IHK

Das IHK-Magazin für München und Oberbayern

wirtschaft

09/2024

www.magazin.ihk-muenchen.de

Nachfolge

Rechtzeitig planen, stressfrei übergeben

20 ECOSYSTEM
Netzwerk-Initiative für den Standort

58 FINANZIERUNG
Geld für Investitionen auch in Krisenzeiten

62 MARKETING
Profi-Tipps für effektive Newsletter

197 Mio. Euro für den oberbayerischen Mittelstand

Erfolgreich in Oberbayern: Seit 1972 beteiligt sich die BayBG an mittelständischen Unternehmen.

Die BayBG hat **197 Mio. Euro** in den **oberbayerischen Mittelstand investiert.** Die Unternehmen nutzen Venture Capital- und Beteiligungsinvestments in Form von Minderheitsbeteiligungen und Mezzanine für die Umsetzung von Innovations- und Wachstumsvorhaben, die Regelung der Unternehmensnachfolge oder die Optimierung der Kapitalstruktur.

Mit über **50 Jahren Erfahrung** im Mittelstand wissen wir: Erfolgreiche Unternehmen sind anpassungsfähig und erkennen **neue Chancen.**

Beteiligungskapital bedeutet nicht nur Liquidität, sondern auch finanzwirtschaftliche Stabilität und **vergrößert den Handlungsspielraum.**

Wir investieren in Chancen.
Ihre Chancen.

BayBG Bayerische Beteiligungsgesellschaft mbH
Königinstraße 23 · 80539 München
Tel. 089 122280-100 · info@baybg.de · www.baybg.de

BayBG

Kur statt Kränkelei

Foto: Wolf Heider-Sawall

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

Dieses Frühjahr diagnostizierten die führenden Konjunkturforschungsinstitute: »Die deutsche Wirtschaft kränkelt.« Wer kränkelt, so der Duden, ist »nie so recht gesund und leistungsfähig«. Das gilt leider auch für die deutsche Wirtschaft: Seit dem letzten »gesunden« Jahr 2018 stagniert das inflationsbereinigte Bruttoinlandsprodukt pro Kopf. Die Reallöhne waren Anfang 2024 sogar niedriger als zum Jahresauftakt 2018.

Wenn Politik und Gesellschaft jetzt nicht den Mut zu durchgreifenden Reformen aufbringen, wird das Kränkeln unserer Wirtschaft zum Dauerzustand. Das belegt die erschütternde Prognose des Jahresgutachtens der fünf Wirtschaftsweisen: In den nächsten 15 Jahren müssen wir uns bei Normalauslastung auf ein reales Mini-Wachstum einstellen – magere 0,4 Prozent pro Jahr bis Ende der 2020er-Jahre, 0,6 Prozent bis Mitte der 2030er und immer noch karge 0,8 Prozent in den Jahren danach. Zum Vergleich: Unser Wachstumspotenzial im Zeitraum zwischen 2000 und 2019 betrug im Schnitt 1,4 Prozent. Aber wie sollen wir mit halbierter Dynamik die dringend erforderlichen Investitionen erwirtschaften? Wie sollen die Unternehmen neue Technologien finanzieren? Und wie der Staat seine Aufholinvestitionen für Infrastruktur, Bildung, Digitalisierung oder Verteidigung?

Ein »Weiter so« scheidet als Lösungsoption definitiv aus. Aber was ist zu tun? Wir müssen endlich direkt an den drei Wurzeln der chronischen Wachstumsschwäche ansetzen: Arbeitskräftemangel, Investitionsknappheit und Produktivitätsschwäche.

Unsere größte Wachstumsbremse ist der Arbeitskräftemangel. Uns gehen vor allem altersbedingt die Mitarbeiter aus. Ist das ein unabwendbares Schicksal? Nein! Wir könnten ein enormes heimisches Arbeitskräftepotenzial heben, wenn wir Fehlanreize im Steuer- und Sozialsystem beseitigen. Zu diesem erfreulichen Ergebnis kommt eine Studie des Münchner ifo Instituts im Auftrag der IHK: Allein in Bayern wären rund 200.000 neue Vollzeitstellen möglich – in ganz Deutschland sogar mehr als eine Million. Unter der Voraussetzung, dass wir unser Steuer-, Abgaben- und Rentensystem grundlegend auf Erwerbsanreize ausrichten und damit zukunftsfest machen.

Deutschland, du kannst es also besser! »Für den Modernisierungsstau gibt es keine mildernden Umstände« – das hat schon 1997 der damalige Bundespräsident Roman Herzog in seiner Ruck-Rede klargestellt. Verbunden mit dem Schlussappell: »Wir müssen jetzt an die Arbeit gehen. Ich rufe auf zu mehr Selbstverantwortung. Ich setze auf erneuerten Mut.«

Arbeiten, Verantwortung übernehmen sowie Mut haben und Mut machen. Das gilt für jeden Einzelnen. Aber ganz besonders für die politischen Entscheider: Denn sie gestalten die wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen in Deutschland. Und wir alle wissen: In zwölf Monaten ist Bundestagswahl!

Ihr

TOP-THEMEN

TITELTHEMA
NACHFOLGE

In rund 140.000 bayerischen Unternehmen steht demnächst der Generationswechsel an. Optionen für die Nachfolge gibt es einige – auch jenseits einer familieninternen Übergabe.

Foto: Bojan/Adobe Stock

UNTERNEHMEN + MÄRKTE
SLOWAKEI & POLEN

Die erste EU-Osterweiterung hat in Mittelosteuropa eine dynamische Entwicklung ausgelöst. Bayerischen Mittelständlern bieten sich dort zahlreiche Chancen.

Foto: Naya Na/Adobe Stock

BETRIEB + PRAXIS
FINANZIERUNG

Mit einer individuellen Strategie und dem passenden Finanzierungsfahrplan können Firmen auch in schwierigen Zeiten Geld für Investitionen beschaffen – so wie das Team der »Lederhosen Junkies« (Foto).

Foto: Lederhosen Junkies

INHALT

NAMEN + NACHRICHTEN
6 **AUSZEICHNUNG**
Mittelstandspreis für oberbayerische Firmen

UNTERNEHMERPROFIL
12 **STEFFEN MARX**
Der Chef der Giesinger Biermanufaktur hat große Ambitionen

TITELTHEMA
14 **NACHFOLGE**
So gehen Unternehmen die Firmenübergabe erfolgreich an
18 **GENERATIONSWECHSEL**
Group7 AG: Mit einem Zehnjahresplan in die familieninterne Nachfolge

STANDORTPOLITIK
20 **MUNICH INNOVATION ECOSYSTEM**
Wie die Netzwerk-Initiative an optimalen Bedingungen für innovative Unternehmen arbeitet
26 **IHK-JAHRESEMPFANG**
Besucherrekord und ein prominenter Gastredner beim Sommerevent der IHK
30 **AUSBILDUNG**
Praxisnahe Berufsorientierung mit den IHK AusbildungsScouts – die Neuerungen
32 **OKTOBERFEST**
Die Wiesn als Weltmarke und Wirtschaftsfaktor
34 **INTERVIEW**
Den Planeten retten – Deutschland-Chef Michael Austermühle über das ungewöhnliche Firmenziel des Outdoorausrüsters Patagonia
36 **VOLLVERSAMMLUNG**
Diskussion um Arbeitskräftemangel mit Bayerns Arbeitsministerin Ulrike Scharf

UNTERNEHMEN + MÄRKTE
40 **CHINA**
Attraktiver Riesenmarkt: Herausforderungen, Strategien und Einstiegsmöglichkeiten
44 **JUWELIER FRIDRICH**
Wie das Familienunternehmen Kontinuität und Modernisierung zusammenbringt
47 **IHK AKTUELL**
Datenschutz-Webinar/EU-Verordnung DORA
48 **TERRA QUANTUM**
Unternehmer Markus Pflitsch setzt auf innovative Quantentechnologie
50 **SLOWAKEI & POLEN**
Chancen für bayerische Mittelständler

BETRIEB + PRAXIS

54 **KREISLAUFWIRTSCHAFT**
Wie Firmen den Ressourcenverbrauch entscheidend verringern können

58 **FINANZIERUNG**
So kommen Unternehmen auch in Krisenzeiten an Geld für Investitionen

62 **MARKETING**
Profi-Tipps für effektive Newsletter

64 **EVENTS**
Prüferehrung/IHK AzubiRiesenrad

RUBRIKEN

3 **EDITORIAL**

8 **FIRMENJUBILÄEN**

77 **EHRUNGEN**

78 **VERÖFFENTLICHUNGEN + BEKANNTMACHUNGEN**
- Veränderungen in der IHK-Vollversammlung
- Gesundheitswirtschaft: vom Arbeitskreis zum Ausschuss
- Veränderung im IHK-Regionalausschuss Eichstätt
- Veränderung im IHK-Regionalausschuss Starnberg
- Nachberufung in IHK-Ausschüsse
- Veränderung im IHK-Regionalausschuss Landkreis München und in der IHK-Vollversammlung

82 **KARIKATUR/IMPRESSUM**

Bekommen Sie das IHK-Magazin mehrfach?

Wenn Sie mit mehreren Firmen IHK-Mitglied sind, erhalten Sie auch das IHK-Magazin »wirtschaft« mehrfach. Sollten Sie überzählige Exemplare abbestellen wollen, können Sie dies ganz einfach über das Serviceportal »Meine IHK« erledigen:
meine.ihk-muenchen.de

Beilagenhinweis:
Aigner Immobilien (Teilbeilage),
MM Brown Deutschland (Teilbeilage)

fb.com/ihk.muenchen.oberbayern
@IHK_MUC

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

Fabrikplanung.
Architektur.
Industriebau.

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

Termintreu.
Nachhaltig.
Kostensicher.

Hinterschwepfinger

Foto: Wolfram Industrie

Ausgezeichnet – Eckhard Koll (langjähriger Beirat der Wolfram Industrie), Karin Koll, Marion Freifrau von Cetto, Angelika von Cetto und Sebastian Freiherr von Cetto (v.l.)

Mittelstand

Starke Familienunternehmen

Der Bayerische Mittelstandspreis wird jährlich an familien- oder eigentümergeführte Unternehmen vergeben, die Hervorragendes für Wirtschaft und Gesellschaft geleistet haben. Mit zahlreichen Firmenpartnern unter der Schirmherrschaft von Landtagspräsidentin Ilse Aigner (CSU) ehrte Wirtschaftsstaatssekretär Tobias Gotthardt (FW) neun bayerische Unternehmen und übergab an acht weitere Preis und Urkunde.

