

wirtschaft

11-12/2023

www.magazin.ihk-muenchen.de

A woman with short brown hair, wearing a white lab coat over a light blue top and blue nitrile gloves, is smiling and holding a tablet computer. She is in a laboratory or office setting with blurred equipment in the background.

***Fachkräfte
aus aller Welt***
Neue Regeln für die Zuwanderung

32 INNENSTADT
Wie lässt sich die Stadtmitte
dauerhaft beleben?

50 EINZELHANDEL
Ein Supermarkt setzt auf
digitalen Kundenservice

61 STEUERN
Wichtige Änderungen
zum Jahreswechsel

Für Unternehmen:

Hochgeschwindigkeit zum Niedrigpreis

- + Symmetrische Bandbreiten
- + Dedicated Access
- + Service-Level-Agreements

Hochleistungs-
Internet ab

199 €
mtl.¹



m-net.de/preissturz

M-net ist klimaneutral* 

1) Neuverträge mit Eingang bis 29.2.24, bis zu 50 Mbit/s, Preis netto zzgl. MwSt., Laufzeit mind. 60 Monate, vorbehaltlich der Gebäudeverfügbarkeit.

* Bereits erreicht und noch viel vor: m-net.de/klimaneutral



Die Mission der Koalition



Foto: Wolf Heider-Sawall

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

Die neue Bayerische Regierung steht. In ihrem Koalitionsvertrag verspricht sie »ein modernes, weltoffenes und heimatverbundenes Bayern«. Ein Kernziel der bis 2028 vereinbarten Koalition aus CSU und Freien Wählern: die Stärkung des Wirtschaftsstandorts Bayern. Das ist richtig und dringend nötig. Denn die Unternehmerinnen und Unternehmer in Bayern stehen vor wirtschaftlich schwierigen Zeiten. Statt eines »Weiter so« muss die Staatsregierung jetzt unbedingt mutige Neuanfänge wagen – allen voran in der Energiepolitik, bei der Aktivierung von Arbeitskräften und beim Rückbau der unerträglichen Bürokratie.

Viele Ideen der Regierung können sich hier positiv auswirken. Wir begrüßen den klima- und wirtschaftsfreundlichen Umbau der Energieversorgung: zusätzliche wasserstofftaugliche Gaskraftwerke, doppelt so viel Strom aus erneuerbaren Energien, offensiv ausgebauten Stromnetze und – an den Bund adressiert – eine gesenkte Stromsteuer auf europäischem Mindestniveau.

Wir unterstützen alle Maßnahmen zur Linderung des Arbeitskräftemangels: Jeder, der (mehr) arbeiten will, soll es auch dürfen und können. Und jeder, der arbeiten kann, aber nicht will, muss Sanktionen spüren. Denn wir brauchen Arbeitskräfte – in jeder Branche und mit jeder Qualifikation. Wir dürfen hier keine Potenziale vergeuden, weil wir zu wenige Betreuungsangebote für Kinder und Senioren haben, weil die Anreize für Ruheständler zu niedrig sind oder das Bürgergeld zu hoch ist oder weil arbeitswillige Geflüchtete viel zu langsam integriert werden.

Und wir befürworten den entschiedenen Abbau der Bürokratie, der darin besteht, bis

Mitte 2024 mindestens zehn Prozent aller Verwaltungsvorschriften zu streichen, mit neuen Verwaltungsvorschriften zwei Jahre zu warten und neue Gesetze auf höchstens fünf Jahre zu befristen. Richtig und wichtig ist auch, EU- und Bundesgesetze in Bayern prinzipiell nur eins zu eins umzusetzen, also keine Sonderlocken mehr.

Planen ist gut – Handeln ist besser. Es ist entscheidend, dass die neue Staatsregierung ihre Vorhaben entschlossen und zügig umsetzt. Nur wer die wirklichen Probleme der Menschen und Unternehmen löst, hilft ihnen, gewinnt Vertrauen und schützt so zugleich unseren größten Schatz: die freiheitliche demokratische Grundordnung.

Im Auftrag unserer Mitgliedsfirmen werden wir die Staatsregierung an ihren Taten messen – und daran, wie schnell sie ihre ambitionierten Ziele auch verwirklicht. Denn darauf kommt es an. In den Worten unseres ersten Bundeskanzlers Konrad Adenauer: »Wer den Mund spitzt, muss auch pfeifen. Worte sind billig, es müssen den Worten Taten folgen.«

Ihr

Unsere Kurzbewertung des Koalitionsvertrags sowie alle wichtigen Wirtschaftsthemen zur Landtagswahl finden Sie unter: www.ihk-muenchen.de/de/Wirtschaftsstandort/Landtagswahl-2023

TITELTHEMA

FACHKRÄFTE

Wenn Stellen dauerhaft offen bleiben, können Mitarbeitende aus Nicht-EU-Staaten die Lösung sein. Welche gesetzlichen Regeln jetzt gelten und wie Firmen erfolgreich Fachkräfte suchen und integrieren.



Foto: peopleimages.com/Adobe Stock

UNTERNEHMEN + MÄRKTE

EINZELHANDEL

Vom interaktiven Display bis zum Serviceroboter USHi – Husein Dugonjic (Bild) zeigt in seinem Rewe-Markt in Unterschleißheim, dass sich kundenfreundliche Digitalisierungsprojekte lohnen.



Foto: Rewe Unterschleißheim

BETRIEB + PRAXIS

DIGITAL

Social Media, Influencer, Podcasts – wie präsentieren sich Unternehmen am besten online? Experten aus dem Netzwerk der IHK-Digitalisierungsinitiative »Pack ma's digital« über die passende Strategie.



Foto: goodluz/Adobe Stock

INHALT

NAMEN + NACHRICHTEN

6 AUSZEICHNUNG

HopfON gewinnt den »Munich Impact Award«

UNTERNEHMERPROFIL

14 SUSANNE UND LAURENT BRÜCKNER

Warum die beiden Architekten auf große Projekte und Digitalisierung setzen

TITELTHEMA

16 FACHKRÄFTE

Die neuen Regeln für die Zuwanderung erleichtern das Recruiting. Wie Unternehmen am besten vorgehen

22 AUSBILDUNG

So finden Mittelständler in Nicht-EU-Ländern Auszubildende

STANDORTPOLITIK

26 INTERVIEW

Der Münchner Gastronom Peter Inselkammer über Fachkräftemangel, Wiesen und eine attraktive Innenstadt

30 ENERGIEWENDE

Wie Firmen die Auswirkungen der Energiewende auf ihr Geschäft bewerten

32 INNENSTADT

Wenn Läden schließen, droht die Verödung der Stadtmitte. So steuert Landsberg am Lech gegen

35 IHKAKTUELL

Geldwäsche/Familienfreundlichkeit/ eingetragene GbR

36 IMMOBILIEN

Lissie Kieser und Michi Kern, Experten für Zwischennutzungen, über Hindernisse und Erfolgsfaktoren bei ihren Vorhaben

38 GREEN CLAIMS

Eine neue EU-Richtlinie will umweltbezogene Werbung standardisieren – was bedeutet das für Firmen?

41 KONJUNKTUR

Aktuelle Umfrage: bayerische Wirtschaft im Stimmungstief

42 INNOVATIONSRING

Digitalisierung der Verwaltung: Bayerische Landkreise setzen im Innovationsring auf Kooperation

45 GEWERBESTEUER

Landeshauptstadt München: Der digitale Steuerbescheid startet

UNTERNEHMEN + MÄRKTE

46 CHINA

Jens Hildebrandt, Delegierter der Deutschen Wirtschaft in Peking, über die Auswirkungen der China-Strategie der Bundesregierung

50 EINZELHANDEL

Ein Rewe-Markt in Unterschleißheim zeigt, wie sich kundenfreundliche Digitalisierung lohnt

52 PROBLEMLÖSER

Klimaschutzprojekte: Auf der Plattform des Start-ups GovShare können Kommunen von den Erfahrungen anderer profitieren

54 INNOVATIONSPREIS BAYERN

Welche Wirkung entfaltet die Auszeichnung über die Ehrung hinaus? Drei Preisträger berichten

BETRIEB + PRAXIS

56 DIGITAL

Experten geben Tipps für die richtige Strategie rund um Social Media, Influencer, Podcasts & Co.

61 STEUERN

Neue Gesetze bringen für Unternehmen wichtige Änderungen

64 MARKTPLATZ GUTE GESCHÄFTE

Gesellschaftliches Engagement: So finden Firmen passende Projekte für ihre Mitarbeiter

66 GRUPPENVERSICHERUNG

Urteil: Der Abschluss von Gruppenpolicen kann Unternehmen zu Versicherungsvermittlern machen

68 EVENTS

Bayerischer CSR-Tag/Ernst-Schneider-Preis

81 IHKAKTUELL

Cybersicherheit

RUBRIKEN

3 EDITORIAL

8 FIRMENJUBILÄEN

12 EMAS

72 EHRUNGEN

82 KARIKATUR/IMPRESSUM

Beilagenhinweis:
SCHULTZ Büromöbel & Betriebseinrichtungen



fb.com/ihk.muenchen.oberbayern

@IHK_MUC

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



FRISCHE MOTIVATION

Das heutige Verständnis von Arbeit schafft neue Herausforderungen und neue Chancen. In Garching und Unterschleißheim finden Sie ein innovatives Umfeld mit perfekter Anbindung und einer kompletten Infrastruktur für motivierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie für ein dynamisches Wachstum.

Am besten Sie schauen sich das mal an.



BUSINESSCAMPUS.DE

DER
STANDORT

Business Campus

EIN UNTERNEHMEN DER DV IMMOBILIEN GRUPPE

Lebensmitteleinzelhandel

Der Kontakt macht's

Rund 25.000 Artikel im Sortiment und eine familiäre Atmosphäre: Edeka Prechtl aus Brannenburg ist deutscher »Supermarkt des Jahres 2023« in der Kategorie »Selbstständiger Einzelhändler bis 2.000 Quadratmeter Verkaufsfläche«. Geschäftsinhaber Andreas Prechtl (53) über seine Erfolgsfaktoren:



Was hat die Jury überzeugt?

Zehn Kriterien, in denen wir sehr gut waren. Darunter auch unser Flair unter historischem Gebälk, ähnlich einer Markthalle. Das gibt unserem Motto »Hier geht's mir gut«

den Rahmen. Der Umbau des Gebäudes aus den 1930ern im Jahr 2020, das wir seit 2009 nutzen, hat sich gelohnt. Die Pandemie hat unsere Umsätze beflügelt, weil viele Leute bewusster, regionaler und auch mal für mehr Euro eingekauft haben.

Wie sieht Ihre Strategie aus?

Wir haben rund 50 Produzenten aus einem Umkreis von 40 Kilometern. Klar macht das mehr Arbeit, eigene Vereinbarungen zu treffen, als Ware nur zentral zu beziehen. Aber je mehr regionale Erzeugnisse – in gleichbleibend sehr guter Qualität –, desto besser. Denn sie werden immer beliebter. Damit kann man sich als lokaler Händler profilieren. Auch wenn ihr Umsatzanteil noch einstellig ist.

Welcher Faktor ist am wichtigsten?

Neben den betriebswirtschaftlich »harten Zahlen« ist das unser persönlicher Kontakt zu Team und Kunden. Meine Schwester, meine Frau und ich legen in vierter Generation Wert auf hochmotivierte und sehr gut geschulte Mitarbeiter.

Was bieten Sie dafür?

Dafür haben wir die Kurse unserer Prechtl-Akademie. Denn es ist toll, wenn sich Mitarbeiter entwickeln. So ist ein Mitarbeiter aus Afghanistan 2018 hierhergekommen. Nun leitet er die Obstabteilung. Selbstverständlich bilden wir auch aus, in vier Berufen. Insgesamt sind wir 400 im Team. Social-Media-Aktivitäten und unsere Kooperation mit Wirtin und Fernsehköchin Vroni Lutz machen uns bei vielen Zielgruppen sichtbar.



Foto: Sabine Folberth/Munich Business

Münchens Wirtschaftsreferent Clemens Baumgärtner (l.) mit den Gründern von HopfON, Architektin Marlene Stechl und Bauingenieur Thomas Rojas Sonderegger

Start-up

Im Kreislauf gedacht

Münchens Wirtschaftsreferent Clemens Baumgärtner hat erstmals den »Munich Impact Award« im Rahmen des »Generation D«-Wettbewerbs verliehen. Er ging an Marlene Stechl und Thomas Rojas Sonderegger von HopfON. Das Start-up arbeitet an der Herstellung von zirkulären Bau- und Akustikpanelen sowie Dämmmaterial aus Resten der Hopfenernte. Die Panele sind eine umweltfreundliche Alternative zu bisherigen Baustoffen.

Neben 2.000 Euro Preisgeld erhalten die Gewinner eine einjährige Mitgliedschaft im MakerSpace, der Hightech-Werkstatt im Munich Urban Colab, die HopfON bei der Produktion marktreifer Prototypen unterstützen kann. Baumgärtner betonte, dass es Visionäre brauche, »die wach sind für die Veränderungen und vorausschauend handeln, um auch Münchens Wirtschaft zukunftsfähig mitzugestalten«. Die Produktidee sei hervorragend geeignet, Baubranche und Landwirtschaft zugleich in einem ausgewählten Segment ressourcenschonender werden zu lassen.

»Generation-D. Ideen für Deutschland. Gemeinsam Anpacken« ist ein interdisziplinärer Ideenwettbewerb. Er fördert unternehmerische Geschäfts- und Gründungsideen in der Anfangsphase gemäß den 17 Zielen für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen. Die Bayerische EliteAkademie (BEA) und das Referat für Arbeit und Wirtschaft sind Partner. Gastgeber des Finales war die Brainlab AG.

632 Firmen

**in Bayern meldeten im dritten Quartal 2023
Insolvenz an – fast 39 Prozent mehr
als im Vorjahreszeitraum.
Besonders betroffen sind Handel und Bau.**

Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik

Gratulation

Mit Engagement und Optimismus

Der Familienunternehmer und IHK-Ehrenpräsident Claus Hipp hat Ende Oktober seinen 85. Geburtstag gefeiert. IHK-Hauptgeschäftsführer Manfred Gößl gratulierte mit einer Bildcollage aus Hipps Amtszeit von 1998 bis 2004 und bedankte sich für das große Engagement für Oberbayerns Unternehmen.

Im Gespräch zeigte sich Hipp, in dessen beeindruckendem Lebenswerk neben der Nachhaltigkeit der Aufbau und die Pflege vieler partnerschaftlicher Beziehungen nach Osteuropa eine große Rolle gespielt haben, als unerschütterlicher Optimist: »Der Erfolg gehört immer den Mutigen und Entschlossenen.« Er ist unter anderem nach wie vor als Honorarkonsul Georgiens tätig.



Foto: IHK

Glückwünsche – IHK-Hauptgeschäftsführer Manfred Gößl (l.) gratulierte IHK-Ehrenpräsident Claus Hipp mit einer Bildcollage

Recruiting

Ausgezeichnete IHK-Website

Die Website der IHK für München und Oberbayern zur Suche nach Mitarbeitenden hat das Siegel »Top-Karriereseiten in Bayern 2023« erhalten. Sie erreichte den 1. Platz in der Kategorie »Öffentlicher Dienst«. Die Jury lobte besonders die Bildsprache, die Zielgruppenansprache nach Kategorien, die kurzen, informativen Texte sowie den Service, die Ansprechpartnerin mit Telefondurchwahl und Foto zu nennen. Zudem überzeugte das kompakte Bewerbungsformblatt, das Jobinteressenten ohne zusätzliches Log-in oder Benutzerkonto ausfüllen können.

Für das Ranking der Top-Karriereseiten wurden 800 bayerische Firmenwebsites untersucht. Vergeben wird das Siegel in drei Kategorien von der SZ Media Bayern Süddeutsche Zeitung GmbH und der Paderborner Jobware GmbH, die ein Stellenanzeigenportal betreibt.

www.ihk-muenchen.de/karriere



KURZ & KNAPP

Corona-Soforthilfe

Frist bis Jahresende

Die Corona-Soforthilfe ging in Bayern im Sommer 2020 an kleine Betriebe und Freiberufler. Jetzt folgt die Schlussabrechnung und eventuelle Rückzahlung. Bis 31. Dezember 2023 müssen die Unternehmen rückgemeldet haben, ob die Notlage wie erwartet eintrat. Alle Infos: www.ihk-muenchen.de/Service/rueckzahlung-soforthilfe-corona

Künstliche Intelligenz

KI-Toolbox Medien

Die Initiative XPLR: MEDIA in Bavaria ist Teil der staatlichen Medien Bayern GmbH und bietet zusammen mit der 1E9 Denkfabrik GmbH eine kostenfreie KI-Toolbox mit kuratierten nützlichen KI-Werkzeugen und Beispielen zur Medienbranche. Tools, Use Cases und hilfreiche Tipps werden laufend aktualisiert: bit.ly/KI-Toolbox

Luftfahrt

Neue Kraftstoffe

Für weniger CO₂-Emissionen: Lufthansa Airlines, das Deutsche Zentrum für Luft- und Raumfahrt (DLR), Airbus, MTU Aero Engines und die Flughafen München GmbH sind eine Forschungskoooperation für Power-to-Liquid-Flugkraftstoffe (PtL) eingegangen. Untersucht wird, ob reines PtL, also ohne Beimischung von fossilem Kerosin, in der Luftfahrt einsetzbar ist und wie PtL-Kerosin auf die lokale Luftqualität wirkt.

Bewerbungsfrist

Inklusion zeigen

JobErfolg heißt der Preis, den das Bayerische Sozialministerium und der Bayerische Beauftragte für die Belange von Menschen mit Behinderung für das erfolgreiche Miteinander von Menschen mit und ohne Behinderung am Arbeitsplatz verleihen. Die Bewerbungsfrist läuft bis 14. Dezember 2023: www.zbfs.bayern.de/joberfolg

Firmenjubiläen

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

135 JAHRE

Wiedemann Haushaltswaren

Waging

1888 wurde das kleine, aber feine Fachgeschäft mitten in Waging gegründet. Es bietet ein breites Sortiment mit allem, was man zum Kochen, Backen und Tischdecken braucht. Seit 2008 führt Karin Wiedemann das Unternehmen in vierter Generation.



Foto: Wiedemann Haushaltswaren

IHK-Hauptgeschäftsführer Manfred Gößl mit Luise Obermayer (Mitarbeiterin seit 1992), Ferdinand Wiedemann (vormaliger Inhaber), Karin Wiedemann (Inhaberin), Melanie Eykmann (Bezirksgeschäftsführerin Handelsverband HBE Oberbayern) (v.l.)



Foto: Oswald

Birgit und Georg Bräumann (Mitte) mit Jens Wucherpennig, Leiter IHK-Geschäftsstelle Rosenheim

110 JAHRE

Raiffeisenbank Rupertiwinkel eG

Teisendorf

Die Raiffeisenbank Rupertiwinkel geht zurück auf den 1902 gegründeten Darlehen-Kassenverein Leobendorf. Im Jahr 2000 entstand sie aus der Fusion der Raiffeisenbank Rupertiwinkel Nord und der Raiffeisenbank Teisendorf. Heute betreibt die Genossenschaftsbank vier Geschäftsstellen und beschäftigt mehr als 130 Mitarbeitende.



Foto: Raiffeisenbank Rupertiwinkel

Vorstand Wolfgang Thanbichler (l.) mit Jens Wucherpennig, Leiter der IHK-Geschäftsstelle Rosenheim

IHK-EHRENURKUNDE

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

IHK-Ansprechpartnerin

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



Foto: Goran Gajani/In/Des Kraftbild



DER NEUE VOLL- ELEKTRISCHE eCITAN.

Feels giant.

Außen voll kompakt, innen voller Energie. #FeelsGiant
Erfahren Sie mehr bei Ihrer Mercedes-Benz Niederlassung
München oder unter [mercedes-benz.de/ecitan](https://www.mercedes-benz.de/ecitan)

Jetzt Beratungstermin vereinbaren

Telefon 089 1206-3636



Foto: LOWA/Kerstin Rysavy



Werner Riethmann (Geschäftsführer), Gerti Oswald (IHK-Abteilungsleiterin), Alex Nicolai (Geschäftsführer), Rudolf Limmer (Prokurist) und IHK-Hauptgeschäftsführer Manfred Gößl (v.l.)

100 JAHRE

LOWA Sportschuhe GmbH

Jetzendorf

Der Schuhmachersohn Lorenz Wagner gründete 1923 in Jetzendorf eine eigene Schuhwerkstatt. Für den Firmennamen LOWA fügte er die ersten Buchstaben seines Vor- und Nachnamens zusammen. Das Unternehmen wuchs schnell und weitete sein Sortiment aus. Anfang der 1990er-Jahre gelang es der Firma, eine wirtschaftlich schwierige Lage zu bewältigen. Heute exportiert LOWA seine hochwertigen Outdoor-Schuhe in 80 Länder.

75 JAHRE

Bürocenter Reich GmbH

Schrobenhausen

Hans und Maria Reich starteten 1948 mit einem kleinen »Werbe- und Schreibbüro«. Das Unternehmen vergrößerte sich schnell, nahm Bürobedarf, -technik und -einrichtung ins Sortiment. Heute liegt die Leitung des Unternehmens in dritter Generation bei Michael Reich.



Foto: Reich

Manuela (l.) und Michael Reich mit Catherine Schrenk, Leiterin IHK-Geschäftsstelle Ingolstadt

60 JAHRE

KESSEL AG

Lenting

In einer Garage gründete 1963 Bernhard Kessel in Großmehring bei Ingolstadt sein Unternehmen für Werkzeugbau. Der Betrieb florierete und entwickelte bald erfolgreich eigene Produkte. 1979 übernahm Kessel ein großes Werksgelände in Lenting und expandierte weiter. Heute ist die KESSEL AG ein führender Anbieter von Entwässerungsanlagen. In diesem Jahr übergab der Firmengründer das operative Geschäft an Stefan Grenzbech.

Foto: KESSEL AG



Edgar Thiemt (Vorstand Technik), Bernhard Kessel (Firmengründer), Alexander Kessel (Vorstand Vertrieb und Marketing) und IHK-Hauptgeschäftsführer Manfred Gößl (v.l.)



Foto: Elektro Kreuzpointner

Fritz Kreuzpointner, geschäftsführender Gesellschafter, mit Elke Christian, IHK-Bereichsleiterin Ehrenamt, Region, Politik

100 JAHRE

Elektro Kreuzpointner GmbH

Burghausen

1923 gegründet, hat sich das Unternehmen vom Einmannbetrieb mit Elektroinstallation und Ladenverkauf in der Burghäuser Altstadt zu einer Elektro-Hightech-Gruppe in drei Ländern mit rund 120 Millionen Euro Jahresumsatz und etwa 1.300 Mitarbeitenden entwickelt. Seit 2002 führt Fritz Kreuzpointner III. das Familienunternehmen in dritter Generation.

30 JAHRE

SÜDWÄRME Gesellschaft für Energielieferung AG

Unterschleißheim

Die SÜDWÄRME Gesellschaft für Energielieferung AG ist ein Pionier im Energie-Contracting. Sie besteht aus Beteiligungen an über 20 mittelständischen Gebäudetechnik-Fachbetrieben mit zusammen mehr als 3.000 Beschäftigten.



Foto: SÜDWÄRME

Vorstand Rudi Maier (l.) mit IHK-Hauptgeschäftsführer Manfred Gößl

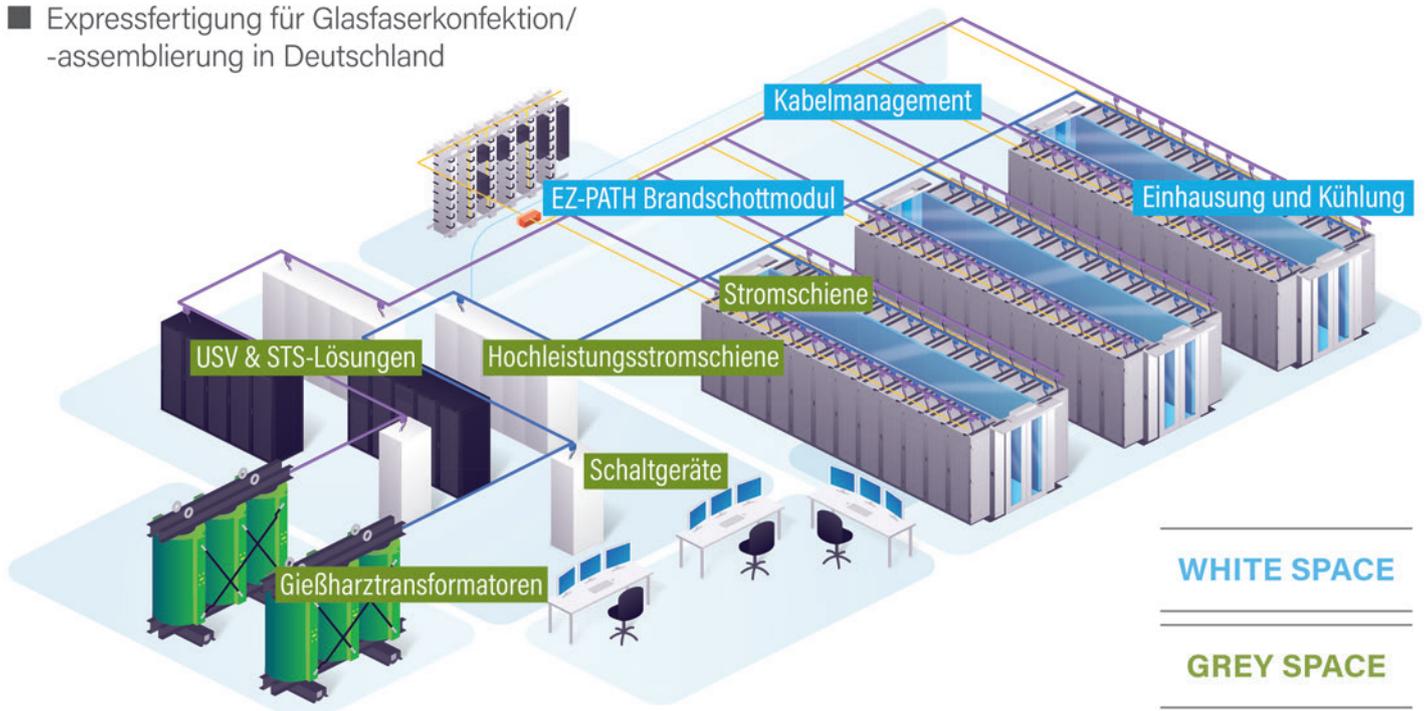
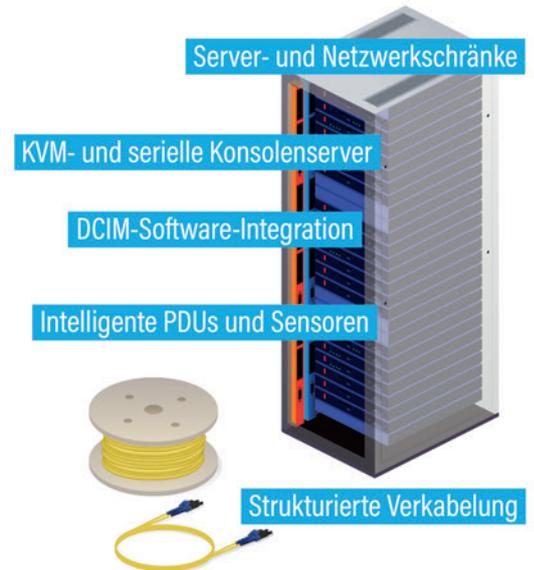
Zuverlässige, effiziente, skalierbare Lösungen für Rechenzentren



LEGRAND IST DER GLOBALE SPEZIALIST FÜR ELEKTRISCHE SOWIE DIGITALE RECHENZENTRUMS- UND GEBÄUDEINFRASTRUKTUR

Ihre Vorteile und Mehrwerte

- Globale Reichweite mit lokaler Präsenz
- Spezialisten und Ingenieure in den einzelnen Fachbereichen
- Maßgeschneidertes innovatives Produktportfolio für Ihre individuellen Rechenzentrumsanforderungen
- Infrastructure Design Center in Deutschland für Konzeptentwicklung, Live-Demonstrationen und Schulungen
- Bundesweites eigenes Service- und Maintenance-Team mit umfangreichen Dienstleistungen
- Individuelle Rack- und Containment-Produktion in Deutschland
- Expressfertigung für Glasfaserkonfektion/-assemblierung in Deutschland



LEGRAND DATA CENTER SOLUTIONS – POWERED BY EXPERTS!

Unser Team aus lokalen Spezialisten entwirft und erstellt innovative Lösungen für Rack und Einhausung, strukturierte Verkabelung, PDUs, Stromversorgung, Kälte- und Klimatechnik sowie DCIM bis hin zu Rechenzentrumsgesamtlösungen, um Ihren individuellen Anforderungen gerecht zu werden.

Magdalena Geiger
Communications Manager DE/AT, Legrand Data Center Solutions
Tel. 08062 72552 18, E-Mail: magdalengeiger@legrand.com

Legrand Data Center Solutions
www.legrand.de/de/rechenzentren
www.linkedin.com/company/legrand-data-center



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 und Organisationen

**Bayerischer Landtag
und Stiftung Maximilianeum**
Institution, 240 Mitarbeiter



Foto: Bildarchiv Bayerischer Landtag/Rolf Poss

Peter Worm, Landtagsdirektor, Alexander Hugel, Umweltmanagementbeauftragter, Ilse Aigner, Präsidentin Bayerischer Landtag, Hanspeter Beißer, Vorsitzender Stiftung Maximilianeum, IHK-Hauptgeschäftsführer Manfred Gößl und Susanne Kneiße-Heinevetter, EMAS-Referentin IHK (v.l.)

**Privatbrauerei ERDINGER Weißbräu
Werner Brombach GmbH**
Brauerei, 523 Mitarbeiter



Foto: Erdinger Weißbräu

Lars Goschenhofer, Leitung Sicherheit, Gesundheit und Umwelt, Stefan Kreis, Vorsitzender der Geschäftsführung, Ludwig Arning, zuständig für Kontinuierlichen Veränderungsprozess und Nachhaltigkeit, und IHK-Hauptgeschäftsführer Manfred Gößl (v.l.)

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.

Die registerführende Stelle für alle oberbayerischen Organisationen ist die IHK für München und Oberbayern.

Nähere Informationen zu EMAS gibt es unter:

www.ihk-muenchen.de/emas

IHK-Ansprechpartnerin zu EMAS

Susanne Kneiße-Heinevetter

Tel. 089 5116-1467

kneissl@muenchen.ihk.de

Neue EMAS-Standorte

Diese Unternehmen sind bereits EMAS-registriert und haben neue Standorte aufgenommen:

DR. SCHNELL GmbH & Co. KGaA

Herstellung von Seifen, Wasch-, Reinigungs- und Körperpflegemitteln sowie Duftstoffen, 340 Mitarbeiter
EMAS-registriert seit September 1998
Neuer Standort: German Hygiene Liquids GmbH, Genthin

MÜNCHENSTIFT GmbH

Altenheime, 1.900 Mitarbeiter
EMAS-registriert seit Mai 2021
Neuer Standort:
Haus Heilig-Geist, Dom-Pedro-Straße 6, München

Augustiner-Bräu Wagner KG

Brauerei, 564 Mitarbeiter
EMAS-registriert seit April 2021
Neue Standorte:
Depot Hengersberg
Depot Wolnzach

Starnberger Kliniken GmbH

Gesundheitswesen, 1.638 Mitarbeiter
EMAS-registriert seit März 2017
Neue Standorte:
Dr. Schindlbeck Klinik Seefeld/Herrsching GmbH,
Standort Herrsching

Unsere Förderanlagen.

Automatisch, innovativ,
wirtschaftlich & leise.



Nächste Messe:
19.03.-21.03.2024 LogiMAT

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

HaRo[®]



Foto: Marion Vogel

Freude an spektakulären Projekten – Susanne und Laurent Brückner, hier mit einem Lichtobjekt des Münchner Künstlers Christian Wichmann

Alles aus einer Hand

Susanne und Laurent Brückner wissen um die positive Wirkung von Architektur. Sie schaffen mit ihren nachhaltigen und ganzheitlichen Entwürfen Orte zum Wohlfühlen.

