. Steckt die Ware auf einem Schiff fest, das seine Ladung nicht löschen kann, herrscht Ebbe in der Kasse. Kommt die Lieferung verdorben an, könnten die Unternehmen sogar ganz leer ausgehen. Transportversicherungen, die gegen diese Risiken absichern, sind leider immer schwerer zu bekommen.

Viele kleine und mittlere Unternehmen reiben sich in dieser Lage auf, es stehen Existenzen auf dem Spiel! Das Gebot der Stunde lautet, dass sich die Goliaths mit den Davids solidarisieren: Zumindest für die Dauer der Krise sollten Großunternehmen sich in Kulanz üben – nicht nur ihren Kunden, sondern auch ihren Lieferanten gegenüber – und vor allem schnell und zuverlässig zahlen.

Es ist im Interesse aller – und dem der allgemeinen Versorgungssicherheit: Die KMU stellen einen unverzichtbaren Teil der logistischen Kette dar. Ohne sie ist das komplexe globale Produktions- und Liefersystem nicht aufrechtzuerhalten. Und womöglich wäre dieses Entgegenkommen auch eine vertrauensbildende Übung: für die Herausforderungen, die mit den Lieferkettensorgfaltspflichten bald auf uns alle zukommen.

Ihr Klaus Josef Lutz



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

TITELTHEMA

NACHFOLGE

Von Umsatz bis Marktentwicklung – die Coronakrise wirkt sich aufs Geschäft aus und damit auch auf die Nachfolgersuche. Worauf sollten Seniorunternehmer achten? Und wie gehen Nachfolger am besten vor?



UNTERNEHMEN + MÄRKTE

TRACHTENHAUS

Johannes Reiter verkauft in seinem Bayrischen Trachtenhaus nicht nur sorgfältig ausgesuchte Dirndl, Lederhosen und Janker. Das 145 Jahre alte Unternehmen produziert auch immer noch selbst.



BETRIEB + PRAXIS

KAUFRECHT

Ab 2022 gelten umfangreiche neue Gewährleistungsregeln beim Verkauf an Konsumenten. Händler sollten sich gut auf die Änderungen vorbereiten.



NAMEN + NACHRICHTEN

6 KREDITE

Unternehmen noch zurückhaltend

UNTERNEHMERPROFIL

14 CHRISTIAN TRÖGER

Der Ex-Schwimmprofi nutzt seine Erfahrungen aus dem Leistungssport als Coach und Unternehmensberater

TITELTHEMA

16 UNTERNEHMENSNACHFOLGE

Corona-Effekte – wie die Pandemie die Übergabe von Firmen beeinflusst

20 SEARCH FUNDS

Mit Investoren im Rücken professionell nach einem übergabereifen Betrieb suchen

STANDORTPOLITIK

22 SPENDEN

Weihnachten ist Spendenzeit: wie sich Unternehmen sinnvoll engagieren

26 MITARBEITER

ValiKom zertifiziert Kompetenzen, davon profitieren Arbeitgeber und Beschäftigte

28 SUSTAINABLE FINANCE

Nachhaltigkeitsberichterstattung – wie können kleine und mittlere Betriebe dabei vorgehen?

30 NACHHALTIGKEIT

Mithilfe der UN-Nachhaltigkeitsziele treiben Firmen Innovationen voran

32 AUS DER REGION

Warum Unternehmen auf einen schnellen Ausbau der B 16 drängen

UNTERNEHMEN + MÄRKTE

34 BAYRISCHES TRACHTENHAUS

Die Traditionsfirma setzt auf hochwertige Tracht – die Umsatzeinbrüche in der Coronakrise fängt ein neuer Onlineshop teilweise auf

37 MEDIEN

Eine neue Studie untersucht, wie innovativ der Medienstandort Bayern ist

38 EXPORTPREIS BAYERN

Auszeichnung für kleine Betriebe mit kreativen Strategien im Auslandsgeschäft – die zwei Gewinner aus Oberbayern

- 41 WIRTSCHAFTSGESCHICHTE
Einmalige Kulturgüter jetzt online im Webportal
»bavarikon«
- 42 SPENDIERMASS
Goldschmied Anton Kölbl über seine Hilfsaktion
zugunsten existenzbedrohter Schausteller

BETRIEB + PRAXIS

- 44 KAUFRECHT
Neue Regeln für Kaufverträge bringen
gravierende Neuerungen
- 48 PRÄMIENPROGRAMME
Mitarbeiter werben Mitarbeiter: worauf es bei
Empfehlungsprogrammen ankommt
- 50 UMWELTSCHUTZ
Wie das Umweltschutzmanagementsystem EMAS
funktioniert und wie Unternehmen profitieren
- 53 IHK AKTUELL
Umfrage zu Flutrisiken
- 54 STEUERN
Tipps zum Jahreswechsel – wichtige
Steueränderungen im Überblick

RUBRIKEN

- 3 EDITORIAL
- 8 FIRMENJUBILÄEN
- 12 EMAS
- 64 VERÖFFENTLICHUNGEN + BEKANNTMACHUNGEN
– Änderung des Gebührentarifs der IHK
(Anlage zur Gebührenordnung)
- EHRUNGEN/FIRMENINDEX
- 65 TERMINE
- 66 KARIKATUR/IMPRESSUM



fb.com/ihk.muenchen.oberbayern

@IHK_MUC

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 Produktions- und Materialflüsse. Wir unterstützen Sie dabei mit innovativen Lösungen und einer bewährten Vorgehensweise.

- Standort- und Fabrikplanung
- Architektur und gewerkeübergreifende Gebäudeplanung
- Projektsteuerung und Bauausführung

Hinterschwepfinger.de



Hinterschwepfinger

Investitionen

Zurückhaltende Kreditaufnahme

Die deutschen Unternehmen und Selbstständigen haben im zweiten Quartal 2021 weniger Kredite aufgenommen. Nach KfW-Berechnungen ging das Kreditneugeschäft der Banken und Sparkassen mit gewerblichen Kunden, verglichen mit dem Vorjahr, um 12,7 Prozent zurück. Ein stärkeres Minus hatte es zuletzt während der globalen Finanzkrise gegeben. Im 1. Halbjahr 2020 hatten viele Firmen mit Krediten ihre Liquidität gesichert. Offenbar bauten sie nun ihre »Vorsichtskasse« mit Blick auf die wirtschaftliche Erholung ab. Auch die staatlichen Überbrückungshilfen wirkten: Sie betrugen im zweiten Quartal 2021 rund 15 Milliarden Euro. Diese Maßnahmen werden nun zurückgefahren angesichts der konjunkturellen Erholung. Für Anfang 2022 erwartet KfW Research wieder mehr Kreditnachfrage. www.kfw.de



Foto: David/Adobe Stock

Kredite – dieses Jahr sind Firmen noch zurückhaltend

Verwaltung

Digitalisierung fördern

Die Stadt München hat das Siegel »Digitales Amt« erhalten. Als solches zeichnet das Bayerische Digitalministerium Kommunen aus, die mindestens 50 kommunale und zentrale Onlineverfahren im »BayernPortal« verlinkt haben. Das soll interne Prozesse beschleunigen sowie Onlinedienstleistungen für Bürger und Wirtschaft erleichtern.

Für die Verwaltungsdigitalisierung stellt der Freistaat im Förderprogramm »Digitales Rathaus« rund 42 Millionen Euro bereit. In Oberbayern führen diese Auszeichnung bereits der Landkreis Ebersberg, die Stadt Ingolstadt, die Stadt Rosenheim, Landkreis sowie Stadt Starnberg und die Gemeinden Egling an der Paar, Seefeld, Surberg und Valley.

www.stmd.bayern.de/themen/digitale-verwaltung/digitales-amt

KURZ & KNAPP

Förderung

Nachhaltige Verkehrsentwicklung

Ein effizientes und vernetztes multimodales Verkehrssystem sowohl für den Personen- als auch für den Güterverkehr – dafür stellt die EU-Kommission Fördergelder bereit: 5,2 Milliarden Euro für Infrastrukturprojekte zur Verbesserung der transeuropäischen Verkehrsnetze (TEN-V) wie verkehrsträgerübergreifende Logistikplattformen und neue Umschlagterminals. Weitere 1,6 Milliarden Euro sind vorgesehen für Firmen, die an Schnellladebeziehungsweise Tank-Stationen für alternative Kraftstoffe arbeiten. Unternehmen können sich noch bis 19. Januar 2022 für die Förderung bewerben. Infos unter: www.ihk-muenchen.de/innovation/foerderprogramme

Biotech-/Pharmabranche

Erfolgreiches Cluster

2020 waren in der Europäischen Metropolregion München 33400 Menschen in 373 Biotech- und Pharmaunternehmen beschäftigt. Damit stellt die Region 21 Prozent der in Deutschland ansässigen Unternehmen dieser Branche. Ein Viertel der klinischen Studien wird hier erstellt, hat eine Untersuchung des Städtischen Referats für Arbeit und Wirtschaft und der Biotech-Cluster Managementorganisation BioM ergeben. www.muenchen.de – Suchbegriff »Branchenstudie«

Frauenanteil

Mehr Vorständinnen

Erstmals gibt es vier deutsche Börsenunternehmen mit jeweils drei Frauen im Vorstand: Airbus, Allianz, Daimler (neu seit diesem Monat) und Deutsche Telekom. 68 der 79 Börsenunternehmen mit Frauen haben allerdings jeweils nur eine Frau im Vorstandsteam. Der Frauenanteil in den 160 deutschen Börsenvorständen lag am 1. September 2021 bei 13,4 Prozent. Im internationalen Vergleich liegt Deutschland allerdings weit zurück: Etwa die Hälfte aller Börsenunternehmen (81) hat nach wie vor keine Frau auf der obersten Managementebene. www.allbright-stiftung.de

Allianz Leben

Vorstandsspitze neu besetzt

Katja de la Viña (42), seit April 2019 Finanzvorstand der Allianz Deutschland AG, wird zum 1. Januar 2022 Vorstandsvorsitzende von Allianz Leben. Die Diplombetriebswirtin, Steuerberaterin und Wirtschaftsprüferin hatte bei den Wirtschaftsprüfungsgesellschaften KPMG und PricewaterhouseCoopers AG gearbeitet, ehe sie 2016 zur Allianz ging. www.allianz.com



BayernLB

Wechsel des Bereichsleiters

Zu Jahresbeginn 2022 übernimmt **Jan-Peter Müller** (37) die Bereichsleitung Energie & Mobilität im Geschäftsfeld Corporates & Markets der BayernLB. Er kommt von der Commerz Real AG und folgt auf Christoph Fischer, der die BayernLB verlässt. www.bayernlb.de



AUDI AG

Neue Leiterin Marketing

Für das Marketing der AUDI AG in Deutschland ist ab Januar 2022 **Linda Kurz** (34) verantwortlich. Sie berichtet an Philipp Noack, Leiter Vertrieb Deutschland. Kurz begann 2011 im Audi-Produktmarketing und übernimmt nach mehreren internen Stationen nun die Funktion von Hubert Link, der intern wechselt. www.audi.com



Fotos: Allianz Leben, Commerz Real, Audi AG



Foto: IHK

Die neu bestellten und vereidigten Sachverständigen vor der IHK – Martin Goelz, Michael Reichmann, Hubert Rau, Karin Wildner, Stefanie Meier-Kreiskott, Stefan Brenske (v.l.)

Vereidigung

Neuer Sachverstand für die Wirtschaft

Der oberbayerischen Wirtschaft stehen ab sofort sechs neue öffentlich bestellte und vereidigte Sachverständige zur Verfügung. Die Sachgebiete umfassen unter anderem »Bewertung von bebauten und unbebauten Grundstücken«, »Trinkwasserhygiene«, »Ikonen«, »Deutsche Möbel bis 1850« sowie »Ingenieurvermessung und Ermittlung von Wohn- und Nutzflächen«.

Alle Sachverständigen haben vor der Vereidigung nicht nur die persönliche Eignung, sondern vor allem auch die besondere Sachkunde nachgewiesen. Hierfür müssen sie einem Fachgremium Rede und Antwort stehen. Die Industrie- und Handelskammer für München und Oberbayern betreut derzeit 728 öffentlich bestellte und vereidigte Sachverständige.

Alle von den Industrie- und Handelskammern in Bayern öffentlich bestellten und vereidigten Sachverständigen sind in einer bundesweiten Datenbank im Internet veröffentlicht unter:

www.svv.ihk.de

Die Datenbank wird laufend aktualisiert und gepflegt.

Weitere Informationen zum Sachverständigenwesen gibt es online: www.ihk-muenchen.de – unter »Ratgeber« – Sachverständige

14,2 Millionen

Übernachtungen in bayerischen Hotels gab es im Sommerhalbjahr 2020 (Mai bis Oktober) – ein Minus von fast 44 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum.

Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik

Firmenjubiläen

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



Foto: Fotolia©Prostock-studio

Foto: Modehaus Ganzbeck



Manuela und Andreas Ganzbeck (r.), Geschäftsführer und Mitglied des Regionalausschusses Altötting-Mühldorf, mit Herbert Prost, IHK-Geschäftsstellenleiter in Mühldorf

240 Jahre

Modehaus Ganzbeck GmbH & Co. KG
Neuötting

Das Modehaus Ganzbeck zählt zu den ältesten und traditionsreichsten Modehäusern in ganz Deutschland. Es wurde 1780 von Jakobus Kirnberger als Fragnerei, eine Art Gemischtwarenladen, gegründet. Nebenbei betrieb Kirnberger noch einen Pferdehandel und schenkte im Nachbarhaus Bier und Wein aus. 1924 übernahm August Ganzbeck das Unternehmen. Bereits nach wenigen Jahren verdoppelte sich die Verkaufsfläche, neue Geschäfte kamen hinzu. Der bisher größte Umbau in der Firmengeschichte erfolgte 2006. Bei diesem Großprojekt gelang es, alle Häuser barrierefrei zu verbinden. Heute führt Andreas Ganzbeck das Modehaus.

180 Jahre

F. Radspieler GmbH & Co. KG
München

Josef Radspieler eröffnete 1841 in München eine Vergolderwerkstatt. Bald nach der Gründung zog das Unternehmen ins ehemalige Palais des Grafen Rechberg in die Hackenstraße, wo das Geschäft bis heute ist. Einen Teil der Einkünfte erzielte Radspieler durch die Fertigung von Rahmen und Spiegeln. Auftraggeber waren neben Privatleuten die Kirche und der königliche Hof. Für König Ludwig II. wirkte die Firma am berühmten Wintergarten über dem Hofgartentrakt der Residenz mit, sie fertigte den Thronsessel und richtete das königliche Apartment in der Residenz ein. Geschäftsführer ist aktuell Peter von Seidlein.

Foto: IHK



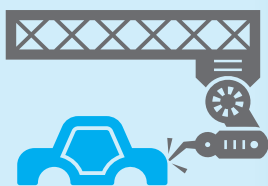
Geschäftsführer
Peter von Seidlein (r.) mit
IHK-Hauptgeschäftsführer
Manfred Gößl

**Ansprechpartnerin für
IHK-Ehrenurkunden**
Monika Parzer
Tel. 089 5116-1357
monika.parzer@
muenchen.ihk.de
[www.ihk-muenchen.de/
firmenjubilaeum](http://www.ihk-muenchen.de/firmenjubilaeum)

Join the future mobility community in the future-oriented center of auto industry, Gyeonggi.

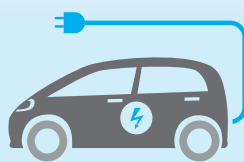
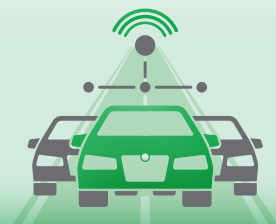
Proudly home to factories and R&D centers

of world No.5
automaker, Korea's No. 3 automaker
and global 7th
biggest part
manufacturer



World's first autonomous driving infrastructure

in Korean
major road network from 2024



Cars become electronic devices
in the future. Gyeonggi is home to
**world's second and third
largest semiconductor
manufacturer.**



Find a testbed to realize your future automotive ideas in Gyeonggi.

200 H2 stations

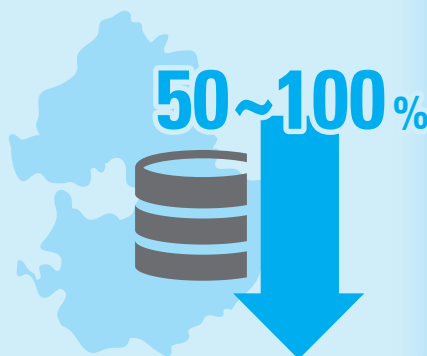
throughout
Gyeonggi by 2030



19 metropolitan universities and
colleges to nurture talents
**specialized in
auto-engineering**

50-100% local tax discount and customs & duty exemption

for investors in
Gyeonggi industrial complexes



More than **100 global
auto companies** have
already established business
in Gyeonggi. **Be the next!**

75 Jahre

KIEFEL GmbH

Freilassing

Ingenieur Paul Kiefel stellte mit seinem Betrieb in den ersten Jahren unter anderem Traktoren für die Bauern der Umgebung her. Später verlegte sich das Unternehmen auf den Maschinenbau und spezialisierte sich auf die Herstellung von Verarbeitungsmaschinen für Kunststofffolien. Die KIEFEL GmbH gehört heute zur Brückner-Gruppe in Siegsdorf und zählt zu den Weltmarktführern bei Maschinen und Werkzeugen für die Verarbeitung von Kunststoffen. Das Unternehmen wird von den Geschäftsführern Thomas J. Halletz, Stefan Moll und Richard Schmidhofer geleitet.

Foto: IHK



Geschäftsführer Thomas Halletz mit Irene Wagner, Vorsitzende des IHK-Regionalausschusses Berchtesgadener Land

75 Jahre

Miraphone eG

Waldkraiburg

1946 schlossen sich 13 Musikinstrumentenbauer zusammen, um die Waldkraiburger Produktivgenossenschaft der Graslitzer Musikinstrumentenerzeuger eGmbH zu gründen. Anfangs reparierten sie Metallblasinstrumente, doch schon 1947 fertigten sie auch neue Instrumente. Die Produktion der ersten Blechblasinstrumente startete in einer ehemaligen Munitionsfabrik. Hauptabnehmer waren Militärkapellen. Das Unternehmen ist derzeit die einzige Produktionsgenossenschaft in Bayern und gehört zu den größten Instrumentenherstellern weltweit.

Foto: Miraphone



Die Vorstände Josef Lindlmair (Mitte) und Christian Niedermaier (r.) mit Herbert Prost, IHK-Geschäftsstellenleiter in Mühldorf

Foto: IHK



Sigrid und Josef Anders (Geschäftsführung) mit Jens Wucherpfennig, IHK-Geschäftsstellenleiter Rosenheim (v.l.)

50 Jahre

Bäckerei Anders GmbH

Bruckmühl

1971 übernahm das Ehepaar Franz und Elisabeth Anders eine Bäckerei mit kleinem Lebensmittelgeschäft, das Geschäft bauten sie zügig aus. Sechs Jahre später eröffneten sie bereits die erste Filiale. 1991 begann der Neubau der Bäckerei Anders am heutigen Standort im Gewerbegebiet Bruckmühl. Aktuell beschäftigt die Bäckerei, die von Josef Anders geleitet wird, 100 Mitarbeiter und betreibt zehn Filialen.

45 Jahre

Dr. Sasse AG

München

Zum Studieren von Berlin nach München gekommen, gründete Eberhard Sasse 1976 in der bayerischen Landeshauptstadt ein Einmann-Reinigungsunternehmen. Das erste Team fiel, kostenbedingt, klein aus. Der erste Auftraggeber war eine Münchner Bank. Heute ist das Familienunternehmen ein erfolgreicher Komplettanbieter im Facility Management in Europa und im Nahen Osten mit 5700 Mitarbeitern. Eberhard Sasse will zum Jahreswechsel in den Aufsichtsrat wechseln, die beiden Töchter Laura und Clara Sasse rücken in den Vorstand auf. Mit ihrer Mutter Christine Sasse und Katja Böhmer werden sie das Unternehmen führen.

Foto: IHK



IHK-Hauptgeschäftsführer Manfred Göbl mit Christine Sasse, Laura Sasse, IHK-Ehrenpräsident Eberhard Sasse, Clara Sasse und IHK-Präsident Klaus Lutz (v.l.)

Gerade wenn alles gegen Wachstum spricht, spricht alles für ein Gespräch mit uns.



Trust in Transformation: Vertrauen Sie auf einen Partner, der umsetzungsorientierte Services und Technologien für Mittelständler entwickelt hat und Sie dabei unterstützen kann, auch in Krisenzeiten weiter zu wachsen: www.pwc.de/transformation



EMAS-Neueintragungen

EMAS ist das von der Europäischen Kommission entwickelte Premium-Umweltmanagementsystem. EMAS-geprüfte Unternehmen setzen sich für den Umweltschutz ein, indem sie Ressourcen einsparen und Verantwortung übernehmen.

Neu registrierte Unternehmen

Advicon AG

Wirtschaftsprüfungs- und Steuerberatungsgesellschaft, 20 Mitarbeiter



Foto: Advicon

Marina Scheile (Sustainability Manager), Dirk Specht (Vorstand), Susanne Kneißl-Heinevetter (IHK-Referentin Umweltmanagementsysteme, CSR) (v.l.)

Edith-Haberland-Wagner-Stiftung

Stiftung, 45 Mitarbeiter



Foto: Edith-Haberland-Wagner-Stiftung/Sam Palandech

Martin Liebhäuser (Vorstand), Catherine Demeter (Vorstand) mit IHK-Hauptgeschäftsführer Manfred Gößl (r.)

Was ist EMAS?

EMAS (Eco-Management and Audit Scheme) unterstützt Unternehmen und Organisationen bei der Bewertung, Berichterstattung und Verbesserung ihrer Umweltleistung. Gerade in der Aufarbeitung der eigenen Umweltauswirkungen liegen große Chancen für den betrieblichen Umweltschutz. EMAS bietet den teilnehmenden Unternehmen viele Vorteile: Die Teilnahme ist freiwillig und eigenverantwortlich. Die betrieblichen Umweltschutzmaßnahmen sparen intelligent Ressourcen und Kosten ein, schaffen ein Bewusstsein für nachhaltiges Arbeiten und verbessern die Innovationsfähigkeit. Der EMAS-Prozess ist langfristig angelegt: Erster Schritt ist die Neueintragung ins EMAS-Register. In den darauffolgenden Jahren weisen EMAS-registrierte Unternehmen der

zuständigen Registerstelle jährlich ihre umweltrelevanten Tätigkeiten sowie Daten zur Umwelt nach. Ziel ist die kontinuierliche Verbesserung der Umweltleistung.

Registerstelle für alle oberbayerischen Organisationen ist die IHK für München und Oberbayern.

Nähere Informationen zu EMAS gibt es unter:

www.ihk-muenchen.de/umwelt/umweltmanagement-emas

IHK-Ansprechpartnerin zu EMAS

Susanne Kneißl-Heinevetter

Tel. 089 5116-1467

susanne.kneissl@muenchen.ihk.de

Käserebellen GmbH
Milchverarbeitung, 49 Mitarbeiter

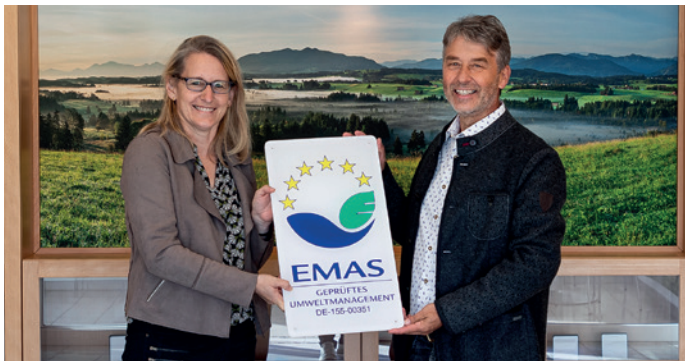


Foto: Käserebellen

Josef Osl (Leiter Qualitätsmanagement) und Susanne Kneißl-Heinevetter (IHK-Referentin Umweltmanagementsysteme, CSR)

Schönegger Käse-Alm GmbH
Milchverarbeitung, 141 Mitarbeiter



Foto: Schönegger Käse-Alm

Sepp Krönauer (Geschäftsführer) und Susanne Kneißl-Heinevetter (IHK-Referentin Umweltmanagementsysteme, CSR)

EMAS-Jubiläen im Jahr 2021

Unternehmen, die seit 25 oder mehr Jahren registriert sind:

Seit 1995

HiPP-Werk Georg Hipp, Pfaffenhofen

Seit 1996

ZF Airbag Germany GmbH, Aschau a. Inn

BAUER Gruppe (BAUER AG, BAUER Maschinen GmbH,

BAUER SPEZIALTIEFBAU GmbH), Schrobenhausen

DR. JOHANNES HEIDENHAIN GmbH, Traunreut

MAN Truck & Bus SE, München

Privatbrauerei M.C. Wieninger, Teisendorf

Hawle Armaturen GmbH, Freilassing

Texas Instruments Deutschland GmbH, Freising

Schreiner Group GmbH & Co. KG, Oberschleißheim

SALUS-Haus Dr. med. Otto Greither, Bruckmühl

Roche Diagnostics GmbH, Penzberg

ANZEIGE

 diemietwaesche.de

Mit unseren Services und dem Klimaschutzbeitrag wählen Sie die nachhaltigste Lösung, Ihr Team mit Berufskleidung auszustatten.

NACHHALTIG
VERANTWORTUNG
TRAGEN

jetztneutalmieten.de

»Stillstand war nie eine Option«,
sagt Unternehmer Christian Tröger

Immer einen **Tick** *besser*

Olympia-Medaillengewinner und Marketingstrategie Christian Tröger nutzt seine Erfahrungen als Schwimmprofi und berät Firmen in Fragen der Kommunikation und strategischen Markenführung.

HARRIET AUSTEN

Mit Schwimmen wird man nicht reich.« Dieser Satz seiner Eltern hat sich Christian Tröger tief eingeprägt. Schon früh war ihm klar, dass er »eine Karriere nach der Karriere« braucht und zweigleisig fahren muss. So lernte er, hartes Training, Wettkämpfe, Schule und Studium miteinander zu vereinbaren. »Da war keine Zeit zum Sandeln, wie man auf gut Bairisch sagt«, meint der 52-Jährige lachend.