Drei der ausgezeichneten Firmen kommen aus Oberbayern: Neben dem innovativen Brauanlagenhersteller BrauKon GmbH aus Seeon wurde die Gesellschaft für Wolfram Industrie mbH, Nußdorf, geehrt. Das Unternehmen wurde 1911 vom Großvater der geschäftsführenden Gesellschafterin Marion Freifrau von Cetto gegründet. Es produziert nach eigenen Angaben als einziger Hersteller in der westlichen Hemisphäre Wolframelektroden. Den Sonderpreis »Gesellschaftliche Verantwortung und soziales Engagement« erhielt die Chiemgau-Lebenshilfe-Werkstätten gGmbH, Traunreut. **www.der-bayerische-mittelstandspreis.de**

Start-up-Initiative

Unternehmer von nebenan als Schüler-Coach

Jürgen Biffar (61), Vorstand der Stiftung Digitale Bildung, Germering, hat 2022 eine Start-up-Initiative gemeinsam mit regionalen Partnern gegründet. Jugendliche an inzwischen sechs Gymnasien in und um Fürstenfeldbruck entwickeln in der 10. Klasse im Fach Wirtschaft und Recht ein eigenes Start-up-Geschäftsmodell – mit einem Unternehmer als Coach. Die Teilnahme ist für die Schüler verpflichtend, anders als etwa im Bundeswettbewerb »Jugend gründet«.

Herr Biffar, wie hilft die Start-up-Initiative den Gymnasiasten?
Sie entwickeln in Arbeitsgruppen eigene Ideen für ein Start-up und erleben so selbst, wie ein Unternehmen funktioniert.

Wer sind die Coaches und was machen sie?
Das sind Unternehmer aus der Region und aus ganz unterschiedlichen Branchen, langjährige Firmenchefs machen ebenso mit wie junge Gründer. Der IHK-Regionalausschuss Fürstenfeldbruck hat uns kräftig unterstützt, um Unternehmer zu gewinnen, die Praxistipps an die Schüler weitergeben. Manche sind nun schon im dritten Jahr dabei. Der Austausch macht beiden Seiten sehr viel Spaß.

Wie läuft das Coaching ab?
Die Coaches treffen sich ab und an mit den Projektgruppen, teilweise online. Sie erstellen eine Präsentation, die Lehrkraft und Unternehmer bewerten. Die überzeugendsten Teams pitchen um den Schulsieg. Da sind viele interessante Gründerideen dabei, von Apps für Kosmetikprodukte bis zu Jugendbars.

Wie viel Zeit investiert ein Coach?
Der Aufwand ist mit rund 30 Stunden pro Schuljahr überschaubar. Hinzu kommen einige persönliche Treffen an den Schulen und der gelegentliche Austausch per E-Mail.

Welchen Nutzen haben die Coaches?
Sie wecken Gründergeist, können ihre Branche und Firma vorstellen und die junge Generation kennenlernen. Ist das Interesse geweckt, hilft das vielleicht später bei der Gewinnung von Nachwuchs- und Fachkräften.

Wie geht es mit der Initiative weiter?
Wir wollen dieses kooperative Unterrichtsmodell auch für weitere Schularten öffnen. Bisher hatten wir 600 Teilnehmende und es sollen noch viel mehr werden – für eine engere Vernetzung der regionalen Wirtschaft mit den nächsten Generationen.
www.digi-edu.org

Foto: Stiftung Digitale Bildung

Medien

Erweiterte Spitze der SZ

Johannes Hauner (40) ist seit Juli 2024 neben Christian Wegner (Vorsitz) und Karl Ulrich weiterer Geschäftsführer der Süddeutsche Zeitung GmbH. Sie gehört zur Stuttgarter Südwestdeutschen Medienholding (SWMH). Hauner verantwortet als Digital-Geschäftsführer auch die Bereiche Lesermarkt, Vertrieb und Markenführung sowie IT. Als Praktikant 2008 bei der SZ gestartet, wechselte der studierte Volkswirt nach verschiedenen Stationen im Unternehmen 2018 zur Süddeutsche Zeitung Digitale Medien GmbH, deren Geschäftsführung er 2021 übernahm. Hauner sitzt zudem im Beirat der iq digital media marketing, dem Gemeinschaftsunternehmen von FAZ Verlag, Handelsblatt Media Group, Süddeutsche Zeitung Verlag sowie ZEIT Verlag. Ebenfalls seit 2021 ist er Vizepräsident der IHK für München und Oberbayern, seit 2022 auch Vorstandsmitglied des Verbands Bayerischer Zeitungsverleger.

Foto: Süddeutscher Verlag

Johannes Hauner – seit 1. Juli 2024 Geschäftsführer der SZ

Mobilität

Projektideen zur IBA einreichen

Die Internationale Bauausstellung (IBA) Metropolregion München will »Räume der Mobilität« neu denken. Dazu hat sie einen Projektaufruf gestartet für innovative und ambitionierte Ideen – von urban bis ländlich, schnell umsetzbar oder langfristig. Teilnehmen können auch Unternehmen mit ihren Projekten, erster Stichtag für die Einreichung ist der 15. Oktober 2024.
Eine Auswahl der Ideen wird am »Tag der IBA-Projektideen« am 4. Dezember 2024 gezeigt. Sie sollen zu international wahrnehmbaren »Nextpractice«-Beispielen entwickelt werden. **www.iba-m.de**

+ 109 Prozent

Mehr als verdoppelt hat sich in den vergangenen zehn Jahren die Produktion von alkoholfreiem Bier in Deutschland – von 267 Millionen auf 556 Millionen Liter.

Quelle: Statistisches Bundesamt; Zeitraum 2013–2023

KURZ & KNAPP

Digitalisierung

Roadshow von Gaia-X Hub

Der Gaia-X Hub Deutschland will den Aufbau einer internationalen Datenökonomie unterstützen, die im Einklang mit europäischen Werten und Wirtschaftsstrukturen steht. Eine Roadshow zeigt Informationen, wie sich Mittelständler an Datenprojekten in ihrer Branche beteiligen können. Unternehmen können diese Roadshow für einen Besuch am eigenen Standort buchen.
www.gaia-x-hub.de

IT-Sicherheit

Betriebssystem checken

Wichtige IT-Deadline: Der US-Konzern Microsoft lässt den Support für das Betriebssystem Windows 10 zum 14. Oktober 2025 auslaufen. Ab diesem Zeitpunkt bietet der US-Konzern für das Betriebssystem keine kostenfreie technische Unterstützung, Software- oder Sicherheitsupdates mehr an.

Konjunktur

Schlechtere Zahlungsmoral

Die Konjunkturschwäche kommt laut dem Inkassounternehmen Creditreform bei Lieferanten und Kreditgebern an: Sie verzeichneten zwischen Januar und Ende Juni mehr überfällige Rechnungen, während sie gleichzeitig ihren Kunden längere Zahlungsfristen einräumten. Im Schnitt zahlten die Kunden erst nach rund 31 Tagen, im ersten Halbjahr 2023 waren es nicht ganz 30 Tage gewesen. Trotzdem blieben im Durchschnitt 23.600 Euro offen – rund 1.700 Euro mehr als im Vergleichszeitraum 2023.
Großunternehmen mit mehr als 250 Mitarbeitern waren dabei für 61 Prozent der offenen Forderungen verantwortlich. Auf Kleinunternehmen (höchstens 50 Mitarbeiter) bezog sich ein Viertel der Außenstände.

Firmenjubiläen

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

140 JAHRE

Müller + Wilisch GmbH

Feldafing

Paul Wilisch und sein Geschäftspartner Johannes Müller gründeten das Unternehmen 1884. Die Lederfabrik fertigte Teile für die Textilindustrie. Später folgte die Verarbeitung von technischen Kunststoffen. Heute liegt der Fertigungsschwerpunkt auf der Feinwerk- und Medizintechnik. Das Familienunternehmen wird von Inhaberin Anja Allgäuer und ihrem Mann Dominik geleitet.

Foto: IHK

Anja Allgäuer (r.), Geschäftsführerin und Inhaberin, und ihr Mann Dominik Allgäuer, Geschäftsführer, mit IHK-Bereichsleiterin Elke Christian

Foto: Raiffeisenbank Beuerberg-Eurasburg eG

Mario Bäsler (l.), stellvertretender Vorstandsvorsitzender, und Christian Glasauer (r.), Vorstandsvorsitzender, mit Andreas Korn, Leiter IHK-Geschäftsstelle Weilheim

130 JAHRE

Raiffeisenbank Beuerberg-Eurasburg eG

Eurasburg

Das Unternehmen geht auf den Darlehenskassen-Verein Beuerberg zurück, der 1894 gegründet wurde. 1949 erfolgte die Umbenennung in Raiffeisenkasse Beuerberg, die schließlich zur Raiffeisenbank Beuerberg-Eurasburg wurde. Sie unterhält zwei Geschäftsstellen und beschäftigt rund 60 Mitarbeitende.

130 JAHRE

Ziegelwerk Aubenham Adam Holzner GmbH & Co. KG

Oberbergkirchen

Ein Feldofen, in dem für den geplanten Eigenbau gebrannt wurde, lieferte das Fundament für den 1894 gegründeten Betrieb. 1905 kam ein Sägewerk hinzu. Nach dem Zweiten Weltkrieg wurde das Unternehmen zügig mechanisiert und schließlich automatisiert. 1990 übernahm die vierte Generation den Betrieb, die Geschäfte führt Adam Holzner.

Foto: Ziegelwerk Aubenham Adam Holzner

Geschäftsführer Adam Holzner (l.) mit Herbert Prost, Leiter IHK-Geschäftsstelle Mühldorf

125 JAHRE

HiPP GmbH & Co. Vertrieb KG

Pfaffenhofen/Ilm

Joseph Hipp stellte aus handgeriebenem Zwieback und Milch den ersten Babybrei her, zunächst für seine eigenen Kinder. Später verkaufte er das Kinderzwiebackmehl in seiner Konditorei – mit großem Erfolg. Damit war die Basis für das Familienunternehmen gelegt. Als der elterliche Betrieb zu klein wurde, gründete Sohn Georg eine eigene Firma. 1932 begann er die industrielle Herstellung von Babynahrung. Ab 1956 wurden die ersten Rohstoffe für die Produkte auf ökologisch bewirtschafteten Böden angebaut. Georgs Sohn Claus entwickelte die ökologische Idee weiter. Heute führen Stefan und Sebastian Hipp das Unternehmen in vierter Generation.

Foto: HiPP

Claus Hipp (3.v.l.), die geschäftsführenden Gesellschafter Sebastian (l.) und Stefan Hipp sowie IHK-Bereichsleiterin Elke Christian

125 JAHRE

Raiffeisenbank Neumarkt-St. Veit – Reischach eG

Reischach

Die Raiffeisenbank wurde als Genossenschaftsbank 1899 gegründet. In ihrer heutigen Form entstand sie 2013 durch den Zusammenschluss der Raiffeisenbank Reischach-Wurmannsquick-Zeilarn und der Raiffeisenbank Neumarkt-St. Veit-Niederbergkirchen. Heute beschäftigt sie etwa 185 Mitarbeitende.