Von Harriet Austen

Kaum zu glauben, dass so viele Details in München existieren, die man nicht googeln kann. »Doch, da gibt es zahlreiche Secrets«, weiß Susanne Brückner. Die Innenarchitektin gewann mit dieser Idee den Wettbewerb um die Einrichtung des Google-Entwicklerzentrums in der Arnulfpost. Der US-Konzern wünschte sich, dass die internationale Belegschaft so schnell wie möglich heimisch werden soll. Daher schlug Brückner vor, die Mitarbeiter zu Insidern zu machen, und setzte einzelne Münchner Themen anschaulich in gestalterische Elemente um. Solche auf den Kunden zugeschnittene Storys zu erzählen, ist ein typisches Markenzeichen von Brückner Architekten. »Wir glauben, dass ein Projekt nur dann erfolgreich, schlüssig und nachhaltig sein kann, wenn es eine starke Idee in sich trägt«, sagt Geschäftsführer Laurent Brückner. Kunden seien dann vom Gesamtwerk derart fasziniert, dass sie keine Änderungen mehr vornähmen. »So muss Architektur funktionieren, innen wie außen«, sagt Susanne Brückner, die sich ebenso wie Ehemann Laurent darauf versteht, intensiv auf Ort, Umgebung, Historie und Unternehmensphilosophie einzugehen und daraus spektakuläre Objekte zu gestalten. So erinnert der neue Apple Campus in der Maxvorstadt mit seinen spitzen »Sägezahndächern« an die frühere Nutzung des Geländes als Autohaus mit ebensolchen Glasdächern. Und das Kathrein Werksviertel in Rosenheim punktet vor allem damit, »das erste energieautarke Stadtquartier der Welt« zu werden, wie Generalplaner Laurent Brückner stolz berichtet. Der heute 53-Jährige fand es schon als Kind spannend, »mit der Kraft der Gedanken und der Fantasie etwas Reelles entstehen zu lassen und damit die Umwelt zu gestalten«. Ähnlich geht es der Regensburgerin Susanne Brückner. Sie

ist fasziniert davon, wie stark Räume auf Wohlbefinden, Gesundheit und Leistung wirken können, und richtet sich mit ihren Entwürfen genau danach, was sich ihr Gegenüber wünscht. Nach ihrem Eintritt bei Brückner Architekten 2005 baute sie die Unit Interior Design auf. »Ein ausgesprochener Mehrwert für uns, weil wir jetzt alles aus einer Hand anbieten können«, freut sich Laurent Brückner. Seitdem bestimmen beide gleichberechtigt die Geschicke der Firma, die Laurents Vater Wolfgang gegründet hat.

Beim 50-jährigen Jubiläum in diesem Jahr kamen die Meilensteine zur Sprache, die das Unternehmen vorangebracht haben. »Schon mein Vater war ein leidenschaftlicher Generalplaner«, erinnert sich Brückner. »Wir kaufen jetzt vermehrt die Grundstücke und betätigen uns als Bauherren, Planer, Architekten und Innenarchitekten.« Der Vorteil: ein verschlankter Prozess, bei dem hohe Qualität, Bauzeit und Budget eingehalten werden. Das bedeutet aber auch, die gesamte Verantwortung zu tragen. Dazu gehört Mut, »das muss man sich selbst zutrauen und auch einen Mehrwert darin verspüren«, so Susanne Brückner. Die Leidenschaft für die Digitalisierung stammt ebenfalls von Gründer Wolfgang Brückner. Er war einer der Ersten in Deutschland, die Computer und CAD als Planungsinstrumente einsetzten. Seine Nachfolger führen diese Strategie konsequent fort. »Wir planen inzwischen alles in 3-D«, sagt Susanne Brückner. 2017 sei ihnen mit ihrem Showroom in Oberaudorf zum ersten Mal die papierlose Baustelle gelungen. Bei der neuen TÜV-Süd-Zentrale kommt erstmals künstliche Intelligenz zum Einsatz: Algorithmen berechnen jedes einzelne Fenster so, dass die Räume optimal

belichtet werden. Daraus entstand eine neue Firma, die PropertyMax GmbH. Brückner Architekten sind so stark gewachsen, dass jetzt zwei neue geschäftsführende Gesellschafter eingestellt werden und ein tiefgreifender Markenrelaunch durchgezogen wurde. »Wir haben die Themen Kommunikation, Werbung und Marketing bisher eher vernachlässigt«, gesteht Laurent Brückner. Es ging vor allem darum, die Architektur von Gebäuden (Brückner Architekten) und die Innenarchitektur (Brücknerinnen) als Marken sauber voneinander zu trennen. Denn Susanne Brückner, die sich auf neue Büro- und Arbeitswelten spezialisiert hat, bekommt inzwischen zu 80 Prozent eigene Aufträge von externen Kunden. Laurent Brückner: »Seitdem ist die Brand-Awareness sensationell.«

● bruecknerarchitekten.com
bruecknerinnen.com

ZU DEN PERSONEN

Laurent Brückner, Jahrgang 1970, studierte Architektur an der FH München. 1997 trat er als Partner in das von Vater Wolfgang 1973 gegründete Architekturbüro Brückner Architekten in München ein, erwarb die Einzelfirma 2004 und taufte sie 2008 in Brückner Architekten GmbH um. Das Unternehmen beschäftigt 60 Mitarbeiter.

Susanne Brückner, Jahrgang 1974, studierte Innenarchitektur an der TH Rosenheim und sammelte Erfahrung in einigen Architekturbüros, bevor sie 2005 bei Brückner Architekten einstieg. Sie baute dort die Unit Interior Design auf, die mittlerweile eigenständig ist und sich Brücknerinnen nennt.

Fachkräfte aus aller Welt

Wenn Unternehmen Stellen nicht besetzen können, können Mitarbeitende aus Nicht-EU-Staaten die Lösung sein. Die neuen Regeln für die Zuwanderung erleichtern das Recruiting. Worauf es bei Suche und Integration ankommt.

Von Eva Elisabeth Ernst

Erfahrung mit internationalen Fachkräften besitzt Giesecke+Devrient (G+D) reichlich: Rund 50 Prozent der Bewerbungen auf Stellenausschreibungen kommen bei dem Unternehmen für Sicherheitstechnologie mittlerweile aus dem Ausland. »Deutschland gilt international nach wie vor als ein attraktives Land für Fachkräfte«, sagt Personalleiterin Jutta Häusler (51). »Zudem ist natürlich auch unser Unternehmen für Bewerber aus dem Ausland interessant – nicht zuletzt, weil wir weltweit tätig sind.« G+D ist mit 123 Tochtergesellschaften und Ge-

meinschaftsunternehmen in 40 Ländern vertreten und beschäftigt rund 14.500 Mitarbeitende, am Hauptsitz in München sind es mehr als 2.500. Davon wiederum stammen rund zehn Prozent aus Drittstaaten, also aus Ländern außerhalb der Europäischen Union. Auf eine spezielle Kampagne zur Anwerbung internationaler Fachkräfte verzichtet G+D. Offene Stellen schreibt das Unternehmen auf seiner Karrierewebsite, auf internationalen Social-Media-Plattformen wie LinkedIn und auf großen Jobportalen aus – in der Regel zweisprachig, in Deutsch und in Englisch, wie Personalleiterin Häusler betont. »Darüber hin-

aus haben wir in vielen Ländern starke Netzwerke, sodass wir als Arbeitgeber weiterempfohlen werden. Das spielt eine große Rolle beim Recruiting.« Nicht nur in den Stellenausschreibungen, sondern während des gesamten Bewerbungsprozesses glaubwürdig darzustellen, dass G+D ein inklusives, englischsprachiges Umfeld bietet und international geprägt ist, hält die Personalleiterin ebenfalls für sehr wichtig. Die Vorstellungsgespräche mit Bewerbern aus dem Ausland führt das Unternehmen über Videocalls. »Im günstigsten

Fall haben geeignete Kandidatinnen und Kandidaten bereits Arbeits- und Aufenthaltsgenehmigungen für einen Job in Deutschland beantragt«, so Häusler. »In den meisten Fällen jedoch unterstützen wir dabei.«

lich andere Länder, in denen der Visumsprozess leichter ist und die ebenfalls sehr beliebt sind, wie etwa Kanada, Australien, Schweden.« Mitunter gab es auch Fälle, in denen die Behörden Anträge ablehnten, berichtet Häusler. Sie erinnert sich an eine hochqualifizierte IT-Expertin aus einem Drittstaat, die G+D nicht einstellen konnte. Der Grund: Die Kandidatin hatte ein Jura-Studium absolviert und damit durfte sie in Deutschland nicht als IT-Spezialistin arbeiten.

Solche Fälle sollte es künftig nicht mehr geben. Mit der Novellierung des Fachkräfteeinwanderungsgesetzes (FEG) sind solche Beschränkungen außer Kraft gesetzt. Und auch bei einigen anderen Themen wird die Rekrutierung von Mitarbeitenden aus dem Ausland leichter. Die Novellierung des FEG besteht aus mehreren Teilen, die ab November 2023 nach und nach in Kraft treten. Wichtige Neuerungen sind:

Für die Einreise einer Fachkraft ist es ausreichend, wenn für diese ein Arbeitsangebot sowie eine in Deutschland anerkannte Berufsqualifikation vorliegen. Neu ist, dass jede Qualifikation befähigt. Wer also eine qualifizierte Berufsausbildung oder einen Hochschulabschluss vorweisen kann, ist bei der Jobsuche nicht auf Beschäftigungen beschränkt, die in Verbindung mit dieser Ausbildung stehen.

Ebenfalls seit November gelten wichtige Erleichterungen bei der Blauen Karte EU für Akademiker. Hier wird das Mindestgehalt deutlich reduziert. Es muss nur noch 50 Prozent der Beitragsbemessungsgrenze in der Rentenversicherung (BBG RV), aktuell rund 43.800 Euro, betragen. In Engpassberufen sowie für Berufsanfänger müssen Unternehmen lediglich



Deutschland gilt international als ein attraktives Land für Fachkräfte.«

**Jutta Häusler, Personalleiterin
Giesecke+Devrient**



Foto: G+D

meinschaftsunternehmen in 40 Ländern vertreten und beschäftigt rund 14.500 Mitarbeitende, am Hauptsitz in München sind es mehr als 2.500. Davon wiederum stammen rund zehn Prozent aus Drittstaaten, also aus Ländern außerhalb der Europäischen Union.

Auf eine spezielle Kampagne zur Anwerbung internationaler Fachkräfte verzichtet G+D. Offene Stellen schreibt das Unternehmen auf seiner Karrierewebsite, auf internationalen Social-Media-Plattformen wie LinkedIn und auf großen Jobportalen aus – in der Regel zweisprachig, in Deutsch und in Englisch, wie Personalleiterin Häusler betont. »Darüber hin-

Fall haben geeignete Kandidatinnen und Kandidaten bereits Arbeits- und Aufenthaltsgenehmigungen für einen Job in Deutschland beantragt«, so Häusler. »In den meisten Fällen jedoch unterstützen wir dabei.«

Dabei kommt es auf schnelle und reibungslose Abläufe an. »Denn der internationale Bewerbermarkt für Hochqualifizierte, aus dem wir Mitarbeitende rekrutieren, ist sehr herausfordernd«, sagt die Personalleiterin. Eine lange Zeitspanne zwischen Beantragung und Erteilung von Arbeits- und Aufenthaltserlaubnis sei ungünstig. »Dadurch können wir gute Bewerber verlieren. Es gibt schließ-

**Verstärkung fürs Team – motivierte
Fachkräfte aus dem Ausland**



mindestens 45,3 Prozent der BBG RV als Gehalt zahlen (aktuell 39.683 Euro).

Künftig können auch IT-Spezialisten ohne Hochschulabschluss eine Blaue Karte EU erhalten, wenn sie für mindestens drei Jahre eine vergleichbare Berufserfahrung nachweisen können. Auch hier gilt die niedrigere Gehaltsschwelle für Engpassberufe (45,3% der BBG RV). Zudem wurde die Liste der Engpassberufe, die für eine Blaue Karte EU infrage kommen, erweitert.

Ab März 2024 tritt eine weitere wichtige Neuerung in Kraft, die 2+2-Regelung: Fachkräfte mit einem im Herkunftsland staatlich anerkannten, mindestens zweijährigen Berufs- oder Hochschulabschluss und einer mindestens zweijährigen Berufserfahrung im angestrebten Beruf können ohne eine vorherige Anerkennung ihrer Berufsqualifikation einreisen, sofern sie ein Mindestgehalt von 45,3 Prozent der Beitragsbemessungsgrenze zur Rentenversicherung verdienen. Bei Tarifunternehmen gelten Ausnahmen. Die Regelung gilt für alle Branchen, aber nur für nicht reglementierte Berufe.

Ebenfalls ab März 2024 wird die Einreise und Beschäftigung im Rahmen einer Anerkennungspartnerschaft möglich sein.

Ausländische Fachkräfte können einreisen und hier als Fachkraft arbeiten, sofern sich Fachkraft und Arbeitgeber verpflichten, nach der Einreise die Anerkennung zu beantragen und das Verfahren aktiv zu betreiben. Grundvoraussetzungen für die Anerkennungspartnerschaft sind ein Arbeitsvertrag, das Vorliegen einer mindestens zweijährigen, im Herkunftsland anerkannten Berufsqualifikation oder ein Hochschulabschluss sowie deutsche Sprachkenntnisse auf Niveau A2.

Ab März 2024 können Unternehmen zudem mithilfe einer kontingentierten Beschäftigung Drittstaatsangehörige auch unabhängig von ihrer Qualifikation in Deutschland für maximal acht Monate sozialversicherungspflichtig beschäftigen. Die Bundesagentur für Arbeit legt das Kontingent fest.

Ab Juni 2024 startet die sogenannte Chancenkarte, die zu einem Aufenthalt in Deutschland von bis zu zwölf Monaten zur Jobsuche berechtigt. Für die Chancenkarte müssen sechs Punkte erzielt werden aus den Kriterien Qualifikationen, Sprachkenntnisse, Berufserfahrung, Alter und Deutschlandbezug sowie Potenzial der mitziehenden Lebens- oder Ehepartner. Sie bietet während des Aufenthalts in

Deutschland die Möglichkeit zur Probearbeit oder zur Nebenbeschäftigung von bis zu 20 Stunden pro Woche.

Hilfe bei der Anerkennung

Überall dort, wo eine Anerkennung des ausländischen Berufsabschlusses weiter notwendig ist oder für sinnvoll erachtet wird, gilt: »Das Verfahren ist sehr komplex«, so Viktoriia Shuliak, Referentin Berufsanerkennung bei der IHK für München und Oberbayern. Shuliak empfiehlt Unternehmen daher, die kostenfreien Beratungsangebote der IHK wahrzunehmen, die es zur Anerkennung ausländischer Berufsabschlüsse gibt (s. Kasten unten).

Damit Mitarbeitende aus Drittstaaten schneller ihre Beschäftigung in Deutschland aufnehmen können, gibt es die Möglichkeit des beschleunigten Fachkräfteverfahrens. Gegen eine Gebühr von 411 Euro werden das Anerkennungsverfahren und auch das Visumverfahren in verkürzter Zeit durchgeführt. »Es gelten jedoch die gleichen Kriterien für die Anerkennung«, sagt Shuliak. »Das beschleunigte Fachkräfteverfahren ist also keine Garantie dafür, dass ausländische Berufsabschlüsse anerkannt werden.« Auch hier berät die IHK kostenfrei (s. Kasten unten).

So wichtig die Formalien rund um Arbeitsgenehmigung und Aufenthaltstitel auch sind: Bevor Unternehmen sie in Angriff nehmen können, müssen die Firmen erst einmal geeignete Bewerber finden. Keine einfache Aufgabe für ein mittelständisches Unternehmen, wenn es damit noch keine Erfahrungen hat.

Elfriede Kersch, Leiterin des Referats Fachkräftesicherung, Arbeitsmigration und Business Women IHK, empfiehlt Firmen, systematisch vorzugehen – von der Personalbedarfsanalyse und -planung über die Erstellung eines Anforderungsprofils bis zur Zielgruppenanalyse mit Festlegung des Ziellands. Unternehmen sollten die Stellenausschreibung idealerweise in der Sprache des Ziellands oder zumindest auf Englisch formulieren und auf internationalen Jobportalen veröffentli-

IHK-SERVICE FÜR UNTERNEHMEN

Die IHK unterstützt Firmen, die Fachkräfte im Ausland rekrutieren möchten, mit einem umfassenden Informations- und Beratungsangebot.

Der IHK-Ratgeber »Fachkräfte aus dem Ausland anwerben, einstellen und beschäftigen« erläutert die rechtlichen Rahmenbedingungen und die Anerkennungsverfahren. Eine Schritt-für-Schritt-Anleitung hilft bei der Rekrutierung von der ersten Ansprache im Ausland bis zum Start im Betrieb. Praxisbeispiele zeigen, wie andere Firmen vorgehen:

www.ihk-muenchen.de/de/Service/Fachkräftesicherung/Ausländische-Fachkräfte

Darüber hinaus berät die IHK individuell zu Berufsanerkennung und beschleunigtem Fachkräfteverfahren. Alle Infos unter:

www.ihk-muenchen.de/de/Service/Beratung-zur-Anerkennung-ausländischer-Berufsabschlüsse.html

www.ihk-muenchen.de/de/Service/Beratung-zum-beschleunigten-Fachkräfteverfahren.html

Sehr nützlich sowohl für Arbeitgeber als auch für Jobsuchende sind die Informationen auf dem Portal der Bundesregierung für Fachkräfte aus dem Ausland:

www.make-it-in-germany.com

Gelbe Seiten



„Mein Anspruch:
Perfektion bis
ins kleinste Detail.“

Infos unter:
sellwerk.de/standorte/muenchen

Gelb gesucht, gut gefunden.
Unser Anspruch: Ihren Erfolg voranbringen.

- mit maßgeschneiderten Online-Sichtbarkeitskonzepten
- für mehr Aufmerksamkeit auch bei Google
- zu noch mehr Neukunden dank positiver Bewertungen



SELLWERK

Eine Marke Ihrer

JKV MEDIA
••• Keller Verlag

Ihr Gelbe Seiten Verlag

chen. Die Zentrale Auslands- und Fachvermittlung der Bundesagentur für Arbeit sowie die Außenhandelskammern unterstützen Firmen bei der Veröffentlichung solcher Stellenofferten.

Ein weiteres Angebot ist das Anwerbeprojekt »Hand in Hand for International Talents«, bei dem die IHK für München und Oberbayern Projektpartner ist. Emilia-Luisa Roloff (24), Recruiterin im Hotel Bayerischer Hof in München, hat damit gute Erfahrungen gemacht. »Die Unterstützung durch die IHK – von der Organisation der digitalen Vorstellungsgespräche bis hin zum Visumsprozess und zu Deutschkursen – war sehr gut«, sagt sie. »Wir erhielten daraufhin einige Bewerbungen und im Herbst 2023 konnten zwei vietnamesische Servicekräfte bei uns starten.«

Die beiden sind längst nicht die einzigen Fachkräfte aus dem Ausland im Bayerischen Hof: »Wir sind ein sehr internationales Haus und beschäftigen Mitarbeitende

aus 62 verschiedenen Nationen«, sagt Roloff. Um den neuen Kollegen aus dem Ausland das Einleben zu erleichtern, organisiert das Unternehmen Deutschkurse und Mitarbeitererevents. »Auch die Möglichkeit, in einem unserer Wohnheime unterzukommen, hilft«, fügt Roloff hinzu.

Den Start erleichtern

Giesecke+Devrient legt ebenfalls großen Wert auf die Integration von Mitarbeitenden aus dem Ausland. »Mit Onboarding-Veranstaltungen sorgen wir nicht nur für die erste Orientierung, sondern fördern auch die Bildung von New-Joiner-Communities«, sagt Personalleiterin Häusler. Über einen externen Dienstleister bietet G+D zudem Unterstützung rund um Behördengänge, Wohnungssuche, die Eröffnung von Bankkonten und die Anmeldung von Kindern in passenden Schulen. Mitunter gibt es auch Hilfe, wenn Ehepartner von neuen Mitarbeitenden einen Job suchen. Der wichtigste Teil

der Integration, so Häusler weiter, finde jedoch auf Teamebene statt. »Daher bieten wir für alle Führungskräfte und Mitarbeitenden interkulturelle Trainings.«

Auf die Frage, was die Integration von Mitarbeitenden aus dem Ausland darüber hinaus noch erleichtern könnte, kommt Häuslers Antwort prompt: »Eine bessere allgemeine Willkommenskultur für ausländische Fachkräfte und deren Familien wäre sehr, sehr hilfreich.«

IHK-Ansprechpartner zum

Fachkräfteeinwanderungsgesetz:

Elfriede Kerschl, Tel. 089 5116-1786
kerschl@muenchen.ihk.de

zum beschleunigten

Fachkräfteverfahren:

Victoriia Shuliak, Tel. 089 5116-1679
shuliak@muenchen.ihk.de

zu »Hand in Hand

for International Talents«:

Sebastian John, Tel. 089 5116-1109
john@muenchen.ihk.de

Fachkräfte

Beratungsangebot: Fachkräfte aus dem Ausland integrieren

Wegen des zunehmenden Fachkräftemangels, der durch die demografische Entwicklung noch verstärkt wird, werben immer mehr Unternehmen um Fachkräfte im Ausland. Die IHK für München und Oberbayern hat deshalb ihr Ratgeber-Angebot dazu ausgebaut. Neben dem bereits etablierten Angebot zum Fachkräfteeinwanderungsgesetz, zur Rekrutierung im Ausland und zur Anerkennung ausländischer Berufsabschlüsse gibt es nun auch Beratung zum Thema Integration von Fachkräften aus dem Ausland.

Hat ein Unternehmen eine Fachkraft oder mehrere aus dem Ausland rekrutiert und steht die Einreise bevor, unterstützt die IHK bei der Klärung folgender Fragen: Wie bereiten wir als Arbeitgeber uns und unsere Belegschaft auf die neuen Kollegen vor? Was gilt es bei der Planung der ersten Tage und Wochen im Unternehmen zu berücksichtigen? Welche Sprachkursangebote sind regional verfügbar oder können vielleicht sogar geschaffen werden? Welche Unterstützungsmöglichkeiten vor und nach der Ankunft in Oberbayern gibt es zusätzlich? Und wie geht das Unternehmen insgesamt dauerhaft mit kultureller Vielfalt um? Diese und weitere Fragen beantwortet die Fachkräfte-Website der IHK unter dem neuen, in der Inhaltsnavigation untersten



Foto: Robert Kneschke/Adobe Stock

Punkt »Integration von Fachkräften aus dem Ausland«. Zu den Links, Leitfäden und Checklisten: Die IHK berät auch telefonisch und per E-Mail. www.ihk-muenchen.de/migration

IHK-Ansprechpartnerin

Susanne Lingl, Tel. 089 5116-1625, lingl@muenchen.ihk.de



Optimistisch nach
vorne schauen.

Mit VR Smart flexibel –
dem Unternehmerkredit.

 **uro**
AM SONNTAG

TOP
KONDITIONEN
VR Smart flexibel
KMU-KREDITE

DKI
Deutsches Kreditinstitut
für Wirtschaft und Handwerk

Ausgabe 35/2023

Ganz einfach jederzeit über bis zu 100.000 Euro frei verfügen.

Welchen Herausforderungen Sie sich auch gegen-
übersehen, VR Smart flexibel bietet Ihnen die
finanzielle Flexibilität, auf alles
zu reagieren, was kommen mag.

Mehr erfahren Sie unter
vr-smart-finanz.de/flexibel



- + Kreditrahmen von **5.000 bis 100.000 Euro**
- + Entscheidung **innerhalb weniger Minuten**
- + Auszahlung i. d. R. **innerhalb von 24 Stunden**
- + Anfrage mit nur **vier Finanzkennzahlen**
- + Flexibel bleiben **ohne Zusatzkosten** mit
Ratenpause, vorzeitiger Ablöse, Laufzeit-
verlängerung und Zusatzliquidität



Genossenschaftliche FinanzGruppe
Volksbanken Raiffeisenbanken



VR Smart
Finanz

Die Lücke schließen

Auszubildende aus Drittstaaten wie Marokko oder Vietnam eröffnen eine neue Dimension in der Fachkräfterekrutierung. Wie Mittelständler Azubis im Ausland finden und integrieren.

Von Sabine Hölper

Carola Portenlänger (59), Seniorchefin im Alten Wirt in Grünwald und Personalleiterin sowohl für das Hotel Alter Wirt als auch Xaver's Wirtshaus in München, muss nach dem Telefoninterview los – um eine Schulung für Azubis abzuhalten. Sie vermittelt den Umgang mit Gästen, Kommunikation, Stressresistenz. Einmal pro Woche gibt sie gemeinsam mit ihrem Ex-Mann auch Deutschunterricht. Denn acht – von insgesamt 21 – Auszubildenden des Unternehmens stammen aus Ländern außerhalb der EU. Die jungen Menschen kommen

aus Vietnam und Marokko kommen vermehrt junge, ausbildungswillige Leute nach Oberbayern. Und es könnten bald noch viel mehr werden. Denn die Novellierung des Fachkräfteeinwanderungsgesetzes erleichtert Auszubildenden aus Drittstaaten den Start in Deutschland. Zwei Zahlen verdeutlichen den Trend: Zum Stichtag 31. Dezember 2020 gab es in Oberbayern 120 Ausbildungsverhältnisse mit Vietnamesen oder Marokkanern. Drei Jahre später sind es mit 560 mehr als 4,5-mal so viele. Der Grund: Das Fachkräfteeinwanderungsgesetz, das im

»Damit wird der Aufenthalt zur Ausbildungsplatzsuche einem größeren Personenkreis von Drittstaatenangehörigen eröffnet«, sagt Petra Kremer, Integrationskoordinatorin bei der IHK für München und Oberbayern.

Meist findet das Bemühen um einen Ausbildungsplatz allerdings schon im Heimatland der Ausbildungswilligen statt. Für Unternehmen, die Azubis im Ausland suchen, ist es daher wichtig, offene Stellen weltweit zu melden. Die Agentur für Arbeit übernimmt das auf Wunsch.

Laut Unternehmerin Portenlänger ist es »zudem hilfreich, Anzeigen auf spezialisierten Plattformen wie etwa jobbo.de sowie auf Instagram zu schalten«. Sie nutzt als Ausbildungsbotschafterin des Deutschen Hotel- und Gaststättenverbands DEHOGA außerdem die Verbindungen des Verbands. Der Einsatz zahlt sich aus: Portenlänger erhält täglich bis zu 15 Bewerbungen aus Marokko, außerdem »je drei bis vier aus Vietnam und Tadschikistan«, immer mehr auch aus Indonesien.

Die Auswahl der Kandidaten erfolgt am besten per Videocall, so Portenlänger. Hier kann das Kompetenzfeststellungstool »check.work« der bayerischen IHKs unterstützen, um noch einmal abzuklären, ob die schulischen Fähigkeiten und die Motivation des Kandidaten für den Ausbildungsberuf stimmen (s. Kasten S. 23). Mit Bewerbern, die für eine Ausbildung infrage kommen, treten Portenlänger und einer der Geschäftsführer des Familienunternehmens noch einmal in Kontakt.

Ist die Entscheidung für einen Azubi gefallen, folgt das Bürokratische: Die Voraussetzungen für ein Ausbildungsvertrag müssen geprüft und Schritt für Schritt eingeleitet werden. »Wir unterstützen die Unternehmen in diesem Prozess mit Beratungen, Checklisten und Infoveranstaltungen«, betont IHK-Expertin Kremer.



Foto: Ralf Gerard



Wenn man sich entscheidet, Azubis aus Drittstaaten einzustellen, muss man sich auch kümmern.«

Carola Portenlänger,
Seniorchefin Alter Wirt

mit nicht immer ausreichenden Deutschkenntnissen aus Ägypten, Vietnam oder Indonesien nach Oberbayern. »Wenn man sich entscheidet, Azubis aus Drittstaaten einzustellen, muss man sich auch kümmern«, sagt Portenlänger.

Nicht nur Hoteliers und Gastronomen, der gesamte oberbayerische Mittelstand sucht dringend Auszubildende. Aus dem Umkreis kommen nicht mehr genug Bewerbungen. Im August meldete die Bundesagentur für Arbeit für die Region München noch 16.200 unbesetzte betriebliche Ausbildungsstellen bei 3.770 unversorgten Bewerbern.

Also weiten die Unternehmen ihren Suchradius aus, mittlerweile immer mehr über die EU hinaus. Mit Erfolg. Vor allem

März 2020 in Kraft getreten ist, hat die Zuwanderung aus Staaten außerhalb des Europäischen Wirtschaftsraums vereinfacht und beschleunigt. Nun wird das Gesetz novelliert. Ab 2024 wird vor allem die Einreise aus Drittstaaten für die Ausbildungsplatzsuche erleichtert:

- Die Altersgrenze für die Einreise dazu steigt von 25 auf 35 Jahre.
- Die Anforderungen an die deutschen Sprachkenntnisse werden herabgesetzt – von bislang Niveau B2 auf B1.
- Die Höchstaufenthaltsdauer in Deutschland zur Suche eines Ausbildungsplatzes erhöht sich von sechs auf neun Monate. Nebenbeschäftigungen von bis zu 20 Stunden pro Woche sind dann bei allen Berufsausbildungen möglich.



**Junge Leute aus Drittstaaten –
der Einstieg als Azubi wird einfacher**

Ist der Ausbildungsvertrag unterschrieben und abgeschlossen, muss der Bewerber bei der deutschen Botschaft in seinem Land ein Visum beantragen. Der bayerische Arbeitgeber kann im Vorfeld wählen, ob er ein reguläres oder ein beschleunigtes Visumverfahren mit kürzeren Bearbeitungsfristen beantragt.

»Dennoch werden die Visa oft nicht schnell genug vergeben, bei den Botschaften herrscht Stau«, bemängelt Kremer. Das führt nicht selten dazu, dass Azubis zum Teil nicht im September, sondern erst im November und später mit der Ausbildung beginnen können. »Die Versäumnisse der ersten Wochen, vor allem in der Berufsschule, sind dann schwer aufzuholen«, sagt die Expertin.

Vor der Einreise sollten Unternehmen klären, wo die jungen Leute wohnen können. Auf dem regulären Wohnungsmarkt kann sich kaum jemand mit Azubigehalt ein Zimmer, geschweige denn eine Wohnung

leisten. Jakob Portenlänger, Geschäftsführer der Alter Wirt GmbH, hat daher drei Wohnungen angemietet, in denen die Auszubildenden leben können. Sie zahlen 300 Euro pro Monat für ein Zimmer, bei Azubigehältern zwischen 1.000 und 1.200 Euro je nach Ausbildungsjahr.

Auch das Hotel Die Gams GmbH in Beilngries »stellt Kost und Logis«, sagt Geschäftsführer Markus Liebscher (52). Mehrere Häuser hat das Unternehmen teils gekauft, teils gemietet. In einem wohnen neun junge Menschen aus Indonesien in einer Wohngemeinschaft. Der Hotelier gewährt diesen Benefit auch den aktuell drei hiesigen Azubis. »Sie müssen den Vorteil lediglich versteuern«, sagt Liebscher.

Schon Ende 2017 bildete er die ersten Köche aus Asien aus. »Das hat so gut funktioniert, dass wir im Jahr darauf wieder Azubis aus Drittstaaten eingestellt haben.« Seither ist es zur Routine geworden. »Die ersten Azubis haben längst ausgelernt, viele von ihnen arbeiten jetzt als Fachkräfte in unserem Haus«, sagt der Hotelier.