Mit Ehrgeiz, Disziplin, Durchhaltevermögen und hoher Motivation war Tröger überaus erfolgreich: Er wurde Deutscher Meister, Europameister, Weltmeister und holte drei Bronzemedailles bei Olympischen Spielen. »Ein Fulltime-Job«, sagt er rückblickend. Er legte damit auch den Grundstein für seine zweite Karriere als Coach und Unternehmensberater für Marketing- und Kommunikationsstrategien. »Ich begleite Themen, die mir am Herzen liegen und alle meine Welten vereinen«, so Tröger.

Mit dem Schwimmsport ist er quasi aufgewachsen, seine Eltern waren ebenfalls Leistungssportler in dieser Disziplin. Der junge Mann verzichtete von Anfang an auf vieles und trainierte besonders konsequent. Dabei hatte er immer die Vision vor Augen, Erster zu werden, an dieses Ziel zu glauben und nie aufzugeben. Diese Leidenschaft, aber auch sein Talent und der stetige Erfolg im Spitzensport hätten ihn angetrieben, sagt Tröger, und entscheidend dazu beigetragen, dass er ein großes Pensum schaffte und quasi nebenbei BWL studieren konnte.

Auch nach dem Ende seiner Schwimmkarriere »prägten und bereicherten mich die Themen Sport und Olympia«, erklärt Tröger, der zunächst das Formel-1-Engagement bei einer Telekommunikationsfirma mitprägte und als Co-Kommentator für die ARD tätig war. Dann kam eine Anfrage des Nationalen Olympischen Komitees, ob er

die Olympiabewerbung Deutschlands für die Spiele 2012 begleiten wolle. »Ein faszinierendes Projekt und genau mein Metier«, erinnert sich der Spitzensportler. Er nahm die Herausforderung sofort an und gründete 2001 die Unternehmensberatung Tröger Marketingstrategie.

Sport, Medien und Wirtschaft

Mit Weitsicht und Geschick baute Tröger sein Netzwerk aus und definierte »das Gerüst, wie ich mich künftig aufstellen wollte«. Er nennt es das Dreigestirn aus Sport, Medien und Wirtschaft. Der Kontakt zu federführenden Personen und der tiefe Einblick in die Verzahnung der drei Bereiche ermutigten ihn zur Promotion mit dem Thema »Olympia – im Spannungsfeld zwischen Mythos und Marke«. Darauf ist er ein wenig stolz, »das hat nicht jeder«. Tröger sieht seine Position gefestigt: »Ich habe Kontakte, die andere nicht haben, kann Verbindungen herstellen und Brücken bauen, die andere nicht sehen, um Mehrwert für meine Kunden zu generieren.« Unterschiedliche Menschen miteinander zu vernetzen, ist auch das Ziel seines Olympia-Stammtisches auf der Wiesn. Der ehemalige Vizepräsident der Deutschen Olympischen Gesellschaft lädt hierzu regelmäßig 50 bis 60 Sportler, Medienvertreter und Politiker zum ungezwungenen Austausch ein – »wunderbare Netzwerkpflege«, wie Tröger das nennt – jetzt hofft er nach zweijähriger Pause wegen der Coronapandemie aufs nächste Jahr. Wie im Sport will Tröger sich auch beruflich weiterentwickeln: »Stillstand war nie eine Option.« Durch sein Olympia-Engagement gewann er weitere Kunden wie die BayWa AG, der Tröger beispielsweise ein Engagement beim FC Bayern vermittelte. Ein Gedanke bewegt ihn und seinen ehemaligen Olympiateam-Kollegen

Konstantin Dubrovin außerdem: »Was können wir dem Sport zurückgeben?« Der klassische Trainerjob kam für beide nicht infrage. Also gründeten sie 2002 gemeinsam die Schwimmschule Aquatics in Sauerlach, um die Faszination des Schwimmens an den Nachwuchs weiterzugeben. Bald kamen auch Kurse für Erwachsene und für Triathleten hinzu. »Wir hatten bereits vor Corona volle Auslastung und könnten jetzt unsere Kurse mehrfach besetzen«, freut sich Tröger.

Wegen begrenzter Wasserflächen und fehlender Trainer kann er die extrem hohe Nachfrage, die durch den Lockdown entstanden ist, allerdings nicht vollständig bedienen. »Viele Kinder werden jetzt gar nicht oder erst später schwimmen lernen«, bedauert er und fordert von den Kommunen den Ausbau und die Sanierung von (Schul-)Schwimmbädern sowie die Bereitstellung von mehr Wasserfläche. Schließlich leisteten er und sein Partner einen wichtigen gesamtgesellschaftlichen Beitrag. Tröger: »Wir sorgen dafür, dass Kinder nicht ertrinken.« ■

Zur Person

Christian Tröger, Jahrgang 1969, war zweimal Weltmeister und gewann dreimal Bronze bei Olympischen Spielen. Sein Studium der Betriebswirtschaftslehre ergänzte er mit einer Promotion. Nach seiner Karriere im Spitzensport ist er mit Tröger Marketingstrategie als Coach und Unternehmensberater selbstständig und verbindet dabei die Themen Sport, Wirtschaft und Medien. 2002 gründete er mit einem Kollegen die Schwimmschule Aquatics in Sauerlach bei München. 2004 bis 2018 war Tröger außerdem Vizepräsident der Deutschen Olympischen Gesellschaft. Christian Tröger ist verheiratet und hat zwei Kinder.
www.troeger-strategie.de

Corona-Effekte bei der Nachfolge

Die Pandemie beeinflusst den Generationswechsel in vielen Firmen.
Plötzlich müssen neue Aspekte mitberücksichtigt werden.
Was Seniorunternehmer und Nachfolger wissen sollten.

— EVA ELISABETH ERNST —

Binnen neun Monaten vom ersten Kontakt zum Unternehmen bis zum unterzeichneten Kaufvertrag: Der Generationswechsel bei der Traut Bürokommunikation GmbH & Co. KG ging ausgesprochen zügig über die Bühne. Dass der rasante Management-Buy-in im Coronajahr 2020 erfolgte, macht ihn umso bemerkenswerter.

Schließlich haben nicht nur Kontaktbeschränkungen lange den persönlichen Austausch und die sonst üblichen Betriebsbesichtigungen erschwert. Durch die Pandemie sind auch vormals solide Geschäftsmodelle ins Wanken geraten, während es in manchen Branchen zu unerwarteten Umsatzsteigerungen kam. Das machte – und macht – die Beurteilung der geschäftlichen Gesamtsituation und die Einschätzung von Zukunftsperspektiven wesentlich komplexer als vor der Pandemie.

Die Auswirkungen zeigen sich deutlich in der Statistik: Bei den 79 Industrie- und Handelskammern in Deutschland gab es wegen Corona weniger Beratungen zur Nachfolge. Bei der Befragung für den DIHK-Report »Unternehmensnachfolge« im Oktober 2020 erklärten 71 Prozent der IHKs, dass die Zahl der Beratungen zu diesem Thema seit März 2020 gesunken oder

sogar stark gesunken sei. Jede zweite IHK rechnet mit einem Rückgang der Unternehmensnachfolgen in ihrer Region.

Transaktionen rund um familienfremde Nachfolgelösungen kamen durch Corona sogar nahezu zum Erliegen. »Insbesondere die Lockdowns führten in diesem Bereich zu einer kleinen Schockstarre«, berichtet Justus Schmidtke (45), der als Senior Investment Manager bei der BayBG Bayerische Beteiligungsgesellschaft mbH in den Übernahmeprozess bei Traut Bürokommunikation involviert war. »Viele Seniorunternehmer stellten das Thema Nachfolge zurück und beschäftigten sich vorrangig mit der Sicherung ihrer Liquidität und den erforderlichen Anpassungen ihres Geschäftsmodells.«

Diese Schockstarre hat sich mittlerweile gelöst. Seit April 2021 steige der Dealflow wieder, sagt Schmidtke: »Momentan erhalten wir sogar etwas mehr Anfragen als vor Corona. Für Kaufinteressenten ist die Lage derzeit günstig, weil die Rahmenbedingungen zur Finanzierung von Unternehmenskäufen stimmen.« Dennoch sollten sich Interessenten frühzeitig über die Finanzierung des Kaufpreises Gedanken machen und dabei auch Co-Investoren oder stille Beteiligungen in Betracht ziehen.

»Wichtig ist bei einem geplanten Management-Buy-in jedoch vor allem, nichts zu überstürzen und nicht gleich die erstbeste Gelegenheit wahrzunehmen, sondern in Ruhe zu prüfen, ob das Unternehmen tatsächlich zu den Vorstellungen passt«, rät der BayBG-Experte potenziellen Nachfolgern. Das gilt schon allein deshalb, weil in vielen Fällen Coroneffekte den Betrieb und auch den Übergabeprozess selbst beeinflussen.

Was das konkret bedeuten kann, zeigt der Fall von Traut Bürokommunikation. Das Unternehmen mit Sitz in Puchheim westlich von München bietet seinen rund 1300 mittelständischen Kunden Unterstützung bei digitalen und papierorientierten Dokumentenprozessen. Hauptgeschäftsfeld sind Lösungen rund um den Multifunktionsdruck. Die Pandemie ging auch an dem Unternehmen nicht spurlos vorbei. »Im Homeoffice wurde natürlich wenig gedruckt«, sagt Andreas Berninger (52), der das Unternehmen gemeinsam mit Florian Kornprobst (48) erworben hat. »Daher gab es durchaus Einbrüche. Doch die Rahmenverträge mit den Kunden sorgten auch während der Lockdowns für Kontinuität, sodass die wirtschaftliche Situation verhältnismäßig stabil war.« Zudem lockten die strategischen Optionen

Übergabe – worauf
kommt es jetzt an?



Foto: contrastwerkstatt/Adobe Stock

für die Weiterentwicklung des Unternehmens zum IT-Dienstleister, der vom Drucker über die Telefonanlage bis hin zum Hosting der Server ein Rundum-Dienstleistungspaket bietet.

»Anfang 2020 waren wir über die Unternehmensbörse con/cess M&A Partner auf Traut gestoßen und fanden das Unternehmen sehr interessant«, berichtet Berninger. Nach der Sichtung erster Unterlagen beschlossen er und Kornprobst im März 2020, ihr verbindliches Kaufinteresse per Letter of Intent anzuzeigen – ohne das Unternehmen vorher besichtigt zu haben.

»In den darauf folgenden Wochen des Lockdowns haben wir weiterhin darauf verzichtet, uns mit dem Gründer und Eigentümer Hans Traut zu treffen, und le-

diglich einige Male mit ihm telefoniert«, sagt Berninger. Das erste persönliche Gespräch fand bei der Betriebsbesichtigung Anfang Juni 2020 statt. Anschließend wurde per Videotelefonie weiterverhandelt. Dabei wurde Traut von einem Nachfolgeexperten und seinem Steuerberater unterstützt.

Die beiden Käufer engagieren sich seit rund zehn Jahren als Business Angels und sind daher mit den Prozessen rund um Unternehmensakquisitionen vertraut. »Daher konnten wir die Due Diligence, also die Prüfung der Unternehmenszahlen, binnen sechs Wochen abwickeln«, sagt Berninger. Die Liste der Fragen, die die Käufer im Rahmen der Due Diligence klären wollten, umfasste allerdings

mehr als 200 offene Punkte. »Denn um ein klares Bild der Chancen und Risiken zu erhalten, war es notwendig, tief einzusteigen, um die Effekte von Corona zu ermitteln«, erklärte Berninger. Parallel zur Due Diligence kümmerten sich Berninger und Kornprobst um die Finanzierung der Übernahme. Sie setzten auf eine stille Beteiligung der BayBG, die Mezzanine-Kapital zur Verfügung stellte. »Dies erleichterte uns die anschließenden Verhandlungen für Bankdarlehen signifikant«, so Berninger. Im November 2020 wurde der Kaufvertrag unterzeichnet, die offizielle Übergabe erfolgte im Januar 2021.

Der umfangreiche Fragenkatalog ist kein Einzelfall, damit müssen Seniorchefs rechnen. »Corona hat dazu geführt, dass sich potenzielle Käufer die Unternehmen

derzeit noch genauer anschauen«, berichtet BayBG-Experte Schmidtke.

»Da das Jahr 2020 ja keinesfalls repräsentativ war, ist es derzeit äußerst empfehlenswert, auch die Zahlen der Jahre zuvor sowie die Planungen für 2021 und 2022 zu analysieren.«

Grundsätzlich müsse geklärt werden, welche Auswirkungen Corona auf das Unternehmen habe und ob es sich dabei um einmalige Effekte oder um nachhaltige Veränderungen handle, die das gesamte Geschäftsmodell dauerhaft beeinträchtigen – und zwar positiv wie negativ.

Daher empfiehlt er Seniorunternehmen, die als Nachfolgelösung den Verkauf ihrer Firma anstreben, mitunter noch abzuwarten, bis die Unsicherheitsfaktoren wieder geglättet sind. »Wichtig ist nun auch«, so der BayBG-Experte, »bei den Präsentationen herauszuarbeiten, wie die Krise bewältigt wurde.«

Beim Verhandlungsprozedere selbst gibt es Pandemiefolgen, die wohl weiter Bestand haben werden. Dazu gehört die Zahl der persönlichen Besuche. Dass ein Kaufinteressent das

Die Effekte von Corona herausfiltern

Was ist bei einer Nachfolge derzeit besonders zu beachten? Übergabeexperte Willem Keijzer von CNX Transaction Partners nennt typische Fragen, die Übernehmer stellen und auf die Seniorchefs eine Antwort haben sollten.

- ▶ Wie gut war das Unternehmen vor der Coronakrise aufgestellt? Inwieweit hat die Pandemie als Katalysator – im Positiven wie im Negativen – gewirkt und bereits vorhandene Entwicklungen lediglich verstärkt und/oder beschleunigt?
- ▶ Welche Umsätze sind oder waren auf kurzfristige Effekte der Pandemie zurückzuführen? So kann zum Beispiel die Produktion von Desinfektionsmitteln während der ersten Welle den Umsatz kurzfristig erhöht haben.
- ▶ Welche langfristigen Markt- und Verhaltensänderungen ergeben sich durch Corona für die gesamte Wertschöpfungskette des Unternehmens?
- ▶ Wie sind die coronabedingten Ausfallrisiken bei Kunden und Lieferanten?
- ▶ Hat das Unternehmen Mitarbeiter in Kurzarbeit geschickt? Wie stark war die Auswirkung der Kurzarbeit auf die Kostenstrukturen? Was ist nach Beendigung der Kurzarbeit zu erwarten?
- ▶ Enthalten die Verträge mit Lieferanten und Kunden Klauseln zu »höherer Gewalt« und welche kurz-, mittel- und langfristigen Auswirkungen haben diese Bestimmungen?
- ▶ Hat das Unternehmen Coronahilfsprogramme in Anspruch genommen? Waren diese gerechtfertigt oder besteht das Risiko, dass Hilfen zurückgezahlt werden müssen?
- ▶ Hat das Unternehmen aufgrund der Coronaregelungen Steuerzahlungen ausgesetzt, wurden ihm Mieten gestundet oder erlassen?
- ▶ Wurden und werden Lieferketten und Materialversorgung durch die Pandemie beeinträchtigt?

Unternehmen vorher sieht, sei wesentlich, meint Willem Keijzer (45), Gründer und Managing Director der CNX Transaction Partners GmbH, die mittelständische Unternehmer, Eigentümer und Investoren bei Unternehmenskäufen und -verkäufen (M&A) unterstützt. »Das reduziert die Risikowahrnehmung und schafft Vertrauen.« Das gilt auch für persönliche Treffen zwischen Verkäufern und Interessenten. Dennoch sieht Keijzer es positiv, wenn künftig ein großer Teil der Verhandlungen online geführt wird und Livekontakte auf eine überschaubare Zahl an Terminen be-

wie vor eine gewisse Zurückhaltung mittelständischer Unternehmensverkäufer, die auf der Suche nach einem Nachfolger sind: »Viele sind unsicher, ob jetzt der richtige Zeitpunkt für einen Verkauf ist.«

Wann ist der ideale Zeitpunkt?

Bei Unternehmen, die durch Corona stark gewachsen sind, vertagen derzeit zahlreiche Eigentümer den Generationswechsel, weil sie darauf spekulieren, dass sie die derzeit sprudelnden Gewinne noch ein paar Jahre länger mitnehmen können und der Verkaufspreis in ein paar Jahren

erhält, wenn vorab vereinbarte Kennzahlen erreicht wurden«, erklärt Keijzer.

Die Nachfolge bei Traut Bürokommunikation wurde ohne solche Klauseln abgewickelt. Mit der bisherigen Entwicklung sind die neuen Eigentümer zufrieden. Intern kämpften sie dennoch mit coronabedingten Nachwirkungen: »Hans Traut informierte das Team erst am 17. Dezember über den Verkauf zum Jahresende«, erinnert sich Nachfolger Andreas Berninger. »90 Prozent der Mitarbeiter waren damals im Homeoffice, sodass es schwierig war, uns gegenseitig kennenzulernen. Über Teams- und Zoom-Meetings lassen sich Vertrauen und soziale Bindungen nur schwer aufbauen.«

Dass der Co-Geschäftsführer von Hans Traut, Jürgen Michel (62), an Bord blieb, bezeichnet Berninger auch aus diesem Grund als Glücksfall. Zudem bildete das Onboarding neuer Mitarbeiter eine gewisse Herausforderung. Dennoch gelang es, das Team binnen eines halben Jahres von 40 auf 50 Mitarbeiter zu vergrößern. »Und die interne Zusammenarbeit«, so Berninger abschließend, »wird von Tag zu Tag besser.«

Foto: BayBG



»Corona hat dazu geführt, dass sich potenzielle Käufer die Unternehmen derzeit noch genauer anschauen.«

**Justus Schmidtke, Senior Investment Manager
Bayerische Beteiligungsgesellschaft**

schränkt werden. »Videocalls sind leichter zu koordinieren und erhöhen die Effizienz«, meint Keijzer.

Eine weitere Veränderung, die zumindest in absehbarer Zeit bleiben wird, sind die deutlich gestiegenen Anforderungen an Aufbereitung und Inhalte der Unternehmensinformationen. »Transparenz und proaktive Informationen zu den Auswirkungen der Pandemie auf das Unternehmen sind besonders wichtig«, sagt Keijzer (siehe Kasten, S. 18). »Zudem sollte ein Seniorunternehmer plausible Planungen für die künftige Entwicklung des Unternehmens vorweisen können.«

Obwohl sich die Zahl der M&A-Transaktionen seit Anfang dieses Jahres wieder deutlich erhöht hat, bemerkt Keijzer nach

deutlich höher liegt. Bei Firmen, die einen coronabedingten Einbruch verzeichneten, wollen die Eigentümer dagegen ihren Betrieb nun selbst wieder nach oben bringen.

»Diese Unternehmer sollten sich allerdings fragen, ob sie tatsächlich die besten Kandidaten dafür sind, ihre Unternehmen neu auszurichten und die dafür notwendigen Investitionen zu stemmen«, gibt der Berater zu bedenken. Darüber hinaus sollten die Seniorunternehmer bereit sein, das Risiko künftiger geschäftlicher Ergebnisse mit dem Käufer zu teilen: »In diesen wirtschaftlich unsicheren Zeiten werden bei Übernahmen häufig Verkäuferdarlehen oder Earn-out-Regelungen vereinbart, bei denen der Seniorunternehmer einen Teil des Erlöses erst dann

Weitere aktuelle Infos zur Unternehmensnachfolge bietet die IHK-Website unter:

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

Deutschlands größte Nachfolgebörse nexxt-change bringt Seniorunternehmer und potenzielle Nachfolger zusammen:

www.nexxt-change.org

IHK-Ansprechpartner zur Nachfolge

Rechtliche Fragen:

Markus Neuner, Tel. 089 5116-1259

markus.neuner@muenchen.ihk.de

Lidya Pfeffer, Tel. 089 5116-1427

lidya.pfeffer@muenchen.ihk.de

Betriebswirtschaftliche Beratung:

beratung@muenchen.ihk.de

Tel. 089 5116-2222

Professionell auf Firmensuche

Über sogenannte Search Funds unterstützen Investoren Jungunternehmer, die einen übergabereifen Betrieb übernehmen wollen. Wie das Konzept funktioniert, zeigt das Beispiel der Bopp & Hahn Mittelstandspartner GmbH.

— EVA ELISABETH ERNST —

Christian Bopp (28) und Benny Hahn (29) haben ein klares berufliches Ziel: Sie möchten das Lebenswerk eines Unternehmers langfristig weiterführen und sind derzeit auf der Suche nach dem für sie passenden Unternehmen, um es per Management-Buy-in zu erwerben. Infrage kommt für sie ein unternehmensnaher Dienstleister, ein Technologie- oder ein Medizintechnikunternehmen. Es soll profitabel arbeiten und jährlich mindestens eine Million Euro Gewinn erwirtschaften.

Seit Anfang Juli dieses Jahres sondieren sie den Markt und sind dazu mit ausgewählten Nachfolgeberatern in Kontakt, die Unternehmer beim Generationswechsel unterstützen. Auch mit den Nachfolgeexperten der IHK für München und Oberbayern haben sie bereits gesprochen. »Wir schauen uns Schritt für Schritt in den für uns interessanten Märkten und deren Nischen um und sprechen die für

Sondieren den Markt –
Christian Bopp (r.) und
Benny Hahn



Foto: Bopp und Hahn Mittelstandspartner

Darum geht's

- ▶ Search Funds finanzieren Suche und einen Teil des Kaufpreises übergabereifer Unternehmen.
- ▶ Die Gesellschaften werden von Investoren und Entrepreneuren gemeinsam gegründet.
- ▶ Die Investoren fungieren auch nach der Übernahme als Mentoren oder Beiräte für das Unternehmen.

uns spannenden Unternehmen gezielt an«, erklärt Hahn. Bis Mitte 2023 haben die beiden Entrepreneurse Zeit für Sondierungen, Vorgespräche und Kaufverhandlungen.

Das Besondere: Für Bopp und Hahn ist die Suche nach dem für sie optimalen Übernahmekandidaten ein Vollzeitjob. Ihren Lebensunterhalt sowie die Kosten für die Suche bestreiten sie aus dem Kapital eines Search Funds, der Bopp & Hahn Mittelstandspartner GmbH. Search Funds gibt es im angloamerikanischen Raum

schon seit rund 40 Jahren. »Mittlerweile gewinnen sie auch in Deutschland an Bedeutung«, sagt Holger Habermann (58) von der Beratung KERN Unternehmensnachfolge München. »Der große Vorteil für potenzielle Nachfolger besteht darin, dass sie in Ruhe und mit vollem Fokus nach einem geeigneten Unternehmen suchen können, weil ihr Lebensunterhalt gesichert ist«, erklärt Habermann. »Und Seniorunternehmer, die an einer externen Nachfolgelösung interessiert sind, können davon ausgehen, dass die Finanzierung des Kaufpreises keine allzu große

Hürde darstellen wird, weil die Investoren auch dafür Mittel zur Verfügung stellen.« Die Investoren der Bopp & Hahn Mittelstandspartner GmbH sind national und international tätige Unternehmer, die mit dem Search-Fund-Modell gut vertraut sind und regelmäßig Nachfolger unterstützen. Zunächst investierten sie einen mittleren sechststelligen Betrag für die Firmensuche, werden sich jedoch auch an der Finanzierung des Kaufpreises beteiligen. »Wir sind somit in der Lage, ein Unternehmen mit einem Umsatz zwischen fünf und 25 Millionen Euro zu einem marktüblichen und fairen Preis zu kaufen«, sagt Hahn. Laut Habermann ist ein Search Fund eine Art Ritterschlag für junge Menschen, die gern einen bestehenden Betrieb weiterführen möchten: »Denn die Investoren sind meist erfahrene Unternehmer und Berater, die es den potenziellen Nachfolgern zutrauen, ein Unternehmen erfolgreich zu leiten.« Und Vertrauen sei beim Thema Unternehmensnachfolge eine nicht zu unterschätzende Komponente. »Dazu kommt, dass die Investoren nach der Übernahme als Mentoren oder Beirä-

te fungieren und auch mit ihren eigenen beruflichen Netzwerken einige Türen öffnen können«, so der Nachfolgeexperte. In der Regel werden über diese Modelle Transaktionsvolumina von fünf bis zehn Millionen Euro finanziert, mitunter aber auch größere Akquisitionen.

»Es gibt allerdings auch Search Funds, die ohne Ergebnis wieder aufgelöst werden«, weiß Habermann. Der Verlust halte sich für die einzelnen Geldgeber dabei in Grenzen. Für Investoren könne ein Search Fund daher eine gute Möglichkeit sein, sich an einem mittelständischen Unternehmen zu beteiligen. Vor dem Engagement sei es jedoch wichtig, dass zwischen allen Beteiligten Einigkeit und Klarheit über das gewünschte Unternehmen herrsche und das Leistungsprofil der künftigen Unternehmer stimme.

Bei dem jungen Unternehmerduo Bopp und Hahn scheint das der Fall zu sein. Die beiden kennen sich seit über fünf Jahren. »2018 haben wir erstmals festgestellt, dass wir Interessen und Werte teilen, die uns mittel- und langfristig ins Unternehmertum ziehen«, erinnert sich Bopp. Die

beiden absolvierten Masterstudiengänge an Business Schools und sammelten einige Jahre Berufserfahrung in großen und kleineren Unternehmen. Doch der Wunsch, sich selbstständig zu machen, blieb. »Wir sind bereit, uns als Geschäftsführer vor Ort, in Vollzeit und vor allem langfristig einzubringen«, betont Hahn. »Damit wollen wir Mehrwert für eine Region, für die Mitarbeiter des Unternehmens, dessen Kunden, Lieferanten und alle anderen Beteiligten schaffen.« ■

Weitere Informationen zur Unternehmensnachfolge gibt es unter:
www.ihk-muenchen.de/unternehmensnachfolge

IHK-Ansprechpartner zur Nachfolge Rechtliche Fragen

Markus Neuner, Tel. 089 5116-1259
markus.neuner@muenchen.ihk.de

Lidya Pfeffer, Tel. 089 5116-1427
lidya.pfeffer@muenchen.ihk.de

Betriebswirtschaftliche Beratung
beratung@muenchen.ihk.de
Tel. 089 5116-2222

bayern innovativ
Innovation leben.

Geballte Innovationskraft!

Bei Ihren Innovationsvorhaben begleitet Sie Bayern Innovativ. Hier finden Sie starke Maßnahmen und unschlagbare Partnerschaften. Packen wir es an – für eine erfolgreiche Zukunft!