Foto: Raiffeisenbank Neumarkt-St. Veit – Reischach

Die Vorstände Thomas Standar (l.) und Helmut Vilsmaier (r.) mit Herbert Prost, Leiter IHK-Geschäftsstelle Mühldorf

Foto: kleinkunst & kultur kkk

Klaus Engels (M.), Direktor Wasserkraft Deutschland Uniper Kraftwerke GmbH, mit IHK-Hauptgeschäftsführer Manfred Gößl (l.), der zum Jubiläum eine historische Anleihe zur Finanzierung des Walchenseekraftwerks von 1923 übergab, sowie Bayerns Umweltminister Thorsten Glauber

100 JAHRE

Walchenseekraftwerk

Kochel am See

Das Walchenseekraftwerk wurde am 26. Januar 1924 offiziell in Betrieb genommen. Mit einer Leistung von 124 Megawatt und einer durchschnittlichen Jahreserzeugung von 300 Millionen Kilowattstunden – das entspricht ungefähr dem Jahresverbrauch von 100.000 Haushalten – ist es noch heute eines der größten Speicherkraftwerke Deutschlands. Es liefert Strom für das öffentliche Netz und die Deutsche Bahn. Das Kraftwerk gehört heute zur Uniper SE.

Foto: Bencard Allergie

Geschäftsführerin Iris Wolfrath mit Jochen Wiegmann, Leitung IHK-Geschäftsstelle München

90 JAHRE

Bencard Allergie GmbH

München

Das 1934 gegründete Unternehmen beschäftigt sich mit der Erforschung und Entwicklung von Arzneimitteln zur Diagnostik und kausalen Therapie von Allergien. Es gehört zum internationalen forschenden Arzneimittelunternehmen Allergy Therapeutics mit Hauptsitz in Großbritannien. Seit 2023 ist Iris Wolfrath Geschäftsführerin für Deutschland.

50 JAHRE

Plan3 Innenausbau und Messebau GmbH

München

Die Idee zur Gründung der Firma entstand während der Olympischen Spiele in München, als Heinz R. Friedrich mit zwei Kollegen bei der Olympia Baugesellschaft arbeitete. 1974 startete er das Unternehmen, das bald expandierte und heute Messebau und Messeservices anbietet. Aktuell beschäftigt Plan3 40 Mitarbeiter. Die Geschäfte führt in zweiter Generation Fabian Friedrich.

Foto: Plan3

Geschäftsführer Fabian Friedrich (l.) mit seinem Vater und Firmengründer Heinz R. Friedrich

Foto: SAM GmbH

IHK-Vizepräsidentin Renate Waßmer, Andreas Korn, Leiter IHK-Geschäftsstelle Weilheim, SAM-Geschäftsführer Harro Harms, SAM-Ausbildungsleiter Christoph Adlbert, SAM-Personalleiter Johannes Stallauer (v.l.)

50 JAHRE

SAM GmbH

Bad Tölz

Das mittelständische Unternehmen mit Standorten in Bad Tölz und Mühldorf am Inn liefert Präzisionsteile für Luftfahrt und Industrie. Es ist Teil des internationalen SAM-Konzerns mit Hauptquartier in Singapur und weiteren Standorten in Asien und Europa. Die Leitung liegt bei Geschäftsführer Harro Harms.

40 JAHRE

Feinkost Farnetani GmbH

München

Das Lebensmittelunternehmen hat sich auf Feinkost für Privatkunden sowie den Großhandel für die Gastronomie spezialisiert. Heute führen Lorenzo und Federico Farnetani in zweiter Generation die Geschäfte.

Foto: Bert Willer

IHK-Vizepräsidentin Kathi Wickenhäuser-Egger, Roberto Farnetani und seine Frau, IHK-Prüfer Werner-Josef Gartner sowie die Söhne Lorenzo und Federico Farnetani (v.l.)

30 JAHRE

SpaceNet AG

München

Der Cloud- und IT-Service-Spezialist wurde 1993 vom heutigen Vorstand Sebastian von Bomhard gegründet. Inzwischen leitet er das Unternehmen, das rund 120 Mitarbeitende beschäftigt, zusammen mit Ingo Lalla und Karin Schuler.

Foto: SpaceNet

Gründer und Geschäftsführer Sebastian von Bomhard auf der Jubiläumsfeier

IHK-EHRENURKUNDE

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

Foto: Goran Gajanin/Das Kraftbild

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

UNTERNEHMENSVERKAUF IM MITTELSTAND

Wir machen intransparente Märkte und Prozesse für Sie transparent

Als Unternehmer sind Sie es gewohnt, Entscheidungen zu treffen. Warum fällt es vielen Unternehmern dennoch so schwer, sich rechtzeitig mit dem Thema „Nachfolge“ und „Verkauf“ zu beschäftigen? Sogar unter Anbetracht der aktuellen wirtschaftlichen Entwicklungen?

Weil es ein vollkommen intransparenter Bereich ist
Was ist mein Unternehmen wert?
Für börsennotierte Unternehmen gibt es klare Preise. Für große Transaktionen gibt es umfassende Referenzwerte. Für mittelständische Unternehmen i.d.R. nicht.

Gibt es (sinnvolle) Käufer für das Unternehmen? Wie läuft ein Verkauf bei einem Mittelständischen Unternehmen ab?

Neutrale Informationen zu diesen Fragen zu finden, ist eine echte Herausforderung! Der klassische Steuerberater oder Rechtsanwalt betreut in der Regel solche Prozesse nicht täglich und offene Gespräche im Netzwerk sind selten, da alles streng vertraulich ist.

All diese Gründe sind vollkommen nachvollziehbar. Und dennoch gilt es, Lösungen zu finden, wenn das Lebenswerk in der Zukunft Bestand haben soll.

Wir schaffen Transparenz über den Markt
Wir kennen die globalen Käufermärkte und haben ein Netzwerk aus über 200.000 potenziellen Käufern aus allen Bereichen aufgebaut. Hieraus wählen wir gemeinsam mit Ihnen die relevanten Zielgruppen aus und erhalten in kürzester Zeit konkretes Feedback aus dem Markt.

„Ein Angebot ist kein Angebot“ –
Wir als Berater verzichten auf Firmenbewertungen vorab, denn Angebot und Nachfrage regeln hier den Preis, nicht fiktive Abzinsungsfaktoren.
10 ausführliche Kauf-Indikationen zeigen schon ein sehr genaues Bild, was das Unternehmen objektiv Wert ist.

Wir schaffen Transparenz über die Positionierung
Wir stellen Ihr Unternehmen in den richtigen Kontext und bereiten es so auf, dass sowohl strategische Partner als auch Finanzinvestoren Ihren USP, Ihr Alleinstellungsmerkmal, erkennen.

Unser Netzwerk aus zahleichen renommierten Beratern für rechtliche und steuerliche Fragen im Transaktionsprozess steht unseren Kunden auch bei internationalen Transaktionen jederzeit unterstützend zur Seite.

Wir schaffen Transparenz über den Prozess
Klare, effiziente und digitale Prozesse sorgen für schnelle Ergebnisse und zeigen frühzeitig konkrete Einschätzungen des Marktes, damit Sie wissen, dass der Prozess sich für Sie lohnt.

Wo sind auch wir gerne intransparent?
Wenn es um Referenzen geht. Unsere Kunden können auf unsere Diskretion auch nach dem Verkauf zählen. Gern ermöglichen wir den individuellen Austausch mit unseren ehemaligen Kunden

Wir arbeiten nur für Verkäufer. Punkt.
Wir sind selbst Unternehmer wie Sie mit langjähriger Erfahrung im Mittelstand und vermeiden damit jeglichen Interessenskonflikt. Wir möchten nicht auf verschiedenen Seiten des Tisches sitzen müssen und schätzen klare Worte und offene Kommunikation.

konzept
PARTNER FÜR UNTERNEHMER

Konzept ist seit 20 Jahren DER Partner und Verhandlungsführer für erfolgreiche, mittelständische Unternehmer aus Deutschland, Österreich und Südtirol. Mit Expertise und Integrität begleiten wir Sie durch den gesamten Transaktionsprozess – und gerne darüber hinaus.

Unsere Kunden können zu 110% auf unseren Einsatz für ihre Interessen vertrauen. Das zeigt sich auch in unserem Vergütungsmodell: wir arbeiten rein auf Erfolgsbasis. Sie haben Ihr persönliches Ziel und gemeinsam bringen wir Sie dorthin.

Rufen Sie uns gern unverbindlich und vertraulich unter +49 (0) 151 526 64 708 für eine kostenlose Erstberatung an!

info@konzept-partners.com
www.konzept-partners.com
Lilienthalstraße 7 93049 Regensburg

Setzt auf private Investoren – Brauereichef Steffen Marx

Foto: Marion Vogel

Die siebte Brauerei

Steffen Marx will mit seiner Giesinger Biermanufaktur die etablierten Brauereien in München herausfordern – und peilt sogar den Sprung auf die Wiesn an.

Von Harriet Austen

Die Idee ist typisch für Steffen Marx: ein Film über sich selbst und die Geschichte des Giesinger Bräus als Marketingmaßnahme. Ende Mai 2024 startete »Straight outta Giasing« in ausgewählten Kinos. Marx, Geschäftsführer der Giesinger Biermanufaktur GmbH, ging höchstpersönlich mit auf Tour. »Wir sehen, wie die Leute unsere Marke wahrnehmen. Das hilft bei der weiteren Positionierung«, erklärt er.

2005 verkündete der gebürtige Thüringer, das beste Münchner Bier brauen zu wollen. An diesem Traum hält er beharrlich fest. Der gelernte Getränkebetriebswirt bewältigte drohende Pleiten, ging durch Hochs und Tiefs und ließ sich durch nichts einschüchtern. Heute residiert er in einer stattlichen, hochmodernen Brauerei im Norden der Stadt. »Das war der entscheidende Durchbruch«, meint Marx.

Er hat geschafft, was keiner für möglich hielt: Als siebtes Unternehmen darf er seit 2021 ein Original Münchner Helles herstellen, das nur mit Münchner Grundwasser und im Stadtgebiet gebraut werden darf. Für eine Million Euro ließ Marx einen Tiefbrunnen bohren. »Das war es mir wert.«

Begonnen hat er wie viele Start-up-Gründer: in einer Garage. Sein Bierlaboratorium stellte unter anderem das unfiltrierte Kellerbier »Giesinger Erhellung« her. Das kam bei den lokalen Kunden gut an. Finanziell und technisch fehlte es allerdings an allen Ecken und Enden, um über den Stadtteil oder gar über die Stadtgrenzen hinaus bekannt zu werden.

Die Lösung: private Investoren, die sich von der Begeisterung des Brauereichefs anstecken ließen. »Sie sind bis heute eine wichtige Stütze und Teil des Geschäftsmodells«, erklärt Marx. Bisher gewann der unkonventionelle Geschäftsmann in insgesamt sechs Kampagnen rund 8.000 Geldgeber, »alle Botschafter unserer Marke«.

Das eingesammelte Kapital ermöglichte die weitere Entwicklung: Marx konnte den Ausstoß signifikant erhöhen und sammelte gleichzeitig erste Erfahrungen als Wirt und Betreiber des Giesinger Bräustüberls. Bald schon überstieg die Nachfrage die Produktion, die Mitarbeiter schufteten an der Belastungsgrenze, für weiteres Wachstum fehlten die Kapazitäten.