Sie sind auch deshalb geblieben, weil der Chef und die Mannschaft aktiv bei der Integration geholfen haben. »Im Sommer haben wir mal einen Nachmittag zuge-sperrt und ein indonesisches Fest für alle gemacht«, sagt Liebscher. Das sei sehr gut angekommen. Denn auch das stellt das Integrationsteam der IHK fest: Die Fachkräftesicherung mit Azubis aus dem Ausland funktioniert dann gut, wenn das Onboarding von Anfang an mitgedacht und geplant wird. ●

IHK-Ansprechpartnerin zum Thema Integration

Petra Kremer, Tel. 089 5116-1626
kremer@muenchen.ihk.de

IHK-ANGEBOTE ZUR INTEGRATION VON AZUBIS

Das Integrationsteam der IHK für München und Oberbayern stellt zahlreiche Informationen zum Fachkräfteeinwanderungsgesetz und zur Ausbildung von ausländischen Azubis bereit. Auf der IHK-Website finden interessierte Arbeitgeber zum Beispiel Flyer, Checklisten und FAQ-Listen:

**[www.ihk-muenchen.de/de/
berufsbildung-berufszugang/ausbilden/
integration/azubis-aus-drittstaaten](http://www.ihk-muenchen.de/de/berufsbildung-berufszugang/ausbilden/integration/azubis-aus-drittstaaten)**

Einen Film zum Unterstützungsangebot des IHK-Integrationsteams gibt es hier:

**[www.youtube.com/
watch?v=ayhYsvwVPGc](https://www.youtube.com/watch?v=ayhYsvwVPGc)**

Das onlinebasierte Tool »check.work« hilft, Talente, Fertigkeiten und auch erste berufliche Erfahrungen von Menschen mit Zuwanderungsgeschichte zu ermitteln und sichtbar zu machen. Mehr Infos dazu:

www.ihk-muenchen.de/checkwork

Hacker müssen draußen bleiben!

Windows Server 2022

Kein Platz für Sicherheitslücken und Cyber-Angriffe

Nach dem **Support-Ende für Windows Server 2012/R2** diesen Jahres am **10. Oktober** entstehen täglich neue Sicherheitslücken – und Hacker nutzen das gnadenlos aus. Der Wechsel zu Windows Server 2022 schließt diese Einfallstore durch regelmäßige Updates und umfassende Security-Features. Riskieren Sie nicht die Integrität Ihrer IT und schützen Sie sich vor den gravierenden Konsequenzen eines erfolgreichen Cyber-Angriffs. Sichern Sie sich noch heute Ihre **Lizenz für Windows Server 2022** – und genießen Sie den Schutz eines modernen Server-Betriebssystems.



ACHTUNG

Jetzt absichern:

thomas-krenn.com/ws_2022

+49 (0) 8551.9150-300



Microsoft
Windows Server
2022 Essentials

Microsoft
Windows Server
2022 Standard

Microsoft
Windows Server
2022 Datacenter

THOMAS
KRENN®



München hat sich als Städtziel
»gut positioniert«, sagt Peter
Inselkammer, Chef der Platzl Hotels

»Die Leute wollen feiern«

Der Hotelier und Wiesn-Wirt Peter Inselkammer zieht eine Wiesn-Bilanz und spricht über Bürokratie, Fachkräfte und die Frage, was Münchens Innenstadt attraktiver machen könnte.

Von Martin Armbruster

Sie waren gerade im Urlaub. Wo fährt ein Profi wie Sie denn hin?

Wir waren in Südtirol. Und natürlich schaut man als Hotelier darauf, was die dort in Tourismus und Gastronomie so machen, welche Trends es gerade gibt.

Was könnte Bayern von Südtirol lernen?

Ich habe darüber auch mit einem Südtiroler Hotelier beim Essen gesprochen. Was sie dort seit vielen Jahren sehr gut machen: Sie bauen ganz auf Natur und Regionalität. Äpfel, Speck oder Wein, alles läuft unter der Marke Südtirol. Die setzen das sehr konsequent um. »Wir haben Südtiroler Küche« – darauf sind sie stolz.

Was könnten die Südtiroler von uns lernen?

Für Mitte Oktober war das Wetter angenehm mild, für Urlauber ideal. Leider hatten sehr viele Betriebe schon geschlossen. Wir haben uns gefragt: Wo kannst du jetzt noch zum Essen hingehen? Die Restaurants, die noch offen hatten, waren gut belegt. Da habe ich mir gedacht: Schade, da hätte man deutlich mehr machen können.

Die Wiesn in München hat dagegen ihr Potenzial ausgeschöpft und einen Besucherrekord verbucht. Lag das nur am Wetter?

Gut, mit 18 Tagen war die Wiesn in diesem Jahr auch zwei Tage länger als sonst. Die Stückzahlen für Essen und die Maß Bier lagen im guten Durchschnitt. Aber es stimmt, wir hatten super Wetter, das bringt die Leute raus auf die Wiesn.

Inflation, Ukraine-Krieg, schlechte Wirtschaftslage. Warum gehen die Leute trotzdem auf die Wiesn?

Das ist doch sehr menschlich. Die Leute wollen feiern, weil sie mal Abstand brauchen von den Kriegs- und Katastrophenmeldungen. Im Vorjahr war das Geschäft noch verhaltener. Jetzt war auch die Corona-Angst weg. Die Reservierungen waren wieder vollständig da. Dazu kam das Emotionale. Es war ein außerordentlich schönes Fest.

Wo kam dieser Besucherzuwachs her?

Über 80 Prozent der Wiesn-Gäste stammen aus München und seinem Umland. Wir können das anhand der Postleitzahlen der Reservierungen gut sehen. Auch Oberbayerns Firmen haben wieder voll gebucht. Es gehört zum Renommee, auf der Wiesn einen Tisch zu haben.

Was ist mit den internationalen Gästen?

Die machen etwa zehn Prozent aus. Die sind natürlich auch wichtig, weil sie die Münchner Hotels füllen. Wir hatten viele Gäste aus den USA, Italien und Großbritannien.

Die Berliner Autorin Franca Parianen war überrascht, dass es auf der Wiesn Bio-Hendl und veganen Leberkäs gibt.

Als Gastronom musst du dich einfach dem Trend anpassen. Die Leute fragen solche Gerichte mehr nach, also ist es richtig, etwas ohne Fleisch auf der Karte zu haben. Einfach mal

ausprobieren, was geht. Auf der anderen Seite hat die Wiesn eigene Gesetze. Die Leute wollen hier Stimmung erleben, Bier trinken und typische Wiesn-Schmankerl essen. Das ist eben ein Grillhendl oder eine Schweinshaxn. Das sind einfach die Klassiker, das wird sich auch nicht so schnell ändern.

Hatten Sie Probleme, Mitarbeiter für die Wiesn zu finden?

Das ging in diesem Jahr wesentlich besser als 2022. Damals hatten wir als Nachwirkung der Pandemie noch Schwierigkeiten, einige Positionen zu besetzen. Da mussten wir improvisieren. Dieses Jahr war die Nachfrage nach Wiesn-Jobs sehr gut, zum Teil mussten wir mit Wartelisten arbeiten. Die Leute wissen eben, dass sich auf der Wiesn gutes Geld verdienen lässt, auch wenn der Job sehr anstrengend ist.

Gibt es einen Punkt, bei dem das Oktoberfest noch besser werden muss?

Die Wiesn setzt schon Maßstäbe für Volksfeste, sie spielt in einer eigenen Liga. Wir haben hohe Qualitätsstandards,

ZUR PERSON

Peter Inselkammer (53) ist Chef der Platzl Hotels, Sprecher der Wiesn-Wirte, Inhaber des Armbrustschützenzelts und Vorsitzender des IHK-Regionalausschusses Landeshauptstadt München.

das Sicherheitskonzept, die Zelte, die Zusammenarbeit mit Stadt und Polizei – das ist seit Jahren top. Einen Punkt aber habe ich tatsächlich: Die Zeiten für den Auf- und Abbau sind sehr knapp bemessen. Da hätten wir gern mehr Luft.

Wie lief das Münchner Tourismugeschäft insgesamt?

Von Januar bis März war das Geschäft noch verhalten. Im Frühjahr zog es an, im Sommer lief es sehr, sehr gut. Auch jetzt im Herbst geht das Geschäft gut. Die Reiselust ist ungebrochen. Die Leute wollen sich etwas Schönes gönnen und etwas erleben. Dafür ist Geld nach wie vor da. Im Vergleich zu anderen Städtedestinationen hat sich München gut positioniert. Wir haben sehr viel zu bieten.

Leider wachsen auch die Probleme. Der Einzelhandel schwächelt, es gibt Dauerstau auf den Straßen, der öffentliche Nahverkehr ist häufig überlastet. Wie soll das weitergehen?

Für die Innenstadt ist die Erreichbarkeit ganz wichtig. Leider hat dafür niemand eine perfekte Lösung. Ich auch nicht.

Sie haben jetzt eine Fahrradstraße vor dem Hotel. Bringt das nichts?

Mehr Radwege, ja schön, aber das darf nicht das einzige Instrument sein. Wir brauchen alle Verkehrsträger, das sehe ich an mir selbst. Heute bin ich mit dem Auto hierhergefahren, weil es regnet. Sonst nehme ich lieber das Fahrrad. Gestern bin ich mit der Tram gefahren. Auch die 2. Stammstrecke, das wissen alle, ist ganz wichtig.

Bis die fertig ist, wird es aber noch eine ganze Weile dauern ...



Peter Inselkammer (l.) im Gespräch mit IHK-Autor Martin Armbruster

Foto: Thorsten Jochim

Ja, stimmt leider. Wir werden diese Konflikte immer haben. Auf der Fahrradstraße vor unserem Haus haben wir viel Schwerverkehr, der die Baustellen anfahren muss.

Wie groß ist die Gefahr, dass der Onlinehandel die Münchner Innenstadt killt?

Ja, das ist der große Konkurrent. Deshalb müssen wir in der City etwas bieten, was es online nicht gibt. Gerade hatten wir die Aktion Nachtschwärmer 2023, eine Shopping-Nacht. Das ist wichtig. Die Leute wollen etwas erleben, das Gefühl haben, da ist was los in der Stadt. Wir brauchen Events, Bühnen, eine Performance oder Ausstellung, nach der die Leute hinterher etwas trinken und essen wollen.

Der Münchner Veranstaltungskalender ist doch schon ziemlich dick. Reicht das nicht aus?

Ich glaube, dass man noch viel mehr machen kann und muss. Das sieht man am Reizthema IAA Mobility. Vor zwei Jahren gab es da noch Kritikpunkte, aber in diesem Jahr wurde die Messe super umgesetzt. Das hat Leute in die Stadt gebracht. Die haben sich die Infostände angeschaut, sind danach zum Mittagessen gegangen oder haben sich einen Anzug gekauft.

Die Mehrwertsteuer wurde in der Pandemie auf sieben Prozent in der Gastronomie gesenkt. Jetzt soll sie wieder auf 19 Prozent steigen. Wie gefährlich ist das für Ihre Branche?

Wir leiden schon jetzt unter steigenden Kosten – für Personal, Energie und Lebensmittel. Nach der Pandemie haben wir das auf die Preise umgelegt. Das Essen und Trinken ist deutlich teurer geworden. Noch ist Nachfrage da. Wenn jetzt die höhere Mehrwertsteuer obendrauf kommt, könnte es für viele Betriebe schwierig werden. Es gibt auch die Zusage von Bundeskanzler Olaf Scholz, dass es bei sieben Prozent bleiben wird.

Was erwarten Sie sich von der neuen Bayerischen Staatsregierung?

Bürokratieabbau. Da würde ich mir endlich mal Fortschritte wünschen. Wir haben so viele Verordnungen und Gesetze, da blickt keiner mehr durch. Die Staatsregierung hat mit Walter Nussel sogar einen Beauftragten für Bürokratieabbau. Der ist auch sehr aktiv. Aber in der Realität spüren wir nichts.

Was schlagen Sie vor?

Bevor man wieder was Neues macht, erst einmal überlegen, ob man dafür nicht

zwei bestehende Regelungen abschaffen kann. Man könnte jedes Gesetz mit einem automatischen Verfallsdatum versehen. Oder einfach prüfen, ob der Nutzen einer Maßnahme im Verhältnis steht zu ihren Kosten für die Wirtschaft.

Der Fachkräftemangel ist dramatisch. Was bedeutet das für Ihre Branche?

Das sehen Sie ja überall. Viele Betriebe machen mehr Ruhetage oder haben nur noch abends auf. Wir müssen uns heute überlegen, ob wir noch das Personal für größere Feiern und umsatzstarke Tage haben. An Montagen und Dienstagen, wenn das Geschäft ohnehin schwächer ist, muss ich mich als Wirt fragen: Soll ich heute überhaupt aufmachen? Rentiert sich das noch?

Wie ließe sich das ändern?

Was uns nicht weiterbringt, ist die Diskussion über die 4-Tage-Woche bei vollem Lohnausgleich. Es ist absurd zu glauben, wir könnten unseren Wohlstand halten, wenn alle weniger arbeiten. Das wird nicht funktionieren.

Wie bringt man mehr Leute dazu, in der Gastronomie zu arbeiten?

Ein Punkt ist natürlich das Gehalt. Mit gut 20 Prozent mehr Lohn haben wir in der Gastronomie deutlich draufgelegt. Zudem muss sich jeder Wirt oder Unternehmer fragen, wie er Leute für seine Jobs gewinnen will. Stellenbewerbung, Extra-Benefits, Stimmung im Betrieb, Führung und Unternehmenskultur – man muss wirklich über jeden Schritt nachdenken.

Würde mehr Zuwanderung helfen?

Sicherlich. Ohne qualifizierte Zuwanderung gäbe es unsere Branche nicht mehr. Hier im Hotel haben wir Mitarbeiter mit 30 verschiedenen Nationalitäten. Ohne sie könnte ich diesen Betrieb nicht mehr führen.

Was halten Sie von der Idee, Geflüchtete schneller arbeiten zu lassen?

Das halte ich für richtig, weil uns auch Arbeitskräfte fehlen für einfache Tätigkeiten, für die man keine super Sprachkenntnisse braucht. Ein Job ist immer noch das beste Modell, das wir für die Integration haben. ●

Ihr Standort platzt aus allen Nähten?

Wir

- analysieren Ihre Bedürfnisse
- planen An- oder Neubau
- setzen schlüsselfertig um

**Termintreu.
Nachhaltig.
Kostensicher.**



Resultate, die alarmieren

Die Energiewende stellt die bayerischen Unternehmen vor große Herausforderungen. Fast die Hälfte der Firmen sieht negative Auswirkungen auf ihr Geschäft.

Von Josef Stelzer

Die anhaltend hohen Energiepreise und Unsicherheiten in der Strom- und Gasversorgung machen den Unternehmen im Freistaat schwer zu schaffen. Rund 47 Prozent der Unternehmen sehen sich durch die Energiewende negativ oder gar sehr negativ betroffen, zudem ist die Wettbewerbsfähigkeit stark gefährdet. Das geht aus dem aktuellen Energiewende-Barometer 2023 der bayerischen IHKs (BIHK) hervor. »Die Zahlen sind alarmierend«, sagt BIHK-Hauptgeschäftsführer Manfred Gößl. »So viele Betriebe wie nie fürchten wegen der Energiepolitik um ihr Überleben.«

Über alle Branchen und Firmengrößen hinweg sehen die bayerischen Unternehmen mehr Risiken als Chancen in der Energiewende. Den Effekt auf ihre Wettbewerbsfähigkeit stufen sie mit einem Barometerwert von -28 ein.

Das ist ein dramatischer Absturz im Vergleich zum Vorjahr. Damals lag der Wert noch bei -3,4. Die Industriebetriebe bewerten die Energiewende sogar mit dem negativsten je gemessenen Barometerwert von -41, fast zwei Drittel fürchten energiewendebedingt »(sehr) negative« Konsequenzen für ihre Geschäfte.

Der russische Angriffskrieg auf die Ukraine hat zu drastischen Preisverwerfungen und Versorgungsunsicherheiten an den Strom-, Energie- und Rohstoffmärkten geführt. Zwar hat sich der Strom- und Gasmarkt zwischenzeitlich wieder beruhigt. Doch fast alle bayerischen Unternehmen waren im Zeitraum zwischen Juli 2022 und Juni 2023 horrenden Preissteigerungen ausgesetzt.

Im Branchenvergleich sorgt sich die Industrie am meisten. Ihre Wettbewerbsfähigkeit hängt vergleichsweise stark von einer sicheren und bezahlbaren Energieversorgung ab.

Für immer mehr Unternehmen ist angesichts des hohen Kostendrucks und



Strom aus Erneuerbaren – die Infrastruktur hält noch nicht mit

Foto: Andrey/Adobe Stock

der Versorgungsunsicherheiten eine teilweise oder komplette Verlagerung der Produktion ins Ausland offenbar ein gangbarer Weg, um international wettbewerbsfähig zu bleiben. Rund 16 Prozent aller befragten bayerischen Unternehmen und rund ein Drittel der Industriebetriebe planen solche Maßnahmen, setzen diese derzeit um oder haben sie bereits durchgeführt – so viele wie noch nie in den vergangenen zehn Jahren.

Die bayerischen Firmen arbeiten intensiv daran, die betriebliche Energieeffizienz zu steigern. Sie treiben seit Jahren die Optimierung ihres Energieverbrauchs voran. Mehr als drei Viertel der Betriebe, die 2023 an der Befragung teilnahmen, investieren in neue Technologien. 45 Prozent setzen auf digitale und automatisierte Mess- und Steuerungsprozesse, 41 Prozent forcieren die energetische Sanierung von Betriebsgebäuden (s. Grafik unten S. 31).

Als besonders hinderlich für den betrieblichen Klimaschutz werten die Unternehmen die nicht ausgereiften energiepolitischen Entscheidungen. Häufig veränderte Vorgaben oder Regelungen stellen aus ihrer Sicht ein völlig unkalkulierbares Risiko dar und erschweren die Umsetzung von Klimaschutzbestrebungen erheblich.

Vor diesem Hintergrund fordert die bayerische Wirtschaft vor allem die Verbesserung der Rahmenbedingungen für die Eigenversorgung. Firmen plädieren für Freiwilligkeit und Technologieoffenheit als Leitprinzipien, wenn es um Maßnahmen zur Steigerung der Energieeffizienz geht. Außerdem sprechen sie sich für die Senkung der Abgaben und Steuern auf Strom aus. Rund drei Viertel der Unternehmen verlangen hierzu weitere Entlastungen, im Handel und in der Industrie sind es jeweils rund 80 Prozent.

Zwar haben sich die Strom- und Gaspreisbremsen als adäquate Notfallmaßnahmen erwiesen. Allerdings ist nur etwas mehr als jedes zehnte Unternehmen davon überzeugt, dass die Preisbremsen dazu beitragen, zu hohe Energiekosten zu dämpfen. Die komplexen Regelungen waren für viele Firmen nicht handhabbar. Die Unternehmen blicken auch mit Sorge auf eine mögliche Teilung Deutschlands in mehrere Strompreiszonen. Die meisten Betriebe befürchten negative Konsequenzen und fordern, die einheitliche Preiszone (eher) beizubehalten, in der Industrie sind es 63 Prozent.

Infrastruktur ausbauen

In puncto Infrastruktur erkennen die Betriebe weiterhin dringenden Handlungsbedarf. Gut zwei Drittel aller Unternehmen in Bayern beklagen immer mehr Engpässe bei den Übertragungs- und Verteilnetzen, rund 72 Prozent fordern den Ausbau der Netzkapazitäten.

Einen Zugang zur Wasserstoffversorgung für alle Branchen und Regionen fordern fast zwei Drittel der bayerischen Unternehmen. Und 56 Prozent plädieren dafür, dass neben Grünstrom-basiertem Wasserstoff auch CO₂-arm produzierter Wasserstoff aus anderen Herstellungsverfahren einen Marktzutritt erhalten sollte.

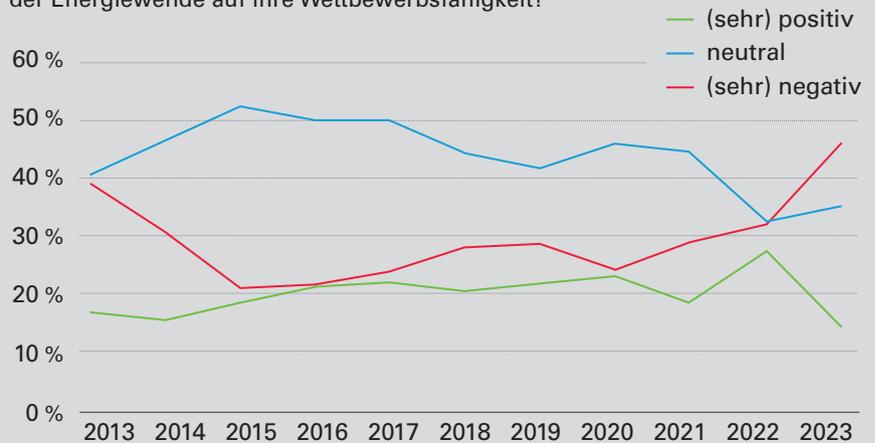
Voraussetzung für den Einsatz von Wasserstoff als alternativer Energieträger ist eine geeignete Infrastruktur: Das Wasserstoffkernnetz sowie die Speicherkapazitäten müssen ausgebaut und die Klärung von Zertifizierungs- sowie Förderfragen von der Politik weiter forciert werden.

Um den Emissionshandel und dessen Preissignal als marktbasierendes Instrument zur Reduktion von Treibhausgasemissionen zu stärken, würde mehr als ein Drittel der Befragten die damit einhergehenden steigenden CO₂-Preise in Kauf nehmen. Auf der anderen Seite sprechen sich 28 Prozent (eher) dagegen aus.

Neben all den negativen Ergebnissen und Kritikpunkten gibt es aber auch eine gute Nachricht. »Die Betriebe stehen zum Klimaschutz«, sagt BIHK-Hauptgeschäfts-

NEGATIVE URTEILE ÜBERWIEGEN

Wie bewerten die bayerischen Unternehmen die Auswirkungen der Energiewende auf ihre Wettbewerbsfähigkeit?



47 Prozent der Betriebe sehen sich von der Energiewende negativ oder sehr negativ betroffen – ein Rekordwert.

ENERGIE EINSPAREN MIT TECHNIK

Welche Maßnahmen ergreifen Unternehmen, um die Energieeffizienz im Betrieb zu steigern? (Mehrfachnennungen)



Mehr als drei Viertel der Unternehmen investieren in neue Technologien, um ihre Energieeffizienz zu steigern.

führer Gößl. Mehr als die Hälfte hat ein Klimaneutralitätsziel oder ist bereits klimaneutral.

Rund 70 Prozent der befragten Unternehmen im Freistaat haben eigene Kapazitäten der Versorgung mit erneuerbaren Energien aufgebaut oder planen dies – ein Plus von acht Prozentpunkten gegenüber dem Vorjahr. Die bayerische Wirtschaft liegt damit deutlich über dem bundesweiten Wert von 63 Prozent. ●

Alle Ergebnisse des Energiewende-Barometers 2023 für Bayern gibt es auf der IHK-Website unter:

www.ihk-muenchen.de/energiewendebarmeter-2022

IHK-Ansprechpartnerin zu Energie und Klimaschutz

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



Events ziehen Besucher an – Christkindlmarkt in Landsberg am Lech

Foto: Stadt Landsberg am Lech

Mehr Leben in der City

In den Zentren vieler kleinerer Städte und Orte nehmen Leerstände zu – es droht Verödung. Landsberg am Lech zeigt, wie es gelingen kann gegenzusteuern.

Von Eva Elisabeth Ernst

Eine mittelalterliche Altstadt mit verwinkelten Gassen, großzügigem Hauptplatz samt Marienbrunnen

und prächtigem Rathaus, umfasst von den malerischen Staustufen des Lechs und einer historischen Stadtmauer: Die

Innenstadt von Landsberg am Lech ist ein Schmuckstück. Dabei ist sie weit mehr als eine Art Freilichtmuseum, sondern bildet den beliebten und belebten Mittelpunkt der oberbayerischen Kleinstadt mit rund 30.000 Einwohnern.

»Unsere Altstadt pulsiert und ist für Einheimische und Besucher attraktiv. Und zwar nicht allein wegen der schönen Kulisse, sondern auch wegen der Vielfalt an tollen und kreativen Läden, den hochwertigen Wochenmärkten und den zahlreichen Events und Veranstaltungen, die bei uns stattfinden«, sagt Katja Schmid (55). Sie betreibt seit über dreißig Jahren das Augenoptikergeschäft Sehform Optik GmbH in Landsberg und ist zudem Vorsitzende des Ge-

LEERSTANDSMELDER BAYERN

Leer stehende Einzelhandelsflächen, Hallen, Büros, Hotels oder Gaststätten können seit Anfang 2023 über ein sicheres Verfahren per Webformular anonym im Standortportal Bayern gemeldet werden. Kommunen können sich dort registrieren, um sich bei der Erfassung von Leerständen unterstützen zu lassen. Teilnehmende Kommunen prüfen die Meldungen und

können Eigentümer der Immobilien kontaktieren und sie bei der Weiterverwertung oder Zwischennutzung unterstützen. Falls vom Eigentümer gewünscht, wird die Immobilie im Standortportal Bayern vermarktet. Der Eintrag im Standortportal ist ebenso kostenfrei wie der Service rund um das Leerstandsportal.

www.standortportal.bayern

werbeverbands »Die Aufmacher e.V.«, in dem sich rund 25 lokale Handelsunternehmer engagieren.

Eines ihrer aktuellen Projekte ist die Digitalisierung des Landsberg-Einkaufsgutscheins, der in zahlreichen Geschäften, Gastronomiebetrieben und Dienstleistungsunternehmen eingelöst werden kann. Finanziell gefördert wird dieses Vorhaben vom Innenstadtfonds der Stadt Landsberg. Er übernimmt generell 50 Prozent der Nettokosten, wenn mindestens fünf Unternehmen aus der Innenstadt gemeinsame Marketingmaßnahmen durchführen.

»Wir Gastronomen haben den Innenstadtfonds schon mehrmals in Anspruch genommen«, berichtet Dominik Wagmann (41), einer der Sprecher der Landsberger Wirte und Geschäftsführer der Mocca GmbH, die unter anderem das Hellmairs Café Restaurant Bar in der Innenstadt betreibt. »Zum Beispiel für Flyer und Plakate für Veranstaltungen sowie Bierdeckel mit den Logos aller Landsberger Gastronomen.«

Doch nicht allein wegen des Innenstadtfonds schätzt Wagmann die Kooperation mit der Stadtverwaltung. »Generell herrscht dort viel Verständnis für die Belange der Unternehmer in der Innenstadt.« Im Landsberger Forum, das 2019 als städtischer Beirat ins Leben gerufen wurde, tauschen sich Händler, Gastronomen und andere Unternehmer aus der Innenstadt monatlich mit Vertretern der Stadtverwaltung aus.

Das Hellmairs auf dem zentralen Platz Landsbergs wird von Einheimischen wie Touristen besucht. Als Pluspunkt sieht Wagmann die Events und Veranstaltungen, die mitten in Landsberg stattfinden. »Egal, ob Christkindl- oder Töpfermarkt, Kino-Open-Air, die lange Kunstnacht oder das historische Ruethenfest: Die Stadt ist dann immer rappellvoll«, beobachtet er.

Dass Kultur und Erlebnisse im öffentlichen Raum eine zunehmend wichtigere Rolle für die Attraktivität von Innenstädten spielen, betont Christian Hörmann (50), Partner bei der CIMA Beratung & Management GmbH, die Städte und Regi-

onen zu Zukunftsfragen berät. »Denn der Handel allein schafft es immer weniger, Stadtzentren und Ortskerne zu beleben.« Angesichts des stark gewachsenen Onlinehandels und großflächiger Fachmarktzentren an den Ortsrändern steht der innerstädtische Einzelhandel schon seit Jahren gehörig unter Druck. Inflation, Rezession und Warenhausschließungen beschleunigen den Strukturwandel derzeit weiter.

Die Folge sind Geschäftsaufgaben und Leerstände, was vielerorts dazu führt, dass Stadtzentren und Ortskerne veröden – selbst in Kommunen mit aufwendig restaurierten historischen Zentren. »Nur schön allein reicht eben nicht«, fasst Hörmann zusammen. »Für eine nachhaltige Belebung ist ein stimmiges Gesamtkonzept nötig, mit dem möglichst viele Zielgruppen angesprochen werden.« Als Kompensation für den Rückzug des stationären Handels sieht Hörmann gastronomische Angebote, vor allem aber kulturelle Nutzungen und Erlebnisse im öffentlichen Raum. Auch durch die Schaffung von Wohnraum in der Innenstadt und Immobilien für Dienstleister und Arztpraxen können Stadtzentren wieder belebter werden.

Für die zukünftige Attraktivität von Innenstädten ist seiner Ansicht nach Freizeitinfrastruktur für alle Altersgruppen wichtig: eine Pop-up-Bar mit DJs, Spielplätze, Beach-Volleyballfelder, Tischtennisplatten, ein Boule-Platz unter Schatten spendenden Bäumen. »Die Menschen wollen sich im öffentlichen Raum treffen und gemeinsam etwas erleben«, sagt Experte Hörmann. »Doch dazu braucht es eine gewisse Aufenthaltsqualität mit konsumfreien Zonen und Treffpunkten. Durch den Klimawandel gewinnen zudem Frischluftschneisen, Pflanzen und Wasser in Form von Brunnen oder Stadtbächen an Bedeutung.«

Ein Attraktivitätskiller ersten Grades ist dagegen Leerstand im Einzelhandel. Brachliegende Flächen können jedoch durch andere Nutzungen belebt werden. Die Zwischennutzungsexpertin Lissie Kieser sieht wachsende Akzeptanz für diese Projekte – und zwar bei allen

ALLE ANLAUFSTELLEN FÜR IHR INNOVATIONSVORHABEN

Unser kompakter Guide unterstützt Unternehmen in Bayern: Der Zukunftswegweiser ist das perfekte Nachschlagewerk für alle wichtigen Adressen und Informationen rund um Ihr Innovationsprojekt.



Alles in einem Buch, alles auf einen Blick:
Sichern Sie sich Ihr Hardcover-Exemplar der
aktualisierten Auflage 2023!

JETZT GRATIS BESTELLEN UNTER:



Beteiligten (siehe Interview S. 36). »Zwischennutzungen können auch in kleinen Städten sehr gut funktionieren und insbesondere für leer stehende Kaufhausflächen sinnvoll sein«, bestätigt CIMA-Experte Hörmann.

Da der inhabergeführte Einzelhandel häufig auch mit Nachfolgeproblemen zu kämpfen hat, empfiehlt der Experte allen Kommunen einen permanenten und engen Dialog mit den Händlern. So können sie frühzeitig von etwaigen Ladenschließungen erfahren und Händler bei der Suche nach einem Nachfolger oder -mieter unterstützen. Dabei kann der Leerstandsmelder Bayern (siehe Kasten S. 32) helfen. Auch Beratungs- und Unterstützungsangebote der Kommunen für stationäre Händler hält Hörmann für sinnvoll. Landsberg beteiligt sich bereits am Leerstandsmelder. André Köhn, Leiter der Wirtschaftsförderung der oberbayerischen Kommune, plant außerdem Workshops und Beratungen für stationäre Händler – auch zu Themen wie Turnaround und Restrukturierung.

Gesprächsbedarf gibt es in der Stadt allerdings bei klassischen Themen wie dem Verkehr. Augenoptikerin Schmid etwamontiert den Lärm in der Innenstadt: »Das Verkehrskonzept ist meiner Ansicht nach noch nicht optimal.« Solange der Verkehr

Foto: Sehform Optik



Unsere Altstadt in Landsberg pulsiert und ist für Einheimische und Besucher attraktiv.«

Katja Schmid,
Geschäftsführerin Sehform Optik

in der Stadt bleibt, wünscht sie sich mehr Kurzhaltezone zum Abholen von Ware. Sie könnte sich zudem vorstellen, dass Mitarbeiter der Innenstadtunternehmen durch einen Parkplatzbonus dazu motiviert werden können, auf einem Gelände außerhalb des Zentrums sehr kostengünstig zu parken.

Auf der Suche nach Lösungen für das Thema können digitale Tools helfen, mit denen sich unter anderem Verkehrsströme simulieren lassen. »Generell ermöglichen digitale Smart-City-Lösungen ein cleveres Umgehen mit den Rahmenbedingungen vor Ort, um die Lebens-, die Aufenthalts- und die Arbeitsqualität in Städten zu sichern und zu erhöhen«, sagt Willi Steincke (69), Themenplattformkoordinator Smart City und Region bei der Bayern Innovativ GmbH (siehe Kasten unten). Ein Digitaler Zwilling, also das virtuelle Abbild einer Kommune, könne zudem dabei helfen, sich einen besseren Überblick über Leerstände und deren Potenziale zu verschaffen und gemeinsam

mit den Akteuren der Innenstadt Lösungen zu erarbeiten.