Das Buch mit Lösungen und Kontakten für Ihr Projekt.
Gratis heruntergeladen auf
www.bayern-innovativ.de/zukunftswegweiser



Firmenspenden – Gutes tun
zum Fest der Liebe



Das etwas andere Präsent

Weihnachten ist Spendenzeit – auch für Firmen.
Wie sich Unternehmen sinnvoll engagieren können,
um einen möglichst großen Nutzen zu stiften.

HARRIET AUSTEN

Die Zeit der Präsentkörbe, Weinflaschen, Kugelschreiber und sonstigen Give-aways zu Weihnachten scheint bei manchen Unternehmen endgültig vorbei zu sein. Welchen Sinn soll das haben?, fragt sich zum Beispiel Eva Widmaier (50): »Wir unterstützen lieber Menschen, denen es nicht so gut geht wie uns«, erklärt die Geschäftsführerin der Firma Hans Widmaier e.K. aus Baierbrunn. Seit fünf Jahren spendet der Automobilzulieferer an gemeinnützige Einrichtungen wie den Kältebus München e.V., Lichtblick Seniorenhilfe e.V. oder die Clarissa und Michael Käfer Stiftung. Der Grund: »Obdachlose, ältere Hilfsbedürftige, Demenzkranke – das sind alles Menschen, für die es schwierig ist, Spenden zu bekommen«, begründet Widmaier ihr Engagement, über das sie ihre Geschäftspartner auf der Weihnachtskarte informiert. »Erfahrungsgemäß ist die Spendenbereitschaft von Unternehmen zur Weihnachtszeit am höchsten«, bestätigt Matthias Winter (58), Leiter des Fachbereichs Unternehmensengagement im Sozialreferat München. Dazu tragen auch eingeführte Benefizaktionen und gezielte Anfragen

von Vereinen bei, die »ein positives Spendenklima schaffen«, so Winter. Er registriert zu Weihnachten auch zunehmend Anfragen von Unternehmen, die sich engagieren wollen und ein passendes Projekt suchen. Seine Koordinierungsstelle ist dafür gut gerüstet. »Wir informieren über Bedarfe, beraten konzeptionell und strategisch, bringen Spender und Organisationen zusammen und unterstützen bei der Umsetzung von Projekten«, beschreibt Winter das Angebot seines Teams. Die Möglichkeiten, zur Weihnachtszeit Gutes zu tun, sind vielfältig und reichen vom Ausrichten von Weihnachtsfeiern über Sachspenden für Kinder oder Bewohner von Altenheimen bis hin zu Geldspenden an soziale Einrichtungen. Ein Beispiel für eine solche Einrichtung ist die gemeinnützige Initiative 21future gGmbH. Ihr Gründer Tahir Hussain (49) will Jugendlichen zukunftssträchtige Sozial-, Lebens- und Digitalkompetenzen vermitteln. In digitalen Lernreisen erarbeiten Schulklassen Lösungsvorschläge zu Themen, die einen Bezug zu Nachhal-

tigkeit haben. Sie beschäftigen sich zum Beispiel mit Stromsparen in der Schule oder mit gesunden Pausensnacks. »Dabei entdecken die Schüler schlummernde Talente und Kompetenzen«, sagt Hussain. Der Vater von zwei Kindern arbeitet am liebsten mit Grund- und Mittelschulen aus Brennpunktvierteln und hat bisher schon mehr als 800 Schüler betreut. Für sein Projekt sucht er ganz gezielt nach Unternehmenspartnern, die pro Lernreise 1500 bis 2000 Euro spenden und auch bereit sind, Mitarbeiter als Mentoren und

Darum geht's

- Immer mehr Unternehmen beschließen, an Weihnachten zu spenden, statt Geschenke zu verteilen.
- Die Präferenz liegt dabei deutlich auf lokalen Einrichtungen.
- Geld-, Sach- oder Zeitspenden wirken dabei auch positiv auf das Bild des Unternehmens bei Mitarbeitern, Kunden und Lieferanten.

Foto: 21future



Lernreise – Tahir Hussain
(Mitte) übergibt Schülern
ihre 21future-Zertifikate

Lernbegleiter freizustellen oder die ganze Klasse im Unternehmen zu empfangen. »Dabei können Firmen sogar von spannenden Ideen der Jugendlichen profitieren«, betont Hussain.

Unternehmen, die sich für die Gesellschaft engagieren, »wirken mit an Problemlösungen im Sinne einer gelebten Solidarität, verbessern die Unternehmenskultur und gewinnen ein positives Image bei Mitarbeitern, Kunden und Lieferanten«, sagt Experte Winter.

Michaela Hátori-Satzinger, Geschäftsführerin der Factory42 GmbH, kann das nur bestätigen. »Wir bekommen ein sehr gutes Feedback für unser soziales Engagement. Der Wunsch, etwas Gutes zu tun, ist bei unseren Mitarbeitern sehr hoch«, berichtet sie. Das auf Customer Relationship Management und digitales Marketing spezialisierte Unternehmen hat sich für ein ungewöhnliches Modell entschieden: Pro Jahr werden ein Prozent des Gewinns, ein Prozent der Produkte und ein Prozent der Arbeitszeit gespendet.

Zu Weihnachten kooperiert Factory42 mit der Aktion Münchner Geschenkeregen und einer Mittelschule. Die Kinder dürfen

Weihnachtswunschzettel schreiben, die Mitarbeiter können die Wünsche erfüllen. »Dadurch entsteht eine direkte emotionale Verbindung, die auch Anreiz für ein längerfristiges Engagement ist«, freut sich Hátori-Satzinger.

Den größten Nutzen haben Geld-, Sach- und Zeitspenden, wenn sie mittel- bis langfristig angelegt sind, Teil der Unternehmenskultur sind, strategisch geplant werden, die Mitarbeiter einbinden und auf Augenhöhe mit den Partnern umgesetzt werden, erklärt Experte Winter. »Dann wirkt es nach innen und außen seriös, ernsthaft und glaubwürdig.« Vielen Unternehmen ist noch etwas anderes wichtig: »Wir möchten uns lokal einsetzen. Es gibt auch in einer reichen Stadt wie München Not, die man oft nicht sieht«, beschreibt Hátori-Satzinger ihre Motivation, mit finanziellen Mitteln und Laptops der Tafel, Heimatstern e.V., der Mittelschule oder dem Kältebus unter die Arme zu greifen. Diesem Aspekt trägt auch das Projekt fit4future natur der Cleven-Stiftung aus München Rechnung. »Unsere Baumpflanzaktion ruft höchstes Interesse hervor, weil sie vor der Haustür stattfindet«,

sagt Geschäftsführer Malte Heinemann, der »ganz niederschwellig« um Spenden wirbt. Vereinfacht gesagt, sammelt die Cleven-Stiftung Geld, um Bäume zu pflanzen, aktuell im Großraum München und Oberbayern. Die Kosten pro Baum betragen fünf Euro. Die Pilotprojekte in Baden-Württemberg (105 000 Bäume) und Niederbayern (7 000 Bäume) hätten gezeigt, dass es funktioniert. »Wir waren total überrascht vom Erfolg«, sagt Heinemann. Die fit4future-Wälder entsprechen dem Zeitgeist, sind einfach zu kommunizieren und entspringen einem nachvollziehbaren Grundgedanken: »Was bringt es, Kinder fit zu machen für die Zukunft, wenn wir nicht gleichzeitig unsere Umwelt fit machen für die Kinder?«, so Heinemann.

Und wie wählen Firmen die passende Einrichtung für ihr Engagement aus? Für Unternehmerin Widmaier steht die Seriosität der Organisation an erster Stelle. »Ich setze mich im Vorfeld intensiv mit dem Spendenempfänger auseinander und informiere mich gründlich«, betont sie. Sie will sich darauf verlassen können, dass das Geld vor Ort auch ankommt. Außerdem prüft sie, ob die Zielgruppe »für uns passt« und nicht zu viele Bereiche abgedeckt werden. »Ich habe mein Thema gefunden, bei uns ist das eine runde Sache geworden.«

IHK-Ansprechpartnerin zu Unternehmensengagement

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

#GemeinsamZukunftBilden

BERUFLICHE BILDUNG
LOHNT SICH
PACK'S AN!

MEINE ZUKUNFT

POWERED BY BERUFLICHE BILDUNG

AUSBILDUNG

WEITERBILDUNG

HÖHERE BERUFSBILDUNG

WICHTIG WAR, DASS ICH MIR IM VERTRIEB MEINE EXPERTISE GESCHAFFEN HABE. HEUTE KANN ICH DAS,
WAS MICH PERSÖNLICH BEWEGT, PERFECT MIT DEM VERBINDEN, WAS ICH KANN.
DIE IHK-WEITERBILDUNGEN HABEN MIR BERUFLICHE TÜREN UND MEINEN EIGENEN WEG GEÖFFNET.

LORENZ, REUTLINGEN

Eine Initiative der:

DIHK

DIHK-Gesellschaft für berufliche Bildung –
Organisation zur Förderung der IHK-Weiterbildung gGmbH



Online-Shop
der DIHK-Bildungs-gGmbH



WIR FÖRDERN DIE
**BERUFLICHE
BILDUNG**

Weitere Bildungsangebote
u. a. auf wis.ihk.de

Für Ihr Unternehmen.
Für Ihren Erfolg im Beruf.

Kompetenzen verbrieften

Das Projekt ValiKom geht in eine neue Runde. Es bewertet und zertifiziert berufliche Kompetenzen von Menschen, die keinen formalen Berufsabschluss haben. Davon profitieren die Arbeitnehmer ebenso wie die Arbeitgeber.

SABINE HÖLPER

Die Augustinum Seniorenresidenz Neufriedenheim beschäftigt 90 Mitarbeitende in ihren Restaurants. Eine davon ist Emanuela Allegra. Sie ist seit viereinhalb Jahren im Stift im Münchner Westen tätig und hat in diesem Sommer einen riesigen Motivationsschub erhalten. Der Grund: Die 44-Jährige hat erfolgreich am Projekt ValiKom teilgenommen. Im Juni wurde das Verfahren zur Validierung von beruflichen Kenntnissen abgeschlossen. »Vorher hatte ich manchmal überlegt zu kündigen, weil mir der Verdienst zu gering war«, sagt Allegra. Nun hat sie 200 Euro mehr in der Tasche und ist motivierter denn je.

Das Projekt ValiKom wurde 2015 ins Leben gerufen. Das Bundesbildungsministerium (BMBF), der Deutsche Industrie- und Handelskammertag (DIHK) sowie der Deutsche Handwerkskammertag (DHTK) hatten sich damals zusammengeschlossen, um eine Lücke im System zu schließen: Menschen ohne formale Berufsqualifikation sollte der Zugang zum Arbeitsmarkt und zu qualifizierteren Tätigkeiten ermöglicht beziehungsweise erleichtert werden. Auch die Unternehmen profitieren. Mithilfe des Verfahrens können sie Beschäftigte



» Vorher hatte ich manchmal überlegt zu kündigen, weil mir der Verdienst zu gering war. «

Emanuela Allegra, Augustinum Seniorenresidenz

Foto: Augustinum

Darum geht's

- ▶ ValiKom bescheinigt Teilnehmenden die volle oder teilweise Gleichwertigkeit ihrer Kompetenzen mit einem anerkannten Berufsabschluss.
- ▶ Unternehmen gewinnen auf diese Weise gut ausgebildete, zufriedene Fachkräfte mit Potenzial für mehr Verantwortung im Betrieb.

an die Firma binden, sie zur Weiterbildung motivieren und Wertschätzung ausdrücken. Zudem kann ValiKom für die Personalentwicklung eingesetzt werden und so die im Betrieb vorhandenen Kompetenzen sichtbar machen.

Wegen des großen Erfolgs ist ValiKom im November 2021 nun bereits zum zweiten Mal verlängert worden und läuft weitere drei Jahre. Der Bedarf ist nach wie vor beträchtlich und die Zielsetzung bleibt: ein dauerhaf-

tes Angebot zur Kompetenzfeststellung zu etablieren. Etliche Arbeitnehmer haben keinen Berufsabschluss oder sind in fachfremden Gebieten tätig. Sie stecken somit fest: Ein Weiterkommen auf dem Karriereweg ist für sie meist schwieriger als für ihre Kollegen mit abgeschlossener Berufsausbildung. Außerdem ist das Gehalt in der Regel niedriger. Da können das informell angeeignete Wissen und die Arbeitsleistung noch so groß sein. Genau hier setzt ValiKom an: Die vorhandenen Kenntnisse der Teilnehmenden

werden anhand allgemeingültiger Verfahrensstandards und Gütekriterien bewertet und zertifiziert. Sind die Kenntnisse in allen berufsrelevanten Themengebieten ausreichend hoch, wird die »volle Gleichwertigkeit« bescheinigt. »Das heißt: Die Kompetenzen des Teilnehmenden und die einer Person mit abgeschlossener Berufsausbildung gelten als gleichwertig«, sagt Veronika Horneber, Fachreferentin Projekt ValiKom bei der IHK für München und Oberbayern.

Das Zertifikat dokumentiert also, inwieweit die individuell erworbenen Kompetenzen mit den Qualifikationen eines anerkannten Ausbildungsabschlusses übereinstimmen. Betriebe können so erkennen, über welche berufsrelevanten Kompetenzen die Person verfügt. Manche Teilnehmende motiviert das Zertifikat sogar zu mehr: Sie wollen die reguläre Abschlussprüfung ablegen.

So weit gehen die Pläne von Restaurantmitarbeiterin Allegra derzeit nicht. Die in Italien geborene und in München aufgewachsene Frau ist erst einmal glücklich mit dem Erreichten. Endlich sind ihre langjährigen Erfahrungen in der Gastronomie verbrieft. Ihre Mutter ist Gastronomin, die Großeltern waren es ebenfalls. Mit ihrem Mann zusammen war sie zehn Jahre lang Inhaberin eines Restaurants im italienischen Rimini. »Ich habe die Gastronomie im Blut«, sagt Allegra. Doch das nutzte ihr bislang wenig, weil ihr ein formaler Abschluss fehlte.

Natürlich hätte sie auch ohne Zertifikat bis zur Rente weiter als Servicekraft arbeiten können, denn mit ihren Kenntnissen ist sie gefragt. Aber auf Dauer ist es unbefriedigend, wenn der Gehaltszettel jeden Monat zeigt, dass man als Ungelernte schlechter dasteht. Daher wurde Allegra sofort aufmerksam, als sie im Internet auf ValiKom stieß. Sie informierte sich bei der IHK für München und Oberbayern und bereits kurz darauf fing sie an, sich weiterzubilden und zum Beispiel Fachbegriffe zu lernen. Ein halbes Jahr später absolvierte sie die Bewertung »mit Bravour«. Davon profitiert auch ihr Arbeitgeber. Die Seniorenresidenz legt Wert darauf, dass die Mitarbeitenden zufrieden sind und möglichst lange bleiben. »Das ist Wertschätzung«, sagt Andreas Endl (45),

Serviceleiter in der Gastronomie. Außerdem seien loyale Beschäftigte die beste Möglichkeit zur Fachkräftesicherung. Endl hatte seine Mitarbeiterin Allegra daher immer wieder motiviert, eine formale Prüfung abzulegen. Die Mutter von vier Kindern konnte sich aber nicht vorstellen, monatelang externe Kurse zu besuchen. Das hätte sie zeitlich nicht geschafft. Das ValiKom-Verfahren ermöglicht den Teilnehmenden, im Betrieb weiterzuarbeiten und sich dort fortzubilden. Endl: »Meine Mitarbeiterin konnte jederzeit mit Fragen auf mich zukommen, ich habe sie unterstützt, ihr praktische Dinge beigebracht, Bücher empfohlen«, sagt er. Dennoch, so ganz nebenher und quasi von selbst geht das Aneignen von wichtigem

Stoff nicht. Allegra zum Beispiel konnte im Seniorenstift schwerlich üben, Cocktails zu mixen. Ein wenig Heimstudium an freien Tagen war folglich notwendig. Doch das hielt sich in Grenzen. »Bei den meisten sind die Kompetenzen ja in der Regel vorhanden«, sagt Horneber. Mit ValiKom werden sie dokumentiert.

Die Mitarbeitenden des Augustinums sind jedenfalls begeistert. Im Restaurantbereich arbeiten noch einige weitere Kräfte ohne formale Ausbildung. Endl und Allegra werben nun in der Belegschaft für dieses Zertifikat mit Mehrwert. ■

IHK-Ansprechpartnerin zu ValiKom

Veronika Horneber, Tel. 089 5116-2054
veronika.horneber@muenchen.ihk.de

Die Top 4 der validierten IHK-Berufe

nach Geschlecht, November 2018 bis Oktober 2021, im Bundesgebiet

Männer

Beruf	Volle Gleichwertigkeit	Teilweise Gleichwertigkeit
Maschinen- und Anlagenführer	75	5
Fachlagerist	44	20
Fachkraft für Lagerlogistik	31	27
Kaufmann für Büromanagement	41	8

Frauen

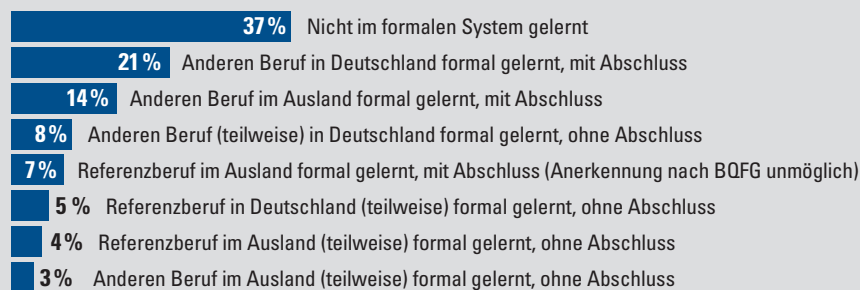
Beruf	Volle Gleichwertigkeit	Teilweise Gleichwertigkeit
Kauffrau für Büromanagement	113	39
Kauffrau im Einzelhandel	28	8
Verkäuferin	24	3
Fachlageristin	12	6

Bei Männern wurden zu dem Beruf des Maschinen- und Anlagenführers die meisten ValiKom-Zertifikate ausgestellt, bei Frauen war es die Kauffrau für Büromanagement

Quelle: ValiKom

Informell gelernt

Beruflicher Hintergrund aller ValiKom-Teilnehmenden im Bundesgebiet



Ein großer Teil der ValiKom-Teilnehmer hat seine Kenntnisse nicht formal erworben. Rund ein Fünftel besitzt einen Abschluss in einem anderen Beruf.

Quelle: ValiKom

Bericht mit System

Im Zuge von Sustainable Finance müssen auch kleine und mittlere Unternehmen künftig voraussichtlich darlegen, inwieweit ihre Geschäftstätigkeit nachhaltigen Kriterien entspricht. Die Gründe dafür und wie Unternehmen vorgehen können.

— EVA MÜLLER-TAUBER —



Nachhaltiges
Finanzwesen
– mehr Firmen
werden
berichtspflichtig

Foto: Atstock Productions/Adobe Stock

Warum ist Sustainable Finance wichtig?

Früher eher ein Randthema, ist Nachhaltigkeit mittlerweile zum Dreh- und Angelpunkt wirtschaftlicher Aktivitäten geworden. So hat die EU im Zuge des Green Deal beschlossen, dass Europa bis 2050 klimaneutral sein soll. Um den Umbau von Wirtschaft und Gesellschaft auf allen Ebenen, also auch auf der sozialen und ökonomischen, voranzutreiben und um die damit verbundenen erheblichen Investitionen stemmen zu können, nimmt die EU den Finanzsektor verstärkt in die Pflicht. Unter dem Stichwort Sustainable Finance (nachhaltiges Finanzwesen) sollen Finanzmarktakteure Umwelt-, Sozial- und Unternehmensführungsaspekte (sogenannte ESG – Environment Social Governance) in ihren Entscheidungen berücksichtigen,

etwa bei der Vergabe von Krediten, bei Anlagen oder Versicherungsverträgen.

Inwieweit ist die Realwirtschaft betroffen?

Finanzströme sollen gezielt in nachhaltige Projekte gelenkt sowie Wirtschafts- und Finanztätigkeiten langfristig ausgerichtet werden. Das wiederum wirkt sich auf die Realwirtschaft aus. »Auf viele Unternehmen kommt ein enormer bürokratischer Aufwand zu, weil sie berechnen und offenlegen müssen, inwieweit ihr Handeln den in der Taxonomie festgelegten Kriterien für ökologisch nachhaltige Wirtschaftstätigkeiten entspricht«, sagt Claudia Schleich, IHK-Abteilungsleiterin Unternehmensförderung, Gründung, Gewerberecht. Bisher mussten vor allem kapitalmarktorientierte Großunternehmen mit mehr als 500 Mit-

arbeitern ihre Aktivitäten in einem Nachhaltigkeitsbericht darlegen. »Derzeit rückt aber auch der Mittelstand immer stärker in den Fokus der Berichterstattung«, so Schleich. Zudem beeinflusse Sustainable Finance die Finanzierungsbedingungen und den Zugang zu Krediten. »Für Unternehmen, die die Nachhaltigkeitskriterien nicht erfüllen, könnten sich die Bedingungen verschlechtern beziehungsweise ihnen könnte der Zugang zu Finanzierungen sogar verwehrt werden«, warnt Schleich.

Welche gesetzlichen Vorgaben schreiben vor, dass Mittelständler und mittelfristig auch kleine Betriebe die Nachhaltigkeit ihrer Aktivitäten offenlegen?

Die europäische Berichtspflicht für große kapitalmarktorientierte Unternehmen

(in Deutschland CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetz) wird nach dem Willen der EU-Kommission in Form einer Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) stark ausgeweitet. Es ist vorgesehen, dass ab dem Geschäftsjahr 2023 alle Unternehmen ab 250 Mitarbeitern unabhängig von der Kapitalmarktorientierung und ab dem Geschäftsjahr 2026 kapitalmarktorientierte kleine und mittlere Unternehmen (KMU) berichtspflichtig werden. »Das bedeutet, dass sie eine sogenannte nichtfinanzielle Erklärung veröffentlichen müssen«, erläutert Cathleen Sudau (31), Manager Climate & Sustainability Services bei der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Deloitte GmbH in Frankfurt am Main. »Die Ausweitung der Berichtspflicht wird dazu führen, dass sich die Anzahl der berichtspflichtigen Unternehmen stark erhöhen wird.«

Zudem verlangt die Sustainable-Finance-Taxonomie der EU, dass alle Unternehmen, die unter die europäische Berichterstattungspflicht fallen, den Anteil ihrer als »ökologisch nachhaltig anzusehenden« Geschäftsaktivitäten in der nichtfinanziellen Erklärung angeben müssen. Dies umfasst Umsatzerlöse, Investitionsausgaben (CAPEX) und Betriebsausgaben (OPEX). Darüber hinaus müssen Unternehmen mit mehr als 3000 Mitarbeitern (ab 2024 mit mehr als 1000 Mitarbeitern) aufgrund des Sorgfaltspflichtengesetzes offenlegen, wie die Einhaltung von Sozial- und Umweltstandards in der Lieferkette sichergestellt wird. »Vor allem KMU stehen damit vor der Herausforderung, sich erstmals mit einer Nachhaltigkeitsberichterstattung auseinanderzusetzen zu müssen«, so Sudau.

Wie können Firmen Nachhaltigkeitsberichterstattung in der Praxis angehen?

Die IHK für München und Oberbayern, die Value Balancing Alliance (multinationale gemeinnützige Organisation mit dem Ziel, den Wert der Beiträge von Unternehmen für Gesellschaft, Wirtschaft und Umwelt zu messen und zu vergleichen) und Deloitte haben einen Leitfaden zur Nachhaltigkeitsberichterstattung entwickelt. Er zeigt, wie Firmen das Thema in fünf Schritten systematisch angehen können (s. Kasten). Sudau rät Unternehmen, gleich zu Beginn zu

formulieren, wie Nachhaltigkeit individuell definiert wird: »Was verfolgt das Unternehmen damit? Möchte es sich beispielsweise ausschließlich an den gesetzlichen Vorgaben orientieren oder sich eher als Vorreiter gegenüber den Wettbewerbern positionieren?« Ebenfalls wichtig ist es, Folgendes festzulegen: Welchen Adressatenkreis soll der Bericht erreichen? Dabei ist es ratsam, die unterschiedlichen Interessengruppen (Stakeholder) samt deren Bedürfnissen und wesentlichen Themen zu identifizieren.

»Viele Unternehmen machen bereits mehr in puncto Nachhaltigkeit, als sie wissen, und verfügen an verschiedenen Stellen schon über verwertbares Zahlenmaterial«, macht die Deloitte-Expertin Firmenchefs Mut. »Daher empfiehlt es sich, in einem ersten Schritt eine Bestandsaufnahme durchzuführen und die einzelnen Aktivitäten den ESG-Themen zuzuordnen.« Neben ökologischen Themen (E) wie etwa Energieeinsparung, zählen beispielsweise auch Angebote zum betrieblichen Gesundheitsmanagement (S) und Vorschriften, um den Vorgaben der Datenschutz-Grundverordnung (G) gerecht zu werden, dazu. Eine Arbeitsgruppe, die im Idealfall einen Querschnitt aller Abteilungen bildet, aber auf jeden Fall die Bereiche Compliance, Risikomanagement, Human Resources, Umweltmanagement und Kommunikation einschließt, sollte das Thema kontinuierlich im Blick haben und in Absprache mit der Geschäftsführung vorantreiben.

Es ist bereits abzusehen, dass europäische und nationale Förderprogramme an den Kriterien der Taxonomie ausgerichtet werden. Daher rät IHK-Fachfrau Schlebach dazu, bereits jetzt ESG-Risiken zu identifizieren, um nötige Anpassungen, die die eigene Nachhaltigkeitsbilanz verbessern, vornehmen zu können. »Mögliche Lösungsansätze, mit denen sich beispielsweise ökologische Risiken bewältigen lassen, sollten sich auch in den Unternehmenszielen, -strategien und -abläufen spiegeln.«

Und wenn solche Anpassungsideen noch nicht im Detail vorliegen oder

Lösungsvorschläge noch nicht umgesetzt sind?