»So kann es nicht weitergehen«, fand Marx und wagte den nächsten Schritt. Im Juni 2020 eröffneten er und sein Team eine Hightech-Brauerei in der Lerchenau, die er für zehn Millionen Euro von Projektentwickler und Vermieter Aurelis Real Estate nach seinen Plänen errichten ließ. Zehn Millionen Euro investierte die Brauerei aus eigenen Mitteln in die Technik. Hier werden derzeit 40.000 Hektoliter pro Jahr der Volumensorten Helles, Giesinger Erhellung, Weißbier und Alkoholfreies gebraut; sie machen 90 Prozent des Ausstoßes aus.

Die momentane Zwei-Drittel-Auslastung findet Marx »beruhigend« und ergänzt: »Hier können wir relativ einfach wachsen, aber auch unsere Philosophie leben.« Damit meint er die bodenständige Nahbarkeit mit Brauereiführungen, Firmenfesten in der für alle offenen Eventlocation oder Hoffesten wie die Lange Nacht der Brauereien. Derzeit beschäftigt Giesinger Bräu 111 Mitarbeiter und stellt 25 Biersorten her.

Um sich als kleine Privatbrauerei von anderen abzuheben, lässt sich Marx Ungewöhnliches einfallen. Wie zum Beispiel eine neue 0,33-Liter-Bierflasche, die er inzwischen millionenfach produziert und als zusätzliche Einnahmequelle an 90 andere Brauereien als Lizenzprodukt verkauft.

Man merkt dem Brauereichef an, wie stolz er darauf ist, »Geld zu verdienen mit dem, was mir Spaß macht«. Dieses Jahr schrieb Giesinger Bräu zum ersten Mal schwarze Zahlen. »Jetzt geht es vor allem darum, zu wachsen und die Erträge weiter zu stabilisieren«, nimmt Marx sich vor.

Dabei setzt er auch auf die Tradition der Stehausschänke, die er in allen 25 Münchner Stadtteilen per Franchise etablieren möchte. »Durch dieses zweite Standbein werden wir sichtbarer und können den Bierabsatz mit relativ einfachen Mitteln erhöhen«, ist er überzeugt.

Als nächsten »logischen Schritt« steuert der 46-Jährige selbstbewusst einen Ausschank auf dem Oktoberfest an. Für ihn würde das die größte regionale, nationale und sogar internationale Anerkennung bedeuten. »Das kann aber nur der Stadtrat entscheiden«, sagt er und meint, in zwei bis drei Jahren könnte es so weit sein. »Dann habe ich alles erreicht, was ich wollte.« ●

www.giesinger-braeu.de

ZUR PERSON

Steffen Marx, Jahrgang 1977, gründete 2005 nach zwei abgebrochenen Studiengängen die heutige Giesinger Biermanufaktur und Spezialitätenbraugesellschaft mbH in München. 2014 eröffnete er in der umgebauten Trafohalle am Giesinger Berg eine größere Brauerei und ein Wirtshaus. 2020 nahm Marx das hochmoderne Werk2 in der Lerchenau mit erweiterten Produktionskapazitäten und einem Tiefbrunnen in Betrieb. Seitdem darf er als siebte Brauerei Original Münchner Helles brauen.

Eine sehr gute ***Lösung***

In rund 140.000 bayerischen Unternehmen steht demnächst der Generationswechsel an. Optionen für die Nachfolge gibt es einige – auch jenseits einer familieninternen Übergabe.

Von Gabriele Lüke

Einen Betrieb nach 190 Jahren im Familienbesitz an einen Branchenkollegen verkaufen? »Das war für uns die beste Lösung«, betont Karl Daum (57), ehemaliger Geschäftsführer der auf Entsorgung spezialisierten früheren Karl Daum GmbH in Eichstätt. »Auch wenn es anders geplant war«, schränkt er ein. »Wir wollten das Unternehmen eigentlich in der Familie halten. Aber meine schwere Erkrankung hat uns gezwungen, kurzfristig einen anderen Weg zu finden.« Seine jungen Töchter seien noch nicht zur Nachfolge bereit gewesen.

> »Die Frage lautet: Gibt es eine tragfähige langfristige Vision für das Unternehmen?«
>
> **Marcel Hülsbeck, Professor für Transformation und Innovation an der Hochschule München**

Foto: Hochschule München

Daum prüfte mehrere Optionen: Vorübergehend einen externen Manager anzustellen, um den Kindern die Übernahme später zu ermöglichen, hätte die Verantwortung und Haftung für den Betrieb bei Karl Daum belassen und ihn gesundheitlich zu sehr belastet. Ein Management-Buy-in durch Mitarbeitende oder ein Management-Buy-out durch einen branchenaffinen Gründer seien nicht schnell genug umsetzbar gewesen.

So bot Daum das Unternehmen seinem Wettbewerber und guten Bekannten Michael Oblinger an, dem Geschäftsführer der Michael Oblinger Recycling GmbH & Co. KG in Ingolstadt. »Michael kennt die Branche, vertritt die gleichen Werte wie wir, übernimmt alle Beschäftigten und behält sogar unseren Familiennamen im Firmennamen bei«, so Daum. »Ich kann meinen Betrieb beruhigt in seine Hände geben. Wir schätzen uns glücklich, diese Lösung gefunden zu haben.«

Wie Daum müssen viele Firmenchefs eine Nachfolgelösung für ihren Betrieb finden. In Bayern stehen von 2022 bis 2026 rund 142.000 Familienunternehmen zur Übergabe an, ermittelte das Bayerische Wirtschaftsministerium. Potenzielle Nachfolger jedoch sind rar. »Eine Nachfolgeregelung ist per se komplex, die Suche nach einem kompetenten, motivierten Nachfolger anspruchsvoll: Um die beste Lösung zu finden, gilt es also mehr denn je, die Nachfolgeregelung rechtzeitig zu starten«, betont IHK-Experte Wolfgang Wadlinger.

Von der ersten Vorüberlegung bis zur endgültigen Übergabe sollten rund zehn Jahre eingeplant werden. Davon nimmt der praktische Übergabeprozess zwei bis drei Jahre in Anspruch. »Im Alter von 50 bis 55 sollten Firmenchefs sich also die ersten Gedanken machen«, empfiehlt Wadlinger. Zumal niemand davor gefeit sei, kurzfristig krank zu werden. »Deshalb sollte stets auch vorausschauend ein Notfallplan aufgesetzt werden.«

Was sind die wichtigsten Schritte zu einer gelungenen Nachfolge? Marcel Hülsbeck, Inhaber der Spitzenprofessur für Transformation und Innovation in mittelständischen und Familienunternehmen an der Hochschule München, rät, mit einem kritischen Blick auf die Substanz des Unternehmens zu starten. Die Übergeber sollten ehrlich mit sich sein: Viele Unternehmen stehen sehr gut da, andere sind nicht zukunftsfähig. Nach Schätzung des Bayerischen Wirtschaftsministeriums ist von den 142.000 zur Nachfolge anstehenden Firmen lediglich ein gutes Viertel tragfähig genug für eine Übergabe.

»Die erste Frage lautet also: Lohnt es sich wirklich weiterzumachen? Gibt es eine tragfähige langfristige Vision für das Unternehmen?«, sagt Experte Hülsbeck. »Das ist auch gegenüber den potenziellen Nachfolgern fairer, denn diese müssen sich in Zukunft in einem noch digitaleren, internationaleren, nachhaltigeren Wettbewerbsumfeld bewegen.« Der Betrieb müsse so aufgestellt sein beziehungsweise vorbereitet werden, dass die neue Führung diese Herausforderungen stemmen könne.

Eine innerfamiliäre Übergabe ist nach wie vor eine häufige und beliebte Lösung. »Aber weniger patriarchalisch als früher«, sagt Hülsbeck. »Es muss nicht mehr der erstgeborene Sohn sein, inzwischen übernehmen zu rund 40 Prozent Töchter.« Auch der Blick auf Nichten oder Neffen lohne. Etwa wenn die Kinder eigene Karrieren verfolgen, selbst Firmen gegründet haben oder in der Übernahme des elterlichen Betriebs für sich persönlich keine sinnstiftende Perspektive sehen.

»All das muss erlaubt sein«, so Hülsbeck. »Wichtig: Einer muss rechtzeitig die Initiative ergreifen. Eltern sollten für die Übernahme werben, ohne zu drängen, die Kinder klar ihre Prioritäten artikulieren.«

Zugleich sollten Unternehmen stets auch eine externe Lösung prüfen. Infrage kommen zum Beispiel folgende Möglichkeiten:

- Mitarbeitende übernehmen die Firma. Sie kennen den Betrieb und die Kunden,

An die Zukunft denken – Firmenchefs sollten das Thema Übergabe rechtzeitig angehen

Foto: Bojan/Adobe Stock

Foto: Franzetti, Eichstätter Kurier

Fanden gemeinsam eine gute Übergabelösung für die Karl Daum GmbH – Elisabeth Daum, Margarete Daum, Karl Daum, Lena Arpaci, Carmen Oblinger, Michael Oblinger senior und Michael Oblinger junior (v.l.)

stehen für Kontinuität, man kann ihnen vertrauen. Gleichzeitig gilt es, sie auch für die Übernahme zu befähigen und eine finanzielle Lösung zu finden.

- Ein Wettbewerber kauft das Unternehmen. Er kennt die Branche und kann von der Übernahme der Fachkräfte oder zusätzlichen Geschäftsfeldern profitieren.
- Ein kompetenter, branchenaffiner Gründer kauft den Betrieb, statt sich mit einer eigenen Idee selbstständig zu machen.

»All diese Abwägungen fallen leichter, wenn die Erwartungen an den Nachfolger klar formuliert sind«, betont Hülsbeck. Je näher die Übergabe rückt, umso hilfreicher ist ein Unterstützerkreis oder Beirat, betont der Experte. Dieser bringe den Blick von außen und zusätzliche Kompetenzen ein. Der vertraute Steuerberater, der Hausjurist, ein Berater oder auch Freunde böten sich an. »Das mildert auch die Emotionalität und Konfliktgefahr: Es geht um das Lebenswerk, das fortgesetzt werden soll, um Bewahrung und Aufbruch, um Loslassen und Neuanfang. Das funktioniert nur selten ganz harmonisch.« Zugleich gelte es, einen professionellen Zeitplan und Meilensteine zu definieren. Hülsbeck: »Übergabe ist kein einmaliges Ereignis, sondern ein Prozess.«

Bleibt die praktische Übergabe. Bedeutende Punkte auf der To-do-Liste sind hier:

- Due Diligence, also die eingehende Prüfung der Firma durch den Käufer
- ein Businessplan, der die nächsten Jahre abbildet
- die Ermittlung des Kaufpreises bei einer externen Lösung beziehungsweise die finanzielle Regelung innerhalb der Familie inklusive Einigung mit weiteren Erben
- die etwaige Beantragung von Krediten oder Fördermitteln für Beratung oder Kauf
- die Klärung steuerlicher Fragen
- Regelungen für Mitarbeiter
- das Aufsetzen des Vertragswerks

Seniorchefs stehen außerdem vor der Aufgabe, sich ein Leben neben und nach dem Unternehmersein aufzubauen. Und dann müssen sie tatsächlich loslassen – was sich oft als große Herausforderung erweist. Sicher sei es sinnvoll, wenn der Übergeber zunächst noch begleitend an Bord bleibe, sagt Experte Hülsbeck. »Aber es braucht eine klare Rollendefinition. Die Nachfolger, insbesondere wenn es die eigenen Kinder sind, dürfen nicht mehr von den Eltern bevormundet werden. Sie sind die neuen Entscheider, der Ex-Chef muss ihnen das Feld überlassen.« Das sollten die Nachfolger auch einfordern. Am besten ist es, bereits im Vorfeld der Übergabe eine gleichberechtigte Multigenerationenführung zu etablieren. Sie ermöglicht den Senioren bei der finalen Übergabe einen leichteren Abschied.