Allgemein haben Kommunen natürlich nur begrenzt Einfluss darauf, was private Immobilienbesitzer mit ihren Geschäftseinheiten tun oder lassen. »Doch mit fachübergreifenden Innenstadtentwicklungskonzepten, innerstädtischen Masterplänen und klaren Festsetzungen in der Bauleitplanung gibt es Steuerungsinstrumente, die zumindest dazu beitragen können, Ansiedlungen von Handelsunternehmen außerhalb des Stadtzentrums zu beschränken und Investitionssicherheit in der Innenstadt zu bieten«, erklärt CIMA-Experte Hörmann.

So ist etwa im Landsberger Einzelhandelsentwicklungskonzept genau vorgegeben, welche Sortimente in der Innenstadt verkauft werden dürfen. »Dazu zählen zum Beispiel Bekleidung, Bücher und Spielwaren«, erklärt Wirtschaftsförderer Köhn.

Demnächst wird eine ehemalige Industriebrache auf der anderen Seite des Lechs mit hochwertigen Wohnungen und einem Veranstaltungssaal plus Hotel bebaut. Die Ladenflächen dort werden ausschließlich der Nahversorgung der Bewohner dienen.

Über eine Fußgängerbrücke ist das neue Stadtquartier mit der Altstadt verbunden. »Das bedeutet 1.500 zusätzliche potenzielle Kunden für die Innenstadt«, freut sich Wirtschaftsförderer Köhn. »Und in dieser Zahl sind die Hotelgäste noch gar nicht enthalten.«

DIGITALE TOOLS FÜR STÄDTE

Von Verkehrssimulationen über Park-and-Ride-Systeme bis hin zu kommunalen Shopping- und Kultur-Apps: Es gibt zahlreiche Werkzeuge für die digitale Stadtgestaltung und -verwaltung. »Vor Investitionen in diese Tools sollten kommunale Entscheider ihre Bedarfe und den erwarteten Nutzen herausarbeiten«, sagt Willi Steincke. Als Themenplattformkoordinator Smart City und Region bei Bayern Innovativ hat er den Überblick über verschiedenste Lösungen und sieht sich als

Vernetzer von Kommunen und Digitalanbietern.

Grundsätzlich rät Steincke allen Kommunen, ihr Augenmerk stärker auf das Sammeln und Strukturieren ihrer Daten zu legen, was nicht nur Planungen erleichtert, sondern auch die Datenhoheit sichert. »Denn in Städten werden viele Daten erhoben, die auch für die regionale Wirtschaft wertvoll sein können.«

www.ihk-muenchen.de/innenstadtentwicklung

IHK-Ansprechpartnerinnen zum Thema Innenstadt

Annette Hilpert, Tel. 089 5116-1472
hilpert@muenchen.ihk.de
Julia Fuchs, Tel. 089 5116-2066
fuchs@muenchen.ihk.de

Eintragungspflicht

Kampf gegen Geldwäsche

Um Geldwäsche zu bekämpfen, will die Europäische Union Verdachtsmeldungen erleichtern. Die fünfte EU-Geldwäscherichtlinie bewirkt, dass sich das deutsche Geldwäschegesetz zum 1. Januar 2024 verschärft: Demnach müssen sich bestimmte Berufszweige bei der Zentralstelle für Finanztransaktionsuntersuchungen (FIU) registrieren. Das gilt für Versicherungsvermittler, Immobilienmakler, freie Finanzanlagenvermittler, Veranstalter und Vermittler von Glücksspielen sowie sogenannte Güterhändler. Güterhändler ist, wer gewerblich Güter veräußert, unabhängig davon, in wessen Auftrag oder auf wessen Rechnung (§ 45 Abs. 1 Satz 2 GwG). Zum Jahresende 2023 laufen auch die Übergangsfristen beim Transparenzregister ab. Weil mit einer Überprüfung der Einträge

und dem konsequenten Verhängen von Bußgeldern zu rechnen ist, empfiehlt die IHK dringend, sich rechtzeitig ins Transparenzregister einzutragen. Dazu verpflichtet sind alle juristischen Personen des Privatrechts (etwa AG, GmbH, KG), alle im Handelsregister eingetragenen Personengesellschaften sowie Trust- und Treuhänder nicht rechtsfähiger Stiftungen mit eigennützigem Stiftungszweck. Dies gilt auch für eingetragene Gesellschaften bürgerlichen Rechts (eGbR, s. Meldung ganz unten), die ab 1. Januar 2024 in das neue Gesellschaftsregister eingetragen werden.

Weitere Informationen:

www.ihk-muenchen.de/Geldwaeschepraevention

IHK-Ansprechpartnerin

Theresa Neumair, Tel. 089 5116-2035

neumair@muenchen.ihk.de

Vereinbarkeit

Fokus Familienfreundlichkeit

Führungskräfte erfüllen eine Doppelrolle: Sie sind Multiplikatoren und gleichzeitig Nutzende der Familienfreundlichkeit im Unternehmen. Dazu bietet das Unternehmensnetzwerk »Erfolgsfaktor Familie« mit den bayerischen IHKs Tipps und Austausch in einem kostenfreien Webinar zur guten Work-Life-Balance. Es stellt zunächst die aktuellen Ergebnisse des »Unternehmensmonitors Familienfreundlichkeit 2023« des Instituts der

deutschen Wirtschaft (IW) Köln vor. Danach können Teilnehmer Best-Practice-Beispiele besprechen sowie Ansätze und Fragen diskutieren.

Termin: 29. November 2023, 9–10.30 Uhr

Anmeldung zum kostenfreien Webinar unter:

veranstaltungen.erfolgsfaktor-familie.de/veranstaltungen/fuehrungskraefte-und-der-arbeitnehmermarkt-tipps-fuer-eine-gute-work-life-balance-231129



Personengesellschaftsrecht

eGbR: moderner und rechtssicherer

Eine der größten Reformen im deutschen Gesellschaftsrecht tritt am 1. Januar 2024 in Kraft: Nach über hundert Jahren werden die Regelungen im Bürgerlichen Gesetzbuch (BGB) zu Rechten und Pflichten der Gesellschaft bürgerlichen Rechts (GbR) neu definiert. Dann gilt das »Gesetz zur Modernisierung des Personengesellschaftsrechts«, kurz MoPeG, und zwar auch für bestehende Unternehmen mit dieser Rechtsform. Dabei geht es um eine Vielzahl von Änderungen in 136 Gesetzen.

Ab diesem Datum wird das neue Gesellschaftsregister bei den Amtsgerichten geführt. Es wird ähnlich wie das Handelsregister aufgebaut sein und mehr Rechtssicherheit im Geschäftsverkehr mit GbRs bringen. Sie können sich dort als sogenannte eingetragene GbR (eGbR) in das neue Gesellschaftsregister eintragen lassen. Beides, Registrierung beim Amtsgericht sowie notarielle Anmeldung als eGbR, ist kostenpflichtig.

Eintragen lassen müssen sich diejenigen GbRs, die eingetragene Rechte erwerben oder halten wollen (etwa im Grundbuch) oder die als Gesellschafterin Teil einer GmbH oder AG sind oder werden wollen. Um bei eingetragenen Rechten handlungsfähig

zu sein, empfiehlt es sich, den Sachverhalt zu prüfen. Mit dem Eintrag in das Gesellschaftsregister ist auch die Meldung zum Transparenzregister zu beachten.

Kein zwingender Handlungsbedarf besteht aktuell, wenn eine GbR weder Immobiliengeschäfte noch Beteiligungen an anderen Unternehmen hält oder plant. Die Vorteile sind jedoch – neben dem Imagegewinn vor neuen Geschäftspartnern – absehbar: Denn ohne Eintragung im Gesellschaftsregister ist zum Beispiel der Erwerb einer Immobilie durch eine GbR nicht mehr möglich. Ab 2024 können nur noch eGbRs Grundstücksrechte ins Grundbuch eintragen lassen.

Welche Rechtsform günstig ist sowie detaillierte Informationen:

www.ihk-muenchen.de/mopeg

Weitere Infos im kostenfreien Webinar »GbR aktuell – Was ist nun zu beachten?« am 24. Januar 2024. Infos und Anmeldung: www.ihk-muenchen.de – »IHK Webinare & Veranstaltungen«

IHK-Ansprechpartnerin

Petra Busse, Tel. 089 5116-1313, busse@muenchen.ihk.de

»Charme des Temporären«

Lissie Kieser und Michi Kern haben bereits einige Zwischennutzungen von Immobilien umgesetzt. Sie schildern, wie solche Projekte für alle Beteiligten zum Erfolg werden.

Von Eva Elisabeth Ernst

Frau Kieser, Herr Kern, warum ist das Interesse an Zwischennutzungen zuletzt so deutlich gewachsen?

Michi Kern: Wir sprechen generell lieber von Umnutzungen von Gebäuden, wobei eine Zwischennutzung die kurzfristige Spielart einer Umnutzung ist.

Lissie Kieser: Es handelt sich dabei um einen kreativen Umgang mit Leerstand. Das Thema ist nicht neu, rückt aber derzeit mehr in den Fokus, weil der Einzelhandel aus den Flächen herausgeht und ein berechtigtes Interesse verschiedener Akteure daran besteht, diesen Leerstand nicht hinzunehmen.

Welche Akteure sind das?

Kern: Vor allem die Politik, die Stadtgesellschaft, normale Bürger, aber auch Gastronomen, Vereine, Künstler und Kreative, die Räume suchen und sich normale Mieten nicht leisten können.

Und die Eigentümer der Immobilien?

Kern: Die natürlich auch. Da findet seit etwa 15 Jahren ein Paradigmenwechsel statt. Früher gab es bei Zwischennutzungen häufig Bedenken wie »schmutzig, laut, wird man nicht wieder los«. Das hört man heute gar nicht mehr.

Die Immobilieneigentümer wollen mittlerweile die Leerstandskosten senken und ihre Immobilien weiterhin präsentieren. Durch eine gelungene Zwischennutzung werden sie nämlich sichtbar und auch attraktiver für die anschließende Vermarktung.

Und selbst bei den Behörden hat sich die Haltung zu diesem Thema verändert: Sie sind heute sehr kooperativ und man merkt, dass sie fast schon Lust auf kreative Umnutzungen haben.

Wie wird ein solches Projekt zum Erfolg?

Kern: Originalität finde ich sehr wichtig. Im »Lovecraft« haben wir zum Beispiel



Foto: Thorsten Jochim

eine Indoor-Skatebahn gebaut und die Rolltreppen überbaut und in Rutschen verwandelt. Und mit dem »Lovelace« haben wir 2003 aus einem Stadtpalais, das zwischenzeitlich als Büro fungierte, ein Pop-up-Hotel gemacht. Originalität macht Lust, sich das einmal anzusehen und auszuprobieren.

Kieser: Auch die Größe einer Immobilie spielt eine Rolle: je größer, desto besser. Dann gibt es mehr Spielraum für künstlerische Gestaltungskonzepte und die unterschiedlichen Bausteine aus kontinuierlichen Angeboten und Events.

Beim Nutzungskonzept kommt es darauf an, die richtige Mischung aus Angeboten zu finden, die einerseits die räumlichen Gegebenheiten und andererseits die Bedarfe vor Ort berücksichtigen, was zum Beispiel die Aufenthaltsqualität, aber

auch konsumfreie Angebote betrifft. Und letztlich trägt auch das Prinzip der Kollaboration dazu bei: Wir stellen den Rahmen, die Inhalte ergeben sich durch das Zusammenwirken der verschiedenen Akteure: Künstler, Vereine, Gastronomen, Gäste.

Welche Rolle spielt die Finanzierung?

Kern: Die ist natürlich immer ein Thema. Früher wurden unsere Projekte lediglich von der Getränkeindustrie unterstützt, mittlerweile engagieren sich auch Immobilieneigentümer und private Investoren. Seit Corona gibt es auch öffentliche Fördermittel von Stadt, Freistaat und der Europäischen Union.

Dennoch kommen wir bei Projekten in unserer Größenordnung nicht ohne eigenes Investment aus. Das beginnt bei 300.000 Euro und ist nach oben offen. Bei den Nutzungskonzepten denken wir daher natürlich immer auch an die Refinanzierung über Vermietungen und Veranstaltungen.

Wie viel trägt die Gastronomie dazu bei?

Kern: Das ist bei uns eher in den Hintergrund getreten. Denn unsere Projekte sind keine reinen Party- oder Konzertlocations mehr, bei denen es häufig Probleme mit den Nachbarn gibt und kaum Angebote für Kinder, Jugendliche und Senioren.

Kieser: Wir vermieten an Gastronomen. Das wird dann auch viel interessanter, als wenn wir das selbst machen würden.

Was sind die größten Herausforderungen bei Umnutzungen?

Kieser: Das sind eindeutig Bauantrag und Baugenehmigung – sowohl finanziell als auch inhaltlich. Daran sind viele Experten beteiligt und es geht immer auch um die Frage, welche Voraussetzungen ein Objekt erfüllt und was man mit den Behörden verhandelt bekommt. Da gibt es viel zu besprechen, nach

zujustieren und immer wieder neue Lösungen zu finden. Man darf auch nicht vergessen, dass viele Objekte renovierungsbedürftig sind.

Kern: Der Brandschutz ist an vorderster Front: Da werden natürlich auch bei temporären Nutzungen keine Kompromisse gemacht. Als große Herausforderung von Zwischennutzungen sehe ich die Nachhaltigkeit: Viele Dinge, die man in ein Objekt einbaut, müssen schließlich nach zwei, drei Jahren wieder raus.

Ihre Projekte bekannt zu machen, ist kein Problem?

Kieser: An Publikum hat es noch nie gemangelt. Sowohl die Neugier als auch die Akzeptanz ist groß, wozu wohl auch der Charme des Temporären beiträgt. Für uns ist die Akzeptanz unserer Projekte der Maßstab für den Erfolg unserer Leistungen. Und besonders gut finden wir es, wenn wir ein gemischtes Publikum ansprechen – sowohl altersmäßig als auch soziokulturell.

Wie stellen Sie sich die lebendige Innenstadt der Zukunft vor?

Kieser: Eine lebenswerte Innenstadt ist auf die konkreten Bedürfnisse der Menschen ausgerichtet – und nicht wie jetzt auf kommerzielle Handelskonzepte, Autos und die Theorien zur Stadtplanung des letzten Jahrhunderts. Mein Zukunftsbild ist eine Innenstadt, die unterschiedlichste Qualitäten berücksichtigt und realisiert. Und dazu gehört für mich auch die Transformation bestehender Immobilien.

Kern: Ich habe einmal die Forderung gehört, dass die ganze Stadt ein Spielplatz sein sollte. Die Idee dahinter gefällt mir sehr gut. Es gibt mittlerweile in vielen Städten der Welt Beispiele dafür, wie Plätze oder ganze Stadtviertel umgewidmet werden, um das Leben wieder mehr nach draußen in den öffentlichen Raum zu verlagern. Das wäre sogar relativ einfach zu erreichen. Und wenn die Menschen sich ihre Städte wieder aneignen, um sich zu treffen und auszutauschen, dann macht auch der Einzelhandel in der Innenstadt wieder Sinn. ●

ZU DEN PERSONEN

Lissie Kieser (39) studierte Kunstgeschichte und war anschließend in der Gastronomie tätig.

Michi Kern (57) studierte zunächst Wirtschaftswissenschaften, konzentrierte sich dann auf Gastronomie und Clubkultur. Er eröffnete unter anderem das erste vegane Restaurant Münchens und gründete eine erfolgreiche Kette Münchner Yogastudios

Mit dem »Lovecraft« im ehemaligen Galeria-Kaufhaus am Stachus und dem »FatCat« im Gasteig bespielt das Team um Lissie Kieser und Michi Kern derzeit gleich zwei prägnante Münchner Immobilien. Zu ihren bisherigen Zwischennutzungsprojekten zählen das weltweit erste Pop-up-Hotel »Lovelace« in einem Gebäude, in dem sich zuvor Vorstandsbüros einer Bank befanden, genauso wie das »Lost Weekend«, ein Mix aus Buchladen, Café und Veranstaltungsort auf dem Gelände der LMU München, oder das »Sugar Mountain«, ein Kulturprojekt inklusive Skaterpark in einem stillgelegten Betonwerk in München-Sendling.



Bäume pflanzen fürs Klima – beliebtes Motiv in der Werbung

Foto: aapsky/Adobe Stock

Alles für die Umwelt, oder?

Eine neue EU-Richtlinie will umweltbezogene Werbung standardisieren und Grünfärberei stoppen. Was die Green Claim-Directive für Unternehmen bedeutet.

Von Eva Müller-Tauber

Nachhaltigkeit gehört zu den prägenden Trends der Gegenwart – auch bei Kaufentscheidungen. Immer mehr Verbraucher orientieren sich daran, ob und wie nachhaltig ein Produkt produziert wurde. Doch was genau bedeutet nachhaltig, was klimaneutral? Wie unterscheiden sich die Aktivitäten der Hersteller? Und wer macht tatsächlich das, was er verspricht?

Den Mitarbeitenden in der Beratung beim Penzberger Sporthändler Conrad GmbH ging es wie vielen ihrer Kollegen im Verkauf: Sie taten sich schwer, ihren Kunden im Detail zu erläutern, inwiefern die einzelnen Hersteller ihren Werbever-

sprechen in puncto Nachhaltigkeit und speziell hinsichtlich ihrer Umweltleistung gerecht werden. »Um für uns und unsere Kunden in den Filialen wie in unserem Onlineshop einen einigermaßen nachvollziehbaren Vergleich und bestmögliche Transparenz zu ermöglichen, haben wir 2018 unser eigenes Label »Wir denken um« geschaffen«, erläutert Stefanie Buchacher, Head of Corporate Sustainability bei Conrad. »Damit heben wir Marken hervor, die unsere Kriterien bezüglich Nachhaltigkeit erfüllen, also für uns nachvollziehbar verantwortungsvoll wirtschaften sowie innovative, umweltfreundlich und fair produzierte Bekleidung, Schuhe

und Ausrüstung herstellen.« Auf seiner Website klärt der Sporthändler entsprechend über die Produzenten und ihre Aktivitäten auf.

Künftig kann sich das Unternehmen die Mühe womöglich sparen. Denn im März dieses Jahres hat die Europäische Union die Green Claims Directive auf den Weg gebracht. Die neue EU-Richtlinie soll einheitliche Standards zu Informationspflichten und zur Belegbarkeit umweltbezogener Werbeaussagen (Green Claims) schaffen.

Conrad-Managerin Buchacher begrüßt diesen Schritt. Begriffe wie klimaneutral und emissionsreduziert seien zuletzt in

Verruf geraten. »Wenn es offiziell nachvollziehbare Mindeststandards gibt, dass Werbekampagnen zur Nachhaltigkeit mit wissenschaftsbasierten Daten und Aussagen unterfüttert sein müssen, erleichtert das die Vergleichbarkeit insgesamt und uns als Händlern damit die Kundenberatung.«

Unter den Herstellern gebe es ihrem ersten Eindruck nach ebenfalls zahlreiche Richtlinienbefürworter – auch wenn die Umsetzung der Directive-Vorgaben für die Produzenten einiges an Mehraufwand bedeuten dürfte. »Sie erhoffen sich gleiche Wettbewerbsbedingungen«, erklärt Buchacher. »Und dass unlautere Kampagnen von Konkurrenten, die mit falschen Nachhaltigkeitsversprechen Kunden locken, unterbunden werden.«

Transparenz und Wettbewerbsgleichheit zu schaffen, das sind genau die Ziele, die die EU mit ihrer Richtlinie verfolgt. Tatsächlich hat die Zahl der Siegel, die Nachhaltigkeit und vor allem Umweltfreundlichkeit belegen sollen, zuletzt stark zugenommen – und damit zugleich die Intransparenz. Rund 230 Umweltsiegel zählte die EU-Kommission.

»Der Ansatz, den Wildwuchs bei Umweltsiegeln und -logos einzudämmen und dafür zu sorgen, dass nur wirklich nachhaltig agierende Firmen auch damit werben dürfen, ist generell richtig«, sagt Gerti Oswald, Verantwortliche bei der IHK für München und Oberbayern für das Thema Nachhaltigkeit. »Grünfärberei muss soweit möglich unterbunden werden.« Ob die neue Richtlinie allerdings der richtige

Weg sei, müsse sich zeigen. IHK-Rechtsreferentin Tatjana Neuwald beobachtet das Regulierungsvorhaben mit großer Sorge: »Wie schon beim Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz werden nicht nur die Hersteller betroffen sein. Die gesamte Wertschöpfungs- und Vertriebskette wird in der Pflicht sein.« Alarm-Begriffe in dem Regelungsentwurf für Wettbewerbsjuristen seien »Akkreditierung«, »Zertifizierung«, »geeignete Stellen« für jede umweltbezogene Aussage in der Vertriebskette. »Das bedeutet neue Kosten, obwohl das UWG, also das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb, bereits Vorschriften gegen Greenwashing enthält, die Grünfärberei bereits heute auf die Füße fallen«, so die Expertin. »Die aktuelle Rechtsprechung belegt, dass Greenwashing bereits

ANZEIGE

Ist Mietkauf eine Finanzierungsalternative zu Leasing?



Foto: © Fotostudio Engels

Hendrik Steinmann
Leiter Vertrieb Region Bayern
BTV Leasing Deutschland GmbH

Möchten Unternehmer*innen ein Objekt unabhängig von der Abschreibungsdauer finanzieren oder den Fokus auf eine schnelle Tilgung legen, ist der Mietkauf – auch Ratenkauf genannt – eine passende Lösung. Das Modell ist klar kalkulierbar und bietet Ihnen flexible Gestaltungsmöglichkeiten von Laufzeit und Restwert. Darüber hinaus kann der Mietkauf mit Investitionsbegünstigungen oder Förderungen kombiniert werden. Zusätzlich wird die Liquidität Ihres Unternehmens geschont.

Der Mietkauf ist branchen- sowie objektunabhängig und der Abwicklungsprozess gestaltet sich einfach. Unsere Kund*innen entscheiden sich für ein Investitionsobjekt ihrer Wahl, schließen mit dem Lieferanten den Kaufvertrag ab und mit der BTV Leasing den entsprechenden Mietkaufvertrag. Wir erwerben das Objekt und verkaufen es an unsere Kund*innen weiter. Diese können das Objekt in ihrer Bilanz aktivieren und nach ihren Vorgaben abschreiben.

Freie Liquidität durch Leasing sichern.

Leasing ist weit mehr als die Finanzierung eines Objekts. Es bietet Unternehmer*innen erhebliche Mehrwerte wie die Steuerung der Bilanz und GuV, das Heben oder die Bildung stiller Reserven, die Optimierung

der Finanzierungsstruktur sowie die Auslagerung von Anlagevermögen bei geplanten Betriebsübergaben.
btv.at/leasing

BTV Leasing Deutschland GmbH
Geschäftsstelle München
Neuhauser Str. 5, 80331 München
Telefon: +49 89 255447307543
E-Mail: hendrik.steinmann@btv-leasing.com

BTV Leasing

Die BTV Leasing hat ihren Hauptsitz in Innsbruck und ist in Deutschland sowie in der Schweiz mit zwei 100%igen Tochtergesellschaften vertreten. Experten kümmern sich um alle Aspekte des Leasings und Mietkaufs – auch um Sondermodelle. Als 100%ige Tochter der Bank für Tirol und Vorarlberg AG profitieren Kund*innen der BTV Leasing von der nachhaltigen Stabilität eines vitalen und ertragreichen Konzerns. Durch die Zusammenarbeit ergeben sich für Kund*innen der BTV Leasing und der BTV umfassende Leistungsangebote und vielversprechende Geschäftsverbindungen.

www.btv-leasing.com

erfolgreich rechtlich verfolgt wird. Der Kampf gegen Greenwashing darf nicht zu Green-Hushing (bewusstes Verschweigen von Nachhaltigkeitsinitiativen) ausgerechnet der Akteure werden, die durch Regulierung geschützt werden sollen!«
Tatsächlich wäre es aus Unternehmenssicht die mildere Variante gewesen, den Selbstregulierungskräften des Markts auf Basis des UWG zu vertrauen, sagt Daniel Kendziur (43), Rechtsanwalt und Partner von Simmons & Simmons LLP in München. Aber auch wenn derzeit der Entwurf noch in der Abstimmungsphase sei und

künftig dürfen Unternehmen dann nur noch mit umweltbezogenen Aussagen werben, die mittels einer anerkannten Methode bewertet wurden. Diese Methode und die Belege für den umwelt- oder klimafreundlichen Charakter müssen öffentlich zugänglich sein.
Insgesamt entsteht Unternehmen damit deutlich mehr Aufwand – vor allem wenn sie mit Begriffen wie Klimaneutralität werben. Es reicht dann nicht mehr aus, darauf hinzuweisen, wenn dies teilweise durch CO₂-Kompensation geschieht. »Die Unternehmen müssen dann auch den An-

be übernehmen, werden sie sich vor Anfragen womöglich kaum retten können. Dann könnten sich Zertifizierungsprozesse verzögern. »Auf die Unternehmen kommen mitunter umfangreiche und zeit- wie geldaufwendige Prozesse zu«, sagt Kendziur. Sie müssten für sich entscheiden, ob sie weiterhin mit Umweltaussagen werben möchten. Der Experte rät Firmen, die weitere Entwicklung der Richtlinie zu beobachten und mit der unternehmensinternen Produktentwicklung und dem Marketing engmaschig zu begleiten.

Die Deutsche Industrie- und Handelskammer (DIHK) sieht die Richtlinie kritisch. Nicht nur, dass die sehr hohen Bußgelder von bis zu vier Prozent des Jahresumsatzes und weitere Sanktionen umweltbezogene Werbung zu einem unwägbareren Risiko machten. Es sei auch zu befürchten, dass Unternehmen weniger in Nachhaltigkeit investierten, weil sie nicht mehr in ökonomisch sinnvoller Weise mit ihrem Umweltengagement werben können. Zudem seien Green Claims nach Einschätzung der DIHK-Experten künftig auch nur denjenigen Unternehmen vorbehalten, die sich Assessment- und Verify-Verfahren leisten können. »Damit wird vor allem der Mittelstand benachteiligt«, befürchtet IHK-Rechtsexpertin Neuwald. »Ganz abgesehen davon, führt eine solche Überregulierung unweigerlich zu mehr Bürokratie.« Die neue EU-Directive würde den ökologischen Wandel durch fairen Wettbewerb nicht fördern, sondern sogar beschränken, wenn einmal mehr gelten würde: »Wer aufwendige Zertifizierungsverfahren personell stemmen und bezahlen kann, ist klar im Wettbewerbsvorteil«, mahnt Neuwald. ●

» Die Stoßrichtung ist klar, die Richtlinie wird kommen.«

Daniel Kendziur,
Partner Simmons & Simmons LLP



Foto: blende11 Fotografien

die nationale Umsetzung ausstehe: »Die Stoßrichtung ist klar, die Richtlinie wird kommen. Damit gelten in rund zwei Jahren europaweit einheitliche Standards zu Informationspflichten und zur Belegbarkeit umweltbezogener Werbung, die regeln, wie Firmen mit solchen Claims werben dürfen.« Lediglich Kleinunternehmen werden laut EU von der Richtlinie ausgenommen sein.

Was ist geplant?

Umweltaussagen über ein Produkt oder ein Unternehmen sollen künftig anhand einer Standardmethode belegt werden. Um alle relevanten Umweltauswirkungen, die ein Produkt während seiner Lebensdauer verursacht, zu ermitteln oder die Umweltleistung eines ganzen Unternehmens zu bewerten, lässt die EU Referenzmethoden entwickeln. Diese will sie durch delegierte Rechtsakte in der EU für rechtverbindlich erklären lassen. In Zu-

teil des Ausgleichs angeben und ob hierbei Emissionen reduziert, vermieden oder beseitigt werden«, erklärt der Rechtsexperte. Dieses Pochen auf Genauigkeit hat einen nachvollziehbaren Hintergrund: Im Vorfeld hatte die EU rund 400 Nachhaltigkeits- und Umweltziele von Unternehmen hinterfragt und ausgewertet. Kendziur: »Dabei ließ sich rund die Hälfte nicht richtig belegen.«

Bei den Umweltsiegeln sollen künftig nur noch solche erlaubt sein, die auf einem anerkannten Zertifizierungssystem beruhen oder von staatlichen Stellen festgesetzt wurden. »Der Vorteil: Auch Unternehmer müssen sich nicht mehr im Detail die Umweltzeichen ihrer Wettbewerber anschauen, denn für alle gelten dieselben Vorgaben«, so der Wettbewerbsrechtsspezialist.

Wer zertifizieren wird und was es kosten darf, ist noch nicht festgelegt. Sollte es staatliche Stellen geben, die diese Aufga-

IHK-Ansprechpartnerinnen

Gerti Oswald (CSR), Tel. 089 5116-1316
oswald@muenchen.ihk.de

Dr. Tatjana Neuwald (Recht)
Tel. 089 5116-1312
neuwald@muenchen.ihk.de

Auf Talfahrt

Die Nachfrage ist schwach, die Standortprobleme verstärken sich – die bayerische Wirtschaft ist von einem Aufschwung weit entfernt, wie die aktuelle BIHK-Konjunkturumfrage zeigt.

Von Nadja Matthes

Die bayerische Wirtschaft ist auf Talfahrt und die Talstation ist weiterhin nicht sichtbar«, sagt BIHK-Hauptgeschäftsführer Manfred Gößl angesichts der Ergebnisse des aktuellen BIHK-Konjunkturindex. Denn die Stimmung in der bayerischen Wirtschaft hat sich seit dem Frühjahr spürbar verschlechtert: Der Index verlor 13 Zähler auf 100 Punkte und liegt jetzt deutlich unter dem langjährigen Durchschnitt von 112 Punkten (s. Grafik). Den Unternehmen machen nicht nur die gestiegenen Zinsen, eine schwache Weltkonjunktur und die gesunkene Kaufkraft der Konsumenten zu schaffen. Die Betriebe leiden auch unter Standortproblemen: Es fehlen Arbeitskräfte, die Energiekosten sind hoch und die ausufernde Bürokratie belastet.

Dies führt dazu, dass die Firmen die aktuelle Geschäftslage zwar noch positiv einstufen, sie jedoch deutlich schlechter bewerten als im Frühjahr. So gehen etwa in der Industrie und im Baugewerbe die

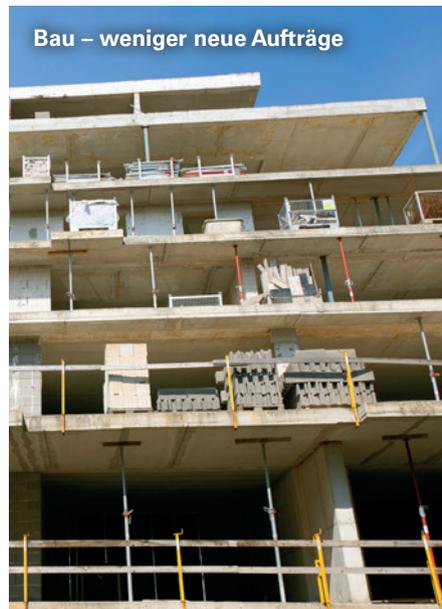


Foto: Blendax/Adobe Stock

Aufträge deutlich zurück. Handel und Dienstleister leiden unter dem schwachen Konsum. Zufrieden ist derzeit nur der Tourismus, der nach einer guten

Sommersaison die Lage jetzt als besser einschätzt als im Frühjahr.

Die negativen Faktoren wirken sich besonders auf die Erwartungen der Unternehmen aus: Die Geschäftsaussichten für die kommenden Monate sind über alle Branchen hinweg negativ: Der Index stürzte regelrecht ab, um 16 Punkte auf –15 Zähler. Industrie und Baugewerbe rechnen wegen der gestiegenen Zinsen damit, dass die Auftragslage anhaltend schwach bleibt. Handel, Tourismus und Dienstleister befürchten, dass sich Kunden beim Konsum auf Dauer zurückhalten.