»Dann sollte dies das Unternehmen trotzdem dokumentieren, denn es zeigt damit, dass es sich mit den Themen auseinandersetzt«, erläutert Deloitte-Expertin Sudau. Abgesehen davon, sei eine Besonderheit der Nachhaltigkeitsperspektive, dass sie über einen Ein-Jahres-Horizont hinausgehe, manchmal sogar über den von Firmen häufig gewohnten Drei-Jahres-Zyklus. »Hier müssen Firmenchefs noch langfristiger, strategischer denken.« Schließlich bringe Nachhaltigkeit auch Vorteile: »Firmen sparen Kosten, sind resilienter und erhöhen zudem ihre Attraktivität als Arbeitgeber«, so Sudau, »gerade jüngere Fachkräfte legen vermehrt Wert darauf, bei Unternehmen beschäftigt zu sein, die nachhaltig ticken.« ■

IHK-Ansprechpartnerin zum Thema nachhaltiges Finanzwesen

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

5 Schritte

Wie können Firmen die Nachhaltigkeitsberichterstattung angehen? Der Leitfaden von IHK, Value Balancing Alliance und Deloitte empfiehlt folgende Schritte:

1. eine Status- und Umfeldanalyse durchführen
2. eine Nachhaltigkeitsstrategie entwickeln
3. ein Management für das Thema Nachhaltigkeit aufbauen, Verantwortlichkeiten, Maßnahmen und Nachhaltigkeitsrichtlinien festlegen, ESG-Themen priorisieren
4. Daten vollständig und konsistent erheben, validieren sowie den Nachhaltigkeitsbericht verfassen
5. inhaltliche Verbesserungen im Zuge einer Nachbereitung und mit Blick auf kommende Berichte in einer Roadmap festhalten.

Den Leitfaden gibt es unter: www.ihk-muenchen.de/sustainablefinance



Bild: Bundesregierung/eigene Bearbeitung

Von Armut beseitigen bis Partnerschaften eingehen – die 17 SDGs im Überblick

Zukunftsfest

Mithilfe der UN-Nachhaltigkeitsziele (SDGs) können Firmen Innovationen vorantreiben und sich für die Herausforderungen der Zukunft besser aufstellen. Wie Unternehmen dies in der Praxis angehen.

GABRIELE LÜKE

Mehrmals im Jahr rund um die Erde und das fast CO₂-frei – so weit würden es die 60 Mitarbeitenden der ilapo Internationale Ludwigs-Arzneimittel GmbH & Co. KG schaffen, wenn man jene Arbeitswege zusammenrechnen würde, die sie mit dem Fahrrad oder mit öffentlichen Verkehrsmitteln zurücklegen. Dass die Beschäftigten so konsequent auf Rad, Bus und Bahn umgestiegen sind, liegt auch an ilapo-Geschäftsführerin Sabine Fuchsberger-Paukert (58) und ihrer CSR-Beauftragten Brigitte Gollmitzer (56). Ohnehin schon aktiv in verschiedenen Bereichen der Corporate Social Responsibility (CSR), beschäftigten sich die beiden intensiv mit den Nachhaltigkeitszielen der Vereinten Nationen (SDGs). »Wir schauen mit Blick auf die Zukunft und aus gesellschaftlicher Verantwortung schon immer

über den Tellerrand«, betonen sie. »Die SDGs bestärkten uns in dieser Hinsicht und haben zudem zu einigen weiteren Neuerungen geführt.« Dazu gehört CO₂-Sparen auf dem Arbeitsweg, das ilapo durch Leasingfahrräder unterstützt, aber auch innovative Ansätze im Kerngeschäft, dem Arzneimittelimport und -export. Die SDGs umfassen vom Umweltschutz über Gendergerechtigkeit bis hin zur Armutsbekämpfung insgesamt 17 ökologische, soziale und wirtschaftliche Nachhaltigkeitsziele sowie 169 Unterziele. Firmen können sie als Treiber für Innovationen nutzen. Das ist auch die Botschaft der CSR-Expertin der IHK für München und Oberbayern, Verena Jörg: »Das Innovationspotenzial der SDGs ist groß und gibt Unternehmen mehr Zukunftssicherheit; es stärkt sie in Bezug auf potenzielle neue

Umwelt- und Lieferkettenvorschriften, Compliance- oder Berichtspflichten und macht sie attraktiver für Investoren, Partner, Kunden und Fachkräfte, die heutzutage mehr denn je nachhaltige Ansätze erwarten.«

Dabei können die SDGs auf den unterschiedlichsten Ebenen zu Neuerungen führen: von Produkten über Prozesse und dem Einsatz innovativer Materialien bis hin zu neuen Ansätzen in der Unternehmenskultur oder in der Stakeholder-Kommunikation. Um die Potenziale der SDGs zu heben, dürfen sich die Unternehmen durchaus Hilfe holen, meint Robin Hesch (26), Projektmanager Technologie beim Thinktank Bayern Innovativ GmbH in Nürnberg. »Die SDGs sind komplex. Damit die Betriebe sich nicht überfordert fühlen, ist ein niederschwelliger und indi-

vidueller Zugang wichtig.« Die Unternehmen sollten sich die Ziele aussuchen, die am besten zu ihrem Kerngeschäft passen, daraus innovative Lösungen entwickeln und dann weitere Ziele angehen. Bayern Innovativ unterstützt die Betriebe mit einem SDG-Assessment, »das bei der Bestandsaufnahme hilft und Maßnahmen vorschlägt, die ihrerseits wiederum zu Innovationen führen«, so Hesch.

Die bayerischen IHKs und das bayerische Landesamt für Umwelt wiederum haben zur Unterstützung der Firmen gemeinsam mit Pilotunternehmen einen SDG-Wegweiser entwickelt (s. Kasten). Die Münchner ilapo gehört zu diesen Pilotfirmen. Eine wesentliche Neuerung, die sie auf Basis der SDGs auf den Weg brachte, waren innovative Verpackungen. »Wir kaufen und verkaufen Medikamente in aller Welt. Dabei fällt sehr viel Verpackungsmaterial an, das in der Regel nach einmaligem Gebrauch im Restmüll landet«, erklärt ilapo-Geschäftsführerin Fuchsberger-Paukert. Mittlerweile nutzt ilapo für temperaturempfindliche Medikamente Kühlboxen, die bis zu 50-mal wiederverwendet und anschließend recycelt werden können, gleiches gilt für die Temperaturmesser in den Boxen. Bei nicht gekühlten Medikamenten sind die Boxen selbst und das Füllmaterial nun aus recycelfähigem Papier. Auch die Lieferscheintaschen sind nicht mehr aus Plastik, sondern aus Papier.

Weitere Schritte folgten: Verhaltenskodizes für die Lieferanten zur Sicherung fairer Lieferketten, Senkung des CO₂-Ausstoßes oder eben die klimafreundliche Mobilität. »Was uns besonders gefreut hat: Wir werben über spielerische Aktionen, Vorträge oder nun unseren Nachhaltigkeitsbericht auch bei den Beschäftigten, Kunden und Lieferanten für die SDGs«, sagt CSR-Beauftragte Gollmitzer. »Sie alle haben sich auf das neue Mindset eingelassen, ziehen mit und erhöhen die Wirkung der SDGs.«

Bereits seit geraumer Zeit auf dem Weg zu mehr Nachhaltigkeit ist auch die Don Bosco Medien GmbH, ein zum Salesianer-Orden gehörender Verlag mit Druckerei in München und Ens Dorf und ebenfalls ein Pilotunternehmen. »Unsere Energieversorgung basiert auf Hackschnitzeln, wir



Foto: Claudia Klinger, Don Bosco Medien

»Die Auseinandersetzung mit den SDGs hat uns noch achtsamer werden lassen.«

**Reinhard Graf,
Prokurist Don Bosco Medien**

nutzen beim Drucken umweltfreundliche Farben, sind seit 2019 klimaneutral«, erklärt Prokurist Reinhard Graf (59). »Die Auseinandersetzung mit den SDGs hat uns jedoch noch achtsamer werden lassen.« Das führte zu weiteren Innovationen. Zum einen wurde auf Basis der SDGs das Verlagsprogramm ausgebaut. In 15 neuen Publikationen sind diese nun auch inhaltlich Thema. Zum anderen wirken die UN-Ziele in der Produktion: So unterstützt das Unternehmen die Entwicklung einer Druckfarbe, die kein Mikroplastik, keine Schwermetalle oder genmanipulierte Substanzen enthält. »Zudem lassen sich diese neuen Farben komplett und unschädlich aus dem Papier herauswaschen, sodass dieses nicht grau, sondern weiß wiederverwertet werden kann«, erläutert Graf. Beim Papier selbst achtet die Druckerei

schon länger darauf, dass es aus zertifiziertem Holz gewonnen wurde oder recycelt ist. Nun denkt der Betrieb zudem über Alternativen aus Gras nach.

»Mittelfristig sollen unsere Unternehmen kreislaufforientiert und abfallfrei arbeiten«, betont Graf. »Damit fühlen wir uns gegenüber neuen Anforderungen vom Gesetzgeber oder von Stakeholdern gut vorbereitet und zukunfts fest. Vor allem aber«, so ergänzt er, »lassen wir uns aus Verantwortung gegenüber Menschen und Schöpfung von den SDGs auf neue Wege bringen.«

IHK-Ansprechpartnerinnen zu SDGs

Verena Jörg, Tel. 089 5116-1502
verena.joerg@muenchen.ihk.de
Dr. Henrike Purtik, Tel. 089 5116-1105
henrike.purtik@muenchen.ihk.de

SDG – mit diesen Instrumenten gelingt der Einstieg

► Der kostenlose SDG-Wegweiser für kleine und mittlere Unternehmen, den die bayerischen IHKs gemeinsam mit dem bayerischen Landesamt für Umwelt im Umwelt- und Klimapakt Bayern entwickelt und herausgegeben haben, stellt alle 17 SDGs vor. Er zeigt in Theorie und Praxis, wie sie sich umsetzen lassen, und bietet praktische Arbeitshilfen sowie Handlungsanweisungen zum niederschweligen Einstieg. Download unter:

**[www.umweltpakt.bayern.de/
nachhaltigkeit/aktuelles/3330/
sdg-wegweiser-kleine-mittlere-
unternehmen](http://www.umweltpakt.bayern.de/nachhaltigkeit/aktuelles/3330/sdg-wegweiser-kleine-mittlere-unternehmen)**

► Die von Bayern Innovativ durchgeführten Innovations-Assessments bieten kleinen und mittleren Unternehmen zehn kostenlose Beratertage. Dabei können sie anhand von 15 Fragen prüfen, wie SDG-gerecht ihr Geschäftsmodell bereits ist. Bayern Innovativ wertet die Antworten aus, generiert einen Report, der auch konkrete Maßnahmevorschläge enthält, und bietet Unterstützung bei der Umsetzung. Zudem erhalten die Unternehmen eine Orientierung, wo sie in ihrer Branche im europäischen Vergleich stehen. Weitere Informationen unter:

**[www.bayern-innovativ.de/seite/
innovations-assessments](http://www.bayern-innovativ.de/seite/innovations-assessments)**



Dichter Verkehr, nicht nur zu Stoßzeiten – B16

Foto: Stefan Bottler

Warten auf die B16neu

Die durchgehende Erweiterung der B16 zur dreispurigen Ost-West-Verbindung kommt seit Jahren nicht voran. Unternehmen beklagen massive Nachteile und drängen auf einen raschen Ausbau.

STEFAN BOTTLER

Sie startet im Oberpfälzer Wald nahe Roding Richtung Südwesten, passiert Regensburg, Ingolstadt, Neuburg an der Donau und Donauwörth, biegt bei Günzburg in den Süden ab und endet im Allgäu bei Füssen. Über rund 340 Kilometer hinweg verbindet die B16 wichtige Wirtschaftsstandorte in Südbayern und ist Tangentialstraße zu den Autobahnen A93 (Hof), A9 (Nürnberg), A8 (Stuttgart) und A96 (Lindau). Weil die größtenteils zweispurige Bundesstraße vielerorts ein überdurchschnittlich hohes Verkehrsaufkommen aufweist, haben Bund und Freistaat sich bereits vor Jahrzehnten auf einen

kreuzungsfreien Ausbau mit mindestens drei Spuren verständigt. Allerdings wurde bislang nur die Trasse von Roding bis Regensburg erweitert. Sie heißt jetzt B16 neu. Auf den weiteren Abschnitten sind lediglich Ortsumfahrungen realisiert worden. Eine durchgehende B16neu lässt hingegen weiter auf sich warten, obwohl der Bundeswegeplan 2030 den Ausbau in den »vordringlichen Bedarf« eingestuft hat, ihm also höchste Priorität einräumt. Jetzt machen die Industrie- und Handelskammern Druck. In einem gemeinsamen Positionspapier fordern Ausschüsse und Gremien der IHK für München und Ober-

bayern, der IHK Regensburg für Oberpfalz/Kehlheim und der IHK Schwaben den »zeitnahen, schrittweisen, durchgängigen und mindestens dreispurigen« Aus- und Umbau der einzigen Ost-West-Verbindung in Südbayern. »Nur so kann das gestiegene Verkehrsaufkommen bewältigt werden und nur so wird gewährleistet, dass sich Pkw-Verkehre, leichte Nutzfahrzeuge und Schwerverkehre nicht gegenseitig behindern«, schreiben die IHKs. Eine Verkehrszählung von 2015 ermittelte, dass in einzelnen Abschnitten mehr als 3000 schwere Nutzfahrzeuge am Tag unterwegs sind. Das entspricht dem

Lkw-Aufkommen von Autobahnen. »Mittlerweile dürften die Zahlen weiter gestiegen sein«, sagt Tobias König, Referent der IHK für München und Oberbayern.

Vor allem zwischen Regensburg und Günzburg haben sich neuralgische Punkte weiter verschärft. An wenigstens einem Dutzend Straßenabschnitten stehen nahezu an jedem Werktag Fahrzeuge im Stau. Viele Unternehmen wissen von Mitarbeitern und Lieferanten zu berichten, die regelmäßig verspätet an ihren Standorten eintreffen und mehr Zeit als vorgesehen für Rückfahrten und Auslieferungen einplanen müssen.

Über 200 Unternehmen haben das IHK-Papier bereits unterzeichnet, Tendenz steigend. Auch die großen Konzerne Airbus und Audi haben sich der IHK-Initiative angeschlossen. »Die B16 ist als regionale Verkehrsader für unseren Standort von herausragender Bedeutung«, betont Georg Munnes, Werkleiter von Airbus Defence and Space GmbH in Manching. »Als einzige Ost-West-Achse ist sie eine zentrale Straßenverbindung für unsere Lieferanten in der Region und außerdem die tägliche Pendelstrecke für sehr viele Mitarbeiter.« Wenn Staus auf der B16 Einschränkungen im Betrieb nach sich zögen, sei dies ärgerlich und führe auch bei den Kunden zu Unzufriedenheit. »Für einen wachsenden Standort wie Manching ist eine gut ausgebaute und leistungsfähige Verkehrsinfrastruktur ein sehr wichtiger Standortfaktor«, bekräftigt Munnes. Rund 5600 Airbus-Angestellte entwickeln und bauen am Standort Manching militärische Flugsysteme. Hinzu kommen mehrere hundert Soldaten der Bundeswehr und Mitarbeiter von wehrtechnischen Dienststellen, die ebenfalls regelmäßig über die B16 zum Airbus-Standort fahren.

Aber auch immer mehr mittelständische Unternehmen der Region klagen über betriebliche Beeinträchtigungen als Folge des zähen Verkehrsflusses. Vor allem produzierende Betriebe, die ihren Mitarbeitern oft kein Homeoffice anbieten können, wünschen eine schnelle Realisierung der B16 neu. »Mit mehreren Hundert An- und Auslieferungen pro Tag sind wir voll auf eine funktionierende B16 angewiesen«, sagt Manfred Hoffmann, Geschäftsführer der Sonax GmbH (Hoffmann Group)

in Neuburg an der Donau. Vor allem aus Richtung Donauwörth haben die Verkehre in den letzten Jahren stark zugenommen. Am liebsten wäre dem Familienunternehmer eine Trasse mit vier Spuren. Aber er wisse natürlich auch, dass Forderungen nach dem Aus- beziehungsweise Neubau von Straßen alles andere als populär sind. »Mit drei Spuren wird sich die Situation spürbar entspannen«, ist Hoffmann überzeugt.

Auch die IHKs halten einen kreuzungsfreien Aus- beziehungsweise Umbau auf diesem Niveau für ausreichend. Ausdrücklich erinnert ihr Papier an die vielen überregionalen Lkw-Verkehre. Jede Ampel erfordere ein Abbremsen und Anfahren, was nicht nur die Fahrzeit verlängere, sondern auch Lärm verursache und die Luft belaste. »Wir haben unsere Forderungen sorgfältig abgewogen«, bekräftigt Elke Christian, Leiterin der IHK-Geschäftsstelle Ingolstadt. Mögliche Verkehrsverlagerungen auf die Schiene wurden geprüft, zumal zwischen Regensburg und Günzburg parallel zur B16 die Donautalbahn fährt. Weil jedoch lediglich einzelne Trassenabschnitte zweigleisig ausgebaut sind, können die vorhandenen Schienengüterverkehre nicht gesteigert werden.

Die Unterzeichner des Papiers plädieren im Übrigen vehement für Maßnahmen zum Lärmschutz und gegen Luftver-

schmutzung. »Überzeugende Lösungen dürfen am finanziellen Aufwand nicht scheitern«, heißt es in dem Papier. Auch die Verkehrssicherheit spricht für den Aus- und Umbau. Regelmäßig macht die B16 mit schweren Unfällen Schlagzeilen, weil Verkehrsteilnehmer ein Stauende übersehen oder an unübersichtlichen Stellen überholen.

»Eine kreuzungsfreie Abfahrt zum Werk unterstreicht unser Selbstverständnis und unseren Anspruch in puncto Sicherheit sowohl auf der Straße als auch in der Luft«, betont Helmut Färber, Standortleiter von Airbus Helicopters Deutschland GmbH in Donauwörth. Solche und weitere Argumente haben Unternehmer der Region am 12. November 2021 auch der bayerischen Verkehrsministerin Kerstin Schreyer (CSU) vorgetragen. »Wir planen zeitnah weitere Treffen mit verantwortlichen Verkehrspolitikern«, kündigt IHK-Geschäftsstellenleiterin Elke Christian an. ■

IHK-Ansprechpartner zum Thema Verkehr

Tobias König, Tel. 089 5116-1237
tobias.koenig@muenchen.ihk.de

zur Region Ingolstadt

Elke Christian, Tel. 0841 93871-12
elke.christian@muenchen.ihk.de

MIT UNS GELINGT IHR PROJEKT

- Maler-Lackierarbeiten
- Balkonsanierung
- Fassadensanierung
- Sand-Wasserstrahlarbeiten
- Betoninstandsetzung mit SIVV-Schein
- Bodenbeschichtung
- WDVS
- Asbestrückbau lt. TRGS 519

L & P
LETTL & PARTNER
MALERBETRIEB

**ZUVERLÄSSIG
KOMPETENT
LEISTUNGSSTARK**

Johann-Karg-Str. 44, 85540 Haar/Salemdorf, lettl.partner@gmail.com
Telefon: +49 (0)89 99 94 17 30, Fax: +49 (0)89 37 96 91 45



Die Heimat der *Miesbacher Joppe*

Das Bayrische Trachtenhaus Karl Jäger vertreibt nicht nur sorgfältig ausgesuchte Dirndl, Lederhosen und Janker. Das 145 Jahre alte Unternehmen produziert auch immer noch selbst. Verkauft wird im Stammhaus und in zwei Filialen – und seit Kurzem im eigenen Onlineshop.

EVA ELISABETH ERNST

Klassiker –
Johannes Reiter
zeigt die
Miesbacher
Joppe



Foto: Thorsten Jochim

Dirndl in allen Farben und Größen, bunte Schultertücher, bestickte Lederhosen, handgestrickte Strümpfe, Trachtenwesten aus Stoff und Strick – und natürlich die original Miesbacher Joppe: Das umfassende Sortiment im Bayrischen Trachtenhaus Karl Jäger ist beeindruckend und lässt wohl kaum einen Wunsch an traditionell oberbayerische Bekleidung offen. Ins Stammhaus in Miesbach sowie in die Filialen in Rosenheim und Tegernsee kommen durchaus auch Touristen. Vor allem aber kaufen hier Einheimische ein, die Wert auf Originaltrachten legen.

Gegründet wurde das Unternehmen 1876 vom Schneidermeister Josef Jäger in der Bahnhofstraße im Herzen Miesbachs. Auch heute noch befinden sich Ladengeschäft und Näherei in diesem Gebäude – allerdings wurde es in den vergangenen 145 Jahren mehrfach umgebaut und erweitert. Unter der Regie von Karl Jäger, dem Sohn des Gründers, wurde hier um 1910 die Original Miesbacher Joppe entwickelt, das »Urprodukt« des Hauses, wie Johannes Reiter (58) betont, der das Unternehmen gemeinsam mit seinem Bruder Markus Reiter (59)

Zum Unternehmen

- ▶ seit 1996 im Besitz von Johannes und Markus Reiter
- ▶ je nach Saison 30 bis 40 Mitarbeiter
- ▶ Stammhaus in Miesbach, Filialen in Tegernsee und Rosenheim
- ▶ seit 2020 Onlineverkauf über eigenen Shop

www.karljaeger-trachten.de

Foto: Thorsten Jochim



Tracht –
modern präsentiert

vor einem Vierteljahrhundert übernommen hat. Die robuste Joppe wird auch heute noch aufwendig von Hand bestickt und ist fester Bestandteil der Garderobe in vielen Trachtenvereinen und bei den Bayerischen Gebirgsschützen. Der Loden, aus dem auch zahlreiche weitere hauseigene Kreationen hergestellt werden, stammt meist von der Lodenweberei Reiter in Dietramszell, die sich wiederum im Besitz der Familie von Johannes Reiter befindet und von dessen Vater gegründet wurde.

In der Schneiderei sind je nach Saison bis zu zehn Mitarbeiter beschäftigt. Neben Maßanfertigungen und der Miesbacher Joppe werden dort noch weitere Trachtenjacken, aber auch Lodenmäntel und Ausstattungen für Firmen und Vereine produziert. Vor dem Kauf des Unternehmens durch die Gebrüder Reiter war der Anteil an Berufsbekleidung, der in der Näherei gefertigt wurde, deutlich höher. Doch 1999 gründeten Johannes und Markus Reiter die Reiter Corporate Fashion GmbH, die sich seither mit der Produktion dieser Aufträge befasst. Diese Abspaltung sorgte für eine klare Arbeitsteilung: Johannes Reiter konzentriert sich vorwiegend auf das Trachtensegment, Markus Reiter auf die Berufsbekleidung.

Bei der Auswahl der Lieferanten für das restliche Sortiment achtet Johannes Reiter auf Authentizität: »Wir arbeiten aus-

schließlich mit namhaften Herstellern zusammen, etliche davon sind befreundete Betriebe aus der Region, die großen Wert auf Qualität und Ursprünglichkeit legen. Viele der verwendeten Stoffe dessinieren wir selbst und arbeiten auch mit eigenen Formen und Schnitten«, erklärt der gelernte Textiltechniker.

Seit dem vergangenen Jahr kann das Sortiment des Trachtenspezialisten auch im Internet bestellt werden. »Wir hatten schon länger geplant, einen eigenen Onlineshop zu starten«, sagt Reiter. »Durch Corona haben wir dieses Projekt beschleunigt.« Damit konnte zumindest ein kleiner Teil der massiven Umsatzeinbrüche aufgefangen werden. »Tracht ist ja eine Anlassbekleidung. Im Lockdown und in den Zeiten davor und danach, in denen keine Volks- und Musikfeste stattfanden, gab es halt weniger Anlässe, Tracht zu tragen«, so Reiter. Der Trachteneinzelhandel habe daher ganz besonders unter der Pandemie gelitten. Und auch wenn es seit dem Sommer 2021 langsam wieder aufwärts geht, stellt er eine gewisse Verunsicherung in der Bevölkerung fest: »Das Geschäft läuft noch längst nicht so wie vorher, die Kontinuität fehlt.«

Mit dem Umsatz des Onlineshops ist Johannes Reiter durchaus zufrieden. »Er entspricht mittlerweile dem einer neu eröffneten Filiale«, sagt er. Allerdings dürfe

auch die damit verbundene Arbeit nicht unterschätzt werden. Technische Probleme gab es kaum. Doch das Fotografieren der Produkte sei aufwendig. »Schließlich soll das Ganze ja auch unsere Qualität widerspiegeln.«

Um den Shop bekannt zu machen, setzt Reiter auf Facebook und Instagram, wo das Trachtenhaus bereits über 5000 Follower hat. Dabei unterstützen ihn Sohn und Tochter, die hauptberuflich in anderen Branchen und Unternehmen beschäftigt sind. »Je aktiver wir auf unseren Social-Media-Kanälen sind, desto besser läuft der Onlineshop«, beobachtet Reiter. Die Bestellungen werden vom Stammhaus in Miesbach aus verschickt. Das Warenwirtschaftssystem, an das auch die Filialen angeschlossen sind, sorgt für Transparenz bezüglich der Bestände. Die Bestellungen kommen von Kunden aus ganz Deutschland. »Aber wir liefern auch regelmäßig in die USA«, sagt Reiter.

Der Unternehmer sieht bayerische Tracht als wichtiges, gewachsenes Kulturgut, das sich laufend weiterentwickelt. »Eine Tracht ist ein Symbol der Verbindung und Zugehörigkeit zu einer bestimmten Region, deren Menschen und Traditionen«, sagt er. Doch auch wenn es in seinem Unternehmen nur die Originale gibt, hat er kein Problem mit Landhausmode und Pseudotrachten. »Das ist letztlich so eine modische Geschichte. Die Menschen, die so etwas kaufen, schätzen zwar die bayerische Lebensart, haben aber meist relativ wenig Ahnung davon, was sie da tragen«, sagt er. »Doch der eine oder andere fängt dann an, sich besser zu informieren und das Ganze zu hinterfragen.« Früher oder später kaufe er sich dann vielleicht eine originale Tracht. ■

Impulse für *Neues*

Wie innovativ ist der Medienstandort Bayern? Eine neue Studie untersucht, wie die Unternehmen der Branche mit neuen Technologien, Digitalisierung und geändertem Nutzerverhalten umgehen.

— EVA SCHRÖDER —



Gefragt – innovative Medienangebote und Geschäftsmodelle

Von Roboterjournalismus über künstliche Intelligenz bis hin zu virtuellen Umgebungen – die Medienbranche wandelt sich rasant. Wie die Unternehmen mit den Herausforderungen dieser Veränderungen zurechtkommen und welche Chancen sie nutzen, hat die Innovationsstudie »Media Innovation made in Bavaria« analysiert. Für die Untersuchung wurden 257 Firmen der Branche im Auftrag von XPLR: MEDIA, der Initiative der Bayerischen Staatskanzlei für den Medienstandort, befragt. Neben etablierten Medienhäusern aus Film, TV, Werbung und Hörfunk nahmen auch zahlreiche Start-ups teil, was für die Innovationskraft des Standorts spricht. Die überwiegende Mehrheit der Firmen ist dem Wandel gegenüber aufgeschlossen: 72 Prozent sagen, dass Innovationen einen hohen bis sehr hohen Stellenwert für sie haben. Größter Treiber von Innovationen ist die veränderte Mediennutzung. Rund 60 Prozent der befragten Firmen sehen sie als Motor und Schrittmacher für Neuerungen. Danach folgen veränderte Kundenbedürfnisse als Im-

pulsgeber sowie neue Kanäle und Plattformen noch vor digitalen Technologien (s. Grafik).

