

wirtschaft

07-08/2024

www.magazin.ihk-muenchen.de

Tourismus

Nachhaltig unterwegs
in Oberbayern



20 BRENNER
Sanierung bringt Bewegung
in die Verkehrspolitik

46 URBAN GARDENERS
Innovative Ideen für den
stationären Einzelhandel

52 KLIMARISIKEN
Wie können sich
Firmen wappnen?

DER F-150. EXKLUSIV BEI KUTTENDREIER.

FORD F-150 XLT

5,0l Ti-VCT V8 Benziner, 294 kW (400 PS)

Der vielseitige, robuste und leistungsstarke F-150 XLT bleibt die perfekte Wahl für alle, die die perfekte Mischung aus Leistung und Komfort für jeden Einsatz suchen. Mit 400 PS und 555 Nm Drehmoment liefert er eine unvergleichliche Leistung.

Leasing bei uns netto mtl. schon ab

€ **699,-**^{1,2,3} inkl. Servicekosten⁷



FORD F-150 LARIAT

5,0l Ti-VCT V8 Benziner, 294 kW (400 PS)

Seit fast 50 Jahren hat sich der Pickup einen Namen gemacht, indem er den härtesten Anforderungen in schwierigen Umgebungen gerecht wird. Sein vergleichsweise geringes Gewicht senkt den Kraftstoffverbrauch und erhöht die mögliche Lade- und Anhängelast.

Leasing bei uns netto mtl. schon ab

€ **799,-**^{1,2,4} inkl. Servicekosten⁷



FORD F-150 LIMITED

3,5l PowerBoost Benziner, 316 kW (430 PS)

Der F-150 Limited macht keine Kompromisse bei Komfort, Leistung und Alltagstauglichkeit. Sie können nicht königlicher fahren und alles an Bord haben, was Sie brauchen. Im Innenraum sorgen hochwertige Materialien und stilvolle Details für maximalen Komfort.

Leasing bei uns netto mtl. schon ab

€ **1.099,-**^{1,2,5} inkl. Servicekosten⁷



FORD F-150 RAPTOR

High-Output 3,5l Benziner, 330 kW (450 PS)

Trotz seines markanten und robusten Auftretens bietet der Innenraum ein Panorama-Glasdach sowie elektrisch beheizte und belüftete Sitze, die zusammen mit der FOX™-Stoßdämpfung und der Fünf-Punkt-Aufhängung für eine komfortable Fahrt sorgen.

Leasing bei uns netto mtl. schon ab

€ **1.499,-**^{1,2,6} inkl. Servicekosten⁷



**Automobilforum
Kuttendreier**
Just drive!

Automobilforum Kuttendreier GmbH

- 1 **Hauptbetrieb mit Transit Center** • Drosselweg 21 • 81827 München • 089 45 312 20
- 2 **Moosach mit Transit Center** • Dachauer Straße 463 • 80993 München • 089 15 88 33 86 900
- 3 **FORD STORE | Solln** • Meglinger Str. 30-32 • 81477 München • 089 74 42 99 620

www.kuttendreier.de  

Details auf den Abbildung können nicht EU-Spezifikation entsprechen. Abgebildete Fahrzeuge können Sonderausstattung zeigen. Die Ausstattungsmerkmale der abgebildeten Fahrzeuge sind nicht Bestandteil des Angebotes. Alle Angaben vorbehaltlich Irrtum, Änderung und Druckfehler. Nur so lange der Vorrat reicht. 1) Ein Leasingangebot der ALD Lease Finanz GmbH, Fuhlsbüttler Straße 437, 22309 Hamburg, für die der Angebotsleistende als ungebundener Vermittler tätig ist, nur gültig für vorsteuerabzugsberechtigte Gewerbetreibende bis 31.7.2024. Alle Preisangaben netto zzgl. gültiger, aktueller MwSt. 2) € 10.000,00 netto (€ 11.900,00 brutto) einmalige Leasing-Sonderzahlung, bei 48 Monaten Laufzeit und 50.000 km Gesamtlauflistung. zzgl. € 1.490,00 netto (€ 1.773,10 brutto) Überführungskosten. 3) Leasingrate auf Basis eines Fahrzeugpreises von € 65.500,00 netto (€ 77.945,00 brutto). 4) Leasingrate auf Basis eines Fahrzeugpreises von € 72.500,00 netto (€ 86.275,00 brutto). 5) Leasingrate auf Basis eines Fahrzeugpreises von € 95.500,00 netto (€ 113.645,00 brutto). 6) Leasingrate auf Basis eines Fahrzeugpreises von € 121.500,00 netto (€ 144.585,00 brutto). 7) Über Technik-Paket sind Service-Kosten lt. Herstellervorgabe in der Rate bereits inbegriffen.

Freiheit statt Dirigismus!



Foto: BayWa AG/Forster & Martin

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

Mehr als 175 Millionen Europäer haben abgestimmt. Sie haben sich, weit überwiegend, für die wirtschaftliche Vernunft entschieden: mehr unternehmerische Freiheit, mehr Wettbewerbsfähigkeit – und weniger Dirigismus mit Klein-Klein-Kontrollen aus Brüssel.

Jetzt müssen die Europa-Verantwortlichen auf ihre Wähler hören: die 720 Abgeordneten des neuen Parlaments, die 27 noch zu bestimmenden EU-Kommissare und natürlich auch die mehr als 32.000 Beschäftigten der EU-Kommission. Sie alle müssen sich jetzt für eine Wende in der EU-Wirtschaftspolitik einsetzen. Schluss mit grenzenloser Regulierungswut. Und freie Fahrt für mehr Marktwirtschaft.

Immerhin – schon vor den Europawahlen schwenkten immer mehr Politiker um. Sie erkannten: Die EU überfordert die Wirtschaft, gefährdet die Existenz vieler Unternehmen und bedroht Tausende von Arbeitsplätzen. In großen Konzernen ebenso wie in kleinen Firmen und bei Soloselbstständigen. Viele Regierungschefs und Europapolitiker verlangten eine »Regulierungspause«, ein Ende der »Überbürokratisierung« und stattdessen »Wachstumsinitiativen« für mehr »Wettbewerbsfähigkeit«.

Jetzt müssen den Worten auch Taten folgen. Die EU muss zeigen, dass sie ihren wirtschaftspolitischen Kurswechsel ernst meint. Warum das gerade jetzt so wichtig ist? Weil wir in Europa immer weiter hinter die USA und China zurückfallen. Der Internationale Währungsfonds erwartet, dass die Wirtschaft in der EU dieses Jahr bestenfalls um 1,1 Prozent wächst, die USA kommen auf 2,7 Prozent, China sogar auf 4,2 Prozent.

Ähnlich abgeschlagen sind wir bei den Energiekosten, die auch für unsere oberbayerische Wirtschaft überlebenswichtig sind: Strom kostet in Europa zwei- bis dreimal so viel wie in den USA – vor allem wegen des regional zersplitterten und ideologisch überfrachteten Energiesektors. Doch ohne einen gemeinsamen europäischen Strom- und Gasmarkt ist es extrem schwierig, eine sichere, ausreichende und bezahlbare Energieversorgung für alle zu gewährleisten.

Deshalb muss die EU jetzt nicht nur den Energiesektor, sondern den gesamten europäischen Binnenmarkt von seinen Fesseln befreien. Denn dieser größte integrierte Wirtschaftsraum der Welt ist ein Garant für unseren Wohlstand. Er ermöglicht den freien Verkehr von Personen, Gütern, Dienstleistungen und Kapital – für mehr als 450 Millionen Bürger und über 23 Millionen Unternehmen.

Im Klartext: Die EU muss ihren bisherigen Kurs der hochbürokratischen Mikrosteuerung stoppen und stattdessen unternehmerische Freiheiten stärken und Innovationskraft neu wecken. Genau das wünscht sich auch die Mehrheit der Wählerinnen und Wähler: in Bayern, in Deutschland und in der gesamten Europäischen Union.

Ihr

TITELTHEMA

TOURISMUS

Gäste, die umweltfreundlich anreisen und am Zielort unterwegs sind – das ist ein wichtiger Aspekt von nachhaltigem Tourismus. Welche Konzepte und Ideen gibt es in Oberbayern?

Foto: ARochau/Adobe Stock



STANDORTPOLITIK

BRENNER

Die Brennerautobahn mit der Luegbrücke (im Bild) als Herzstück muss dringend saniert werden. Das zwingt die Verkehrspolitik zu mehr Zusammenarbeit.

Foto: ASFINAG



UNTERNEHMEN + MÄRKTE

QYOBO

Markus Felgenhauer (im Bild) analysiert mit seinem Unternehmen QYOBO Millionen von pharmazeutischen Daten – und prognostiziert damit Lieferengpässe bei Wirkstoffen und Medikamenten.

Foto: QYOBO



INHALT

NAMEN + NACHRICHTEN

- 6 **Kurzinterview**
Busunternehmerin Anna Marx über Bürokratiehürden in Europa

UNTERNEHMERPROFIL

- 10 **MELANIE HAMMER**
Wie die Chefin der BHB Unternehmensgruppe der Krise im Wohnungsbau trotzt

TITELTHEMA

- 12 **TOURISMUS**
So bringen oberbayerische Tourismusbetriebe und Destinationen die nachhaltige Mobilität voran
- 16 **PREDIGTSTUHLBAHN**
Die älteste Seilschwebbahn der Welt ist eine ungewöhnliche Tourismusunternehmung
- 19 **INTERVIEW**
Angebote sichtbar machen: Tourismus-Marketing-Chefin Barbara Radomski über die BayernCloud

STANDORTPOLITIK

- 20 **BRENNER**
Die anstehende Sanierung erfordert grenzüberschreitende Lösungen für den Verkehr
- 25 **IHKAKTUELL**
Webinar Storytelling
- 26 **ARBEITSMARKT**
IHK Arbeitsmarktradar Bayern: Wo sind Beschäftigte künftig besonders knapp?
- 28 **GEWERBESTEUER**
Wichtiger Faktor bei der Standortwahl – die schwierige Balance beim Hebesatz
- 31 **IT-SICHERHEIT**
Was die neuen Regeln der NIS2-Richtlinie für Firmen bedeuten
- 34 **AUSBILDUNG**
Bei der IHK-Aktion »Ein Tag Azubi« lernen Schüler Berufe und Ausbildung kennen

UNTERNEHMEN + MÄRKTE

- 36 **PROBLEMLÖSER**
Das Start-up RobCo hat ein modulares Robotiksystem für den Mittelstand entwickelt
- 39 **KONJUNKTUR**
Sinkflug der Wirtschaft ist gestoppt
- 40 **SÜDOSTASIEN**
Die ASEAN-Staaten sind für bayerische Firmen aus vielen Gründen attraktiv

42 **QYOBO**
Mit Datenanalysen gegen Lieferengpässe in der Pharmabranche

44 **BRASILIEN**
Die deutsche Einwanderergeschichte erleichtert bayerischen Mittelständlern den Markteintritt

BETRIEB + PRAXIS

46 **EINZELHANDEL**
Die Urban Gardeners zeigen innovative Konzepte für den stationären Einzelhandel

50 **SOCIAL MEDIA**
So funktionieren LinkedIn & Co. für B2B

52 **KLIMA**
Wie können sich Firmen gegen Klimarisiken wappnen?

56 **KÜNSTLICHE INTELLIGENZ**
KI-Studio: praxisnahe Lösungen ausprobieren

58 **PODCASTS**
Was kleine Firmen bei dem Audioformat beachten sollten

60 **NACHHALTIGKEIT**
Wie gehen Unternehmen Nachhaltigkeitsberichte am besten an?

64 **QUICK CHECK**
Softwareentwicklung: So entdecken Unternehmen Verbesserungspotenzial

81 **IHK AKTUELL**
Corona-Wirtschaftshilfen

RUBRIKEN

3 **EDITORIAL**

8 **FIRMENJUBILÄEN**

66 **VERÖFFENTLICHUNGEN**

- Veränderung im IHK-Regionalausschuss Berchtesgadener Land
- Veränderung im IHK-Regionalausschuss Erding-Freising
- Veränderung im IHK-Regionalausschuss Ingolstadt
- Veränderung im IHK-Regionalausschuss Weilheim-Schongau
- Veränderung im IHK-Regionalausschuss Starnberg

80 **EHRUNGEN**

82 **KARIKATUR/IMPRESSUM**

Beilagenhinweis: Aigner Immobilien (Teilbeilage),
vmm Wirtschaftsverlag (Teilbeilage),
WORTMANN AG



fb.com/ihk.muenchen.oberbayern



@IHK_MUC

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



ECHTER TEAMSPIRIT

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 die volle Entfaltung des Kreativitätspotenzials Ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie für ein dynamisches Wachstum.

Am besten Sie schauen sich das mal an.



BUSINESSCAMPUS.DE

DER
STANDORT

Business Campus

Unternehmensnachfolge

Mit Weitsicht vorbereitet

Die Erdinger Unternehmerin Heidi Huber-Kamm (62) hat den »she succeeds award« des Verbands deutscher Unternehmerinnen (VdU) als »Wegbereiter*in des Jahres« erhalten. Die Laudatio würdigte das Fingerspitzengefühl und die Weitsicht, mit der die Inhaberin der Huber Technik GmbH & Co. KG ihre Töchter Veronika (32) und Johanna (30) auf die Unternehmensnachfolge vorbereitet hat.

2013 sprachen Heidi Huber-Kamm und ihr Mann Paul mit ihren Töchtern erstmals über die Nachfolge für das Familienunternehmen, das 110 Mitarbeiter beschäftigt. Die vier einigten sich auf eine Doppelspitze mit sukzessiver Übergabe: Veronika Kamm führte nach ihrem BWL-Studium und mehreren Berufsjahren seit 2017 mit ihrem Vater die Gummiproduktion und hat diese mittlerweile übernommen. Ihre Schwester Johanna hat ein Jurastudium abgeschlossen und teilt sich seit 2020 mit ihrer Mutter die Leitung der Maschinenbausparte. 2025, zum Hundertjährigen, übernimmt sie die alleinige Verantwortung. Ein Übergabeprozess habe Er-



Foto: VdU/Pedro Becerra/STAGEVIEW

Hat den Weg bereitet – Heidi Huber-Kamm (M.) mit ihren Töchtern Veronika (l.) und Johanna

folg, wenn er auf die wachsenden Kompetenzen der Junioren und ihre individuellen Bedürfnisse abgestimmt werde, meint Heidi Huber-Kamm. Und: »Der Rückhalt der Belegschaft ist wichtig.«

Bürokratie

»Wir kommen kaum nach«

Anna Marx (45), Chefin der Marx Reisen KG in Fridolfing, veranstaltet Busreisen quer durch Europa. Dabei kosten Grenzbürokratie und individuelle Länderregelungen sie viel Zeit und Aufwand.



Frau Marx, eigentlich leben wir in einem grenzfreien, einheitlichen Europa. Aber Sie als Busunternehmerin erleben innerhalb der Europäischen Union die unterschiedlichsten Grenzformalitäten.

Ja, leider – und es werden mehr statt weniger. Besonders ärgerlich sind die grünen EU-Fahrtenblätter. Sie sind vor jeder Reise in doppelter Ausführung per Hand auszufüllen. Wir müssen dort Autokennzeichen, Fahrer, uns als Veranstalter, Gästezahl, Ziel und zu fahrende Kilometer eintragen. Einige Länder kontrollieren dies sehr streng. Wenn die Blätter nicht vorliegen oder

nicht ausgefüllt sind, gibt es hohe Strafen. Der Sinn dieser Blätter erschließt sich in einem offenen Europa einfach nicht mehr.

Das ist aber nicht die einzige Hürde?

Es gibt in jedem Land unterschiedliche Mautregeln: Die einen verkaufen eine Vignette, die anderen haben Mautboxen, wieder andere Apps. Das müssen wir vorplanen. Dann gibt es Länder wie Slowenien und Kroatien, wo der Zoll spezielle vorherige Reiseanmeldungen verlangt. Dort sind vor allem die im Land gefahrenen Kilometer zu dokumentieren – für die wir dann eine Personenbeförderungssteuer entrichten.

Wie sieht es mit Umweltregeln aus?

Sie sind unbestritten wichtig, aber organisatorisch aufwendig. Wir brauchen für die Umweltzonen spezielle Einfahrerlaubnisse. In Frankreich ist es einfach, weil eine Plakette die Einfahrt in alle Städte beziehungsweise Umweltzonen erlaubt. In Italien und

Belgien hat jede Stadt ihr eigenes System. Wir müssen wissen, wie jede einzelne bei der Registrierung vorgeht – auf Papier, online oder per App –, und uns dann registrieren. Und wir müssen auf dem Laufenden bleiben, welche Städte neu hinzukommen.

Wie gehen Ihre Fahrer und Gäste damit um?

Die Gäste bekommen es zumeist nicht mit. Für die Fahrer sind die Pflichten aber inzwischen ein echter Stressfaktor. Sie haben immer Angst, etwas zu vergessen. Es kostet Zeit, ist Aufwand. Wenn ein Fahrer kurzfristig erkrankt, müssen wir alles umschreiben. Wir kommen kaum nach. Und Deutschland selbst verlangt ja auch bürokratischen Aufwand oder etwa die Personenbeförderungssteuer.

Was ist Ihr Wunsch?

Echte offene Grenzen innerhalb der EU, weniger Bürokratie oder zumindest zentrale Stellen für die Formalitäten.

Foto: privat

Betriebliche Ausbildung

IHKjobfit! zieht Jugendliche an

Großer Andrang auf der 14. IHKjobfit! in Rosenheim. Rund 1.500 Besucher informierten sich Anfang Mai auf der Messe über die Chancen der betrieblichen Ausbildung. »Viele Jugendliche kamen mit ihren Eltern«, sagte IHK-Referentin Elena Dreher. »Sie zeigten einhellig sehr großes Interesse.« Mehr als 140 Unternehmen aus unterschiedlichen Branchen nahmen an der Ausbildungsmesse teil. Das Spektrum reichte vom Kleinbetrieb mit wenigen Mitarbeitern bis hin zum Weltkonzern mit mehreren 1.000 Beschäftigten. Die nächste IHKjobfit! findet am 19. Oktober 2024 in Ingolstadt statt.

www.ihkjobfit.de



Foto: IHK/Tobias Hase

Alles zur Ausbildung – IHKjobfit! in Rosenheim

Praktikumswoche München

Erster Kontakt mit dem Arbeitsleben

In der »Praktikumswoche München« können Schülerinnen und Schüler ab der 8. Klasse erste Erfahrungen im Arbeitsleben sammeln. Eine Woche lang lernen die Teilnehmer jeden Tag einen anderen Betrieb kennen und erhalten Einblick in mehr als 20 Berufsfelder. Für die Unternehmen aus der Region München ist dies eine Möglichkeit, sich zu präsentieren und Nachwuchstalente kennenzulernen. Die Praktikumswoche startet Anfang Juli und findet bis 9. September 2024 statt. Betriebe, die teilnehmen wollen, können sich anmelden unter: praktikumswoche.de/muenchen/unternehmen

60 Mrd. Euro

betrug der Wert der Waren, die bayerische Unternehmen im ersten Quartal 2024 exportierten – 3,4 Prozent mehr als im Vorjahreszeitraum.

Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik



Foto: IHK

Nachruf

Die IHK für München und Oberbayern trauert um Stephanie Spinner-König. Die Münchner Unternehmerin setzte sich mit großem Engagement ehrenamtlich für die heimische Wirtschaft ein. So war sie unter anderem IHK-Vizepräsidentin und Aufsichtsratsvorsitzende der IHK Akademie München und Oberbayern gGmbH. In ihrem Familienunternehmen SPINNER GmbH leitete sie zuletzt den Aufsichtsrat. »Wir werden Stephanie Spinner-König als leidenschaftliche Unternehmerin in Erinnerung behalten, die nicht nur im eigenen Familienunternehmen, sondern auch in ihrem umfassenden ehrenamtlichen Engagement für die IHK immer offen für neue Wege war und immer den Blick nach vorne hatte«, erklärte IHK-Präsident Klaus Josef Lutz. Stephanie Spinner-König ist am 18. Mai 2024 verstorben.

Nachhaltigkeit

Bayerischer CSR-Tag

Die IHK-Netzwerkveranstaltung zum Thema nachhaltiges Wirtschaften, der Bayerische CSR-Tag, findet in diesem September zum zwölften Mal statt. Vorträge und Diskussionen beleuchten dort die aktuellen Entwicklungen in den Bereichen Nachhaltigkeit, Umweltschutz und soziale Verantwortung. Teilnehmende haben die Gelegenheit, mit zahlreichen Experten zu diskutieren und sich auszutauschen.

Termin: 19. September 2024, 14–18 Uhr
Ort: IHK für München und Oberbayern, Max-Joseph-Str. 2, 80333 München
Weitere Informationen und Anmeldung:
www.ihk-muenchen.de/csr-tag

Firmenjubiläen

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

155 JAHRE

Walter Sebert Zoll-Logistik GmbH

Freilassing

Die Spedition wurde von Wilhelm Bartels 1869 in Karlsbad gegründet und später von Karl Sebert übernommen. Nach dem Zweiten Weltkrieg erfolgte der Neuanfang in Schirnding. Bald eröffneten zahlreiche Filialen und Grenzbüros. Als 2004 weitere Staaten der EU beitraten, organisierte sich das Unternehmen um. Grenzbüros und Filialen schlossen, die neu etablierte Filiale Freilassing nahm ihre Geschäftstätigkeit auf.



Siegfried (I.) und Gottfried Dolleisch, Geschäftsführer

Foto: Walter Sebert



Foto: Regnauer Fertigbau/Axel Effner

Geschäftsführer Michael Regnauer (M.) mit Seniorchef Engelbert Regnauer (r.), der für 70 Jahre Betriebszugehörigkeit ebenfalls ausgezeichnet wurde, sowie Christoph Angerbauer, Mitglied der IHK-Hauptgeschäftsführung

95 JAHRE

Regnauer Hausbau GmbH & Co. KG

Seebuck

1929 gründete Engelbert Regnauer senior eine Zimmerei und Bauschreinerei. Das Unternehmen profitierte vom Wirtschaftswunder in Deutschland. Nachfolger Engelbert Regnauer, der 1959 in die Firma eintrat, führte zahlreiche Innovationen ein und startete die Vorfertigung in Produktionshallen im industriellen Maßstab. Seit 2006 liegt die Geschäftsführung des Fertigbau-Unternehmens bei Michael Regnauer.

85 JAHRE

Ludwig Meister GmbH & Co. KG

Dachau

1939 starteten Anna und Ludwig Meister ein Handelsunternehmen für Wälzlager und Fahrzeugteile. Sohn Peter übernahm den Betrieb in den späten 1960er-Jahren. Das Unternehmen expandierte und entwickelte sich zu einem spezialisierten technischen Handelsunternehmen für die Industrie. Mit Max und Elisabeth Meister trat 2003 die dritte Generation in die Familienfirma ein und führt heute die Geschäfte.



Geschäftsführerin Elisabeth Meister (2.v.l.) mit Stefan Fichtl und Christine Unzeitig (3.v.l.), beide stellvertretende Vorsitzende IHK-Regionalausschuss Dachau, und IHK-Referentin Anja Sperr

Foto: Ludwig Meister

75 JAHRE

Trachten Obermüller

Nußdorf a. Inn

Den Grundstein für das Unternehmen legte Johann Obermüller, als er 1949 einen Herrenschnneiderbetrieb als Gewerbe anmeldete. Bald kamen Damen- und Herrenkonfektion hinzu. Das Unternehmen wuchs, die Geschäftsfläche wurde mehrmals vergrößert. Seit 2015 leitet Romana Beilhack das Familienunternehmen in dritter Generation.



Foto: Antonietta Obermüller

Geschäftsführerin Romana Beilhack mit Martin Gruber, IHK-Geschäftsstelle Rosenheim

70 JAHRE

Bayerischer Fliesenhandel GmbH

München

1954 wurde das Familienunternehmen gegründet. Vom ursprünglichen Standort in der Landsberger Straße in München zog der inhabergeführte Betrieb 2005 ein Stück weiter westlich nach Pasing. Die Geschäftsführung liegt bei Michael Zink.



Foto: Michaela Stache

Geschäftsführer Michael Zink (r.) mit IHK-Hauptgeschäftsführer Manfred Gößl



Foto: Messe München

Bayerns Wirtschaftsminister Hubert Aiwanger, die Messe-Geschäftsführer Reinhard Pfeiffer und Stefan Rummel sowie IHK-Hauptgeschäftsführer Manfred Gößl (v.l.)

60 JAHRE

Messe München GmbH

München

Die Münchner Messe- und Ausstellungsgesellschaft startete 1964. Gesellschafter sind der Freistaat Bayern, die Landeshauptstadt München, die Industrie- und Handelskammer von München und Oberbayern sowie die Handwerkskammer. Die Messe entwickelte sich rasch, so wurde der Standort auf der innerstädtischen Theresienhöhe bald zu eng. 1987 fiel die Entscheidung für den Neubau in Riem. Heute führen Stefan Rummel und Reinhard Pfeiffer das Unternehmen.

90. GEBURTSTAG

Gerhard Winklhofer

Der langjährige Geschäftsführer und persönlich haftende Gesellschafter des Münchner Präzisionskettenherstellers iwis, Gerhard Winklhofer, feierte am 29. Mai 2024 seinen 90. Geburtstag. Der Gründerenkel engagierte sich 34 Jahre in der IHK-Vollversammlung, war 22 Jahre lang IHK-Vizepräsident und langjähriges Mitglied des Industrieausschusses sowie Vorsitzender des Umweltausschusses der IHK. Er ist Träger der IHK-Ehrenmedaille sowie Ehrenmitglied der IHK-Vollversammlung.



Foto: Vera Johannsen

Jubilär Gerhard Winklhofer (M.) mit seinem Sohn und iwis-Nachfolger Johannes Winklhofer (r.) und IHK-Hauptgeschäftsführer Manfred Gößl

IHK-EHRENRKUNDE

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



Mit dem Blick aufs Ganze –
BHB-Chefin Melanie Hammer

»Wir planen schlau«

Wie Melanie Hammer, Geschäftsführerin der BHB Unternehmensgruppe in Grünwald, der aktuellen Krise im Wohnungsbau trotzen will.

Von Harriet Austen

In der Architektur und in der Projektentwicklung von Wohngebäuden wird selten die Perspektive von Frauen mit einbezogen«, moniert Melanie Hammer. Seit sie an der Spitze der BHB Unternehmensgruppe steht, sehe sie sich in der Verantwortung, den weiblichen Blick einzunehmen. »Die gesamte Baubranche würde von einem Mentalitätswandel profitieren, wenn das Angebot mehr auf die Menschen zugeschnitten wäre«, meint die 41-Jährige, die den Erfolg der BHB Unternehmensgruppe der »weiblichen Perspektive« zuschreibt. In den vergangenen drei Jahren hat BHB 444 Wohnungen fertiggestellt und betreut derzeit neun Projekte in verschiedenen Phasen.

Hammers Berufsweg führte keineswegs geradlinig in den Immobiliensektor und schon gar nicht zur Nachfolge im väterlichen Unternehmen, das Neubauwohnungen errichtet und Altbauten revitalisiert. Schon früh bekam sie mit, wie risikoreich und herausfordernd das Geschäft sein kann – ein dauerndes Auf und Ab. »Ich wollte das lange Zeit nicht machen«, sagt Hammer. Sie studierte Architektur, schloss als Jahrgangsbeste ab, kam viel herum und war »weit weg von der Welt des Vaters«. Sie entdeckte das freie Entwerfen, das immer neue, inspirierende Erfinden und Gestalten als ihre Leidenschaft.

Doch statt in einem Architekturbüro anzuhauern, folgte sie dem Vorschlag ihres Vaters, sich doch mal die Firma anzuschauen und Praxiserfahrung zu sammeln. »Wir waren beide nicht sicher, ob ich in diese wenig frauenaffine Branche reinpasse. Wir wussten aber, dass eine Entscheidung ansteht«, erinnert sich Hammer.

Als sie 2011 bei BHB einstieg, waren ihr die Herangehensweise und der Baustil des Unternehmens fremd. Sie war zunächst viel auf Baustellen unterwegs, bevor sie sich in die Projektentwicklung ein-

arbeitete. Weitermachen wollte sie trotzdem nicht. Doch dann starb plötzlich ihr Vater und nur sie kam als Nachfolgerin infrage. »Ich habe einfach nur funktioniert«, so Hammer. Ab sofort war sie für Projektentwicklung, Marketing und die Vertretung der Firma nach außen zuständig. Mithilfe eines vorhandenen Notfallplans und zweier weiterer Geschäftsführer wuchs sie in ihre neue Rolle hinein.

»Ich musste viel lernen, ohne Fehler zu machen«, blickt Hammer heute auf diese anspruchsvolle Zeit zurück. Sie erkannte schnell, dass damit auch Chancen verbunden waren: Sie konnte eigene Vorstellungen verwirklichen und die Erfahrungen aus dem Architekturstudium in die Praxis übertragen – mit eben diesem weiblichen Blick aufs Ganze.

»Mein Anspruch ist, lebenswerte Wohnquartiere zu schaffen, die mehr sind als nur Häuser und sich am Menschen orientieren«, sagt die Unternehmerin. Sie schaut sich den Geist eines Ortes, den Genius Loci, genau an und passt die Entwürfe an Umgebung, Geschichte, Atmosphäre und Licht des Grundstücks an. Eine wichtige Rolle spielen zudem Elemente der Nachhaltigkeit wie Energieeffizienz, Ökologie, Artenschutz, Kultur und Kunst, Gesundheit, Soziales.

In BHB-Objekten wird meist mit Ziegeln und Holzfassaden gebaut. Hinzu kommen je nach Quartier Mobilitätskonzepte, Freianlagen mit Abenteuerspielplätzen, Fitness Trails und Beete für Urban Gardening, Häuser für Bienen und Schmetterlinge, Lichtelemente in den Gehwegen und die Einbeziehung junger Künstler.

Die aktuelle Immobilienkrise hat die Unternehmerin gelehrt, genau diese Assets der Projekte herauszustellen und die Marketingaktivitäten zu in-

tensivieren. »Wir müssen unsere Stärken noch mehr über verschiedene Kanäle nach außen transportieren.« Das Mehr, das sie als Bauträgerin anbietet, »überzeugt die Menschen, in unsere Objekte zu investieren«, sagt Hammer und verweist auf die guten Verkaufszahlen. Damit sich ihre Zielgruppe, der Mittelstand, diese Zusatzelemente auch leisten kann, schlägt die Architektin einen Mittelweg ein. »Wir planen schlau«, sagt sie und spart bei Dingen, »die nichts bringen«, wie etwa bei der Größe der Tiefgaragen.

Aus ihrem Architekturstudium hat Hammer das Arbeiten im Team mitgebracht, ein erheblicher Gegensatz zu ihrem hierarchisch orientierten Vater. »Wir haben die Arbeitsweise bei BHB radikal umgestellt«, sagt sie – hin zu einer offenen Unternehmenskultur mit diversen Teams und mehr Eigenverantwortung. Die Zukunft hat sie dabei immer im Blick: »Ich will die Firma unbedingt für meine Familie über Generationen erhalten.«

● www.bhb-bayern.de

ZUR PERSON

Melanie Hammer, Jahrgang 1983, studierte Architektur in München und Lausanne und absolvierte Praktika in renommierten Architektur- und Designbüros. 2010 gewann sie mit dem Team Agropolis den Münchner Wettbewerb »Open Scale Munich«, bevor sie 2011 in die 1976 gegründete BHB Bauträger GmbH Bayern einstieg. Nach dem Tod des Vaters 2014 wurde Hammer geschäftsführende Gesellschafterin der BHB Unternehmensgruppe.

Hammer ist verheiratet und Mutter von drei Kindern.

Statt Auto – mit dem Rad
klimafreundlich am
Urlaubsort unterwegs





Grün ins Gebirge

Gäste, die umweltfreundlich anreisen und sich am Zielort bewegen – das ist ein wichtiger Aspekt von nachhaltigem Tourismus. Welche Konzepte und Ideen gibt es dazu in Oberbayern?

Von Sabine Hölper

Das Rehlegg in Ramsau bei Berchtesgaden ist in Sachen Nachhaltigkeit schwer zu toppen. Seit 2017 ist das Berghotel klimapositiv. Das heißt: Es verhindert mehr klimaschädliche Emissionen, als es verursacht. Von Blockheizkraftwerken über Photovoltaikanlagen bis hin zu regionalen Produkten auf den Tellern kann Inhaber Johannes Lichtmannegger eine lange Liste an Maßnahmen für mehr Nachhaltigkeit aufzählen.

Besonders viel unternimmt er, um nachhaltige Mobilität zu fördern: Seinen Gästen stellt er ein E-Smart-Cabriolet zur Verfügung. »Das fährt den ganzen Tag«, sagt der 61-Jährige. Zudem hat er E-Tankstellen installieren lassen, die Angestellten erhalten E-Fahrräder oder E-Autos.

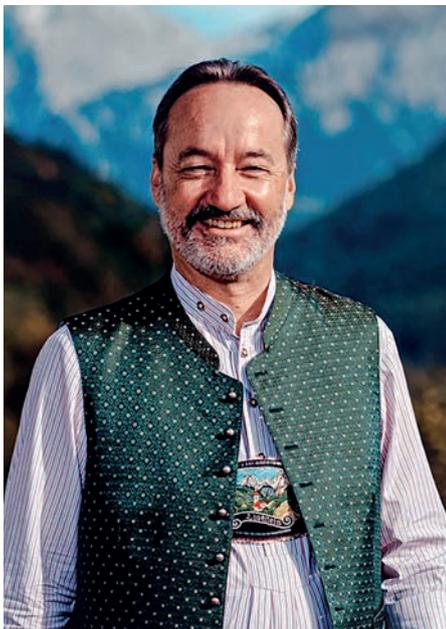
Das Berghotel ist ein gutes Beispiel dafür, wie wichtig Nachhaltigkeit für die gesamte Branche geworden ist. Denn der Tourismus in Oberbayern wächst und damit vergrößern sich die Auswirkungen auf die Umwelt. Um die Attraktivität der Urlaubsregion mit ihrer intakten Natur zu erhalten, liegt es nahe, auf Nachhaltigkeit zu setzen. »Ein entscheidender

Aspekt dabei ist die Mobilität der Reisenden, ob auf dem Weg zum Reiseziel oder am Ziel«, sagt Martin Drognitz, Experte für Tourismuswirtschaft bei der IHK für München und Oberbayern. Es sei an der Zeit, umweltfreundliche Transportmittel und -methoden zu etablieren. Nur dann werde langfristig nachhaltiger Tourismus sichergestellt.