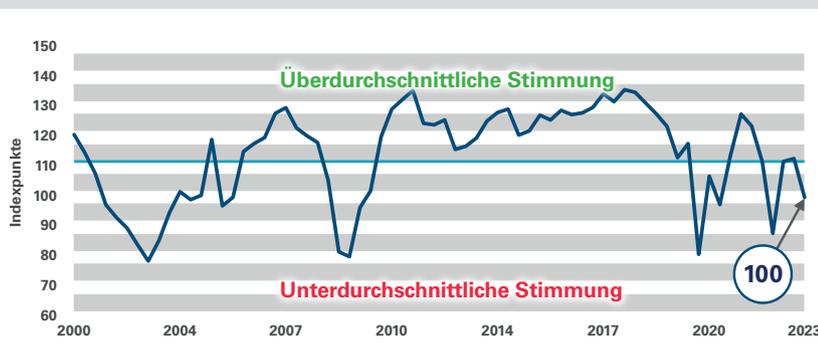
Wo sehen die Unternehmen die größten Risiken? Am häufigsten nennen Firmen den Arbeitskräftemangel als Gefahr für ihr Geschäft (61 Prozent der Befragten). Es folgen die wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen (59 Prozent, ein neuer Rekordwert) und die schwache Inlandsnachfrage (58 Prozent). 56 Prozent der Firmen betrachten die hohen Energie- und Rohstoffpreise als Risiko. Das sind weniger als noch vor einem Jahr, damals teilten 78 Prozent der Unternehmen diese Befürchtung.

Insgesamt scheinen vor allem die strukturellen Standortnachteile für eine anhaltende Wachstumsflaute zu sprechen. »Die Wirtschaft braucht verlässlich wettbewerbsfähige Energiepreise und ein Ende der Lähmung durch Bürokratismus und planwirtschaftliche Mikrosteuerung«, fordert BIHK-Präsident Klaus Josef Lutz. Bei Infrastrukturprojekten und im Wohnungsbau müsse es deutlich schneller vorangehen. »Eine Priorität muss auch die Sozial- und Steuerpolitik sein, die die Schwerpunkte auf Leistungsgerechtigkeit, Kinderbetreuung und Arbeitsanreize setzt, und zwar ausnahmslos für alle Menschen in Deutschland.«

Alle Infos zur Konjunkturumfrage:
www.ihk-muenchen.de/konjunktur

BAYERISCHE WIRTSCHAFT IM STIMMUNGSTIEF

BIHK-Konjunkturindex: geometrisches Mittel der Salden der Lageurteile und der Erwartungen von 3.700 befragten Unternehmen



Seit dem Frühjahr hat sich die Stimmung in der oberbayerischen Wirtschaft deutlich verschlechtert. Der Index bildet die aktuellen Lageurteile und Erwartungen der Firmen ab.

Enorme Vorteile für alle

Um die Digitalisierung der Verwaltung zu beschleunigen, setzen Landkreise auf Kooperation. Der Bayerische Innovationsring ist einer der Treiber – mit sichtbaren Fortschritten.



Geht gemeinsam
schneller – Arbeitsabläufe
digital neu gestalten

Foto: auremar/Adobe Stock

Von Eva Müller-Tauber

Wenn Andreas Bensegger für seinen Betrieb in Rosenheim ein Fahrzeug zulassen lassen will, war dies bisher immer recht aufwendig. Der Geschäftsführer des Büroausstatters Bensegger GmbH musste mit einem Formular zur Zulassungsstelle gehen, dort die Bankdaten – die der ausstellenden Behörde bereits dutzendfach vorliegen – eintragen, den Geschäftsführerausweis vorzeigen und die Gewerbeanmeldung für das Unternehmen nachweisen.

»Das Once-Only-Prinzip, bei dem das Unternehmen seine Daten nur einmal angibt und diese dann innerhalb einer Behörde oder sogar zwischen mehreren Behörden

ausgetauscht werden, wäre eine enorme Erleichterung und würde deutlich Bürokratie einsparen«, sagt der Unternehmer. Er fordert: »Die Unternehmen haben eine Vielzahl von Behördenkontakten und die müssen wir möglichst effizient abwickeln.«

Für die Wettbewerbsfähigkeit der Wirtschaft ist die Digitalisierung ein wichtiger Baustein – und die digitale Kommunikation mit der Verwaltung gehört unbedingt dazu. »Die Digitalisierung bietet beiden Partnern, den Unternehmen und der öffentlichen Hand, enorme Vorteile«, sagt Alexandra Heimisch-Röcker, Referentin Wirtschaftspolitik, Regionalaussschüsse

Wirtschaftsregion München bei der IHK für München und Oberbayern. Das zeige sich auch im Hinblick auf den Fachkräftemangel. »Wenn dem Arbeitsmarkt in Zukunft weniger Menschen zur Verfügung stehen, dann müssen Prozesse möglichst gestrafft ablaufen und Aufgaben priorisiert werden«, so Heimisch-Röcker. Das gelte für Unternehmen wie für Behörden.

Franziska Neuberger, Leiterin des IHK-Referats Digitalisierung und IKT, registriert erste Fortschritte. Sie nennt zum Beispiel das Unternehmenskonto als zentrale Authentifizierungslösung für Verwaltungskontakte, die Pläne für eine einheitliche Unternehmensplattform, um für

Unternehmen ohne große Suche einen zentralen Einstieg für Behördengänge zu ermöglichen, oder die Registermodernisierung, die das Once-Only-Prinzip ermöglichen soll. »Allerdings erwarten Unternehmen hier schneller Ergebnisse, um endlich mehr Bürokratiekosten einsparen zu können«, betont Neuberger.

Unternehmer Bensegger kann sich immerhin bei der Autozulassung wohl bald den Weg zur Behörde sparen. Seit dem 1. September 2023 wird i-Kfz bundesweit vollständig automatisiert und vereinfacht. Dann können erstmals auch juristische Personen und nicht nur Privatleute die internetbasierte Fahrzeugzulassung nutzen.

An Benseggers Standort Rosenheim sind auch einige andere Verwaltungsleistungen für Unternehmen bereits online abwickelbar, etwa Gewerbean-, -um- und abmeldungen sowie die überwiegende Zahl weiterer Zulassungs- und Abmeldevorgänge. An der Digitalisierung der

Sondernutzungserlaubnisse arbeitet die Stadt gerade.

Einer der Digitalisierungstreiber im öffentlichen Bereich ist der Innovationsring des Bayerischen Landkreistags. Derzeit leitet Josef Niedermaier (FW), Landrat des Landkreises Bad Tölz-Wolfratshausen, das Gremium (s. Kasten S. 44). Es unterstützt die Landratsämter bei ihrer Digitalisierung mit praxisgerechten Empfehlungen und konkreten Projekten. »Zum jetzigen Zeitpunkt haben wir schon rund 100 Verwaltungsleistungen digitalisiert und werden dies weiter ausbauen«, zog Niedermaier Ende Juni bei den Bayerischen Innovationstagen Bilanz.

Nach dem erfolgreichen Abschluss des Pilotprojekts »Digitaler Werkzeugkasten 1.0« im Oktober 2020 hatten das Bayerische Digitalministerium und der Innovationsring das Projekt ausgeweitet und knapp ein halbes Jahr später das Folgeprojekt »Digitaler Werkzeugkasten 2.0« gestartet. Insgesamt 25 Landkreise aus

allen bayerischen Regierungsbezirken waren dabei. Die Anzahl der teilnehmenden Landkreise war damit mehr als dreimal so hoch wie beim ersten Projekt.

Das Besondere war das arbeitsteilige Vorgehen: Die 25 Landkreise setzten in einem abgestimmten Vorgehen Onlineanträge für wichtige Verwaltungsleistungen um und stellten sie anschließend den übrigen Landratsämtern kostenlos bereit. So entstand ein starkes Austauschnetzwerk. Dieser kooperative Ansatz hat auch die Jury beim eGovernment-Wettbewerb vor zwei Jahren überzeugt. Das Projekt wurde in der Kategorie »Bestes Kooperationsprojekt« ausgezeichnet.

Um die Nachnutzung der Onlineanträge zu vereinfachen und zu beschleunigen, initiierte der Innovationsring gemeinsam mit dem Digitalministerium zudem eine zentrale Austauschplattform. Seit Juli 2022 ist der DigitalStore freigeschaltet. Zu den zentral bereitgestellten digitalen Servicedienstleistungen zählen beispiels-



KOMMUNIZIEREN SIE SCHON, ODER TELEFONIEREN SIE NOCH?



Information

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



Kommunikation

- Kommunikationslösungen
- Voice-over-IP
- Computer-Telefonie-Integration (CTI)
- Unified Communications & Collaboration Lösungen (UCC)
- Videokonferenzsysteme
- Contact-Center
- Cloud-Technologie



Services

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



www.mtg-systemhaus.de

MTG-Kommunikations-Technik GmbH

81825 München | Truderinger Straße 250 | Tel: 089/4 51 12-0
 Fax 089/4 51 12-330 | Mail: muenchen@mtg-systemhaus.de

04329 Leipzig | Portitzer Allee 8 | Tel: 03 41/25 80-0
 Fax: 03 41/25 80-100 | Mail: leipzig@mtg-systemhaus.de

Autorisierter Partner von



BAYERISCHER INNOVATIONSRING

Im Innovationsring des Bayerischen Landkreistags haben sich 26 Landkreise zusammengeschlossen, um die aktuellen und künftigen Herausforderungen der Verwaltungen gemeinsam zu bewältigen. Überzeugender Service für die Bürger ist einer der wichtigsten Leitgedanken des 1997 ge-

gründeten Gremiums. Ganz oben auf der Agenda stehen heute die Digitalisierung, die Bewältigung des Fachkräftemangels und die Kommunalfinanzen.

www.bay-landkreistag.de/landkreistag/bayerischer-innovationsring

etwa einen BayernID-Postkorb und ein ELSTER-Unternehmenskonto, über die Dokumente verschlüsselt und rechtssicher übertragen werden können.

weise die Beantragung einer Gaststätten-erlaubnis sowie eines Parkausweises für Handwerker. Bis Ende 2022 wurde das Angebot um weitere 30 Onlineanträge mit Schwerpunkt auf Unternehmensleistungen ausgebaut.

Aktuell läuft das Projekt »Digitaler Werkzeugkasten 3.0« mit 40 teilnehmenden Landkreisen. Es ist geplant, mindestens zwei weitere Anträge pro Teilnehmer zu entwickeln. »Die Unternehmen erwarten,

dass sie alle Anträge bayernweit digital und einheitlich finden können«, sagt IHK-Expertin Neuberger.

Dass Landkreise den Aufwand nicht scheuen, ihre Services zu optimieren und zu digitalisieren, zeigt das Beispiel Ebersberg, 2018 als erste Kommune in Bayern mit dem RAL-Gütezeichen »Mittelstandsorientierte Kommunalverwaltung« ausgezeichnet und ebenfalls Mitglied im Innovationsring. Für das Siegel galt es, 14 Serviceversprechen in der Verwaltung in unterschiedlichen Fachbereichen einzuführen.

»Dabei geht es ja nicht um die Versprechen als solche, sondern um die »Beweisführung«. Das heißt, es mussten Prozesse standardisiert und mit Kennzahlen hinterlegt werden«, erläutert der Ebersberger Landrat Robert Niedergesäß (CSU). »Das ist nicht einfach, vor allem wenn sachgebietsübergreifende Zusammenarbeit gefragt ist.« Was bisher unter Kollegen besprochen wurde und von Schreibtisch zu Schreibtisch wanderte, muss nun digital abgebildet werden.

Um einen vollständig digitalen, also medienbruchfreien Prozess zu schaffen, sind diverse Hürden zu nehmen. Zuerst brauche es digitale Anträge, deren Daten nahtlos in die Fachverfahren übertragen werden können, so Niedergesäß. Anschließend könne die fachliche Arbeit vorgenommen werden. Die Daten sollten dabei in der elektronischen Akte gespeichert werden, sodass nicht analog auf Ausdrucken weitergearbeitet werden muss. Hier ist eine Schnittstelle vom Fachverfahren zum Dokumentenmanagementsystem (DMS) notwendig. Zuletzt muss es einen sicheren Rückkanal zum Kunden geben,

»In der Praxis fehlen aber verbindliche Standards hinsichtlich Schnittstellen der verschiedenen Systeme. Dies erschwert die Digitalisierung der Dienstleistungen«, bemängelt Niedergesäß. Onlineanträge werden von verschiedenen Akteuren aus Bund, Ländern und Kommunen mit unterschiedlichen Techniken und Systemen entwickelt. »Jede Behörde hat andere Systeme im Einsatz und benötigt entsprechend auch andere Schnittstellen«, so Niedergesäß. »Die sind aber von den Softwareherstellern zum Teil noch gar nicht realisiert.«

Innovationsring-Leiter Niedermaier fordert eine stärkere Zusammenarbeit von Freistaat und Kommunen bei der Digitalisierung der Verwaltung als gemeinsame und dauerhafte Aufgabe. Er plädiert für einen ganzheitlichen Denkansatz vom »Antrag zum Bescheid« und dafür, die strikte Trennung zwischen staatlicher und kommunaler Digitalisierung aufzuheben. »Wir brauchen digitaltaugliche Gesetze, nutzerfreundliche Identifizierlösungen und mehr Pragmatismus«, ist er überzeugt. Nur so lasse sich die Verwaltung digitalisieren. Und das müsse das Ziel sein, betont Unternehmer Bensegger: »Denn ohne 100-prozentige Digitalisierung wird es keine Erleichterungen für die Nutzer geben.«

IHK-Ansprechpartnerinnen zu Wirtschaftspolitik:

Dr. Alexandra Heimisch-Röcker
Tel. 089 5116-2114
heimisch-roecker@muenchen.ihk.de

zu Digitalisierung:

Franziska Neuberger, Tel. 089 5116-1260
neuberger@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



Steuerbescheid ist online

Ab sofort können Unternehmen für den Standort München einen digitalen Gewerbesteuerbescheid erhalten. Er gilt ab dem Erhebungszeitraum 2022.

Von Monika Hofmann

Als erste Kommune in Bayern bietet die Landeshauptstadt München den digitalen Gewerbesteuerbescheid für alle Unternehmen an. Firmen und deren Steuerberater können bei der Abgabe der Gewerbesteuererklärung mitteilen, ob sie den Gewerbesteuerbescheid in digitaler Form erhalten wollen. Dazu müssen sie beim »ELSTER-Unternehmenskonto«, dem Onlineportal der Steuerverwaltungen, den »Elektronischen Zustellwunsch« wählen. Der Gewerbesteuerbescheid wird dann online im ELSTER-Konto hinterlegt und kann dort abgerufen werden.

Für den neuen Gewerbesteuerbescheid arbeiten Bund, Länder und die Pilotkommune München zusammen. Jetzt gibt es eine zentrale Lösung über alle Verwaltungsebenen hinweg. Im September 2023 lief der Test dazu – mit positivem Ergebnis. Ab sofort können Firmen den Service nutzen, er gilt ab dem Erhebungszeitraum 2022. Das Besondere skizziert Timo Werner, Sprecher des Kämmers der Landeshauptstadt München: »Der digitale Gewerbesteuerbescheid ist sowohl menschen- als auch maschinenlesbar.« Somit können Unternehmen und Steuerberater den Bescheid direkt in die entsprechende Software einlesen und ohne Medienbruch verarbeiten.

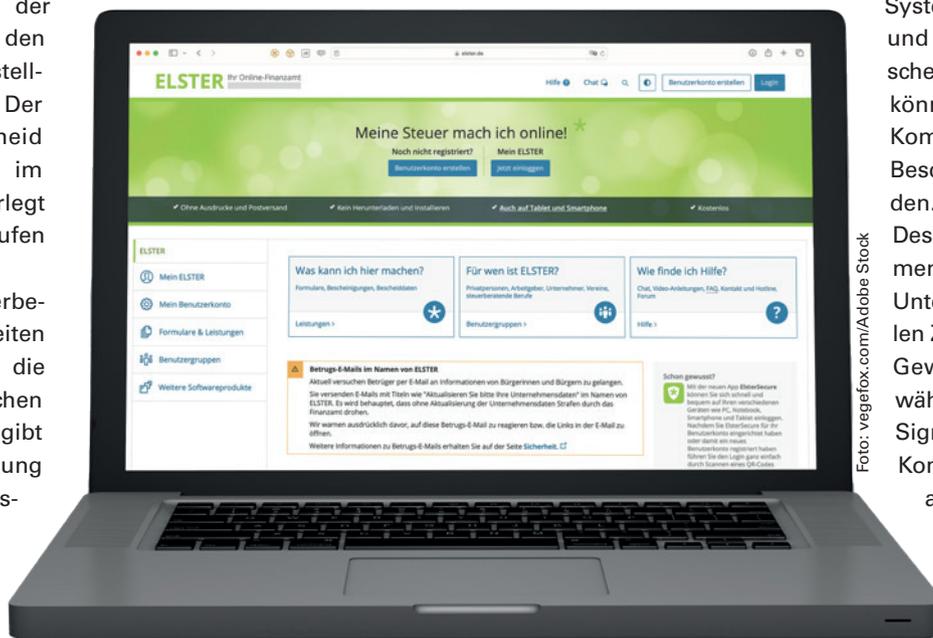
Daher sieht Eva Lochner, Fachbereichsleiterin Steuern der Stadtkämmerei, große Chancen, gerade für Firmen: »Denn die

Steuerbescheide gehen digital ein und können von der zuständigen Person im Unternehmen direkt abgerufen werden.« Ebenso entfällt, dass Steuerbescheide nicht die zuständigen Personen erreichen. »Wir erwarten uns im Laufe der nächsten Jahre eine Nutzung von bis zu 50 Prozent der Steuerpflichtigen«, schätzt Lochner die Perspektive ein. Voraussetzung

Martin Clemens, Referatsleiter Steuern und Finanzen bei der IHK für München und Oberbayern, begrüßt die Digitalisierung beim Gewerbesteuerbescheid. Dies könne auch den Unternehmen und deren steuerlichen Beratern die Arbeit leichter machen. »Allerdings muss die Umsetzung bürokratiearm bleiben.«

Zudem betont er: »Es wird noch dauern, bis alle Kommunen ihre Systeme angepasst haben und Gewerbesteuerbescheide digital zustellen können. Bis dahin wird die Kommune wie bisher den Bescheid postalisch zusenden.«

Deshalb empfiehlt Clemens, dass interessierte Unternehmen den »digitalen Zustellwunsch« für ihre Gewerbesteuerbescheide wählen sollten. »Das hat Signalwirkung für die Kommunen, ihre Systeme anzupassen.«



Der Gewerbesteuerbescheid wird im ELSTER-Konto hinterlegt

zung sei allerdings, dass die Steuerberater die Möglichkeit über ihre Steuerberatersoftware hätten und nutzen. Stadtkämmerer Christoph Frey: »Ein schöner Erfolg, dass wir hier – gemeinsam mit unserer IT – eine Vorreiterrolle bei der Digitalisierung von Bürgerservices einnehmen können, ein Beitrag zur Smartcity München.« Die Vereinfachung und Digitalisierung von Prozessen komme nicht nur den Unternehmen am Standort München zugute. »Sie erleichtert auch unsere Arbeit in der Verwaltung.«

Weiterführende Informationen zum digitalen Gewerbesteuerbescheid gibt es auf der IHK-Website unter:

www.ihk-muenchen.de/digitaler-gewerbesteuerbescheid

IHK-Ansprechpartner zu Steuern

Martin Clemens, Tel. 089 5116-1252
clemens@muenchen.ihk.de
Anne-Christina Schulte
Tel. 089 5116-1859
schulte@muenchen.ihk.de

Verlockender Glanz –
Ist die Abhängigkeit von China zu
groß? (im Bild: Guiyang)





Markt der Risiken

Jens Hildebrandt, Delegierter der Deutschen Wirtschaft in Peking, über die China-Strategie der Bundesregierung und die Auswirkungen auf die bayerische Wirtschaft.

Von Sabine Hölper

Herr Hildebrandt, die Bundesregierung hat im Sommer eine China-Strategie beschlossen. Darin steht unter anderem, dass China systemischer Rivale sei. Peking reagierte empört. Spitzenverbände der deutschen Wirtschaft hingegen begrüßen das 64-Seiten-Papier. Wie steht die AHK Greater China dazu?

Wir sind sehr froh darüber, dass der Prozess der China-Strategie abgeschlossen ist. Ich halte den Prozess für wichtiger als das Ergebnis. Es hat der Bundesregierung und den Unternehmen sehr gut getan, sich gut anderthalb Jahre lang intensiv mit dem Thema China auseinanderzusetzen.

Im Papier heißt es: »China hat sich verändert – deswegen muss sich auch unsere China-Politik verändern.« Hat sich China in den letzten Jahren so drastisch gewandelt?

Ja, in der Tat hat sich China verändert. Vor allem die selbst gewählte Isolierung der letzten drei Covid-Jahre hat viel dazu beigetragen, dass das internationale Verhältnis Chinas sich verschlechtert hat. China tritt machtbewusster auf und versucht, seine wirtschaftliche Macht auch politisch in die Welt zu tragen. Vor allem, und das betrifft die deutsche Wirtschaft, ist die chinesische Wirtschaft immer mehr zum Wettbewerber geworden. Das ist grundsätzlich nicht problematisch. Aber das geschah vielfach durch Marktzutrittsbarrieren und durch massive Förderung und Subventionierung der eigenen Industrie. Das ist für die deutsche und andere Wirtschaften schwierig.

Die Strategie begründet sich unter anderem aus den Lehren der Abhängigkeit von Russland, insbesondere von russi-

schem Gas. So etwas soll sich mit China nicht wiederholen. Auch der Einstieg des chinesischen Staatskonzerns Cosco bei einem Hamburger Containerterminal wurde scharf kritisiert, sogar innerhalb der Koalition. Somit klingt eine Strategie des De-Risking überzeugend.

Eine »De-Risking«-Strategie ist sicherlich aus Sicht der Bundesregierung ein notwendiger Ansatz im Umgang mit China. In der Wirtschaft ist es seit langem Teil einer guten Unternehmensführung, sich nicht zu abhängig von einzelnen Handelspartnern zu machen. Vorhandene wirtschaftliche Chancen werden jedoch weiter genutzt. Es ist zugleich gut, dass man in der Debatte um das Verhältnis zu China von der Idee eines »De-Coupling« weggekommen ist.

Und wo sehen Sie Kritikpunkte?

Es ist Aufgabe einer Bundesregierung, eine nüchterne Risikoanalyse zu machen. Das ist die China-Strategie in weiten Teilen. Sie ist aus meiner Sicht aber zu wenig ein Strategiepapier, das Anleitung gibt, wie deutsche Firmen jetzt mit China umgehen sollten. Es wird ja betont, dass die Kooperation mit China wichtig ist. Aber wie gestalten wir diese? Man darf nicht vergessen: China ist die zweitgrößte Wirtschaftsmacht der Welt. Sie hat den größten Konsumentenmarkt. Selbst mit einer schwächelnden Wirtschaftsentwicklung bietet sie den meisten Branchen trotzdem noch Wachstumspotenzial. Und vor allem: China ist ein Innovationstreiber geworden. Die deutsche Wirtschaft braucht China, braucht die Umsätze und Profite aus dem chinesischen Markt, um selbst Innovationen durchzusetzen und um gegen den chinesischen Wettbewerb in anderen

Ländern bestehen zu können. Wie wir das angehen wollen, ist aus meiner Sicht in der China-Strategie ein bisschen kurz gegriffen.

Es wird ja auch nicht konkret gesagt, ob und, wenn ja, wie das Außenhandelsrecht verschärft werden soll. Wird erst das geplante Gesetz zum Schutz kritischer Infrastrukturen die nötige Klarheit bringen?

Nein, es wurde ja sehr deutlich formuliert, dass die Bundesregierung die Abhängigkeiten von China reduzieren möchte. Sie wird die wirtschaftliche Zusammenarbeit mit China – anders als früher – nur noch in ausgewähltem Maße fördern. Somit ist klar, dass die deutschen Unternehmen zwar weiterhin ihr China-Geschäft betreiben können, aber auf eigenes Risiko.

Im Strategiepapier steht: Deutschland wird Unternehmen nicht mehr unbegrenzte Sicherheitsgarantien für Investitionen in China geben. Was bedeutet das konkret für die Firmen?

Wir sehen, auch in unseren Umfragen, dass die gut 5.000 deutschen Unternehmen vor Ort mit einer zweigleisigen Strategie reagieren, nämlich Diversifizierung und Lokalisierung. Als Mittel zur Risikoabsicherung wählen sie die Lokalisierung, verankern sich mehr im chinesischen Markt. Gleichzeitig nehmen die Unternehmen eine strategische Bewertung des Markts unter Risikogesichtspunkten vor. Und manche reagieren auch mit Diversifizierung. Unternehmen mit

ZUR PERSON

Jens Hildebrandt (45) ist seit August 2018 Delegierter der Deutschen Wirtschaft in Peking und geschäftsführendes Vorstandsmitglied der Deutschen Handelskammer in China (AHK). Er studierte Politikwissenschaft und Sinologie in Leipzig, Peking sowie Hongkong und absolvierte ein MBA-Studium. Seit 2007 ist er in verschiedenen leitenden Positionen im Netzwerk der deutschen Auslandshandelskammern (AHK) tätig.



Foto: privat

»» Der Markteintritt in China ist komplexer geworden.«

**Jens Hildebrandt,
Delegierter der Deutschen
Wirtschaft in Peking**

einer sehr hohen Abhängigkeit von Lieferketten in China suchen jetzt weltweit andere Lieferanten. Firmen, die im Export tätig sind, verschieben diesen zum Teil in andere Länder wie Indien – und stärken damit dennoch ihr China-Geschäft. Die Firmen reagieren pragmatisch.

Kommen noch neue Unternehmen ins Land?

Im Moment kaum noch.

Wie nehmen die bayerischen Unternehmen, die in China engagiert sind, diese Veränderungen wahr?

Sie sind sich natürlich bewusst, dass China immer mehr von einem Markt der Möglichkeiten zu einem Markt der Risiken wird. Dennoch stimmt der Business Case China für die meisten Unternehmen weiterhin. Kaum ein Unternehmen zieht sich aus China zurück. Sie haben eine Neubewertung vorgenommen, also ihre eigene China-Strategie gemacht.

Gilt das auch für mittelständische Unternehmen?

Die Herausforderungen treffen vor allem den Mittelstand. Der Markteintritt ist komplexer geworden, die

Regulatorik hat zugenommen. Die Firmen fragen sich auch, ob ihr Chinageschäft eventuell ihr US-Geschäft beeinträchtigt. Manch einer versucht sein Glück daher lieber woanders, etwa in Indonesien.

Was raten Sie denn unentschlossenen Mittelständlern?

China hat trotz aller Schwierigkeiten noch jede Menge Wachstumsmöglichkeiten. Es ist innovativ, hat gute Unternehmen, die weiterhin gern auf deutsche Produkte zurückgreifen. Ich denke: Zu einer ordentlichen Diversifizierungsstrategie gehört, dass die Unternehmen sich ein Bild vom größten Wachstumsmarkt Asiens machen, indem sie hierherreisen, ob per Delegationsreise oder individuell. Fakt ist aber auch, dass sich die Zeiten geändert haben. In der Vergangenheit haben die Unternehmen anfangs vor allem mit lokalen Vertriebspartnern zusammengearbeitet. Heute ist es schwieriger, reinen Export zu betreiben, ohne selbst vor Ort vertreten zu sein. Daher muss man sich sein Geschäftsmodell im Vorfeld genau überlegen und sich den chinesischen Wettbewerb ansehen. ●

IHK-Ansprechpartner zu China

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

ALLES IM GRIFF?

Als Gesprächsthema unangenehm, als Gesundheitsfrage eine Randerscheinung, aber als Aufgabe für jeden Mann lösbar: Hodenkrebs ist ein klassischer Fall von Selbstkontrolle. **Sieben Antworten auf Fragen, denen Sie bisher lieber mal ausgewichen sind.**

ALL FOR THE BALLS!

#CHECKDICHSELBST

Hodenkrebs: Betrifft mich das überhaupt?

Bei Männern zwischen 20 und 45 ist Hodenkrebs der häufigste bösartige Tumor. Ja, bösartig. Keine zweite Option. Darum gibt es hier kein „mal sehen“, kein „Spiel auf Zeit“. Je früher man Hodenkrebs erkennt und untersuchen lässt, desto besser ist er zu behandeln.

Was bringt die Vorsorge?

Jede Krebserkrankung beeinflusst den persönlichen Lebenswert. Zum individuellen Gesundheitsmanagement gehört daher die Krebsfrüherkennung genauso wie die abendliche Joggingrunde oder die Radtour am Wochenende. Risiken zu minimieren ist ein Service für die eigene Leistungsfähigkeit. Extreme Risiken abzuwenden – das haben Sie für Ihren Betrieb auch im Auge, nicht wahr?

Muss man ausgerechnet über Hodenkrebs reden?

Unbedingt – allein schon wegen dieser Frage! Erkrankungen an den Ge-

schlechtsorganen sind immer noch stark tabuisiert. Manch einer macht Witze darüber. Aber der mögliche Verlust eines Hodens oder die drohende Zeugungsfähigkeit nagen schwer an der Männlichkeit. Kurzum: Schweigen und Wegsehen hilft keinem. Offene Worte und aktives Handeln schon.

Braucht es einen Eingriff zum Erkennen?

In der Tat. Und zwar in seiner einfachsten Form: mit der eigenen Hand. „Selbstuntersuchung“ nennt das der Urologe, der zu diesem Zeitpunkt noch nicht beteiligt ist. Mit einmal monatlich „Hands in the Pants“ verschaffen Sie sich Klarheit: Beim Abtasten beider Hoden lässt sich Ungewöhnliches oder Auffälliges direkt feststellen.

Muss da nicht der Profi ran, also der Urologe?

Wenn Hodenkrebs erkannt ist: ja. Aber bei der Selbstabtastung sind Sie der Profi. Schließlich kennt keiner Ihren

Körper so gut wie Sie selbst. Zwei Griffe genügen. Erster Griff: Mit der geöffneten Handfläche den Hodensack und die Hoden von unten abtasten und dabei leicht auf und ab bewegen. Zweiter Griff: Jeden Hoden einzeln abtasten und dabei zwischen Daumen (oben) und Zeige- und Mittelfinger leicht hin und her rollen. Unebenheiten und Knoten lassen sich dabei leicht aufspüren.

Was merkt man da?

Die Routine hilft Ihnen, Veränderungen zu erkennen. Oft schon, bevor sie als Schwellung sichtbar werden. Jeden Monat einmal kontrollieren und Ihr Finderspitzengefühl sagt Ihnen „Alles okay“ oder „Besser mal nachsehen lassen“. Gerade, wenn's mal wehtut, ist der dritte Griff gefragt, ohne zu zögern: zum Telefon, um einen Termin mit dem Urologen zu vereinbaren.

 BAYERISCHE
KREBSGESELLSCHAFT

Informationen zur Kampagne und zur Bayerischen Krebsgesellschaft finden Sie hier.



Spendenkonto:

Bank für Sozialwirtschaft
IBAN: DE51370205000007801700

Wo kann ich mich schla- und mitmachen?

Die Bayerische Krebsgesellschaft informiert unter dem Motto „**Check dich selbst**“ über die Früherkennung von Hodenkrebs. Auf www.checkdichselbst.de finden Sie ein Video zur Selbstabtastung sowie diverse Bildmotive für Ihre eigenen Social Media Kanäle. Sie können kostenfrei Flyer und Plakate bestellen, um auch Kollegen oder Freunde, die noch nicht alles im Griff haben, vom Mitmachen zu überzeugen.

Smart Shopping im Supermarkt

Ein Rewe-Markt in Unterschleißheim bei München zeigt, dass sich kundenfreundliche Digitalisierungsprojekte lohnen.