Der technologische Fortschritt – vor allem die künstliche Intelligenz (KI) – erhöht den Veränderungsdruck auf klassische Medienangebote. Den stärksten Innovationsdruck erzeugt KI bei Virtual (VR),

Extended (XR) und Augmented (AR) Reality, den schwächsten bei TV, Streaming und Film. Die Firmen reagieren auf den Veränderungsdruck: Bis zum Jahr 2026 planen über 40 Prozent von ihnen, neue Geschäftsmodelle zu etablieren.

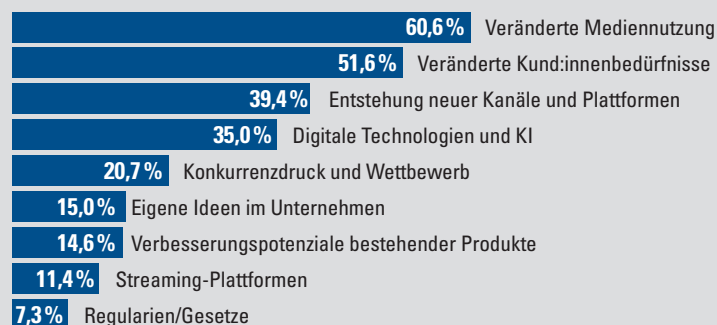
Die größten Hürden bei der Entwicklung von Innovationen sind nach Ansicht der Firmen über alle Teilbereiche hinweg intern fehlendes methodisches Verständnis oder fehlende Strukturen. Auf Platz zwei und drei der Hindernisse stehen zu wenig kreative Ideen oder mangelnde Zeit.

Von der Politik fordern Audio- und VR/XR/AR-Unternehmen klarere Rechtsstrukturen im Internet. Marketing- und Verlagsspezialisten erwarten Anreize für die digitale Transformation. Am dringendsten ist über alle Mediensparten hinweg die Forderung nach weniger Bürokratie, jedes zweite der befragten Medienunternehmen spricht sich dafür aus.

www.xplr-media.com/de

Treiber von Innovationen

Was beeinflusst die Entwicklung von Innovationen in der Medienbranche? (Mehrfachnennungen möglich)



Veränderte Mediennutzung ist für Bayerns Medienunternehmen der Innovationstreiber schlechthin. Für ein Drittel kommt KI dabei große Bedeutung zu.



Illustration: zaie/Adobe Stock

Mutmacher in *schwierigen* Zeiten

Der renommierte Exportpreis Bayern ehrt kleine und mittelständische Betriebe mit besonderen Erfolgen im Auslandsgeschäft. In diesem Jahr geht der Preis an Firmen mit besonders kreativen Strategien in Coronazeiten.

MECHTHILDE GRUBER

Die Pandemie mit ihren zahlreichen Einschränkungen und teilweise geschlossenen Grenzen konnte sie nicht abhalten: Viele kleine und mittelständische Unternehmen im Freistaat haben sich auch in Coronazeiten nicht auf den heimischen Markt beschränkt, sondern ihre Geschäftserfolge im Ausland gesucht. 40 von ihnen haben sich in diesem Jahr um den Exportpreis Bayern beworben. »Insbesondere für kleine, international tätige Unternehmen waren die letzten Monate herausfordernd.

Umso beeindruckender sind deren Erfolgsgeschichten im Auslandsgeschäft«, sagt Jurymitglied Manfred Gößl, Hauptgeschäftsführer des Bayerischen Industrie- und Handelskammertags (BIHK). Die

Special Edition des Exportpreises Bayern soll diese Unternehmen würdigen und gleichzeitig als Mutmacher bekannt machen. »Ich bin beeindruckt, mit welchem Engagement, mit welchen Ideen und auch mit welcher Risikobereitschaft die drei Gewinner die Herausforderungen in Coronazeiten erfolgreich gemeistert haben«, betont Gößl.

Den Exportpreis vergeben das Bayerische Wirtschaftsministerium, der BIHK und die Arbeitsgemeinschaft der bayerischen Handwerkskammern in Zusammenarbeit mit Bayern International. In diesem Jahr wurde der Exportpreis Bayern in drei speziellen Kategorien verliehen:

► Erfolgreiche Auftragsabwicklung in Coronazeiten

► Gelungene Markterschließung und Kundengewinnung in Coronazeiten
► Beachtliche Innovation in Coronazeiten

Die Erstplatzierten der drei Kategorien wurden am 17. November 2021 in einem feierlichen Festakt ausgezeichnet. Zwei der drei Gewinner kommen aus Oberbayern. Wir stellen diese beiden Unternehmen und ihre Exportkonzepte auf den folgenden Seiten vor. ■

**IHK-Ansprechpartner
zum Exportpreis**

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

Fairness zahlt sich aus

Für Franz Schroll, den Gründer, Inhaber und Geschäftsführer der gleichnamigen GmbH, ist ein faires Miteinander das Erfolgsrezept – auch und gerade im Auslandsgeschäft.

»Ganz gleich, ob es der Kunde, ein Lieferant oder Partner ist, ein Geschäft muss immer für beide Seiten passen«, sagt Franz Schroll, Geschäftsführer der Franz Schroll GmbH. Bei der Leitung des Familienbetriebs in Chieming wird der 59-Jährige von seinen Töchtern Katja (28) und Lena (25) tatkräftig unterstützt. Als die Firma vor 30 Jahren gegründet wurde, war sie hauptsächlich in der Möbelschreinerei im hochwertigen Innenausbau tätig. Seit 2000 hat sich das Unternehmen auf die Realisierung von Wellnessbereichen für Privatkunden und Hotels spezialisiert.

Erste Erfahrungen im Auslandsgeschäft konnte Franz Schroll als Subunternehmer in entfernten Märkten wie Dubai, den Bahamas oder Russland sammeln. Heute ist die Firma in vielen Ländern als direkter Anbieter unterwegs. Die stärksten Auslandsmärkte sind Italien und Österreich, aktuell bedient das Unternehmen aber auch Anfragen aus Dubai und Jordanien.

»Als mit der Coronakrise der erste Lockdown kam, war das für uns die totale Verunsicherung«, sagt Prokuristin Katja Schroll. Die Hotellerie legte geplante Projekte erst einmal auf Eis, ein extremer Umsatzeinbruch war zu erwarten. Doch es kam anders.

Als abzusehen war, dass der Lockdown länger dauern würde, nutzten die Hoteliers die Zeit für Umbauten. Projekte, die für spätere Jahre geplant waren, wurden vorgezogen. »Der von uns befürchtete Umsatzrückgang hat sich total ins Positive gewendet«, sagt Katja Schroll. »Auch der private Wellnessbereich boomt nach wie vor.«

Die Auftragslage ist gut. Unter Lieferengpässen musste der Betrieb nicht leiden, auch wenn Massivholz und Platten kaum noch verfügbar waren. Fairness und Liefere-

rantentreue hätten sich gerade in diesen schwierigen Zeiten ausgezahlt, betont die Prokuristin: »Unsere Lieferanten, denen wir immer treu waren, haben uns jetzt in der Krise bevorzugt bedient, diese Wertschätzung hat gutgetan.«

Das Unternehmen reagierte aber auch schnell auf die neuen Anforderungen. »Das Thema Private Spa, das es schon länger gibt, hat durch Corona eine noch größere Priorität bekommen«, sagt Schroll. Deshalb überarbeitete das Unter-

lich große Herausforderung«, sagt Katja Schroll: »Quasi wie im Liveticker saß ich am Telefon und habe mich über die jeweils neuesten Bestimmungen und Vorgaben in den einzelnen Ländern informiert.« Vor allem für Italien, wo gerade drei große Projekte parallel liefen, war der Organisationsaufwand für das kleine Unternehmen enorm. »Wir waren aber gut vorbereitet, das hat sich auch bei den zahlreichen Kontrollen gezeigt, bei denen wir immer unbeanstandet blieben«, sagt Lena Schroll, die



Erfolgreich an die Anforderungen der Pandemie angepasst – Firmenchef Franz Schroll mit seinen Töchtern Lena (l.) und Katja Schroll

Foto: Franz Schroll GmbH

nehmen sein Erfolgsprodukt Außensauna, Spa Cube genannt, komplett im Hinblick auf die neuen Anforderungen durch die Pandemie. Die Modelle reichen von der klassischen Gartensauna bis zur Komplettlösung mit Sauna, Ruhebereich und überdachtem Außenbereich. Die Spa Cubes werden für jeden Auftraggeber individuell in Chieming gefertigt, mit einem Tieflader zum Standort befördert und dort von Schroll-Mitarbeitern platziert. Dies hatte in der Pandemie für den Versand ins Ausland den zusätzlichen Vorteil, dass langwierige Montagearbeiten mit mehreren Mitarbeitern entfallen. Denn, »die Entsendung unserer Monteure trotz Grenzsicherungen und Quarantäneregeln war eine wirk-

nach einem Innenausbaustudium und als gelernte Schreinerin auch selbst bei den Montagen einspringt, »wenn es brennt«. Mit Geduld, Durchhaltevermögen und der Unterstützung der Kammern können auch kleine Unternehmen die gestiegenen Herausforderungen im Auslandsgeschäft gut meistern, ist Katja Schroll überzeugt. Dass auch das Engagement der Mitarbeiter entscheidend zum Erfolg beiträgt, ist im Familienbetrieb selbstverständlich. »Vom Exportpreis erhoffen wir uns deshalb vor allem eine Anerkennung und Motivation für unsere Mitarbeiter«, sagt Franz Schroll. »Gut, wenn das Lob für sie nicht nur von uns und unseren Kunden, sondern auch einmal von höherer Stelle kommt.«

ibidi GmbH, Gräfelfing

Sieger in der Kategorie: Erfolgreiche Auftragsabwicklung in Coronazeiten

Engagement wird belohnt

Die ibidi GmbH hat die Auswirkungen der Pandemie auf die Lieferketten früh vorausgesehen und entschlossen gegengesteuert – mit Erfolg.

»Der Exportpreis ist vor allem eine Anerkennung für unsere Mitarbeiter. Sie haben während der Pandemie, einer Zeit voller Unsicherheiten, einfach Ausgezeichnetes geleistet. Das war beeindruckend«, sagt Valentin Kahl. Der 50-Jährige ist gemeinsam mit dem gleichaltrigen Roman Zantl

land sind mit 50 Prozent Anteil die USA. Die europäischen Länder sowie Japan und China sind ebenfalls wichtige Märkte für den Mittelständler.

Dass das Unternehmen so gut durch die Coronakrise kommen würde, war dabei anfangs nicht abzusehen. Zu Beginn der Pandemie ab Mitte März 2020 wurden die Geschäftsführer mit einem starken Umsatzeinbruch konfrontiert. »Das zweite Quartal 2020 war wirklich eine Katastrophe, so-

sich gegen Lieferprobleme abzusichern. »Wir sind mit vollen Lagern in die Krise gegangen, was natürlich ein hohes Risiko war, da dort viel Geld geparkt war«, erklärt der ibidi-Manager. »Das war ein bisschen sportlicher, als man es gerne hätte.« Am Ende aber hat sich das Risiko gelohnt: Liefertreue war für ibidi auch während der Pandemie kein Problem.

Eine weitere, von der Auftragsabteilung initiierte Maßnahme half dabei, die Produkte während der Pandemie zuverlässig auch in asiatische Märkte zu liefern. Die Mitarbeiter hatten frühzeitig erfahren, dass etwa in China der Zoll alle Waren bei der Einfuhr desinfizierte. Umgehend wurden deshalb die Verpackungen bei ibidi entsprechend modifiziert, um diese Prozedur zu überstehen. Die ibidi-Produkte trafen daher unbeschädigt und ohne Verspätung bei den asiatischen Kunden ein. Die Entwickler und Vertriebsmitarbeiter im unfreiwilligen Homeoffice konnten sogar neue Geschäftsfelder erschließen, erklärt Geschäftsführer Zantl. Durch die direktere Onlinekommunikation mit den Schlüsselkunden auch in der Pharmaindustrie habe sich nebenbei eine Kundenakquise ergeben, die eigentlich nicht geplant war: »Da alle im Homeoffice saßen und Muße für den Austausch hatten, konnten wir neue Kontakte knüpfen. Gleichzeitig ist bei uns das Verständnis für den Bedarf der Pharmaindustrie gewachsen.«

Schnell auf neue Fragestellungen zu reagieren, gehört bei ibidi zur Unternehmens-DNA. Während der Coronakrise entwickelte die Firma auf Anfrage verschiedener Forschungsgruppen sehr schnell eine Innovation in der Zellmikroskopie, die letztlich dazu beitragen kann, die Entwicklung von Therapien gegen Viren zu beschleunigen. Trotz Corona wird die Virologie bei ibidi aber nur ein Teilbereich bleiben, betont Zantl: »Immunologie, Herz-Kreislauf-Erkrankungen und Krebs stehen bei uns im Fokus. Wir liefern die Werkzeuge, um sie zu verstehen.«

In der Krise Kunden akquiriert – Valentin Kahl (l.) und Roman Zantl, Geschäftsführer von ibidi



Foto: ibidi GmbH

Mitgründer und Geschäftsführer der ibidi GmbH in Gräfelfing. Die Firma begann 2001 als universitätsnahes Start-up. Heute entwickelt, produziert und vertreibt das Unternehmen weltweit »Werkzeuge für die Lebenswissenschaften«, wie Kahl es beschreibt. »Wir stellen Systeme her, in denen man lebende Zellen unter körperähnlichen Bedingungen kultivieren sowie analysieren kann und dadurch versteht, was in diesen Zellen passiert, wenn Krankheiten auftreten.«

Die Kunden sind Wissenschaftler aus Forschungseinrichtungen und Universitäten weltweit, neuerdings kommen sie auch aus der Pharmaindustrie. Hauptexport-

dass wir Kurzarbeit anmelden mussten«, sagt Kahl. Aber schon im Juli erhöhte sich die Nachfrage rapide, vor allem im Bereich Virologie waren die Produkte von ibidi stark gefragt.

Trotz weltweit unterbrochener Lieferketten konnte das Unternehmen seine Kunden zuverlässig bedienen. Das Erfolgsgeheimnis: Bereits im Februar 2020, als sich die Coronakrise erst andeutete, aber man bei ibidi ahnte, dass dies ein größeres Thema werden könnte, hatte das Unternehmen vorausschauend alle seine Lager mit Rohprodukten aufgefüllt. Auch bei der US-amerikanischen Tochtergesellschaft wurde ein eigenes Lager aufgebaut, um

Kulturschätze im Web

Das Webportal »bavarikon« zeigt Kulturgüter online. Auch das Bayerische Wirtschaftsarchiv präsentiert mehr als 170 einmalige Objekte aus der Wirtschaftsgeschichte des Freistaats.

EVA MOSER

Am Computer oder auf dem Tablet einmalige Kulturschätze Bayerns bewundern – kein Problem: Das Internetportal »bavarikon« zu Kunst und Kultur des weiß-blauen Freistaats macht es möglich. Über hochwertige Digitalisate, also elektronische Versionen von Druckwerken aus Bibliotheksbesitz, haben Forscher ebenso wie interessierte Bürger Zugriff auf die Kultur- und Wissenschaftsschätze des Landes – jederzeit, weltweit und kostenfrei. Das Spektrum reicht von Handschriften, Urkunden, Archivalien und archäologischen Funden über Münzen, Gemälde und Fotografien bis hin zur bil-

denden Kunst und Volkskultur. Auch das Bayerische Wirtschaftsarchiv ist als Partner mit dabei. Es präsentiert in bester digitaler Qualität mehr als 170 einmalige Objekte aus der bayerischen Wirtschaftsgeschichte.

Die Bandbreite ist groß: Sie umfasst das Arbeiterverzeichnis der Lokomotivfabrik Maffei 1851–1857 ebenso wie ein Klassenfoto der Schülerinnen der Riemerschmid'schen Handelsschule 1899 oder die Zulassungslizenz Nr. 1 der amerikanischen Militärregierung für die Herausgabe der Süddeutschen Zeitung vom 6. Oktober 1945. Mit ausgewählten Expo-

naten hat das Archiv sogar den Sprung in die »Glanzlichter« geschafft, wie die Macher von »bavarikon« besonders herausragende Stücke nennen. Auf der Bestenliste findet sich etwa die prachtvolle Abendspeisekarte des Löwenbräu-Kellers aus dem Jahr 1888 mit der Spezialität »Esterhazy-Braten« (Bild rechts). Zu den Highlights gehört aber auch die grafisch schön gestaltete Inhaber-Schuldverschreibung von 1899 (links), mit der die Bayerische Börse und die IHK für München und Oberbayern den Bau des gemeinsamen »Hauses für Handel und Gewerbe« am Maximiliansplatz finanzierten.



Einmalige Rarität – die Schuldverschreibung zur Finanzierung des Hauses für Handel und Gewerbe, 1899



Nach Motiven von Albrecht Dürer – Abendspeisekarte des Münchner Löwenbräu-Kellers, 1888



Foto: Christian Endt

Erfolgreicher Spendensammler –
Goldschmied Anton Kölbl

Foto: Sebastian Weidenbach

Spendiermaß – der Erlös geht an Schausteller in Nöten

Ein *Prosit* der Solidarität

Der Goldschmied Anton Kölbl startete im Sommer eine Aktion zugunsten existenzbedrohter bayerischer Schausteller. Sein kleiner Anstecker, die Spendiermaß, hat bisher Spenden in Höhe von 16000 Euro eingebracht.

HARRIET AUSTEN

Herr Kölbl, wie kamen Sie auf die Idee mit der Spendiermaß?

Im Frühjahr war klar, dass das Oktoberfest zum zweiten Mal ausfällt. Als begeisterter Wiesn-Fan dachte ich an die Schausteller, die Umsatzausfälle von 100 Prozent hinnehmen müssen, und beschloss, sie mit meinen Möglichkeiten zu unterstützen. Ich hatte während meiner Lehrzeit mal ein Maß-Grundmodell als Übung angefertigt. Das lag in der Schublade und wartete auf den richtigen Einsatz. Jetzt war es so weit – als kleines Zeichen der Solidarität. Und der Maßkrug passt ja prima zum Thema.

Und wie haben Sie den Namen gefunden?

Ich habe lange herumjongliert mit verschiedenen Begriffen, bis ich quasi auf dem Heimweg eine Eingebung hatte. Übrigens hat mir eine Rechtsanwaltskanzlei dringend geraten, den Namen schützen zu lassen – und es gleich pro bono für mich erledigt.

Über welche Kanäle haben Sie die Aktion bekannt gemacht?

Erst im Freundeskreis, dann über eine Website, einen Onlineshop, Facebook und Instagram. Sehr schnell kamen die Me-

dien auf mich zu und dadurch erhielt ich immer mehr Bestellungen. Mich haben aber auch viele aus der Region unterstützt, wie zum Beispiel die Privatbrauerei Schweiger aus Marktschwaben, die ein Gewinnspiel daraus gemacht hat. Oder der Donisl-Wirt Peter Reichert, für den ich einen Werbeerbeerdeckel entworfen habe.

Wer sind denn die typischen Kunden, die eine Spendiermaß ordern?

Das sind Menschen, die die bayerische Lebensweise schätzen und gern Tracht tragen. Sie kaufen die Spendiermaß meist

für den Hut oder die Weste. Ich habe aber auch Bestellungen aus Frankfurt, Hamburg und Berlin.

Bei Ihnen kaufen ja auch Firmen ein. Wie verwenden die den kleinen Anstecker?

Manche haben 30 bis 40 Stück bestellt,

Zur Person

Anton Kölbl, Jahrgang 1990, absolvierte eine Ausbildung zum Goldschmied und arbeitete danach ein Jahr in Rosenheim, bevor er 2011 zu einem renommierten Goldschmied in München wechselte. 2017 gründete er zusätzlich sein eigenes Atelier Kölbl, in dem er mit der Herstellung von Hirschfängern begann. Im Juni 2021 startete Kölbl die Aktion Spendiermaß, um bayerische Schausteller zu unterstützen.

www.spendiermass.de

um sie ihren Mitarbeitern oder Kunden statt eines Präsents oder einer Einladung zur Wiesn zu überreichen.

Sie haben eine Firma mit dem Gießen der Rohmodelle beauftragt. Weshalb fertigen sie diese nicht selbst an?

Für mich wäre das Gießen zu teuer und aufwendig gewesen. Mit den fertigen Gussteilen habe ich immer noch genügend Arbeit. Denn ich muss bei jedem Stück den Gusskanal absägen, die Oberfläche glatt feilen, beizen und bürsten, die Anstecknadel anlöten und bei der silbernen Variante den Stempel aufdrücken.

Sie hatten sich anfangs zum Ziel gesetzt, 100 Stück herzustellen. Jetzt sind es 1200 geworden. Wie haben Sie das geschafft?

Ehrlich gesagt, habe ich nächtelang gearbeitet, nachdem mein kleiner Sohn im Bett lag. Ich musste das alles ja nebenbei machen. Die Buchhaltung hat mir zum Glück meine Frau abgenommen. Richtig heftig wurde es im September zur Wiesnzeit. Da gingen die Bestellungen durch die Decke.

Wie viel verlangen Sie für eine Spendiermaß?

Die bronzene Variante kostet 39 Euro, die silberne 49 Euro. Abzüglich Material und sonstiger Kosten geht der Rest – etwa 30 Prozent des Preises – an die Historische Gesellschaft Bayerischer Schausteller.

Auf diese Weise sind 16000 Euro zusammengekommen, die Sie überreichen konnten. Wie haben Sie den Verein gefunden?

Am Anfang dachte ich, das sei das kleinste Problem. Aber ich habe lange suchen müssen. Das war eine richtige Odyssee, weil ich das Geld ja an einen Verein abliefern musste, der eine Spendenquittung ausstellen kann. Letztlich stieß ich auf die Historische Gesellschaft und hatte in der Vorsitzenden Yvonne Heckl eine Ansprechpartnerin.

Dort haben Sie helle Freude ausgelöst. Wie wird das Geld verwendet?

Bei den Schaustellern brennt es an vielen kleinen Ecken, es fehlt oft am Notwendigsten, an grundlegenden Dingen: Die Stromrechnung kann nicht bezahlt werden, die Autoreifen sind komplett abgefahren, die Gebühren für die Weihnachtsmärkte stehen an.

Was nehmen Sie persönlich aus dieser Aktion mit?

Ich bin bekannt geworden, habe viel positives Feedback bekommen und außerdem viel gelernt, vor allem unternehmerisches Denken. Und ich war gerührt von der Solidarität und Hilfsbereitschaft der Menschen.

Die Aktion sollte ursprünglich im Oktober auslaufen. Wie geht es jetzt weiter?

Am 1. Dezember öffnet der Onlineshop wieder und es gibt die Spendiermaß in einer limitierten Anzahl zu kaufen. Ich werde sogar eine vergoldete Anstecknadel herausbringen. Die Spende kommt wieder den Schaustellern zugute. Weil die ganze Aktion so gut etabliert ist, mache ich nächstes Jahr weiter, aber für unterschiedliche gute Zwecke.

Nächste Messe:
08.03.-10.03.2022 LogiMAT

Das
nach da?
Läuft.



Unsere Förderanlagen.
Automatisch, innovativ,
wirtschaftlich & leise.

Wir beraten Sie gerne.
www.haro-gruppe.de

HaRo®





Neue Rechte
für Kunden

Ein echtes Update

Ab 2022 gelten umfangreiche neue Gewährleistungsregeln beim Verkauf an Konsumenten. Händler sollten sich gut auf die Änderungen vorbereiten.

MELANIE RÜBARTSCH

Was da auf Händler zurollt, hat es in sich. »Wir erwarten enorme Auswirkungen durch die neuen Regeln zum Kaufrecht«, sagt Volker Schlehe, Leiter des Referats Zivil- und Handelsrecht der IHK für München und Oberbayern. Zum 1. Januar 2022 treten umfangreiche Änderungen zum bisherigen Gewährleistungsrecht beim Handel mit Verbrauchern in Kraft. Sie beruhen auf der Umsetzung einer EU-Richtlinie, die das Ziel hat, das Kaufrecht innerhalb der EU zu harmonisieren und Verbraucher stärker zu schützen – unter anderem bei Produkten mit digitalen Funktionen.

»Im Endeffekt kann ein Käufer künftig einfacher und in einem längeren Zeitraum als bisher vom Vertrag zurücktreten. Dann muss der Händler den Neupreis zurückerstatten«, erklärt IHK-Experte Schlehe. Insbesondere bei hochpreisigen Waren kann das für den Verkäufer zum finanziellen Risiko werden.

»Händler müssen daher dringend ihre Allgemeinen Geschäftsbedingungen, Vereinbarungen mit Herstellern und Lieferanten und internen Abläufe an die neuen Bedingungen anpassen«, rät der Jurist. Auch Schulungen des Verkaufspersonals sind wichtig. Anwendbar sind die neuen Regeln auf alle Kaufverträge, die ab dem 1. Januar 2022 mit Verbrauchern geschlossen werden. Das sind die wichtigsten Änderungen im Überblick:

Die Beweislast für Händler wird schärfer

Käufer können grundsätzlich nur dann Reparatur oder Neulieferung verlangen, wenn die Ware schon beim Kauf einen Mangel hat. Bislang gilt: Beruft sich der Käufer auf einen Fehler, wird in den ersten sechs Monaten nach der Übergabe quasi vermutet, dass wirklich einer vorliegt. Der Verkäufer muss in diesem Zeitraum nur dann nicht auf die Käuferforderungen eingehen, wenn er nachweisen kann, dass die Sache mangelfrei war oder der Fehler auf unsachgemäßem oder übermäßigem Gebrauch der Ware beruht. Ab Januar gilt diese Vermutungsregel nun zwölf Monate lang.