Viele Hoteliers leisten mittlerweile einen Beitrag dazu. Häufig ist der erste Schritt, Ladestationen für E-Bikes oder -Autos zu errichten. Sichtbar wird das Angebot etwa über Webseiten wie emobilhotels.com, die Hotels mit entsprechenden Leistungen auflisten. »Das Anbieten einer Lademöglichkeit für Gästefahrzeuge hat sich bei Hotels – analog zum WLAN – inzwischen vom Nice-to-have zum Must-have gewandelt«, sagt Peter Grett (66) von der Agentur Touremo, die sich auf E-Mobilität im Tourismus spezialisiert hat.

Constantin Schwaab, Geschäftsführer der Wirelane GmbH, sieht das ebenso. Das Münchner Unternehmen errichtet und betreibt als Full-Service-Anbieter Ladeinfrastruktur für Elektroautos in der Hotel-

Foto: Berghotel Rehlegg



Investiert massiv in Nachhaltigkeit – Johannes Lichtmanegger, Inhaber des Berghotels Rehlegg

lerie. »Wir haben bereits Hunderte Hotels ausgestattet«, sagt der 45-Jährige. Für die Betriebe seien Wallboxen oder Säulen mittlerweile wichtig, da immer mehr Menschen mit dem E-Auto anreisen. Und diese Reisenden würden gezielt nach Hotels mit Lademöglichkeit suchen. »Einer der Treiber für unser Geschäft war, dass die Plattform Booking.com vor geraumer Zeit den Filter »Aufladestation für Elektro-Autos« eingeführt hat«, sagt

Foto: Regionalentwicklung Oberland



Will Gäste von der Straße auf die Schiene bringen – Harald Gmeiner, Tourismus-Vorstand der Regionalentwicklung Oberland

Schwaab. Wer nicht elektrisch anreist, sollte E-Bikes oder E-Autos einfach vor Ort anmieten können.

Hoteliere bieten solche Fahrzeuge entweder in Eigenregie an. Oder sie arbeiten mit einem regionalen Sharing-Dienst zusammen, wie es die Marketinggesellschaft Ammergauer Alpen in Kooperation mit der Ammer-Loisach Energie GmbH bereits vor fast fünf Jahren umgesetzt hat: An ausgewählten Standorten stehen seither die »e-ALOIS«-Sharing-Fahrzeuge zur Verfügung. Sie können im Voraus gebucht, aber auch spontan genutzt werden. Noch gibt es für die zehn Autos nur sechs Ladesäulen im Umkreis. Es sollen aber weitere hinzukommen.

Eine Alternative für individuellen und nachhaltigen Verkehr im Tourismus ist die Vermietung von elektrischen Leichtmobilen. Die sogenannte Fahrzeugklasse L6e bezeichnet leichte, vierrädrige Kraftfahrzeuge mit einer Höchstgeschwindigkeit von 45 Kilometern pro Stunde und einer Reichweite von bis zu 70 Kilometern.

»Die E-Leichtfahrzeuge bieten eine völlig neue und wetterfeste Mobilitätsqualität zum kleinen Preis«, sagt IHK-Mobilitätsexperte Joseph Seybold. Der Fiat Topolino etwa sei für weniger als 10.000 Euro beziehungsweise für Leasingraten in Höhe von 49 Euro pro Monat zu haben. Der Opel Rocks Electric falle mit 8.000 Euro noch günstiger aus. »Hoteliere könnten zwei, drei solcher Fahrzeuge anschaffen und sie vermieten«, sagt Seybold. »Das wäre ein Mehrwert für die Gäste.« Im Übrigen dürfen schon 15-Jährige die Leichtfahrzeuge nutzen.

Im Gegensatz zu anderen Regionen in Deutschland und im Ausland hat die Tourismusbranche in Oberbayern die Leichtfahrzeuge jedoch bisher nicht im Angebot. Vielleicht liegt es daran, dass der öffentliche Nahverkehr – zumindest auf

gewissen Routen – recht gut funktioniert. Damit ein Gast aus dem fernen Hamburg oder dem noch fernerem Peking das auch weiß, hat die Regionalentwicklung Oberland die Kampagne »Mit der Bahn in die Berge« initiiert. »Die Kampagne zielt auf eine Lenkung der Gäste von der Straße auf die Schiene ab«, sagt Tourismus-Vorstand Harald Gmeiner (60). Vor allem auf Social-Media-Plattformen wie Instagram oder Facebook hat die Regionalentwick-



Foto: AutobusOberbayern/Jan Scheutzw

Treibt die E-Mobilität weiter voran – Nico Schoenecker, Geschäftsführer von AutobusOberbayern

lung monatelang jede Woche eine neu entwickelte Tour »von Bahnhof zu Bahnhof« präsentiert. »Mit der Bayerischen Regionalbahn lässt sich die Alpenregion Tegernsee Schliersee perfekt erkunden«, sagt Gmeiner.

Alternativ können die Gäste Angebote wie den »Münchner BergBus« nutzen. Dahinter steht eine vor drei Jahren vom Deutschen Alpenverein München & Oberland gestartete Initiative, um Menschen umweltfreundlich in die Berge zu bringen.

Im Mai dieses Jahres wurde das Angebot in den ÖPNV integriert, mehrere Linien in verschiedene Alpenregionen werden bis Oktober an sieben Tagen pro Woche verkehren. Hotelier Lichtmanegger sieht solche Initiativen als positive Ergänzung zu seinen eigenen Investitionen in den umweltfreundlichen Individualverkehr. »Mit der Gästekarte können die Touristen die öffentlichen Transportmittel kostenlos und bequem nutzen«, sagt er. »Drei Gehminuten vom Hotel entfernt gibt es eine Haltestelle.« Somit seien 30 Wanderungen ohne Auto möglich. »Auf der haus-eigenen Rehlegg-App sind die Fahrpläne abrufbar«, so Lichtmanegger.

Eine Sonderrolle in Sachen nachhaltige Mobilität spielt München, eine der meistbesuchten Destinationen in Oberbayern. Der öffentliche Personennahverkehr bietet hier eine per se nachhaltige Fortbewegungsmöglichkeit. Besonders gut schneide dabei der Bus ab, betont Nico Schoenecker (56), Geschäftsführer der AutobusOberbayern GmbH. Gemessen am CO₂-Ausstoß pro Fahrgast, seien Busse besonders klimaschonend unterwegs. Noch viel umweltfreundlicher sind die Fahrzeuge, wenn sie ohne Diesel fahren.

Deshalb treibt das Münchner Unternehmen die Antriebswende in Richtung E-Mobili-

tät voran. Es will Strom selbst erzeugen, Dieselfahrzeuge umbauen und kauft E-Busse. Gut 30 sollen es bis nächstes Jahr sein. Zudem testet AutobusOberbayern den synthetischen Kraftstoff HVO 100. Das Unternehmen rüstet gerade eine Tankstelle in der Lerchenau auf die neue Technologie um.

Auch die Münchner Verkehrsgesellschaft mbH setzt auf Nachhaltigkeit. Bis Ende des Jahres soll ein Viertel der Busflotte elektrisch betrieben sein und bis 2035 der gesamte Fuhrpark mit E-Antrieb fahren.

Insgesamt ist in puncto nachhaltige Mobilität also einiges in Bewegung. So stehen die Chancen nicht schlecht, dass demnächst weit mehr Touristen als bisher in Oberbayern nachhaltig unterwegs sind. ●

Mehr Informationen zu Tourismus und Nachhaltigkeit gibt es auf der IHK-Website unter: www.ihk-muenchen.de/tourismus

IHK-Ansprechpartner zu Tourismus:

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

zu Mobilität:

Joseph Seybold
Tel. 089 5116-1203
seybold@muenchen.ihk.de

Fabrikplanung. Architektur. Industriebau.

Wir

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

**Termintreu.
Nachhaltig.
Kostensicher.**





Fahrt zur Bergstation –
1.140 Höhenmeter
in achteinhalb Minuten

Zeitreise ins Jahr 1928

Die Predigtstuhlbahn ist die älteste Seilschwebbahn der Welt und ein ganz besonderes Tourismusziel in Oberbayern. Seit 2012 gehört sie zur Unternehmensgruppe Max Aicher.

Von Sebastian Schulke

Was da an dem dicken Seil aus Stahl hängt, ist ein sogenannter Dummy. Ein Dummy, der nur vorübergehend im Einsatz ist. In diesem Fall ist es eine rote Gondel mit einer weißen Eins darauf. Sie trudelt gerade unten in der Talstation ein, hat ein paar Fahrgäste vom Gipfel des Predigtstuhls zurück ins Tal nach Bad Reichenhall gebracht. So, wie es das Original schon seit knapp 100 Jahren tut. »Dieses Original befindet sich jedoch in der Werkstatt«, sagt Stephan Semmelmayr, Geschäftsführer der Predigtstuhlbahn GmbH & Co. KG, der ältesten Seilschwebbahn der Welt. »Die alte Gondel

wird dort von Kopf bis Fuß zerlegt und nach den Auflagen des Denkmalschutzes instand gehalten.«

Ein sehr aufwendiges Unterfangen. Jede Schraube, jede Leiste und jedes noch so kleine Bauteil muss dem Original entsprechen. Das gilt für die gesamte Anlage der Bergbahn. »300.000 Euro kostet uns die Instandhaltung dieser einen Gondel«, erklärt Semmelmayr. Und auch alles andere wird entsprechend aufwendig repariert beziehungsweise restauriert. »Wer sich bei uns eine Fahrkarte kauft, beginnt eine Zeitreise ins Jahr 1928«, sagt der Geschäftsführer und steigt in den Dummy.

Die Fahrt von der Tal- bis zur Bergstation auf 1.584 Metern dauert achteinhalb Minuten. Die Streckenlänge beträgt 2.380 Meter, dabei überwindet die Gondel 1.140 Höhenmeter. Das Seil verläuft über drei mächtige, in Stahlbeton gegossene Stützen, die markant bis zu 32 Meter hoch aus dem Fels ragen. »Die Predigtstuhlbahn ist damals ein Meilenstein der Ingenieurskunst gewesen und setzte Maßstäbe«, erzählt Semmelmayr. »Das erhalten wir nicht einfach nur, sondern machen es für unsere Fahrgäste erlebbar und greifbar.« Ein Blick zurück: Um die 1920er-Jahre ist in Bad Reichenhall nicht viel los. Die gol-

denen Jahre, in denen die Königshäuser aus Deutschland, Österreich-Ungarn und Russland in dem Kurort verweilten, sind vorbei. Der Erste Weltkrieg, der Sturz der Monarchie und die Hyperinflation in Deutschland haben tiefe Spuren hinterlassen. Bad Reichenhall muss etwas tun, will mit der Zeit gehen und vor allem den internationalen Jetset anlocken.

So baut der Kurort, der seit 1890 auf Verfügung des bayerischen Prinzregenten den Zusatz »Bad« führen darf, 1926 einen Linienflughafen und errichtet ein zentrales Kurmittelhaus. Damit nicht genug. Die Predigtstuhlbahn soll das i-Tüpfelchen des Ganzen sein. Direkt neben der Bergstation wird zudem ein Hotel mit 70 Betten gebaut, das wie ein tibetisches Bergkloster aus den Felsen am Gipfel ragt.

Der Plan geht auf. Gäste aus aller Welt strömen in den Kurort. Doch der Zweite Weltkrieg macht erneut einen Strich durch die Rechnung. Bad Reichenhall wird zu einem riesigen Lazarett. Nach den Kriegswirren wird klar: Die glorreichen Zeiten des mondänen Weltkurorts neigen sich endgültig dem Ende zu. Das bekommt auch die Bergbahn zu spüren. Der aufkommende Wintersport lockt zwar kurzzeitig mehr Menschen auf den Predigtstuhl – doch insgesamt gehen die Besucherzahlen zurück. Außerdem werden in den umliegenden Tälern ebenso Bergbahnen gebaut. 2009 folgt die Insolvenz, der Fahrbetrieb wird allerdings aufrechterhalten. Hotel und Restaurant werden geschlossen. 2012 kauft Max Aicher mit seiner Unternehmensgruppe die Bahn – samt Berghotel und der Alm in der Schlegelmulde. »Ich bin Bad Reichenhaller und habe hier als Kind das Skifahren gelernt«, erzählt Aicher, »bin also mit dem Predigtstuhl eng verbunden. Außerdem ist für mich als Ingenieur die alte Bahn, die seit 2006 unter Denkmalschutz steht, ein Hit.«

Die rote Gondel schwebt gerade mit 18 Stundenkilometern recht leise und an-



Perfekte Lage – das Bergrestaurant aus den 1930er-Jahren bietet einen grandiosen Ausblick

Foto: Thorsten Jochim



Seit 21 Jahren Betriebsleiter – Ralf Urban (l.) mit Geschäftsführer Stephan Semmelmayr

Foto: Thorsten Jochim

genehm Richtung Gipfel. Die Talstation wird immer kleiner, der Ausblick über Bad Reichenhall, die Berge und Täler immer imposanter. Bis zu 25 Personen plus Schaffner haben Platz und können aus dem zwölfeckigen Corpus mit Steh- und Sitzplätzen den Rundumblick genießen. Die Scheiben sind damals wie heute aus Plexiglas – vor 100 Jahren ein ganz neues und innovatives Material. »Die Techniker von Bleichert-Zuegg entwickelten damals

diese neue Form für Gondeln, die eine bessere Aerodynamik brachte und mehr Komfort bot«, erklärt Semmelmayr. Als der schwebende Pavillon in der Bergstation ankommt, geht der Geschäftsführer in den Maschinenraum. Der riesige Dieselmotor eines Schiffs zieht die Blicke auf sich. »Der war bis 1941 im Einsatz. Dann erfolgte die Elektroenergieversorgung per Freileitung aus dem Tal«, sagt Ralf Urban. Er ist Diplom-Ingenieur



und seit 21 Jahren Betriebsleiter der Predigtstuhlbahn.

»Es schaut hier aus wie in einem Museum«, meint Urban. »Doch die gesamte Anlage ist noch voll in Betrieb.« Mike Pallentin, der Maschinist, kommt herein. Er legt einen großen Hebel an der altertümlichen Schalttafel um und bringt die Anlage wieder zum Laufen. »Jetzt wird's laut. Die Gondeln fahren wieder«, so Urban. »Die eine Richtung Tal, die andere Richtung Bergstation.«

Der Antrieb der Bahn befindet sich in der Bergstation. Hier hat auch Maschinist Pallentin seinen Fahrstand, der sich direkt über dem Bahnsteig befindet. Riesige Telefone hängen an der Wand. Ein sogenannter Fahrbildanzeiger verdeutlicht, wo sich die beiden roten Gondeln gerade befinden. »So kann ich auch bei Nacht und Nebel fahren«, sagt Pallentin. Ein elektrischer Umformer versorgt den Gleichstromantriebsmotor mit Energie, um das Zugseil in Gang zu setzen. Dieses läuft über eine riesige Treibscheibe aus Stahlguss. Dazu drehen sich große

und kleine Zahnräder. Ein Konstrukt, das komplett analog läuft und bestens funktioniert.

Außerdem befindet sich hier oben die Verankerung der beiden Trageile, die jeweils einem Zug von bis zu 85.000 Kilogramm standhalten müssen und die unten in der Talstation durch zwei riesige Stahlbetonblöcke (50 Tonnen schwer), die sich in einem elf Meter tiefen Schacht befinden, gespannt werden. Aus technischen Gründen und um den Sicherheitsanforderungen zu entsprechen, werden die Trageile alle zwölf Jahre um etwa sechs Meter verzogen. »Es wird noch Jahrzehnte dauern«, meint Urban, »bis wir das gute alte Trageil dann auch mal austauschen müssen.«

Eimer mit schwarzem Fett stehen im Maschinenraum. »Damit schmieren wir die Zahnräder jeden Tag ein«, erzählt Urban und führt uns in einen kleinen Nebenraum, der so überhaupt nicht in das nostalgische Bild der alten Bergbahn passt. Ein großer Flachbildschirm steht hier, daneben graue Schaltschränke mit elek-

trischen Modulen. »Das haben die Behörden vor sechs Jahren so verlangt, obwohl unsere Seilschwebbahn seit knapp 100 Jahren tadellos läuft«, sagt Semmelmayr. Das digitale Kontrollsystem diene als Back-up und springe im Notfall ein.

Das Hotel oben am Predigtstuhl ist seit zehn Jahren wegen Sanierungsarbeiten nicht mehr in Betrieb. »Da ist noch nicht ganz klar, wie wir das weiter nutzen können«, meint Geschäftsführer Semmelmayr, der bereits eine neue Attraktion vor Augen hat.

Er verlässt den Maschinenraum und tritt auf die große, verglaste Terrasse des Restaurants. Ein traumhafter Blick über die Alpen bietet sich hier. »Neben unserem sehr nostalgischen Restaurant aus den 1930er-Jahren soll es bald auch ein Predigtstuhl-Museum geben«, verrät der Geschäftsführer. »So können unsere Fahrgäste die Historie unserer Seilschwebbahn nicht nur während der Fahrt erleben, sondern direkt danach entdecken, was alles hinter diesem Wunderwerk der Technik steckt – in Form von alten Fotos, Plakaten, Maschinen, Bauteilen und spannenden Geschichten von Zeitzeugen.«

Finanziert wird die denkmalgeschützte Predigtstuhlbahn von der Max-Aicher-Stiftung. Um die 50.000 Fahrgäste steigen jedes Jahr in die roten Gondeln. Die Fahrpreise sind im Vergleich zu anderen, modernen Bergbahnen recht hoch. Erwachsene zahlen für eine Berg- und Talfahrt 49 Euro. Kinder ab sieben Jahren 39 Euro. Dennoch schreibt die Bergbahn in Bad Reichenhall rote Zahlen, da die Instandhaltungskosten so hoch sind.

Für die Besucher lohne sich die Fahrt in jedem Fall, meint Semmelmayr. »Denn bei uns bekommt man dafür nicht nur Natur und tolle Einkehrmöglichkeiten geboten. Wir sind ein schwebendes und sehr lebendiges Museum.«

»KI muss die Infos finden«

Barbara Radomski, Geschäftsführerin von Bayern Tourismus Marketing, erklärt, wie Angebote sichtbar werden und welche Rolle die BayernCloud Tourismus dabei spielt.

Von Sabine Hölper

Frau Radomski, seit rund anderthalb Jahren gibt es die BayernCloud Tourismus, um Einheimischen und Gästen bestmögliche Informationen über die Region zur Verfügung zu stellen. Was genau leistet die BayernCloud Tourismus?

Es gibt so viele Datensilos, die nicht miteinander vernetzt sind. Etwa zu Wanderwegen, Museen, Gastronomie, öffentlichem Nahverkehr, Wetter. Die Gäste

wollen aber alles aus einer Hand erfahren, am besten auf ihrem Mobiltelefon: Welche Wirtshäuser im Umkreis von zehn Kilometern haben geöffnet? Welche Parkplätze an Talstationen sind frei? Welche Ferienwohnung kann ich zum gewünschten Zeitraum buchen? Wo geht der Wanderweg los?

Die Touristen gehen nicht auf zehn Webseiten, um sich einen Überblick über

alles für sie Wichtige in der Region zu verschaffen. Sie wollen alles schnell aus einer Quelle erfahren. Sie erwarten Echtzeit-Informationen. Genau dafür soll die BayernCloud Tourismus die Basis liefern. Um das zu erreichen, brauchen wir eine Datenbündelung auf einer Plattform, über die die Daten für Dienstleister, zum Beispiel externe App-Anbieter oder Website-Agenturen, abrufbar sind.

Der Mehrwert für die Gäste leuchtet ein. Wieso sollten die Unternehmen, die Ihnen die Daten liefern, mitmachen?

Richtig, die Unternehmen liefern die Daten. Das tun sie schon heute. Sie geben, als Beispiel, jeden Morgen in der Früh händisch die Schneehöhen ein und schicken diese an mindestens fünf unterschiedliche Portale. Oder: Der Gastwirt gibt auf seiner Webseite, auf Facebook und auf Google Business die aktuellen Öffnungszeiten ein. Das ist sehr aufwendig. Und dennoch verpuffen die Informationen zum Teil, da die Menschen immer seltener einzelne Webseiten besuchen. Das ist ihnen zu mühsam. Die KI muss die Informationen finden, dann findet sie auch der Gast. Oder negativ gesprochen: Wenn wir die Echtzeit-Informationen nicht gebündelt liefern, die KI sie also nicht findet, dann kommen die Leistungsträger bald gar nicht mehr vor.

Wie kommen die Gäste an diese gebündelten Informationen in Echtzeit?

Idealerweise über die Kanäle, die die Gäste auch bereits jetzt nutzen, also verschiedene Outdoor- und/oder Reise-Apps, die unsere Daten kostenfrei nutzen können. Parallel dazu arbeiten wir selbst gerade an einer Bayern App, einen Prototyp gibt es schon. Die endgültige Version wird in zwölf bis 24 Monaten online gehen. ●

bayerncloud.digital



Touristen wollen Infos aus einer Quelle, ist Barbara Radomski (57), Chefin von Bayern Tourismus Marketing, überzeugt



Endlich Bewegung

Die Sanierung der Brennerautobahn zwingt die Verkehrspolitik zu mehr Kooperation – die IHK arbeitet mit an grenzüberschreitenden Lösungen.

Von Martin Armbruster

Um diese Aufgabe ist Stefan Siegele nicht zu beneiden: Siegele ist Chef der ASFINAG Alpenstraßen GmbH. Die Autobahngesellschaft beginnt 2025 das, was die Politik jahrelang verzögert hat: die Sanierung der Luegbrücke, mit knapp zwei Kilometern Länge das Herzstück der Brennerautobahn. Glaubt man manchen Medien, plant Siegele

das »Chaos am Brenner« (tz), den »Super-GAU« (Tiroler Tageszeitung) und die »Kapazitäten-Schmelze« am Brenner (Deutsche Verkehrs-Zeitung).

Was die ASFINAG wirklich vorhat, erklärte Siegele an einem sonnigen Freitagnachmittag Anfang Mai 50 bayerischen Unternehmern in der Autobahnmeisterei Plon in Steinach am Brenner. Die

IHK-Exkursion »Brenner Transitverkehr – Tunnelbau und Autobahn« machte die Diskussion möglich, die Idee dazu hatte IHK-Verkehrsexperte Korbinian Leitner. Seinen Worten zufolge ging es dabei um mehr als darum, Baustellen zu besichtigen. Die Exkursion sollte deutlich machen, wie dringend auch die Verkehrspolitik eine Sanierung braucht.



Sanierungsfall – die knapp zwei Kilometer lange Luegbrücke

Foto: ASFINAG

Dafür lieferte die Exkursion gute Argumente. Schon zum Auftakt fuhr die IHK-Delegation im Reisebus an stehenden Lkws vorbei – Blockabfertigung zwischen Kufstein und Kiefersfelden, wie das vor einem Wochenende eben so ist. IHK-Vizepräsident Georg Dettendorfer stimmte danach die Teilnehmer schon einmal ein. Er sagte, die Lage am Brenner sei »maximal schlecht«.

Oliver Schwedes, Verkehrsforscher an der TU Berlin, hält diesen Zustand für programmiert. Er erklärte im ZDF, warum die Politik seit 20 Jahren für die Sanierung der Infrastruktur so wenig unternimmt: Das koste Geld und bringe Ärger. Mit Staus, Baustellen und Umleitungen ließen sich keine Wähler gewinnen.

Wohin das führt, lässt sich im Sauerland besichtigen. 2023 erfolgte dort die Sprengung der Talbrücke Rahmede, der höchsten Autobahnbrücke Deutschlands. Seitdem rollen täglich 6.000 Lkws mitten durch Lüdenscheid. Ein Albtraum-Szenario, das auch dem Transitverkehr über die Alpen droht. Die Infrastruktur ist überlastet und veraltet. Neben der Luegbrücke müssen auf der A 10-Tauernautobahn, der zweiten wichtigen Nord-Süd-Achse, Tunnel saniert werden. Auf der bayerischen Seite stehen auf der A8 Brückensanierungen und eine Fahrspurverbreiterung an. Das alles wäre nur halb so tragisch, wenn es für den Schwerverkehr eine Alternative zur Straße gäbe. Spediteur Dettendorfer bezeichnet aber auch den Zustand der

Bahn als »maximal schlecht«. Der Gütertransport auf der Schiene sei zu teuer, zu langsam, zu unpünktlich, die Infrastruktur ebenfalls sanierungsbedürftig. Folge: Der Tauern-Eisenbahntunnel wird von November 2024 an für acht Monate gesperrt. Das ist erst der Anfang. Die deutsche Bahn wird 2027 den hoch belasteten Bahnkorridor von München nach Rosenheim für die Sanierung komplett sperren, was für noch mehr Verkehr auf der Straße sorgen wird. Bayerns Verkehrsminister Christian Bernreiter (CSU) sagt voraus, dass die Sanierungswelle Bayerns Wirtschaft schädigen werde.

Intensiv wie nie zuvor beschäftigt sich die IHK daher mit dem Alpentransit – mit mehreren Veranstaltungen schon in der

ersten Hälfte 2024. Keine davon machte so deutlich, was in der Verkehrspolitik schief läuft, wie das Gespräch am Brenner in der Autobahnmeisterei. ASFINAG-Chef Siegele nannte das Vorhaben Luegbrücke »hochpolitisch«. Und das ist noch untertrieben.

Neubau oder Tunnel? Darüber wurde in Österreich jahrelang auf allen Ebenen gestritten. Alle mischten mit, FPÖ, Grüne, ÖVP, SPÖ, die Neos. Die Gemeinde Gries hat das Projekt mit allen rechtlichen Mitteln bekämpft und um Jahre verzögert. Günther Platter (ÖVP), bis Oktober 2022 Landeshauptmann Tirols, wollte den Tunnel. Sein Nachfolger und Parteifreund Anton Mattle gab diesen Plan wegen »technischer Gründe« auf: Der Tunnelbau würde 15 Jahre Zeit und mehr als eine Milliarde Euro kosten.

Einen Tag, bevor die IHK-Delegation bei der ASFINAG eintraf, hatte das Tiroler Landesverwaltungsgericht eine Beschwerde der Gemeinde Gries abgewiesen. Bürgermeister Karl Mühlsteiger kündigte eine »außerordentliche Revision« beim Bundesverwaltungsgerichtshof an. Nötigenfalls will er mit Sitzblockaden auf der Autobahn die Bundesregierung in Wien und die EU-Kommission zum Eingreifen zwingen. In der Sache hat die Statik längst entschieden. Den Teilnehmern der IHK-Exkursion versicherte Siegele: »Wir wollen diese Brücke am Leben halten.« Eine gute Nachricht auch für Bayerns Wirtschaft. Ursprünglich war die Vollsperrung geplant.

Im Tiroler Wipptal geht es nicht um eine normale Autobahnbaustelle. Dort ist eine Hauptschlagader der europäischen Wirtschaft bedroht. Über die Brücke rollen pro Jahr 2,5 Millionen Lkws, mehr als die Hälfte des alpenquerenden Güterverkehrs und Waren im Gesamtwert von mehr als 100 Milliarden Euro. Der Bundesverband der Deutschen Industrie (BDI) betont, dort werde über Deutschlands Wohlstand entschieden.

Bautechnisch hat sich die ASFINAG für die anspruchsvollste Variante entschied-



Zehn Meter pro Tag – die IHK-Exkursion führte auch zur Baustelle Brenner Basistunnel

Foto: IHK

den. Während der Verkehr einspurig auf der alten Brücke weiterläuft, wird parallel dazu die neue gebaut. Das Ganze soll erst starten, wenn über die Ausweichroute A10 wieder Verkehr umgeleitet werden kann. Der Neubau wird rund drei Jahre dauern. Siegele machte sehr klar, was das für den Schwerverkehr bedeutet: noch mehr Tage mit »Dosierung«.

Einen Rückstau von bis zu zehn Kilometern hält er für akzeptabel. Im ASFINAG-Jahreskalender für 2025 sind aber Richtung Süden etwa 20 Tage violett eingefärbt. Das steht für Rückstaus von bis zu 65 Kilometern Länge. Dann müsse man handeln, erklärte Siegele, sonst sei das Inntal dicht. Unfälle, Unwetter und Erdbeben sind nicht eingerechnet.

Kann das gut gehen? Anruf bei einem Mann, der es wissen muss. Michael Schreckenberger, Inhaber des Lehrstuhls Physik und Verkehr an der Uni Duisburg-Essen, gilt als Experte für Autobahnbaustellen. Er hält das, was die ASFINAG plant, für ein großes Experiment. Aber auch für eines, das glücken kann. Als »richtig klug« lobt er die Idee, an Spitzentagen einen »dynamischen Fahrspurwechsel« vorzunehmen.

Der Verkehrsphysiker Schreckenberger hat das genau berechnet. Bei Einspurigkeit verliert die Brücke bis zu 80 Prozent ihrer Kapazität, weil das langsamste Fahrzeug das Tempo bestimmt. Wenn ein Lkw liegen bleibt, kommen alle zum Stehen. An Tagen mit viel Reiseverkehr wird die ASFINAG phasenweise zwei Spuren nur in Richtung Süden nutzen. Der Gegenverkehr wird umgeleitet. Lkws und Busse müssen Pause machen oder eine andere Route nach Italien nehmen.

Schreckenberger sieht in der Routenwahl einen weiteren Entlastungseffekt. Es gibt Studien, wonach ein Drittel der Lkws über den Brenner fährt, obwohl das ein Umweg ist. Laut der Erhebung »Alpenquerender Güterverkehr« (CAFT) sind es mehr als 50 Prozent. Der Brenner zieht mit günstigen Diesel-Tankstellen und der niedrigsten Maut aller Alpenpässe Schwerverkehr an. Das könnte sich ändern, sollte die Dauerbaustelle auf der A13 Staus und Wartezeiten provozieren. Hoffnung macht auch das anlaufende Teamwork für den Alpen transit. Das Bundesverkehrsministerium erklärt, die Niederlassung Südbayern der Autobahn GmbH bereite sich in Abstimmung mit



Gewohntes Bild – Stau auf der Brennerautobahn

Foto: penefoto.de/Adobe Stock

Polizei, ASFINAG, IHK und weiteren Betroffenen auf die Notlage vor. Man arbeite an einem Kommunikationskonzept, um Unternehmen und Urlauber frühzeitig über die Baustelle zu informieren. Sogar die Eidgenossen ziehen mit. Das Schweizer Verkehrsministerium schreibt, man werde von 2025 an eine Verlagerung von Straßentransporten vom Brenner auf die Bahnangebote der Schweiz ermöglichen. Leider hilft das wenig gegen das Kernproblem: Die Verkehrsbelastung der Brenner-Autobahn steigt unentwegt. Und

sie wird sich noch verstärken. Italiens Wirtschaft wächst, die Häfen Liguriens und der nördlichen Adria wurden massiv ausgebaut. Folglich müssen noch mehr Güter über die Alpen. Zweites Ziel der IHK-Busreise war daher ein Jahrhundertprojekt: Ausstieg auf dem Parkplatz vor dem »Infopoint« der Brenner Basistunnel Gesellschaft SE (BBT) in der Franzensfeste. In der unterirdischen Baustelle bei Mauis genossen die Unternehmer in Gummistiefeln und Sicherheitswesten das Gefühl, dass sich

etwas in die richtige Richtung bewegt. BBT-Sprecher Heinrich Tschigg erklärte, wie viel technischen Aufwand es erfordert, damit sich die Tunnelbohrmaschine »Ida« zehn bis 14 Meter pro Tag durch das Gestein gräbt. Seine Botschaft: »Alles fein. Wir kommen voran.« Auf der politischen Seite läuft es weniger gut. BBT-Aufsichtsrat Martin Ausserdorfer nannte im Infopoint die Rahmenbedingungen »verrückt«. Österreich, Italien und die EU hätten in einem historischen Kraftakt zehn Milliarden Euro für den Ba-



FÜR IHREN PROJEKTERFOLG:
Planung, Projektsteuerung und Bauleistung bis zur schlüsselfertigen Übergabe.

NEUBAU, ERWEITERUNG, MODERNISIERUNG Otto-Wagner-Str. 2, 82110 Germering, Tel. 089 38033170 WWW.LIG-PROJEKTBAU.DE

Foto: ASFINAG



Achtung, Baustelle! Schon jetzt bremsen Arbeiten den Verkehr

sistunnel aufgebracht. Jetzt kämpfe man gegen Bürokratie und Vergaberecht. Statt 2028 könnten deswegen erst 2032 bis zu 200 Güterzüge täglich durch die Doppelröhre rollen.

Die große Frage: Was passiert bis dahin? Der Umweg mit dem Schiff Richtung Nordsee dürfte sich nur im Ausnahmefall rechnen. Ingrid Obermeier-Osl, Holzwerkchefin und Italien-Kennerin im IHK-Präsidium, hält den Vorschlag für absurd, den italienischen Markt aufzugeben. »Ich habe das Italien-Geschäft in Jahrzehnten aufgebaut. Meine Kunden und Lieferanten sitzen dort. Die kann ich nicht nach Polen umtopfen«, erklärt sie.

Tatsächlich haben bislang nur die Alpenländer ein Konzept auf den Tisch gelegt, mit dem man relativ schnell auf die Not-OP der Luegbrücke reagieren könnte. Bayerns Ministerpräsident Markus Söder (CSU) und die Landeshauptleute Anton Mattle (ÖVP) und Arno Kompatscher (SVP) unterzeichneten im April 2023 die »Kufsteiner Erklärung«. Sie verpflichteten sich dazu, grenzüberschreitend ein digitales Verkehrsmanagementsystem einzuführen. Ähnlich wie beim Luftverkehr sollen Slots für Lkw-Fahrten vergeben werden. Dafür würde Tirol auf die Blockabfertigung verzichten.

Für dieses Modell müssten Italien, Deutschland und Österreich einen Staatsvertrag unterzeichnen. Bundesverkehrsminister Volker Wissing (FDP) hält aber von einer Lkw-Kontingentierung nichts.

Seine Sprecherin nennt das einen Angriff auf die »Warenverkehrsfreiheit«. Das Slot-System bedeute, »die Blockabfertigung mittels Digitalisierung fortzusetzen«.

Italiens Regierung um Ministerpräsidentin Giorgia Meloni (Fratelli d'Italia) hat Österreich wegen der Blockabfertigung



Für »dynamischen Fahrspurwechsel« an Spitzentagen – Michael Schreckenberger, Verkehrsexperte an der Uni Duisburg-Essen

vor dem EuGH verklagt. Der A 13 hilft das nicht. Bis zu einem Urteil wird es Jahre dauern.

Die Fachverbände machen ebenfalls Front gegen das Slotsystem. Andrea Pellegrini, Präsident von Fai Confrtrasporto Trentino-Südtirol, fordert ein Ende des Lkw-Nachfahrverbots. Wie realistisch das ist – siehe oben. Dann blockiert das

Transitforum Austria-Tirol wieder die Straßen.