Wenn die richtigen Personen aufeinandertreffen, können gute Lösungen auch ganz schnell gefunden werden. Im Beispiel von Karl Daum ging die Übergabe innerhalb eines Jahres vonstatten. Es half, dass Übernehmer Michael Oblinger (57) bereits voll im Thema war. Er hatte im eigenen Unternehmen begonnen, eine Nachfolge vorzubereiten. »Meine Kinder führen den Betrieb schon mehrere Jahre in verantwortlichen Positionen mit«, berichtet er. »Es stand an, dass ich mich in den nächsten drei Jahren zurückziehe.« Daher überließ Oblinger auch seinen Kindern Michael und Lena die endgültige Entscheidung über den Kauf. »Sie wollten den Daums nicht nur helfen. Sie sahen zudem eine gute Expansionsmöglichkeit für uns«, so Oblinger.

Denn mit dem Kauf kommen weitere Tätigkeitsfelder hinzu: die Entsorgung und Stilllegung von Öltankanlagen, der Betrieb von öffentlichen Automatentankstellen, unterirdische Mineralöllager an zwei Standorten mit eigenem Tankwagen für die Versorgung von Haushaltstankanlagen und Gewerbebelieferung mit Diesel und Heizöl. »In unserem angestammten Geschäftsfeld mit Abfallentsorgung und Containerdienst haben wir unseren Aktionsradius sinnvoll erweitern können«, sagen die beiden Junioren. »Und mit den Themen rund um Mineralöl betreten wir interessantes Neuland.«

Danach ging es in die konkrete Umsetzung: »Wir haben uns mit unseren jeweiligen Steuerberatern und dem Notar an einen Tisch gesetzt, die Zahlen durchgerechnet, den Betrieb und die Beschäftigten kennengelernt, einen Kaufpreis ermittelt, den Kauf abgeschlossen. Wir hatten alle keine Erfahrung mit Verkauf und Kauf und brauchten die Experten«, so Oblinger.

Seit dem 1. Januar 2024 ist die ehemalige Karl Daum GmbH nun als Karl Daum Recycling GmbH gleichberechtigt in den Händen von Oblinger und seinen Kindern. Daum bleibt ein selbstständiges Unternehmen. »Es wird nicht in Oblinger Recycling integriert und gehört den Kindern sofort mit«, erläutert Oblinger. »Das ist auch rechtlich und steuerlich eine gute Lösung.«

Aktuell ist Karl Daum noch begleitend an Bord: Er fährt mit zu Kunden, erklärt den Hintergrund des Verkaufs, stellt die neuen Besitzer vor – und nimmt so auch Abschied von seinem Betrieb. Oblinger: »Die Begleitung wissen die Kunden und auch wir sehr zu schätzen, es rundet die Übergabe ab. Und dann zählt nur noch Karls Gesundheit.« ●

Weitere Informationen zur Unternehmensübergabe und zur Nachfolge gibt es hier:

- Die IHK bietet umfassende Unterstützung bei der Planung: **ihk-muenchen.de/de/Service/unternehmensuebergabe-nachfolge**
- Das Förderprogramm »Vorgründungs- und Nachfolgecoaching« bezuschusst persönliche Unternehmensberatung: **ihk-muenchen.de/de/Service/Gründung/Coaching/Vorgründungs-und-Nachfolgecoaching**
- Die LfA bietet Gründungsfinanzierung für Betriebsübernahmen: **lfa.de**
- Das Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle (Bafa) fördert die Beratung von Firmen: **www.bafa.de/DE/Wirtschaft/Beratung_Finanzierung/Unternehmensberatung/unternehmensberatung_node.html**
- Potenzielle Nachfolger lassen sich über die Nachfolgebörse nexxt-change suchen: **www.nexxt-change.org/DE/Startseite/inhalt.html**
- Der Rechner der Unternehmenswerkstatt Deutschland (UWD) hilft, den Wert einer Firma zu kalkulieren: **rechner.uwd.de**

IHK-Ansprechpartner zum Thema Unternehmensnachfolge
Wolfgang Wadlinger
Tel. 089 5116-2167
wadlinger@muenchen.ihk.de

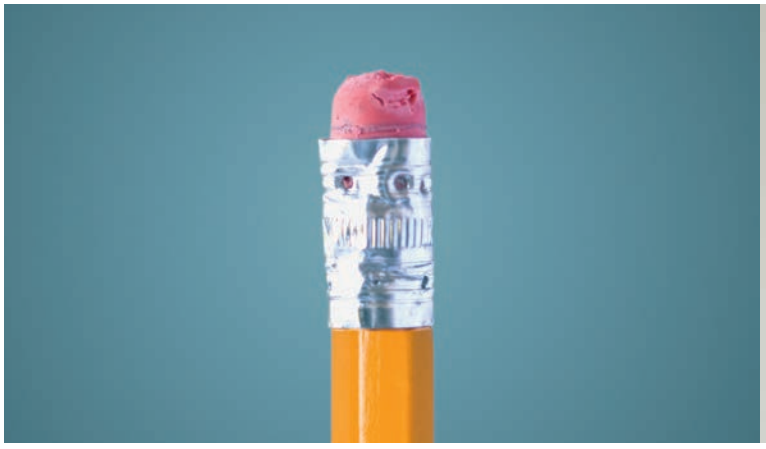
IHK-VERANSTALTUNGSTIPP

Webinar: Unternehmensnachfolge & Übergabe erfolgreich gestalten

Zur Übergabe muss das Spannungsfeld der Interessen von Inhaber, Familie, Nachfolger und Unternehmen gelöst sein. Das Webinar gibt dazu zahlreiche Tipps und Anregungen. Es informiert unter anderem über die Phasen und To-do-Punkte im Übergabe- und Nachfolgeprozess, die Unternehmensbewertung und die geeigneten Wege bei der Nachfolgersuche.

Termin: 11. September 2024, 13–14 Uhr
Weitere Infos und Anmeldung:
www.events.ihk-muenchen.de/ihk/unternehmensnachfolge-11-09-2024

Termin: 17. Oktober 2024, 13–14 Uhr
Weitere Infos und Anmeldung:
www.events.ihk-muenchen.de/ihk/unternehmensnachfolge-17-10-2024



WIR FÖRDERN **ANFÄNGER UND ETABLIERTE**

NEU
GRÜNDUNGS- UND WACHSTUMSKREDIT
(GuW)

Bayerns Mittelstand ist stark in seiner Vielfalt. Als Förderbank für Bayern unterstützen wir Unternehmensnachfolgen und die Zukunftspläne von Firmengründerinnen und -gründern genauso wie Vorhaben etablierter Unternehmen. Gerne beraten wir Sie kostenfrei, wie Sie unsere Fördermöglichkeiten optimal nutzen können. Tel. 089/21 24 - 10 00

www.lfa.de

Beratung.
Finanzierung.
Erfolg.

LfA Förderbank Bayern

Wollen das Unternehmen bald gemeinsam leiten – Günther Jocher (r.) mit seinen Kindern Daniel und Julia

Foto: Group7

Viel Zeit zum Einarbeiten

Günther Jocher, Gründer der Group7 AG, hat die familieninterne Nachfolge langfristig vorbereitet. Eine Abweichung im Zehnjahresplan zeichnet sich zur Halbzeit bereits ab.

Dass ihr Vater viel gearbeitet hat, haben Julia und Daniel Jocher in ihrer Kindheit durchaus mitbekommen. »Wir haben aber auch gemerkt, wie viel Spaß ihm das gemacht hat und mit welcher Begeisterung und Leidenschaft er bei der Sache war«, sagt Julia Jocher (30). Diese positive Grundhaltung hat sich offenbar übertragen: Heute schwärmen beide von den vielfältigen Aufgabenfeldern, den spannenden Herausforderungen und Chancen in der Logistik.

Eigentlich wenig überraschend, dass sie sich nun seit Jahren darauf vorbereiten, die Nachfolge ihres Vaters Günther Jocher (65) bei der Group7 AG anzutreten. Der gründete den Logistikdienstleister 2006 und führt ihn seither auf striktem Wachstumskurs. Mittlerweile beschäftigt das Unternehmen mehr als 700 Mitarbeitende an bundesweit neun Standorten.

Tochter Julia machte eine Ausbildung zur Speditionskauffrau, allerdings nicht im Familienunternehmen, sondern in einem großen Logistikkonzern. Anschließend absolvierte sie ein BWL-Studium mit Schwerpunkt Logistik und Internationales Supply Chain Management. Erst danach stieg sie bei Group7 ein. »Das war die perfekte Vorbereitung«, sagt sie heute.

Ihr Bruder Daniel (27) arbeitete bereits als Schüler in den Ferien bei Group7. Dort startete er 2015 mit einem Dualen Studium – BWL mit Schwerpunkt Logistik. Anschließend war er drei Monate für Group7 in Asien unterwegs und kümmerte sich gemeinsam mit den Partnern vor Ort um die Neukundenakquise und die Betreuung von Bestandskunden.

Über das Interesse seiner Kinder an der Logistik freut sich Günther Jocher verständlicherweise sehr. »Wir hatten aber nie das Gefühl, dass wir ins Unternehmen einsteigen müssen«, betont Julia Jocher. »Es wäre auch okay gewesen, wenn wir

uns anders entschieden hätten.« Nachdem Tochter und Sohn die einschlägigen fachlichen Qualifikationen erworben hatten und sich auch vorstellen konnten, eines Tages die Firma zu übernehmen, entwickelte Günther Jocher einen Zehnjahresplan für den Generationswechsel.
Demnach sollten Julia und Daniel Jocher zunächst jeden Bereich und jede Abteilung durchlaufen. »Und wenn 2025 unser Neubau in Schwaig fertig ist, werden wir zu dritt in einem Büro sitzen und das Unternehmen von dort aus gemeinsam leiten«, sagt Günther Jocher.
Sind zehn Jahre Übergangszeit nicht ein bisschen lang? »Ganz und gar nicht«, findet Daniel Jocher. »Das gibt uns ausreichend Zeit, das komplette Leistungsspektrum kennenzulernen und alle Prozesse genau zu verstehen.« Schließlich möchten sowohl er als auch seine Schwester die unternehmerische Verantwortung nicht ohne das dafür erforderliche Fachwissen übernehmen.
Angesichts des breiten Dienstleistungsangebots und der heterogenen Kundenstruktur des Unternehmens lässt sich nachvollziehen, dass dies eine gewisse Zeit in Anspruch nimmt. Group7 koordiniert nicht nur den Transport von Waren per Lkw, Bahn, Schiff und Flugzeug, sondern entwickelt auch kundenindividuelle Logistikkonzepte rund um Beschaffung und Distribution.
Ein weiteres Standbein sind Logistikdienstleistungen, zu denen auch Montagetätigkeiten zählen. »Für einige Kunden holen wir zum Beispiel die Einzelteile für die Fertigung bei den Lieferanten ab, übernehmen Montage und Endkontrolle und liefern die fertigen Produkte zu Händlern oder Konsumenten in die ganze Welt«, erklärt Daniel Jocher. »Unsere Kunden können sich dadurch auf Entwicklung, Marketing und Vertrieb konzentrieren.«
Für andere Auftraggeber lagert Group7 nicht nur die Produkte ein, sondern sorgt auch dafür, dass die Bestellungen ausgeliefert und Retouren wieder aufbereitet werden. Außerdem bietet das Unternehmen Supply-Chain-Beratung. »Das heißt, wir designen Warenströme entlang der Wertschöpfungsketten, indem wir Prozesse neu denken – und zwar für Kunden fast aller Branchen und Größenordnungen«, sagt Daniel Jocher.