»Für Händler ist die Beweisführung aber in der Regel extrem schwierig oder mit unverhältnismäßig hohen Kosten zum Beispiel für Gutachter verbunden. Und je

Darum geht's

- **Verschärfte Beweislast, Aktualisierungspflichten, höhere Anforderungen beim Verkauf von B-Ware oder gebrauchten Produkten – die neuen Regeln stärken die Verbraucherrechte und erhöhen die Pflichten für Händler.**
- **Schneller und häufiger als bisher droht in Zukunft die Rückerstattung des Neupreises.**

länger der Kauf her ist, desto schwieriger wird es«, weiß Rechtsexperte Schlehe. Wie soll ein Händler belegen, dass etwa ein gekaufter Rasenmäher nicht nur wie üblich ein- bis maximal zweimal pro Woche benutzt wird, sondern jeden Tag auch in der Nachbarschaft oder im Kleingartenverein zum Einsatz kommt?

»An dieser Stelle ist wichtig, dass Händler ihr Qualitätsmanagement noch einmal gut prüfen und sicherstellen, dass ihre Waren möglichst in jedem Fall über ihre normale Nutzungsdauer hinweg funktionieren«, rät Schlehe. Insbesondere Verkäufer von hochpreisigen Produkten gehen ganz auf Nummer sicher, wenn sie sogar Rückstellungen für Reklamationen bilden.

Pflicht zum Update

Das neue Kaufrecht führt eine zusätzliche Produktgruppe ein: digitale Produkte und Waren mit digitalen Elementen. Erfasst sind davon nicht nur offensichtlich digitale Waren wie Smartphones, Computer oder Software. Auch Autos mit digitalen Elementen oder intelligente Haushaltsgeräte gehören dazu, etwa Saugroboter. Bei diesen Produkten hat der Verkäufer künftig eine Aktualisierungspflicht. Diese soll sicherstellen, dass die Technik auch dann noch funktioniert, wenn sich das digitale Umfeld, zum Beispiel die Cloud-Infrastruktur, ändert. Neben dieser Interoperabilität geht es auch darum, dass der Käufer regelmäßige Sicherheits-Updates erhält und der Händler ihn darüber informiert.

Zwei große Probleme sind mit dieser Pflicht verbunden. »Zunächst ist die konkrete Dauer nicht festgelegt«, sagt Schlehe. Letztlich muss der Händler über die gesamte normale Nutzungsdauer Updates zur Verfügung stellen. Die Nutzungsdauer wiederum hängt immer von dem jeweiligen Gegenstand ab. »Mindestens muss die normale Gewährleistungsfrist von zwei Jahren zugrunde gelegt werden«, so Schlehe. Ein Auto zum Beispiel hat jedoch eine reguläre Lebensdauer von durchschnittlich 13 Jahren. Der Jurist erwartet, dass erst rechtliche Auseinandersetzungen



**Saugroboter –
Updates sind Pflicht**

Foto: zalesky/Adobe Stock

gen in dieser Frage zu einer Konkretisierung führen werden.

Das zweite Problem: Die Aktualisierungspflicht trifft den Händler, nicht den Hersteller, der die Updates anfertigt. Die Verkäufer müssen also unbedingt über ihre Lieferantenverträge sicherstellen, dass die Hersteller die Updates automatisch zur Verfügung stellen. »Vor dem Hintergrund ist es auch ratsam, sich seine Lieferantenliste nochmals gut anzuschauen«, betont IHK-Experte Schlehe. Ist davon auszugehen, dass der Zulieferer die Updates wirklich bereitstellt? Andernfalls kann es teuer werden für den Händler. »Im Zweifel müsste er noch Jahre nach dem Verkauf den Neupreis zurückerstatten, wenn sich der Käufer auf einmal auf die ausbleibende Aktualisierung beruft«, so Schlehe.

Immerhin: Um den Händler in diesen Fällen etwas zu schützen, hat der Gesetzgeber die Verjährung der Regressansprüche des Verkäufers gegenüber den Lieferanten verlängert. Sie tritt nun frühestens zwei Monate nach dem Zeitpunkt ein, zu dem der Verkäufer die Gewährleistungsansprüche seines Käufers erfüllt. Die aktu-

ell noch geltende Höchstgrenze von fünf Jahren ist ebenfalls gekippt.

B-Ware – Abweichungen schriftlich festhalten

Eine Ware muss den objektiven Anforderungen entsprechen. Das heißt, sie muss alle Eigenschaften und Funktionen aufweisen, die man als Käufer gewöhnlich von diesem Produkt erwarten kann. Zugleich sind damit die Informationspflichten gestiegen, wenn eine bestimmte Ware vom Standard abweicht: Vorführgeräte, Ausstellungsstücke, gebrauchte Gegenstände. Mit einem Schild, das ein Produkt als B-Ware kennzeichnet, oder der Klausel »gekauft wie gesehen« ist es künftig nicht mehr getan, um darauf basierende Gewährleistungsrechte auszuschließen.

Der Händler muss dem Käufer vielmehr sämtliche Abweichungen von der Norm vor Kaufabschluss auflisten und später ausdrücklich schriftlich vereinbaren. Die AGB, Formularverträge oder Kästchen zum Ankreuzen im Onlinehandel reichen dafür nicht aus. »Hier kommt vor allem

auf Gebrauchtwarenhändler eine Menge an Dokumentation zu«, warnt Schlehe.

Käufer können schneller zurücktreten

Verbraucher haben grundsätzlich immer erst einen Anspruch auf Nacherfüllung, also auf Reparatur oder Neulieferung. Nur wenn der Käufer für Reparatur oder Lieferung explizit eine Frist gesetzt hat und diese ergebnislos ablief, konnte er die Ware zurückgeben, den Preis mindern oder Schadensersatz verlangen. Das fällt künftig weg. Es reicht also, dass der Verbraucher die Ware rügt. Dann ist der Verkäufer am Zug. Wird er innerhalb einer »angemessenen« Frist nicht aktiv, kann der Käufer sofort mindern oder den Kaufpreis zurückverlangen. »Händler müssen also dafür sorgen, dass Sachmängel mög-

lichst zügig bearbeitet werden, wenn sie ihr Recht auf Reparatur oder Nachlieferung behalten wollen«, so der Jurist.

Längere Gewährleistungsfrist

Die normale Gewährleistungsfrist beträgt zwei Jahre. Dabei bleibt es auch. Zeigt sich in dieser Zeit ein Mangel, tritt die Verjährung des Anspruchs allerdings künftig immer erst vier Monate danach ein. Das heißt: Tritt der Fehler am gekauften PC zum Beispiel im 23. Monat nach dem Kauf auf, kann sich der Käufer noch bis zum 27. Monat Zeit lassen, seine Ansprüche geltend zu machen. ■

Eine Übersicht der Neuregelung steht auf der IHK-Webseite unter:

www.ihk-muenchen.de/kaufrecht-2022

Der neue Praxisratgeber »Kaufrecht für den Handel« der DIHK-Gesellschaft für berufliche Bildung enthält neben Erläuterungen und Praxisbeispielen auch alle einschlägigen Gesetzestexte. Der Leitfaden kostet 18,90 Euro und kann bestellt werden unter:

www.dihk-bildung.shop – Rubrik »Weiterbildung« – »Informationsmaterialien«

IHK-Ansprechpartner zum Kaufrecht

Volker Schlehe, Tel. 089 5116-1254
volker.schlehe@muenchen.ihk.de

Andrea Nützel, Tel. 089 5116-1318
andrea.nuetzel@muenchen.ihk.de

Vielen Dank!

Mit der Johanniter-Weihnachtsaktion »Unternehmen spenden!« unterstützen Sie den ehrenamtlichen Bevölkerungsschutz der Johanniter in Ihrer Region.

Helfen Sie mit Ihrer Weihnachtsspende!

Weitere Informationen unter:
www.johanniter.de/weihnachtsaktion



JOHANNITER

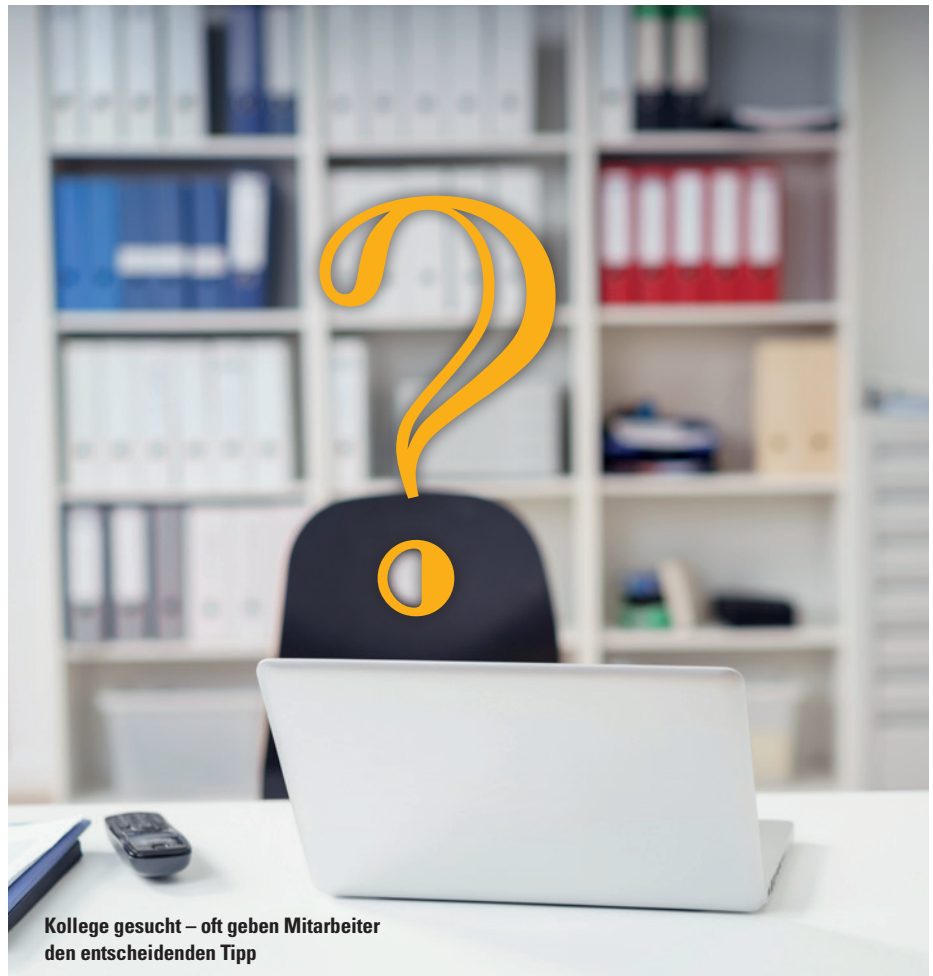
Noch *viel* Potenzial

Empfehlungsprogramme für Mitarbeiter führen zu mehr Bewerbern und Einstellungen gerade auch in engen Märkten – vorausgesetzt, sie sind gut gemacht. Worauf es dabei ankommt.

————— BÄRBEL SCHWERTFEGER —————

Schon gehört? Wir können auch netto!« So bewirbt das Klinikum Garmisch-Partenkirchen sein Prämiensprogramm für Mitarbeiter, die neue Pflegekräfte, medizinisch-technische Radiologieassistenten oder Hebammen anwerben. Insgesamt 3000 Euro netto bekommen die Mitarbeiter dafür. Für eine Pflegekraft sei das manchmal fast ein ganzes Monatsgehalt, erklärt Esther Trunk, Personalmanagerin bei der Klinikum Garmisch-Partenkirchen GmbH. »Aber das ist einfach eine Win-win-Situation.« Auch die Geschäftsführung sei sofort angetan gewesen, als Trunks Vorgänger das Programm ins Leben rief. »Die stecken das Geld für die Personalsuche lieber in ihre eigenen Mitarbeiter«, so die Personalerin. Offenkundig mit Erfolg. In den ersten drei Quartalen hat das Krankenhaus so mehr als zehn neue Mitarbeiter gewonnen – vor allem Pflegekräfte.

Wie Unternehmen Prämien für die Empfehlung neuer Mitarbeiter einsetzen, zeigt die »Benchmark Studie 2021: Mitarbeiter werben Mitarbeiter« der firstbird GmbH, eines Anbieters von digitalen Empfehlungsprogrammen. Recruiting- und HR-Manager aus 331 Unternehmen weltweit nahmen daran teil, die meisten von ihnen (39 Prozent) kamen aus kleineren Firmen mit bis 500 Mitarbeitern. Ein Ergebnis: Im deutschsprachigen Raum nützen mehr als zwei Drittel ein Mitarbeiter-Empfehlungsprogramm. Gesucht werden damit vor allem erfahrene Spezialisten und Fachkräfte. Im Schnitt führen sechs empfohlene Kandidaten zu einer Einstellung. 92 Prozent der Unternehmen mit Empfehlungsprogramm vergeben Geldprämien, die Mehrheit zahlt zwischen 501 und 1000 Euro. Dabei hängt die Summe oft vom jeweiligen Job und von der Dringlichkeit ab, mit der ein Mitarbeiter gesucht wird.



Kollege gesucht – oft geben Mitarbeiter den entscheidenden Tipp

Dies bestätigt auch Andrea Feidner-Beyer, Director of Training & HR Development der Munich Hotel Partners GmbH. »Bei uns liegt die Prämie bei 500 Euro, aber auch mal bei 1000 Euro – je nachdem, wie schnell die Stelle besetzt werden muss.« Die Art der Position selbst spiele dabei keine Rolle. Im September 2018 hatte der Betreiber von sechs Hotels und mehreren Restaurants sein bisheriges Empfehlungsprogramm auf eine digitale Lösung des Anbieters Talentry GmbH umgestellt

und so gleich im ersten Jahr 51 neue Mitarbeiter gewonnen. Mit dem digitalen Empfehlungsprogramm ist Munich Hotel Partners noch eine Ausnahme. Laut Studie nützen bisher nur 16 Prozent der Unternehmen eine digitale Lösung.

»Wir haben viele junge und technikaffine Mitarbeiter«, erklärt Personalmanagerin Feidner-Beyer. »Die können jetzt eine Jobbeschreibung einfach per E-Mail oder WhatsApp an ihre Bekannten verschicken.« Auch potenzielle Bewerber müs-

Foto: contrastwerkstatt/Adobe Stock

sen nur noch auf die Anzeige klicken und landen dann direkt im Bewerbungsmanagementsystem. »Da wird eine große Hemmschwelle abgebaut«, erklärt Feidner-Beyer. Bis zum Ausbruch der Coronapandemie lief das Programm gut, jetzt starte man langsam wieder neu. Ihre Prämie bekommen die Empfehler, wenn der neue Mitarbeiter eingestellt wurde und an seinem ersten Arbeitstag erscheint.

Beim Klinikum Garmisch-Partenkirchen hat man die Zahlungen dagegen gestaffelt. Sobald Mitarbeiter über ein Formular im Intranet einen Vorschlag einreichen, bekommen sie ein kleines Anerkennungsgeschenk im Wert von 20 Euro. Zur Wahl stehen ein Kinogutschein, eine Fahrt mit der Seilbahn oder ein Guthaben auf der Prämienkarte, mit der sie in verschiedenen Geschäften einkaufen können. Wenn der oder die Neue den Job antritt, gibt es 1000 Euro und weitere 2000 Euro, wenn er oder sie auch nach der Probezeit bleibt. »Wer seine Geldprämie splittet und zum richtigen Zeitpunkt zahlt, kann den Erfolg seines Empfehlungsprogramms deutlich erhöhen«, erklärt Thomas Bittner, der als Geschäftsführer der Kölner Beratung Organomics GmbH die Studie ausgewertet hat. »Prämien sind wie Belohnungen und da sind zwei besser als eine.« Doch in Teilen überweisen nur die wenigsten Unternehmen die Belohnungen. 71 Prozent zahlen ihre Prämien zu einem bestimmten Zeitpunkt aus, und zwar am häufigsten nach sechs Monaten (32 Prozent). »Das ist zu spät und geht auf Kosten von mehr Empfehlungen«, warnt Bittner.

Sein Tipp: Lieber die Prämie auf zwei Zeitpunkte verteilen, am besten bei Ver-

tragsunterzeichnung des Kandidaten und bei seinem Arbeitsantritt. Auch wenn die Summe dieselbe sei, werde der aufgeteilten Zahlung ein psychologisch höherer Wert zugemessen als der Überweisung auf einen Schlag. Unternehmen, die bis zum Ende der Probezeit warten, handeln unfair gegenüber dem Empfehler. Denn der könne schließlich nichts dafür, wenn ein Neueinsteiger nicht mit seinem Chef klarkommt oder der Job in der Realität anders als erwartet ist.

Foto: Munich Hotel Partners



»Geld ist immer noch das, was am besten ankommt.«

**Andrea Feidner-Beyer,
Director of Training & HR Development
Munich Hotel Partners**

Ärgerlich sei es für Mitarbeiter oft auch, dass sie die Prämie als geldwerten Vorteil versteuern müssen, beobachtet Bittner. Eleganter sei es, wenn die Firma das übernehme. Personalmanagerin Trunk vom Klinikum Garmisch-Partenkirchen sieht noch einen weiteren Knackpunkt: »Aufgrund der unterschiedlichen Steuerklassen ist das einfach ungerecht.« Deshalb zahle das Klinikum die Steuer und so bekomme jeder dieselbe Summe.

Als Prämie eigne sich nicht nur Geld, auch wenn das einfach und bequem sei, sagt Experte Bittner. Es gebe wirkungsvollere

Mittel, Wertigkeit und Wertschätzung signalisieren, erklärt er. »Die beste Wirkung hat ein emotionales Erlebnis, weil man seine Erinnerung daran immer auch mit der Empfehlung verbindet.« Das könne ein Yoga-Kurs in den Alpen oder ein Abendessen für Freunde sein. Bisher vergeben nur 15 Prozent der Unternehmen auch nicht-monetäre Prämien wie Urlaubstage, Gutscheine oder Geschenke. »Da schlummert noch viel Potenzial«, meint der Berater. Am besten sei ein Punktesystem mit einem

Cafeteria-System, bei dem sich jeder aus einem Sortiment die passende Belohnung herausuchen kann. Das sei zwar aufwendiger, aber letztlich auch wirksamer.

»Geld ist immer noch das, was am besten ankommt«, meint dagegen Personalmanagerin Feidner-Beyer. Sie habe jedoch auch schon daran gedacht, andere Prämien anzubieten. Schließlich müsse man sich immer wieder etwas Neues einfallen lassen, um das Programm am Leben zu halten. Das rät auch Experte Bittner: »Lieber immer wieder mal ein kleiner Schubser als nur eine Aktion zu Beginn.« ■



www.laumer.de

FASSADENVIELFALT AUS ARCHITEKTURBETON

#hochwertig
#eindrucksvoll
#modern

Laumer
Bahnhofstr. 8 · 84323 Massing

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

Sichtbar ökologisch

Stakeholder fordern verstärkt, dass Unternehmen nachhaltig handeln. Das von der Europäischen Kommission entwickelte Umweltmanagementsystem EMAS hilft, diesen Ansprüchen nachzukommen, und schafft zudem Transparenz.

EVA MÜLLER-TAUBER



Illustration: Rawpixel.com/Adobe Stock

Wenn Geschäftspartner fragen, wie es um die Umweltleistung der Augustiner-Bräu Wagner KG bestellt ist, reichen Konrad Stuffer (45) ein paar Klicks und schon hat der Umweltmanagementbeauftragte der Münchner Brauerei detaillierte Informationen zu Energieverbrauch, CO₂-Ausstoß oder Abwasser parat. Und wer sich einen Gesamtüberblick verschaffen will, welchen Stellenwert das 500-Mitarbeiter-Unternehmen ökologischen Themen beimisst, dem schickt er per Mail die gut 50 Seiten lange Umwelterklärung. Diese hat Stuffer erst vor ein paar Monaten zusammen mit dem unternehmensinternen Umweltma-

nagementteam im Rahmen von EMAS (Eco-Management and Audit Scheme) erstmals erstellt.

Seit März 2021 darf die Brauerei offiziell das Logo des bewährten europäischen Umweltmanagementsystems (UMS) tragen. »An sich machen wir schon lange einiges im Bereich Ökologie, stellen etwa einen Großteil unseres Stroms durch den Betrieb unseres Blockheizkraftwerks und der Photovoltaikanlagen selbst her oder nutzen zur Wärmeerzeugung auch das in unserer Abwasseraufbereitungsanlage erzeugte Biogas«, erzählt der Diplomingenieur für Brauwesen. Bereits 2012 nahm das Unternehmen am Umweltberatungs-

programm ÖKÖPROFIT (ÖKOlogisches PROjekt Für Integrierte Umwelt-Technik) teil, seit 2014 ist es gemäß der DIN EN ISO 50001 zertifiziert. »Aber wir wollten nicht nur in puncto Energie optimal aufgestellt sein, sondern generell alle Umweltschutzthemen stärker fokussieren und das, was wir diesbezüglich tun, noch mehr systematisieren.«

Das zu tun, empfiehlt sich auch für andere Unternehmen. Denn konsequenter Umwelt- und Klimaschutz wird für Wirtschaftsbetriebe künftig immer mehr zum Muss: Schließlich will die EU im Zuge des sogenannten Green Deal den Übergang zu einer modernen, ressourceneffizien-

ten und gleichzeitig wettbewerbsfähigen Wirtschaft schaffen, die bis 2050 netto keine Treibhausgase mehr ausstößt und ihr Wachstum von der Ressourcennutzung abkoppelt.

»Im Zuge dessen kommen immer mehr Berichtspflichten auf die Unternehmen zu«, sagt IHK-Fachreferentin Susanne Kneißl-Heinevetter. Generell erwarteten Stakeholder schon heute, dass Unternehmen unabhängig von Größe und Branche nachweislich umweltbewusst handeln und ihre Aktivitäten transparent machen. »Hier bietet EMAS, das seit 25 Jahren existiert und in Bayern bereits von rund 300 Organisationen an rund 750 Standorten genutzt wird, einen sehr guten systematischen und zukunftsicheren Ansatzpunkt«, so Kneißl-Heinevetter.

Das scheint auch die Augustiner-Bräu Wagner KG überzeugt zu haben. Sie wollte ein Umweltmanagementsystem (UMS) einführen, »das bei Kunden wie Behörden und weiteren Interessengruppen hoch angesehen und international bekannt ist«, erklärt der Umweltbeauftragte Stuffer.

Schnell fiel die Wahl auf EMAS, das nicht nur die internationale Umweltmanagementnorm DIN EN ISO 14001 integriert, sondern darüber hinausgeht – unter anderem, weil es eine Umwelterklärung und mehr Rechtssicherheit bietet. Mithilfe ihres externen Dienstleisters, der sie schon bei ÖKOPROFIT und der Einführung ihres Energiemanagements begleitet hatte, sowie aufgrund der umfassenden Vorarbeit und der Datenlage war es möglich, dass die Augustiner-Bräu Wagner KG EMAS innerhalb eines Jahres im Unternehmen etablierte.

Stuffers Fazit fällt schon jetzt sehr positiv aus: »Die umfassende Analyse zieht einen fortlaufenden Verbesserungsprozess nach sich, denn wir durchleuchten wiederholt den ganzen Betrieb aus interner wie externer Sicht auf umweltrelevante Aspekte, setzen uns Umweltziele, formulieren Maßnahmen, um diese zu erreichen, und prüfen deren Wirksamkeit.« Beispielsweise sparen die Vorschläge aus der Belegschaft, die Reinigungsprozesse von Tanks und Leitungen zu optimieren, nicht nur Reinigungsmittel, sondern auch Zeit. EMAS werde zudem nicht nur von Kunden honoriert, »die immer häufiger nach einer

Zertifizierung fragen«, so Stuffer, sondern auch vom Staat. »So prüft uns die Überwachungsbehörde nun nicht mehr jährlich, sondern nur noch alle drei Jahre«.

Dass sich der Aufwand, EMAS im Unternehmen zu implementieren, in mehrfacher Hinsicht lohnt, kann auch Evi Weichenrieder (47) bestätigen. »Vor allem in den Anfangsjahren haben wir durch gezielte Maßnahmen enorm Wasser, Energie und Müll eingespart, was sich natürlich auch ökonomisch positiv ausgewirkt hat«, erzählt die Leiterin der HiPP-Nachhaltigkeitskommunikation. »Und heute ist die EMAS-Umwelterklärung mit ihren detaillierten und fundierten Daten eine solide Grundlage für unsere gesamte Nachhaltigkeitsberichterstattung.«

Der Babynahrungshersteller aus Pfaffenhofen an der Ilm hatte das europäische UMS bereits 1995 eingeführt und gehörte zu den ersten drei EMAS-zertifizierten Firmen in Deutschland. Mittlerweile dürfen alle HiPP-Standorte das Siegel tragen. Zuletzt wurde EMAS im Werk in Herford

sparungspotenzial durchforsten und unvermeidbare Emissionen durch den Kauf von Klimazertifikaten mehr als ausgleichen«, erklärt Weichenrieder.

Doch ökologisches Handeln allein reicht nicht aus, das erkannte HiPP schon um die Jahrtausendwende und erweiterte den Umweltaspekt um die soziale und ökonomische Perspektive zu einer gesamt-nachhaltigen. Das Unternehmen fragte beispielsweise zusätzlich: Wie gehen wir mit Mitarbeitern und Wettbewerbern um? Wie setzen wir Gewinne ein? Schon früh hießen die Umweltberichte bei HiPP Nachhaltigkeitsberichte. Heute treiben ein fünfköpfiges Nachhaltigkeitsteam am Stammsitz und die jeweiligen Qualitätsmanagementbeauftragten an den einzelnen Standorten das Thema im Unternehmen voran.

Seit 2018 ist HiPP EMASplus zertifiziert. Das Nachhaltigkeitsmanagementsystem basiert auf EMAS und zeigt, wie sich wirtschaftsethische Werte und unternehmerische Verantwortung in die Organisa-

IHK-Leitfaden: Schritt für Schritt zu EMAS

Warum kann es sinnvoll sein, EMAS zu implementieren? Welche Ressourcen sind nötig? Die IHK hat einen neuen Leitfaden für die Praxis erstellt, der solche Fragen beantwortet.

Der EMAS-Leitfaden bietet konkrete Handlungsempfehlungen zur Umsetzung des Umweltmanagementsystems EMAS.

Die Broschüre zeigt auch Schnittstellen zu anderen Management- und/oder Reportingsystemen (zum Beispiel ISO 14001, ISO 50001, ISO 9001, Nachhaltigkeitsberichterstattung) sowie Unterschiede auf.

Den Leitfaden gibt es zum Download unter: www.ihk-muenchen.de/emas

eingeführt. »Das war bereits nach der DIN EN ISO 14001 zertifiziert, insofern hatten wir dort eine gute Basis, aber EMAS ist noch anspruchsvoller, aufwendiger umzusetzen, wird dafür aber auch noch mehr geschätzt«, so Weichenrieder.