Nicht minder weltfremd ist die Forderung des Südtiroler Spediteurs Martin Gruber nach einer Einschränkung des Urlaubsverkehrs, damit seine Lkws ungehindert fahren. Denn ein 40-Tonner belastet die Luegbrücke so stark wie 50.000 Pkws.

Und Tourismus ist eben auch wichtig. »Kämen die Deutschen nicht mehr, wäre Südtirol pleite«, sagt Angelika Malleier, Wirtin des Götzfried Kellers in Lana. Natürlich könnten die Deutschen auch mit dem Zug nach Meran kommen. Nur ist das Bahnangebot schon beim Preis kaum interessant. Die einzige attraktive Alternative zum Auto ist der Flixbus. Und der fährt auf der Straße.

Maximal schlecht ist unverändert der deutsche Beitrag zum Erfolg des Brenner-Basistunnels. Der Nordzulauf kommt zehn Jahre zu spät. Im Dezember 2024 steigt der Trassenpreis für den Güterverkehr auf der Schiene um 16 Prozent. Das bringt noch mehr Lkws auf die Straße.

IHK-Fachmann Leitner sieht dennoch Fortschritte. Endlich gebe es Bewegung in der Diskussion. Die Alpenländer seien bereit, neue Instrumente auszuprobieren. 2025 gibt es daher wieder eine IHK-Exkursion zum Brenner. Wenn es gut läuft, steht dann die Luegbrücke noch. Und die neue ist im Bau.

Selbst vom Brenner-Basistunnel gibt es Neuigkeiten. Die Deutsche Bahn kündigte an, ihre Planung für die deutsche Zulaufstrecke zügig abzuschließen. »Die Unterlagen bereiten wir bis Ende des Jahres auf«, sagte der scheidende Bahnchef in Bayern, Klaus-Dieter Josel. »Ziel ist, dass diese im Frühjahr 2025 in den Bundestag eingebracht werden.«

IHK-Ansprechpartner zum Thema Verkehr
Dr. Korbinian Leitner, Tel. 089 5116-1770
leitner@muenchen.ihk.de

Webinar

Die Kunst des Storytellings

Geschichten vermitteln Botschaften einprägsam und überzeugend, sie inspirieren Menschen. Diesen Effekt können auch Unternehmen nutzen. Wie das gelingt, darüber informiert ein Webinar der IHK-Digitalisierungsinitiative Pack ma's digital. Teilnehmen können alle, die ihre Kommunikationsfähigkeiten verbessern möchten, unabhängig davon, ob sie in Marketing, Unternehmenskommunikation oder einem anderen Bereich tätig sind.

Das Webinar besteht aus zwei Teilen. Zunächst vermittelt es die Grundprinzipien des Storytellings: Wie strukturiert man eine spannende Geschichte? Wie verpackt man seine Botschaft am besten? Der zweite Teil gibt Einblicke, wie sich Storytelling im Recruiting einsetzen lässt, um zum Beispiel die Zahl der passenden Bewerber zu erhöhen.



Gute Geschichten wirken – das gilt auch für Firmenbotschaften

Foto: Oleksandr/Adobe Stock

Termin: 30. Juli 2024, 11–12 Uhr
Die Teilnahme ist kostenfrei.

Weitere Informationen und Anmeldung:
www.ihk-muenchen.de/de/Veranstaltungen

IHK-Ansprechpartner:
Bernhard Kux, Tel. 089 5116-1705
kux@muenchen.ihk.de



WIR SCHAFFEN VERBINDUNGEN



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

LANCOM
Systems

Alcatel-Lucent
Expert Partner

Unify[®] | NOW PART OF
Mitel

innovaphone
more than communication

Den Mangel an Arbeitskräften eindämmen

Wo werden Beschäftigte in Zukunft besonders fehlen? Der IHK Arbeitsmarktradar Bayern hat die Entwicklung bis 2027 untersucht. Ein Überblick über die wichtigsten Ergebnisse.



Gut beraten – bei Berufen im Verkauf kommt es zu besonders großen Engpässen

Foto: Robert Kneschke/Adobe Stock

Von Gabriele Lücke

Wenig beschäftigt die Wirtschaft derzeit so stark wie das Fehlen von dringend benötigten Arbeitskräften. Der neue IHK Arbeitsmarktradar Bayern liefert nun eine fundierte Betrachtung, wie sich die Lage im Zeitraum bis 2027 entwickelt. Die Analyse wurde für die bayerischen IHKs vom Institut der deutschen Wirtschaft (IW Köln) erstellt.

»Der Arbeitskräftemangel nimmt weiter zu und bleibt gravierend. Er geht mit wachsenden Wertschöpfungsverlusten einher«, zieht Sebastian John, Fachkräftereferent der IHK für München und

Oberbayern, ein nüchternes Fazit. Zwar konnte die bayerische Wirtschaft in der Vergangenheit und trotz des schon bestehenden Mangels noch Beschäftigung aufbauen. »Aber langsamer als nötig«, so John. »Wir müssen daher angesichts der Aussichten umso mehr alle Register ziehen, um den Arbeitskräftemangel einzudämmen.« Wichtige Bausteine sind die Zuwanderung sowie höhere Partizipationsquoten von Frauen, Älteren und Ausländern. »Bei den Frauen bietet auch die Ausweitung der Arbeitszeit ein hohes Potenzial, da diese häufig in Teilzeit arbei-

ten. Dafür müssen aber die Rahmenbedingungen stimmen.«

Die bayerischen Unternehmen werden zudem mit einer zunehmenden Polarisierung der Qualifikationen zu kämpfen haben, sagt Demografieexperte Alexander Burstedde, der die Erhebung auf Seiten des IW geleitet hat. »Viele mittel qualifizierte, dual ausgebildete Fachkräfte gehen in Rente. Nachrücken werden aber insbesondere gering qualifizierte Helfer und hoch qualifizierte Experten«, so der IW-Forscher. »Auch dies müssen die Betriebe antizipieren und ausgleichen, etwa

18,3 Mrd. Euro

werden in Bayern wegen fehlender Arbeitskräfte 2027 an Wertschöpfung verloren gehen. Mehr als ein Viertel dieser Verluste (4,7 Milliarden Euro) entfallen dabei auf München und Oberbayern.

Quelle: IHK Arbeitsmarktradar Bayern

durch Fortbildungen oder technologische Anpassungen.«

Die wichtigsten Ergebnisse des IHK Arbeitsmarktradars Bayern:

- Bis 2027 könnte die Zahl der fehlenden Arbeitskräfte in Bayern auf rund 176.000 anwachsen (s. Grafik), das wäre seit 2022 ein Plus von mehr als zwölf Prozent.
- Rein rechnerisch wären 2027 bereits rund 55 Prozent aller offenen Stellen nicht zu besetzen, weil es keine passend qualifizierten Arbeitslosen gibt – die sogenannte Stellenüberhangsquote.
- Die Top-Engpass-Berufe liegen in Bayern im Verkauf, in der Kinderbetreuung, in der Gesundheits- und Krankenpflege, bei medizinischen Fachangestellten, in der Informatik sowie in der Lagerwirtschaft, Gastronomie, Elektrotechnik sowie Bauelektrik.

Etwas anders stellt sich die Lage in München und Oberbayern dar. »Der Fachkräftemangel wächst zwar auch hier, aber nur wenig«, sagt IW-Experte Burstedde. Zurückzuführen sei dies auf die Anziehungskraft Münchens. »Die Landeshauptstadt und, insbesondere auch ihr IT-Hub locken viele gut qualifizierte, junge Zuwanderer.« So werde der Renteneintritt der Älteren besser abgedeckt. Zugleich zeige diese Entwicklung, welch großen Wert eine offene Gesellschaft und Zuwanderung für die Wirtschaft haben. »Darüber hinaus profitiert die Region von den vielen Pendlern«, so Burstedde. »Wichtig ist also für die Zukunft eine gute Verkehrsinfrastruktur.«

Für Oberbayern kommt der IHK Arbeitsmarktradar zu folgenden Ergebnissen:

- Im Gegensatz zu Gesamtbayern steigt der Arbeitskräftemangel in Oberbayern von 2022 bis 2027 nur leicht auf 40.900

Personen und damit um 1,5 Prozent.

- Am größten dürfte der Mangel bei gering qualifizierten Helfern ausfallen: Er vergrößert sich von rund 700 fehlenden Helfern 2022 auf 2.400 im Jahr 2027 – ein Plus von 243 (!) Prozent.
- Die mit Abstand größte Arbeitskräftelücke wird für den Verkauf erwartet, noch vor Informatik und Gesundheits- und Krankenpflege.

Die Datenbasis für den IHK Arbeitsmarktradar Bayern basiert auf der Methodik der IW-Arbeitsmarktfortschreibung. Ergänzt wurden Ergebnisse der IHK-Konjunkturbefragungen, Branchenverteilungen der

Beschäftigten, ein Wertschöpfungs- und ein Kurzfristmodul. Mit berücksichtigt wurde außerdem die qualifikatorische Passung der Arbeitslosen.

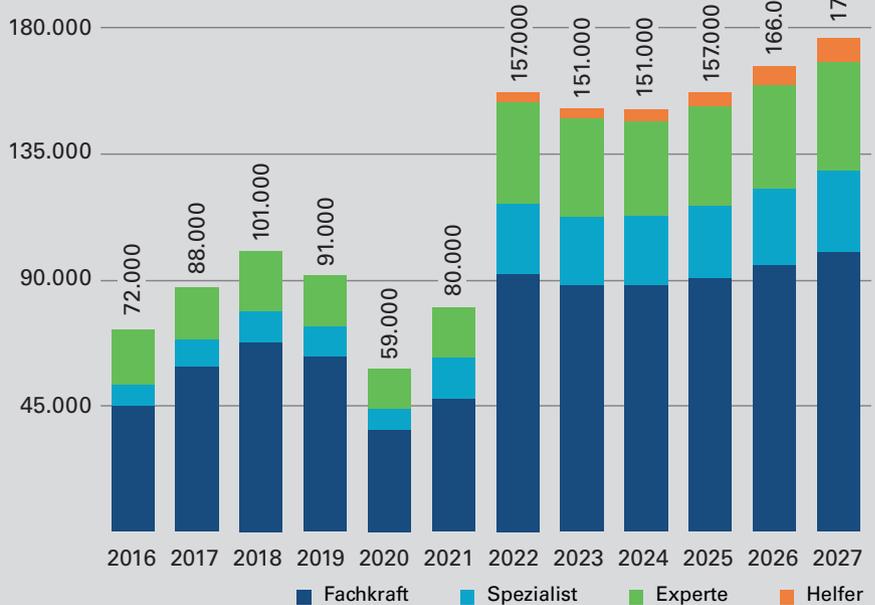
Den IHK Arbeitsmarktradar Bayern gibt es hier: arbeitsmarktradar.bihk.de

IHK-Ansprechpartner zum Thema Fachkräfte

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

ES FEHLEN IMMER MEHR

Arbeitskräftelücke in Bayern



176.000 Arbeitskräfte zu wenig 2027 – es mangelt an Beschäftigten aller Qualifikationsniveaus

Augenmaß gefragt

Der Gewerbesteuerhebesatz ist für Firmen ein wichtiger Standortfaktor – und beeinflusst gleichzeitig entscheidend die Gemeindefinanzen. Die Festlegung ist ein Balanceakt.



Foto: orpheus26/dobe Stock

Von Melanie Rübartsch

Für Taufkirchen hat der Blick zur Nachbargemeinde den Ausschlag gegeben. Dort, in Oberhaching, lag der Gewerbesteuerhebesatz mit 250 Prozent 60 Prozentpunkte unter dem eigenen – und trotzdem nahmen die Oberhachinger zuletzt regelmäßig mehr Geld ein. Anfang des Jahres zogen die Taufkirchener daher nach und senkten ihren Hebesatz ebenfalls auf 250 Prozent.

»Wir haben noch ausreichend Fläche, die wir zu Gewerbegebieten entwickeln können. Kombiniert mit dem nun niedri-

geren Satz, lockt das hoffentlich weitere Unternehmen nach Taufkirchen«, sagt der Zweite Bürgermeister Michael Lilienthal (FW).

Taufkirchen liegt wie Oberhaching oder Grünwald (Hebesatz 240 Prozent) im Speckgürtel von München. Die Landeshauptstadt bittet Unternehmen mit satten 490 Prozent zur Kasse. Ein Grund, warum sich Betriebe immer häufiger auch im Münchner Umland nach einem Standort umschauen. »Wir sind dennoch bewusst nicht unter den Satz von Oberhaching ge-

gangen, weil wir keinen Wettbewerb mit den Nachbarn anzetteln wollten«, sagt Lilienthal. Es sei nicht darum gegangen, in Oberhaching oder anderen Nachbargemeinden ansässige Unternehmen wegzulocken, sondern sich für Neuansiedlungen attraktiv zu machen.

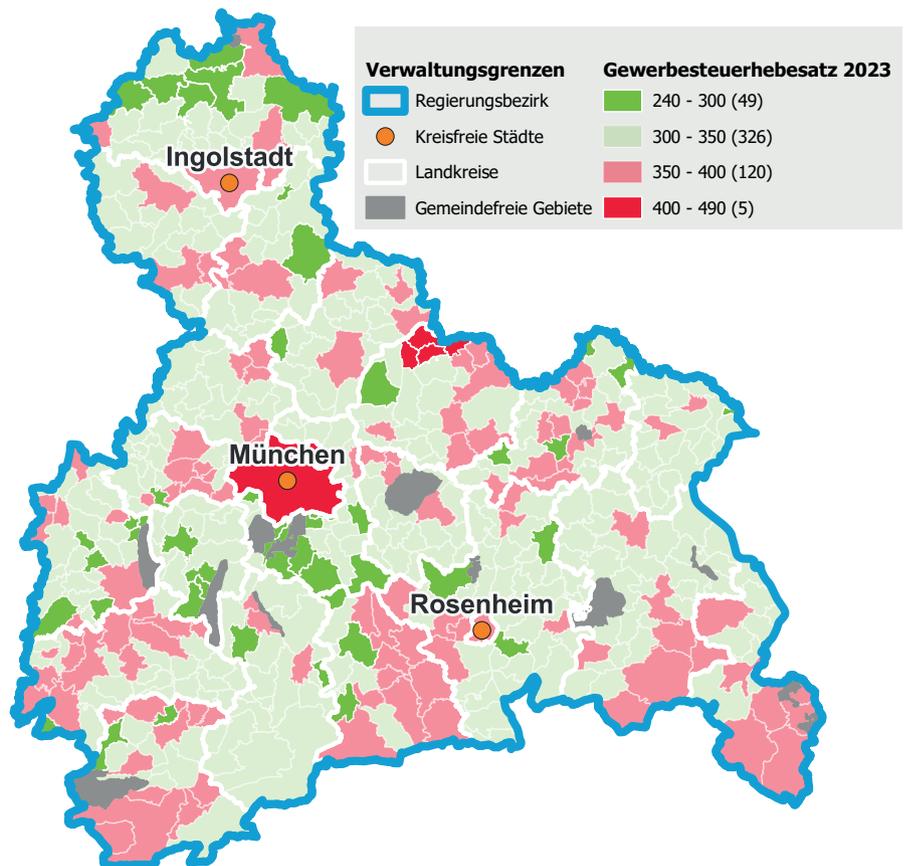
»Der Gewerbesteuerhebesatz ist ein wichtiger Faktor bei der Suche nach dem passenden Standort«, bestätigt Elisabeth Zehetmaier, Referentin Immobilienwirtschaft und Standortberatung bei der IHK für München und Oberbayern. Einmal im

Jahr erhebt die IHK daher die Sätze im Kammergebiet (siehe Kasten rechts). Ein zentrales Ergebnis der aktuellen Umfrage: 2023 lag der durchschnittliche Hebesatz der oberbayerischen Gemeinden mit 339 Prozent rund 50 Prozentpunkte unter dem Bundesdurchschnitt von 392 Prozent. Allerdings erhöhten doppelt so viele oberbayerische Kommunen wie im langjährigen Durchschnitt ihre Hebesätze.

Für Gemeinden ist die Gewerbesteuer eine der wichtigsten Einnahmequellen. Sie brauchen die Steuern zur Finanzierung ihrer kommunalen Aufgaben: Betrieb von Schulen und Kitas, Straßenbau, sozialer Wohnungsbau, öffentliche Sicherheit, Kultur, Umwelt- und Naturschutz – und nicht zuletzt Wirtschaftsförderung.

Die Gewerbesteuer ergibt sich, vereinfacht gesagt, aus dem (um Hinzurechnungen und Kürzungen angepassten) Gewerbeertrag, der zunächst mit der bundesweit einheitlichen Steuermesszahl (aktuell 3,5 Prozent) und dann mit dem Hebesatz der Gemeinde multipliziert wird. Über diesen Hebesatz hat es die Kommune also selbst in der Hand, die Höhe ihrer Einnahmen zu regulieren. »Bei der Festsetzung des Hebesatzes muss die Kommune jedoch immer ihren eigenen Finanzbedarf mit der Attraktivität der Gemeinde als Wirtschaftsstandort abwägen«, sagt Zehetmaier. Eine ständige Gratwanderung.

Welche Überlegungen dabei eine Rolle spielen können, zeigt das Beispiel Geretsried. Die Stadt im Land-



GESTIEGENE HEBESÄTZE

Im vergangenen Jahr erhöhten 38 der 500 oberbayerischen Gemeinden ihren Gewerbesteuerhebesatz, das sind doppelt so viele wie im langjährigen Durchschnitt. In den neun Jahren vor 2023 war es insgesamt zu 129 Erhöhungen der Gewerbesteuerhebesätze gekommen, im Schnitt sind das 14 Anhebungen jährlich. Dies hat eine aktuelle Auswertung der IHK für München und Oberbayern ergeben.

Insgesamt betrug 2023 der durchschnittliche Hebesatz in Oberbayern 339 Prozent und damit deutlich weniger als der bundesweite Durchschnitt mit 392 Prozent. Die Spanne der oberbayerischen Hebesätze reicht von 240 Prozent in Grünwald,

Pöcking, Stammham und Bad Wiessee bis hin zu 490 Prozent in München (s. Karte oben).

Nach der Coronakrise mit deutlichen Einbrüchen bei den Gewerbesteuereinnahmen lag das Aufkommen in Oberbayern 2023 bei 6,7 Milliarden Euro. Davon mussten die Kommunen 560 Millionen Euro als Gewerbesteuerumlage an Bund und Länder abführen. Der verbleibende Betrag machte im Vorjahr 53 Prozent der kommunalen Steuereinnahmen aus.

Weitere Informationen zur Gewerbesteuer gibt es auf der IHK-Website unter:

www.ihk-muenchen.de/gewerbesteuer

kreis Bad Tölz-Wolfratshausen hat den Hebesatz 2016 nach längeren Kalkulationen und Debatten von 320 Prozent auf 380 Prozent angehoben. »Nicht nur die Anzahl der zu finanzierenden Aufgaben war zuvor stetig gewachsen, sondern auch die Kosten der bereits zu stemmenden Bereiche«, erklärt Kämmerer Helge Balbiani.

Standen etwa für die kommunal organisierte Kinderbetreuung 2005 Ausgaben von 1,9 Millionen Euro in den Büchern, waren es 2016 bereits 5,1 Millionen Euro. Hinzu kamen wichtige geplante Projekte, für die die Verwaltung gern ein höheres

nur maximal 2.000 Euro Gewerbesteuern pro Jahr mehr«, so der Kämmerer. Von vornherein stand zudem fest, dass 380 Prozent die Grenze sein würde. Ein Grund: Bis zu diesem Faktor konnten Personengesellschaften die Gewerbesteuer auf die Einkommensteuer anrechnen. Am 1. Januar 2020 wurde die Grenze auf 400 Prozent erhöht. Außerdem wollte Geretsried die Hebesätze der Nachbarstädte Bad Tölz und Wolfratshausen nicht überschreiten.

»Unser Bürgermeister hat damals viel mit Vertretern der kommunalen Wirtschaft gesprochen, um Verständnis gewonnen, die Vorgehensweise erläutert«, sagt Balbiani.

Gemeinden mit Augenmaß vorgehen und nicht nur die Gewerbesteuer, sondern die Steuerbelastung der Unternehmen insgesamt berücksichtigen: »30 Prozent durchschnittliche Steuerbelastung ist die absolute Grenze – insbesondere wenn man im Blick hat, dass in der EU der Durchschnitt bei gerade einmal 21 Prozent liegt. In Österreich sind es 24 Prozent.«

Die Folgen einer zu hohen Belastung seien weder für die Kommunen noch für die heimischen Unternehmen positiv. Bensegger: »Wer kann, verlegt Teile der Wertschöpfung ins Ausland, andere Betriebe hören auf oder kümmern sich nicht mehr um eine Nachfolge.«

Für den Unternehmer ist der Hebesatz allerdings nicht der einzige Standortfaktor, auf den die Gemeinden Einfluss haben. »Mindestens genauso entscheidend sind die Prozesse vor Ort. Zuverlässigkeit und die Dynamik bei Entscheidungen etwa zum Ausbau von Gewerbeflächen oder Baugenehmigungen.« Kommunen und die dort ansässige Wirtschaft müssten sich noch mehr als Partner auf Augenhöhe verstehen, die miteinander planen, um am Ende die Region zu stärken.

In Taufkirchen jedenfalls scheint die Senkung des Hebesatzes etwas zu bewegen. Bürgermeister Lilienthal: »Wir sehen, dass die Anfragen und das Interesse deutlich gestiegen sind, und wir befinden uns bereits in finalen Verhandlungen für eine erste neue Ansiedlung.«



Mindestens genauso entscheidend wie der Hebesatz sind die Prozesse vor Ort.«

Andreas Bensegger,
Geschäftsführer BENSEGGER



Foto: BENSEGGER

Liquiditätspolster vorhalten wollte. Etwa der Bau einer neuen Mittelschule sowie der geplante Bau von gleich drei S-Bahnhöfen, die den lang ersehnten schnellen Anschluss an München bringen sollen. »Solche Investitionen sind schlussendlich ebenfalls Argumente für einen Standort – gute Infrastruktur für die Familien der Mitarbeitenden, gute öffentliche Verkehrsverbindungen«, sagt Balbiani.

Die Gemeinde wollte bei der Erhöhung möglichst behutsam vorgehen. »Wir haben so gerechnet, dass die Gesamtsteuerbelastung der Unternehmen inklusive der Gewerbesteuer vor Ort unter 30 Prozent bleibt. 90 Prozent der rund 1.000 hier ansässigen Betriebe zahlen seit 2016 auch

Insbesondere von den großen Unternehmen wie dem Flüssiggashersteller Tyczka Energy GmbH oder den Chemiefirmen Rudolf GmbH und Pulcra Chemicals GmbH ist keines abgewandert. Mit dem Tiefkühlpizzabäcker Gustavo Gusto GmbH & Co. KG kam sogar ein großer Mittelständler erst nach der Erhöhung in die Stadt.

Andreas Bensegger ist Geschäftsführer des Bürospezialisten BENSEGGER GmbH in Rosenheim und in Stadt und Kreis bestens vernetzt und verwurzelt. »Wir zahlen gern Steuern, weil wir auch etwas für die Region, in der wir wirtschaften und leben, tun wollen«, sagt der Unternehmer, der zugleich dem IHK-Regionalausschuss Rosenheim vorsitzt. Dennoch müssten die

**IHK-Ansprechpartner
zur Standortberatung:**

Elisabeth Zehetmaier, Tel. 089 5116-1388
zehetmaier@muenchen.ihk.de

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

zur Gewerbesteuer:

Anne-Christina Schulte
Tel. 089 5116-1859
schulte@muenchen.ihk.de

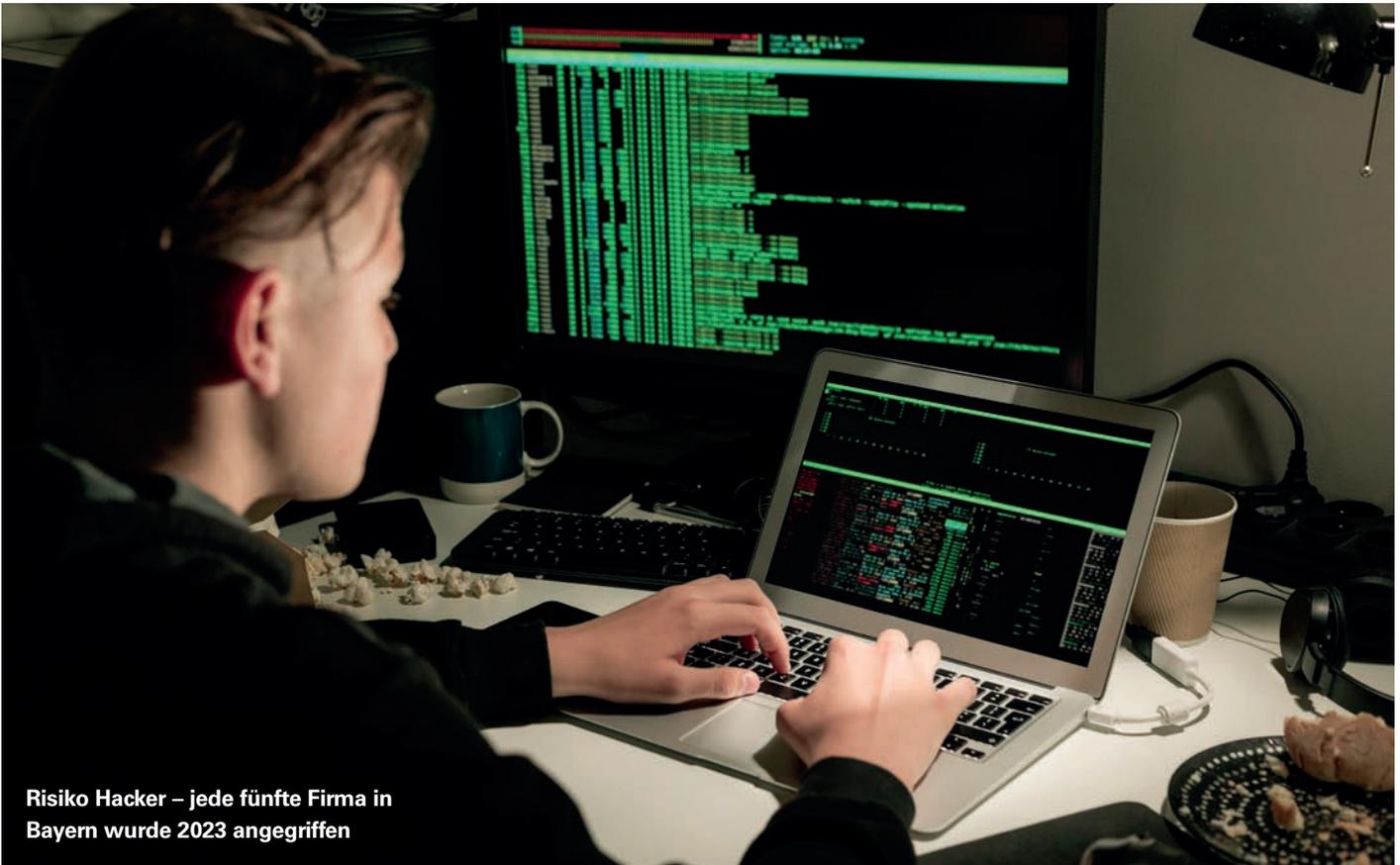


Foto: Snapic/PhotoProduct/Adobe Stock

Risiko Hacker – jede fünfte Firma in Bayern wurde 2023 angegriffen

Cyberkriminelle abwehren

Ab 18. Oktober 2024 gilt die neue NIS2-Richtlinie. Mit ihr will die Europäische Union die Cybersicherheit stärken. Was die neuen Regeln für Unternehmen bedeuten.

Von Gabriele Lüke

Die freundliche Mail kam vom Chef höchstpersönlich. Sie bot dem neuen Mitarbeiter als Willkommensgeschenk wertvolle Gutscheine an – angeblich. »Tatsächlich versteckte sich dahinter der dreiste Versuch, in unser IT-System einzudringen und es auszuspähen«, berichtet Muamer Babajic, Geschäftsführer der Masterwerk GmbH in München. Das Unternehmen liefert der Automobilindustrie und Produktionsbetrieben Automatisierungslösungen zu. »Ein Klick auf den integrierten Link hätte genügt und der Hacker wäre in unserem System gewesen. Aber wir haben den Cyberangriff erkannt und abgewehrt.«

Babajic berichtet von der IT-Attacke deshalb so offen, weil er andere Unternehmen warnen und sensibilisieren möchte: »Cybersicherheit ist bei uns weit oben auf der Tagesordnung, wir schulen unsere Beschäftigten regelmäßig, ergreifen technische Maßnahmen. Und doch sind wir, wie die Episode zeigt, nicht automatisch vor potenziellen Angriffen gefeit und müssen wachsam bleiben.«

2023 ist die Zahl der Straftaten im Bereich Cyberkriminalität erneut gestiegen. Laut der IHK Digitalisierungsumfrage ist jedes fünfte Unternehmen in Bayern Opfer eines Cyberangriffs geworden. Auch die EU hat reagiert. Sie hat die aus dem Jahr

2016 stammende Richtlinie zur Netzwerk- und Informationssicherheit (NIS) verschärft: Mit der NIS2 (EU-Richtlinie über Maßnahmen für ein hohes gemeinsames Cybersicherheitsniveau in der gesamten Union) will sie eine zeitgemäße und europaweit harmonisierte Abwehr von Cybergefahren schaffen.

Die NIS2 muss von den Mitgliedstaaten bis zum 17. Oktober 2024 in nationales Recht umgesetzt sein. Dafür bereitet die Bundesregierung derzeit das NIS2-Umsetzungs- und Cybersicherheitsstärkungsgesetz (NIS2UmsuCG) vor. Ob es rechtzeitig fertig wird, ist offen: Anfang Mai 2024 wurde ein Referentenentwurf

veröffentlicht und die Anhörung dazu gestartet, an der auch die IHK teilnimmt. »Dennoch müssen die Unternehmen ab dem 18. Oktober 2024 gesetzeskonform handeln – dann wohl zunächst auf Basis der Richtlinie selbst«, betont Sophie Haack, Projektmanagerin der Transferstelle Cybersicherheit im Mittelstand in Magdeburg.

Direkte Adressaten der Richtlinie sind Einrichtungen, bei denen IT-Störungen zu erheblichen Belastungen des Allgemeinwesens führen würden. Die EU hat den Kreis dieser Firmen mit der NIS2 erweitert und fasst darunter nun:

- Betreiber kritischer Anlagen (KRITIS-Betreiber, sie waren bereits die Adressaten der ersten NIS) sowie »besonders wichtige« Einrichtungen von hoher Kritikalität mit mindestens 250 Mitarbeitenden oder mehr als 50 Millionen Euro Jahresumsatz oder 43 Millionen Euro Jahresbilanzsumme. Nach Sektoren sind dies Energie, Transport, Verkehr, Finanzen, Versicherungen, Gesundheit, Wasser, Abwasser, Informationstechnologie, Telekommunikation und Weltraum.
- »Wichtige« Einrichtungen in sonstigen kritischen Sektoren mit mindestens 50 Mitarbeitenden oder mehr als zehn Millionen Euro Jahresumsatz oder zehn Millionen Euro Jahresbilanzsumme. Hier sind es die Branchen Post, Kurierdienste, Siedlungsabfallentsorgung, Chemie, Lebensmittel, verarbeitendes Gewerbe, digitale Forschung oder Vertrauensdienste.
- Spezielle Einrichtungen zum Beispiel für Domains, DNS, qualifizierte Vertrauensdienste, Telekommunikationsanbieter können ebenso als »besonders wichtig« beziehungsweise »wichtig« gelten.

Insgesamt fallen 30.000 Unternehmen in Deutschland unter NIS2. Doch damit nicht genug. Die EU verpflichtet die 30.000 di-



Ein hoch sensibilisiertes Team ist der beste Schutz gegen Cyberkriminalität.«

Muamer Babajic,
Geschäftsführer Masterwerk



Foto: privat

rekt Betroffenen zudem, ihre Lieferketten zu untersuchen. »Sie sollen nicht nur die eigene Cybersicherheit gewährleisten, sondern auch die ihrer Partner mitkontrollieren«, nennt Expertin Haack einen ersten inhaltlichen Knackpunkt der Richtlinie. »Auch Betriebe, die auf den ersten Blick nicht unter die NIS2 fallen, sollten daher vorsorglich prüfen, ob sie durch Auftraggeber und Kunden indirekt betroffen sein könnten.« Außerdem fordert die EU den Allgefahrenansatz. Das heißt: Die IT soll nicht nur vor Cyberangriffen, sondern zum Beispiel auch vor Naturkatastrophen geschützt werden.

Praktisch verlangt der EU-Gesetzgeber von betroffenen Unternehmen, die Geschäftskontinuität auch im Worst Case zu gewährleisten, dafür Risikomanagementsysteme zu installieren, Registrierungs-, Nachweis- und Unterrichtungspflichten nachzukommen und technische sowie organisatorische Maßnahmen zu ergreifen.

Ein erheblicher Cybervorfall muss innerhalb von 24 Stunden mit einer Frühwarnung einer dafür geplanten Meldestelle angezeigt werden. »Das BSI kann zudem stichprobenweise prüfen, wie ein Unternehmen sich schützt«, ergänzt Expertin Haack. »Sind die Maßnahmen nicht ausreichend, gibt es hohe Strafen. Die Geschäftsführung steht in der Haftung.«

Bernhard Kux, IT-Referent der IHK für München und Oberbayern, hält die Anforderungen der Richtlinie grundsätzlich für sinnvoll: »Die NIS2 ist ein guter Hebel für mehr Sensibilisierung und praktische Cybersicherheit.« Er betont aber auch: »Für die Umsetzung braucht es Augenmaß.«

Im ersten Schritt sollten Firmen prüfen, ob sie von der neuen Richtlinie betroffen sind. »Die Betriebe müssen selbst eruieren, ob sie unter NIS2 fallen«, sagt Thomas Neeff, Geschäftsführer der TEN Information Management GmbH in Höhenkirchen-Siegertsbrunn. »Das BSI informiert sie nicht darüber.« Eine Herausforderung sei die genaue Zuordnung zu den Sektoren.

Neeff empfiehlt, in die EU-NIS2 und den Referentenentwurf der deutschen NIS2-Umsetzung zu schauen: Die Anhänge 1 und 2 listen alle Sektoren detailliert auf, in Paragraph 28 ist die Betroffenheit geregelt. »Auch die Lieferkette oder die indirekte Betroffenheit sollten an dieser Stelle mitbedacht werden«, so der Experte.

Anschließend gilt es, organisatorische Strukturen zu schaffen. Expertin Haack von der Transferstelle Cybersicherheit rät: »Die NIS2 sollte ganz oben im Unternehmen aufgehängt werden. Die Geschäftsführung muss überzeugt dahinterstehen – und dann mindestens eine Person be-

nennen, die sich in der Praxis speziell um sie kümmert.« Dies sollte nicht der Datenschutzbeauftragte oder IT-Administrator sein.