Von Eva Elisabeth Ernst

Bei über 20.000 verschiedenen Produkten, die der Rewe-Markt in Unterschleißheim führt, sind die Kunden durchaus dankbar für Hinweise, an welcher Stelle genau sie welche Lebensmittel finden. Dazu können sie entweder gleich am Eingang an einer Alexa-Station nachfragen. Auf einem Bildschirm werden ihnen dann der Regalplatz sowie der kürzeste Weg dorthin gezeigt.

Oder sie folgen USHi, dem etwa einen Meter großen Roboter, der nach der Eingabe der Suchanfrage auf seinem Monitor blinkend zum Zielort vorausrollt. Dort angekommen, blinzelt USHi freundlich und verabschiedet sich.

»USHi und Alexa entlasten unsere Mitarbeitenden enorm«, sagt Husein Dugonjic, der Inhaber des Ende 2021 eröffneten Rewe-Markts. Den Namen des Service-roboters hat sich sein Team ausgedacht: Das Kürzel »USH« steht für Unterschleißheim, das »i« für »intelligent«. USHi dürfte das auffälligste Symbol dafür sein, dass die Digitalisierung in diesem Lebensmittelmarkt auf sehr sympathische Weise Einzug gehalten hat.

Im Juni dieses Jahres wurde Rewe Unterschleißheim für die vielfältigen technischen Innovationen als »Digitaler Champion im bayerischen Einzelhandel« ausgezeichnet. Der Preis wurde auf Initiative des Bayerischen Wirtschaftsministeriums zum dritten Mal mit ibi Research und DATEV eG an kleine und mittelständische Handelsunternehmen verliehen. Georg Wittmann (46), Geschäftsführer von ibi research an der Universität Regensburg, sagt über den Unterschleißheimer Gewinner: »Der Markt schafft eine Symbiose zwischen stationärem und Onlinehandel und revolutioniert den Supermarkt.«



Vielseitiger Helfer – Roboter USHi mit Marktchef Husein Dugonjic

Foto: Rewe Unterschleißheim

Dugonjic geht es um mehr als nur um die Technologie: »Ich liebe es, Menschen beim Einkaufen glücklich zu machen und die typischen Kundenscherzstellen zu beseitigen«, versichert er mit Nachdruck. Der Einkauf von Lebensmitteln, so der 39-Jährige weiter, sollte Spaß machen und daher smart und unkompliziert ablaufen.

Bereits 2011 startete die Rewe Group mit Onlineshop und Lieferservice. Mittlerweile können rund 90 Prozent der Haushalte in Deutschland online bestellen und sich die Waren entweder nach Hause liefern lassen oder in einem der teilnehmenden Rewe-Märkte selbst abholen. Auch Dugonjic bietet diesen Service – und darüber hinaus noch einen eigenen Onlineshop, in dem unter anderem Wein, Spirituosen und Kaffee zu finden sind.

Der Marktinhaber bezeichnet sich als »großen Fan« von Omnichannel-Strategien – auch wenn er derzeit lediglich zehn Prozent des Umsatzes über Onlinebestellungen erwirtschaftet, wovon sieben Prozent auf den Abholservice und drei Prozent auf den Lieferdienst entfallen. »Wir haben den Lieferdienst allerdings auch erst vor einigen Monaten gestartet und der Trend geht stark nach oben«, sagt Dugonjic. »Vor allem die Unternehmen in den umliegenden Büros nutzen dieses Angebot mehr und mehr – und haben erfreulich große Warenkörbe.«

Wer seine Einkäufe lieber selbst vor Ort erledigt, kann die Waren wie gehabt vom Kassenspersonal über den Scanner ziehen lassen. Man kann dies aber auch an den Self-Checkout-Stationen selbst erledigen und an einer Expresskasse bezahlen. Eine dritte Variante ist »Scan&Go«: Dabei scannen die Kunden jedes Produkt per Handscanner oder eigenem Smartphone mit Rewe-App, bevor sie es in den Einkaufskorb legen und an der Expresskasse zahlen.

»Je nach Tageszeit und Wochentag werden bereits zwischen 36 und 38 Prozent der Einkäufe per Self-Scanning und Scan&Go bezahlt«, freut sich Dugonjic.

Denn natürlich sparen diese Prozesse nicht nur den Kunden, sondern auch den Mitarbeitenden des Rewe-Markts Zeit.

Die Beschäftigten stehen den digitalen Tools und Applikationen ihres Arbeitgebers generell sehr positiv gegenüber: »Schon beim Vorstellungsgespräch erzähle ich davon und merke, dass gerade viele junge Leute das gut finden«, sagt Dugonjic. Außerdem achtet er darauf, dass die Mitarbeitenden gut geschult werden, bevor ein weiteres Innovationsprojekt startet. Auch Ideen seines Teams greift er gern auf, wie etwa die Sache mit den Geschenkkörben: Die können Kunden nun per Online- oder Papierformular ordern – mit genau den Inhalten, die sie möchten. Dieses Angebot kommt deutlich besser an als vorher die bereits fertig zusammengestellten Körbe.

Wichtigster Impulsgeber für Innovationen ist jedoch Dugonjic selbst. Er hatte die Idee, einen Roboter, der für die Gastronomie konzipiert ist, auch im Einzelhandel einzusetzen. Er wurde Referenzkunde des Münchner Start-ups salesmotion Digital Consulting GmbH, das USHi entwickelt hat. Mit Displaywerbung und Raum für Produktplatzierungen auf der Rückseite des Serviceroboters lassen sich sogar Werbeeinnahmen erzielen.

Ähnlich sieht das Finanzierungsmodell bei den drei interaktiven Displays im Laden aus: Sie unterstützen bei der Produktsuche und bieten Wareninformationen und Rezeptideen, zeigen aber auch marktinterne und produktbezogene Werbebotschaften. »Demnächst erhalten wir ein weiteres Display mit integrierter Kühleinheit. Dort können wir dann ein Rezept zeigen und gleich darunter die kompletten Zutaten zur Verfügung stellen«, sagt Dugonjic.

Derzeit wird im Markt die Hardware für ein System zur Vermeidung von Wartezeiten an den Kassen installiert: Sensoren in der Decke sollen künftig überwachen, wie viele Kunden in der Kassenschlange stehen, und die Mitarbeitenden über deren Headsets automatisch informieren, wenn eine weitere Kasse geöffnet

werden muss. »Dank KI, also künstlicher Intelligenz, erkennt das System zum Beispiel, ob drei Kunden anstehen oder eine dreiköpfige Gruppe zusammen einkauft«, erklärt Dugonjic. Das Problem voller Leergutautomaten will er ebenfalls mit KI lösen: Eine Software soll den Mitarbeitenden Füllgrade von 60, 80 und 90 Prozent melden.

Bleibt die Frage nach den Kosten für all diese Maßnahmen. Einige Projekte refinanzieren sich über Werbung, andere wurden gemeinsam mit dem Marktinhaber entwickelt oder im Testbetrieb optimiert. »Mein Budget dafür liegt unter 1.500 Euro monatlich«, sagt Dugonjic. »Das lohnt sich auf jeden Fall durch die Entlastung des Teams und den zusätzlichen Kundenservice.« Ein Kollege für USHi ist bereits bestellt: Dieser Service-roboter wird bei seinen Touren durch den Rewe-Markt sogar noch den Fußboden reinigen. ●

IHK-Ansprechpartnerin zu Handel

Julia Fuchs, Tel. 089 5116-2066
fuchs@muenchen.ihk.de

BEFESTIGUNGSTECHNIK

PAULIS

www.paulis-befestigungstechnik.de



HiKOKI
HIGH PERFORMANCE POWER TOOLS

haubold®

Paslode®

RGN® EUROPE
FASTENING SYSTEMS

Nägel • Klammern • Schrauben
Druckluftgeräte • Werkzeuge • Reparaturen

Sattlerweg 1 - Gewerbegebiet Nord - 84367 Tann
Tel. 08572/1601 - Fax 7359

Von anderen lernen

Wie lassen sich öffentliche Klimaschutzprojekte voranbringen? Auf der Plattform des Start-ups GovShare können Kommunen von den Erfahrungen anderer profitieren.

Von Josef Stelzer

Gerade Städte und Gemeinden benötigen dringend Informationen über praxisbewährte Lösungen zur Senkung der CO₂-Emissionen«, ist Philipp Schwarz (39) überzeugt. Der Geschäftsführer und Gründer der Münchner GovShare GmbH machte diesen Know-how-Bedarf bereits 2020 aus, als er mit Praktikern sprach, die sich in den Kommunalverwaltungen mit Klimaschutz- oder Energiethemen befassen.

einer Energiegenossenschaft hilfreich? Welche Hindernisse tauchen bei der Umsetzung solcher Projekte womöglich auf? Die Onlineplattform zeigt eine Vielzahl an Beispielen für Klimaschutzprojekte, bewertet die nötigen Investitionen sowie die laufenden Kosten, taxiert die CO₂-Ersparnis und vermittelt einen Einblick in Praxiserfahrungen.

Dazu gehören Umsetzungshilfen, Leitfäden sowie die Kontaktdaten der An-

Portal. Schwäbisch Hall etwa rüstete die Straßenbeleuchtung auf LED-Leuchtmittel mit Einsatz einer Steuerungssoftware zur Fehlerübermittlung und Dimmung um. Das bayerische Neuötting errichtete am Rathaus einen Photovoltaik-Carport mit elf Stellplätzen für Elektrofahrzeuge.

In den nächsten fünf Jahren, so der Plan, könnten rund 1.000 Projektbeispiele zusammenkommen, die GovShare dann zum Abruf bereithält. Auf der Plattform stehen außerdem diverse »Werkzeuge« für die Umsetzung zur Verfügung, etwa Beschlussvorlagen, Dokumentenmuster oder Projektdokumentationen.

Kommunen können so von den Erfahrungen anderer profitieren und müssen bei ihren Projekten nicht von vorn beginnen. Sie verhindern Fehlinvestitionen oder Verzögerungen und vermeiden damit unnötige Kosten. Im besten Fall kommen so mehr Klimaschutzaktivitäten in Gang. »Letztlich können die Städte und Gemeinden mit unserer Plattform ihre Vorhaben schneller umsetzen und ihre Klimaschutzziele effizienter erreichen«, verspricht Schwarz.

Gelegenheiten dazu gebe es genügend in den Kommunen, ermittelte die Studie »Klimaschutz in kommunalen Unternehmen« des Umweltbundesamts. Demnach hätten Städte und Gemeinden reichlich Potenzial, um CO₂-Emissionen zu reduzieren, etwa in der kommunalen Energie- und Wasserversorgung, in der Abwasserentsorgung, bei kommunalen Immobilien, im Gesundheitswesen und im Verkehr.

Und wie macht GovShare geeignete Praxisfälle ausfindig? »Wir gehen systematisch vor und recherchieren aktiv nach geeigneten Beispielen in Deutschland, Österreich sowie in der Schweiz. Wir suchen überdies nach Preisträgern oder Teilnehmern bei einschlägigen Nachhaltigkeitswettbewerben und nehmen Kontakt zu ihnen auf«, erläu-



Foto: GovShare

Für Schwarz war diese Erkenntnis gleichsam der Startschuss für seine Firma: Er entwickelte eine Internetplattform, die den Kommunen seit Mai 2023 bundesweit zur Verfügung steht und sich mit ganz praktischen Fragen beschäftigt: Wie lassen sich Kampagnen zur Gebäudesanierung auf den Weg bringen? Was ist zu beachten, wenn kommunale Gebäude energetisch ertüchtigt werden? Wie kann man die Straßenbeleuchtungen auf energiesparende LED-Technik umstellen? Welche weiteren Maßnahmen könnten infrage kommen? Ist die Einrichtung von Mobilitätsstationen oder die Gründung

sprechpartner in den Kommunen, die einzelne Projekte erfolgreich umgesetzt haben. Es gibt aber auch Hinweise auf die Dienstleister und Hersteller, etwa von klimaschonenden Heizungen oder Klimatechniken. »Die Kommunen haben alles auf einen Blick und sparen sich viel Aufwand, zumal die zeitraubende Suche nach Lösungsbeispielen entfällt«, sagt der Gründer, der im englischen Oxford Wirtschafts- und Ingenieurwissenschaften studiert hat.

Allein bis Sommer dieses Jahres sammelte GovShare 72 Fallbeispiele aus 60 Kommunen und platzierte sie auf dem

tert Schwarz. Ein Expertenteam wählt Lösungsbeispiele aus, die sich für die GovShare-Plattform eignen, und schätzt zudem die Klimarelevanz der Maßnahmen ein, etwa ihre CO₂-Ersparnis.

Bisher haben sich rund 50 Kommunen registriert, die das Portal mehrheitlich noch kostenlos nutzen. Die Gebührenhöhe soll künftig von der Einwohnerzahl einer Kommune abhängig sein und Gemeinden einen möglichst günstigen Einstieg ermöglichen.

Auch Unternehmen, etwa Dienstleistern und Geräteherstellern, steht die Plattform offen. Sie können sich bei kommunalen Entscheidern mit technischen Lösungen sowie einschlägigen Projekten positionieren und im Vorfeld von öffentlichen Vergabeverfahren auf sich aufmerksam machen. Bisher sind 30 gewerbliche Plattformnutzer eingetragen, denen während der Aufbauphase ebenfalls ein kostenloses Angebot zur Verfügung steht. Die Finanzierung des Start-ups sei gesichert,

sagt Unternehmer Schwarz. »Mit der Frankfurter FAZ Business Media GmbH konnten wir einen fachlich passenden und langfristig orientierten Investor für die Umsetzung von GovShare gewinnen«, sagt der ehemalige Unternehmensberater.

Die Entwicklung läuft im Austausch mit den Kommunen. »Unterstützt wurden wir unter anderem vom Landkreis Bad Kissingen, der als Pionierkommune zahlreiche Ideen und Vorschläge zu nützlichen Plattformangeboten beigetragen hat«, berichtet Schwarz. Auch von den Stadtverwaltungen in Geretsried, Saarbrücken, Esslingen und Schwäbisch Hall habe er viel Feedback erhalten. Ebenso von der Stadt München, die mit dem Fachwissen der in Klimathemen eingebundenen Abteilungen hilfreich gewesen sei.

Zugute kommen dürfte dem Unternehmen, dass die mehr als 10.000 deutschen Kommunen bei ihren Nachhaltigkeitsan-

DIE PROBLEMLÖSER

Klimaschutz, Energiekrise, Fachkräftemangel – das sind nur einige der gewaltigen Probleme, vor denen wir gerade stehen. In Oberbayern gibt es zahlreiche Unternehmen, die diese Herausforderung annehmen: Sie entwickeln kluge Lösungen für die drängenden Aufgaben unserer Zeit.

Das IHK-Magazin stellt diese Problemlöser in einer Serie vor.

strengungen vor ähnlichen Herausforderungen stehen. »Viele Kommunen sind in puncto Klimaschutz zwar durchaus aktiv, wissen aber wenig von den praktischen Erfahrungen in anderen Regionen«, so der Unternehmer. An einer überregionalen Anlaufstelle wie GovShare bestehe daher reges Interesse.

www.govshare.org

70
Jahre [W]

WIRTSCHAFTSJUNIOREN
MÜNCHEN

JUBILÄUMSFEIER

am 16. Dezember 2023
im EDEN HOTEL WOLFF
in München

70 Jahre

Wirtschaftsjunioren München

Sich fortbilden, austauschen,
gegenseitig inspirieren,
weiterentwickeln, erfolgreich
wirtschaften, Neues wagen,
Mehrwerte schaffen, gemeinsam
reisen und feiern –
all das zeichnet uns aus.

Bereits seit 1953 versammeln sich
in München junge Selbstständige
und Führungskräfte, um die
wirtschaftliche und soziale Zukunft
unserer schönen Stadt aktiv
mitzugestalten und den
Unternehmensgeist auszuleben.

Feiert dieses Jubiläum mit uns!
Wir freuen uns auf Euch!
Auf unserer Homepage gibt es
weiter Infos und den
Veranstaltungskalender:



Eure
Wirtschaftsjunioren München e.V.

»Die mediale Aufmerksamkeit hat uns geholfen« – Roland Schreiner, Chef der Schreiner Group



Foto: Schreiner Group

Ins rechte Licht gerückt

Der Innovationspreis Bayern prämiert seit 2012 Unternehmen für wegweisende Neuerungen. Welche Wirkung entfaltet die Auszeichnung über die Ehrung hinaus? Preisträger berichten.

Von Eva Müller-Tauber

Innovationen in den Fokus der Öffentlichkeit zu rücken und weiter voranzutreiben sowie die Innovationskultur im Freistaat zu fördern – das waren 2012 die Hauptgründe, den Innovationspreis Bayern ins Leben zu rufen. Die Auszeichnung prämiert seither alle zwei Jahre Produkt- und Verfahrensinnovationen oder innovative technologieorientierte Dienstleistungen. Voraussetzung ist, dass der Markterfolg der Neuerungen absehbar ist oder sich die Innovation bereits erfolgreich im Markt etabliert hat – und das möglichst für einen längeren Zeitraum (zur Bewerbung siehe Kasten S. 55). Wie sich der Innovationspreis konkret auf die weitere

Entwicklung auswirkt, schildern hier drei Unternehmen, die bereits ausgezeichnet worden sind.

Schreiner Group: Vorteile beim Recruiting

Es war perfektes Timing: Pünktlich zum »Tag der offenen Tür« und zum 30-jährigen Standortjubiläum konnte die Schreiner Group GmbH & Co. KG in Oberschleißheim mit einem Kurzfilm für sich werben. Den hatte sie sich als Sonderpreisgewinner des Innovationspreises Bayern 2022 für ihr Medizinprodukt »Coldplasma-patch« kurz zuvor verdient. »Weit über 1.000 Besucher haben sich im Rahmen unserer »Innovationstour« den Film an-

geschaut, und auch auf YouTube hat er zu mehreren Hundert Aufrufen geführt«, freut sich Firmenchef Roland Schreiner. »Wir haben sehr positives Feedback von unseren Gästen erhalten.« Auch in den Vorstellungsgesprächen im Rahmen des »Job-Speeddatings« zeigten sich die Bewerber hochinteressiert. »Die mediale Aufmerksamkeit durch den Preis hat uns insbesondere dabei geholfen, uns regional ein weiteres Mal als innovativer und attraktiver Hightech-Arbeitgeber zu positionieren«, so der Firmenchef. Schreiner hat den Preis für »Coldplasma-patch« (CPT®-patch) erhalten, eine Hightech-Auflage für die Wundbehandlung,

die auf gedruckter Elektronik basiert. »In ihr wird kaltes Plasma erzeugt, das multiresistente Bakterien abtötet, die Regeneration der Zellen fördert und so chronische Wunden heilen kann – sogar wenn diese bislang als unheilbar galten«, erläutert der Unternehmer.

Schreiner hat das innovative Produkt gemeinsam mit dem Medizintechnikunternehmen Coldplasmatech aus Greifswald realisiert. »Es funktioniert nach wie vor tadellos und wird unverändert ausgeliefert«, betont der Unternehmer. Ein Meilenstein für die großflächige Verbreitung wäre, wenn künftig die gesetzlichen Krankenversicherungen die Kosten für die Behandlung erstatten würden. Dieses Thema werde durch die Anbieter von kaltem Plasma für die Wundbehandlung derzeit vorangetrieben, sagt Schreiner, »und wir hoffen sehr auf ein positives Ergebnis«. Darüber hinaus wurden jüngst die ersten Ergebnisse einer Studie veröffentlicht, die den Behandlungserfolg der Innovation bestätigen.

tacterion: Schub für Partnerschaften

Die tacterion GmbH in München hat den Innovationspreis 2018 in der Sonderkategorie Kooperation Wirtschaft und Wissenschaft für die Sensortechnologie PLYON® in Form einer polymerbasierten künstlichen Haut erhalten. Seither entwickelt sich das Unternehmen weiter. Das einstige Spin-off des Deutschen Zentrums für Luft- und Raumfahrt in Oberpfaffenhofen kooperiert seit diesem Jahr mit TE Connectivity (TE) in Schaffhausen/Schweiz, einem weltweit führenden Anbieter von Verbindungs- und Sensorlösungen. Ziel der Partnerschaft ist es, intelligente Berührungs- und Kraftsensortechnologie für die Digitalisierung industrieller Prozesse einzusetzen.

Gemeinsam arbeiten TE und tacterion an Lösungen, die TE-Steckverbinder mit der Sensortechnologie von tacterion kombinieren. Die neuen Produkte sollen die digitale Fernüberwachung von Anlagen ermöglichen – »sie sind somit entscheidende Komponenten für die vorausschauende Wartung, die Zu-

standsüberwachung und für Sicherheitsanwendungen in der Industrie 4.0«, heißt es bei tacterion.

ADVITOS: Signal für hohes Potenzial

Bei der ADVITOS GmbH, Hauptpreisträger von 2020 mit einer Innovation für die Behandlung von Multiorganversagen, sieht Geschäftsführer Claus Jessen den Innovationspreis Bayern als Sprungbrett und zielführendes Werbemittel – auch wenn keiner der ADVITOS-Fortschritte explizit nur auf den Innovationspreis heruntergebrochen werden könne. »Wir haben uns im Anschluss an den Bayerischen Innovationspreis um Fördergelder beworben, um unsere ADVOS-Therapie weiterzuentwickeln, und waren mit unseren Bewerbungen auf Bundes- und EU-Ebene auch erfolgreich«, sagt Jessen. »Hier hat uns der Preis sicher zusätzlich geholfen, den geforderten Innovationsgrad unseres Unternehmens gut darzustellen.«

Auch gegenüber Kunden, Lieferanten und Entwicklungspartnern konnte das Münchner Unternehmen dank des Preises Potenziale und Perspektiven einfach vermitteln. »Beim Werben um hoch qualifizierte Fachkräfte im Bereich Forschung und Entwicklung hat der Preis sicher auch einen zusätzlichen Anreiz für potenzielle Kandidaten geboten«, so Jessen.

Wie weit ist das Unternehmen bisher gekommen? 2020 wurden klinische Studien

zum wissenschaftlichen Nachweis der Wirksamkeit begonnen. Die Anwendung für weitere Indikationen, wie Azidose und Sepsis, wird erprobt. Das Unternehmen entwickelt Technologie und System zur Anwendung der Therapie weiter, um externe Geräte zu integrieren und die Bedienung zu vereinfachen. Die Therapie wird derzeit in 21 deutschen und österreichischen Kliniken mit gutem Erfolg und zunehmender Häufigkeit angewandt.

»Mit dem erfolgreichen Abschluss der Studien und den Veröffentlichungen der Studienergebnisse schaffen wir die Voraussetzungen für die Markteinführung in der Breite«, sagt Jessen. Sobald die Überlegenheit der Therapie für bestimmte Indikationen wissenschaftlich nachgewiesen worden ist, werde der Vertrieb damit auf die Intensivstationen der Kliniken zugehen und zunächst den deutschsprachigen Markt erschließen. »Damit wird ADVITOS die Profitabilität erreichen, um anschließend in weitere Länder zu expandieren«, so der Geschäftsführer. »Für diese Expansion bereiten wir eine neue Systemgeneration der erforderlichen Produkte vor und schaffen entsprechende Produktionskapazitäten.«

IHK-Ansprechpartnerin zum Thema Innovation

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

JETZT BEWERBEN!



Entwicklungsstarke Unternehmen können sich jetzt für den Innovationspreis Bayern 2024 bewerben. Vergeben werden bis zu sieben Haupt- und Sonderpreise.

Es handelt sich um Ehrenpreise, die finanziell nicht dotiert sind. Der Preis besteht aus einer Urkunde und einer Skulptur. Zudem wird jeder Preisträger in einem Kurzfilm porträtiert. Der Film wird während der Preisverleihung gezeigt, die Unterneh-

men können ihn anschließend für Werbezwecke nutzen.

Der Innovationspreis ist eine Initiative des Bayerischen Wirtschaftsministeriums, des Bayerischen Industrie- und Handelskammertags sowie der Arbeitsgemeinschaft der bayerischen Handwerkskammern und wird alle zwei Jahre verliehen.

Weitere Infos unter:
www.innovationspreis-bayern.de

Via Social Media Kunden erreichen –
wo setzen Firmen am besten an?





Die passende Strategie

Die Möglichkeiten, wie sich Unternehmen online präsentieren können, entwickeln sich rasant. Experten aus dem Netzwerk der IHK-Digitalisierungsinitiative »Pack ma's digital« beantworten acht Fragen rund um Social Media, Influencer, Podcasts & Co.

1 Ich will mit meinem Unternehmen auf Social Media präsent sein. Nach welchen Kriterien wähle ich geeignete Plattformen aus?

»Nach meinen Marketingzielen, nach meinen Zielgruppen, nach für mich geeigneten Contentformaten wie etwa Videos und nach meinem Budget. So ist Bezahlwerbung zum Beispiel auf LinkedIn viel kostspieliger als auf Facebook oder Instagram.«

Martin Fuchs (64), Strategie, Konzept und Text bei der Digitalagentur Studio 9 GmbH, Dornach

»Die Auswahl von Social-Media-Plattformen ist abhängig von Ihren Zielgruppen. Der Kunde sollte dort abgeholt werden, wo er steht, und mithilfe maßgeschneiderter Inhalte auf Ihr Unternehmen aufmerksam gemacht werden. Instagram, Snapchat und TikTok sind vor allem bei 14- bis 30-Jährigen beliebt, während Facebook bei Menschen zwischen 30 und 70 Jahren hoch im Kurs steht. Plattformen wie LinkedIn und Xing sprechen Berufstätige an, Pinterest hingegen richtet sich an kreative Individuen. Abgesehen von der Zielgruppe, können aber auch die Medien, mit denen Sie werben möchten – also Bilder, Videos, Texte –, sowie die Möglichkeit, bezahlte Werbung zu schalten, Kriterien bei der Auswahl sein.«

Florian Moderegger (20), Geschäftsführer der Werbeagentur CONCORDE MEDIA UG, Bad Reichenhall

Foto: goodluz/Adobe Stock



Podcasts aufnehmen – wann lohnt sich das für Unternehmen?

Foto: LIGHTFIELD STUDIOS/Adobe Stock

2 Über welche Social-Media-Plattformen können Unternehmen auch verkaufen?

»Über jede! Entscheidend ist dabei, dass die Social-Media-Aktivitäten im Einklang mit der Marketingstrategie und den weiteren Marketingaktivitäten stehen. Social Media kann in jedem Abschnitt des Sales-Prozesses eine Rolle spielen: von der ersten Bewusstwerdung bis zum Abschluss des Kaufs und darüber hinaus. Sofern der Content zielgerichtet, authentisch und auf die Bedürfnisse der Zielgruppe zugeschnitten ist, können Social-Media-Kanäle zu mächtigen Verkaufsinstrumenten werden. Das bedeutet, dass Inhalte nicht nur unterhaltend, sondern auch informativ, inspirierend und überzeugend gestaltet sein sollten. Wer nur lustige Sprüche

und Katzenbilder postet, wird zwar vielleicht Likes bekommen, dadurch aber eher wenig verkaufen.«

Nadine Meyer (48), Geschäftsführerin der Social-Media-Agentur contentkueche GmbH, München

»Direkte Sales sind über Plattformen wie Instagram, Facebook oder Pinterest möglich, weil sie hervorragende Möglichkeiten bieten, Produkte zu präsentieren und Nutzer wie Nutzerinnen mit einem Klick in den eigenen Onlineshop zu bringen.«

Florian Moderegger (20), Geschäftsführer der Werbeagentur CONCORDE MEDIA UG, Bad Reichenhall

3 Welche Social-Media-Plattformen helfen Firmen, neue Mitarbeitende anzusprechen?

»Ganz einfach gesagt: jede. Denn ein gut geführter, interaktiver Social-Media-Kanal ist das Aushängeschild für Ihr Unternehmen und kann zum Aufbau und zur Stärkung einer attraktiven Arbeitgebermarke beitragen. Parallel können auf den entsprechenden Plattformen auch bezahlte Werbekampagnen zur Mitarbeitersuche geschaltet werden. Auch hier muss man sich die Frage stellen, welche Zielgruppe angesprochen werden soll. Während kaufmännisches Personal und Führungskräfte sehr häufig auf LinkedIn zu finden sind, erreiche ich potenzielle Auszubildende eher über TikTok und Instagram.«

Manuel Heberle (35), Gesellschafter der Passt Marketing Heberle & Herbst GbR, Marktoberdorf

»Recruiting funktioniert gut über Social Media. Sprechen Sie Ihre Bewerberzielgruppen auf den passenden Kanälen an, halten und intensivieren Sie den Kontakt. Erwarten Sie im ersten Touchdown jedoch weder Anschreiben noch Lebenslauf. Schnell, einfach und unkompliziert muss es heute sein – nicht mehr der klassische Bewerbungswahnsinn wie früher. Der Bewerber soll einfach sein Interesse bekunden, seine Kontaktdaten durchgeben und drei bis vier Fragen beantworten.«

Silvan Dolezalek (48), geschäftsführender Gesellschafter CosmoShop GmbH, Eichenau bei München

4 Wann machen Podcasts und Podcast-Werbung Sinn?

»Wenn ich bereits einen etablierten Kanal habe – das kann meine Website sein oder ein gut frequentiertes Social-Media-Profil – und die Bereitschaft mitbringe, sehr viel Zeit hineinzustecken. Außerdem sollte man sich darüber im Klaren sein, dass nicht nur der Inhalt interessant sein muss, sondern auch dessen Präsentation. Dazu zählen die sehr sprachgeeignete Aufbereitung der Texte, hohe Sprecherqualitäten und die Erfüllung diverser technischer Mindestanforderungen.«

Martin Fuchs (64), Strategie, Konzept und Text bei der Digitalagentur Studio 9 GmbH, Dornach

»Podcasts machen Sinn, wenn ich wirklich etwas zu erzählen habe und wenn ich es stemmen kann. Einen halbherzigen Podcast kann ich mir sparen. Nur weil die Hürde gering ist, eine erste Folge zu produzieren, habe ich noch keinen Podcast. Wenn aber die Themen gut ausgewählt und auf die Zielgruppe abgestimmt sind und ich es im Kreuz habe, die ersten 30 Folgen zu produzieren, kann es losgehen! Andernfalls wäre auch zu überlegen, ob ich vielleicht lieber Videoformate wähle: Gerade für physische Produkte sind Live-stream-Shows ein tolles Mittel, um Kunden zu erreichen und über die Vorteile zu sprechen.«

Martin Prankl (39), Geschäftsführer der Prankl Consulting GmbH, München

5 Welche Social-Media-Aktivitäten können Unternehmen selbst erledigen? Wann brauchen sie die Unterstützung einer Agentur?

»Sie können viele Social-Media-Aktivitäten selbst durchführen, insbesondere wenn Ihr Unternehmen über die erforderlichen Ressourcen und das Know-how verfügt. Eine Agentur kann jedoch dann sinnvoll sein, wenn Sie spezielle Expertise benötigen, Zeit sparen oder bestimmte Ziele erreichen möchten. Unseren Kunden geht es meistens darum, eine nachhaltige Kommunikationsstrategie zu entwickeln, bei der auch die Mitarbeitenden als Corporate Influencer eingebunden werden. Dazu gehören dann auch Trainings und Schulungen.«

Jacqueline Althaller (58), geschäftsführende Gesellschafterin der Althaller communication Gesellschaft für Marktkommunikation mbH, München

»Das ist eine Frage von Zeit und Ressourcen. Meine Erfahrung ist, dass die komplette Auslagerung an eine Agentur nicht funktioniert. Man muss trotzdem Zeit mitbringen, um Inhalte für die eigene Zielgruppe zu erstellen oder zumindest die Agentur entsprechend zu steuern. Keine Agentur wird mein eigenes Unternehmen und meine Zielgruppen in der Tiefe so verstehen wie ich selbst.«

John Muñoz (34), Geschäftsführer der MarTech-Agentur Digital Loop GmbH, München



Design - Bau - Service

Immobilien
mit **System**

GOLDBECK Niederlassung München, 82061 Neuried,
Anna-Sigmund-Straße 2-4, Tel. +49 89 614547-100, muenchen@goldbeck.de

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

building excellence
goldbeck.de

 **GOLDBECK**

6 Wann sollen Chefs selbst auf Social Media aktiv werden? Wann ist es besser, Mitarbeitende als Corporate Influencer aufzubauen?