Nächstes herausforderndes Ziel von HiPP ist es, als Gesamtunternehmen über die gesamte Wertschöpfungskette vom Anbau bis zum Zentrallager des Handels bis 2025 klimapositiv zu sein. Das scheint im Bereich des Möglichen, weil das Unternehmen kontinuierlich Verbesserungsvorschläge der Belegschaft prüft und umsetzt, aber auch, »weil wir die gesamte Wertschöpfungskette aktiv auf CO₂-Ein-

tionsstrategie und die Geschäftsprozesse integrieren lassen. »Wir hoffen, dass sich der noch recht junge Standard gegenüber anderen durchsetzt«, so Weichenrieder. Für sie ist und bleibt EMAS das Mittel der Wahl: »Es hilft uns standortübergreifend bei der Kommunikation und dabei, alle gesetzlichen Vorschriften einzuhalten, ist international anerkannt und zwingt uns täglich zu prüfen: Wo stehen wir? Was können wir noch besser machen?« ■

IHK-Ansprechpartnerin zu EMAS

Susanne Kneißl-Heinevetter

Tel. 089 5116-1467

susanne.kneissl@muenchen.ihk.de

Das eigene Tempo gehen

»Für uns ist Nachhaltigkeit ein Thema, dem wir von uns aus gerecht werden wollen«, sagt Cassandra Heimgartner, Umweltreferentin der Herbaria Kräuterparadies GmbH. Das Thema werde aber auch durch die Anforderungen am Markt immer wichtiger, so die 30-Jährige, »selbst wenn wir durch rechtliche Vorgaben wie etwa das Lieferkettengesetz nur indirekt betroffen sind. Aber unsere großen Partner geben die Anforderungen an uns weiter.« Heimgartner ist auch Nachhaltigkeitsbeauftragte der SALUS-Gruppe, zu der ebenfalls der Biobetrieb mit rund 30 Mitarbeitern aus Fischbachau gehört. Schon 1997 hat dieser Betrieb EMAS eingeführt, seit 2019 ist Herbaria zudem EMASplus zertifiziert. Das Gute am Umweltmanagementsystem (UMS) und seinem darauf aufbauenden Nachhaltigkeitsmanagementsystem sei, »dass wir uns selbst Schwerpunkte vorgeben, unser eigenes Tempo gehen, unser individuelles Potenzial ausloten können«, so Heimgartner. Und weil EMASplus auf



Foto: SALUS

Cassandra Heimgartner,
Umweltreferentin
von Herbaria
Kräuterparadies

EMAS aufsetze, könne man dieselben Strukturen für die Implementierung verwenden. Da EMAS-Betriebe jährlich durch einen externen Umweltgutachter validiert werden, prüfe man zudem ständig, was sich noch verbessern lässt. Aktuelles Beispiel: Verpackungen. Durch den plastikfreien Paketversand ohne Kunststoffklebeband und Luftpolsterfolie spart Herbaria seit 2020 jährlich 20000 Meter Folie. Seit Kurzem verzichtet Herbaria außerdem komplett auf die Außenfolie beim Bio-Kräuterteesortiment im Filter-

beutel und spart dadurch weitere 30000 Meter Folie im Jahr. Die artenfreundliche Gestaltung des Firmengeländes – Stichwort Biodiversität – erfolgte ausschließlich auf Initiative der Mitarbeiter. »Diese eng in den EMAS-Prozess einzubinden, sie für das Thema zu sensibilisieren, etwa durch regelmäßige Schulungen, und die Möglichkeit, jederzeit Verbesserungsvorschläge einbringen zu können, ist besonders wichtig«, rät Heimgartner.

Deshalb werden auch die Azubis schon zu Beginn ihrer Ausbildung mit dem Thema Nachhaltigkeit konfrontiert, »dieses Jahr in Form einer Rallye, bei der sie sich einen Überblick verschaffen, was das Unternehmen diesbezüglich schon alles tut.« Unabdingbar sei zudem die entsprechende Manpower, also Verantwortliche, die die Validierung vorbereiten und das Thema stetig voranbringen. »Denn natürlich bedeutet EMAS einen nicht unerheblichen Aufwand, und nebenbei kann dessen Implementierung kaum gelingen.«

Auch international anerkannt

Eigentlich wollte die Ratioform Verpackungen GmbH EMAS schon 2016 einführen, »denn unsere Kunden verlangen nachhaltige Produkte und UMS macht durch die jährlich zu erstellende Umwelterklärung, das Logo und die Eintragung ins EMAS-Register unsere Umweltleistung nach innen wie außen sichtbar und nachvollziehbar«, erläutert Paul Fischer (52), Umweltmanagementbeauftragter des Mittelständlers (250 Mitarbeiter). »Zudem bringt es uns dazu, realistische Ziele zu formulieren, die wir zeitnah umsetzen«. Aber damals verfügte die Firma weder über eine Abfallbilanzierung noch über eine Übersicht der rechtlichen Vorschriften. Anfang 2020 packte der B2B-Verpackungsdienstleister – inzwischen nach der DIN EN ISO 50001 zertifiziert – dann das Thema beherrscht an. Er implementierte EMAS innerhalb von nur etwa drei Monaten in seiner Zentrale in Piening und ließ sich kurz

Paul Fischer,
Sicherheits- und
Umweltmanagementbeauftragter, Ratioform
Verpackungen



Foto: Video Sessner GmbH, Dachau

darauf erstmals auditieren. »Durch die ISO-50001-Zertifizierung lagen 80 Prozent der geforderten Zahlen schon auf dem Tisch«, so Fischer, der sich mit einem Projektmanager zu dieser Zeit fast in Vollzeit um das Thema kümmerte. »Wir mussten uns nur noch die Materialflüsse anschauen«. Bei rund einer Million Artikel trotz allem ein aufwendiges Unterfangen. Ratioform bildete einen Managementkreis und holte sich zur Unterstützung einen

EMAS-erfahrenen externen Dienstleister. »Dazu würde ich jedem raten, um die Umsetzung systematisch und zügig durchziehen zu können«, so Fischer. Er ist überzeugt: »EMAS hat uns einen Schub gegeben.« Es herrsche nun ein ganz anderes Umweltbewusstsein im Betrieb als zuvor. Darüber hinaus würden Ziele, wie etwa die gesamten 70 Fahrzeuge der Autoflotte bis 2024 auf E-Autos und Hybride umzustellen oder die Leuchtmittel auf LED, schneller angepackt und umgesetzt. »Und EMAS trägt dazu bei, unsere Kunden von Nachhaltigkeit zu überzeugen, auch international.« Mittlerweile hat das Unternehmen seine Standorte in der Schweiz und in Österreich ebenfalls validieren lassen. Die Validierung des Standorts in Italien ist bereits erfolgt, die Registrierung im EMAS-Register läuft derzeit, Spanien folgt 2022. Fischer: »Ich war überrascht, welches Standing EMAS auch im Ausland hat.«

Studie

Umfrage zu Flutrisiken

Auch in diesem Jahr haben Starkregenereignisse in ganz Deutschland verheerende Überflutungen verursacht. Das Münchner ifo Institut möchte gemeinsam mit der IHK für München und Oberbayern in einer Umfrage herausfinden, wie Unternehmen die Lage einschätzen: Was sind die größten Risiken und wie sollten Politik und Unternehmen mit ihnen umgehen?

Die Umfrage ist Teil eines vom Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) geförderten Forschungsprojekts zu Starkregenrisiken. Teilnehmende Unternehmen erhalten die Möglichkeit, die Ergebnisse der Umfrage vorab zu erhalten und mit den Forschenden zu diskutieren.



Überflutungen verursachten riesige Schäden

Foto: Dwi/Adobe Stock

Die Teilnahme ist selbstverständlich freiwillig, alle Angaben werden anonymisiert ausgewertet.

Unternehmen können sich an der Umfrage unter folgendem Link beteiligen: www.soscisurvey.de/starkregen_ifo_ihk

Traumfabrik^{FEE}

Firmen Event Entertainment

Sie planen ein Event und wir zaubern die Gänsehaut für Ihre Gäste mit unseren Künstlern, Musikern und Show-Konzepten von Welcome bis Good-Bye.



089 - 578 463 73
info@traumfabrik-fee.de
 Nicole Pawelke & Ingo Pawelke
 Verbinden Sie sich mit uns auf LinkedIn



*Ihre gute FEE für
 traumhaftes
 Event-Entertainment*

Info & Video

www.traumfabrik-fee.de



Tipps zum Jahreswechsel

Im auslaufenden Jahr 2021 und im kommenden Jahr 2022 müssen Unternehmen einige Änderungen im Steuerrecht beachten. Das Wichtigste im Überblick.

MONIKA HOFMANN

Trotz der Bundestagswahl gab es in den vergangenen Monaten wichtige steuerliche Neuerungen, die für Unternehmen relevant sind«, sagt Martin Clemens, Leiter des Steuerreferats der IHK für München und Oberbayern. Allerdings waren bis zum Redaktionsschluss noch einige Vorhaben offen. Hier eine Auswahl jener Änderungen, die für Firmen wichtig sein können.

Option prüfen

Zentraler Punkt des »Gesetzes zur Modernisierung des Körperschaftsteuerrechts« vom 25. Juni 2021 ist die neu eingeführte Option zur Körperschaftsteuer. Damit wird es Personenhandelsgesellschaften und Partnerschaftsgesellschaften auf Antrag ermöglicht, ab 2022 wie eine Kapitalgesellschaft besteuert zu werden. »Solche optierenden Gesellschaften werden materiell-rechtlich und verfahrensrechtlich den Kapitalgesellschaften gleichgestellt«, erläutert IHK-Experte Clemens. Dies gilt auch im Hinblick auf die Gewerbesteuer. Die Gesellschafter werden wie nicht persönlich haftende Gesellschafter einer Kapitalgesellschaft behandelt. Zivilrechtlich bleiben die Gesellschaften Personengesellschaften. Aktuelle Informationen dazu: www.ihk-muenchen.de/optionsmodell

Verlängerte Fristen nutzen

Beim Verkauf von bestimmten Wirtschaftsgütern kann noch eine steuerbilanzielle Reinvestitionsrücklage in Höhe der durch den Verkauf aufgedeckten stillen Reserven gebildet werden (§ 6b EStG). Der Gesetzgeber hat die Reinvestitionsfrist auf zwei Jahre verlängert. Steuerpflichtige können Gewinne aus dem Verkauf bestimmter Wirtschaftsgüter steuerfrei als Rücklagen einstellen. Wenn die Reinvestitionsrücklage am Schluss des nach dem 29. Februar

2020 und vor dem 1. Januar 2021 endenden Wirtschaftsjahres noch vorhanden ist und aufzulösen wäre, wird die Reinvestitionsfrist und damit die Pflicht zur Auflösung der Rücklage auf das Ende des zweiten darauffolgenden Wirtschaftsjahres verschoben.

»Dies soll die Liquidität der Unternehmen während der Coronapandemie schonen, indem während dieses Zeitraums keine Investitionen erzwungen werden und sich die Rücklagenauflösung mit Gewinnzu-

men hatten, hatte er die Investitionsfrist bereits zuvor auf vier Jahre ausgedehnt. Solche Investitionen müssten die Firmen daher bis zum Ende des 2021 endenden Wirtschaftsjahres vornehmen oder die Investitionsabzugsbeträge gewinnerhöhend auflösen. »Wegen der Pandemie ist es aber weiter fraglich, ob Firmen 2021 solche Investitionen tätigen können«, sagt Clemens. Daher verlängerte die Politik die Investitionsfrist auf fünf Jahre, sodass auch eine Investition, die erst im vor dem 1. Januar 2023 endenden Wirtschaftsjahr vorgenommen wird, noch fristgerecht bleibt. Zusätzlich wurden die entsprechenden Fristen für Investitionsabzugsbeträge verlängert, wenn die Unternehmen diese in nach dem 31. Dezember 2017 und vor dem 1. Januar 2019 endenden Wirtschaftsjahren in Anspruch nahmen. Jetzt wurde die Investitionsfrist auf vier Jahre erweitert, sodass solche Investitionen noch in den vor dem 1. Januar 2023 endenden Wirtschaftsjahren möglich sind.

Von effizienteren Verfahren profitieren

Das Abzugssteuerentlastungsmodernisierungsgesetz vom 2. Juni 2021 regelt den Steuerabzug bei der Kapitalertragsteuer neu. »Ziel ist, das Verfahren möglichst effizient zu gestalten und so weit wie möglich gegen Missbrauch und Betrug zu wappnen«, erläutert IHK-Experte Clemens. Dabei passte der Gesetzgeber auch bei beschränkt Steuerpflichtigen die Regeln zur Überlassung von Rechten EU-Vorgaben an.

Mitarbeiter einfacher beteiligen

Das Fondsstandortgesetz vom 3. Juni 2021 enthält unter anderem Neuregelungen zur Mitarbeiterbeteiligung. Für Beschäftigte in Start-ups und anderen Kleinunternehmen ist es seit dem 1. Juli 2021 attraktiver, An-



Foto: Kathleen Rekowski/Adobe Stock

Steuern – es gibt auch Entlastungen

schlag verhindern lässt«, erklärt der Experte.

Investitionsabzugsbeträge anwenden

Der Gesetzgeber verlängerte auch die Auflösungsfrist für die Investitionsabzugsbeträge. Für Investitionsabzugsbeträge, die Firmen in nach dem 31. Dezember 2016 und vor dem 1. Januar 2018 endenden Wirtschaftsjahren in Anspruch genom-

teile an ihrer Firma zu übernehmen. Bisher gab es bereits eine kleine Steuerbefreiung für die verbilligte oder unentgeltliche Überlassung von Mitarbeiterbeteiligungen. Jetzt erhöhte der Gesetzgeber den steuerfreien Höchstbetrag von 360 Euro auf 1440 Euro jährlich. Das gilt auch für die Beiträge zu den Sozialversicherungen. Zusätzlich dürfte vor allem für Beschäftigte von Start-ups interessant sein, dass die Einkünfte aus der Übertragung von Anteilen an den Unternehmen der Arbeitgeber künftig unter bestimmten Voraussetzungen zunächst nicht besteuert werden, sondern erst später. Das kann zum Zeitpunkt des Verkaufs sein, spätestens aber nach zwölf Jahren oder bei einem Arbeitgeberwechsel. Ferner wurde durch das Fondsstandortgesetz in der Umsatzsteuer eine wichtige Neuregelung eingeführt: Die Steuerbefreiung für die Verwaltung von Investmentvermögen wurde auch auf die Wagniskapitalfonds ausgedehnt.

Fristverlängerung für Steuersatzermäßigung in der Gastronomie nutzen

Mit dem dritten Coronasteuerhilfegesetz gibt es vorerst weiterhin die Steuersatzermäßigung in der Gastronomie – allerdings nur für Speisen; Getränke sind ausgenommen. Die ursprünglich bis 30. Juni 2021 befristete Anwendung des ermäßigten Umsatzsteuersatzes von sieben Prozent auf Speisen wurde bis 31. Dezember 2022 verlängert.

Mehr Zeit für Steuererklärung haben

Am 25. Juni 2021 stimmte der Bundesrat dem Vorschlag des Bundestags zu, die Abgabefrist für die Steuererklärung 2020 in bestimmten Fällen um drei Monate zu verlängern. Wenn Angehörige der steuerberatenden Berufe mit der Erstellung der Steuererklärung beauftragt wurden, verlängert sich der Termin damit auf den 31. Mai 2022. Zugleich verlängert sich der Zeitraum, in dem Steuerschuldner keine Verzugszinsen bezahlen müssen, ebenfalls um drei Monate. Das Gesetz gilt seit dem 1. Juli 2021.

Fristverlängerung für Coronasonderzahlungen einplanen

Die Politik verlängerte die Zahlungsfrist für die Steuerbefreiung von Coronason-

derzahlungen bis zum 31. März 2022. »Die Fristverlängerung führt aber nicht dazu, dass die 1500 Euro mehrfach steuerfrei ausgezahlt werden könnten, lediglich der Zeitraum für die Gewährung des Betrags wird gestreckt«, so IHK-Experte Clemens.

Grundsteuer im Blick behalten

Am 16. Juli 2021 verabschiedeten Bundestag und Bundesrat das sogenannte Grundsteuerreform-Umsetzungsgesetz. Es soll die Umsetzung der Grundsteuerreform erleichtern. »Ziel ist, den sich während der Umsetzung der Grundsteuerreform sowie aufgrund höchstrichterlicher Rechtsprechung bei der Bewertung für Zwecke der Erbschaft- und Schenkungsteuer sowie Grunderwerbsteuer ergebenden Gesetzgebungsbedarf aufzugreifen«, erläutert Clemens.

Änderung bei der Grunderwerbsteuer beachten

Mit dem Gesetz zur Änderung des Grunderwerbsteuergesetzes vom 12. Mai 2021 will der Gesetzgeber missbräuchliche Steuergestaltungen über Share Deals (Anteilskauf) in der Grunderwerbsteuer eindämmen. Er senkt daher vor allem Grenzen, verlängert Fristen von fünf auf zehn Jahre sowie die Vorhaltensfrist auf 15 Jahre. Damit erfasst er auch Anteilseignerwechsel ab einer Höhe von mindestens 90 Prozent bei Kapitalgesellschaften. Die neuen Vorgaben gelten seit 1. Juli 2021.

Entlastungen wahrnehmen

Ab dem Jahr 2022 steigt die Sachbezugsfreigrenze von 44 auf 50 Euro pro Monat. Diese Entlastung beschloss die Politik bereits mit dem Jahressteuergesetz im Dezember 2020. Entlasten soll auch die kürzlich wieder eingeführte, degressive Abschreibung in Höhe von 25 Prozent. Sie darf höchstens das 2,5-Fache der linearen Abschreibung betragen und gilt für bewegliche Wirtschaftsgüter des Anlagevermögens. »Nach aktueller Rechtslage ist sie leider beschränkt auf Investitionen in den Jahren 2020 und 2021«, so Clemens. ■

Weitere Informationen rund um das Thema Steuern auf der IHK-Website unter:

www.ihk-muenchen.de/
steueraenderungen-jahreswechsel

Wissenswertes zum Thema Corona und Steuern gibt es unter:

www.ihk-muenchen.de/de/Service/Recht-und-Steuern/Steuerrecht/Corona-und-Steuern

IHK-Ansprechpartner zum Thema Steuerrecht

Martin Clemens, Tel. 089 5116-1252
martin.clemens@muenchen.ihk.de

Mira Pezo, Tel. 089 5116-1606
mira.pezo@muenchen.ihk.de

Katja Reiter, Tel. 089 5116-1253
katja.reiter@muenchen.ihk.de

Jörg Rummel, Tel. 089 5116-1633
joerg.rummel@muenchen.ihk.de

HALLEN

INDUSTRIE | GEWERBE | STAHL

PLANUNG - PRODUKTION - MONTAGE



WOLF SYSTEM GMBH
 94486 Osterhofen
 Tel. 09932 37-0
gbi@wolfsystem.de
WWW.WOLFSYSTEM.DE



immo 4.2021

VERLAGSANZEIGE

Immobilien in München und Oberbayern



*Ein Beispiel für Arbeitswelten der Zukunft
im Businesscampus HUB.*

Foto: Business Campus / Stefan Hanke

Der Schlüssel ist Flexibilität

Multifunktionale Gebäude bieten variable Flächen

Die Pandemie mit all ihren Auswirkungen auf den Berufsalltag hat den Fokus auf neue und zunehmend hybride Arbeitsmodelle wieder verstärkt. Basis für die Arbeitswelt der Zukunft sind flexible Gebäudestrukturen und Büroflächen, wie sie an den beiden Business Campus Standorten in Garching und München seit Jahren erfolgreich umgesetzt werden.

Mehr Homeoffice, mehr Raum für Mitarbeiter, mehr Digitalisierung: Gerade nach den pandemiebedingt langen Zeiten im Homeoffice kommen die Beschäftigten mit neuen Anforderungen an ihr Arbeitsumfeld ins Büro zurück. Deutlich wird dabei, dass das Büro seine Rolle als Ort für Kommunikation, Kollaboration und Identifikation stärker wahrnehmen muss. „Das Miteinander von Büro- und Heimarbeit und die Digitalisierung der Arbeit erfordern variable Raumkonzepte mit tätigkeitsbasierten Arbeitsbereichen, die wir hier gut umsetzen können“, sagt Stephan Hof, Geschäftsführer des Business Campus München : Unterschleißheim. Gerade wurde ein weiteres Gebäude am Standort in Betrieb genommen. Das neue Multifunktionsgebäude bietet dank der besonderen Architektur verschiedenste Flächenkonzepte. Im Erdgeschoss des Gebäudes eröffnete REWE Anfang November einen Vollsortiment-Markt. Damit wurde das Infrastrukturangebot am Standort weiter ausgebaut. Eine Kindertagesstätte,



Im November eröffnet: das neue Gebäude im Business Campus München : Unterschleißheim

Foto: Business Campus / Stefan Hanke

ein voll vermietetes Ärztehaus oder das Betriebsrestaurant Freiraum bieten den Beschäftigten der ansässigen Unternehmen bereits ein attraktives Arbeits- und Serviceumfeld.

Auch der zweite Business-Campus-Standort in Garching beschäftigt sich intensiv mit der Frage, wie die Arbeitswelt der Zukunft aussehen kann. Im September eröffnete dort der Business Campus HUB, der alle Spielarten moderner Büroarbeit zeigt - vom kreativen Workshop Space für Kollaboration und Kommunikation über verschiedene Meetingräume für formellere Besprechungen, Videocalls oder spontane Treffen bis zu speziellen Deskspace und Telefonboxen für konzentriertes Arbeiten.

Zusammen mit Kooperationspartnern wurden auf einer Fläche von 700 Quadratmetern räumliche und technische

Lösungen für tätigkeitsbasiertes Arbeiten installiert. Mieter am Business Campus oder weitere Interessierte können die Flächen buchen und so die Arbeitswelt der Zukunft „live“ testen. „Unser Business Campus HUB hat den Charakter eines Labors. Wir testen gemeinsam mit unseren Mietpartnern, welche Konzepte in der Realität funktionieren und was noch verbessert werden kann. Wir können hier mit dem Business Campus HUB Inspiration für innovative Lösungen geben“, sagt Lars Dücker, Geschäftsführer des Business Campus München : Garching. Zugleich verändere sich auch die Nachfrage im Markt. „Daher ist es wichtig, dass wir unser Know-how auf dem Gebiet flexibler und zukunftsfähiger Büroflächen bei Mietpartnern und Mietinteressenten überzeugend präsentieren können“, so Dücker.

Miryam Gümbel ●



Zukunft braucht Vergangenheit

Die Transformation des Berufsbildes des Maklers in Zeiten von Digitalisierung, KI und steigenden Anforderungen an emotionale Intelligenz



Detlev Freiherr v. Wangenheim (Vorstand und Gründer),
Miriam Schnitzke (Geschäftsleitung),
André Schnitzke (Geschäftsführer Büro Münchner Süden)

Foto: Duken & v. Wangenheim

Im Zwiespalt mit Begriffen wie Digitalisierung, künstliche Intelligenz, automatisierte Prozesse, Online-Marketingkampagnen und vielen anderen neuen Themenbereichen, mit welchen sich die Immobilienwirtschaft heute beschäftigt, richtet sich der Blick kurz in die Vergangenheit, um zu überprüfen, was war es, das erfolgreich gemacht hat. Schnell antwortet die Erinnerung. Es sind und waren die persönlichen Netzwerke, die Präsenz zum richtigen Zeitpunkt mit den richtigen Personen am richtigen Ort, die Fachkompetenz der eigenen Person und der Mitarbeiter des Unternehmens sowie die eigene emotionale Intelligenz und sensible Wahrnehmung beim Erfassen des Kundenwunschs.

Es menschtelt nach wie vor in der Immobilienbranche. Lösungen werden durch Kommunikation gefunden und nicht durch standardisierte computergesteuerte Prozesse. Vielschichtige technische

Systeme und geniale Ideen der jungen Start-up Szene versuchen mit aller Gewalt „den Mensch weg zu digitalisieren“. Aber wollen wir das überhaupt? In dem Zusammenhang, wenn es darum geht, einer fachlich kompetenten Vertrauensperson die persönlichen Bedürfnisse zu schildern, Fragen nach Lösungen stellen zu können und sich bei einer der größten finanziellen Entscheidungen im Leben vertrauensvoll begleiten zu lassen?

Einen Ansprechpartner mit Menschenstimme zu haben ist heute schon Luxus.

Wer kennt das nicht, wenn man in automatisierten Hotlines mit Computerstimmen hängt und dann von neuem anfangen muss, wenn man die falsche Ziffer drückt oder gar nach einer Odyssee an Fragen hört, „es liegen noch 18 Minuten Wartezeit vor Ihnen“. Hand aufs Herz. Was hat sich denn hier in der digitalisierten Welt wirklich zur Zufriedenheit der Kunden weiterentwickelt?

Die Antwort bekommen wir täglich von unseren Kunden. Sie sind froh über eine herzenswarme und professionelle Betreuung. Über ausgebildete Mitarbeiter mit Fachkompetenz und Fingerpitzengefühl. Begleitet von technischen und digitalen Möglichkeiten, die wir heute als Unternehmen bereits in einer hervorragenden Symbiose für das maximale Kundenerlebnis und für die Kundenzufriedenheit einsetzen.

Schon lange ist unser Berufsbild nicht mehr das monotone Bild des Immobilienmaklers. Wir sind heute ein Bedürfnisorientierter Dienstleister für alle Fragen rund um Immobilien und ihre meist komplexen Sachverhalte. Als Mediatoren in familiären Angelegenheiten, Erbstreitigkeiten oder Scheidungsverfahren, als Initiator von strukturierten Bieterverfahren für Eigentümergemeinschaften mit wenig oder keiner gemeinsamen Vertrauensbasis, als Berater von Ankaufsentscheidungen und Analyse des Anlageziels und als emotionale Stütze bei der Veränderung der Lebenssituation.

Seit über 55 Jahren stehen wir für erstklassigen Service. Für hohe Fachkompetenz. Für den sympathischen Austausch.

Wir verstehen, um was es geht.



DUKEN & v. WANGENHEIM

Zuhause in München. Und im Umland.
info@wangenheim.de | 089 – 99 84 330

Wir haben was Sie suchen!