Es folgt die Bestandsaufnahme. Es gibt kaum Unternehmen, die bisher überhaupt keine IT-Sicherheitsmaßnahmen ergriffen haben – zumindest ein regelmäßiges Back-up von Daten gehört heute zum Standard. »Einige Unternehmen sind zudem durch die ISO 27001 oder den IT-Grundschutz gerüstet«, sagt IT-Fachmann Neeff. »Darauf kann man aufbauen.«

Bei der Konkretisierung der Maßnahmen ist dem Experten vor allem die Sensibilisierung der Mitarbeitenden ein Anliegen. »Nicht nur, weil die NIS2 es verlangt – menschliche Schwäche und Manipulierbarkeit sind die häufigsten Einfallstore für Cyberkriminelle«, so Neeff. Inzwischen gebe es viele Schulungsmöglichkeiten, auch online. Bei den technischen Maßnahmen seien die Multifaktorauthentifizierung oder ein Log-in-Verfahren nach dem Single-Sign-On-Verfahren (SSO) ein guter Standard.

Beim Notfallplan sollten Unternehmen unbedingt die Worst Cases durchspielen und dabei möglichst alle Gefahren für die IT-Sicherheit einbeziehen – vom Hacker bis zum Extremwetter. Erst dann lasse sich ein Maßnahmenplan zur Risikoversorgung finalisieren und die Geschäftskontinuität angemessen sichern, sagt Neeff. »Und dann gilt es, die Pläne immer wieder zu aktualisieren und anzupassen und die Abläufe regelmäßig zu üben.« Passiert dennoch etwas, erwartet das BSI schnell eine Meldung. »Hier rate ich, besser einmal zu viel als zu wenig zu melden«, so der Experte.

Und wie gehen Unternehmen in der Praxis mit den neuen Vorgaben um? Die MTG-Kommunikations-Technik GmbH mit Stammsitz in München prüft aktuell, inwieweit sie von der NIS2 betroffen ist.

»Wir arbeiten seit jeher in einer sehr sicherheitssensiblen Branche, insofern ist auch die Cybersicherheit für uns schon immer ein Thema – wir beschäftigen uns regelmäßig damit«, sagt Geschäftsführerin Silvia Keitel.

Erst kürzlich hat das Unternehmen wieder einen ausführlichen Vulnerability-Scan in seinem Netzwerk durchgeführt, die Mitarbeiter in Webinaren für Cybersicherheit sensibilisiert und sie durch eine unangekündigte Phishing-Simulation gezielt

einen Notfallplan aufgestellt. Technische Maßnahmen der Wahl sind vor allem die Zwei-Faktor-Authentifizierung (2FA), der Schutz vor Datenverlust via Data Loss Prevention (DLP) sowie die Überwachung und die Reaktion auf potenzielle Angreifer mithilfe künstlicher Intelligenz.

»Der Schwerpunkt unseres Sicherheitskonzepts liegt aber eindeutig auf Schulungsmaßnahmen«, sagt Babajic. »Ein hoch sensibilisiertes Team ist der beste Schutz gegen Cyberkriminalität.« Au-



Wir sind auf jeden Fall auf die NIS2 vorbereitet.«

**Silvia Keitel, Geschäftsführerin
MTG-Kommunikations-Technik**

herausgefordert. »Auf Schulungen legen wir viel Wert«, sagt Keitel. »So hat unser Team die Simulation auch gut gemeistert, wir waren sehr zufrieden.«

Bei technischen Maßnahmen setzt MTG neben der klassischen Antivirensoftware auf eine umfassende »24/7 Managed Service Extended Detection and Response Lösung«. Sie beobachtet rund um die Uhr die Telemetriedaten und erkennt Anomalien sofort. Eine weitere wichtige Maßnahme ist ein mehrschichtiges Back-up-Konzept. Einen Notfallplan für Worst-Case-Szenarien hat die MTG ebenfalls in der Schublade. Keitel: »Wir sind auf jeden Fall auf die NIS2 vorbereitet.«

Unternehmer Babajic weiß bereits, dass er durch seine Kunden indirekt von der NIS2 betroffen sein wird. Er hat schon vor längerer Zeit einen Beauftragten für Cybersicherheit eingesetzt und mit ihm

ßerdem legt er bei allen Maßnahmen immer wieder nach. »Wir werden als Unternehmen zunehmend bekannter und sichtbarer. Das heißt aber auch, dass wir möglicherweise stärker von Cyberkriminellen wahrgenommen werden«, sagt er. »Es ist eine Krux: Was gut ist fürs Marketing, lockt Hacker an – aber wir wissen uns ja zu schützen und zu wehren.« ●

Weitere Informationen zur Cybersicherheit gibt es auf der IHK-Website unter: www.ihk-muenchen.de/de/Service/Digitalisierung/Informationssicherheit/NIS-2-Kritik

IHK-Ansprechpartner zum Thema IT-Sicherheit

Bernhard Kux, Tel. 089 5116-1705
kux@muenchen.ihk.de



Handfeste Eindrücke – Jugendliche lernen den Betriebsalltag kennen

Foto: Atelier 211/Adobe Stock

Auf Augenhöhe

Bei der IHK-Aktion »Ein Tag Azubi« erklären Auszubildende Schülern ihren Berufsalltag. Für Unternehmen ist dies eine Chance, die Fachkräfte von morgen für sich zu gewinnen.

Von Stefan Bottler

Chemikant ist ein faszinierender und abwechslungsreicher Ausbildungsberuf, findet Luca Kornelly. »Chemische Prozesse zu verstehen, ist eine große Herausforderung«, sagt der 20-jährige Azubi des Antriebs- und Chemikalienherstellers Nitrochemie Aschau GmbH. »Mir gefällt es gut, immer neue Aufgaben kennenzulernen und an diesen zu wachsen.« Seine Erfahrungen möchte Kornelly, der im Sommer sein drittes Ausbildungsjahr abschließt, auch anderen Jugendlichen mitteilen.

Bei dem Aktionstag »Ein Tag Azubi« im vergangenen Jahr stellte er vier Schülern seinen Berufsalltag vor. Einen Vormittag lang führte er die Achtklässler durch die Produktionsräume und schilderte seine tägliche Arbeit. Anschließend durften sie unter seiner Anleitung kleinere Proben anfertigen. »Die Schüler zeigten sich sehr interessiert und haben viele Fragen gestellt«, sagt Kornelly. Womöglich starten ein oder zwei Jugendliche in diesen Ausbildungsberuf, wenn sie im Sommer 2025 die Schule abschließen.

Mit der Aktion »Ein Tag Azubi« wollen die Wirtschaftsunioren in Kooperation mit den IHK-Regionalausschüssen die Entscheidung für eine Ausbildung erleichtern. Schülerinnen und Schüler besuchen einen Tag lang einen Betrieb und lernen einen Ausbildungsberuf kennen. Am 20. November 2024 findet die Aktion zum dritten Mal statt. Wie in den Vorjahren wurde der schulfreie Buß- und Betttag gewählt. Die teilnehmenden Jugendlichen werden von Auszubildenden begleitet, die nur wenig älter sind als sie. »So stellen

wir eine Kommunikation auf Augenhöhe sicher«, sagt IHK-Referentin Anja Sperr. Die Azubis führen in ihren Beruf ein, beantworten Fragen und vergeben einfache Aufgaben. Die potenziellen Nachfolger erhalten dadurch einen ersten Eindruck vom Beruf und können entscheiden, ob sie diese Erfahrung mit einem Praktikum vertiefen oder sogar einen Ausbildungsvertrag abschließen wollen.

Beim ersten Aktionstag 2022 besuchten 144 Schülerinnen und Schüler 80 Unternehmen, beim zweiten Tag 2023 hatten sich die Teilnehmerzahlen bereits vervielfacht: 723 Jugendliche waren in 400 Ausbildungsbetrieben zu Gast.

In diesem Jahr werden Unternehmen aus fast allen oberbayerischen Stadt- und Landkreisen teilnehmen. »Wir wollen die betriebliche Ausbildung insgesamt aufwerten und laden alle Unternehmen, unabhängig von einer IHK-Mitgliedschaft, zum Mitmachen ein«, erläutert IHK-Referent Maximilian Keneder.

Die Betriebe können sich nicht nur potenziellen Nachwuchskräften präsentieren. Sie können sich auch selbst ein Bild von den jüngsten Vertretern der Generation Z machen – und manches Vorurteil revidieren. Die bisherigen Aktionsteilnehmer hätten nicht den Eindruck erweckt, dass sie nur an Work-Life-Balance denken und nicht an Leistung interessiert seien, meint Andreas Burkhardt, Geschäftsführer der Wirtschaftsunioren Bayern. Er kann sich nur an einen einzigen Jugendlichen erinnern, der unentschuldig gefehlt habe.

Die Zuteilung der Teilnehmer an die einzelnen Betriebe erfolgt durch ein Matchingverfahren. Das Vorgehen habe

einen großen Vorteil, so Keneder: »Die Jugendlichen entdecken Berufe, die sie zuvor nicht in Betracht gezogen hätten.«

Das trifft wohl auch auf den Beruf des Chemikanten zu. Chemieunternehmen können – wie viele andere Branchen – offene Stellen oft nicht besetzen und suchen Strategien gegen den Fachkräftemangel. So wie die Nitrochemie Aschau, die seit Jahren rückläufige Azubizahlen verzeichnet. Als die Personalabteilung der Rheinmetall-Tochter 2023 von der Aktion »Ein Tag Azubi« hörte, sah sie sofort die Chancen. »Wir können unser Unternehmen Schülerinnen und Schülern vorstellen, die sich nicht zu einem einwöchigen Schnupperpraktikum entschließen«, sagt Ausbildungs Koordinatorin Sandra Klozik (52). Außer Chemikanten bildet das Unternehmen Chemielaboranten, Industriemechaniker und Elektroniker für Automatisierungstechnik aus.

Für jeden Beruf meldeten sich Schüler aus Aschau am Inn und Umgebung für den Aktionstag an. Die meisten hatten auf dem Instagram-Account des Unternehmens von der Aktion erfahren. Die eigentliche Ausgestaltung des Tags überließ Klozik den Auszubildenden im Betrieb. »Jeder Azubi stimmte mit dem Ausbilder sein Konzept ab«, so die Personalexpertin.

Die Schüler besuchten Berufspräsentationen und nahmen an Betriebsführungen teil. Anschließend durften sie in Laboren selbst Versuche durchführen und Proben herstellen. Am Ende des Tages sahen manche Jugendliche ihre berufliche Zukunft klarer. »Zwei schlossen eine

400 Firmen

beteiligten sich 2023 an der IHK-Aktion »Ein Tag Azubi«. Sie hatten 723 Schüler und Schülerinnen zu Gast, denen sie Einblicke in die betriebliche Ausbildung vermittelten.

Quelle: IHK »Ein Tag Azubi«

Ausbildung bei Nitrochemie definitiv aus«, bilanziert Klozik. »Ein dritter, der ursprünglich eine ganz andere Ausbildung favorisierte, zeigte sich hingegen von unseren Angeboten beeindruckt.« Für 2024 plant Nitrochemie nun zusätzliche Versuche in den Laboren und strebt mit Kino- und Außenwerbung noch höhere Teilnehmerzahlen an.

Für IHK-Referentin Sperr bietet der Aktionstag vor allem die Chance, das Interesse an der betrieblichen Ausbildung insgesamt zu steigern. »Wenn Jugendliche eine Ausbildung in dem ausgewählten Beruf ausschließen, hat das ebenfalls einen Mehrwert und hilft bei der Berufsentcheidung weiter«, stellt sie fest. Viele Unternehmen sind vom Aktionstag gleichermaßen überzeugt, wie eine IHK-Umfrage ermittelte. 300 Antworten gingen ein – mehr als 95 Prozent wollen an künftigen Aktionstagen teilnehmen. ●

Mehr Informationen zum Aktionstag »Ein Tag Azubi« gibt es unter: www.ihk-muenchen.de/Microsites/Ein-Tag-Azubi

IHK-Ansprechpartner zu »Ein Tag Azubi«
Anja Sperr, Tel. 089 5116-1532
sperr@muenchen.ihk.de
Maximilian Keneder, Tel. 089 5116-1286
keneder@muenchen.ihk.de



Sehen enormes Marktpotenzial –
RobCo-Gründer Paul Maroldt, Roman Hölzl
und Constantin Dresel (vorn v.l.) mit Team



Roboter als Bausatz

RobCo hat das Resultat eines Forschungsprojekts sehr erfolgreich am Markt etabliert. Mit seiner Robotiklösung deckt das Start-up einen echten Bedarf im Mittelstand.

Von Melanie Rübartsch

Ein Paket greifen, umdrehen, auf eine Palette stapeln. Ein weiteres nehmen, umdrehen, ebenfalls in die Box legen. Erneut Pakete greifen, ablegen – bis die Palette voll ist. Solche sich immer wiederholenden Aufgaben in der Logistik oder Produktion haben bei großen Industriekonzernen längst Roboter übernommen.

Bei vielen Mittelständlern ist diese Form der Automatisierung hingegen nach wie vor selten: zu teuer, zu komplex in der Implementierung, zu unflexibel für die sich schnell verändernde Auftragslage und die damit verbundenen wechselnden Aufgaben. Drei Jungingenieure aus München haben sich daher aufgemacht, insbesondere kleinen und mittleren Unternehmen passende Robotiklösungen für ihren Bedarf zu liefern.

Das Start-up RobCo hat so etwas wie einen Baukasten für Industrieroboter entwickelt, mit dessen Hilfe Unternehmen die passende Automatisierungstechnologie für ihre Anwendungen regelrecht konfigurieren können. »Kern unserer Technologie ist eine selbst entwickelte, auf Algorithmen basierende Software, an die unsere Hardwaremodule wie Greifarme, Sauger, Gelenke oder Hebel angedockt werden können«, erklärt CEO Roman Hölzl.

Für jede Lösung entsteht zugleich ein digitaler Zwilling. Mit ihm lassen sich die jeweiligen Systeme schnell und unkompliziert vor Ort einrichten, aus der Ferne

steuern und die Arbeitsergebnisse und -abläufe zugleich erfassen, verarbeiten und analysieren. Der Bedarf ist da: »Etwa 70 Prozent unserer Kunden hatten vor RobCo keine technische Prozessautomatisierung im Einsatz«, sagt Hölzl.

RobCo ist erst knapp dreieinhalb Jahre alt. Die drei Gründer Roman Hölzl (30), Constantin Dresel (29) und Paul Maroldt (30) haben in dieser Zeit mit ihrem Team eine beachtliche Erfolgsstory geschrieben. Über die bisherigen Finanzierungsrunden bei verschiedenen Investoren wie Frank Thelens Venture-Capital-Fonds Freigeist oder den beiden US-amerikanischen Schwergewichten Sequoia Capital und Lightspeed Ventures sammelte RobCo rund 55 Millionen Euro ein.

Den Umsatz hat das Start-up in den vergangenen beiden Geschäftsjahren jeweils mehr als verdreifacht. Als Grund für den Erfolg nennt Hölzl mehrere Faktoren: »Wir haben eine echte technologische Innovation, für die wir insgesamt vier Patente haben. Wir haben ein Team, das Erfahrung und diverses Spezialwissen mitbringt. Und es gibt ein gigantisches Marktpotenzial, das wir heben können.« Seit über 15 Jahren höre man, dass es keine Automatisierungslösungen gibt, die den industriellen Mittelstand wirklich entlasten. »Genau in diese Lücke stoßen wir jetzt mit unserer Forschung und den daraus entwickelten Produkten.«

Die Innovation liegt bei RobCo weniger in den Robotern selbst als vielmehr in der

Foto: RobCo

Software beziehungsweise der intelligenten Verknüpfung von Robotertechnik und Steuerung. »Die Kunden brauchen ein System, das robust und äußerst präzise im industriellen Umfeld arbeitet und unkompliziert in das Produktions- und Softwareumfeld, das die jeweilige Aufgabe mitbringt, eingebettet werden kann«, erklärt der Softwareingenieur.

Wenn es um die Umsetzung geht, vergleicht Hölzl sein Unternehmen eher mit einem Küchenstudio als mit einem großen Roboterhersteller: »Wie bei der Planung einer Küche oder auch eines Autos sitzen wir mit den Kunden erst einmal am Rechner und konfigurieren die benötigte Lösung.« Welche Anwendung wird benötigt? Welche Größe, welche Greifer, welche Reichweite, welche Traglast? Als Basis hat RobCo zwei Plattformen im Angebot, die sich modellieren lassen: ein System für Pick-and-Place-Aufgaben, also das Bringen von Dingen von A nach B, sowie eines für bahngetreues Abfahren. Gemeint sind etwa präzise Schweißungen oder Lackierungen.

Für alle Bedenken, die Mittelständler möglicherweise bislang vom Erwerb einer Roboterlösung abgehalten haben, will RobCo Antworten liefern. So kauft der Kunde keinen Roboter für eine einzelne Anwendung, sondern ein Paket, das er relativ flexibel an neue Aufgaben anpassen kann. Die Installation erfolgt vor Ort in maximal drei Tagen – mehr oder weniger per Plug and Play. Auch finanziell stellt das

Zusammengesetzt –
modularer Roboter



Foto: RobCo

System eine weitaus geringere Belastung dar als die Anschaffung einer großen Roboteranlage. »Bei der Preisgestaltung ist unser Ziel, dass sich das jeweilige Paket in maximal drei Quartalen im Vergleich zu den sonst anfallenden Lohnkosten amortisieren muss«, so Hölzl.

Kennengelernt haben sich die drei Gründer am Lehrstuhl für Robotik und künstliche Intelligenz der TU München. Dresel forschte im Bereich Software und Maroldt auf dem Gebiet Mechatronik. Hölzl kam wegen seiner Promotion an den Lehrstuhl. Die Arbeit wurde über das vom Bundeswirtschaftsministerium geförderte Zentrale Innovationsprogramm Mittelstand (ZIM) mitfinanziert.

Im Rückblick ein idealer Ausgangspunkt, um zu sondieren, ob es für die erforschte Softwarelösung wirklich einen Markt gibt.

»Über die Forschungsarbeit hatten wir regelmäßige Feedbackschleifen mit Unternehmen, die heute unsere Kunden sind. Einige davon standen uns regelrecht auf den Füßen: Wir sollten endlich aufhören zu forschen und etwas für den echten Einsatz bauen«, erinnert sich Hölzl.

Der Kontakt zu diesen Unternehmen war einer der Gründe, warum RobCo in München geblieben ist. Die Nähe zu weiteren potenziellen Abnehmern und wichtigen Zulieferern kam hinzu. Genauso wie die beiden Universitäten, die mögliche

neue Talente für die Belegschaft ausbilden. 65 Mitarbeitende hat RobCo mittlerweile. Das Team hat inzwischen bei über 100 Kunden Robotiklösungen installiert. Die Auftraggeber kommen zu 80 Prozent aus Deutschland. Der Rest verteilt sich auf sieben weitere europäische Länder sowie Malaysia, Saudi-Arabien und Australien. »Unser Ziel ist es, das führende europäische Unternehmen für autonome und intelligente Robotik zu werden. In jeder zum industriellen Mittelstand gehörenden Fabrik soll mindestens ein RobCo-Modell stehen«, sagt Hölzl. Dazu arbeitet das Unternehmen außer am Ausbau der kommerziellen Strukturen stetig an der Fortentwicklung der Module und der Software. Die Modelle sollen noch intelligenter werden, etwa durch kamera-gestützte Teileerkennung oder autonome Vorprogrammierungen.

Die Vision der drei Gründer reicht aber noch weiter: »In den vergangenen 100 Jahren wurde die deutsche Wirtschaft außer vom starken Mittelstand vor allem von den großen Konzernen der Ingenieurskunst getragen – Auto- und Maschinenbauer oder Chemieunternehmen«, sagt Hölzl. »Wir glauben, dass Unternehmen wie RobCo, die den Schritt von einer erfolgreichen KI-Forschung in die Kommerzialisierung antreten und gezielt wachsen wollen, die nächste Garde dieser Schlüsselunternehmen sein können.«

www.robco.de

DIE PROBLEMLÖSER

Digitalisierung, Klimaschutz, Energieversorgung – das sind nur einige der gewaltigen Probleme, vor denen wir 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.

Sinkflug gestoppt

Die Stimmung in der bayerischen Wirtschaft hat sich nicht weiter verschlechtert. Richtig aufwärts geht es allerdings noch nicht, wie die aktuelle BIHK-Konjunkturumfrage zeigt.

Von Nadja Matthes

Der bayerischen Wirtschaft fehlt weiterhin der Aufwind unter den Flügeln.« So fasst Manfred Gößl, Hauptgeschäftsführer der bayerischen IHKs (BIHK), das Ergebnis der aktuellen BIHK-Konjunkturumfrage zusammen. Zwar scheint die Stimmung in den bayerischen Unternehmen ihren Tiefpunkt erreicht zu haben. Gleichzeitig mangelt es jedoch an positiven Impulsen, sodass eine breite Erholung der Wirtschaft nicht in Sicht ist.

Der BIHK-Konjunkturindex, für den 3.500 Unternehmen im Freistaat befragt wurden, verbessert sich nur leicht. Er steigt um sechs Punkte und bleibt damit weiterhin unter dem langjährigen Durchschnitt von 112 Punkten (s. Grafik unten). In den Index fließen zwei Elemente ein: die aktuelle Geschäftslage der Unternehmen sowie ihre Erwartungen für die nächsten Monate. Während sich die aktuelle Lage gegenüber Jahresbeginn insgesamt nicht wesentlich verändert hat, gibt es Bewegung bei den Erwartungen. Die Firmen beurteilen ihre Aussichten nun etwas besser.



Der Einzelhandel hofft auf wachsende Konsumlaune

Foto: NDABCREATIVITY/Adobe Stock

Das liegt allerdings auch daran, dass sich nur wenige Unternehmen eine weitere Verschlechterung vorstellen können. »Ein tragfähiger Aufschwung lässt sich aus den Zahlen nicht ableiten«, sagt Gößl. Wie sieht es in einzelnen Branchen aus? Die bayerische Industrie meldet eine weiterhin schwache Auftragslage, die Erwar-

tungen lassen keinen Optimismus zu. Eine fehlende Inlandsnachfrage sehen immer mehr Firmen als Risiko. In der Baubranche haben sich zwar Tiefbau und Ausbaugewerbe etwas erholt, der Hochbau läuft jedoch nach wie vor sehr schlecht. Eine schnelle Besserung ist nicht zu erwarten, auch weil eine nennenswerte Senkung der hohen Zinsen noch nicht absehbar ist.

Etwas positiver als zu Jahresbeginn beurteilen dagegen die Einzelhändler ihre Situation. Sie spüren eine langsam abnehmende Zurückhaltung der Verbraucher und erwarten daher etwas bessere Geschäfte. Auf eine wachsende Konsumlaune setzen auch Gaststätten, Hotels und andere Tourismusbetriebe. Der anstehenden Sommersaison sehen sie daher spürbar optimistisch entgegen.

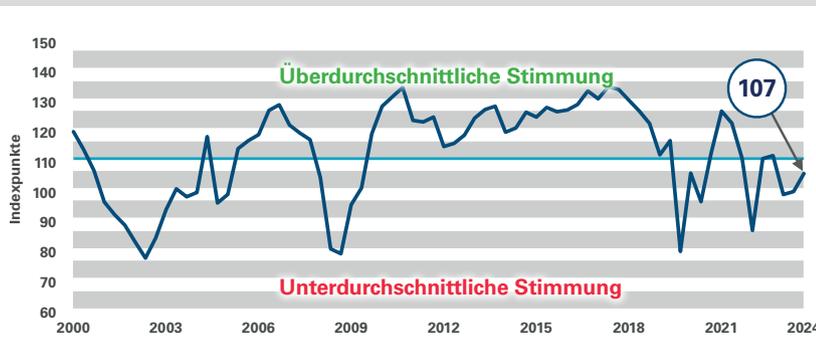
Bei den Dienstleistern und insbesondere den unternehmensnahen Dienstleistern läuft es derzeit deutlich besser als in der Gesamtwirtschaft. Beratungsfirmen sowie Finanz- und Versicherungsunternehmen melden florierende Geschäfte.

Insgesamt sieht die Wirtschaft deutliche Gefahren für die weitere Entwicklung. Gefragt nach den größten Risiken für ihr Geschäft, nennen 61 Prozent der Unternehmen die wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen, es folgen die Inlandsnachfrage (60 Prozent) und der Arbeitskräftemangel (56 Prozent).

Angesichts der andauernden Schwäche der Wirtschaft fordern die bayerischen IHKs, dass alle zentralen politischen Vorhaben nachweislich einen Beitrag zu einem höheren Wachstumspotenzial leisten müssen. »Andernfalls«, so warnt BIHK-Hauptgeschäftsführer Gößl, »wird der potenzielle Wachstumspfad unserer Wirtschaft drastisch abflachen, mit gravierenden Folgen für die öffentlichen Haushalte.« ●

NUR EIN WENIG VERBESSERT

BIHK-Konjunkturindex: geometrisches Mittel der Salden der Lageurteile und der Erwartungen von 3.500 befragten Unternehmen



Die Stimmung in der Wirtschaft erholt sich nur leicht. Der Index bildet die aktuellen Lageurteile und Erwartungen der Unternehmen ab.

Quelle: BIHK-Konjunkturumfrage Frühjahr 2024

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

Singapur – Anziehungspunkt
in der ASEAN-Region



Foto: siraphol/Adobe Stock

Eine Alternative zu China

Großer Absatzmarkt, junge Bevölkerung, Zukunftstechnologien, Emanzipation gegenüber der Abhängigkeit von China – die ASEAN-Staaten sind aus vielen Gründen attraktiv.

Von Sabine Hölper

Ob Ballbesitz oder Torchancen – während der Fußball-EM sehen Zuschauer bei den TV-Übertragungen etliche Statistiken. Was viele nicht wissen: Die Daten kommen meist aus den Philippinen. Viele deutsche Unternehmen betreiben hier Business Process Outsourcing (BPO), sagt Christopher Zimmer (59), Geschäftsführer der AHK Philippinen in Manila.

Unter BPO versteht man die Auslagerung sekundärer Unternehmensprozesse an externe Dienstleister. Die Philippinen gelten als guter Standort dafür. Die Bevölkerung des Landes ist mit im Schnitt 25 Jahren jung und »sehr ehrgeizig«, sagt Zimmer. Außerdem sprechen die meisten Englisch, die Kultur ist der westlichen sehr ähnlich. Das sind gute Bedingungen

für bayerische Firmen, um auf den Philippinen zu investieren.

Und nicht nur dort. Der gesamte ASEAN-Raum wird für den bayerischen Mittelstand zunehmend attraktiv. Zur Vereinigung ASEAN (Association of Southeast Asian Nations) gehören neben den Philippinen Brunei, Indonesien, Kambodscha, Laos, Malaysia, Myanmar, Singapur, Thailand und Vietnam. Zusammen kommen die zehn Staaten auf rund 670 Millionen Einwohner. Damit ist das Gebiet auch als Absatzmarkt für Konsumgüter interessant.

Ein weiterer Grund, warum die deutsche Wirtschaft ihre Aktivitäten verstärkt in den ASEAN-Raum verlagert, liegt etwas weiter nördlich: in China. Das Reich der Mitte schottet sich seit Jahren immer

mehr ab. Im vergangenen Sommer hat die deutsche Bundesregierung ihre China-Strategie veröffentlicht und rät darin der Wirtschaft zu einer klaren Risikostrategie und Lieferkettendiversifizierung. Viele Unternehmen haben darauf reagiert und suchen nach Ausweichmöglichkeiten, etwa in den ASEAN-Ländern.

Beraten lassen können sich die Firmen dazu in einem der neu eingerichteten Diversifizierungs Desks, etwa in Vietnam, Indonesien oder China. Den Diversifizierungs Desk in Peking leitet Jonathan Schoo (41). Die geopolitischen Spannungen würden mittlerweile eine Neuorientierung nötig machen, sagt er. Hinzu kämen eine in China schwächelnde Wirtschaft und noch immer zum Teil unterbrochene Lieferketten. Es sei zwar

IHK-VERANSTALTUNGSTIPP

ASEAN Insights 2024

Welche Möglichkeiten bieten die einzelnen ASEAN-Länder für bayerische Unternehmen? Welche Herausforderungen gibt es? Die ASEAN Insights zeigen Geschäftschancen und -strategien und geben praxisnahe Tipps für den Geschäftseinstieg in Südostasien.

Termin: 18. September 2024, 9.30–17 Uhr

Ort: IHK für München und Oberbayern, Max-Joseph-Str. 2, 80333 München
Die Teilnahme ist kostenfrei.

Weitere Infos und Anmeldung:
www.events.ihk-muenchen.de/asean-insights

schon längst nicht mehr von Decoupling die Rede, sagt Schoo. Die deutschen Firmen in China ließen sich allerdings immer häufiger über Möglichkeiten der Diversifizierung beraten, zum Beispiel in Webinaren oder persönlichen Gesprächen. Darin erfahren sie von den naheliegenden Alternativen in der ASEAN-Region. Vor allem Länder wie Vietnam, Thailand, Malaysia und Indonesien stehen dort im Fokus.

Aber auch Singapur gilt als Hub für ausländische Investoren, weiß Tim Philippi (61), Geschäftsführer der AHK Singapur. »Viele deutsche Firmen haben ihren Hauptsitz für die Region in Singapur«, sagt er. Dazu gehören zum Beispiel die Münchner Unternehmen TÜV Süd AG, der Filmtechnikspezialist ARRI AG oder das Technologieunternehmen

Rhode & Schwarz GmbH & Co. KG. Sie schätzen die stabilen wirtschaftspolitischen und rechtlichen Rahmenbedingungen, die gute Infrastruktur inklusive Direktverbindungen mit dem Flugzeug aus München sowie Englisch als gängige Sprache.

Der Stadtstaat prosperiert. Er ist global einer der wichtigsten Raffineriestandorte, beheimatet den zweitgrößten Hafen der Welt und ist der weltweit drittgrößte Finanzstandort. Und es finden sich noch andere Pluspunkte. »Hier gibt es so gut wie keine Korruption«, sagt AHK-Geschäftsführer Philippi. »Das Lebensumfeld ist sicher, das Gesundheits- und Bildungswesen auf einem hohen Niveau.«

IHK-Ansprechpartner zu Südostasien

Dominic Lehmann, Tel. 089 5116-1473

● lehmann@muenchen.ihk.de



**SPIELBANK
GARMISCH-PARTENKIRCHEN**

ICH BIN EIN
SCHLECHTER VERLIERER.
ALSO GEWINNE ICH.

VERSCHENKEN SIE
GLÜCK:



Die Spurensucher

Das Münchner Unternehmen QYOBO wertet Millionen von pharmazeutischen Daten aus. Damit kann es Lieferengpässe bei Wirkstoffen und Medikamenten vorhersagen.

Von Sabine Hölper

Alltag in der Apotheke: Der Fiebersaft ist aus, das Antibiotikum leider gerade nicht verfügbar. Das Bundesinstitut für Arzneimittel und Medizinprodukte (BfArM) listet Hunderte von Arzneien auf, die nicht lieferbar sind. Das mag nur ärgerlich sein, wenn es um eine lindernde Salbe gegen Rückenschmerzen geht. Sind aber Krebsmedikamente nicht erhältlich, wird es lebensbedrohlich.

Markus Felgenhauer (34) trägt dazu bei, diesen Missstand zu beheben. Mit dem Münchner Unternehmen QYOBO GmbH verfolgen er und sein Team weltweit Arzneimittellieferketten und analysieren, wo Lieferengpässe von Wirkstoffen und Medikamenten bestehen oder auftreten könnten. Das ist sowohl für Behörden wie das BfArM als auch für Unternehmen der Pharmabranche interessant – und somit am Ende auch für die Patienten.

Der promovierte Physiker Felgenhauer war jahrelang als Consultant bei der Unternehmensberatung McKinsey beschäftigt. Ihm fiel auf, dass es in der Branche »viele Daten gibt, die Ausbeute aber dürftig ist«. Seine Idee: Man müsste die Daten verknüpfen, um so wertvolle Informationen über Preise, Verfügbarkeiten und Störungen zu erhalten.

Also fragte er im Freundeskreis herum, wer »Lust auf ein solches Wagnis hat«. Mit dem promovierten Physiker Eric Parzinger und dem Elektro- und Informationstechniker Julian Ruß fand er zwei Mitstreiter – und gründete QYOBO. Der Firmennamen hat im Übrigen keine tiefere Bedeutung, ein Passwortgenerator schlug ihn vor.

Mitten in der Münchner City, am Marienplatz, residiert das Start-up. Hier sitzen 20 Mitarbeitende und blicken auf Monitore mit farbigen Balkendiagrammen. Sie programmieren Algorithmen, die Beipackzettel, Handelsstatistiken, Markt-



Sofern wir die Lieferkette kennen, sind unsere Prognosen extrem sicher.«

Markus Felgenhauer, Geschäftsführer QYOBO

Foto: QYOBO

zulassungen, Daten vom Zoll oder staatlichen Aufsichtsbehörden sowie aktuelle Branchenmeldungen durchkämmen und alles von Relevanz abspeichern. So kommen mehr als 75 Millionen Rohdaten in gut 200 Datenbanken und in 30 verschiedenen Sprachen zusammen, die ein Algorithmus strukturiert und zusammenfasst.

Alle zwei Stunden wird die QYOBO-Plattform auf den aktuellen Stand gebracht. Sie liefert wertvolle Informationen über mehr als zwei Millionen Medikamente und 30.000 Firmen. So entsteht eine bis dahin ungekannte Transparenz auf dem Markt für pharmazeutische Wirkstoffe und Chemikalien. Sie zeigt, in welcher

Qualität und zu welchem Preis Produkte geliefert werden können. Oder eben auch nicht.

Anfangs konzentrierte sich das 2019 – vor der Pandemie – gegründete Unternehmen vor allem auf die Frage, welche Produkte wo zum besten Preis und von den besten Lieferanten vorhanden sind. Mittlerweile geht es mehr und mehr darum herauszufinden, wann und wo Lieferengpässe bestehen oder auftreten könnten.

Für die Hersteller sind das wichtige Informationen. Schließlich können sie nur dann wirtschaftlich produzieren, wenn ihre Werke ausgelastet sind. Eine Voraussetzung dafür ist die lückenlose Belieferung mit allen benötigten Stoffen. Wissen Produzenten frühzeitig von Lieferschwierigkeiten, können sie ausweichen. Umgekehrt kann ein Wettbewerber Kapital aus diesen Informationen schlagen: Wenn er sicher weiß, dass ein Konkurrent nicht wie gewohnt produzieren kann, die Nachfrage aber konstant ist, kann er die eigene Produktion hochfahren.