Raum für eigene Projekte

Während sich die designierten Nachfolger in die einzelnen Bereiche einarbeiteten, verfolgten sie zusätzlich eigene Projekte: Julia Jocher gründete ein Innovationsteam, das sie seither leitet. Es analysiert unter anderem, welche Ideen und Konzepte von Start-ups für Group7 relevant sein können. Darüber hinaus modernisierte sie das Fachkräfte-Recruiting und baute in Zusammenarbeit mit der Marketingabteilung die Social-Media-Präsenz des Unternehmens aus.
Daniel Jocher ist für das Thema Nachwuchskräfte verantwortlich: Das Unternehmen bildet junge Menschen in sieben Ausbildungsberufen und drei Dualen Studiengängen aus. Durch aktives Recruiting konnten im letzten Ausbildungsjahr alle 32 Lehrstellen besetzt werden.
Darüber hinaus kümmert er sich um den Neubau des neuen Logistikzentrums, das mit 60.000 Quadratmetern Logistik- und 5.000 Quadratmetern Büroflächen weiteres Wachstum ermöglicht und die Vorgaben des Goldzertifikats der Deutschen Gesellschaft für nachhaltiges Bauen (DGNB) erfüllen soll. Nachhaltigkeit ist Daniel Jocher generell wichtig: »Da gibt es noch große Hebel in der Branche.«
Zu größeren und kleineren Konflikten zwischen den Generationen sei es bisher nicht gekommen, versichern alle drei. »Ich lasse der jungen Generation viele Freiheiten und hinterher diskutieren wir, was gut und was vielleicht nicht so gut gelaufen ist«, sagt Günther Jocher. Dass sie ein hohes Maß an Eigenverantwortung tragen und in viele Entscheidungen eingebunden werden, aber auch ihren eigenen Führungsstil entwickeln und eigene Projekte verfolgen können, betonen beide Kinder. »Das Vertrauensverhältnis ist einfach da«, sagt Julia Jocher.
Sämtliche Aktien der Group7 AG sind in Familienbesitz. Der Zehnjahresplan sieht vor, dass die Anteile nach dem endgültigen Ausscheiden ihres Vaters an Julia und Daniel Jocher übertragen werden. Für seine ältere Tochter, die in der Kunstberatung tätig ist, fand Günther Jocher bereits eine faire finanzielle Lösung.
Derzeit, quasi zur Halbzeit, sieht es also ganz so aus, als ob der Zehnjahresplan reibungslos umgesetzt würde. Eine Änderung gibt es allerdings: Günther Jocher wird sich in fünf Jahren wohl nicht in den Ruhestand verabschieden. »Die Zusammenarbeit mit meinen Kindern macht so viel Spaß, dass ich gern noch länger mit an Bord bleibe.«

www.group-7.de

„Gewerbebau vital. So bauen Unternehmen ihre Zukunft."

25. OKTOBER 2024

Design Offices, Nürnberg.
JETZT ANMELDEN!

FACHSEMINAR

GEWERBEBAU VITAL.

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

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

REGNAUER
Bauen für den Erfolg.

Profitieren vom Innovationsnetzwerk – Michael Hohenegger (l.), Manuel Kuder (M. vorn), Lukas Obkircher (hinten) und Niclas Lehnert (r.) vom Münchner Start-up BAVERTIS mit einem Test-Buggy für ihre optimierten Batterien

Foto: Universität der Bundeswehr München/Christian Siebold

*Kraft **der Ideen***

Mehr Zusammenarbeit, bessere Rahmenbedingungen – wie das MUNICH INNOVATION ECOSYSTEM Jungunternehmen und Mittelstand verbindet und den Standort sichert.

Von Eva Schröder

Lust, zu gestalten und ihre Technik aus der Forschung in Serie zu bringen, die hatten sie beim Münchner Start-up BAVERTIS von Anfang an. Doch das allein reicht nicht, hat Geschäftsführer Niclas Lehnert längst erkannt: »Komplementäre Partner zu finden, die nicht fürchten, dass du ihren internen Abteilungen Konkurrenz machst – das ist das Wichtigste«, sagt der 34-Jährige.

Er lehnt sich vor und berichtet im Co-Working-Space »Munich Urban Colab«, wie er und sein Schulfreund Manuel Kuder 2019 bei einem Bier die Idee zur Gründung der BAVERTIS GmbH hatten. Seit März 2022 arbeiten die beiden mit Michael Hohenegger, Lukas Obkircher und 15 Mitarbeitern daran, mit einem neuartigen Batteriemanagementsystem besonders langlebige und leistungsfähige Akkus für E-Mobile zu entwickeln (s. Kasten S. 24).

Je mehr Lehnert vom Gründeralltag erzählt, desto greifbarer werden die Herausforderungen. »Du kannst ein noch so guter Verkäufer sein – für ein Start-up reicht das nicht. Du brauchst einen Fürsprecher, der im Unternehmen für dich als neuen potenziellen Partner wirbt«, ist er überzeugt.

Damit umreißt der Betriebswirt nicht nur eine typische Hürde des Geschäftsstarts, sondern skizziert zugleich den Auftrag des MUNICH INNOVATION ECOSYSTEM. In Fortführung des 2015 gegründeten Netzwerks (s. Kasten S. 22) will die Initiative Start-ups und mittelständische Unternehmen rasch und effizient zusammenbringen, um laut Vertrag der Partner »eine der lebenswertesten Städte weltweit und ihre Umgebung weiterhin durch Innovation und technologische Spitzenleistungen an der Spitze zu halten«. Auch die IHK für München und Oberbayern ist unter den Partnern.

»Es gibt hier viele leistungsfähige Netzwerke. Die ECOSYSTEM-Initiative kann als eine Art gemeinsames Dach bewirken, dass die verschiedenen Akteure schneller voneinander erfahren, ihre Ziele abgleichen und im besten Fall passgenauer zusammen starten können. Weil sie gleich Zugang zu sämtlichen Unterstützern erhalten«, erklärt Christoph Angerbauer, IHK-Bereichsleiter für Innovation und Internationales, die Vorteile.

Dabei kann das Ökosystem auch an der Verbesserung der Rahmenbedingungen mitwirken. Ein wichtiger Punkt ist hier die Kapitalbeschaffung. Für die ersten Finanzierungsphasen ist Deutschland gut aufgestellt. »Doch es wird schwierig, wenn ein Start-up zum Scale-up wird, wächst und international expandiert«, sagt Bernhard Eichiner, IHK-Referatsleiter für Industrie, Innovation und Beratung.

Als Scale-ups gelten besonders wachstumsstarke Start-ups, die mit einem erprobten Geschäftsmodell in internationale Märkte expandieren und ihr Wachstum

Foto: MUNICH INNOVATION ECOSYSTEM

über Series-B-Runden finanzieren. In dieser Stufe fallen Deutschland und auch Bayern im Vergleich mit anderen internationalen Innovationsstandorten zurück. Deshalb fordert die IHK in einem neuen Positionspapier (s. S. 38) unter anderem einen Venture-Capital-Dachfonds unter Beteiligung institutioneller Investoren sowie steuerliche Verbesserungen für Risikokapital zusätzlich zum 2021 aufgelegten »Zukunftsfonds Deutschland«.

Hendrik Brandis, Co-Gründer und Partner der Münchner Earlybird VC Management GmbH & Co. KG, plädiert für eine staatliche Ausfallbürgschaft: »Der Staat nutzt seine Kreditwürdigkeit für zusätzliche Einnahmen, ohne eigene Gelder aufzubringen.« Das würde den Investoren eine attraktive Anlageklasse ohne Eigenkapitalunterlegung und der Wirtschaft »notwendige Investitionen in Wachstumsunternehmen« ermöglichen.

Bayerns Ministerpräsident Markus Söder (CSU) kündigte im Juni neue Programme der Landesförderbank LfA sowohl für den Mittelstand als auch für Neugründungen an. Ein »Super-Risikokapitalfonds« für Start-ups in der Wachstumsphase »als Signal, dass sie nicht auf internationale Geldgeber angewiesen sind, sondern hierbleiben und sich weiterentwickeln können«. Bayerns Wirtschaftsminister Hubert Aiwanger (FW) rechnet für sie mit Investitionen von sieben Milliarden Euro, die sich zusammen mit privaten Kapitalgebern so mobilisieren ließen.

»Genau das kann als Turbo wirken bei der Wachstumsfinanzierung«, sagt Helmut Schönenberger, Gründer und Geschäftsführer der UnternehmerTUM (UTUM) GmbH. Er brachte zu Beginn der 2000er-Jahre aus dem Silicon Valley die Idee mit, Forschungsergebnisse der Technischen Universität München konsequenter und rascher in Geschäftsideen und marktfähige Anwendungen »zu übersetzen«.

Manche nennen die Technische Universität München (TUM) gar das »bayerische MIT«, was als Referenz auf das weltbekannte, hochinnovative Massachusetts Institute of Technology gemünzt ist. Den Austausch zwischen Wissenschaft und Wirtschaft sowie den Transfer in Geschäftsideen unter UTUM-Ägide unterstützt seit Jahrzehnten finanziell stark die BMW-Großaktionärin Susanne Klatten.

Doch Vordenker Schönenberger betont: »Wir als UTUM haben auf die Idee kein Patent, sondern wünschen uns viele Geschwister.« So arbeiten für »die technologische Souveränität Europas« seit Mai 2023 außerdem

DIE ZIELE DES MUNICH INNOVATION ECOSYSTEM

2015 traten die drei Gründerzentren UnternehmerTUM GmbH (UTUM), Strascheg Center for Entrepreneurship GmbH (SCE) der Hochschule München und die German Entrepreneurship GmbH (GE, inzwischen Start 2 Group GmbH) in einer Initiative an, um München als Wirtschafts-, Wissenschafts- und Technologiestandort international zu positionieren. Heute sind unter dem Dach des MUNICH INNOVATION ECOSYSTEM rund 40 Partner vernetzt – Start-ups, Unternehmen verschiedener Größe und Ausrichtung, Wissenschaft, Hochschulen sowie der öffentliche Sektor in und um München. Sie wollen Innovationen für eine nachhaltige, belastbare und gerechtere Zukunft erreichen.