»Als Corporate Influencer tätig zu sein, kostet Zeit – und die haben Führungskräfte oft nicht. Andererseits können Chefs und Chefinnen ganz andere Einblicke in den Unternehmensalltag bieten als manche Angestellte. Wer als Corporate Influencer tätig wird, hängt unserer Meinung nach nicht von der Position im Unternehmen ab, sondern von der Kapazität des Mitarbeitenden, dem Spaß an den sozialen Medien und dem Verständnis dafür, dass Kommunikation im Namen des Unternehmens anderen Regeln folgt als die rein private Präsenz.«

Katrin Plewka (41), Geschäftsführerin der Kommunikationsagentur KP PressConsulting GmbH, München

»Für Geschäftsführer, die Talente, Partner oder Investoren gewinnen wollen, ist es sehr empfehlenswert, auf Social Media aktiv zu sein. Um Zeit zu sparen, kann man sich auch von einem Content-Strategen unterstützen lassen. Der Aufbau von Corporate Influencern ist insbesondere dann sinnvoll, wenn diese Mitarbeitenden Schlüsselstellen für die Unternehmensstrategie besetzen. So ist zum Beispiel bei schnell wachsenden Unternehmen, die Personal suchen, der Aufbau eines Personalers als Talent Influencer und Botschafter der Arbeitgebermarke ratsam.«

Marc Eichner (36), Gründer der HR-Beratung VALUED, Peißenberg

7 Ist Influencer-Marketing auch für mittelständische Unternehmen geeignet?

»Ja klar, warum nicht? Wenn ich allerdings bisher in Social Media nicht in Erscheinung getreten bin und einen superbekannten Influencer beauftrage, bringt das eher wenig. Aber vielleicht gibt es einen Influencer aus der Region mit einem mittleren Bekanntheitsgrad, der nicht nur für mich wirbt, sondern mich auch zu meiner Social-Media-Strategie berät?«

Martin Prankl (39), Geschäftsführer der Prankl Consulting GmbH, München

»Begrenzte Budgets schließen eine Zusammenarbeit mit großen Influencern häufig aus. Günstiger sind sogenannte Microinfluencer mit 10.000 bis 50.000 Abonnenten. Aufgrund ihrer engeren Bindung zu ihrer Community haben sie in der Regel sogar höhere Engagement-Raten. Für eine hohe Glaubwürdigkeit einer Kampagne ist es wichtig, dass die Werte des Influencers mit denen der Marke harmonisieren.«

Florian Moderegger (20), Geschäftsführer der Werbeagentur CONCORDE MEDIA UG, Bad Reichenhall

8 Muss mein Unternehmen jetzt ins Metaverse?

»Einige Branchen könnten durchaus davon profitieren – wie etwa Gaming, Unterhaltung, Bildung, Immobilien, Einzelhandel. Wenn Ihre Zielgruppe technologieaffin ist und eine Vorliebe für immersive digitale Erfahrungen hat, könnte der Einstieg ins Metaverse sinnvoll sein. Er erfordert allerdings Investitionen in Technologie, Entwicklung, Content-Erstellung und möglicherweise Partnerschaften mit Technologieunternehmen.«

Jacqueline Althaller (58), geschäftsführende Gesellschafterin der Althaller communication Gesellschaft für Marktkommunikation mbH, München

»Abhängig von der Branche und dem eigenen Angebot, kann das Metaverse gewinnbringend sein. Wenn ich etwa als lokaler Anbieter häufigen Kundenbesuch habe, dann macht ein virtueller Raum, in dem Menschen meine Angebote und Räumlichkeiten bereits im Vorfeld betrachten können, Sinn. Auch in der Gastronomie wird das in Zukunft relevant werden, um künftig online schneller ein gemütliches Plätzchen zum Abendessen aussuchen zu können.«

Michelangelo Liebl (24), Geschäftsführer der Liebl & Frank GmbH, München



Auf Unternehmen kommen
zahlreiche neue Steuerregeln zu

Foto: M-Isolation+Photo/Adobe Stock

Tipps zum Jahreswechsel

Einige neue Gesetze bringen für 2023 und 2024 wichtige Änderungen bei den Steuerregeln. Worauf sich Unternehmen einstellen sollten.

Von Monika Hofmann

Mit dem geplanten Wachstumschancengesetz will die Bundesregierung die Liquidität der Unternehmen verbessern. Vor allem steuerliche Anreize sollen für mehr Impulse bei den Investitionen sorgen. »Es ist im Ansatz richtig und sogar überfällig, die steuerlichen Rahmenbedingungen zu verbessern«, betont Martin Clemens, Referatsleiter Steuern und Finanzen bei der IHK für München und Oberbayern.

Neben dem Wachstumschancengesetz werden sich weitere wichtige Änderungen voraussichtlich durch ein zusätzliches Bürokratienteilungsgesetz, ein Zukunftsfinanzierungsgesetz und ein Mindestbe-

steuerungsrichtlinie-Umsetzungsgesetz ergeben. Die wichtigsten Vorhaben* im Überblick:

Was sieht das Wachstumschancengesetz vor?

Degressive Abschreibung: Für bewegliche Wirtschaftsgüter wird die degressive Abschreibung wieder eingeführt, allerdings befristet. Dies ist eine wesentliche Neuerung des Regierungsentwurfs. Für bewegliche Wirtschaftsgüter des Anlagevermögens, die nach dem 30. September 2023 und vor dem 1. Januar 2025 angeschafft oder hergestellt werden, soll eine befristete, degressive Abschreibung von

bis zu 25 Prozent möglich sein. Maximal beträgt sie nach dem Entwurf bis zum 2,5-Fachen der linearen Abschreibung.

Investitionsprämie: Die geplante Investitionsprämie soll Investitionen in Klimaschutzmaßnahmen fördern. Begünstigt werden grundsätzlich Investitionen, die die Energieeffizienz nach bestimmten Kriterien verbessern, nach dem 31. Dezember 2023 beginnen und vor dem 1. Januar 2030 abgeschlossen werden. Der Gesetzesentwurf sieht vor, dass unter anderem Gewerbetreibende und Selbstständige auf Antrag eine Prämie in Höhe von 15 Prozent der begünstigten Anschaffungs- und Herstellungskosten erhalten. Die

förderfähigen Aufwendungen müssen dabei mindestens 10.000 Euro betragen und sind auf maximal 200 Millionen Euro begrenzt. Die Förderfähigkeit muss durch ein bestätigtes Einsparkonzept belegt werden. Die Bestätigung kann durch einen Energieberater oder – in bestimmten Fällen – auch durch einen betriebsinternen Energiemanager erfolgen.

Steuerliche Forschungsförderung: Für Wirtschaftsjahre, die ab dem 1. Januar 2024 beginnen, sollen die förderfähigen Aufwendungen bei der steuerlichen Forschungsförderung steigen. Zudem ist geplant, die maximale Förderung dauerhaft von bisher einer auf drei Millionen Euro pro Jahr und Unternehmen zu erhöhen. Künftig sollen 70 Prozent statt wie bisher 60 Prozent der Kosten einer Auftragsforschung als förderfähige Aufwendungen angesetzt werden können. Auch der Stundensatz für Eigenleistungen bei Einzelunternehmern und Mitunternehmern soll von 40 auf 70 Euro steigen.

Verbesserter Verlustabzug: Der steuerliche Verlustrücktrag soll ab dem Veranlagungszeitraum 2023 dauerhaft für bis zu drei Jahre und in Höhe von zehn Millionen Euro (oder 20 Millionen Euro bei Zusammenveranlagung) möglich sein. Die Verbesserungen beim Verlustrücktrag gelten auch für die Körperschaftsteuer, wenn der Gesetzesentwurf wie geplant verabschiedet wird.

Ebenso soll der steuerliche Verlustvortrag erweitert werden. Von 2024 bis 2027 steigt nach dem Entwurf die Grenze, bis zu der Verlustvorträge bei Einkünften von mehr als einer Million Euro verrechnet werden dürfen, von 60 auf 80 Prozent des Gesamtbetrags der Einkünfte des Verlustvortragsjahrs. Die geplanten Verbesserungen beim Verlustabzug und beim Verlustvortrag gelten auch für die Körperschaftsteuer.

Geringwertige Wirtschaftsgüter: Bei geringwertigen Wirtschaftsgütern (GWG) können Firmen die Anschaffungs- oder Herstellungskosten sofort vollständig geltend machen, wenn sie nicht mehr als 800 Euro betragen. Diese Grenze soll auf 1.000 Euro steigen. Unternehmen sollen außerdem von besseren Abschreibungsmöglichkeiten bei den Sammelposten profitieren.

Sonderabschreibung: Geplant ist eine höhere Sonderabschreibung von 50 Prozent der Investitionskosten für bewegliche Wirtschaftsgüter, die Firmen ab dem 1. Januar 2024 anschaffen oder herstellen.

Begünstigte Thesaurierung: Wenn Personenunternehmen ihre Gewinne einbehalten, um sie zu reinvestieren, gelten besondere Steuerregeln. Sie sollen mit dem Entwurf ab 2025 verbessert werden, sodass sich künftig das Thesaurierungsvolumen erhöht.

Weniger Buchführungspflichtige: Gewerbliche Unternehmen sind verpflichtet, Bücher zu führen, wenn sie in einem Betrieb mehr als 600.000 Euro Gesamtumsatz oder mehr als 60.000 Euro Gewinn je Kalenderjahr erzielen. Diese Grenze soll auf 800.000 Euro beziehungsweise 80.000 Euro erhöht werden.

E-Rechnung: Nach dem Regierungsentwurf des Wachstumschancengesetzes soll ab dem 1. Januar 2025 die grundlegende Verpflichtung zur Nutzung von E-Rechnungen bestehen. Aufgrund der erwarteten Herausforderungen für Unternehmen sind jedoch Übergangsregelungen für den Zeitraum von 2025 bis 2027 vorgesehen.

Wo sieht die IHK-Organisation hier noch Verbesserungsbedarf?

Der Gesetzentwurf enthält auch Regeln, die Firmen zusätzlich belasten. Genau das hat die IHK-Organisation in verschiedenen Stellungnahmen unter anderem zu den folgenden Punkten verdeutlicht:

Mit der **Prämie für Investitionen in Energieeffizienz** werden nach Ansicht der IHK wichtige Impulse gesetzt – vorausgesetzt, der Zugang zur Förderung wird einfacher als bisher geplant. So sollen Unternehmen erst dann von der Prämie profitieren, wenn sie zuvor einen qualifizierten Energieberater hinzugezogen haben. Aus Sicht der IHK-Organisation erscheint dies gerade für kleine und mittlere Firmen praxisfern, nicht nur wegen der Kosten, sondern auch wegen komplexer Regeln und des Mangels an qualifizierten Energieberatern.

Es wird empfohlen, den Ausbau von erneuerbaren Energien in das Gesetz aufzunehmen. Investitionen in erneuerbare Energieanlagen sollten gleichfalls unter

bestimmten Bedingungen mit den Prämien gefördert werden.

Bei der **Verlustverrechnung** sollen Verluste von mehr als einer Million Euro bis 2027 zu 80 Prozent in künftigen Wirtschaftsjahren berücksichtigt werden. Diese Beschränkung sollte daher aufgehoben werden, damit die Unternehmen ohne Begrenzung in Zukunft alle krisenbedingten Verluste geltend machen können.

Besonders bei komplexen Themen ist es wichtig, die Firmen besser zu begleiten. Das gilt nach Ansicht der IHK-Organisation vor allem für die **Einführung der elektronischen Rechnung**. Denn die Anforderungen an eine E-Rechnung sind nach dem Entwurf höher, als es der europäische Richtlinienvorschlag vorsieht. Diese Verschärfung sollte unterbleiben, da ansonsten bewährte Systeme von Unternehmen zum elektronischen Rechnungsaustausch nicht mehr angewendet werden könnten. Dies kommt einer Entwertung dieser Investitionen gleich und würde hohe Kosten für EU-Norm-kompatible Systeme bedeuten. Neue Verpflichtungen für die Unternehmen sind generell nur dann akzeptabel und angemessen, wenn ihnen ein konkreter – mindestens gleichwertiger – Nutzen gegenübersteht, mahnt die IHK-Organisation. Zumindest für kleine und mittlere Firmen sollten kostenfrei Systeme zur Verfügung gestellt werden, um den neuen Pflichten nachkommen zu können.

Was bringt das vierte Bürokratieentlastungsgesetz?

Die Eckpunkte für ein weiteres Bürokratieentlastungsgesetz (BEG IV) stehen fest. Ziel ist es, den Bürokratieabbau voranzutreiben sowie den Staat handlungsfähiger und bürgerfreundlicher zu machen. So sieht der Entwurf vor, die Aufbewahrungsfristen für Buchungsbelege von zehn auf acht Jahre zu senken, sowohl in handels- als auch steuerrechtlicher Hinsicht.

Was steht im geplanten Zukunftsfinanzierungsgesetz?

Der Gesetzesentwurf zielt darauf ab, Startups, Wachstumsunternehmen sowie kleinen und mittleren Unternehmen den Zugang zum Kapitalmarkt zu erleichtern und

Investitionen in erneuerbare Energien zu fördern. »Damit soll Deutschland zu einem attraktiveren Standort für Finanzmärkte und Investoren werden«, erklärt IHK-Experte Clemens. Folgendes ist geplant:

Eigenkapital: Es soll gerade für Start-ups sowie kleine oder mittlere Firmen einfacher werden, Eigenkapital zu gewinnen. Regeln für Wagniskapital und Crowdfunding sollen verbessert werden.

Offene Immobilienfonds: Anbietern von offenen Immobilienfonds soll es künftig erleichtert werden, in Anlagen mit erneuerbaren Energien zu investieren.

Mitarbeiterbeteiligung: Durch verbesserte steuerliche Rahmenbedingungen für die Mitarbeiterkapitalbeteiligung soll es für junge Unternehmen einfacher werden, Mitarbeitende zu gewinnen und sich im internationalen Wettbewerb um Talente zu behaupten. Dazu ist eine Erhöhung des Freibetrags von 1.440 auf 5.000 Euro vorgesehen, verbunden mit einer Auswei-

tung der aufgeschobenen Besteuerung des geldwerten Vorteils aus der Beteiligung von Arbeitnehmern auf 20 Jahre.

Digitalisierung: Der Gesetzesentwurf sieht die Einführung elektronischer Aktien vor.

Was ist in puncto Mindeststeuer geplant?

Mit der Mindeststeuer kommt eine neue Steuer auf Unternehmen zu, die Gewinne in niedrig besteuerten Ländern erzielen – unabhängig von der Rechtsform. Die Bundesregierung ist verpflichtet, das Gesetz bis Ende dieses Jahres einzuführen.

Nach dem Entwurf gilt die Mindeststeuer für alle internationalen und nationalen Unternehmen sowie für große Gruppen, die einen Umsatz von mehr als 750 Millionen Euro erwirtschaften. Künftig werden diese Gewinne mit 15 Prozent versteuert, unabhängig davon, wo sie entstehen. Betroffene müssen die Umsatzgrenze in mindestens zwei der vier vorangegangenen Geschäftsjahre erreichen. Eine fünfjährige

Steuerbefreiung für Steuerpflichtige mit untergeordneter internationaler Tätigkeit ist geplant. Damit setzt die Regierung zentrale Elemente einer EU-Richtlinie um. Sie will so schädlichen Steuerwettbewerb und Steuergestaltung bekämpfen und mehr Steuergerechtigkeit erreichen. ●

Mehr Informationen zum Thema Steuern:
www.ihk-muenchen.de/steuerrecht

IHK-Ansprechpartner zum Thema Steuern

Martin Clemens, Tel. 089 5116-1252
clemens@muenchen.ihk.de
Mira Pezo, Tel. 089 5116-1606
pezo@muenchen.ihk.de
Patricia Brenneisen, Tel. 089 5116-1633
brenneisen@muenchen.ihk.de
Anne Christina Schulte
Tel. 089 5116-1859
schulte@muenchen.ihk.de
Katja Reiter, Tel. 089 5116-1253
reiter@muenchen.ihk.de

BÜHNE. BAR. RESTAURANT. CASINO.

GLÄNZENDE AUSSICHTEN SCHENKEN.



SPIELBANK GARMISCH-PARTENKIRCHEN

www.spielbanken-bayern.de



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

Gutes tun mit Fun-Faktor

Der Marktplatz Gute Geschäfte bietet Unternehmen und Freiberuflern einen einfachen Einstieg in das gesellschaftliche Engagement von Mitarbeitern.

Von Harriet Austen

Wir waren unglaublich gespannt, haben vorher unsere Favoriten ausgesucht und sind an deren Stand gestürmt, um das Projekt auch wirklich zu ergattern«, sagt Karin Huber. Sie ist bei der Allgeier Engineering GmbH zuständig für Brand & Communication und hat 2022 mit 15 Mitarbeitern erstmals am Marktplatz Gute Geschäfte teilgenommen. Die zwei Projekte, für die sie sich engagierten, hinterließen einen nachhaltigen Eindruck.

»Im Gegensatz zu Geldspenden wird das Handeln konkret greifbar und zu einer echten Erfahrung«, so Huber. Für das MFZ Freimann, ein Alten- und Pflegeheim, organisierte das Allgeier-Team eine imaginäre Schiffsreise um die Welt und baute dafür mehrere Stationen auf. Für Little Lab – Wissenschaft für Kinder e.V. konstruierte es Science-Spielgeräte. Was sie dabei erlebt haben? »Herzerwärmende Begegnungen und ungewöhnliche, fachfremde Herausforderungen«, antwortet die Managerin.

Der Marktplatz Gute Geschäfte wird seit 2007 alle zwei Jahre von der Freiwilligenagentur Tatendrang in Kooperation mit der IHK München und Oberbayern und mit finanzieller Unterstützung der Landeshauptstadt München durchgeführt. »Gutes tun mit Fun-Faktor« nennt Isabel Schrimpf von Tatendrang diese Plattform, die Unternehmen, Freiberufler, Selbstständige und Non-Profit-Organisationen an einem Abend in einer großen Halle zusammenbringt.

An fantasievoll gestalteten Ständen präsentieren gemeinnützige Einrichtungen zahlreiche attraktive Projekte, für die sich interessierte Firmen eintragen können. Die Bandbreite reicht von Ausflügen für Menschen mit Behinderung über die Gartengestaltung für ein Heim bis hin zum Know-how-Transfer bei der Neugestal-



Engagiert – Allgeier-Mitarbeiter bauen Spielzeug für Kinder

Foto: Karin Huber



Gemeinnützige Projekte präsentieren sich – Marktplatz Gute Geschäfte 2022

Foto: Andreas Heddergott

tung einer Website. Oft entstehen dabei ganz neue Verbindungen, die über längere Zeit halten. »Dann muss man nicht jedes Jahr ein neues Projekt suchen«, hebt Schimpf hervor, die beim Marktplatz die Unternehmen betreut.

Die Zahlen von 2022 sind beeindruckend: Insgesamt wurden 68 Projekte vereinbart, in denen 425 Mitarbeiter knapp 3.000 Stunden Zeit, Zuwendung, Know-how und Tatkraft spendeten. »Dafür ist kein Budget notwendig«, betont die Projektleiterin. Das niederschwellige, unentgeltliche Angebot mache auch jungen Firmen, Start-ups und Freiberuflern den Einstieg ins Engagement leichter. Wer nicht bis zum nächsten Marktplatz warten möchte, kann sich mit seinem Projektwunsch jederzeit bei der Freiwilligenagentur melden.

Beim Marktplatz 2022 beteiligte sich auch wieder die IHK mit fünf Teams. »Insgesamt brachten 20 Kollegen 116 Stunden ein«, sagt Susanne Kneiße-Heinevetter, IHK-Referentin Umweltmanagementsysteme. Sie selbst hat mit einer Kollegin ein eintägiges Schnupperpraktikum in der IHK für einen Schüler organisiert, der zeitweise die Münchner Schule für Kranke besuchte.

Anderer IHK-Mitarbeiter unternahm mit Senioren eine Safari im Zoo, gingen mit ihnen spazieren und Eis essen oder bereiteten Menschen mit geistiger Behinderung auf Vorstellungsgespräche vor. »Die Beteiligten berichteten alle begeistert von ihren Einsätzen«, fasst Kneiße-Heinevetter zusammen. Vor allem der Blick über den Tellerrand hinaus wurde als positiv dargestellt.

Durch die Organisation der Marktplätze sammelt Tatendrang profunde Informationen darüber, welche Vorteile Corporate-Volunteering-Einsätze für Unternehmen haben. So stärken sie zum Beispiel das Teambuilding, erweitern soziale

Kompetenzen, fördern die Identifikation mit dem Unternehmen, erhöhen die Reputation der Firma und helfen, Top-Talente zu gewinnen.

Diese Erfahrung macht auch Sophia Wieland, Sustainability Managerin des Softwareunternehmens Celonis SE: »Die Mitarbeiter entdecken neue Stärken oder wenden sie in einem neuen Kontext an«, sagt sie. Celonis bietet allen Mitarbeitern weltweit pro Jahr drei Impact-Days an, der Fokus liegt auf sozialen und umweltfreundlichen Aktionen.

Wieland organisiert seit 2021 den Impact-Day in München. »Führungsstärke, Teamgeist, neue Kontakte knüpfen, Umsetzung von Visionen und Projektmanagement sind einige Fähigkeiten, die in den Impact-Days entwickelt und gefördert werden«, stellt sie fest. In München sammelten die Mitarbeiter zum Beispiel Spenden und stellten damit 80 Care-Pakete für Familien in der Ukraine bereit. Beliebt sind auch Innovationsthemen wie die Erarbeitung nachhaltiger Anwendungsfälle für die Celonis-Software.

Niclas Glaser, Geschäftsführer der Lets GmbH, ist ebenfalls der Ansicht, dass Corporate Volunteering die persönliche und berufliche Entwicklung der Mitarbeiter stärkt. »Das Konzept ist von immenser Bedeutung, weil es in Zeiten von sozialer Verantwortung und nachhaltigem Handeln eine handfeste, emotionale Erfahrung für die Mitarbeiter bereithält«, argumentiert er. Beschäftigte lernen von Experten aus dem Non-Profit-Bereich und können ihre professionellen Fähigkeiten sinnvoll einbringen und erweitern.

Lets ist 2021 aus der Plattform Letsact entstanden. Beide sind kostenlos und stellen eine neue digitale Möglichkeit dar, sich sozial zu engagieren. Letsact wendet

IHK-VERANSTALTUNGSTIPP

9. Marktplatz Gute Geschäfte

Der Marktplatz Gute Geschäfte ist Speed-Dating für eine gute Sache: Hier kommen engagierte Firmen mit gemeinnützigen Organisationen zusammen, die für ein eintägiges Projekt tatkräftige Unterstützung brauchen. So können besondere Projekte ganz einfach realisiert werden. Die Teilnahme ist kostenlos.

Termin: 23. April 2024, 18 Uhr

Ort: IHK für München und Oberbayern, Max-Joseph-Str. 2, 80333 München

Info-Workshop zur Vorbereitung:

7. Februar 2024, 11 Uhr online

Weitere Informationen:

tatendrang.de/gute-geschaefte-muenchen

Anmeldung: info@tatendrang.de

Tel. 089 4522411-0

Anmeldeschluss: 28. Februar 2024

sich an Privatpersonen, während Lets von Unternehmen jeder Größe genutzt wird, »um ihre gesellschaftliche Verantwortung aktiv wahrzunehmen, die Mitarbeiterzufriedenheit und -bindung zu erhöhen und um ihr Employer Branding zu stärken«, so Glaser.

Auch hier finden Firmen leicht ein für sie passendes Projekt per App und »können das Engagement ihrer Mitarbeiter sogar messen und verwalten«, ergänzt der Geschäftsführer. ●

Weitere Infos zum Corporate Volunteering: www.ihk-muenchen.de/de/Service/Nachhaltigkeit-CSR/Corporate-Volunteering

IHK-Ansprechpartnerin zum Marktplatz Gute Geschäfte

Chiara Wahler, Tel. 089 5116-2198

Wahler@muenchen.ihk.de



Urteil zu Gruppenpolicen –
Europäischer Gerichtshof
in Luxemburg

Foto: Florian Bauer/Adobe Stock

Plötzlich Vermittler

Unternehmen, die Gruppenpolicen abgeschlossen haben, brauchen aufgrund eines EuGH-Urteils jetzt unter Umständen eine Erlaubnis als Versicherungsvermittler.

Von *Melanie Rübartsch*

Ein typischer Fall: Ein Unternehmen will seinen Mitarbeitern den Abschluss einer günstigen Berufsunfähigkeitsversicherung ermöglichen. Dazu schließt es mit einer Versicherung eine Gruppenpolice ab. Alle Arbeitnehmer, die sich versichern möchten, können diesem Vertrag einfach beitreten.

Was Arbeitgeber bislang vor allem als Service für ihre Belegschaft betrachtet haben, kann sie seit Kurzem unerwartet zu Versicherungsvermittlern machen – eine Tätigkeit, für die sie eine Erlaubnis nach § 34d der Gewerbeordnung (GewO) benötigen.

»Hintergrund ist ein aktuelles Urteil des Europäischen Gerichtshofs (EuGH), das in einem Einzelfall die sogenannte Gruppenspitze, also das Unternehmen als Versicherungsnehmer der Gruppenversicherung, als Vermittler eingestuft hat«, erklärt Katharina Rombach, Rechtsreferentin der IHK für München und Oberbayern. Unternehmen, die entsprechende Policen abge-

schlossen haben, sollten daher sehr genau prüfen, ob die Grundsätze, die die europäischen Richter aufgestellt haben, auch in ihrem Fall passen.

Bei der Einschätzung hilft eine Aufsichtsmitteilung der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin) und der IHK-Organisation, die erste Leitplanken zur Einstufung denkbarer Konstellationen anhand verschiedener Praxisbeispiele setzt (s. Link am Textende). »In Zweifelsfällen können und sollten betroffene Unternehmen immer die für sie zuständige IHK einbinden und um eine rechtliche Auskunft in ihrem Fall bitten«, rät Rombach. Die wichtigsten Punkte im Überblick:

Wann kann eine Vermittlertätigkeit bei Gruppenspitzen vorliegen?

Aus dem EuGH-Urteil haben IHK und BaFin drei Voraussetzungen abgeleitet, die alle erfüllt sein müssen, damit überhaupt ein Vermittlerstatus infrage kommt:

1. Der Versicherungsnehmer der Gruppenpolice erhält eine Vergütung für die Beitritte einzelner Personen zu seinem Vertrag oder verfolgt ein eigenes wirtschaftliches Interesse.
Gängiges Beispiel sind Provisionen, die ein Unternehmen oder ein Arbeitgeber für jedes neue Gruppenversicherungsmitglied erhält. Bloße Aufwandserstattungen von Verwaltungskosten, etwa das Porto, oder nur mittelbare Vorteile, wie zum Beispiel die Steigerung der Attraktivität als Arbeitgeber, fallen nicht darunter.
2. Die Mitgliedschaft im Gruppenversicherungsvertrag ist freiwillig. Obligatorische Mitgliedschaften, etwa aufgrund gesetzlicher Pflichten, sind also nicht erfasst.
3. Die versicherten Personen haben das Recht, Versicherungsleistungen gegenüber dem Versicherer in Anspruch zu nehmen.

Basierend auf diesen drei Voraussetzungen, wäre etwa ein Autohaus, das seinen Kunden mit dem Kauf eines Fahrzeugs einen Schutzbrief anbietet und zugleich bei ihrem Beitritt eine Provision erhält, grundsätzlich als Versicherungsvermittler tätig. Gleiches gilt für das Brillengeschäft, das bei Beitritt seiner Kunden in eine abgeschlossene Glasbruch-Gruppenversicherung einen Teil der Beiträge vom Versicherer erhält.

Anders liegt der Fall bei Unternehmen, die Mitarbeitern den freiwilligen Beitritt zu Krankenzusatzversicherungen anbieten und von der Versicherung lediglich eine Aufwandsentschädigung für entstandene Verwaltungskosten erhalten.

Gelten diese Regeln auch für bestehende Verträge?

Ja, bereits abgeschlossene Gruppenversicherungen sind ebenfalls betroffen und sollten geprüft werden. Außerdem macht es keinen Unterschied, ob die beitretenden Mitglieder Verbraucher beziehungsweise Mitarbeiter sind oder ob es sich ihrerseits um Unternehmen, also zum Beispiel Geschäftspartner, handelt.

Was ist die Rechtsfolge, wenn das Unternehmen Vermittlertätigkeiten ausübt?

Das Unternehmen muss bei der zuständigen IHK eine Erlaubnis nach § 34d GewO

beantragen. Dafür muss es unter anderem seine Sachkunde im Bereich der Vermittlung von Versicherungsprodukten nachweisen. Des Weiteren gehen mit dem Status als Versicherungsvermittler berufrechtliche Pflichten einher, insbesondere die Pflicht, Kunden in angemessener Form zum Versicherungsschutz zu beraten. Fehlt die notwendige Erlaubnis, steht eine Ordnungswidrigkeit und damit das Risiko eines Bußgelds im Raum.

Im Einzelfall können aber trotz Vermittlertätigkeiten auch Ausnahmen von der Erlaubnispflicht greifen. »Das kann etwa der Fall sein, wenn jemand nur in Nebentätigkeit Versicherungen vermittelt und die Policen lediglich eine Zusatzleistung zur eigentlichen Dienstleistung sind«, sagt IHK-Expertin Rombach. All das muss die jeweilige IHK genau prüfen.

Was gilt bei Rahmenverträgen?

Rahmenverträge sind von echten Gruppenverträgen zu unterscheiden. Bei Rahmenverträgen verhandelt ein Unternehmen mit einer Versicherung lediglich die Eckdaten und Konditionen für mögliche einzelne Verträge. Wenn sich Mitarbeiter oder Kunden dafür interessieren, schließen sie auf Basis des Rahmenvertrags eine eigene Police als Versicherungsnehmer ab. Über diese Art von Verträgen hat der EuGH nicht entschieden.

Müssen auch die Versicherungsunternehmen, die die Gruppenpolice mit der Gruppenspitze abschließen, etwas beachten?

Sie sind mittelbar von der neuen Rechtsprechung betroffen. Sie dürfen laut Gesetz nämlich nur mit solchen gewerbsmäßig tätigen Versicherungsvermittlern zusammenarbeiten, die im Besitz einer IHK-Erlaubnis sind oder nach den gesetzlichen Vorschriften der Gewerbeordnung nicht erlaubnispflichtig sind. ●

Ausführliche Informationen über die notwendige Erlaubnis für Versicherungsvermittler und -berater sowie die Voraussetzung für die Erteilung gibt es unter: www.ihk-muenchen.de/de/berufsbildung-berufszugang/gewerbeerlaubnisse/34d-erlaubnis

Die Aufsichtsmittteilung von BaFin und IHK zu den Folgen des neuen EuGH-Urteils ist hier zu finden: www.ihk-muenchen.de/ihk/documents/Gewerbeerlaubnisse-Internet/Versicherungsvermittler-und-berater/Aufsichtsmittteilung_Groupenversicherung_20230703.pdf

IHK-Ansprechpartnerin zu Gruppenversicherungen
Katharina Rombach, Tel. 089 5116-2815
rombach@muenchen.ihk.de



SCHLÜSSELFERTIGER GEWERBEBAU

#professionell #kompetent #erfahren



www.laumer.de

Bayerischer CSR-Tag

Auf dem 11. Bayerischen CSR-Tag Ende September drehte sich alles um die soziale Dimension der Nachhaltigkeit und die Frage, welchen Beitrag Unternehmen leisten können.



Gut besucht – die Veranstaltung fand im Stammhaus der IHK für München und Oberbayern statt, in Präsenz und virtuell



Foto: Andreas Gebert

Eröffnete den CSR-Tag – IHK-Vizepräsidentin Kathrin Wickenhäuser-Egger

Foto: Andreas Gebert



Was tun für mehr sozialen Zusammenhalt? Mit Moderatorin Henrike Purтик (IHK) diskutierten Matthias Jobst (DGB Bayern), Sofie Calheiros (rehab republic e.V.), Neurowissenschaftlerin Franca Parianen und Johannes Dengler (Alois Dallmayr Kaffee) (v.l.)