Mit solchen Szenarien beschäftigt sich die Pharmabranche seit Jahren. »Mal zerlegt ein Tornado ein Werk, mal ein Erdbeben oder eine Explosion«, sagt Felgenhauer. Es gibt Unfälle und andere Zwischenfälle, Verunreinigungen, Sanktionen. Hinzu kommen geopolitische Risiken wie der Krieg in der Ukraine oder der Gaza-Konflikt. Auch behördliche Kontrolleure können ein Werk lahmlegen, etwa wenn es Hygienevorgaben oder andere Standards nicht erfüllt. Jede Erschütterung kann zu

massiven Lieferengpässen und damit zu Produktionsausfällen führen.

QYOBO prognostiziert solche Unterbrechungen mit sehr hoher Genauigkeit. »Sofern wir die Lieferkette kennen, sind unsere Prognosen extrem sicher«, verspricht Felgenhauer. Dass es den Experten in seltenen Fällen nicht gelingt, die künftige Entwicklung vorherzusagen, liegt unter anderem an diffusen Deklarationen in den Beipackzetteln.

Dort werden zum Beispiel Firmen als finale Hersteller einer Arznei genannt, die nur die Charge freigeben oder die rechtliche Verantwortung tragen, nicht aber das Medikament produzieren. Das ist erlaubt, erschwert die Arbeit der Münchner jedoch. Eine weitere Herausforderung ist, dass Substanzen in verschiedenen Sprachen unterschiedliche Namen haben. Auch Firmennamen variieren von Land zu Land.

Doch Hürden sind dazu da, gemeistert zu werden. Das Team entwickelt die KI-basierte Software und die Algorithmen stets weiter. Damit verfügt es über einen riesigen Vorsprung vor den Arzneimittelfirmen selbst, die Voraussagen in diesem Umfang in der Regel nicht treffen können. »Zwar versuchen sich manche Unternehmen an Inhouse-Lösungen«, sagt Felgenhauer. »Aber deren Fokus liegt ja nicht darauf, eine Software zu bauen, sondern darauf, Medikamente herauszubringen.« Für die Pharmafirmen ist es viel einfacher, alle wichtigen Informationen auf der QYOBO-Plattform abzurufen.

Teilweise gibt das Start-up auch Empfehlungen, etwa zu alternativen Lieferanten in der Region oder in einem anderen Land. »Wir verhelfen unseren Kunden zu mehr Planungssicherheit«, fasst Felgenhauer zusammen. »Sobald wir einen Engpass voraussagen, können die Firmen gegensteuern.« Dafür zahlen sie.

Mehr als zwei Dutzend namhafte Kunden in 15 Ländern – von Deutschland über China bis nach Brasilien – konnte QYOBO bislang gewinnen. Der Umsatz ist laut eigenen Angaben siebenstellig.

Finanziert haben die Gründer ihr Unternehmen mit Ersparnissen, außerdem erhielten sie ein EXIST-Gründerstipendium. Risikokapital dagegen nahmen sie nicht in Anspruch. Das Start-up war von Anfang an profitabel. »Wir hatten schon zu Beginn zwei große Unternehmen als Auftraggeber«, sagt der Geschäftsführer. Diese hatten offenbar früh erkannt, dass die Oberbayern mit ihrer Software ein drängendes Problem der Branche beheben.

Zum Leidwesen von Unternehmen und Patienten wird dieses Problem auch in Zukunft bestehen bleiben, glaubt Felgenhauer. Die aktuell angestrebten politischen Lösungen wie etwa die von der Europäischen Union im Januar 2024 ins Leben gerufene »Allianz für kritische Medikamente« reichen nicht aus, um das strukturelle Dilemma in den Griff zu bekommen. Für QYOBO gibt es folglich noch viel zu tun. ●

[qyobo.com](https://www.qyobo.com)

FASSADENVIELFALT AUS ARCHITEKTURBETON

#hochwertig #eindrucksvoll #modern



Bahnhofstr. 8 · 84323 Massing





Land mit viel Potenzial – Brasilien
(im Bild: Rio de Janeiro)

Foto: marchello74/Adobe Stock

Eine starke Verbindung

In Brasilien gibt es eine lange Geschichte deutscher Einwanderer. Dieser Berührungspunkt hilft bayerischen Mittelständlern heute, dort erfolgreich Geschäfte zu machen.

Von Sabine Hölper

Die Wirtschaft feiert in diesem Jahr eine besondere transatlantische Verbindung: Vor 200 Jahren begann offiziell die deutsche Einwanderung in Brasilien. Mit ihr verknüpft ist eine Erfolgsgeschichte im internationalen Markt. Die hiesigen Unternehmen können heute von den gewachsenen Verbindungen zwischen Deutschland und Brasilien profitieren, um ihre Präsenz in dem fünftgrößten Land der Erde zu festigen und erfolgreiche Geschäftsbeziehungen entstehen zu lassen.

Die besondere Verbundenheit zeigt sich in zahlreichen Kooperationen. So besteht zwischen Brasilien und Deutschland seit 2008 eine strategische Partnerschaft zum Ausbau der bilateralen Zusammenarbeit. Bayern nimmt dabei eine herausragende Stellung ein. Bereits seit 1997 besteht eine Kooperationsvereinbarung mit Brasiliens wichtigstem Bundesstaat São Paulo, der 2006 in die Konferenz der Bayerischen Partnerregionen aufgenommen wurde. Zweitwichtigste Partnerregion für Bayern ist der Bundesstaat Santa Catarina, mit

den Bundesstaaten Rio Grande do Sul und Pernambuco bestehen Kooperationsfelder.

Die engen Verbindungen zwischen Bayern und Brasilien zeigen sich auch in den Wirtschaftsdaten: Hinter mehr als 21 Prozent der deutschen Investitionen stehen Unternehmen aus dem Freistaat. Insgesamt sind über 600 Firmen aus Bayern in Brasilien vertreten. Sie beschäftigen rund 35.000 Mitarbeiter und erwirtschaften einen Jahresumsatz von 3,7 Milliarden Euro. Vor allem Unternehmen aus

den Branchen Automobil, Maschinenbau, Elektrotechnik, Umwelttechnik, Medizintechnik und Chemie haben sich in Brasilien angesiedelt, ferner sind Handel, Landwirtschaft und Dienstleistungen vertreten.

Aktuell sind nachhaltige Technologien besonders gefragt, vor allem erneuerbare Energien. Laut Claudia Bärmann Bernard (51), Repräsentantin des Freistaats Bayern in Brasilien, liegt ein Fokus auf grünem Wasserstoff. Die Siemens Energy AG und das brasilianische Unternehmen Quinto Energy unterzeichneten unlängst eine Partnerschaft zum Bau einer Produktionsanlage für grünen Wasserstoff. Es ist derzeit das weltweit größte Projekt dieser Art und soll 2025 im brasilianischen Bundesstaat Bahia an den Start gehen. Geplant ist die Erzeugung von jährlich einer Million Tonnen grünen Wasserstoffs – auch für den Export nach Deutschland.

Brasilien ist aber nicht nur für Großunternehmen, sondern auch für Mittelständler interessant. Unterstützung beim Markteintritt erhalten bayerische Unternehmen von der Auslandshandelskammer (AHK) in São Paulo und von der Repräsentanz des Freistaats Bayern in Brasilien. Die Repräsentanz ist dem Bayerischen Wirtschaftsministerium zugeordnet und arbeitet eng mit der AHK Brasilien zusammen.

»Wichtig beim Markteintritt ist es, den interkulturellen Aspekt zu berücksichtigen«, betont Bayerns Repräsentantin Bärmann Bernard. Man brauche etwas Geduld und sollte die lokalen Gepflogenheiten kennen. »Der Aufbau eines Vertrau-

ensverhältnisses mit den brasilianischen Geschäftspartnern ist von enormer Bedeutung«, so die AHK-Expertin. »Dazu können eine Anzahl von Einladungen zum Essen und zum Kennenlernen der lokalen Kultur – auch in Begleitung von Familienangehörigen – sowie ein weniger förmliches Arbeitsumfeld gehören.« Zudem sei es von großem Vorteil, wenn man die portugiesische Sprache beherrscht – oder einen Partner oder Geschäftsführer aus Brasilien hat. Die langjährigen starken Verbindungen zwischen Bayern und Brasilien sollten auch bei der Suche nach einer solchen Verbindungsperson helfen.

Die IHK für München und Oberbayern bietet zudem Erstinformationen über den brasilianischen Markt, einschließlich Wirtschaftsdaten, und organisiert regelmäßig Informationsveranstaltungen, Seminare und Workshops, die sich mit verschiedenen Aspekten des brasilianischen Marktes befassen. So unterstützt das bayerische Netzwerk Unternehmen dabei, erfolgreich in Brasilien Fuß zu fassen und ihre internationalen Geschäftsaktivitäten auszubauen. ●

IHK-Ansprechpartnerin zu Brasilien

Jessica de Pleitez, Tel. 089 5116-1337
pleitez@muenchen.ihk.de

IHK-VERANSTALTUNGSTIPPS

Business Breakfast Brasilien

Bayerische Unternehmen können sich beim Business Breakfast informieren, wie der Markteintritt in Brasilien am besten gelingt. Bei der Veranstaltung referieren Experten zu unterschiedlichen Themen wie Recht, Logistik, Import und Export, Marken, Patente, Technologietransfer und Personal.

Termin: 12. September 2024, 9–11 Uhr

Ort: IHK für München und Oberbayern, Max-Joseph-Str. 2, 80333 München
Die Veranstaltung ist kostenfrei.

Weitere Infos und Anmeldung:

www.events.ihk-muenchen.de/ihk/business-breakfast-brasilien

Delegationsreise nach Brasilien

Eine Delegation des Bayerischen Wirtschaftsministeriums reist unter Leitung von Staatssekretär Tobias Gotthardt nach São Paulo und Salvador in Brasilien. Das Motto lautet »Transforming Today for a Greener Tomorrow«. Entsprechend sind vor allem Firmen aus den Branchen Umweltbiotechnologie, Maschinenbau, Umwelttechnologie, Energietechnik und Wasserstoffwirtschaft eingeladen, an der Reise teilzunehmen. Die Firmen werden mit hochrangigen Repräsentanten des Freistaats unterwegs sein und erhalten die Möglichkeit, wichtige Kontakte zu Wirtschaft und Politik zu knüpfen.

Termin: 5.–13. Oktober 2024

Weitere Infos: bayern-international.de/delegations-unternehmerreisen

Gartengeschäft mitten in der Fußgängerzone – Urban Gardeners im Münchner Rathaus





Viel mehr als Pflanzen

Das junge Unternehmen Urban Gardeners testet in seinem Ladengeschäft am Münchner Marienplatz seit März innovative Konzepte für den stationären Einzelhandel – mit interessanten Ergebnissen.

Dass ausgerechnet Strelitzien zu den Rennern des Sortiments gehören würden, damit hatte Jakob Kiefl (22) wirklich nicht gerechnet. Denn die Pflanzen, die wegen ihrer extravaganten Blüten auch als Paradiesblumen bezeichnet werden, sind selbst in der kleinsten Version noch ziemlich groß. Und das Geschäft der Urban Gardeners GmbH, die Jakob Kiefl mit seinem Bruder Valentin gegründet hat, befindet sich im Münchner Rathaus, also mitten in der Innenstadt. »Eine Strelitzie auf dem Fahrrad oder mit den öffentlichen Verkehrsmitteln zu transportieren, ist durchaus eine Herausforderung«, findet Jakob Kiefl.

Doch nicht nur der überraschende Erfolg der Strelitzien sorgt dafür, dass die Unternehmer das Sortiment laufend anpassen. Auch die Verkaufszahlen der anderen Topfpflanzen, Blumensträuße, Gemüsepflänzchen und weiteren Artikel rund ums Gärtnern behält Johann Kiefl genau im Blick: »Die Sortimentsgestaltung ist für mich das größte Experimentierfeld.«

Bis Ende August können die Urban Gardeners die großzügig bemessene Ladenfläche voraussichtlich nutzen. Mit der Akzeptanz des Angebots und den Umsätzen ist Kiefl sehr zufrieden: »Wir haben schon nach wenigen Wochen gesehen, dass unser Konzept eines Gartencenters für Innenstadtbewohner funktioniert.«

Der Laden dient dabei auch als Experimentierfeld für neue Technologien im Einzelhandel und wird von der Rid Stiftung im Rahmen ihres Förderprojekts Future Retail Store unterstützt. So können die Kunden dort etwa interaktive Screens und KI-Chatbots zur Pflanzenauswahl nutzen. Sie können dabei zusehen, wie Vasen per 3-D-Druck produziert werden, und in einer Co-Creation-Ecke im ersten Obergeschoss ihre Meinung zu Geschäft, Sortiment und weiteren Serviceleistungen wie etwa einem Lieferservice kundtun.

Auch Frequenzmesser, mit denen die Zahl der Kunden und ihre Wege durch den Laden nachverfolgt werden können, gibt es. »Im Vergleich zu Großunternehmen

Foto: Rid Stiftung



Familiensache – Jakob Kiefl (I.) hatte die Idee zu den Urban Gardeners, sein Bruder Valentin entwickelte den KI-unterstützten Pflanzenfinder

hat der mittelständische Einzelhandel seltenen Forschungs- und Entwicklungsabteilungen, um Innovationen zu testen«, sagt Maximilian Perez (37), der bei der Rid Stiftung für die Innovationsförderung zuständig ist. »Mit dem Future Retail Store haben wir ein neues Förderformat geschaffen, mit dem wir mittelständische Handelsunternehmen direkt dabei unterstützen, ihre Geschäftsmodelle weiterzuentwickeln und mit digitalen Technologien zu experimentieren.«

Dabei ist es der Rid Stiftung wichtig, dass neue Lösungen im Praxiseinsatz auf einer realen Einzelhandelsfläche getestet werden. »Um das für Händler und Händlerinnen risikominimiert zu ermöglichen, stellen wir nicht nur ein Budget zur Verfügung, sondern agieren auch als Sparingspartner«, so Perez.

Das Interesse des Handels an diesem Projekt war groß: Bei der bayernweiten Ausschreibung der Rid Stiftung 2023 gingen mehr als 40 hochkarätige Bewerbungen ein. Eine Jury bewertete die Konzepte nach den Kriterien Innovationsgrad, digitale Kompetenz, Nachhaltigkeitsorientierung, Experimentierfreude und Kooperationsbereitschaft. Dabei konnten sich die Kiefl-Brüder mit ihren Urban Gardeners durchsetzen.



Foto: Rid Stiftung

Der Start war ein wenig holprig. Ursprünglich sollte der Store im Zwischenutzungsprojekt Lovecraft in der ehemaligen Kaufhof-Filiale am Stachus stehen, doch das eröffnete nicht. Schließlich stellte die Landeshauptstadt München kostengünstige Räumlichkeiten im Rathaus zur Verfügung.

»Anfang März 2024 haben wir den Mietvertrag unterschrieben, am 15. März fand die Eröffnung statt«, erinnert sich Jakob Kiefl. Dass es gelang, die Flächen in dieser kurzen Zeit zu gestalten und mit Ware zu füllen, führt er nicht zuletzt auf die massive Unterstützung durch Freunde und Bekannte zurück.

Zudem haben die beiden Brüder familiären Rückenwind: Ihre Eltern betreiben ein großes Gartencenter in Gauting bei München. Die Idee zu einem Pendant speziell für Innenstadtbewohner verfolgte Jakob Kiefl, der während seines KMU-Management- und Entrepreneurship-Studiums im Familienunternehmen arbeitete, schon länger.

Das Förderprojekt der Rid Stiftung motivierte ihn dazu, das Konzept gemeinsam mit seinem Bruder umzusetzen. Sein bisheriges Fazit: »Wir haben es uns deutlich leichter vorgestellt, einen Laden zum Laufen zu bringen«, sagt Kiefl. »Allein die

Administration rund um Bestellungen, Lieferscheine, Rechnungen und die ganzen Genehmigungen ist schon sehr aufwendig.«

Da sie den Betrieb mit vielen studentischen Hilfskräften stemmen, freuen sich die beiden Gründer über den digitalen »Pflanzenfinder«, der mit generativer künstlicher Intelligenz (KI) ausgestattet ist. An diesem Terminal erhalten Kunden nicht nur Informationen über das Sortiment des Stores, sondern können sich auch Pflanzen empfehlen lassen, die zu den Lichtverhältnissen am künftigen Standort, dem gewünschten Pflegeaufwand und dem jeweiligen gärtnerischen Know-how passen.

Dank der Einbindung von Chat-GPT, eingeschränkt auf das Thema Pflanzen, erhalten Kunden sogar direkte Antworten auf ihre Fragen. Den »Pflanzenfinder« hat Valentin Kiefl, der BWL und Multimedia Technology studierte, komplett in Eigenregie programmiert. Das Programm ist mittlerweile auch in den Onlineshop der Urban Gardeners integriert.

Das KI-gestützte Tool werde von Mitarbeitenden wie Besuchern gut angenommen, bestätigt Nadja Hoßbach-Zimmermann (42), Abteilungsleiterin Innovation und Transformation am Fraunhofer-Institut für Integrierte Schaltungen IIS. Das Fraunhofer IIS begleitet das Projekt wissenschaftlich und bewertet es im Hinblick auf die Relevanz für andere Einzelhändler.

Fraunhofer-Experten sind daher zwei bis drei Tage pro Woche im Laden, um die Akzeptanz der neuen Technologien und innovativen Konzeptbausteine zu erfassen. Sie beobachten die Kunden und führen auch

Interviews mit ihnen. »Das Feedback der Kunden führt dann wiederum zu Anpassungen des Technologieeinsatzes und der Konzepte«, erklärt Hoßbach-Zimmermann das Vorgehen.

Aufgrund der kurzen Praxisphase kann das Fraunhofer IIS zwar noch nicht mit wissenschaftlich validen Erkenntnissen aufwarten. »Als Zwischenfazit können wir jedoch festhalten, dass sich die Kunden gefreut haben, Pflanzen und Gartenzubehör in der Innenstadt zu finden, und weder beim »Plantfinder« noch beim 3-D-Drucker Berührungsängste hatten«, sagt Hoßbach-Zimmermann.

Parallel zur Ladeneröffnung baute eine Freundin der Kiefls einen Instagram Account auf, der mittlerweile rund 3.500 Follower hat. Künftig will das Fraunhofer



Foto: Jan Schmiedel

»Wir agieren auch als Sparringspartner«, sagt Maximilian Perez, zuständig für Innovationsförderung bei der Rid Stiftung

IIS die Urban Gardeners noch mit Analysen von Inhalten der Online-Community unterstützen. »Rund um die Themen Zimmerpflanzen und Gärtnern in der Stadt gibt es im Netz regen Austausch«, sagt Hoßbach-Zimmermann. »Mit unserem Social-Media-Tool werden wir künftig Themen und Trends analysieren, die dort diskutiert werden, und damit die Sortimentsgestaltung erleichtern.«

Ein optimiertes Sortiment könnte für die Urban Gardeners künftig noch wichtiger werden. Sie sind auf der Suche nach einer neuen Ladenfläche, die aufgrund der hohen Mietpreise durchaus etwas kleiner als die aktuelle ausfallen dürfte. Weitermachen möchten die Kiefls auf jeden Fall. Dann werden sie auch weiter rund um die Zukunft des Handels experimentieren – und in der Innenstadt Strelitzien verkaufen. ●

Mehr zum Thema Einzelhandel gibt es auf der IHK-Website unter:

www.ihk-muenchen.de/handel

IHK-Ansprechpartnerin zum Einzelhandel
Julia Fuchs, Tel. 089 5116-2066
fuchs@muenchen.ihk.de

Für jeden Zweck und alle Branchen



Mit über 50 Jahren Erfahrung ist ELA Container der Spezialist, wenn es um mobile Raumlösungen geht. Ob als Kindergarten, Bankfiliale, Arztpraxis oder kurzfristiger Wohnraum: ELA Container sind universell einsetzbar.
www.container.de



ela[container]

Partner im digitalen Dialog

Für die Kommunikation mit Endkunden sind soziale Medien essenziell. Ihr Einsatz lohnt sich aber auch für den Austausch mit anderen Firmen, wie zwei Beispiele zeigen.



Infos schnell vermitteln – nur einer von vielen Social-Media-Einsatzbereichen

Foto: peopleimages.com/Adobe Stock

Von Eva Müller-Tauber

Wem sagt OpenBC etwas? Selbst Quizexperten müssen bei dieser Frage möglicherweise überlegen. Tatsächlich dürfte der Name der Online-Business-Plattform, die 2003 gegründet wurde, nicht mehr jedem bekannt sein. Markus Nothhaas, Marketingleiter der Kemapack GmbH in Landsberg am Lech, hätte die Antwort allerdings sofort parat: »Wir haben schon sehr früh Social Media auch im B2B-Bereich eingesetzt und dementsprechend XING bereits genutzt, als das Netzwerk noch OpenBC hieß, also etwa seit 2006.«

Kemapack ist ein Familienunternehmen mit 40 Beschäftigten und bietet individuelle Lösungen für den sicheren Transport von Waren. »Unsere Unternehmenskultur basiert auf Wissenshunger und Innovationslust«, sagt Nothhaas. »Darum beobachten wir permanent alle Kommunikationskanäle – auch Social Media.« Instagram, Facebook und XING nutzt das

Unternehmen vor allem fürs Recruiting, LinkedIn zum Brandbuilding sowie Personal Branding und YouTube für New Business und zur Kundenbindung.

Schon jetzt habe die Nutzung von Social Media im B2B-Bereich einen hohen Stellenwert, sagt Nothhaas. Vielleicht nicht so stark wie bei B2C, »der Wandel ist aber spürbar und geht schneller vonstatten, als es viele Unternehmen wahrhaben wollen«. Die nachfolgenden Generationen bringen die Relevanz von Social Media im B2B-Bereich ganz selbstverständlich in den Arbeitsalltag ein. »Marken, die sich darauf nicht vorbereitet haben, werden sich schwertun«, prognostiziert der Marketingfachmann.

Der »Erste Arbeitskreis Social Media in der B2B-Kommunikation« untersucht das Thema jedes Jahr mit einer Umfrage (Kasten S. 51). Die aktuelle, im September 2023 veröffentlichte Studie bestätigt Nothhaas' Beobachtung: Soziale Medien sind heute

übliche Kanäle in der B2B-Kommunikation. So gaben knapp 94 Prozent der 816 befragten Unternehmen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz (DACH-Region) an, soziale Medien für die B2B-Kommunikation zu nutzen. »Damit stabilisiert sich dieser Wert für den DACH-Raum auf hohem Niveau«, sagt Jacqueline Althaller. Sie ist Gründerin der Agentur ALTHALLER communication Gesellschaft für Marktkommunikation mbH in München und hat den Arbeitskreis 2010 ins Leben gerufen. Auch die CONSILIO GmbH, ein inhabergeführtes, international tätiges Beratungsunternehmen im SAP-Umfeld, hat bereits einige Erfahrung mit Social Media im B2B-Bereich. Das Unternehmen, das 200 Mitarbeitende beschäftigt, ist seit 2010 auf XING aktiv. Es folgten Twitter (jetzt X), LinkedIn und schließlich YouTube, Facebook und Instagram. Eine Social-Media-Verantwortliche koordiniert alles rund ums Thema, steht mit internen

Ansprechpartnern im engen Austausch, kümmert sich um die termingerechte und CI-konforme Umsetzung.

»Entsprechend unserer Kommunikationsstrategie orientieren wir uns natürlich an den unterschiedlichen Zielgruppen, die wir auf dem jeweiligen Kanal erreichen, und bereiten die Inhalte dementsprechend unterschiedlich auf«, erklärt Bettina Martinz, Head of Marketing & Communications. »Seit der Coronapandemie hat die Bedeutung von Social Media im B2B-Bereich noch weiter zugenommen«, betont sie. Offlineevents würden seltener, die Arbeit im Homeoffice sei immer verbreiteter, kaum einer tausche noch Telefonnummern aus. »Wie erreicht man also den Kunden? Über Social Media!«

Überdies bieten die sozialen Medien im B2B-Bereich die Möglichkeit, wichtige Informationen schnell, einfach und kostengünstig auszutauschen. »Gibt es interessante Neuigkeiten über das eigene Unternehmen zu vermelden, ist der nächste Post nur einen Klick entfernt«, so Martinz. Mittlerweile konzentriert sich CONSILIO auf LinkedIn und Instagram. »Als Mitglied des »Erstern Arbeitskreises für Social Media in der B2B-Kommunikation« orientieren wir uns für unsere Strategieplanung unter anderem an dessen jährlich erscheinender Studie. Diese hat mehrere Jahre hintereinander LinkedIn als absoluten Spitzenreiter unter den Social-Media-Kanälen bestätigt«, erläutert die Marketingexpertin.

Auch unter Networking-Aspekten sei LinkedIn derzeit der Kanal der Wahl. »Er ermöglicht uns grenzüberschreitendes, professionelles Vernetzen und den Aufbau von Geschäftsverbindungen«, sagt Martinz. Die Plattform helfe ebenfalls, »Leads zu identifizieren und mit ihnen Kontakt aufzunehmen, indem wir zum Beispiel Webinare über LinkedIn-Events bewerben«. Des Weiteren biete der LinkedIn Campaign Manager die Möglichkeit, gezielt selektierte Zielgruppen anzusprechen. »Durch die Beiträge der Kunden erhalten wir Einblicke in die neuesten Entwicklungen und können sehen, was bei Mitbewerbern passiert, da diese ebenfalls wichtige Entwicklungen und Informationen zu ihren Angeboten auf LinkedIn vermarkten.«

Das Unternehmen nutzt die Social-Media-Kanäle unterschiedlich: Bei LinkedIn konzentriert es sich hauptsächlich darauf, direkt mit seinen Kunden in Kontakt zu treten und sein Leistungsportfolio detailliert zu präsentieren. »Wir sprechen unsere Kunden auch formell an, indem wir das »Sie« verwenden«, so Martinz.

Im Gegensatz dazu dient das hauptsächlich privat genutzte Instagram vor allem dazu, die Bekanntheit der Marke zu steigern und als attraktive Plattform für potenzielle Bewerber zu fungieren. »Die Ansprache hier ist persönlicher und erfolgt mit »Du«, die Inhalte sind weniger auf Informationsvermittlung ausgelegt und setzen häufiger auf visuelle Elemente wie Videos.«

Die einzelnen Social-Media-Kanäle treiben immer mehr auseinander, beobachtet Kempack-Marketingfachmann Nothhaas. »Das gibt jedem Kanal seine Daseinsberechtigung, und die macht die Kanäle erst interessant für uns Werbetreibende.« Nachteil dieser Entwicklung: Inhaltlich zu differenzieren, mache die Arbeit deutlich aufwendiger und schwieriger.

»Vor ein paar Jahren konnte Content oft leicht kanalübergreifend generiert werden. Heute geht das nicht mehr so einfach«, so Nothhaas. Mit der inhaltlichen Ausrichtung haben sich auch die Frequenz der Postings, der Workflow und damit die Zuständigkeiten im Haus verändert, berichtet er: »LinkedIn wird bei uns inzwischen aus der Geschäftsleitung heraus betreut. Instagram unterliegt einem internen Konzept, das durch externe Content Creators genährt wird.«

Wichtig dabei sei, dass Social Media wie alle digitalen Angebote Mittel zum Zweck

bleibe: »Wir haben unsere Marke immer auf den persönlichen Dialog zwischen Menschen aufgebaut. Darum ist es unser Ziel, durch digitale Prozesse mehr Freiraum für den persönlichen Kontakt etwa in der Kundenbetreuung zu schaffen.«

Was also sollten Unternehmen beachten, die soziale Medien im B2B-Bereich einsetzen wollen? CONSILIO-Marketingexpertin Martinz rät: »Es ist unerlässlich, authentisch und konsistent in der Markenbotschaft und im Ton zu bleiben.« Man müsse regelmäßig posten und auf Kommentare, Nachrichten und Feedback umgehend reagieren. Auch seien nur hochwertige Inhalte bei B2B relevant. »Bilder, Videos, Infografiken und Geschichten sind besonders wirksam«, so die Expertin. Außerdem sollten Firmen die Fortschritte ihrer Social-Media-Aktivitäten anhand von Schlüsselkennzahlen (KPIs) analysieren, um die Strategie entsprechend anzupassen.

Kempack-Marketingleiter Nothhaas bestätigt das: »Man kann SoMe nicht ein bisschen machen. Entweder man bespielt einzelne Kanäle professionell und misst auch regelmäßig deren Erfolg oder man lässt es ganz – alles andere ist Ressourcenverschwendung.«

Einen Leitfaden für Social-Media-Marketing gibt es auf der IHK-Website unter:

www.ihk-muenchen.de/de/Service/Digitalisierung/social-media-marketing

IHK-Ansprechpartner zu Digitalisierung

Bernhard Kux, Tel. 089 5116-1705
kux@muenchen.ihk.de

TEILNEHMER GESUCHT FÜR DIE STUDIE »SOCIAL MEDIA IN DER B2B-KOMMUNIKATION«

Der »Erste Arbeitskreis Social Media in der B2B-Kommunikation« liefert in seiner branchenübergreifenden Studie »Social Media in der B2B-Kommunikation« regelmäßig Daten, wie sich die Social-Media-Trends in der DACH-Region (Deutschland, Österreich, Schweiz) entwickeln. Derzeit läuft die Datenerhebung für die

14. Umfrage. Noch bis zum 1. August 2024 können Unternehmen an der Onlinebefragung teilnehmen, die erstmals auch Auswirkungen moderner KI-Technologien auf die Social-Media-Nutzung untersucht.

Weitere Infos zur Umfrage:
www.ak-socialmedia-b2b.de

Anhaltende Hitzewellen –
in Spanien und Italien verdorren
Olivenbäume



Foto: George/Adobe Stock

Klimarisiken verringern

Starkregen, Überschwemmungen, Hitze – die Klimarisiken für die Wirtschaft nehmen zu. Wie können sich Unternehmen dagegen wappnen?

Von Gabriele Lücke

Für Michael Sendl, Inhaber des Bio-Supermarkts Biomichl OHG in Weilheim, sind die Folgen des Klimawandels deutlich zu spüren: Aktuell kann er seinen Kunden zum Beispiel nur wenig und sehr teures Olivenöl anbieten. »Das liegt an den Dürren, den schlechten Ernten, die das Hauptlieferland Spanien in den letzten zwei Jahren erlebt hat«, berichtet er. »Und Olivenöl wird nicht das einzige Produkt bleiben, das der Hitze zum Opfer fällt.«

Um solche klimabedingten Engpässe aufzufangen, hat der Unternehmer einen eigenen Klimaanpassungsplan entwickelt: »Wir verändern das Sortiment, erklären den Kunden aber auch, warum wir das tun und was noch passieren kann.« Der Klimawandel werde dazu führen, dass sie in Zukunft nicht mehr immer alles ausreichend und zu jeder Zeit bekommen. »So nehme ich sie in die Klimaanpassung mit.« Ganz praktisch hat er ans Olivenölregal einen Zettel geklebt, der die Gründe

für den Lieferengpass und die Preiserhöhung nennt und zugleich Rapsöl als Alternative vorschlägt.

Hitze und Dürre zu Hause oder in den Lieferländern – das sind nur zwei von mehreren Klimarisiken, auf die Unternehmen sich einstellen müssen, je mehr die Erd erwärmung zunimmt. Auch häufige und intensivere Extremwetterereignisse sind zu erwarten. Wie verheerend sich zum Beispiel Starkregen auswirken kann, zeigte sich gerade erst Anfang Juni in Bayern

und Baden-Württemberg. Gewaltige Niederschläge richteten in kürzester Zeit enorme Schäden an.

Sich zu wappnen und Anpassungsmaßnahmen zu ergreifen, ist daher sinnvoll. »Klimaanpassung ist Vorsorge, sichert die Rentabilität, schafft Vertrauen, sorgt für Zukunftsfähigkeit«, betont Andri König, Referent für Nachhaltigkeit bei der IHK für München und Oberbayern.

Einige der Auswirkungen des Klimawandels zählt Holger Komischke, Leiter des Klima-Zentrums (KliZ) am Landesamt für Umwelt (LfU) in Augsburg, auf: »Hitze kann zu zeitweiligen Engpässen in der Kühlwasserversorgung führen, weil die Flüsse zu warm sind. Leicht verderbliche Lebensmittel oder andere sensible Güter können hitzebedingt nicht mehr wie bisher produziert, gelagert, transportiert werden. Und wenn Arbeitsstätten zu sehr aufheizen, werden Mitarbeiter krank.« Starkregen oder Überflutungen können wiederum Gebäudeteile, Anbauflächen oder die Infrastruktur zerstören. Die Folgen für die Unternehmen sind meist gravierend: Produktionsprozesse und Lieferketten geraten ins Stocken, es entstehen Produktionsverluste und -ausfälle.



Wir verändern das Sortiment, erklären den Kunden aber auch, warum wir das tun und was noch passieren kann.«

Michael Sendl,
Inhaber Biomichl

Foto: privat

Mit den physischen Klimarisiken und den daraus resultierenden finanziellen Folgen gehen weitere regulatorische Risiken einher, ergänzt die Münchner Klimaberaterin Sibylle Zavala. So verlangt die Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD), dass die berichtspflichtigen Unternehmen entlang ihrer gesamten Wertschöpfungskette Klimarisiken benennen und Gegenbeziehungsweise Anpassungsmaßnahmen ergreifen. »Wer Klimarisiken nicht antizipiert, stellt gegebenenfalls seine Kreditwürdigkeit infrage, riskiert seine Reputation als zuverlässiger

Partner«, warnt Zavala. Sie beobachtet, dass das Bewusstsein für die Gefahren in der Wirtschaft zugenommen hat. »Unternehmen berücksichtigen zunehmend Klimarisiken und Klimaanpassung in ihren Planungen.«

Wie gehen Firmen in der Praxis am besten vor? »Zunächst geht es darum, die Risiken zu analysieren«, rät Zavala. Hat es in der Region des Unternehmens oder in den Lieferländern schon Extremwetterereignisse gegeben? Welche und wie oft treten sie auf? Was könnte in Zukunft drohen?