Die MUNICH INNOVATION ECOSYSTEM GmbH ist teils privat, teils öffentlich finanziert. Neben Mitteln und Leistungen der Partner, darunter die IHK, bietet die Initiative unter anderem Mitwirkungsmöglichkeiten bei der Innovationsagenda 2030 für München, Talentgewinnung für Unternehmen, Vernetzungsangebote und Workshops sowie eine digitale Plattform zum Wissensaustausch an.

www.munich-ecosystem.de

in der Initiative »Rise Europe« auch Start-up-Hubs aus 13 europäischen Ländern zusammen. Wichtig sei, Vertrauen untereinander aufzubauen, »damit sich Geschäftsmodelle entwickeln, die Wohlstand und Standort sichern«.

Das funktioniert in und um München schon ausnehmend gut. Man liefert sich mit Berlin ein stetiges Rennen um den Titel der deutschen Start-up-Hauptstadt. Die »Financial Times« wählte im Frühjahr 2024 unter 125 europäischen Inkubatoren die UnternehmerTUM an die Spitze als »Europe's Leading Start-Up Hub«.

Die jungen Unternehmen gedeihen in München unter anderem deshalb so gut, weil hier renommierte Forschungseinrichtungen sitzen, mit denen geschätzt rund 20 Prozent der Start-ups kooperieren und daher up to date sind. Hinzu kommt die starke Basis etablierter Unternehmen. Sechs der 40 DAX-Unternehmen haben ihren Hauptsitz hier, einige US-Konzerne ihre Europa-Zentralen – für Start-ups sind sie oft frühe Auftraggeber.

Alle Netzwerke zu nutzen und zu bespielen, bekannt zu werden, Mitarbeitende und Investierende zu finden – bei all dem hilft die ECOSYSTEM-Initiative. Jakob Biesterfeldt, Vertriebsexperte der navel robotics GmbH, findet zum Beispiel die kostenfreie rechtliche Starthilfe besonders wertvoll. Das Münchner Start-up, gegründet 2017, verbindet in seinem sozial agierenden Roboter mehrere Themenfelder mit KI (s. Kasten oben). »Dass wir Leute treffen können, die mitreden und damit abschätzen können, wo die Regulatorik wohl hingehen wird, etwa beim europäischen AI Act, ist sehr wichtig für unsere nächsten Schritte in der Produktentwicklung«, betont Biesterfeldt.

Die Ziele der Initiative sind ambitioniert. »Wir als MUNICH INNOVATION ECOSYSTEM fördern mit den Start-ups von heute den künftigen Mittelstand und sichern damit nachhaltig den Wohlstand«, sagt Co-Geschäftsführerin Frizzi Engler-Hamm. »Wir vernetzen Start-ups, Hochschulen, die Wirtschaft, die öffentliche Hand und viele weitere Akteure, getreu unserem Motto ›connecting the dots‹. Neugründungen sind essenziell für eine erfolgreiche und zukunftsfähige deutsche Wirtschaft.« Rund 1.500 Teilnehmende waren 2023 auf Events von Engler-Hamm und ihrem Team. Wie fähig die Münchner Szene in Sachen Scale-ups ist, zeigen die zahlreichen Einhörner, also Unternehmen mit einer Bewertung von mehr als einer Milliarde Euro. Dazu zählen zum Beispiel das auf Process Mining spezialisierte Softwareunternehmen Celonis SE, die Konux GmbH, die KI-Lösungen für den Schienenverkehr bietet, oder der Lufttaxi-Hersteller Lilium GmbH. Diese erwachsen gewordenen Start-ups sind eine weitere Stärke des Standorts. Sie unterstützen jüngere Unternehmer dabei, neue Ideen umzusetzen und Firmen aufzubauen.

So wie die Gründer der Flix SE, die 2012 startete und mit heute rund 5.500 Mitarbeitenden und zwei Milliarden Euro Umsatz 2023 ebenfalls zum Club der Einhörner gehört. Mit ihrem globalen Travel-Tech-Unternehmen haben André

navel robotics GmbH

KI-gestützter Gefährte auf zwei Rollen

»Eine höhere Technikakzeptanz in einer menschenzentrierten Branche, der Pflege«, das wünscht sich das vierköpfige Managementteam von navel robotics, sagt Jakob Biesterfeldt, zuständig für den Vertrieb. Claude Toussaint, Philipp Schwarz und Markus Petermann bauen aktuell etwa fünf Roboter im Monat. Der sprechende kleine Gefährte Navel (englisch für »Nabel«) unterhält sich mit Bewohnern in Pflegeheimen, deren Personal oft wenig Zeit hat. Schon heute verbindet der 72 Zentimeter große Roboter mehrere Innovationsfelder mit seinen sieben Mikros und einer Kamera in der Stirn: Durch sie kann er Gesichter erkennen und mit passender »Mimik« auf sein Gegenüber reagieren. Die Kulleraugen lassen ihn sympathisch wirken, was die Kinderstimme noch verstärkt. Das »Wissen« für seine Konversationsfähigkeit wird aus ChatGPT gespeist.

Navel habe ein Vielfaches an Rechenleistung im Vergleich zu Servicerobotern und soll demnächst das autonome Fahren lernen, also die Orientierung im Raum. Zudem feilt das Team an der Weiterentwicklung zum Serienprodukt und verfeinert die Software. Ausgezeichnet wurde die Firma kürzlich mit dem Digitalen Gesundheitspreis des Pharmakonzerns Novartis. »In fünf Jahren wollen wir etwa 10.000 Stück im Jahr verkaufen, auch an Verbraucher«, sagt Biesterfeldt. »Navel soll auch dabei helfen, ein bis zwei Jahre zu überbrücken, bis jemand ins Pflegeheim ziehen muss – und so lange für eine gute Zeit daheim sorgen.«

www.navelrobotics.com

Foto: IHK

Schätzt den Kontakt zu Experten, etwa der EU, den die ECOSYSTEM-Initiative vermittelt – Jakob Biesterfeldt mit Roboter Navel

BAVERTIS GmbH

Für optimierte E-Batterie-Lebenszeit

Das Prinzip ist einleuchtend: Je mehr Daten rund um ein »Batterieleben« vorhanden sind, desto besser lassen sich Auf- und Entladen steuern – was die »Lebensdauer« des Herzstücks von E-Mobilen massiv beeinflusst. Funktioniert das nicht mehr zuverlässig, »ist der wirtschaftliche Totalschaden nicht mehr weit«, wie Niclas Lehnert, Geschäftsführer der BAVERTIS GmbH es formuliert. Das Münchner Start-up will die Lebensdauer von Batterien massiv erhöhen, indem es für die gleichmäßige Alterung der Zellen sorgt, die jeweils Module bilden und zu einem Batteriepack werden. Dies ist auch wichtig für das bidirektionale Laden, bei dem etwa das Auto zum Energiespeicher wird.

Bei der BAVERTIS-Lösung wertet eine eigens programmierte KI den Batteriedatenfluss aus und nimmt Optimierungen automatisch vor. »Bei unserem finalen System wird sich viel um das Thema KI zur Datenauswertung drehen«, so Lehnert.

Das Potenzial hinter ihrer Idee überzeugte auch die Jury beim Pitchwettbewerb der ECOSYSTEM-Initiative im November 2023, was BAVERTIS den Sieg brachte. Der Preis half dem jungen Unternehmen, in der Öffentlichkeit wahrgenommen zu werden. Auch wegen solcher Routine bei Events überzeugten die Gründer in einem Onlinefachforum einen ersten Projektpartner. »Mit ihm haben wir den Schwenk von der reinen Entwicklung hin zu Vorarbeiten für eine industrielle Fertigung geschafft«, berichtet Lehnert. Nun arbeiten sie zusammen daran, eine Plattform für Batteriepacks zu entwickeln, die für mehrere Applikationen einsetzbar ist – und damit auch für mehrere Baureihen beziehungsweise Fahrzeuge.

www.bavertis.com

Foto: BAVERTIS

Auszeichnung brachte mehr Sichtbarkeit – Niclas Lehnert, Gründer des Start-ups BAVERTIS

Schwämmlein, Jochen Engert und Daniel Krauss den Markt für Bus- und inzwischen auch Bahnreisen aufgerollt. Im Juli verkauften sie 35 Prozent der Firmenanteile an zwei Großinvestoren für kolportierte 900 Millionen Euro.

»Weil wir in München groß geworden sind, fühlen wir uns als Teil dieses Ökosystems sehr wohl«, bekennt Krauss (40). »Wir möchten auch etwas zurückgeben, denn ich glaube stark an die Tragfähigkeit und Wirksamkeit solcher Netzwerke.« Daher haben die Flix-Gründer laut eigenen Angaben in mehrere junge Unternehmen investiert, darunter die Proxima Fusion GmbH. Sie will bis 2031 ein erstes Demonstrationskraftwerk in Deutschland bauen, um mittels Kernfusion klimafreundlich Energie zu gewinnen.

Krauss hebt die Vermittlerrolle der ECOSYSTEM-Initiative in der Start-up-Szene hervor: »Auch wenn wir gern im persönlichen Austausch weitergeben, was bei uns suboptimal gelaufen ist, damit andere sich hoffentlich eine Failure-Runde sparen«, sagt der Franke lachend, »kann eine solche Institution eine Art Coaching geben. Wenn Gründer dort gleich ›richtig verbunden‹ werden, ist das perfekt.«

Der Bezug zum Standort sei stark, betont auch Hanno Renner, Mitgründer und Chef der Personio SE: »Ist doch klar, dass wir als Teil der wachsenden Start-up-Szene hier unsere erwirtschafteten Erfolge, sprich Gewinne, auch in Europa wirken lassen wollen – und nicht nur wie aktuell US-amerikanische und kanadische Investoren beziehungsweise Pensionskassen im Hintergrund profitieren lassen wollen.« Nach eigenen Angaben hat Renner in rund 50 Start-ups investiert.

Etwa 12.000, meist mittelständische HR-Teams nutzen die Personalsoftware des 2015 gegründeten Unternehmens. Mit über 1.800 Mitarbeitenden an acht Standorten strebt Renner mittelfristig den Börsengang an. Dabei wünscht er sich, dass der Austausch zunimmt – mit anderen Start-ups, aber auch mit etablierten Unternehmen, so wie im Silicon Valley. »Damit sich das Rad weiterdreht, eine Art sich selbst verstärkende Wirkung im Ökosystem.«

Erste Anzeichen, dass dies gelingen könnte, sind erkennbar. »Es gibt einige Leute, die von Großkonzernen zu uns und anderen aufstrebenden Firmen wechseln«, sagt Renner. Im November 2022 war das etwa Maria Angelidou-Smith, die vom Facebook-Mutterkonzern Meta zu Personio kam als Chief Product & Technology Officer – ein Coup.