Foto: Andreas Gebert



Themenforum Social Entrepreneurship – mit neuen Geschäftsmodellen aktuellen gesellschaftlichen Herausforderungen begegnen



Hauptrednerin – Neurowissenschaftlerin und Autorin Franca Parianen

Glaubwürdig kommunizieren – Philip Exler, Geschäftsführer der forStory GmbH, war einer der Moderatoren des Themenforums »Storytelling für eine zukünftige Welt«



Workshop – beim CSR-Tag wurden die Teilnehmer auch selbst aktiv



Ehrenamtliches Engagement als Teil der Personalstrategie – darüber sprachen Ute Bujara (Tatendrang), Ragna Sturm (Der Paritätische in Bayern), Matthias Winter (Landeshauptstadt München) und Sophia Wieland (Celonis) (v.l.)



Ernst-Schneider-Preis

Der renommierte Ernst-Schneider-Preis der IHKs zeichnet herausragenden Wirtschaftsjournalismus aus. Die Gewinner 2023 wurden im Oktober auf einer Preisgala geehrt. Gastgeber war diesmal die IHK München.



Redner auf der Preisgala – Klaus Josef Lutz, Präsident der IHK für München und Oberbayern

Foto: Andreas Gebert



Siegerin in der Kategorie »Klartext regional« – Luise Maria Langen, »Nordsee-Zeitung«, überzeugte mit einem Bericht über »Das System Amazon«

Foto: Andreas Gebert



David Gutensohn – der junge Journalist von ZEIT online mit dem Spezialgebiet Arbeitsmarkt und Wirtschaftspolitik erhielt für seine Arbeit den »Starterpreis«

Foto: Andreas Gebert



Glückliche Gewinner – die Preisträger 2023 aller sechs Kategorien

Foto: Andreas Gebert

Foto: Andreas Gebert



Recherchestark – die freie Journalistin Greta Taubert (Mitte), Christian Salewski, »Flip«, und Sebastian Kempkens (nicht im Bild), »Zeit«, siegten in der Kategorie »Klartext überregional«



Foto: Andreas Gebert

Berichtete über den Megatrend Camping – Matthias Hof, WDR, Preisträger in der Kategorie »Audio«

Foto: Andreas Gebert



Nahm sich das aktuelle politische Geschehen vor – Comedian Django Asül



Foto: Andreas Gebert

Erfolgreich mit dem Multimediaprojekt »Jetzt erst recht« – Leonie Harms, Nikolaus Förster und Wiebke Albrecht von »Impulse« mit Moderatorin Mirjam Meinhardt (v.l.)

Foto: Andreas Gebert



Zur Preisverleihung kamen rund 350 Gäste in den Münchner Löwenbräukeller



Foto: Andreas Gebert

Bester Videobeitrag – Marion Mück-Raab (im Bild) und Megan Ehrmann, SWR

Jubiläen des Monats

50 JAHRE

Joseph Kreuzer
AUTOHAUS HORNUNG GmbH & Co. KG, Garmisch-Partenkirchen

Josef Helmingner
Max Aicher Bau GmbH & Co. KG, Freilassing

Peter Hild
Versicherungskammer Bayern, Eggenfelden



Foto: RB Hallertau eG

v.l.: Vorstandsvorsitzender Florian Maier mit Jubilarin Vera Schreiber und Vorstand Thomas Maier
Raiffeisenbank Hallertau eG, Rudelzhausen

40 JAHRE

Michaela Koderer
Aurora Lichtwerke GmbH, Eichstätt

Gerhard Luft
ATOMA Gesellschaft für automatische Waagen GmbH, Waldkraiburg

Silvia Fritz, Alfred Schoder
Bayerische Beamten Lebensversicherung a.G., München

Roswitha Dobner, Bernhard Günther
Bayern-Chemie Gesellschaft für flugchemische Antriebe mbH, Aschau

Christian Gerl
Brückner Textile Technologies GmbH & Co. KG, Tittmoning

Helmut Bertl, Roland Denk, Andreas Hüttinger, Wolfgang Kerbl, Erich Niedermaier, Alfred Pönn, Josef Rothenaicher, Karl-Heinz Siegert, Richard Unterhitzenberger, Heike Wagner, Elisabeth Wasmund
Clariant Produkte (Deutschland) GmbH, Burgkirchen

Georg Hiltz
Dr. Mach GmbH & Co. KG, Grafing

Florian Wäger
Gemeindewerke Garmisch-Partenkirchen, Garmisch-Partenkirchen

Meike Meyer
Gesellschaft für Anlagen- und Reaktorsicherheit (GRS) gGmbH, Garching

Karlheinz Rotter
Global Amines Germany GmbH, Burgkirchen

Karl-Heinz Graw
HEV Heimwerkermarkt GmbH & Co. KG, Erding

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.)



Foto: Goran Gajarin

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

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

Margit Obermayer
heindl-druck+werbung GmbH,
Neuburg an der Donau

Heidi Knan
HiPP GmbH & Co. Vertrieb KG,
Pfaffenhofen a.d. Ilm

Herbert Baumgartner
HTI Gienger KG, Markt Schwaben

Willy Luft
Huber GmbH & Co. KG,
Garmisch-Partenkirchen

Christine Atzinger
IHK für München und Oberbayern,
München

Reinhard Zeuss
ITG Süd KG, Markt Schwaben

Wolfgang Denk, Gerhard Köfler,
Walter Müller, Andreas Poschner,
Stephan Rudholzer, Bruno Weidmann
KIEFEL GmbH, Freilassing

Georg Schmid
Otto Dunkel GmbH, Mühldorf a. Inn

Thomas Stimmer
KRONBERGER KFZ- & LANDTECHNIK,
Obertaufkirchen

Markus Stütz
Pfefferkorn GmbH & Co Metallgießerei
u. Systeme KG, Landsberg a. Lech

Christian Schwanthaler
Raiffeisen-Tours RT-Reisen GmbH,
Burghausen

Bernhard Singer
ratiotherm GmbH & Co. KG, Dollnstein

Anna Kindermann,
Petra Obergenschwendtner
Salus Haus GmbH & Co. KG, Bruckmühl

Waltraud Aigner
Schuh + Sport Georg Sax e.K.,
Haag i. OB

Bernhard Baumgartner, Thomas Binder,
Kurt Fritz
SPINNER GmbH, München

Brigitte Fleischer, Barbara Henger
Siteco GmbH, Traunreut

Sandra Adler, Angelika Greithanner
Tretter-Schuhe Josef Tretter GmbH & Co.
KG, München

Ted Jörchel
Veit GmbH, Landsberg a. Lech

Sonja Horstmann
Baierl & Demmelhuber Hoch- und
Ausbau GmbH, Töging

Dorothea Dervedde, Konrad Häuselmeier,
Andreas Michl, Peter Prokop,
Gabriele Riedl, Thomas Schlüter,
Manuela Staffler, Klaus Weichert
Bayerische Beamten Lebens-
versicherung a.G., München

Günter Fechler, Helmut Niedermaier
Bayern-Chemie Gesellschaft für
flugchemische Antriebe mbH,
Aschau



v.l.: Jubilar Johann Seiwald mit
Firmengründer Georg Weyerer
WETRON Elektronik und Automatisie-
rungstechnik GmbH, Rosenheim

Werner Mayer, Maria Mühlbauer, Astrid
Prans, Manuela Stangl
Württembergische Versicherung AG,
München

Andreas Amann, Erhard Burkhardt,
Viktor Gette, Konrad Günther,
Valeri Legler, Andreas Linker
Brückner Textile Technologies GmbH &
Co. KG, Tittmoning

Thomas Blümlhuber, Daniel Fink,
Michael Gruber, Michael Handwerker,
Michael Rihm, Christian Schmidt,
Thomas Stadler, Arno Stöbig
Clariant Produkte (Deutschland) GmbH,
Burgkirchen

Anja Albrecht, Friedrich Maeß,
Helmut Ortner
Commerzbank AG, München

25 JAHRE

Johannes Tiefel, Susanne Veser
Aurora Lichtwerke GmbH, Eichstätt

Andre Maurer
AUTOHAUS HORNUNG GmbH & Co.
KG, Garmisch-Partenkirchen

Harald Diatka
ATOMA Gesellschaft für automatische
Waagen GmbH, Waldkraiburg

Marta Grubski
BA die Bayerische Allgemeine
Versicherung AG, München

EHRUNGEN

Norman Dahlhues
**Debeka Krankenversicherungsverein
auf Gegenseitigkeit, München**

Rupert Bauer
die Bayerische IT GmbH, München

Roman Rauschhuber, Klaus Teicher
**DS Smith Packaging Deutschland
Stiftung & Co. KG, Traunreut**

Rudolf Albrecht, Markus Graf,
Markus Niederbichler
Ecolab Engineering GmbH, Siegsdorf

Arunasalam Mahapathy,
Hayrettin Yesilyurt
EP Electronic Print GmbH, München

Melanie Cyllok, Barbara Dosch,
Jürgen Feckl, Dominik Ott
Gienger München KG, Markt Schwaben

Susanne Furtmayr, Christian Wolf
Hausbank München eG, München

Martin Böhme, Elisabeth Fekete,
Sonja Landsberger, Herbert Öttinger
**HiPP GmbH & Co. Produktion KG,
Pfaffenhofen a.d. Ilm**

Maria Haas, Monika Herberth,
Heiko Hinrichs, Martina Reif, Kai Steffen,
Silvia Weiherer
**HiPP GmbH & Co. Vertrieb KG,
Pfaffenhofen**

Eva-Maria Birzer, Daniela Simmel,
Thomas Reiter
HTI Gienger KG, Markt Schwaben

Veronika Karl
**HTD Immobilienmanagement GmbH,
Unterhaching**

Renate Baussenwein,
Robert Berschel, Wolfgang Eglseer,
Rupert Geschwendtner,
Josef Leitenbacher, Tanja Renoth,
Florian Schauer, Hartmut Weber
KIEFEL GmbH, Freilassing

Oliver Lentz
**König Ludwig GmbH & Co. KG Schloß-
brauerei Kaltenberg, Fürstenfeldbruck**

Klaus-Peter Kling
K2 Sports Europe GmbH, Penzberg

Marcus Weller
**Karrié Bauwerkserhaltung GmbH,
München**

Lorenz Palte, Gerald Sonntag
Lohnsteuerhilfe Bayern e.V., München

Ruth Hummelberger
**Max Aicher Bau GmbH & Co. KG,
Freilassing**

Johann Hunner, Anatol Stark
**MEWA Textil-Service SE & Co.
Deutschland OHG Standort Manching,
Manching**

Ponniiah Kumaran
**METRO LOGISTICS Germany GmbH,
Bergkirchen**

Robert Wagner
**MULTIPOND Wägetechnik GmbH,
Waldkraiburg**

Sandra Blumenschein
nasdo AG, Schwabach

Markus Böhm, Thomas Oberrieder
Otto Glas Handels GmbH, Eggenfelden

Alexander Bleicher
**Pfefferkorn GmbH & Co Metallgießerei
u. Systeme KG, Landsberg a. Lech**

Stefan Netter, Susanne Schiffner
ratiotherm GmbH & Co. KG, Dollnstein

Kathleen Lemser, Franz Schittenhelm,
Michael Seiwerth
**REHAU Montage- und Logistik-Center
GmbH, Ingolstadt**

Stefan Brenner, Robert Krämer,
Michael Ott, Andrea Pauly, Eva Pilz,
Brigitte Wagner
**Salus Haus GmbH & Co. KG,
Bruckmühl**

Getraud Schober
Schattdecor SE, Thansau

Jürgen Rudert
Schiedel GmbH & Co. KG, München

Johannes Berghaus, Thomas Fuhr
**Sigma Aldrich Chemie GmbH,
Taufkirchen**

Nicole Burggraf, Christian Meindl,
Aleksandra Pollmer
SPINNER GmbH, München

Harald Steubl
**STRABAG BMTI GmbH & Co. KG,
Garching**

Stefan Krottenthaler
**STÖGER AUTOMATION GmbH,
Königsdorf**

Engelbert-Josef Kölbl
**SÜD-NORD Immobilien GmbH,
Aschau a. Inn**

Franz Landthaler
Thomas Hölzl GmbH, Wackersberg

Sirikit Decke, Kathrin Hinsemann,
Petra Höhle, Ingrid Huber-Oguntke,
Gabriele Köcher, Silvia Köstler,
Christine Lehner, Ingrid Lichtinger,
Gerlinde Messner, Anita Mijatovic,
Elisabeth Reiter, Martina Seitz,
Ursula Winzler, Regina Zitzler-Rappl
**Tretter-Schuhe Josef Tretter GmbH & Co.
KG, München**

Florian Bierling, Monika Doll,
Ursula Kompalla-Spitzer
Michael Neumann,
Magdalena Schwäller,
**VR-Bank Werdenfels eG,
Garmisch-Partenkirchen**

Karlheinz Demegni, Jana Lüdeke,
Johann Michele, Martin Rössner
**WWK Lebensversicherung a. G.,
München**

Benno Sellmeier
**Württembergische Versicherung AG,
München**

immo 4.2023

VERLAGSANZEIGE

Immobilien in München und Oberbayern



BUDGET-PLANER

ONLINE

www.regnauer.de/objektbau



GEWERBEBAU VITAL.

- Energieoptimiert bis **Plus-Energie** • Schlüsselfertig und nachhaltig aus Holz
- Schnelles Bauen zum Festpreis • **Budget-Planer** online

REGNAUER FERTIGBAU • 83358 Seebruck/Chiemsee • Tel. +49 8667 72-236 • bauen@regnauer.de

REGNAUER
Bauen für den Erfolg.

Flexibel und nachhaltig:

Im Business Campus München : Unterschleißheim entsteht die Arbeitswelt der Zukunft



*Der neue Business Campus Hub
zeigt innovative Bürokonzepte
Fotos: Simon Gehr*

Wie sieht sie aus, die Arbeitswelt der Zukunft? Diese Frage beschäftigt Unternehmen genauso wie die Immobilienbranche. Fakt ist: Sie verändert sich und das in schnellem Tempo. Ausgelöst vor allem durch die zunehmende Digitalisierung von Arbeitsprozessen hat die Corona-Pandemie und mit ihr die starke Nutzung von Homeoffice den Wandel hin zu neuen Arbeitsmodellen nochmal stark beschleunigt. New Work – jahrelang das Synonym für moderne Arbeitswelten – ist heute nur der Ausgangspunkt für neue noch stärker auf die Mitarbeitenden fokussierte Arbeitsumfelder. Laut einer aktuellen Studie des ifo-Instituts wollen über 90 Prozent der Unternehmen ihre Flächen nicht verringern, viele aber verändern. Dies bestätigt auch Michael Hartenberger, Geschäftsführer des Business Campus München : Unterschleißheim: „Unsere Mietpartner und Mietinteressenten sprechen mit uns über tätigkeitsbasierte Arbeitsplätze und multifunktionale Raumlösungen, wie wir sie hier am Campus durch die flexiblen Gebäude- und Flächenstrukturen gut anbieten können, etwa in unserem neuen multifunktionalen Bürogebäude an der Landshuter Straße.“ In dem Gebäude können Mietflächen von 360 bis 25.000 Quadratmeter realisiert und dank des firmeneigenen Planungsbüros DV Plan auf die Bedürfnisse der Mieter individuell zugeschnitten werden. Neben einer



Im neuen multifunktionalen Bürogebäude können flexible Flächenlösungen individuell gestaltet werden.

geschossweisen Anmietung sind auch Haus-in-Haus-Lösungen möglich. Während das Büro in einer neuen hybriden Arbeitswelt seine Stärke als flexibel nutzbarer und technisch hochwertig ausgestatteter Arbeitsraum ausspielen kann, muss der Standort für Unternehmen vor allem eine gute Erreichbarkeit und umfassende Service- und Freizeitangebote bereithalten und für die Mitarbeitenden eine hohe Aufenthaltsqualität bieten. Beim Business Campus München : Unterschleißheim waren vom ersten gezeichneten Strich des Masterplans an eine komplette Infra- und Servicestruktur sowie flexible Gebäude- und Flächenlösungen zentrale Bestandteile des Konzepts.

„Die Qualität des Standorts und damit das Angebot für die Beschäftigten der Firmen bilden eine wichtige Entscheidungsgrundlage. Wir haben am Business Campus eine Betriebsgastronomie, einen Vollsortiment-Supermarkt, ein Ärztehaus, eine KiTa, einen Friseur und viele weitere Serviceangebote“, sagt Michael Hartenberger. „Zusammen mit der guten Erreichbarkeit mit dem Auto (mit ausreichend vielen Stellplätzen in Parkhäusern und zahlreichen E-Lade-Möglichkeiten), dem ÖPNV (5 Minuten zur S-Bahn) oder dem Fahrrad und der vielen Freizeit- und Erholungsflächen macht das unseren Business Campus zu einem sehr attraktiven Standort für Unternehmen.“ ●



Flexible Büroflächen ermöglichen unterschiedliche Zonen für fokussiertes Arbeiten und Kommunikation.



Büro der Zukunft: nachhaltig und cool



*Für jede Tätigkeit der passende Ort:
So kann das Büro seine Stärken ausspielen.*

Wie smart und innovativ gestaltete Büroflächen alle Anforderungen an die Arbeitswelt der Zukunft erfüllen können, zeigt der gerade fertiggestellte Business Campus Hub im neuen multifunktionalen Bürogebäude an der Landshuter Straße. Ob fokussiertes Arbeiten, kollaboratives Arbeiten, Regenerieren oder Netzwerken – die Flächen im HUB unterstützen Mitarbeitende bei ihren unterschiedlichsten Tätigkeiten am Tag. „In unserem Hub wollen wir zudem zeigen, wie Büroflächen nachhaltig und ressourcenschonend gestaltet werden können“, erzählt Business-Campus-Geschäftsführer Michael Hartenberger. „Zusammen mit office4you aus Garching haben wir Konzepte, Möbel und Materialien verwendet, die zum Teil bis zu 100 Prozent recyclebar sind oder aus recycelten Stoffen hergestellt wurden.“ Vor dem Hintergrund des Klimawandels wird der schonende Umgang mit Ressourcen immer wichtiger. Gerade die Immobilienbranche muss hier ihren Teil dazu beitragen.

Doch der Hub ist kein Showroom für Büromöbel. Der Hub soll wie in einem Labor zeigen, wie die Zukunft in den Büros aussehen kann. „Wir wollen mit unseren Mietpartnern und Mietinteressenten in den Dialog eintreten, wie Büroflächen gestaltet sein müssen. Wir

entwickeln seit über 50 Jahren große integrierte Gewerbeimmobilienstandorte und kennen die Anforderungen der Unternehmen gut. Hier können die Firmen live sehen und vor allem testen, wie sich innovative Bürokonzepte anfühlen und wie sie in der Realität funktionieren. Wir lernen daraus noch besser, was die Wünsche und Anforderungen der Firmen sind und können so in unseren Gebäuden noch individuellere Lösungen gestalten“, freut sich Michael

Hartenberger auf einen konstruktiven und kreativen Austausch mit Unternehmern und Unternehmen. ●

Informationen unter:
www.bcmu.businesscampus.de



*Visualisierung:
office4you*

*Virtuelle Tour
durch den Hub*



Impressum

Redaktion: MuP Verlag

Grafik: Ulrich Wassmann

Anzeigenleitung (verantwortlich) & Vertriebsleitung:

MuP Verlag GmbH

Tengstraße 27 | 80798 München

Christoph Mattes

Telefon: 089 139284220 | E-Mail: christoph.mattes@mup-verlag.de

Anzeigenverkauf:

MuP Verlag GmbH

Tengstraße 27 | 80798 München

Regine Urban | Telefon: 089 139284231

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

Das nächste Immobilien Special erscheint in der April-Ausgabe im IHK-Magazin »Wirtschaft«.

Anzeigenschluss ist am 6. März 2024.
Kontakt: regine.urban@mup-verlag.de und Telefon 089 139 28 42 31

Sicherheit bei Sanierungsprojekten

Durch Klimawandel, knapper werdende Ressourcen und insbesondere den Fachkräftemangel können wir nicht mehr so weiterbauen wie früher. Bau-on-Demand bietet hier eine kosteneffiziente und zeitsparende Lösung.

Hinter dem Begriff verbirgt sich ein Service, der serienmäßig vorgefertigte, individuell maßgeschneiderte und flexible Sanitärwandmodule einbaufertig an die Baustelle liefert. Die Installationswände enthalten in der Regel die gesamte Verrohrung für alle Medien, die Absperrorgane, die Vorbereitung für die Aufnahme von Wasserzählern und Lüfterkästen sowie die Schalung für die Deckenschotts. An Ort und Stelle werden sie nur noch ausgerichtet und am Baukörper fixiert. Dann müssen lediglich die Rohrleitungen

miteinander verbunden werden. So verringert sich die Montagezeit vor Ort deutlich, ebenso wie der Koordinationsaufwand zwischen verschiedenen Gewerken. Stillstandzeiten werden so nachweislich reduziert. Mit vorgefertigten Installationswänden verringern TGA-Planer und Installateure Gewährleistungsfälle und sichern gleichzeitig die Wirtschaftlichkeit ihrer Kalkulation. Der Systemanbieter trägt die Gewährleistung für alle in den vorgefertigten Sanitärwänden verbauten Produkte und unterstützt so die ausführenden Unternehmen nicht nur bei der Installation vor Ort, sondern auch bei der zuverlässigen Umsetzung der baurechtlichen Anforderungen.

Planer und Architekten erhalten von Anfang an eine verlässliche Pla-

nungsunterstützung. Statt jedes einzelne Bauteil mit seinen Spezifikationen in der notwendigen Menge im Materialauszug aufzuführen, ermitteln die TGA-Fachleute die exakten Anforderungen an eine Installationswand und geben diese an den Systemanbieter weiter. Ein zertifizierter Qualitätsprozess beinhaltet eine umfangreiche Vor-Ort-Betreuung von der Planungsphase über die Montage bis zur Abnahme. Wichtig ist dabei, schon im frühen Planungsprozess konzeptionelle Gespräche zu führen. Vor allem das frühe Sondierungsgespräch zwischen Architekt, Fachplaner, Anwendungstechniker und Systemanbieter liefert wichtige Informationen für die nachfolgende Detailplanung. So gehen vom Entwurf bis zur Ausführung keine Informationen verloren.. ●



SIE HABEN
DIE VISION,
WIR DAS NÖTIGE
KNOW-HOW

MIT ERFOLGSGARANTIE:

Konzeptionierung, Realisierung und schlüsselfertige Übergabe von Lager- und Logistik- bis hin zu Produktions- und Verwaltungsimmobilien.

ROHRER Firmengruppe stellt sich neu auf:

Marktwende mit angepassten Produkten, Dienstleistungen und Relaunch des Markenauftritts!

Die ROHRER Firmengruppe aus München hat sich neu ausgerichtet, um den veränderten Marktbedingungen gerecht zu werden. Die Neuausrichtung umfasst eine erweiterte Zielgruppenausrichtung auf Personen über 60 Jahre, eine verstärkte Fokussierung auf Qualität statt Wachstum in der Immobilienverwaltung, eine Erweiterung im Bereich Marketing sowie einen entsprechenden Relaunch des Markenauftritts.

Die Herausforderungen für den erfolgreichen Immobilienverkauf haben zugenommen, daher setzt ROHRER auf präzise Käuferpotenzialidentifikation und marktgerechte Bewertungen. Eine verbesserte Darstellung von Immobilien wird durch virtuelle Besichtigungen mit 3D-Innenaufnahmen ermöglicht.

Zusätzlich erweitert ROHRER seine Kompetenzen auf die Bedürfnisse der Zielgruppe 60+. Dies beinhaltet Themen wie vorweggenommene Erbfolge, Verrentung von Immobilien und Bewertung von Bruchteileigentum z.B. für Erbengemeinschaften.

Käufer sind rarer geworden, daher nutzt ROHRER verstärkt seine nationalen Kooperationen und Netzwerke, um zusätzliche Käuferpotenziale bei Kapitalanlegern zu erschließen.

In der Hausverwaltung liegt der Fokus nun auf Qualität statt Wachstum. Neue Technologien werden genutzt, um eine Prozessoptimierung und Qualitätssicherung zu gewährleisten. Ein neues Mieterportal wird im Sommer eingeführt. „Die Bewirtschaftung von Immobilien wird ständig komplexer.



Haus der Immobilie
Foto: ©ROHRER Immobilien

Regulierungsanforderungen machen es zunehmend aufwändiger für Immobilienbesitzer ihr Vermögen eigenständig adäquat zu verwalten. Darauf haben wir uns als professioneller Dienstleister eingestellt und unser Serviceportfolio angepasst“, erläutert Andrea Rohrer-Keussen, Geschäftsführerin der W.Rohrer & Sohn Treuhandgesellschaft mbH.

Die ROHRER Firmengruppe möchte eine stabile Brücke zwischen Moderne und traditionellen Werten bauen. Der Markenauftritt wurde entsprechend angepasst, einschließlich neuer Logos für die einzelnen Firmen. Sven Keussen, Sprecher der ROHRER Firmengruppe: „Der aktuell veränderte Markt erfordert eine Anpassung unserer Leistungen und zielt ganzheitlich auf den erweiter-

ten Nutzen für unsere Auftraggeber ab. Dieser Prozess wird auch in unserem neuen Markenauftritt sichtbar mit u. a. frischen und zeitgemäßen neuen Logos für die ganze Gruppe und die einzelnen Unternehmen.“

Zusätzlich verstärkt wurde das Marketingteam durch Pawel Malicki, der mit 15 Jahren Erfahrung im Immobilienmarketing für das Absatzmarketing und die Gestaltung verantwortlich ist.

Mit diesen Schritten sieht sich die ROHRER Firmengruppe gut aufgestellt, um den Ansprüchen seiner Auftraggeber und den Herausforderungen des Marktes gerecht zu werden. ●

ROHRER
IMMOBILIEN SEIT 1919

Cybersicherheit

Neue Pflichten für Finanzunternehmen

Seit Januar 2023 ist die Verordnung über die Betriebsstabilität digitaler Systeme des Finanzsektors in Kraft (EU-Verordnung 2022/2554 Digital Operational Resilience Act, kurz DORA). Sie enthält einen umfassenden Pflichtenkatalog, der ab 17. Januar 2025 gelten wird. Bis dahin haben die betroffenen Unternehmen Zeit, sich vorzubereiten, um die gesetzlichen Vorgaben zu erfüllen.

Betroffen sind neben Banken, Versicherungsunternehmen und Wertpapierfirmen grundsätzlich auch Versicherungsvermittler, Rückversicherungsvermittler und Versicherungsvermittler in Nebentätigkeit. Für Versicherungsvermittler gilt die Verordnung verpflichtend ab einer Unternehmensgröße von 250 oder mehr Beschäftigten und einem Jahresumsatz von mehr als 50 Millionen Euro und/oder einer Jahresbilanzsumme von mehr als 43 Millionen Euro. Kleinstbetriebe, kleine oder mittlere Unternehmen, die weniger als zehn Mitarbeiter haben beziehungsweise unter zehn Millionen Euro Bilanzsumme liegen, sind von den Vorgaben ausgenommen.

Um die Detailregelungen zur Betriebsstabilität digitaler Systeme einzuhalten, sollten Unternehmen bereits heute Vorkehrungen treffen. Die IHKs empfehlen zum Beispiel, ein IKT-Risikomanagementsystem aufzubauen, die digitale Resilienz zu testen sowie



Neue Vorgaben

Foto: insta_photos/Adobe Stock

ein IKT-Drittparteiisikomanagement einzuführen, da Prüfungen in der Regel durch externe Dienstleister vorgenommen werden. Zudem wird die Meldepflicht schwerwiegender IT-Vorfälle bei den zuständigen Aufsichtsbehörden eingeführt. Das sind für den Vermittlerbereich ab Januar 2025 die IHKs.

Mehr Infos auf der IHK-Website:

www.ihk-muenchen.de/de/berufsbildung-berufszugang/gewerbeerlaubnisse/34d-berufspflichten

Die EU-Verordnung ist abrufbar unter: eur-lex.europa.eu – »DE« auswählen, oben im Suchfeld »2022/2554« eingeben

IHK-Ansprechpartner

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

MARKTTEIL

WERBEARTIKEL

STIEFEL® Ihr Partner für Langzeitwerbung
 Info (0 84 56) 92 43 00
eurolcart www.stiefel-online.de
 Werbe-Wandkarten • Werbekalender • Wandkarten • Kalender • Schreibunterlagen

GROSSFORMAT- UND DIGITALDRUCK

STIEFEL Wir beraten Sie gerne.
 digitalprint Service-Telefon (0 84 56) 92 43 50
www.stiefel-online.de
 XXL-Werbeposter • Fahnen/Displays • Plattendruck • Wahlplakate

GESCHÄFTSVERBINDUNGEN

Statiker für den Hochbau gesucht
 Tel. 0151 15611482

TELEFONANLAGEN

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

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

<p>UNIFY OpenScape Business / 4000</p> 	<p>KNOTGEN Telefonsysteme Vertriebs GmbH Neue und gebrauchte TK-Anlagen KAUF - MIETE - EINRICHTUNG - SERVICE - günstiger als Sie glauben - www.knoetgen-tel.de / info@knoetgen-tel.de Raiffeisenallee 16, 82041 Oberhaching/München Tel. 089/614501-0, Fax 089/614501-50 - Unser SERVICE beginnt mit der Beratung -</p>	<p>Alcatel-Lucent OMNI - PCX</p> 
--	--	--

HALLEN- UND GEWERBEBAU



Hallen für Handwerk, Gewerbe und Industrie

<p>Aumer Stahl- und Hallenbau GmbH Am Gewerbepark 30 92670 Windischeschenbach Telefon 09681 40045-0 hallenbau@aumergroup.de</p>	<p>Aumer Gewerbebau Gewerbepark B4 93086 Wörth a. d. Donau Telefon 09482 8023-0 gewerbebau@aumergroup.de</p>
---	---

Aumer www.aumergroup.de





Zeichnung: Dieter Hanitzsch

IMPRESSUM

Wirtschaft –
Das IHK-Magazin für München und Oberbayern
79. Jahrgang, 22. November 2023
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: Eva Schröder, Iris Oberholz
Redaktionelle Mitarbeiter:

Martin Armbruster, Harriet Austen,
 Stefan Bottler, Eva Elisabeth Ernst,
 Monika Hofmann, Dr. Gabriele Lücke,
 Eva Müller-Tauber, Melanie Rübartsch,
 Josef Stelzer

Redaktion Berlin: Sabine Hölper

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

Anzeigenleitung (verantwortlich) & Vertriebsleitung:
 MuP Verlag GmbH, Tengstraße 27,
 80798 München – Christoph Mattes, GF
 Tel. 089 139284220
 E-Mail: christoph.mattes@mup-verlag.de

Stellvertretende Anzeigenleiterin:
 MuP Verlag GmbH, Tengstraße 27,
 80798 München – Regine Urban-Falkowski
 Tel. 089 139284231,
 E-Mail: wirtschaft@mup-verlag.de

Produktion: adOne
 Tengstraße 27, 80798 München
 Telefon 089 1392842-0, Fax 089 1392842-28

www.adone.de

Projektleitung: Philip Esser

Grafik: Ulrich Wassmann

Druck: Möller Pro Media GmbH
 Zeppelinstraße 6
 16356 Ahrensfelde OT Blumberg
Titelbild: Malik E/peopleimages.com/
 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.

 Druckauflage: 115.635 (IVW III. Quartal 2022)
 Zurzeit gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 79
 vom 1.1.2023



AIGNER IMMOBILIEN

„Mit umfassender Expertise
bewerten wir Ihre Immobilie
professionell.“

Jenny Steinbeiß
Geschäftsführerin
Immobilienkauffrau (IHK)



Wir wissen, was Ihre Immobilie wert ist!

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

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

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

Tel. (089) 17 87 87 - 0

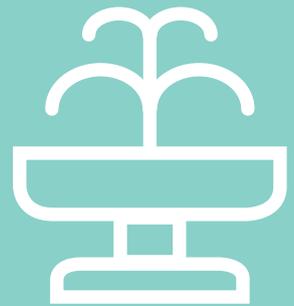
Auswahl unserer Mitgliedschaften



DIP
THE ALLIANCE OF
PROPERTY COMPETENCE

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.