- Mietflächen von 15 m² bis 60.000 m²
- Günstiger Gewerbesteuer-Hebesatz von 320 Punkten
- In direkter Nachbarschaft zur Messe München und dem ICM
- Perfekt angebunden durch die A94 und S-Bahn Linie 2

www.expogate-munich.de
info@expogate-munich.de

 **ExpoGate**
Munich-Dornach
**Your Businesspark.
Your Gate to Munich.**

Weisses Quartier gibt Antworten auf veränderte Anforderungen

Mit dem letzten Bauabschnitt wurde jetzt gestartet



Das Weisse Quartier, nachhaltige Entwicklung mit offenem und angenehmem Flair am Werksviertel

Visualisierungen: Allgemeine SÜDBODEN

Nach dem Umbau mit Flächenerweiterung entsteht eine moderne, offene Arbeitsumgebung auf 60.000 m² Fläche und urbanem Campuscharakter. Zusammen mit der InfraRed Capital Partners entwickelt die Allgemeine SÜDBODEN Grundbesitz AG am ehemaligen Konzernstandort der Siemens AG nachhaltig den Bestand mit optimaler Anbindung an die Innenstadt und das S-Bahn Netz Münchens. Die Fertigstellung ist für Mitte 2023 geplant. Ernst Thriene, bei der Allgemeinen SÜDBODEN Grundbesitz Verwaltung GmbH für die Vermietung verantwortlich, erläutert Konzept und Besonderheiten im Weissen Quartier.

Ernst Thriene: Mit dem Erwerb dieser Architekturikone hatten wir die Möglichkeit, den Grundgedanken des

US-Stararchitekten Richard Meier mit einer auf Funktionalität und Wirtschaftlichkeit ausgerichteten Formensprache neu in Szene zu setzen. So konnten wir die außergewöhnliche Architektur nicht nur erhalten, sondern sie behutsam weiter entwickeln. Und das an einem Standort mit 1a-Lagequalität und ausgezeichneter Verkehrsanbindung im aufstrebenden Münchener Osten am Werksviertel.

Die ersten Bauabschnitte sind innerhalb kürzester Zeit sehr erfolgreich an namhafte Unternehmen unterschiedlichster Branchen vermietet worden. Mit dem nun begonnenen letzten Bauabschnitt gehen mit den Gebäuden 3 und 4 insgesamt 31.000 m² auf den Markt – zu einer Zeit, in der viele andere Projekte gestoppt oder verschoben werden?

Die Märkte haben sich durch die pandemische Lage deutlich verändert und keiner weiß zum jetzigen Zeitpunkt, wohin das genau führen wird. Aber wir haben uns in den vergangenen Monaten sehr intensiv mit den geänderten Anforderungen an Büroimmobilien auseinandergesetzt und sind überzeugt, dass wir mit dem Weissen Quartier ein Objekt haben, das sehr gute Antworten auf die veränderten Anforderungen an den Arbeitsplatz liefern kann. Die bestehende Gebäudekubatur ermöglicht höchste Flexibilität für die Realisierung verschiedener Arbeitskonzepte, gleichzeitig bieten die Mieteinheiten von 350 bis 950 Quadratmetern die effiziente Umsetzung des eigenen Flächenbedarfs. Dazu schaffen wir Allgemeinflächen, die jeder Mieter buchen oder nutzen kann, wie ein Konferenzzentrum, multifunktionale Gastronomieflächen und temporäre Arbeitsbereiche, sogar in den Außenflächen werden Orte für Austausch und Arbeiten geplant. Auch schaffen wir hier Eltern-Kinder Bereiche, die man situationsbedingt nutzen kann, wenn die Kinderbetreuung ausfällt oder Homeschooling angesagt ist und man trotzdem ins Büro muss.

Nach wie vor steht auch das Thema Mobilität mit im Vordergrund. Das Weisse Quartier liegt direkt an der S-Bahn Station St.-Martin-Straße, aber auch mit dem Fahrrad oder E-Bike kann man in wenigen Minuten in die Stadt radeln. Wir stellen den Radlern eine Fahrradgarage mit 200 Stellplätzen und E-Ladestationen zur Verfügung, in denen die mittlerweile immer wertvolleren Vehikel sicher geparkt sind. Im

nahegelegenen Parkhaus stehen über 1.000 Parkplätze zur Verfügung, auch hier gibt es die Möglichkeit von E-Ladestationen. Somit integrieren wir die jüngsten Entwicklungen im Bereich Mobilität am Campus.

Auch neue Arbeits- und Lebenskonzepte prägen die aktuelle Situation am Markt für Büroflächen mit, genauso wie die aktuelle Pandemie. Zwar gibt es bereits einige Studien, wie sich der Bedarf und die Nutzung des Büros entwickelt, wohin die Reise tatsächlich geht oder wie viel Homeoffice am Ende übrigbleiben wird, kann heute jedoch niemand mit Gewissheit sagen.

Wie sehen die Antworten im Weissen Quartier auf diese genannten Veränderungen aus?

Aus unseren Beobachtungen der letzten Monate hat sich für uns ergeben, dass wir als Vermieter noch ein wenig mehr als vor der Pandemie den Mietinteressenten mit Rat und Tat zur Seite stehen wollen. Dafür haben wir einen unabhängigen Arbeitsplatz-Experten mit ins Boot geholt, die workingwell GmbH aus München, ein junges innovatives Team mit ausgesprochener Expertise bei den Themen zukünftige Arbeitsplatzkonzepte und Change Management. Sie zeigen potenziellen Mietern, wie die für sie ideale Bürolösung mit einem maßgeschneiderten Arbeitsplatzkonzept und den für sie optimalen Flächen aussehen kann. Die Kosten für die Arbeitsplatz-Experten tragen wir als Vermieter. Wir sehen das als Investition in unsere Mieter. Denn letztendlich profitieren auch wir von langfristig zufriedenen Mietern in unseren Flächen.

Sie haben oben den neuen, modernen und offenen Campus Charakter des Weissen Quartiers angesprochen. Wie schaffen sie Campus Charakter, was macht den Campus Weisses Quartier aus?

Wir entwickeln in einem urbanen Kontext hochwertigen öffentlichen Raum mit außergewöhnlicher Aufenthaltsqualität. Das Gelände wirkte früher



noch eher in sich abgeschlossen. Wir öffnen dieses, schaffen eine einladende Umgebung und beleben so den Stadtteil. Die Außenanlagen sind mit Bedacht gestaltet. Viel Grün, Rückzugsorte im Wechsel mit Orten für Begegnung, Austausch und Kommunikation lassen eine angenehme Atmosphäre entstehen. Attraktive und ruhige Innenhöfe im Zusammenspiel mit sehr vielen Dachterrassen, die für die Mieter exklusiv nutzbar sind, liefern das notwendige Ambiente.

Wie binden Sie Nachhaltigkeit und umweltbewusste Unternehmensführung in das Projekt mit ein?

Nachdem in Europa etwa ein Drittel der CO₂-Emissionen auf Gebäude entfallen und sich gleichzeitig Deutschland mit dem jüngst verschärften Klimaschutzgesetz zum Ziel gesetzt hat, bis 2045 klimaneutral zu werden, sehen wir uns als Immobilien-Projektentwickler in der Verantwortung, diese Themen als Treiber mit zu gestalten. Mit dem Weissen Quartier schaffen wir eine Immobilie, die hier durchaus Vorbild-Funktion haben kann.

Die Entscheidung für die Revitalisierung und gegen Abriss und Neubau hat eine hohe CO₂-Einsparung zur Folge. Die Energieversorgung nutzt Fernwärme, die hauseigene Photovoltaik-Anlage

produziert bis zu 12 Prozent des jährlichen Stromverbrauchs der Immobilie, der verbleibende Strombedarf wird durch Ökostrom gedeckt. Aber auch an Kleinigkeiten wurde gedacht. Die biologische Vielfalt unterstützen wir beispielsweise mit sechs Bienenvölkern auf dem Areal. Mit all diesen Maßnahmen streben wir eine Zertifizierung nach LEED Gold an. Möglicherweise ist sogar LEED Platin erreichbar. Schaffen wir es, gemeinsam mit unseren Mietern, den gesamten Strombedarf über Ökostrom zu decken, haben wir die Ziele des Klimaschutzabkommens von Paris für 2045 bereits so gut wie erreicht.

Interview: Miryam Gümbel ●



Ernst Thriene

Allgemeine SÜDBODEN
Grundbesitz Verwaltung GmbH
089 / 64932 48
www.weisses-quartier.de

Wie Grundstücke nutzen?

Baurechtanalyse bringt Klarheit

Das Umland von München ist bei Investoren besonders gefragt. Dass das derzeitige Marktumfeld bei Erbengemeinschaften häufig zu einem Verkauf führt, schafft für potentielle Käufer gute Möglichkeiten.

„Auf der einen Seite sind Immobilien von privaten Eigentümern aufgrund der Corona-Auswirkungen durch Modernisierungsstau und der Komplexität der Verwaltungsaufgaben für Erbengemeinschaften fast nicht mehr handelbar. Deswegen suchen sie nach Lösungen“, stellt Sven Keussen, Sprecher der Rohrer Firmengruppe fest. Zwei kürzlich durch sein Haus abgewickelte größere Projekte im Umland bestätigen den Trend und zeigen deutlich die Wertpotenziale und Renditeunterschiede zur Stadt München. Das gilt gleichmaßen auch für weitere Standorte im Bundesgebiet.

Der künftige Eigentümer ist zwar an Immobilien interessiert, will aber wissen, wie und was er baulich damit machen kann. „Die Ermittlung der Potenziale und des geltenden Baurechts sind entscheidende Faktoren für die marktgerechte Bewertung und gleichzeitig Grundlage für eine erfolgreiche Vermarktung eines Grundstückes zu optimalen Verkaufspreisen“, weiß Keussen.

Bundesweit möglich

Mit der Rohrer-Baurechtanalyse ist diese Frage zu klären. Diese, so seine Erfahrung, ist besonders für private Eigentümer, Unternehmen mit eigenem Grundstücks- und Immobilienbestand und ganz speziell für Erbengemein-



Sven Keussen

Foto: Rohrer Immobilien

schaften interessant und auch bundesweit möglich. Die innovative und schnelle, teilautomatisierte Dienstleistung zur Bestimmung der baurechtlichen Reserven und Potenziale eines Grundstücks ist nach Produkttests seit diesem Frühjahr seit diesem Herbst marktreif.

Kurzfristige Ersteinschätzung

Nach einem Gespräch und Aufnahme der wichtigsten Daten erhält man innerhalb von 24 Stunden eine Ersteinschätzung als Grundlage für weitere Überlegungen. Auch diese begleiten die Mitarbeiter des Unternehmens auf Wunsch, bis hin zur Vermittlung von weiteren Dienstleistungen wie zum Beispiel der Baukostenermittlung, einer Bauvoranfrage oder einem Bauvorbescheid.

- gue - ●

SIE BRAUCHEN EINE LÖSUNG?
WIR LIEFERN SIE IHNEN.

HÖRMANN-GEWERBEHALLEN
EXAKT AUF IHRE ZWECKE ZUGESCHNITTEN

HÖRMANN GEWERBEHALLEN – DAS MACHT UNS AUS:

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

WIR SIND DEUTSCHLANDWEIT MIT UNSEREN
REGIONALEN ANSPRECHPARTNERN FÜR SIE DA!



Rudolf HÖRMANN GmbH & Co. KG

86807 Buchloe

Tel. +49 8241 9682 - 0

Mail info@hoermann-info.com

Mehr Infos: www.hoermann-gewerbebau.com


Steigende Nachfrage nach Büroflächen

In Deutschland ist die Investorenstimmung weiter positiv und wächst leicht an

Bei der Vorstellung des Global Commercial Property Monitor Q3 2021 von RICS Anfang November nannte Susanne Eickermann-Riepe, Vorsitzende des RICS European World Regional Board und Vorstandsvorsitzende der RICS Deutschland, einige positive Faktoren. So sei die Mieternachfrage im Büro-sektor erstmals seit Pandemie-Beginn wieder angestiegen.

Industrieobjekte, Mehrfamilienhäuser und Rechenzentren seien die Spitzenreiter beim Mietwachstum. Entsprechend der Nachfragetrends werden unterschiedliche Mietpreise bei den

einzelnen Assetklassen in den kommenden drei Monaten erwartet.

Die verstärkte Anlegernachfrage zeigt, dass mehr Befragte glauben, der Markt befinde sich in einer Aufschwungphase, und nur 21 Prozent der europäischen Befragten sind der Meinung, der Markt befinde sich in einer Abschwungphase.

Auf Länderebene ist eine große Mehrheit der Umfrageteilnehmer derzeit der Meinung, dass die Marktaktivität in Deutschland, Griechenland, Großbritannien, Kroatien, Spanien, Italien und Irland zunimmt. Auch in Deutsch-

land sei die Investorenstimmung weiter positiv und leicht steigend. „Die Stimmungslage am Immobilienmarkt wird besser, insbesondere der Investoren-Sentiment-Index erreicht in Deutschland wieder einen positiven Wert. Der Mieter-Sentiment-Index verbessert sich ebenfalls, bleibt aber im negativen Bereich. Diese positiven Signale können jedoch nicht darüber hinwegtäuschen, dass außer im Bereich Industrie und Logistik und erstklassige Büroimmobilien noch eine Flaute bei den anderen Assetklassen herrscht“, so Susanne Eickermann-Riepe.

- gue - ●

Impressum

Redaktion: Miryam Gümbel

Grafik: Ulrich Wassmann

Anzeigenleitung (verantwortlich) & Vertriebsleitung:

MuP Verlag GmbH

Nymphenburger Straße 20b | 80335 München

Christoph Mattes | Telefon: 089 139284220 |

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

Anzeigenverkauf:

MuP Verlag GmbH

Nymphenburger Straße 20b | 80335 München

Regine Urban | Telefon: 089 139284231 |

E-Mail: regine.urban@mup-verlag.de

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

**Projekterfolg:
VERSPROCHEN.**



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

* Feinste Schokoladen und Pralinen des
Traditionsunternehmens Elly Seidl werden in
einem von der LIG gebauten Produktions-
gebäude hergestellt.



PROJEKTBAU

**Neubau,
Erweiterung,
Modernisierung**

Otto-Wagner-Str. 2
82110 Germering
Tel. 089 38033170
www.lig-projektbau.de

Jubiläen des Monats

40 Jahre

Manfred Lengenfelder
H. Geiger GmbH Stein- und Schotterwerke, Kinding

Roland Weichselbaumer
Ludwig Wolf GmbH, Riedering

Werner Bondl, Roswitha Huber
Otto Dunkel GmbH, Mühldorf a. Inn

Konrad Gerzer
SPINNER GmbH, Feldkirchen-Westerham

25 Jahre

Christian Mahler, Philipp Rühl
Aurora Lichtwerke GmbH, Eichstätt

Manfred Guld, Stefan Überl
Autohaus Wallner KG, Wolnzach

Rudolf Pany, Gabriele Schwebel
BÄKO München Altbayern und Schwaben eG, Taufkirchen

Robert Hartmeier, Josef Heindl, Norbert Mey
Freisinger Bank eG Volksbank-Raiffeisenbank, Freising

Manfred Huber, Josef Scheffbauer, Albert Hammerl, Adalbert Biedermann, Bernd Titz
H. Geiger GmbH Stein- und Schotterwerke, Kinding

Theresia Kraus
HiPP-Werk Georg Hipp OHG, Pfaffenhofen a.d. Ilm

Sonja Wagner
K2 Sports Europe GmbH, Penzberg

Ali Ünalidi
Langmatz GmbH, Garmisch-Partenkirchen

Ralf Schlieske
SPINNER GmbH, Feldkirchen-Westerham

Manfred Kojov, Heinrich Skorupka, Christof Tielemann
Schattdecor AG, Thansau

Josef Thoma
Schiedel GmbH & Co. KG

Stefan Birling, Jürgen Böhm, Markus Hammer, Stefan Kellermann, Wolfgang Krauß
Verlegerdienst München GmbH, Gilching

Albert Ostermeier
Wallner Landtechnik KG, Wolnzach

Änderung des Gebührentarifs der IHK für München und Oberbayern (Anlage zur Gebührenordnung)

Die Vollversammlung der IHK für München und Oberbayern hat am 30. Juni 2021 gem. § 4 Satz 2 Nr. 2 IHKG i. V. m. § 4 Absatz 2 Satz 2 Buchstabe b) der IHK-Satzung die nachfolgenden Änderung der Ziffer 2.4 d) und f) des Gebührentarifs (Anlage zur Gebührenordnung) beschlossen, die mit Schreiben des Bayerischen Staatsministeriums für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie vom 06.10.2021, Nr. 35-4911f/63/3 genehmigt worden ist.

2. Versicherungs-, Finanz- und Immobiliendienstleistungen

2.4	Verfahren nach Erlaubniserteilung und Registrierung	
d)	Sonstige Verwaltungshandlungen nach Erteilung einer Erlaubnis • Prüfungshandlungen im Zusammenhang mit Prüfungsberichten und Negativerklärungen nach § 24 FinVermV sowie § 16 MaBV • nachträgliche Aufnahme, Änderung oder Ergänzung von Auflagen, Nebenbestimmungen und Inhaltsbeschränkungen • Entscheidungen nach • § 23 VersVermV • § 24 Absatz 2 FinVermV • § 15 ImmVermV • § 16 Absatz 2 MaBV • Entscheidungen nach § 46 f. GewO • Verwaltung und Prüfung der Erfüllung von Weiterbildungsmaßnahmen nach § 34d Absatz 9 Satz 2 GewO und § 34c Absatz 2a GewO • Auskunft nach § 29 Absatz 1 GewO • Nachschau nach § 29 Absatz 2 GewO	19,- bis 275,- EUR
f)	Verwaltung und Prüfungshandlungen im Zusammenhang mit einer Beendigungsmitteilung/ Wechsel des Versicherungsschutzes (ausgenommen Widerruf)	64,- EUR

München, 7.10.2021

Präsident
Prof. Klaus Josef Lutz

Hauptgeschäftsführer
Dr. Manfred Gößl

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/ehreneausszeichnung

IHK-Ansprechpartnerin
Monika Parzer, Tel. 089 51116-1357
monika.parzer@muenchen.ihk.de

Firmenindex

Firma	Seite	Firma	Seite	Firma	Seite	Firma	Seite
21future gGmbH	22	CNX Transaction Partners GmbH	16	HiPP-Werk Georg Hipp	12	Reiter Corporate Fashion GmbH	34
Advicon AG	12	Deloitte GmbH	28	ibidi GmbH	38	Roche Diagnostics GmbH	12
Airbus Defence and Space GmbH	32	Don Bosco Medien GmbH	30	ilapo Internationale Ludwigs-		Schreiner Group GmbH & Co. KG	12
Airbus Helicopters Deutschland GmbH	32	DR. JOHANNES HEIDENHAIN GmbH	12	Arzneimittel GmbH & Co. KG	30	SALUS-Haus Dr. med. Otto Greither	12
Atelier Kölbl	42	Dr. Sasse AG	8	Karl Jäger Bayerisches Trachtenhaus		Sonax GmbH	32
Augustiner-Bräu Wagner KG	50	Edith-Haberland-Wagner Stiftung	12	seit 1876 GmbH	34	Munich Hotel Partners GmbH	48
Augustinum gemeinnützige GmbH	26	Factory42 GmbH	22	KIEFEL GmbH	8	Talentry GmbH	48
Bäckerei Anders GmbH	8	F. Radspieler GmbH & Co. KG	8	Klinikum Garmisch-Partenkirchen GmbH	48	Texas Instruments Deutschland GmbH	12
BAUER Gruppe	12	firstbird GmbH	48	MAN Truck & Bus SE	12	Traut Bürokommunikation GmbH & Co. KG	16
BayBG Bayerische Beteiligungsgesellschaft mbH	16	Franz Schroll GmbH	38	Miraphone eG	8	Träger Markenstrategie	14
Bayern Innovativ GmbH	30	Hans Widmaier e.K.	22	Modehaus Ganzbeck GmbH & Co. KG	8	ZF Airbag Germany GmbH	12
Bopp & Hahn Mittelstandspartner GmbH	20	Hawle Armaturen GmbH	12	Organomics GmbH	48		
		Herbaria Kräuterparadies GmbH	50	Privatbrauerei M.C. Wienerer	12		
		HiPP GmbH & Co. Vertrieb KG	50	Ratioform Verpackungen GmbH	50		

Die Seitenangaben beziehen sich auf den Anfang des jeweiligen Artikels.

INTERNATIONAL, INDUSTRIE, INNOVATION

HINWEIS: Informationen und Anmeldeunterlagen erhalten Sie unter den jeweils angegebenen Telefonnummern. Falls nicht anders angegeben, finden die Veranstaltungen in München statt. Weitere Seminare unter: akademie.muenchen.ihk.de/aussenwirtschaft

VERANSTALTUNGEN

Neue Absatzchancen in Österreich | 10.12.2021 Online-Workshop
weidl@muenchen.ihk.de, Tel. 089 5116-1456

SEMINARE ZOLL UND AUSSENHANDEL

Statistik des innergemeinschaftlichen Warenverkehrs (INTRASTAT) | 6.12.2021 Live online

Basisseminar Warenursprung und Präferenzen mit Lieferanten-erklärung | 7.12.2021

Nationale und europäische Exportkontrolle – Workshop und Vertiefungsseminar für Fortgeschrittene | 8.12.2021 Live online

Vertiefungsseminar Warenursprung und Präferenzen mit aktuellen Rechtsänderungen | 9.12.2021 Live online

Der/die Zollbeauftragte | 10.12.2021 Live online

Zoll für Einsteiger: Grundlagen des Zollwesens | 14.12.2021

Ausfuhrverfahren in Theorie und Praxis | 15.12.2021 Live online

Zoll News – Aktuelle Änderungen im Zoll- und Außenwirtschaftsrecht zum Jahreswechsel | 17.12.2021 Live online oder als Alternativtermin 3.2.2022

US-(Re-)Exportkontrolle für europäische Exporteure
18.1.2022 Live online

Zertifikatslehrgang: Exportmanager/-in IHK
18.1.–28.6.2022 Live online

Zoll für Einsteiger: Grundlagen des Zollwesens
25.1.2022 Live online

Die/der Ausfuhrverantwortliche | 26.1.2022 Live online

Lieferantenerklärung: Bedeutung und Regeln
28.1.2022 Live online

Ausfuhrverfahren Grundlagen und Online-Abwicklung in ATLAS
7.2.2022 Live online

Basisseminar Warenursprung und Präferenzen mit Lieferanten-erklärung | 16.2.2022 Live online

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

Informationen und Anmeldung:

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

VERKAUFSFÖRDERUNG

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

UNTERNEHMENSBERATUNG

Biete Eigenkapital
Telefon 08141/888 24 13

IMMOBILIEN

WEICHSELGARTNER seit 1975

■ **WOHN- & GEWERBEIMMOBILIEN IN MÜNCHEN & REGION**
Immobilienkaufleute (IHK) verkaufen & bewerten Ihre Immobilie zuverlässig.

www.weichselgartner-immo.de • Ein Münchner Immobilienbüro ☎ 089/918071

WERBEARTIKEL

STIEFEL®
eurolcart

Ihr Partner für Langzeitwerbung
Info (0 84 56) 92 43 00
www.stiefel-online.de

Werbe-Wandkarten • Werbekalender • Wandkarten • Kalender • Schreibunterlagen

GROSSFORMAT- UND DIGITALDRUCK

STIEFEL
digitalprint

Wir beraten Sie gerne.
Service-Telefon (0 84 56) 92 43 50
www.stiefel-online.de

XXL-Werbebanner • Fahnen/Displays • Plattendruck • Wahlplakate

TELEFONANLAGEN

Ihr Kommunikationsserver vom Fachmann
mehr als 50 Jahre Erfahrung – kompetente Beratung

Individuelle Lösungen wie CTI/Cordless/VoIP/UMS/Voicemail/Konf.-Geb.Erfassung u.a.m.
Zögern Sie nicht uns anzurufen um ein unverbindliches Angebot anzufordern.

UNIFY

OpenScape Business / 4000

KNÖTGEN

Telefonsysteme Vertriebs GmbH

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

Alcatel-Lucent

OMNI - PCX



Wirtschaft

Das IHK Magazin für München und Oberbayern

HALLEN- UND GEWERBEBAU



Hallen für Handwerk, Gewerbe und Industrie

Aumer Stahl- und Hallenbau GmbH
Am Gewerbepark 30
92670 Windischeschenbach
Telefon 09681 40045-0
hallenbau@aumergroup.de

Aumer Gewerbebau
Gewerbepark B4
93086 Würth a. d. Donau
Telefon 09482 8023-0
gewerbebau@aumergroup.de

Aumer Gewerbebau
Schleißheimer Straße 95
85748 Garching b. München
Telefon 089 327087-40
gewerbebau@aumergroup.de

www.aumergroup.de **Aumer**



Dieter Hanitzsch.de XII-21

IMPRESSUM

Wirtschaft –
Das IHK-Magazin für München und Oberbayern
 77. Jahrgang, 3. Dezember 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

Redaktionsassistent: Iris Oberholz

Redaktionelle Mitarbeiter:

Harriet Austen, Stefan Bottler, Uli Dönch,
 Eva Elisabeth Ernst, Mechthilde Gruber,
 Monika Hofmann, Cornelia Knust,
 Dr. Gabriele Lücke, Eva Müller-Tauber,

Ulrich Pfaffenberger, Melanie Rübarsch,
 Bärbel Schwertfeger, Josef Stelzer
Redaktion Berlin: Sabine Hölper
 Gesamtherstellung/Anzeigen/Vertrieb:
 Münchener Zeitungs-Verlag GmbH & Co. KG
 Paul-Heyse-Str. 2-4, 80336 München
www.merkur-online.de

Anzeigenleitung (verantwortlich) & Vertriebsleitung:

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

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

Stellvertretende Anzeigenleiterin:

MuP Verlag GmbH, Nymphenburger Str. 20 b
 80335 München – Regine Urban-Falkowski

Tel. 089 139284231, E-Mail: wirtschaft@mup-verlag.de

Produktion: adOne

Nymphenburger Str. 20 b, 80335 München

Telefon 089 1392842-0, Fax 089 1392842-28

www.adone.de

Projektleitung: Philip Esser

Grafik: Ulrich Wassmann

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

Titelbild: contrastwerkstatt/Adobe Stock

Schlussredaktion: Lektorat Süd,

Hohenlindener Straße 1, 81677 München

www.ektorat-sued.de

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

»Wirtschaft« – Das IHK-Magazin für München und
 Oberbayern ist das öffentliche Organ der Industrie- und
 Handelskammer für München und Oberbayern und
 erscheint monatlich.



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

SECRET SALE

– Der Premium-Service für
besondere Immobilien!



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

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

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

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



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

**ALLES EINE FRAGE
DES STANDORTS.**

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

**DER
STANDORT**

Business Campus