WIR BAUEN FÜR SIE

SCHLÜSSELFERTIG

- Gewerbe- und Industriebauten
- Verbrauchermärkte
- Wohn- und Sozialimmobilien
- Revitalisierung und energetische Sanierung

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

InnCon Baugesellschaft mbH

Adolf-Bauer-Str. 20 · 84543 Winhöring · T +49 8671 88 631-0 · info@inncon-bau.de
inncon-bau.de



Hier zählt auch die eigene Beobachtung, denn für kleinere Regionen liegen exakte Klimamodulationen meist nicht vor. Danach gilt es, die Folgen abzuschätzen und präventive Maßnahmen zu entwickeln. Zavala nennt als Beispiele:

- bauliche und technische Maßnahmen wie Verschattung, Dämmung, Gründächer, Entsiegelung oder Versickerungsmulden
- Diversifizierung von Zulieferern oder alternative Transportwege, um die Lieferketten widerstandsfähiger zu machen
- organisatorische Maßnahmen wie die Einführung von Überwachungs- und Frühwarnsystemen, flexible Arbeitsorte wie Homeoffice, um den Betrieb auch während extremer Wetterereignisse aufrechtzuerhalten, oder Cloudsysteme zur Gewährleistung von Datensicherheit und Datenverfügbarkeit bei physischen Schäden an lokalen Servern
- Elementarschaden- oder Betriebsunterbrechungsversicherungen
- langfristig die Anpassung des Geschäftsmodells über Diversifizierung, Sortiments-, Material- oder Produktmodifikationen – oder auch durch die Aufgabe von nicht klimaresilienten Geschäftszweigen.

Hinzu kommen Schulungen der Mitarbeitenden, ein Kommunikationsplan, der den Stakeholdern, Partnern und Kunden etwaige Veränderungen erklärt, und ein Notfallplan.

Das Infozentrum UmweltWirtschaft (IZU) hat mit dem Klima-Zentrum eine praxisnahe Handlungshilfe zur Klimaanpassung in Unternehmen erstellt (siehe Link am Ende des Textes). KliZ-Chef Komischke rät zudem, Förderprogramme zu sichten. Zugleich gibt es auch für Firmen mehr und mehr Beratungsangebote, zum Beispiel



»»» **Klimaanpassung ist eine leider notwendige Folge des Klimawandels – ihn müssen wir stoppen.«**

**Mario Browa,
Geschäftsführer Browatech**

Foto: Browatech

von der Bayerischen Architektenkammer. Letztendlich geht es in den meisten Fällen um ein Maßnahmenbündel. Bio-michl-Chef Sendl etwa hat nicht nur das Sortiment angepasst, sondern schon vor zehn Jahren eine Kühlung installiert, die das Grundwasser nutzt, damit sowohl seine Waren als auch seine Beschäftigten die wachsende Hitze im Sommer besser aushalten. Für seine Rinder legt der Nebenerwerbslandwirt Futterreserven an, falls während der heißen Sommer seine Wiesen verdorren.

Auch bei der COPLAN AG in Eggenfelden mit Niederlassung in München hat der Klimawandel bereits zu Anpassungen geführt. Das Ingenieurbüro plant und berät im Hoch- und Tiefbau. Die Beschaffenheit der Böden ändert sich durch Extremwetter, manche Baumaterialien halten zum Beispiel die Hitze nicht gut aus.

»Schutz vor Starkregen oder Überflutungen muss mehr denn je von vornherein in Bauten integriert werden«, erklärt Vorstand Christoph Gottanka. »Mitarbeiter nehmen durch Hitze Schaden, zudem torpediert Extremwetter die Zeitpläne – all dies berücksichtigen wir inzwischen in unseren Planungen. Wir haben damit im Übrigen schon vor zehn Jahren be-

gonnen, jetzt nehmen unsere Kunden es immer besser an.«

In der Praxis simulieren die COPLAN-Mitarbeitenden Starkwetterereignisse, um dann zu entscheiden, wie die Gebäude, Plätze und Straßen, die sie planen, klimaresilienter werden können. Zu den Maßnahmen gehören zum Beispiel mehr Verschattung, Gründächer, größer dimensionierte Regenwasserabläufe oder der Einsatz von Lehm als kühlendem Baumaterial.

Beim eigenen Betriebsgebäude in Eggenfelden gibt es ebenfalls ein Gründach und Nachtkühlung im Sommer, um den Mitarbeitenden eine angenehme Arbeitstemperatur zu ermöglichen. »Letztendlich ist die beste Klimaanpassung aber«, sagt Gottanka, »so nachhaltig und CO₂-neutral wie möglich zu bauen und zu wirtschaften und so dazu beizutragen, die Erderwärmung zu stoppen.«

Dringend notwendig sei angesichts der Komplexität der Klimawandelfolgen zudem die Kooperation von Kommunen mit ihrer Bürgerschaft und mit Unternehmen, ergänzen Anne von Streit von der Ludwig-Maximilians-Universität und Marie-Theres von Schickfus vom ifo Institut in München. Sie arbeiten gemeinsam im



**Starkregen – Anfang Juni standen
in Bayern ganze Stadtviertel unter Wasser**

Foto: EKH-Pictures/Adobe Stock

Projekt KARE (abgekürzt für Klimawandelanpassung auf regionaler Ebene). Das Projekt will Städte und Gemeinden im bayerischen Oberland für die Folgen des Klimawandels sensibilisieren und entwickelt gemeinsam mit Akteuren aus Politik, Gesellschaft und Wirtschaft praxisrelevante Instrumente für das kommunale Starkregenrisikomanagement.

»Unternehmen sollten sich Gedanken machen, welche Infrastrukturen für ihren Betrieb relevant und bei Starkregen eventuell gefährdet sind«, sagt von Schickfus. »Dann können sie sich über ihre Verbände, die Kammern oder individuell an ihre Kommunen wenden und einbringen.«

Die Bayerische Klima-Anpassungsstrategie (BayKLAS) 2016 beinhaltet ebenfalls kooperative Ansätze und bezieht die Wirtschaft als Akteur mit ein. Das neue Klimaanpassungsgesetz, das Mitte 2024 in Kraft tritt, sieht zwar keinen Erfüllungsaufwand für Unternehmen vor, sondern nimmt vor allem Länder und Kommunen in die Pflicht. »Aber die werden auch die Wirtschaft ins Boot holen«, prognostiziert Expertin Zavala.

Sie empfiehlt Unternehmen, nicht nur auf die Städte und Gemeinden zuzugehen. Sie sollten sich auch untereinander

weiter vernetzen, von- und miteinander lernen, gemeinsame Handlungsansätze finden. »Je früher Unternehmen sich auf Klimarisiken vorbereiten, desto stärker werden sie später davon profitieren.«

Unternehmer Sendl zum Beispiel engagiert sich im BioMarkt Verbund, einem Zusammenschluss von selbstständigen Biomärkten. Er regt dort Sortimentsanpassungen an, um bei Engpässen Alternativen zu haben. »Untereinander teilen wir Verbundmitglieder Ideen – so ist auch der Olivenöl-Zettel entstanden«, berichtet er. Zudem thematisiert der Unternehmer im IHK-Regionalausschuss Weilheim den Klimawandel.

Das Ingenieurbüro COPLAN wiederum geht auf Hersteller von Baumaterialien zu, setzt sich im Verband der planenden Ingenieure, in der Bauinitiative Sustainable Bavaria oder über den IHK-Regionalausschuss Rottal-Inn für Klimaschutz ein. »Wir nutzen zudem, dass wir viel für die öffentliche Hand arbeiten, bringen hier Ideen ein«, sagt COPLAN-Vorstand Gottanka.

Neben all den Risiken birgt die Klimaanpassung auch eine unternehmerische Chance. Mehr und mehr werden neuartige technische Lösungen, Dienstleistungen oder Beratung gebraucht. Mario

Browa, Geschäftsführer der Browatech GmbH & Co. KG im fränkischen Geroldsgrün, hat zum Beispiel ein Drainagetextil für Dächer entwickelt: Es ist aus speziell gewebtem Industriestoff und wird in begrünte Dächer integriert. Es saugt bei Starkregen das Wasser auf und drosselt so dessen Abfluss in die Kanalisation. Entsprechend zeitverzögert fließt das Wasser nach und nach ab. So wird die Kanalisation nicht überlastet, Überschwemmungen bleiben aus. Die Turnhalle einer Grundschule ist das erste deutsche Pilotprojekt. Das Hauptgeschäft macht Browa mit seiner Idee bereits seit mehreren Jahren in den USA.

Dass er mit seiner Lösung auch Geld verdient, sei ein schöner Nebeneffekt der eigentlichen Absicht, sagt Browa: »Klimaanpassung ist eine leider notwendige Folge des fortschreitenden Klimawandels – ihn müssen wir stoppen.«

Weitere Informationen zur Anpassung an den Klimawandel gibt es auf der IHK-Website unter:

**[www.ihk-muenchen.de/de/Service/
Klimaschutz-Energiewende/
Anpassung-an-den-Klimawandel](http://www.ihk-muenchen.de/de/Service/Klimaschutz-Energiewende/Anpassung-an-den-Klimawandel)**

Das Infozentrum UmweltWirtschaft (IZU) bietet eine praxisnahe Handlungshilfe zur Klimaanpassung:

**[www.umweltpakt.bayern.de/
werkzeuge/klimaanpassung](http://www.umweltpakt.bayern.de/werkzeuge/klimaanpassung)**

**IHK-Ansprechpartner
zu Nachhaltigkeit**

Dr. Andri König, Tel. 089 5116-2197
koenigA@muenchen.ihk.de

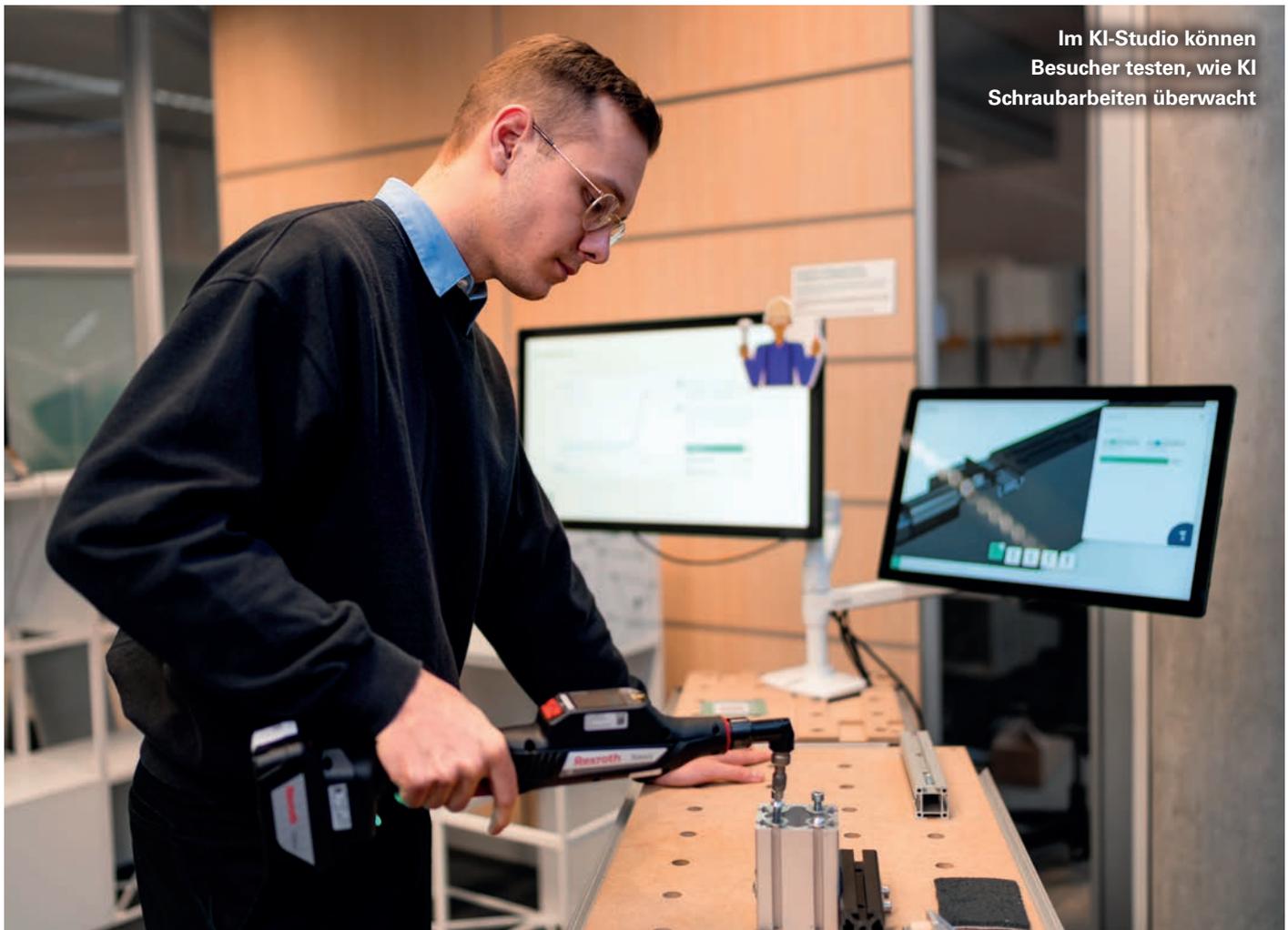
zu betrieblichem Klimaschutz

Fanny Meierhofer, Tel. 089 5116-1797
meierhofer@muenchen.ihk.de

KI zum Anfassen

Wie lässt sich künstliche Intelligenz in der Praxis einsetzen?

In den KI-Studios können Unternehmen praxisnahe Lösungen ausprobieren.



Im KI-Studio können Besucher testen, wie KI Schraubarbeiten überwacht

Foto: Ludmilla Parsyak/Fraunhofer IAO

Von Josef Stelzer

Von der Produktionsplanung über Qualitätskontrollen bis zum Marketing – die Einsatzmöglichkeiten von künstlicher Intelligenz (KI) sind denkbar breit gefächert. Was alles in der Technologie steckt, zeigt das Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation (IAO) auf anschauliche Art und Weise in seinem KI-Studio im Münchner Werksviertel.

Die neuen Angebote kommen gut an. Seit dem Start im September 2023 infor-

mierten sich in München bereits mehr als 40 Unternehmen über Einsatzfelder und Potenziale betrieblicher KI-Lösungen. Ein zweites Studio eröffnete Anfang Februar 2024 in Stuttgart.

»Wir machen künstliche Intelligenz zugänglich und zeigen den Nutzen auf eine leicht verständliche Weise anhand von Praxisbeispielen«, verspricht Matthias Peissner (50), Leiter des IAO-Forschungsbereichs Mensch-Technik-Interaktion in Stuttgart. »Unternehmer und Mitarbei-

tende dort können die zukunftsweisende Technologie selbst ausprobieren.« Vorkenntnisse sind nicht erforderlich.

Das IAO und das Institut für Arbeitswissenschaft und Technologiemanagement (IAT) der Universität Stuttgart führen das KI-Studio-Projekt gemeinsam durch. Gefördert wird es vom Bundesministerium für Arbeit und Soziales. Dreh- und Angelpunkt sind interaktive Demonstratoren mit Bildschirmen und Computern. Eines der praxisnah konzipierten KI-Beispiele

zeigt eine vorausschauende Produktionsplanung. Sie hilft, Produktionsprozesse dynamisch umzuplanen und die besten Planungsoptionen hinsichtlich Auftragslage, Personalverfügbarkeit sowie weiterer Faktoren auszuwählen.

Kommt es zu unerwarteten Zwischenfällen, etwa bei Auftragsstornierungen, Personalmangel oder Materialengpässen, dann schlägt die KI zweckmäßige Auswege vor. Sie ermittelt für jede Planungsoption die zu erwartenden Effekte und stellt der Produktionsleitung die Grundlagen für weitere Entscheidungen zur Verfügung.

Ein anderer Demonstrator verdeutlicht, wie künstliche Intelligenz im Kundencenter weiterhelfen kann. Das Spektrum reicht von Auskünften zu Produktangeboten oder Vertragstarifen bis hin zu technischen Fragen. Die KI-Sprachmodelle zeigen anhand von Formulierungsvorschlägen, wie die Textgenerierung funktioniert und wie die Auswahl der Trainingsdaten die KI-erzeugten Texte beeinflusst. Dabei soll zum Beispiel erkennbar werden, dass die KI-basierte Textgenerierung eben nicht auf einem inhaltlichen Verstehen beruht, sondern auf dem Aneinanderreihen von wahrscheinlichen Wortketten.

Künstliche Intelligenz kann überdies die Bewertung und Auswahl von Ausschreibungsangeboten erleichtern. KI-basierte Textanalysen zeigen in einer vergleichenden Darstellung, inwieweit die Ausschreibungsangebote die Anforderungen erfüllen. Dadurch lassen sich die geeignetsten Angebote fundiert und schnell herausfiltern. Dies gilt auch dann, wenn die Angebotstexte frei formuliert und unterschiedlich formatiert sind.

Hilfreich ist die Technologie überdies in der Qualitätskontrolle. Ein Demonstrator führt im Studio Stuttgart vor, wie die KI manuell durchgeführte Schraubvorgänge überwacht, wie sie Fehler beim Schrauben erkennt und die Qualität von Schraubverbindungen bewertet. Der intelligente Schrauber lässt sich vor Ort ausprobieren. Nachdem ein Besucher eine typische Aufgabe erledigt hat, erhält er vom Demonstrator ein konkretes Feedback zur Qualität seiner Schraubarbeit. Passen Schraubwinkel und Drehmoment? Wurde die Unterlegscheibe richtig eingelegt?

Nützlich ist eine solche KI-Lösung etwa beim Verschrauben von Bauteilen in der Produktion von Turbinen oder Batteriepacks für Elektrofahrzeuge. Zumal in manchen Fällen jeder einzelne Arbeitsschritt bestimmten Vorschriften entsprechen und rückverfolgbar sein muss. Außerdem kann das System Informationen über den Ermüdungszustand des Monteurs liefern und zum Beispiel Pausen vorschlagen.

Im KI-Studio können Besucher darüber hinaus in die Rolle von Agenturmitarbeitern schlüpfen und ein Grobkonzept für eine Marketingkampagne entwerfen. Bei der Entwicklung von geeigneten Slogans und Bildern lassen sie sich von generativer KI inspirieren, übernehmen die Vorschläge des Demonstrators oder verwenden diese als Anregung für eigene Ideen. Auf diese Weise entsteht in kurzer Zeit ein fertiges Kampagnenkonzept.

Ein weiterer Demonstrator fokussiert Pflegedienste. Das KI-System gibt Empfehlungen, die auf der Analyse diverser Sensordaten von Pflegebedürftigen beru-

IHK-VERANSTALTUNGSTIPP

KI-Studio Open Door

Die Forschenden des Fraunhofer-Instituts für Arbeitswirtschaft und Organisation (IAO) zeigen in den KI-Studios einige Anwendungsbeispiele von künstlicher Intelligenz und erläutern deren Vorteile. Zudem bieten sie regelmäßig Workshops an.

Ort: PionierHUB des Fraunhofer IAO, Atelierstraße 1, 81671 München

Termin: 9. August 2024, 10–16 Uhr
Die Teilnahme ist kostenfrei.

Weitere Informationen und Anmeldung:
www.ki-studios.ai

hen, und hilft dabei, Erkrankungen sowie Notfälle zu erkennen. Die KI weist zudem auf Pflegebedürftige hin, die womöglich Hilfe benötigen. Der dargestellte Anwendungsfall soll auf weitere Einsatzbereiche in anderen Branchen übertragbar sein, in denen mehrere Aufgaben parallel zu erledigen sind, etwa in der Produktion.

»Das Interesse an den Demonstratoren bei den Unternehmen ist riesig«, freut sich IAO-Experte Peissner. Für den mobilen Einsatz der Demonstratoren sind mittlerweile auch zwei KI-Infomobile unterwegs. »Damit bringen wir die KI-Studios auf Wunsch zu den Betrieben vor Ort und sind an verschiedenen Veranstaltungsorten wie etwa Messen präsent«, erläutert Peissner. »So kann man die KI hautnah erleben, ohne weit reisen zu müssen.«

Weitere Informationen zum Thema künstliche Intelligenz gibt es auf der IHK-Website: www.ihk-muenchen.de/ki

IHK-Ansprechpartner zu KI

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

Marketing für die Ohren

Zunehmend entdecken kleinere Firmen Podcasts – um sich ins Gespräch zu bringen, als Experten zu positionieren oder fürs Recruiting. Worauf es dabei ankommt.

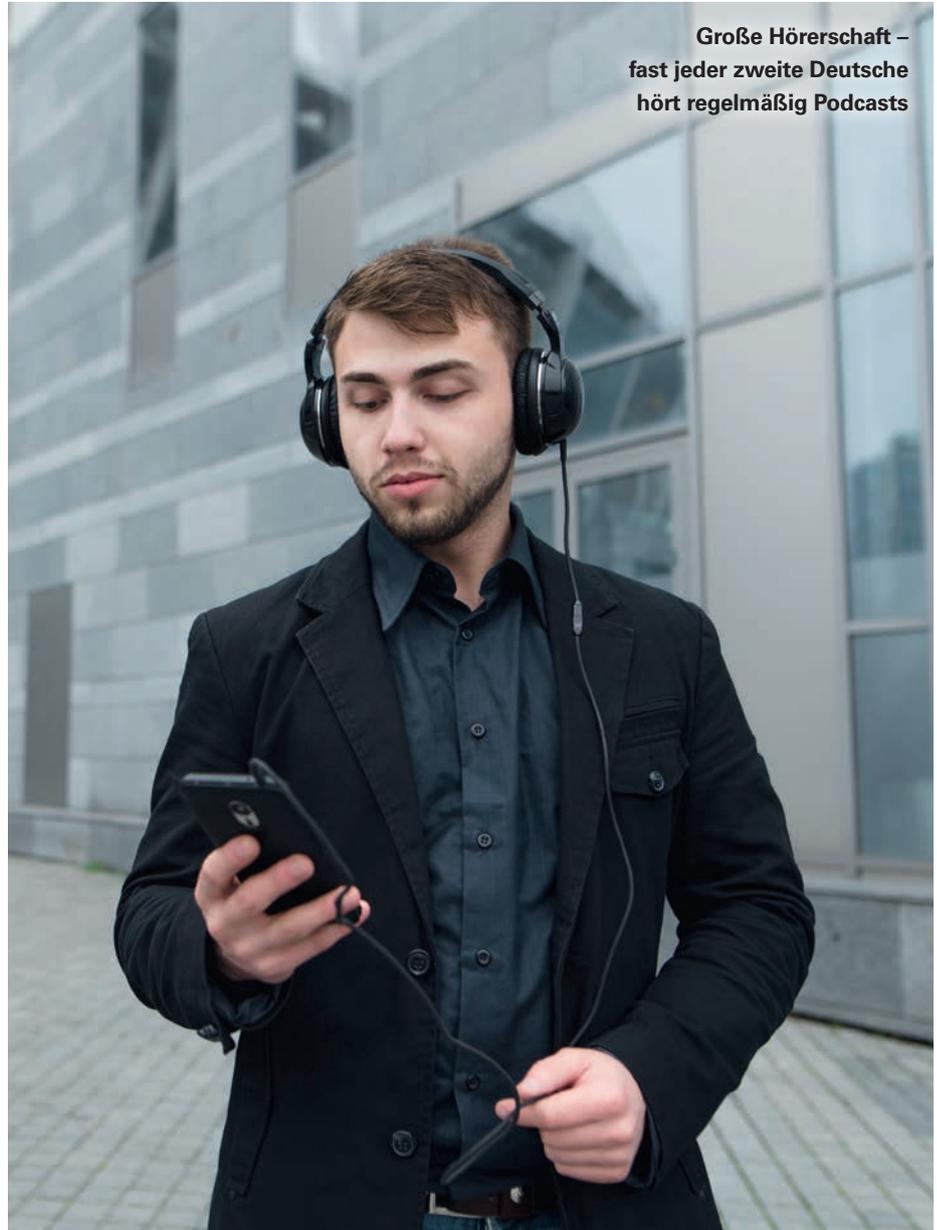
Von Monique Opetz

Lasst uns das doch einfach mal probieren.« So lautete das Credo, als das Marketing- und E-Commerce-Team beim Münchner Einzelhändler Bettenrid GmbH überlegte, einen hauseigenen Podcast auf die Beine zu stellen. Die Idee für den Expertentalk »Besser schlafen – gut einschlafen, erholt aufwachen« entstand während der Coronazeit 2021. Die Mitarbeiterinnen fragten sich, wie sie – trotz der geschlossenen Geschäfte – das Thema Schlaf kreativ aufgreifen könnten. Dass die Idee aufging, zeigen knapp 60.000 Downloads für bis heute 23 veröffentlichte Folgen rund um schlaflose Nächte und Schlafkultur.

Knapp jeder zweite Deutsche ab 16 Jahren hört fast drei Stunden Podcasts pro Woche. Das sind knapp 30 Millionen Menschen laut einer Umfrage des Digitalverbands Bitkom. Dabei landen die Audioinhalte meist nebenbei im Ohr: beim Autofahren, Joggen oder während der Hausarbeit. Großkonzerne machen sich das Format längst zunutze. Die Allianz Gruppe platziert Versicherungsthemen, die Deutsche Telekom AG spricht über Digitales und die Penguin Random House GmbH interviewt ihre Buchautorinnen und -autoren. Mit Erfolg: Die Verlagsgruppe gewann den Deutschen Podcast Preis 2023 in der neu eingeführten Kategorie Corporate Podcasts.

Aber auch kleine und mittelständische Unternehmen wie Bettenrid können Podcasts für sich einsetzen – als Marketinginstrument, um Wissen zu vermitteln oder um neue Mitarbeiter zu gewinnen. Konkrete Zahlen zu Corporate Podcasts gibt es indes kaum. Dafür sei das Medium noch zu jung, sagt Stephan Schreyer, Strategic Corporate Audio Advisor und Dozent an der ARD.ZDF medienakademie.

Immerhin: Die Otto Brenner Stiftung fand in einer aktuellen Studie heraus, dass



**Große Hörerschaft –
fast jeder zweite Deutsche
hört regelmäßig Podcasts**

Foto: bodnarphoto/Adobe Stock

60 Prozent der Wirtschaftspodcasts, die sich auf der Streaming-Plattform Spotify finden, unter dem Dach von Wirtschaftsunternehmen entstehen. Dabei nutzen fast die Hälfte dieser Unternehmenspodcasts das Ratgeberformat.

So geht auch der Einzelhändler Bettenrid vor: Der Podcast setzt auf eine jährlich stattfindende Eventreihe auf, bei der Wissenschaftler und Experten ihr Know-how weitergeben. »Wir wollen Schlaf in unserer Leistungsgesellschaft zu einem

positiven Image verhelfen und ein zentraler Hub für sämtliche Themen rund ums Schlafen werden«, sagt Christiane Hoss-Nurminen, Bereichsleiterin Marketing und E-Commerce bei Bettenrid. Das Unternehmen mit seinen rund 140 Mitarbeitenden wolle den Kunden mehr bieten als nur Produkte und Beratung.

Das könnten beispielsweise Kontakte zu Schlaflaboren sein oder Empfehlungen für Psychologen, Osteopathen und Physiotherapeuten, die sich mit Schlafproblemen beschäftigen. »Wir können uns vorstellen, ein komplettes Netzwerk aufzubauen. Der Podcast ist dabei ein Element«, so Hoss-Nurminen.

Zum Netzwerken nutzt auch Sandra Franz, CEO der Eventagentur family & franz, ihren hauseigenen Podcast: »Amuse & Amore« möchte kunst- und kulinarisch interessierte Menschen erreichen, die gern hinter die Kulissen blicken und es mögen, »wenn es an der einen oder anderen Stelle menschelt«. Dafür trifft die Unternehmerin Sterneköche, Moderatoren, Schauspielerinnen oder DJs aus ihrem Netzwerk.

Der Podcast erscheint seit März 2024 über »Studio F«, eine Marke ihrer Eventagentur; 14 Folgen sind für die erste Staffel geplant. »Mit dem Podcast zeigen wir, dass beispielsweise auch Audioformate Teil von Markenbildung sind und als verlängerter Kommunikationsarm eingesetzt werden können«, so Franz. Ziel seien nicht unbedingt hohe Downloadzahlen. »Klar freuen wir uns, wenn viele Menschen den Podcast hören«, sagt sie. Aber letztendlich sei es so: »Wenn unser Netzwerk davon profitiert und beispielsweise Köche, mit denen wir gesprochen haben, über den Podcast eine Sichtbarkeit oder Buchungen bekommen – dann ist das der Erfolg, den wir damit erzielen wollen.«

Dass sowohl Bettenrid als auch Agenturchefin Franz mit ihren Strategien richtig

liegen, bestätigt Corporate-Audio-Experte Schreyer: »Wer einen Podcast einsetzen möchte, um kurzfristig Sales oder Leads zu generieren, wird keinen Erfolg haben. Dafür ist er als Medium ungeeignet.« Ein Podcast sei ein Longtailformat, das im besten Fall eine »Community« hervorbringt und Teil einer ganzheitlichen Kommunikationsklaviatur ist.

Das bedeutet, Unternehmen sollten mindestens zwölf Monate Laufzeit und regelmäßige Veröffentlichungen einplanen. Dabei ist die Aufnahme der kleinste Teil beim Podcasten. Viel wichtiger sei es laut

sprachspartner aus, die Produktion übernimmt die Agentur. Pro Folge müsse mit einem niedrigen vierstelligen Betrag kalkuliert werden. Wobei die Produktion mit dem richtigen Equipment und entsprechendem Know-how auch inhouse funktionieren. Mit den fast 60.000 Downloads ist der Einzelhändler laut Agentur bei den Corporate Podcasts schon sehr gut dabei. Downloads sagen allerdings wenig darüber aus, ob Zielgruppen erreicht oder Podcasts tatsächlich gehört werden. Daher sind sie, ähnlich wie bei family & franz, nicht das primäre Ziel. »Wir wissen,



Foto: Bettenrid



Wir können uns vorstellen, ein komplettes Netzwerk aufzubauen. Der Podcast ist dabei ein Element.«

**Christiane Hoss-Nurminen,
Bereichsleiterin Marketing Bettenrid**

Schreyer, ein strategisches Konzept zu erarbeiten: Wer und was soll mit dem Podcast erreicht werden?

Bettenrid arbeitet seit 2023 mit einer Sound-Branding-Agentur zusammen, um Vermarktung und Reichweite voranzutreiben. Bis jetzt hat der Einzelhändler den Podcast ohne Mediabudget beworben – über die hauseigenen Social-Media-Kanäle oder den Newsletter. Über eine breitere Vermarktungsstrategie, etwa über Sponsored Ads, möchte das Unternehmen noch mehr Menschen erreichen.

Zwei bis drei Arbeitstage mit Vor- und Nachbereitung beträgt der Aufwand pro Folge für Bettenrid. Die verantwortliche Mitarbeiterin wählt Themen und Ge-

dass wir mit Downloads keinen direkten Kaufimpuls auslösen«, sagt Bettenrid-Marketingexpertin Hoss-Nurminen. »Wir sehen aber an unserer Gesamtpフォーマンス der letzten Jahre, dass wir in unserem Kernbereich Schlafen ein stabiles Umsatzwachstum haben.« Auf diesen Erfolg zahlten viele Maßnahmen ein – der Podcast sei eine davon.

Und noch etwas leistet das Audioformat: Es trägt positiv zum Employer Branding bei. Hoss-Nurminen berichtet von Vorstellungsgesprächen, in denen die Bewerber anmerken, dass der Podcast Bettenrid als fortschrittliches Unternehmen auszeichnet. »Als Münchner Traditionshaus freut uns das natürlich besonders.«



Was ist schon da? Firmen müssen für den Nachhaltigkeitsbericht nicht alle Daten neu erheben

Foto: N F/peopleimages.com/Adobe Stock

Hilfe zur Selbsthilfe

Die Materie ist komplex, der Termindruck hoch – wie können Unternehmen ihre Nachhaltigkeitsberichte gesetzeskonform und rechtzeitig erstellen?

Von Gabriele Lüke

Umfangreich, aufwendig, zeitlich eng – diese Bedenken hört Henrike Purтик, CSR-Fachfrau der IHK für München und Oberbayern, immer wieder. Sie kommen von Unternehmen, die nach der neuen Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) über ihre Nachhaltigkeitsaktivitäten berichten müssen.

Die bayerischen IHKs (BIHK) haben gemeinsam mit dem Infozentrum Umwelt-Wirtschaft (IZU) des Bayerischen Landesamts für Umwelt (LfU) auf die Sorgen der Unternehmen reagiert und den Leitfaden »10 Schritte zur CSRD« herausgegeben (s. Link am Ende des Texts). »Der neue

Leitfaden bietet einen niederschweligen Einstieg in die CSRD«, sagt IHK-Expertin Purтик. »Er unterstützt Unternehmen dabei, sich einzuarbeiten, Strukturen aufzubauen, Daten zu sammeln, die Berichtspflicht umzusetzen – und nicht nur als Belastung, sondern auch als Chance zu begreifen.«

Ein wichtiger Faktor in der Praxis: »Die CSRD muss Chefsache sein«, betont LfU-Expertin Antje Krist, die den Leitfaden mitentwickelt hat. Die Firmenleitung sollte zunächst prüfen, ob und ab wann das Unternehmen berichten muss (siehe Kasten S. 61). »Hier kann der Wirtschaftsprüfer helfen. Er muss den Nachhaltig-

keitsbericht ohnehin vor der Veröffentlichung prüfen«, so Krist.

Ist das Unternehmen von der Nachhaltigkeitsberichterstattung betroffen, muss die Geschäftsleitung Verantwortliche benennen und Kapazitäten sowie Budgets freigeben. »Dabei sollte die CSRD-Umsetzung nicht nur einer Person, etwa dem Umweltbeauftragten, überantwortet werden. Da Daten aus vielen Abteilungen erforderlich sind, braucht es ein abteilungsübergreifendes Team«, empfiehlt die LfU-Expertin. Dieses Team sollte sich dann anhand der European Sustainability Reporting Standards (ESRS), die die CSRD konkretisieren, einen Überblick

über alle Aufgabenfelder und Pflichten verschaffen. Drei Punkte sind nach Krist's Ansicht eine besondere Herausforderung, weil sie für viele Firmen neu sind:

- **Wesentlichkeitsanalyse:** Die CSRD verankert die sogenannte doppelte Wesentlichkeit. Wie wirkt das Unternehmen auf Umwelt und Gesellschaft? Und welche Risiken und Chancen bergen umgekehrt Umwelt und Gesellschaft für das Unternehmen? Berichtet werden muss nur über Nachhaltigkeitsfelder, die in mindestens einer der beiden Perspektiven wirklich wesentlich sind. Alle anderen können ausgelassen werden. Prüfer könnten aber eine Begründung der Ausschlüsse einfordern. »Die Wesentlichkeitsanalyse ist der Dreh- und Angelpunkt. Hier den Wirtschaftsprüfer oder auch schon Interessenträger einzubinden, kann helfen«, rät LfU-Expertin Krist.
- **Stakeholderdialog:** Welche Unternehmensrisiken sehen die Stakeholder, also jene Personen oder Organisationen, die von den Firmenaktivitäten betroffen sind oder beeinflusst werden? Die CSRD verlangt, dies abzufragen und anzugehen. Krist schlägt vor, zunächst die wichtigsten Stakeholder zu bestimmen – von den Beschäftigten und Partnern über Behörden und Medien bis zu Nichtregierungsorganisationen. Dialogformate können Fragebögen, direkte Gespräche oder Diskussionsrunden sein.
- **Wertschöpfungskette:** Hier fordert die CSRD, sowohl die vorgelagerte als auch die nachgelagerte Wertschöpfungskette zu prüfen. Das Unternehmen muss also nicht nur recherchieren, unter welchen Bedingungen das Produkt hergestellt oder die Dienstleistung erbracht wird, sondern auch: Wie geht es weiter? Wie wird transportiert, verpackt, weiterverwendet? Hierzu müssen ebenfalls Dialog- und Prüfstrukturen geschaffen werden. Anschließend gilt es, die Datenerhebung – gegebenenfalls mithilfe

digitaler Tools – abteilungsübergreifend durchzuführen. Vorab sollten Firmen prüfen, ob aus bestehenden Managementsystemen wie Ökoprot, EMAS oder ISO bereits Daten vorliegen. Danach sind alle Daten zusammenzuführen, in die verlangte Berichtsform zu bringen, der Bericht dem Wirtschaftsprüfer vorzulegen, ihn in den Lagebericht zu integrieren und zu veröffentlichen. »Nicht zuletzt verlangt die CSRD, das Geschäftsmodell an sich sowie Nachhaltigkeitsstrategie, -ziele und -maßnahmen zu beschreiben«, so Krist. Eine Aufgabe, die den Firmen nach all den Vorbereitungen leichterfallen sollte. »So soll und kann die Nachhaltigkeit Teil der Unternehmens-DNA werden.«

Das Bundeswirtschaftsministerium will berichtspflichtige Unternehmen bei diesem Vorhaben unterstützen. Der Deutsche Nachhaltigkeitskodex, der bereits einen Standard für Nachhaltigkeitsberichte zur Verfügung stellt, soll im Hinblick auf die European Sustainability Reporting Standards (ESRS) weiterentwickelt werden.

Dafür stehen in den nächsten drei Jahren fast 20 Millionen Euro zur Verfügung. So sollen die neuen Berichtsstandards von Anfang an leicht zu handhaben sein, die Berichte selbst niederschwellig und gesetzeskonform erstellt werden können. Ergänzend dazu gibt es Schulungen und Leitfäden sowie eine Webplattform.

Wie Unternehmen konkret mit den Anforderungen umgehen, zeigen die Praxisbeispiele Bergzeit GmbH und Bavaria Film Gruppe auf den nächsten Seiten. ●

Mehr Infos zur Nachhaltigkeitsberichterstattung sowie den Leitfaden »10 Schritte zur CSRD« zum Herunterladen gibt es hier: www.ihk-muenchen.de/Nachhaltigkeitsberichterstattung

IHK-Ansprechpartner zum Thema Nachhaltigkeit

Dr. Henrike Purтик, Tel. 089 5116-1105
purтик@muenchen.ihk.de
Dr. Andri König, Tel. 089 5116-2197
KoenigA@muenchen.ihk.de

CSRD: WER MUSS WANN BERICHTEN?

Berichtspflichtig sind grundsätzlich alle Unternehmen, die mindestens zwei der folgenden drei Merkmale erfüllen:

- mindestens 25 Millionen Euro Bilanzsumme
- mindestens 50 Millionen Euro Nettoumsatzerlöse
- mindestens 250 Beschäftigte (im Durchschnitt des Geschäftsjahrs)

Außerdem müssen alle an der Börse gelisteten kleinen und mittleren Unternehmen berichten. Ausgenommen sind lediglich börsennotierte Kleinunternehmen.

Die Berichtspflicht tritt gestaffelt in Kraft. 2025 müssen für 2024 alle Unternehmen berichten, die bereits der Vorgängerregelung, der Non-financial Reporting Directive (NFRD), unterliegen. Das sind alle Firmen, die mehr als 500 Mitarbeiter beschäftigen

und kapitalmarktorientiert sind, zudem Banken, Versicherungen und Fondsgesellschaften. Ihr Umsatz muss über 40 Millionen Euro liegen oder ihre Bilanzsumme mehr als 20 Millionen Euro betragen.

2026 berichten für 2025 zusätzlich alle weiteren berichtspflichtigen großen Firmen, die bisher nicht nach NFRD in der Pflicht waren. 2027 berichten für 2026 dann auch die börsennotierten kleinen und mittleren Unternehmen (KMU), kleine und nicht komplexe Kreditinstitute sowie firmeneigene (Rück-)Versicherungsunternehmen.

Die bayerischen IHKs und das LfU organisieren einen zweitägigen Intensivworkshop zur CSRD für berichtspflichtige Unternehmen.

Termin: 23./24. Juli 2024

Weitere Informationen: Dr. Andri König
KoenigA@muenchen.ihk.de

Das solide Fundament nutzen

Der Bergsport-Ausrüster Bergzeit setzt bei der Berichtspflicht auf sorgfältige Vorbereitung – und sieht die Chance auf neue Impulse.

Foto: Bergzeit



»Unterm Strich haben wir mit unserem Team und den bisherigen Aktivitäten eine gute Basis für die CSRD«, sagt Holger Cecco-Stark, Head of Facility & Eco-Management

Die Bergzeit GmbH in Otterfing muss erst ab dem Jahr 2026 nach CSRD berichten. »Wir werden es aber schon soweit möglich 2025 für 2024 tun – damit sich alles einspielen kann und 2026 reibungslos funktioniert«, erklärt Holger Cecco-Stark, Head of Facility & Eco-Management.

Bergzeit vertreibt Outdoor-ausrüstung und betreibt zwei Ladengeschäfte in Oberbayern, der Großteil des Geschäfts entsteht jedoch im Onlinehandel. Das Unternehmen wurde 1999 gegründet und beschäftigt heute 380 Mitarbeitende. 2017 begann Bergzeit, sich intensiv mit Nachhaltigkeit zu beschäftigen. Es stellte seine erste Nachhaltigkeitsbeauftragte ein und formulierte drei Jahre später die erste Nachhaltigkeitsstrategie. Davor ga-

ben die Umweltmanagementprogramme Ökoprotit und EMAS eine erste Orientierung. Zuletzt trat das Unternehmen der Science Based Targets Initiative (SBTi) bei und setzt sich damit wissenschaftlich fundierte CO₂-Reduktionsziele.

»Unsere ersten Nachhaltigkeitsmaßnahmen waren ganz niederschwellig: Wir haben Papier gespart, Müll getrennt oder in energiesparende Maßnahmen investiert«, erinnert sich Cecco-Stark. Inzwischen ist vieles hinzugekommen, zum Beispiel eigene Photovoltaikanlagen sowie eine saisonal und regional kochende Bio-Kantine. »Wir betreiben einen eigenen Shop für Gebrauchsgüter (RE-USE) und bis 2026 wollen wir zu 80 Prozent mit Partnern zusammenarbeiten, die wie wir glaubwürdig CO₂ reduzieren«, führt

Cecco-Stark aus. »Nachhaltigkeit ist integraler Bestandteil all unserer Unternehmensaktivitäten.« Das Team, das für CSR (Corporate Social Responsibility) zuständig ist, umfasst inzwischen zehn Personen und arbeitet abteilungsübergreifend. »Unterm Strich haben wir mit unserem Team und den bisherigen Aktivitäten auch eine gute Basis für die CSRD: Wir wissen, wie man Strategien und Ziele entwickelt, Daten erhebt, Maßnahmen bestimmt und umsetzt«, sagt Cecco-Stark.

Dennoch bleiben Herausforderungen, etwa die Wesentlichkeitsanalyse, der Stakeholderdialog und die Wertschöpfungskette. »Die Wesentlichkeitsanalyse kennen wir zwar über EMAS, neu ist für uns die doppelte Wesentlichkeit«, erklärt der Bergzeit-Manager.

Um den Stakeholderdialog abzubilden, hat das Unternehmen die wichtigsten Interessengruppen recherchiert und fragt nun über einen digitalen Fragebogen und in persönlichen Gesprächen ab, in welchen Bereichen diese Gruppen Auswirkungen sehen. Die genannten Punkte will das Unternehmen dann analysieren und angehen. Dazu nutzt die Firma eine spezielle Software, um das Vorgehen einfach, aber transparent zu halten.

Und beim Thema Wertschöpfungskette geht es neben den sozialen Bedingungen bei Herstellern in Schwellenländern vor allem um den nachgelagerten Transport und die Verpackung. »Wir sind im steten Austausch mit unseren Lieferanten und Dienstleistern, um unsere Umweltauswirkungen weiter zu senken«, betont Cecco-Stark.

Nach den bisherigen Vorbereitungen und Erfahrungen fällt sein Zwischenfazit differenziert aus. »Die Bestandsaufnahme nach CSRD kostet Zeit und ist umfangreich«, stellt der Bergzeit-Manager fest. »Zugleich gibt uns die CSRD aber durchaus auch Impulse, unsere Maßnahmen weiterzuentwickeln. Das sehen wir als Chance.«

Daten erfassen als Herausforderung

Viele verschiedene Beteiligte und kaum standardisierte Prozesse: Die Bavaria Film Gruppe setzt Software-Tools und künstliche Intelligenz ein, um die CSRD zu bewältigen.

Die Bavaria Film Gruppe in München steckt mitten in den Vorbereitungen. »Wir berichten 2025 für 2024 und kommen gut voran«, betont Tobias Wolf, Nachhaltigkeitsmanager beim Tochterunternehmen Bavaria Fiction GmbH und verantwortlich für den gruppenweiten CSRD-Prozess. »Wir sehen aber auch noch einige Herausforderungen.«

Die Bavaria Film Gruppe ist mit ihren Tochterunternehmen im Kerngeschäft in der Entwicklung, Produktion und Verwertung von Bewegtbildinhalten tätig und betreibt eine Mischimmobilie für Studio- und Büroziecke. »Diese heterogene Aufstellung macht auch die Berichterstattung komplexer«, erklärt Wolf.

Seit 2012 steht Nachhaltigkeit bei der Bavaria Film Gruppe mit im Drehbuch. »Wir gehören damit zu den First Movern unserer Branche«, sagt der Manager, »darauf sind wir stolz.« Zur Umsetzung der Nachhaltigkeit gibt es in jeder Tochtergesellschaft einen Umweltverantwortlichen, »mittlerweile ziehen übergreifend alle Mitarbeitenden, alle Sets begeistert mit.«

So konnte über Maßnahmen wie den Einsatz von Geothermie, Photovoltaik, Ökostrom, E-Mobilität, die Wiederverwertung von Kostümen und Baumaterial oder Veggie-Days beim Catering der CO₂-Fußabdruck des Unternehmens kontinuierlich verringert werden, am Standort in Geiselgasteig sogar um 98 Prozent. Aktuell führt die Tochter Bavaria Fiction die Umweltmanagementsysteme EMAS und ISO 14001 ein – »deren Learnings wir dann auf das ganze Unternehmen übertragen wollen«, sagt der Nachhaltigkeitsmanager.

Zugleich unterstützt die Bavaria Film seit 2012 diverse Brancheninitiativen und -labels zur Nachhaltigkeit. Den Anfang machten das Ökoprotit-Siegel und der Grüne Drehpass für die beiden TV-Serien »Sturm der Liebe« und »Rosenheim Cops«. »2022 hat sich die Filmbranche dann mit den ökologischen Standards einen eigenen umfassenden Verhaltens-



Foto: Robert Küppers/Bavaria Fiction

»Nur wenn wir die Daten haben, können wir auch weitere Nachhaltigkeitspotenziale erkennen und steuern«, meint Tobias Wolf, Nachhaltigkeitsmanager Bavaria Fiction

kodex gegeben, den wir mitentwickelt haben, auf den wir uns verpflichtet haben und nach dem wir bereits berichten«, so Wolf. Er betrifft Energie, Transport, Unterkunft, Verpflegung und Materialeinsatz. Zur Vorbereitung der CSRD gründete die Bavaria Film ein zusätzliches, unternehmensweites Projektteam, das auch die Finanz-, Rechts- und Personalabteilung einbindet. Auch für die Bavaria sind die Wesentlichkeitsanalyse, der Stakeholderdialog und die Wertschöpfungskette zentrale Themen.

Für die Wesentlichkeitsanalyse holte sie den Wirtschaftsprüfer ins Boot. Beim Stakeholderdialog und der Wertschöpfungskette überträgt sie Maßnahmen, die bereits für das Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz entwickelt wurden – etwa

Verhaltenskodizes für Zulieferer. Die vielleicht größte Herausforderung ist die Datenerfassung: »In der kreativen Filmbranche haben wir es mit wechselnden Locations im In- und Ausland, immer neuen Teams, Zulieferern und Partnern, längeren oder kürzeren Transportwegen zu tun«, erklärt der Nachhaltigkeitsmanager. Es gebe kaum standardisierte Prozesse. »Um hier alles Wesentliche zu bestimmen und dann en détail zu erfassen, setzen wir verschiedene Softwaretools und künstliche Intelligenz ein.«

Wolfs vorläufige Bilanz: »Nur wenn wir die Daten haben, können wir auch weitere Nachhaltigkeitspotenziale erkennen und steuern – die CSRD bringt uns dabei voran. Es ist Aufwand, aber es lohnt sich.«

Tief im Thema

In der Softwareentwicklung gibt es oft noch Potenzial für Verbesserungen. Das Landesforschungsinstitut fortiss unterstützt Unternehmen dabei, es zu entdecken.



Von Josef Stelzer

Individuelle Software spielt in vielen Branchen eine wichtige Rolle. Die produktspezifischen Lösungen steuern beispielsweise Elektro- und Haushaltsgeräte, Werkzeugmaschinen, Mess- oder Automatisierungstechnik. Die Liste der Einsatzmöglichkeiten individueller Software ist schier endlos.

Gerade für Unternehmen, die solche Lösungen für ihre Produkte selbst entwickeln, entstehen unterschiedlichste Herausforderungen. Welche Anforderungen soll die Software erfüllen? Wie lässt

sich deren Qualität sicherstellen? Welche Bausteine sind erforderlich? Sind die Entwicklungsprozesse fehlerträchtig? Wie lassen sie sich verbessern und effizienter gestalten? Sind die eingesetzten Entwicklungsmethoden geeignet, um zukunftsfähige Lösungen zu erstellen?

Unterstützung bei diesen Themen verspricht das Landesforschungsinstitut des Freistaats Bayern für softwareintensive Systeme fortiss GmbH in München mit seinem sogenannten Quick Check. »Wir finden damit etwaige Fehlerquellen im

Entwicklungsprozess heraus, ermöglichen per Benchmarking einen Vergleich mit den Entwicklungsprozessen in anderen Unternehmen und zeigen Verbesserungsmöglichkeiten auf«, erklärt Peter Bludau (31), fortiss-Teamleiter im Bereich Softwarequalität und -prozesse, das Vorgehen.

Den Quick Check haben bereits diverse Unternehmen aus verschiedenen Branchen durchgeführt. Dabei habe sich gezeigt, dass die Betriebe oft zu wenig Zeit in die Planung und den Erhalt der Soft-

warequalität investierten, sagt Bludau. »Damit aber wird der Prozess der Änderung, Modifizierung und Aktualisierung von Software, letztlich also die Wartung, meist viel kostspieliger als eigentlich nötig.«

Wie läuft der Quick Check ab?

Am Anfang steht ein Vorgespräch. Im nächsten Schritt erhalten die Teilnehmer einen Link zu einem umfangreichen Fragebogen. Auf Grundlage der Antworten bietet fortiss anschließend einen kundenspezifischen, etwa halbtägigen Workshop, an dem in der Regel fünf bis 15 Entwickler der jeweiligen Kundenfirma mitwirken. Im Ergebnis erhalten die Quick-Check-Teilnehmer ein präzises Bild zum Stand ihrer Softwareentwicklungsprozesse und können Verbesserungspotenziale ausfindig machen.

Bludau verweist etwa auf ein mittelständisches Unternehmen aus Norddeutschland, das elektronische Steuerungen für Haushaltsgeräte herstellt. »Aus den Antworten fanden wir heraus, dass die Wartung der Software, die für diese Steuerungen eingesetzt wurde, viel zu aufwendig war, da für jeden Gerätetyp eine separate Lösung entwickelt wurde.« Effizienter und kostengünstiger sei es, bereits vorhandene Programmbausteine und ihre Funktionalitäten wiederzuverwenden.

Auch die IHK für München und Oberbayern hat das fortiss-Angebot bereits genutzt. »Der Quick Check war für uns bestens geeignet, um einen Überblick zu gewinnen, wo wir in der Softwareentwicklung stehen und welche Prozesse wir nachjustieren sollten«, sagt IHK-CDO Armin Barbalata.

Ein Resultat: Seit dem Workshop werden die Architekturentscheidungen in der Softwareentwicklung nun systematisch mittels ADR (Architecture Decision Re-

cord) im sogenannten Git dokumentiert, dem von der IHK eingesetzten System zur Versionskontrolle. Barbalata betont das umfassende Know-how der fortiss-Experten: »Sie sind tief im Thema drin.«

Diese Erfahrung hat auch die XITASO GmbH IT & Software Solutions in Augsburg gemacht. Das Unternehmen entwickelt Digitalisierungs- und Softwarelösungen für B2B-Kunden, insbesondere aus dem Maschinen- und Gerätebau sowie aus der Medizintechnik. Der schon vor einigen Jahren durchgeführte Quick Check lieferte erfreuliche Ergebnisse. »Es

hielten wir den wertvollen Hinweis, dass es hilfreich sei, noch weitere Tools zur statischen Code-Analyse der von uns entwickelten Software einzusetzen. Zumal die diversen Analysewerkzeuge unterschiedliche Stärken und Schwächen aufweisen, etwa bei der Suche nach Sicherheitslücken«, sagt Angerer. »So haben wir unsere DevOps-Pipeline in den letzten Jahren weiter verbessert.« Eine DevOps-Pipeline umfasst alle Werkzeuge und Prozesse der Softwareentwicklung.

Auf den Workshop folgten gemeinsame Forschungsprojekte mit fortiss. »Wir ha-



Foto: privat



Wir finden mit dem Quick Check Fehlerquellen im Entwicklungsprozess heraus.«

Peter Bludau, Teamleiter fortiss

hat sich gezeigt, dass wir mit unseren bewährten Methoden der agilen Softwareentwicklung außerordentlich gut aufgestellt sind – auch im Vergleich mit anderen«, sagt Andreas Angerer (39), Leiter Forschung & Innovation bei XITASO.

Die rund 80 Fragen, die Angerer vor dem Workshop gemeinsam mit weiteren Software-Engineering-Experten des Augsburger Unternehmens beantwortete, umfassten das komplette Spektrum – von den Vorgaben und Zielen der Softwareentwicklung sowie den hierzu angewandten Methoden über die Programmierung bis hin zu Softwaretests und Maßnahmen zur Qualitätssicherung.

Es folgte der halbtägige fortiss-Workshop mit acht XITASO-Entwicklern. »Dabei er-

ben zum Beispiel über die Fehleranfälligkeit von Teilen der Software-Quellcodes zusammengearbeitet«, erläutert Angerer. Ziel war es, die Qualität der Lösungen bei möglichst geringem Zusatzaufwand gezielt weiter zu verbessern.

Nicht schlecht, was sich aus einem Quick Check so alles entwickeln kann. ●

Weitere Informationen zum Software Engineering Quick Check von fortiss: www.fortiss.org/transfer/transferrangebote

IHK-Ansprechpartner zum Thema Digitalisierung

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

Veränderung im IHK-Regionalausschuss Berchtesgadener Land

Im IHK-Regionalausschuss Berchtesgadener Land rückt in der Wahlgruppe C gemäß § 25 Abs. 1 i.V. mit § 2 Abs. 1 der Wahlordnung für Frau Annemarie Schauer nach:

Stefan Freitag
Geschäftsführer
Senioren-Wohnstift Mozart Betriebsgesellschaft mbH
Ainring

München, 22. April 2024

Industrie- und Handelskammer für München und Oberbayern

Präsident
Prof. Klaus Josef Lutz

Hauptgeschäftsführer
Dr. Manfred Gößl

Veränderung im IHK-Regionalausschuss Erding-Freising

Im IHK-Regionalausschuss Erding-Freising rückt in der Wahlgruppe B gemäß § 25 Abs. 1 i.V. mit § 2 Abs. 1 der Wahlordnung für Frau Christine Bowinzki nach:

Manuel Mück
Prokurist
AAV Service GmbH
Allershausen

München, 2. Mai 2024

Industrie- und Handelskammer für München und Oberbayern

Präsident
Prof. Klaus Josef Lutz

Hauptgeschäftsführer
Dr. Manfred Gößl

Veränderung im IHK-Regionalausschuss Ingolstadt

Im IHK-Regionalausschuss Ingolstadt rückt in der Wahlgruppe C gemäß § 25 Abs. 1 i.V. mit § 2 Abs. 1 der Wahlordnung für Herrn Jürgen Wittmann nach:

Tobias Mayinger
Vorstandsmitglied
Prolignis AG
Ingolstadt

München, 2. Mai 2024

Industrie- und Handelskammer für München und Oberbayern

Präsident
Prof. Klaus Josef Lutz

Hauptgeschäftsführer
Dr. Manfred Gößl

Veränderung im IHK-Regionalausschuss Weilheim-Schongau

Im IHK-Regionalausschuss Weilheim-Schongau rückt in der Wahlgruppe C gemäß § 25 Abs. 1 i.V. mit § 2 Abs. 1 der Wahlordnung für Herrn Thomas Orbig nach:

Stefan Müller
Geschäftsführer
Seeresidenz Alte Post Betriebs GmbH
Seeshaupt

München, 2. Mai 2024

Industrie- und Handelskammer für München und Oberbayern

Präsident
Prof. Klaus Josef Lutz

Hauptgeschäftsführer
Dr. Manfred Gößl

Veränderung im IHK-Regionalausschuss Starnberg

Im IHK-Regionalausschuss Starnberg rückt in der Wahlgruppe C gemäß § 25 Abs. 1 i.V. mit § 2 Abs. 1 der Wahlordnung für Frau Stefanie Herrmann nach:

Michael Padberg
Geschäftsführer
MultiNET GmbH Gesellschaft für Consulting und Internet Technologie
Gilching

München, 6. Mai 2024

Industrie- und Handelskammer für München und Oberbayern

Präsident
Prof. Klaus Josef Lutz

Hauptgeschäftsführer
Dr. Manfred Gößl

immo 2.2024

VERLAGSANZEIGE

Immobilien in München und Oberbayern

*Der Business Campus
München : Unterschleißheim
erweitert sein multifunktionales
Standortkonzept
Foto: Business Campus*





*Die Visualisierung zeigt das geplante Multifunktionsgebäude vorne sowie den aktuellen Planungsstand der Innenquartiere um die Wasserflächen. Die restlichen Gebäude sind bereits realisiert. Im Hintergrund ist das ebenfalls von der DV Immobilien Gruppe geplante Gartenquartier Unterschleißheim zu sehen.
Visualisierungen: wilkdesign*

Business Campus entwickelt Flächen für Life Science

Der Business Campus München : Unterschleißheim erweitert sein multifunktionales Standortkonzept

Gerade erst hat der Business Campus in Unterschleißheim an der Landshuter Straße sein neues Entre bekommen. Das architektonisch herausstechende multifunktionale Bürogebäude am Eingang zum Business Park, das aus zwei sich kreuzenden quaderförmigen Baukörpern besteht, bietet auf 23.000 Quadratmetern modernste und flexible Büroflächen für unterschiedlichste Nutzungen. Unter anderem beheimatet das Gebäude auch den Business Campus HUB, in dem der Business Campus zeigt, wie nachhaltige und innovative Arbeitswelten gestaltet sein können.

Jetzt plant die DV Immobilien Gruppe, zu der neben dem Business Campus München : Garching auch der Standort in Unterschleißheim gehört, bereits den nächsten Entwicklungsschritt. Am südwestlichen Eck entsteht im Business Campus Unterschleißheim ab 2025 ein weiteres Gebäude, das wieder die DNA der Firmengruppe in sich trägt: multifunktionale, flexible, innovative und nachhaltige Flächen zu gestalten, die für unterschiedlichste Nutzungen geeignet sind. „Wir entwickeln als familiengeführter Bestandhalter seit über 50 Jahren Gewerbeimmobilien-Standorte“, sagt Michael Blaschek,

Geschäftsführer der DV Immobilien Management GmbH. „Dabei treibt uns immer an, lebenswerte Orte zu schaffen, die optimal auf die Anforderungen unserer Mietpartner und Nutzer ausgerichtet sind. Darum verfügen unsere Standorte zum einen immer über eine komplette Infra- und Servicestruktur. Dazu planen wir unsere Gebäudetypen so flexibel, dass sie auch für sich ständig ändernde Anforderungen am Markt angepasst werden können.“ Schon der erste Standort, der 1980 vom Firmengründer Dr. Johann Vielberth eröffnete Gewerbepark Regensburg, trug und trägt bis heute dieses Merkmal

in sich. „Wir entwerfen unsere Gebäudetypen so, dass wir sie auch an anderen Standorten verwenden können. Das ist nicht nur nachhaltig, sondern es ermöglicht uns auch Innovationen, mit denen wir unser Angebot laufend optimieren können“, so Blaschek.

Gewerbe und Büro in attraktivem Umfeld

Eine solche Innovation bzw. Evolution des „Mehrzweck-Gebäude-Gedankens“ bildet das neue Multifunktionsgebäude. Auf 15.000 Quadratmetern entstehen flexible Flächen, die ideal auf die Anforderungen der Bereiche „Life Science“ und „Forschung und Entwicklung“ ausgerichtet sind. „Wir haben an unseren Standorten bereits einige Unternehmen aus diesen Bereichen als langjährige Mietpartner und sind laufend mit Unternehmen im Gespräch. Daraus ist ein Gebäude- und Flächenkonzept entstanden, das perfekt auf die Bedürfnisse dieser Zielgruppe abgestimmt ist“, so Blaschek.

Das Gebäude bietet einen Mix aus Flächen für gewerbliche Nutzungen wie Laborflächen, Lagerflächen, Flächen für leichte Produktion im Erdgeschoss und erstem Obergeschoss. Und dazu moderne, flexible Büroflächen in den oberen Stockwerken. All das in einem architektonisch attraktiven, lichtdurchfluteten Gebäude und eingebunden in die komplette Infrastruktur des Business Campus. Hohe Raumhöhen und eine hohe Bodenbelastbarkeit sowie die Möglichkeit der Lkw-Anlieferung runden das Angebot ab.

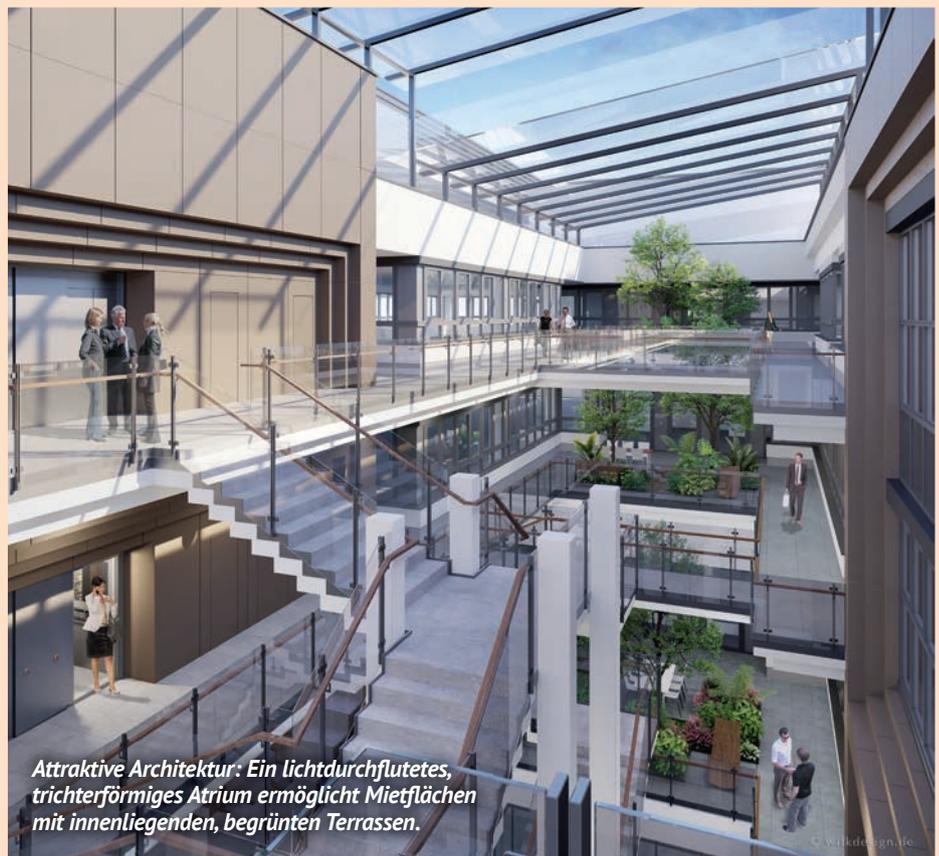
„Viele Unternehmen benötigen sowohl Gewerbe- als auch Büroflächen. Oft müssen sich Firmen dann entscheiden, ob sie mit ihrem Geschäftsmodell in ein oftmals unattraktives Gewerbegebiet oder ein für Gewerbe schlecht nutzbares Bürogebäude ziehen. Wir zeigen, dass beides in einem attraktiven Umfeld wie dem Business Campus möglich ist“, erläutert Michael Blaschek die Idee. Neben der außergewöhnlichen Erschließung bietet



Flexible Nutzungen: Das neue Multifunktionsgebäude am südwestlichen Eck des Business Campus bietet Flächen für Gewerbe, leichte Produktion, Labore und Büros.

das Gebäude auch architektonische Highlights, wie ein großes, trichterförmiges, lichtdurchflutetes Atrium mit innenliegenden begrünten Terrassen. Zudem können die am Business Campus ansässigen Unternehmen von einem bestehenden Innovationsnetz-

werk profitieren. BMW erforscht hier das autonome Fahren und mit der TU München sowie den Helmholtz-, Max-Planck- und Fraunhofer-Instituten in Garching befinden sich hochrangige Forschungseinrichtungen in unmittelbarer Nähe.



Attraktive Architektur: Ein lichtdurchflutetes, trichterförmiges Atrium ermöglicht Mietflächen mit innenliegenden, begrünten Terrassen.

Münchner Dynamik:

Wirtschaftliche Stärke trifft Lebensqualität

München ist weit mehr als nur eine Stadt – sie ist ein pulsierendes Zentrum voller Chancen und Innovationen. Sie hebt sich auf unnachahmliche Weise von anderen deutschen Großstädten ab und zählt dank ihrer hervorragenden Mikro- und Makrolage zu den attraktivsten Standorten Deutschlands. Die Isar-Metropole zieht nicht nur internationale Spitzenunternehmen an, sondern bietet auch Sicherheit, wirtschaftliche Stärke und ein vielfältiges Freizeitangebot. Diese Kombination aus urbanem Lebensstil und naturnaher Umgebung macht die Stadt zu einem begehrten Ort für Immobilienkäufe.

2024 zeigt sich als Jahr der Chancen und des positiven Wandels in München. Nach einer Phase der Unsicherheit zeigt der Immobilienmarkt klare Erholungstendenzen. Die bayerische Landeshauptstadt bleibt ein etablierter sicherer Hafen und zieht weiterhin globales Talent und Spitzentechnologie an, was ihre Position als Spitzenreiter in Lebensqualität und wirtschaftlicher Stärke bestätigt. Diese Dynamik macht München zu einem idealen Standort für Unternehmen, die von der wirtschaftlichen Stabilität und dem Innovationspotenzial profitieren möchten.

Der Münchner Immobilienmarkt hat sich im vergangenen Jahr weiter diversifiziert und bietet eine breite Palette an Möglichkeiten. 2023 war geprägt von einem stetigen Anstieg des Angebots, was den Markt für Käufer attraktiver gemacht hat. Besonders positiv ist, dass nach aktuellem Stand nicht von weiteren Zinserhöhungen auszugehen ist, was sich voraussichtlich weiterhin positiv auf die Nachfrage auswir-



Miriam Schnitzke

Foto: Duken & v. Wangenheim

ken wird. Die Erwartungen für 2024 sind nach einem erfolgreichen ersten Quartal optimistisch. Die schlimmste Phase der Rezession ist überwunden, was bei Projektentwicklern und Investoren für Zuversicht sorgt. Die Preise haben sich in einigen Lagen bereits der Wirtschaftslage angepasst und bieten nun attraktive Gelegenheiten für potenzielle Käufer. A-Städte wie München und hier die AAA-Lagen sind im bundesweitem Vergleich am wenigsten von der Preis-anpassung betroffen.

Trotz der höheren Preise bleibt München ein äußerst interessanter Standort für Kapitalanleger. Die Stadt zählt zu den wertstabilsten Standorten in Deutschland. Die hohe Nachfrage im

Mietmarkt, verbunden mit höheren Mietpreisen, macht München zu einem bevorzugten Ziel für langfristige Investitionen. Ein weiterer positiver Aspekt ist die kürzlich beschlossene neue Abschreibungsmöglichkeit (AfA) für Investitionen in den Wohnungsbau. Diese Regelung dürfte die Nachfrage bei Kapitalanlegern nach Neubauwohnungen wiederbeleben und zusätzliche Anreize für Investitionen schaffen.

Insgesamt bleibt die Metropolregion München ein Leuchtturm der Stabilität und des Fortschritts in Deutschland und Europa, was sich in den kommenden Jahren weiterhin positiv auf den Immobilienmarkt und die Lebensqualität auswirken wird. ●



DUKEN & v. WANGENHEIM

Duken & v. Wangenheim

089 – 99 84 330

info@wangenheim.de

www.wangenheim.de

Luxusstandorte wieder auf Vor-Pandemie-Niveau

Die anhaltende Attraktivität der etablierten Luxusstandorte in Europa führte im Jahr 2023 zu 107 Neueröffnungen auf 20 entsprechenden Einkaufsstraßen in 16 Städten in 12 Ländern, so der erste „European Luxury Retail Report“ von Cushman & Wakefield (C&W), eines der größten Immobilienberatungsunternehmen weltweit. Die Luxuseinzelhandelsmärkte zeigen sich laut Untersuchung resilient, was auch auf die Rückkehr konsumfreudiger Touristen nach Europa zurückzuführen ist.

Fast 70 Prozent der Neueröffnungen im Luxusbereich entfielen auf die Segmente Bekleidung, Schuhe und Accessoires. Ein Drittel aller Eröffnungen erfolgte durch die Marken von LVMH, Kering und Richemont, was die Stärke der größten Konzerne verdeutlicht. Wie breit gefächert der Markt ist, zeigt die Tatsache, dass rund 60 andere Marken und Unternehmen für den verbleibenden Teil aller Eröffnungen verantwortlich waren.

Eine Herausforderung, mit der die Einzelhändler konfrontiert sind, ist die begrenzte Verfügbarkeit freier Flächen an vielen Schlüssel-Luxusstandorten. Von den im Bericht betrachteten 20 Straßen haben 16 eine Leerstandsquote von weniger als 5,0



Prozent, davon sieben ohne jeglichen Leerstand. In Verbindung mit der hohen Anmietungsaktivität der Einzelhändler hat dies das Mietwachstum in den Luxus-Hauptgeschäftsstraßen angetrieben. Mit 3,0 Prozent im Jahr 2023 war das durchschnittliche Mietwachstum auf Europas Luxuseinzelhandelsstraßen fast doppelt so hoch wie der europäische Durchschnitt von 1,6 Prozent für Top-Einkaufsstraßen. Der Bericht zeigt auch, dass die Mietniveaus 2023 auf den Hauptgeschäftsstraßen in Europa immer noch 10 Prozent unter den Niveaus

von 2018 liegen, während die Mieten auf Luxushauptstraßen zu den vorherigen Höchstständen vor der Pandemie zurückgekehrt sind. Drei der europäischen Hauptluxusstraßen – die Via Montenapoleone in Mailand, die New Bond Street in London und die Avenue des Champs-Élysées in Paris – gehören zu den fünf teuersten Einzelhandelsstandorten weltweit. Da der Standort für Luxuseinzelhändler schon immer entscheidend war und ist, wird der stärkere Mietanstieg durch die hohe Nachfrage angetrieben.

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

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

Anzeigenschluss ist am 7. August 2024.

Kontakt: wirtschaft@mup-verlag.de

Telefon 089 139 28 42 20

Wellfeeling im Zeichen der Natur

Umgeben von italienischem Flair gepaart mit alpinem Gipfelumland begeistert das im April 2024 neu eröffnete Adults Only-Hotel AVIDEA im malerischen Gartendorf Algund als ein besonderer Rückzugsort für Gäste.

Mit der Neukonzeption wurde die Zahl der Zimmer von 32 auf 29 reduziert, um noch mehr Raum und Rückzugsmöglichkeiten für die Gäste zu schaffen. Eine außergewöhnliche Ausstattung, heimische Naturmaterialien, hochwertige Produkte und die gelebte Südtiroler Gastfreundschaft zeichnen das neue AVIDEA Adults Only aus. Teilweise verfügen die Suiten über ein privates Spa, eine Whirlwanne im Freien oder eigenen kleinen Rückzugsort im Grünen. Die Natur ist nicht nur ständiger Begleiter, sondern zugleich Designvorbild – auch in den öffentlichen Bereichen, welche in Naturfarben und

KONTAKT

Hotel Avidea
Oberplars 46
39022 Algund
Südtirol-Italien

Tel. +39 (0)473 221956
info@avidea.eu
www.hotel-avidea.com/de

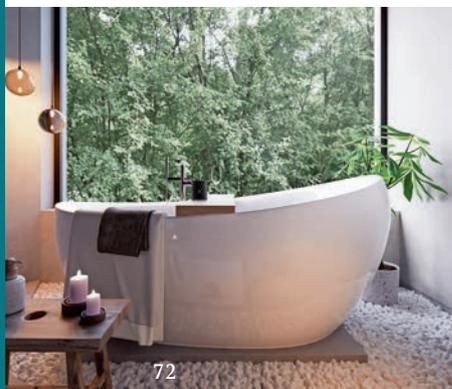
warmen Grüntönen gestaltet sind. AVIDEA ermöglicht Luxus im Zeichen der Natur.

Fünf-Sterne-Luxus? All in!

Für einen unbeschwerten Urlaub sorgt das verführerische Luxury-All-Inclusive-Konzept des Hotels: Feinschmecker sind von morgens bis abends bestens versorgt und profitieren zudem von einer Open Bar mit einer feinen Auswahl an alkoholischen und alkoholfreien Getränken. Unzählige Gourmethighlights genießen Gäste, wenn es das Wetter erlaubt, auf der erweiterten Panoramaterrasse.

Feelgood-Momente über den Dingen

Das erklärte Highlight des Hotels ist zweifellos die neue Panorama-Sky-Dachterrasse mit atemberaubendem Blick auf das Tal; im Pool mit Aussicht baden Gäste bis in den Abend hinein unter freiem Himmel. Feine Wohlfühlmomente beschert der neue Wellnessbereich mit Finnischer Außensauna, Bio-Kräutersauna, Dampfbad und Aroma-Erlebnisdusche. Aktivurlauber finden ein geführtes Bike-Programm und 160 Kilometer an Wanderwegen.



Außenansicht und Dachterrasse mit Sky-Pool und Blick auf Meran und die neue Natura Rooftop Suite

Sommerurlaub in Österreich – aber natürlich!

Es warten wertvolle Momente im Natur- und Designhotel DAS.GOLDBERG im Gasteinertal

Noch letzte kleine Kurven hinauf aufs Hochplateau meistern, dann ist man angekommen. Angekommen im DAS.GOLDBERG. Wenig später schwingt die Glastür der Lobby langsam auf und ganz automatisch geht der Blick nach links. Hinunter ins Gasteinertal, eingerahmt von den Gipfeln des Nationalparks Hohe Tauern. Hier wartet eine paradiesische Auszeit mit ganzheitlicher Erholung, natürlichen Spa-Anwendungen und einem Naturbadesee mit Sandstrand. Und das Beste: Diesen Sommer begeistert das familiengeführte Natur- und Designhotel nach einem umfassenden Umbau mit vielen neuen Highlights wie beispielsweise einem auf 22 Meter erweiterten Infinitypool, der dann frei schwebend über die Geländekante hinausragt. Dazu ein

zusätzliches Kaltwasserbecken mit Wasserfall im Saunabereich und ein mit floralen Noten neu umgestaltetes Restaurant- und Barbereich. Ganz nach dem Motto Wald.Wiese.Wertvolles.

Im DAS.GOLDBERG spielt die Natur das ganze Jahr über eine Hauptrolle, aber im Sommer ist das ganz besonders spürbar. Vor allem im weitläufigen Spabereich Nature's Nest, einer Oase für grenzenloses Wohlbefinden. Charakteristisch für das Spamenü sind Behandlungen mit Bergsalz, Honig oder wertvollen Essenzen aus dem benachbarten Wald sowie Tiefenmoor. Ein echtes Sommer-Highlight ist im DAS.GOLDBERG zudem der kristallklare Naturbadesee inklusive Sandstrand. Mit den Füßen im warmen Sand und einem frisch gemixten Cocktail von der Beach.Bar in der Hand lässt es sich hier rundum relaxen. Und das bis in den Herbst hinein, da der See nachhaltig mit Erdwärme beheizt wird.

Rund um das Hotel warten im Nationalpark Hohe Tauern, dem größten Naturschutzgebiet im Alpenraum, 350 Kilometer Wanderwege und ein weitläufiges Netz an Radwegen auf aktive Urlaubende. Der hoteleigene Berg- und Wanderführer Christian nimmt Gäste auch im Sommer fünfmal wöchentlich mit nach Draußen und zeigt ihnen die schönsten Plätze im Tal. Ein Urlaub im DAS.GOLDBERG – natürlich entspannend für alle Sinne!

KONTAKT

DAS.GOLDBERG
Haltestellenweg 23
5630 Bad Hofgastein
Österreich

Tel. +43 (0)6432 6444
info@dasgoldberg.at
www.dasgoldberg.at



Traumhafte Ausblicke ins Gasteinertal vom azurblauen Infinitypool, den 65 modernen Studios und Suiten und dem Naturbadesee mit Sandstrand

Sommerlicher HOCHgenuss in Kärnten

Auf der Turracher Höhe liegt das Hotel Hochschober auf 1.763 Metern direkt am gleichnamigen See. Harmonisch fügt es sich in die Bergwelt ein und nur der vierstöckige Chinaturm lässt erahnen, dass sich hier ein ganz besonderer Rückzugsort versteckt. Denn der Hochschober kommt nicht nur mit alpinem Ambiente daher, sondern ermöglicht Urlaubern außerdem einen Abstecher in ferne Kulturen.

In die Welt der Bücher tauchen Interessierte in der Bibliothek „Wortreich“ mit über 4.000 Werken ein. Sie lädt nicht nur zum Schmökern, auch regelmäßige Lesungen und Kamingsgespräche finden hier statt.

Kulinarisch verwöhnt das Hotel mit Speisen aus dem Alpen-Adria-Raum und Klassikern aus Österreich sowie mit veganen und vegetarischen Varianten. Ganz neu ist dabei das Intervallgenießen, bei dem Gäste in den Genuss eines sehr frühen Abendessens kommen und das Essen im 16:8 Rhythmus ausprobieren können. Und danach nochmal zurück ins Spa? Besser geht's nicht!

In dritter Generation schuf Gastgeberfamilie Leeb & Klein einen Ort zum Wohlfühlen und ging dabei stets mit ideenreichen Visionen voran. Gäste treffen sich zu einer traditionellen Teezeremonie im Chinaturm, widmen sich im Hamam der orientalischen Badekultur oder genießen Ayurveda im Kristall Spa. Meditation, Saunaaufgüsse sowie Chinesische und Hawaiianische Behandlungen stehen ebenfalls auf dem Programm. Einzigartig spektakulär ist vor allem das beheizte See-Bad. Im Sommer wie im Winter macht das Bahnen ziehen hier seinen ganz besonderen Reiz. Bewegungsfreudige nutzen derweil die vielfältigen Inklusivleistungen, die von Yoga- und Fitnessseinheiten über das Ausleihen von SUPs bis zu geführten Wanderungen reichen. Vor allem im Sommer, lockt der Hochschober mit jeder Menge Vitamin SEE!

KONTAKT

Hotel Hochschober
9565 Turracher Höhe 5
Kärnten
Österreich

Tel. +43 (0)4275 8213
urlaub@hochschober.com
www.hochschober.com



Vom einzigartigen See-Bad über den authentischen Chinaturm und köstliche Alpe Adria Küche – im Hotel Hochschober kommen Aktivurlauber, Erholungssuchende und Foodies und gleichermaßen auf ihre Kosten



Langeweile? Hier doch nicht! Beim Biken, Baden, Wandern oder Reiten sind in den Original Kinderhotels Europa Momente purer Freude vorprogrammiert

Premiumurlaub für die ganze Familie

Bei der Wahl des perfekten Urlaubs stehen Familien oft vor einer Herausforderung. Während Eltern sich nach Erholung und Komfort in Kombination mit Sport und Wellness sehnen, wünschen sich Kinder Abenteuer und jede Menge Spaß.

Die Original Kinderhotels Europa stehen seit mehr als 35 Jahren für magische Urlaubserlebnisse. Jedes Hotel ist dabei einzigartig und begeistert mit ganz individuellen Highlights sowie den gewohnt hohen Kinderhotels-Qualitätsstandards. Alle Betriebe sind durchweg mit vier bis fünf Sternen ausgezeichnet und bieten neben ausgezeichnetem Service auch Komfort und Annehmlichkeiten auf erstklassigem Niveau.

Bunt und vielfältig

Um den unterschiedlichen Vorlieben aller Familienmitglieder gerecht zu werden, haben Gäste die Möglichkeit aus einer großen Vielfalt an Häusern mit abwechslungsreichen Angeboten zu wählen. So warten in den Resorts mit angeschlossenen Bauernhof tierische Freunde auf Streicheleinheiten, kleine

familiär geführte Hotels in den schönsten Berglagen locken mit Herzlichkeit und persönlichem Flair und in Italien und Kroatien geht es zum Baden direkt an den Strand. In den Baby-Perfect Häusern werden sogar schon die Aller kleinsten bestens betreut. Und Kochmützen tragen in den Original Kinderhotels übrigens nicht nur die Küchenchefs. Auch Kinder dürfen sich am Herd austoben. Im Rahmen der Smileys Kinderkochkurse erfahren die Kleinen wie gut gesunde Ernährung schmecken kann.

Qualifizierte Betreuung, den Kindern zuliebe

Sicherheit steht in allen Original Kinderhotels an oberster Stelle. So ist die komplette Infrastruktur auf die Bedürfnisse der Kids ausgelegt, das Personal wird intensiv geschult und hat stets ein aufmerksames Auge.

KONTAKT

Original Kinderhotels Europa

Derzeit firmieren 28 Mitgliedbetriebe in Österreich, Italien und Kroatien als Original Kinderhotels Europa.

Informationen und Buchung unter www.kinderhotels.com

Mehr als nur Wellness

Innovative Retreats für mehr emotionale Stärke und Lebensqualität im Krallerhof

Den Alltag weit hinter sich lassen, den Stress in Arbeit oder Schule einfach mal vergessen. Diesen Wunsch erfüllt das Hotel Krallerhof in Leogang auf ganz besondere Weise. So zählt das familienfreundliche Fünf-Sterne-Hotel mit ikonischem Spa ATMOSPHERE by Krallerhof zu den außergewöhnlichen Wellnesshotels in Österreich. Erwachsene Gäste tauchen tief in die Krallerhof-Welt ein, erfrischen sich im 5.500 Quadratmeter großen Natur-Badesee, ziehen ihre Bahnen im Infinity-Pool, der sich 50 Meter in den See hineinstreckt und entspannen in den zahlreichen Saunas und Dampfbädern. Auch die Lage des Hauses direkt an der Steinbergbahn könnte besser nicht sein: Ob Wandern, Biken oder Bergtouren, hier ist vieles möglich.

Die Gastgeberfamilie Altenberger hat längst verstanden, dass Erholung und Wohlbefinden langfristig gedacht werden müssen und initiiert erstmalig in der Ferienzeit von Anfang Juli bis Ende August ein besonderes Regenerations-Paket. Im Rahmen des Family Balance-Retreat dreht sich alles um ein Emotionscoaching, das sich speziell an Schulkinder und Eltern richtet. Psychologen und Coaches geben in Workshops und Vorträgen basierend

KONTAKT

Hotel Krallerhof

Rain 6

5771 Leogang
Österreich

Tel. +43 (0)6583 8246
urlaub@krallerhof.com
www.krallerhof.com

auf der wingwave®-Methode effektive Strategien an die Hand, mit denen Groß und Klein ihre mentale Widerstandsfähigkeit im Alltag stärken können.

Länger glücklich leben

Jenseits der Ferienzeit profitieren Gäste vom neuen Programm Regeneration & Longevity by Krallerhof. Das ganzjährig angebotene Retreat für mehr Lebensqualität und mentale Balance umfasst Anwendungen in der Kältekammer, Rotlichttherapien und Sauerstoff-Trainings, um Körper und Geist wieder zu verbinden und in Einklang zu bringen. Zudem geben Experten Tipps für ein längeres und gesünderes Leben, das wir uns letztlich alle wünschen.



Das ATMOSPHERE Spa by Krallerhof mit 50-Meter langem Infinity-Pool, Meerblick-Sauna, Blauer Grotte und Ruheraum





Bike-Abenteuer und Yoga-Stunden in den Bergen. Zum Abschluss BBQ-Abende nach nordamerikanischem Vorbild und Zimmer mit duftendem Zirbenholz

Die Essence einer unkonventionellen Auszeit

Sportbegeisterte finden beste Rahmenbedingungen im lässigen mama thresl in Leogang

KONTAKT

mama thresl
Sonnberg 252
5771 Leogang
Österreich

Tel. +43 (0)6583 20800
info@mama-thresl.com
www.mama-thresl.com

Mit einer coolen Mischung für Outdoorbegeisterte, Yogis und Genussmenschen empfiehlt sich das Lifestyle-Hotel mama thresl in Leogang als ideales Basislager für Sportfans und Naturliebhaber. Dabei bildet die imposante Ausprägung der Stein- und Grasberge eine perfekte Kulisse. Bei Ankunft fällt der Blick zuallererst auf das gesellige Treiben an Bar und Restaurant, die fließend ineinander übergehen. Hier schlägt das Herz vom mama thresl. Ganz aktuell erhielt die Island Bar ein Refresh. So punktet der Bereich nun mit viel duftendem Zirbenholz, Helligkeit und offenem Kaminfeuer. Gemütliche Sitzkojen und rustikale Wandklapptische bieten mehr Platz für kurzweilige Abende.

„Brutal Regional“ lautet die Devise im Restaurant. Hier kommen überwiegend Produkte von lokalen Lieferanten zum Einsatz. Wirt und F&B Manager Florian Köhler kümmert sich um das Wohlergehen der Gäste und überrascht immer wieder mit neuen

Ideen und Kreationen. Ein Highlight ist das wöchentliche Barbecue nach nordamerikanischem Vorbild. Bis zu 14 Stunden werden Pulled Pork und Co im Smoker gegart und serviert.

So gestärkt kann der aktive Tag im mama thresl kommen. Mit einem der renommiertesten Bikeparks vor der Tür finden Enthusiasten auf zwei Rädern die besten Bedingungen auf insgesamt 720 Kilometer abwechslungsreichen Trails und 480 Kilometer Talradstrecken vor. Besonders Mutige bezwingen die WM-Strecken auf höchstem Niveau, aber auch gemächlichere Touren stehen im Programm. Darüber hinaus begeistert das mama thresl mit aufregenden sportlichen Events. Bei den Yoga Bike Days vom 1. bis 6. September und den Yoga Hike Days vom 22. bis 27. September dreht sich alles um Bike- und Wander-Sessions mit Experten in Kombination mit dem herabschauenden Hund, der Krähe oder der kleinen Kobra. Lässiger kann Urlaub nicht sein.

Ganz nah an der Natur

PRIESTEREGG Premium ECO Resort entzückt mit neuem Wohntraum und grünem Luxus

Es sind die Menschen, die motivieren und inspirieren. Und so begeistern Renate und Huwi Oberlader erneut mit ihrem jüngsten Coup im PRIESTEREGG Premium ECO Resort in Leogang. Mit einem Maximum an Privatsphäre eröffneten am 1. Juli 2024 drei elegante Seehütten mit eigener Badebucht, Panoramasauna, Hot Tub und einer holzbeheizten Freiluft-Badewanne. Dafür wurden die bisherigen Berg Chalets auf 150 Quadratmeter vergrößert und mit maßgefertigter Handwerkskunst, vollflächigen Glasfenstern und stilvollem Interieur ausgestattet. Bis zu zwei Schlafzimmer, eine offene Wohnküche mit Designerherdblock und Esstisch sowie ein Wellnessbad schaffen einen unvergleichlichen Rückzugsort.

KONTAKT

**PRIESTEREGG Premium
ECO Resort**

Sonnberg 22
5771 Leogang
Österreich

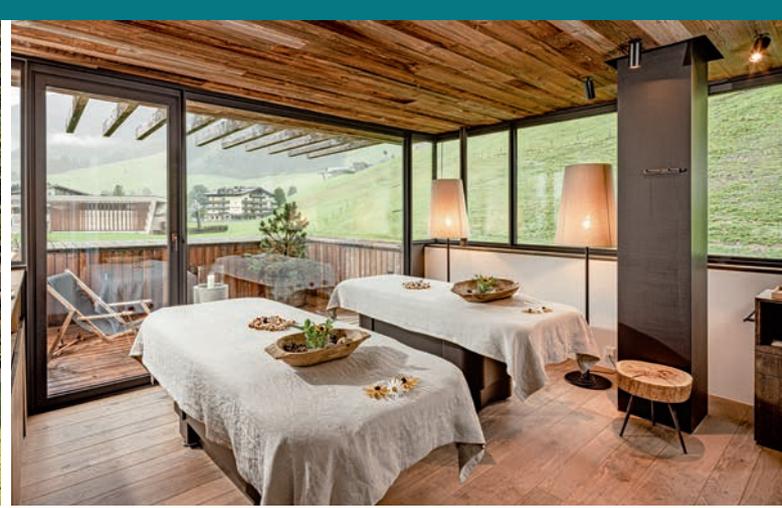
Tel. +43 (0)6583 82550
bergdorf@priesteregg.at
www.priesteregg.at

Kulisse für die wassernahen Wohnensembles bildet der Naturteich, der behutsam zum See vergrößert und mit glasklarem Quellwasser gefüllt wurde. Rund 120 Meter lang und bis zu drei Meter tief steht er exklusiv nur für Gäste der neuen Seehütten zur Verfügung.

Seit Anfang an vereint das PRIESTEREGG Premium ECO Resort einzigartigen Chalet-Urlaub mit einem nachhaltigen Energiekonzept und einem ressourcenschonenden Umgang mit der Natur. Die Energieversorgung für alle 18 Häuser, den Spa-Bereich und sämtliche Pools stammt dabei zu 100 Prozent aus erneuerbaren Quellen. Durch eine ineinandergreifende Steuerung werden regenerative Energiequellen – Geothermie, Luftwärmepumpen, Abwasserwärmepumpen, Eisspeicher, Photovoltaik, Bio-Flüssiggas und Biomasse – für den Betrieb kombiniert und eingesetzt. Dadurch reduziert das Bergdorf seinen CO₂-Ausstoß um jährlich 950 Tonnen. Nun erhielt das ausgeklügelte System eine Optimierung für die Nutzung von überschüssiger Wärme, wobei sich weitere Tonnen CO₂, 57,5 Tonnen Pellets und 20.600 Gramm Feinstaub pro Jahr einsparen lassen. Einmalig in Europa.



Huwi's Alm und die neuen Seehütten mit eigener Badebucht und Panoramasauna



Das Designhotel WIESERGUT ist ein Ort voller Genuss, Ruhe und Inspiration

Wirklich echt, wirklich WIESERGUT

Das individuelle Designhotel in Hinterglemm baut spektakulär

Abschalten, zur Ruhe kommen und die Schönheit der Natur erleben – bereits die ersten Schritte hinein in das WIESERGUT in Hinterglemm bleiben unvergessen. Seit nun mehr zwölf Jahren begeistern Martina und Sepp Kröll mit ihrem authentischen Konzept und zeigen einmal mehr was gelebtes Gastgeberium bedeutet. Überall spürt man die Liebe und Verbundenheit der beiden zur Natur, zu ihren Wurzeln – im Einklang mit ihren Werten. Umgeben von sattem Grün und Blumenwiesen in voller Pracht kommen Gäste in den Genuss von 17 GutshofSuiten, vier GartenSuiten und drei exklusiven HideawaySuiten mit eigener Sauna im Garten. Ein großzügiges Badhaus mit beheiztem Quellwasser-Außenpool, Innenpool und Private Spa auf dem Dach bietet Raum für entspannende Momente und bezaubert mit einem beeindruckenden Ausblick. Auch die Kulinarik spielt im Designhotel eine zentrale Rolle. So kommen überwiegend Produkte aus der familiengeführten

Landwirtschaft und der Region zum Einsatz. Im Innenhof locken üppige Gärten, eine Hängematte und chillige Sitzgelegenheiten zu lauschigen Sommerabenden in geselliger Runde. Die hoteleigene Wieseralm auf dem Reiterkogel auf 1.500 Metern ergänzt das Urlaubsangebot und ist ganzjährig der perfekte Treffpunkt für Genießer, Wanderer und Outdoor-Sportler.

Über die Jahre hinweg schafften es Martina und Sepp ihrem Refugium neue Impulse zu geben und Akzente zu setzen. Und so gehen die beiden 2024 einen Schritt weiter. In spektakulärer Hanglage gegenüber vom Badhaus eröffnet im Dezember ein kraftvoller, architektonisch unverwechselbarer Platz inmitten der Natur. Als Erweiterung des bestehenden Hauses entstehen BergGym, BergLoft und BergSuite mit hohen, lichtdurchflutenden Räumen, viel Holz und Glas sowie ausgewählten Materialien und begrünten Dächern. Zeitlose Eleganz und eine minimalistische Formsprache in Perfektion.

Bilder: Klaus Peterlin

KONTAKT

WIESERGUT

Wiesern 48
5754 Hinterglemm
Österreich

Tel. +43 (0)6541 6308
info@wiesergut.com
www.wiesergut.com

Jubiläen des Monats

40 JAHRE

Josef Schnaitl
**GfE Gesellschaft für angewandte
Elektronik mbH, Burghausen**

Renate Kain
**heindl-druck+werbung GmbH,
Neuburg-Rödenhof**

Gerhard Kuffer, Erwin Summerer
Linner GmbH, Wolnzach

Helmut Dachgruber
**SPINNER GmbH,
Feldkirchen-Westerham**

Dieter-Volkmar Möller, Sabine
Nachtmann, Sabine Schapitz,
Susanne Stein
**Lohnsteuerhilfe Bayern e.V.,
München**

25 JAHRE

Matthias Günther Fallner
**Bair Baggerbetrieb und
Führunternehmen GmbH, Burggen**

Elisabeth Schippers
Betten Lenz, Inh. E. Schippers, München

Andreas Pfluger
**Elektrizitätswerk Tegernsee
Carl Miller KG, Tegernsee**

Merima Jasic
**Gaststätte »Schelling-Salon«
Evelin Mehr e.K., München**

Peter Mayr
**GfE Gesellschaft für angewandte
Elektronik mbH, Burghausen**

Walter Fleischmann
**HEV Heimwerkermarkt GmbH & Co. KG,
Erding**

Jürgen Wächtler
**HiPP GmbH & Co. Vertrieb KG,
Pfaffenhofen a.d. Ilm**

Otto Hueber
**HTD Immobilienmanagement GmbH,
Unterhaching**

Stefan Dietrich, Michael Marx
**Kreissparkasse Miesbach-Tegernsee,
Miesbach**

Ivonne Beier, Carsten Friese,
Gerd Müller, Harald Zankl
Lohnsteuerhilfe Bayern e.V., München

Klaus Wagner
**Sanitätshaus Heinrich Rossmüller KG,
Bad Reichenhall**

Jörg Strauß
**Sanitätshaus Hermann Pohlig
Orthopädietechnik e.K.,
Bad Reichenhall**

Ralf Ernst, Manuel Hofstetter, Lorenz
Huber, Christian Kirner, Frank Krämer,
Andy Möller, Maximilian Pichler,
Werner Reichert, Theodor Thyroller,
Dirk Vogt
Schattdecor SE, Rohrdorf

Manfred Ürmösi
Schiedel GmbH & Co. KG, München

Sabine Leidheiser, Elisabeth Baika
**Sigma-Aldrich Chemie GmbH,
Steinheim am Albuch**

Thomas Beditz
**Xaver Pittrich GmbH & Co. KG,
München**

MITARBEITERJUBILÄEN

IHK-Ehrenurkunde

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



Foto: Goran Gajarin

Antragsformulare und weitere Infos:
[www.ihk-muenchen.de/
ehreauszeichnung](http://www.ihk-muenchen.de/ehreauszeichnung)

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

Corona-Wirtschaftshilfen

Rückzahlungen vermeiden

Die Abgabefrist für die Corona-Wirtschaftshilfen (Überbrückungshilfen 1–4, November- und Dezemberhilfe) wurde noch einmal verlängert. Die Schlussabrechnung für bezogene Hilfen kann noch bis 30. September 2024 eingereicht werden. Wer dies unterlässt, muss den erhaltenen Betrag vollständig und inklusive Zinsen zurückzahlen. Darauf weist das Bayerische Wirtschaftsministerium hin.

Bund und Länder hatten sich im März auf eine letztmalige Verlängerung und leichtere Abwicklung der Schlussabrechnung verständigt. So werden jetzt Fälle mit geringem Antragsvolumen beschleunigt und möglichst ohne Rückfragen beschieden.

Mehr Informationen gibt es unter:

www.ihk-muenchen.de/de/Service/wirtschaftshilfen-corona/schlussabrechnung-coronahilfe



Foto: weycr/Adobe Stock

MARKTTEIL

UNTERNEHMENSBERATUNG

BARONESS VON WELLENDORFF
MEDIAL BUSINESS MENTOR
 UNTERNEHMENSBERATUNG & NACHFOLGEPLANUNG
www.sophiebaronessvonwellendorff.com

WERBEARTIKEL

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

TELEFONANLAGEN

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

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

 OpenScape Business / 4000	 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 -	 OMNI - PCX
-------------------------------	---	----------------

GROSSFORMAT- UND DIGITALDRUCK

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

wirtschaft Das IHK-Magazin für München und Oberbayern

HALLEN- UND GEWERBEBAU



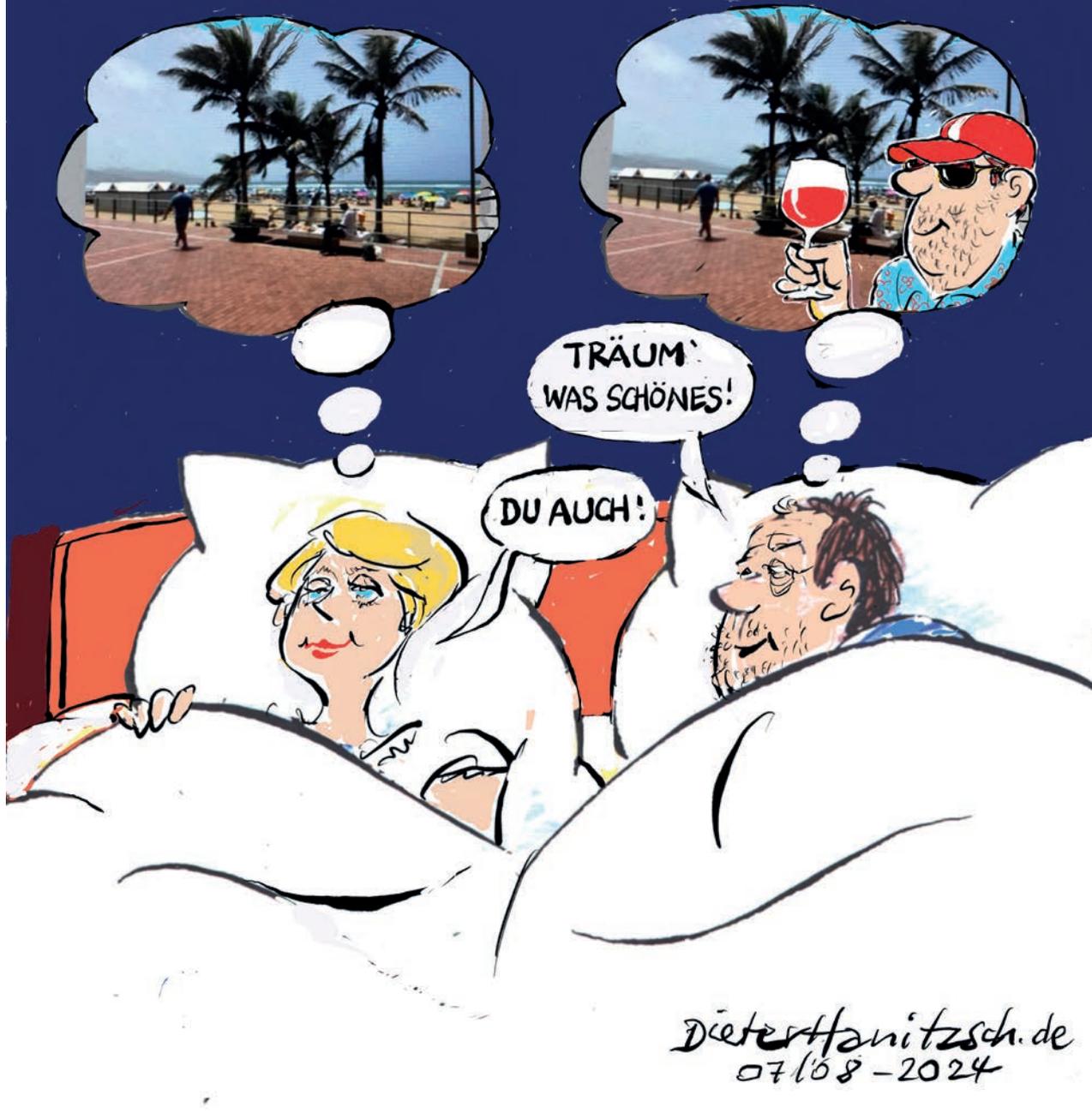
Hallen für Handwerk, Gewerbe und Industrie

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

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

Aumer www.aumergroup.de





Zeichnung: Dieter Hanitzsch

IMPRESSUM

Wirtschaft –
Das IHK-Magazin für München und Oberbayern
80. Jahrgang, 4. Juli 2024
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, Monika Hofmann,
 Dr. Gabriele Lüke, Monique Opetz,
 Eva Müller-Tauber, Melanie Rübartsch,
 Sebastian Schulke, 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: ARochau/Adobe Stock
Schlussredaktion: Lektorat Süd,
 Hohenlindener Straße 1, 81677 München
www.lektorat-sued.de



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

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



Druckauflage: 115.176 (IVW III. Quartal 2023)
 Zurzeit gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 80 vom 1.1.2024



v. l. n. r. **Jenny Steinbeiß**, Geschäftsführerin, Immobilienkauffrau (IHK); **Thomas Aigner**, Geschäftsführer; **Martin Steinbeiß**, Leitung Büro Bogenhausen, Immobilienkaufmann (IHK)

Ihre Experten für Mehrfamilienhäuser in München

Wenn Sie uns mit dem Verkauf Ihres Rentehauses beauftragen, bekommen Sie mehrfach ausgezeichnete Qualität: großes Immobilienfachwissen und über 30 Jahre Markterfahrung, umfangreiche Dienstleistungen, erstklassige Kontakte und eine diskrete Abwicklung. Wir sind erst zufrieden, wenn wir Ihre Immobilie in möglichst kurzer Zeit erfolgreich an einen solventen Investor verkauft haben.

Wir sind Ihr zuverlässiger und seriöser Partner, ein starker Brückenbauer zwischen Investoren und Verkäufern. Wir zeigen sowohl auf Ankauf- als auch auf Verkaufsseite genau auf, was sich lohnt und was sich nicht lohnt.

Wir arbeiten für Ihren Erfolg und Ihr Vertrauen!
Rufen Sie uns an – wir nehmen uns gerne Zeit für Sie!

Tel. (089) 17 87 87 - 0

Auswahl unserer Mitgliedschaften



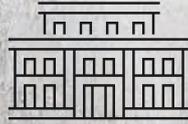
VERKAUFT

Maxvorstadt – Mehrfamilienhaus in bester Lage
 Ca. 1.224 m² vermietbare Fläche, 370 m² Grund, Baujahr 1954



VERKAUFT

Westend – Altbaujuwel mit preisgekrönter Fassade
 Ca. 700 m² vermietbare Wohnfläche, 480 m² Grund, Baujahr 1887



DUKEN & v. WANGENHEIM



Detlev Freiherr v. Wangenheim
Vorstand und Gründer



Miriam Schnitzke
Geschäftsleitung



André Schnitzke
Geschäftsleitung
Büro München-Süden

Die schönsten Räume zum Bleiben.
In München. Und im Umland.