In den letzten zwei Jahren hat die ECOSYSTEM-Initiative bereits 82 KI-Start-ups jeweils mit bis zu 25.000 Euro gefördert – unter der Marke »AI+MUNICH«. Dieser Anschub wirkt. »90 Prozent der Firmen aus Robotics und KI-Software sind aktiv, haben 300 Arbeitsplätze geschaffen und insgesamt 36 Millionen Euro an Investments eingesammelt«, so Engler-Hamm. »Mit 40 KI-Expertinnen und Experten im Netzwerk und über 5.000 Community-Mitgliedern innerhalb des ECOSYSTEM kön-

nen wir, wenn wir die Kräfte bündeln, zu einem international ernst zu nehmenden KI-Hub werden.« Dafür sei ab 2025 ein deutschlandweites Angebot geplant für die Unterstützung von KI-Start-ups gemeinsam mit dem Partner K.I.E.Z. aus Berlin.

»Mit der Verbindung von Technologie und KI kann der Mittelstand zu neuer Stärke finden«, ist Christian Mohr überzeugt. »Hier können wir international Anwendungschampions werden!« Er ist nicht nur Geschäftsführer der UTUM GmbH, sondern brachte vor drei Jahren auch die Initiative FamilienUnternehmerTUM auf den Weg.

»Wir wollen eine Brücke ins bunte Ökosystem sein, das ich hier sehr offen und mit viel Willen zur Co-Creation erlebe«, so Mohr. »Wir bei UTUM matchen nicht nur, sondern klären zuvor, welchen Reifegrad an Produkt oder Dienstleistung ein etabliertes Unternehmen von einer Kooperation mit einem Start-up erwarten darf.«

Lukrativ sei das für beide Seiten. 650 Familienunternehmen im deutschsprachigen Raum zähle das FamilienUnternehmerTUM-Netzwerk, 75 Prozent davon seien aktiv, 150 in langfristigeren Projekten, etwa 300 »Clubmitglieder« als Mentoren und Coaches.

»Für solche kuratierten Zugänge zu Ideen zahlen größere Firmen Beiträge an UTUM, jährlich etwa fünf Millionen Euro. Weil sie den Mehrwert sehen«, sagt Mohr. Etwa dieselbe Summe komme an staatlicher Förderung dazu. Reifen die Ideen, stehe für verschiedene Finanzierungsrunden etwa der UTUM-nahe Risikokapitalfonds UVC Partners mit fast 300 Millionen US-Dollar Investitionsvolumen bereit.

Hört man sich im Ökosystem um, ist der Tenor: Das Interesse am Austausch sei entscheidend für den Einstieg. Zur Startenergie müsse dann Geduld hinzukommen, insbesondere für Abstimmungs- und Entscheidungsprozesse in den etablierten Unternehmen.

Seien spannende Ansatzpunkte mit Start-ups gefunden, müsse jemand aus der Firmenspitze voll hinter solchen Projekten stehen, sagt Experte Mohr. Das MUNICH INNOVATION ECOSYSTEM kann hier Mut machen, Kooperationschancen ausloten und Best Practices vorstellen.

»Ausprobieren, vielleicht hinfallen, aber jedes Mal wieder aufstehen«, sagt Christian Mohr zum Abschied, das zeichne Gründer aus. Und gilt eigentlich für alle Unternehmer. ●

campus
toelz

Mieteinheiten
200 - 2.000 m²
Bezug Q3/2025

Innovative Mietflächen für Unternehmen

- Flexible Mietoptionen für individuelle Bedürfnisse
- Moderne Office- und Hallenflächen
- Hochwertige Ausführung in KfW40 Bauweise mit zeitloser und prägender Architektur
- Zugang zu einem wertvollen Netzwerk aus Wissenschaft und Wirtschaft in Kooperation mit der Hochschule München
- Attraktiver Standort im bayerischen Oberland mit hoher Lebensqualität vor den Toren Münchens

Unsere Flächen sind ideal für Unternehmen mit starkem Technologiefokus und exzellenter F&E-Kompetenz.
Sie benötigen Flächen für z.B. Montage, Produktion, Simulation oder kooperative Projektarbeit?

Sprechen Sie mit uns über Ihre Vision und Anforderungen!

Tel.: 08024 9016607
office@campus-toelz.de

www.campus-toelz.de

Großer Andrang – zum Jahresempfang kamen rund 500 Besucher

Foto: Andreas Gebert

»Ein wunderbarer Abend«

Ein Event, das alle Erwartungen erfüllt – mit Besucherrekord, zufriedenen Gästen und einer starken Rede von Ex-Bundesaußenminister Sigmar Gabriel.

Von Martin Armbruster

Die Rahmenbedingungen waren schon einmal gut. Die Fußball-EM sorgte für ausgelassene Stimmung in der Stadt, der Auftritt von Ex-Bundesminister Sigmar Gabriel (SPD) ließ auf eine spannende Rede hoffen, das IHK-Organisationsteam meldete »ausverkauftes Haus« – sogar das Wetter spielte mit. An diesem 4. Juli hing endlich mal kein Gewitter am Münchner Abendhimmel. Alles war angerichtet für den IHK-Jahresempfang 2024.

Präsident Klaus Josef Lutz eröffnete den Abend vor 500 Teilnehmern. Besucherrekord. Besser geht es nicht. Das galt auch für Gabriels Rede. Er sprach als Vorsitzender des transatlantischen Netzwerks Atlantik-Brücke zum Thema »US-Wahl – was kommt auf uns zu?«. Für die Antwort spannte Gabriel inhaltlich einen großen Bogen – von den möglichen Folgen eines Trump-Bebens in den USA bis hin zu dem, was in Deutschland und Europa künftig besser laufen muss.

Gabriel bot Leidenschaft und klare Ansagen. Er beschrieb die Sorge vor Trump als Folge eigener Schwäche und empfahl, sich nicht so stark um die Frage zu kümmern, wer im Weißen Haus sitzt. Schon vor Trump habe sich die US-Politik gewandelt. »Europa und die transatlantischen Beziehungen sind im Weißen Haus nicht mehr so wichtig«, so Gabriel.
Die neue US-Regierung werde sich noch stärker auf China und den Indopazifik-Raum konzentrieren. Das bedeute

auch für die Sicherheitspolitik eine Zeitenwende. Die USA werden Europa nicht mehr uneingeschränkt schützen wollen oder können. »Über die Konsequenzen müssen wir offen reden«, so Gabriel. »Egal, wer Präsident wird: Wir müssen uns auf ein anderes Amerika einstellen.« Deutschland müsse mehr Mut und Risikofreude entwickeln. Es sei eine Schande, wie schlecht die deutsch-französische Achse funktioniere. Es gelte, mehr in die Sicherheit zu investieren: »Wir müssen Putins Russland stoppen.« Positives sah Gabriel jedoch auch. Es sei etwa richtig, dass die EU den Fokus vom Green Deal hin zu mehr Wettbewerbsfähigkeit verschiebe.

US-Generalkonsul Timothy Liston hörte aufmerksam zu. IHK-Präsident Lutz sagte, die IHK unterschreibe die Aussagen Gabriels. Lob von Gästen gab es postwendend auf LinkedIn. Reinhard Scheuermann nannte die Rede brillant. Thorsten Böhme meinte, Gabriel habe einen fantastischen Auftritt gehabt. Damit war die Basis geschaffen für viele informelle Gespräche und Diskussionen. Die Möglichkeit, Kontakte zu knüpfen oder zu vertiefen, ist schließlich das wichtigste Ziel des IHK-Events, das als Sommerfest der Wirtschaft Oberbayerns gilt.

Im Thiersch-Saal, im Seidl-Saal und rund um die Stehtische im Freien tummelte sich viel Prominenz in IHK-Stammhaus (s. S. 28). Dazu gehörten die Stellvertreterin des Ministerpräsidenten Ulrike Scharf (CSU), die grünen Spitzenpolitiker Katharina Schulze und Ludwig Hartmann, FDP-Landeschef Martin Hagen,

Hielt die Keynote – Sigmar Gabriel, Vorsitzender der Atlantik-Brücke, skizzierte Perspektiven nach der US-Wahl

Foto: Andreas Gebert

Handwerkspräsident Franz Xaver Peteranderl, Münchens Wirtschaftsreferent und OB-Kandidat Clemens Baumgärtner (CSU), Bayerns DEHOGA-Präsidentin Angela Inselkammer und Klaus Holetschek, Chef der CSU-Landtagsfraktion.

Der Jahresempfang war auch ein großer Abend für das IHK-Ehrenamt. Das Präsidium war vertreten mit Ingrid Obermeier-Osl, Dominik Biersack, Georg Dettendorfer, Karin Elsperger, Otto Heinz, Dagmar Schuller und Florian Schardt. Ehrenpräsident Eberhard Sasse war mit Tochter Laura gekommen, die Mitglied der Vollversammlung ist. Gute Präsenz zeigte auch der Ausschuss Unternehmerinnen unter anderem mit Irene Wagner, Sonja Ziegeltrum, Petra Göckel, Helen Brugger, Natascha Hoffner und Denise Schurzmann.

Denise Amrhein, Vorsitzende des Tourismusausschusses, lobte den guten Austausch mit den DEHOGA-Frauen Angela Inselkammer und Susanne Inge Doux. »Ein toller Empfang«, schrieb der Landtagsabgeordnete Sascha Schnürer (CSU) auf LinkedIn. Niels Jöhnk schwärmte von »wunderschönen Räumlichkeiten« und »großartigen Gästen«. Als Hotelchefin hat Denise Amrhein viele Veranstaltungen erlebt. Den Jahresempfang hielt sie für besonders gelungen. Auf Social Media schrieb sie: »Was für ein wunderbarer Abend.«

Shutterstock/© Chokniti-Studio

PROJEKTBAU

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**

Impressionen vom Fest

Rund 500 Gäste aus Wirtschaft, Politik und Gesellschaft trafen sich beim Jahresempfang im Stammhaus der IHK in München.

Foto: Andreas Gebert

Prominenter Gastredner – Ex-Bundesminister Sigmar Gabriel (M.) mit IHK-Präsident Klaus Josef Lutz (l.) und IHK-Hauptgeschäftsführer Manfred Gößl

Foto: Andreas Gebert

Ins Gespräch vertieft – Ulrike Scharf, Ministerin für Familie, Arbeit und Soziales und Stellvertreterin des Bayerischen Ministerpräsidenten

Foto: Andreas Gebert

Bester Stimmung – IHK-Vizepräsident Otto Heinz (l.)

Foto: Andreas Gebert

Netzwerken im Garten – die Gäste genossen die entspannte Atmosphäre

Foto: Andreas Gebert

Gut gelaunt – Münchens Referent für Arbeit und Wirtschaft, Clemens Baumgärtner (M.)

Foto: Andreas Gebert

Im Austausch – Ludwig Hartmann (l.), Fraktionschef der bayerischen Grünen im Landtag

Foto: Andreas Gebert

Fesselnde Keynote – im Publikum Martin Hagen (l.), Vorsitzender der Bayern-FDP

Foto: Andreas Gebert

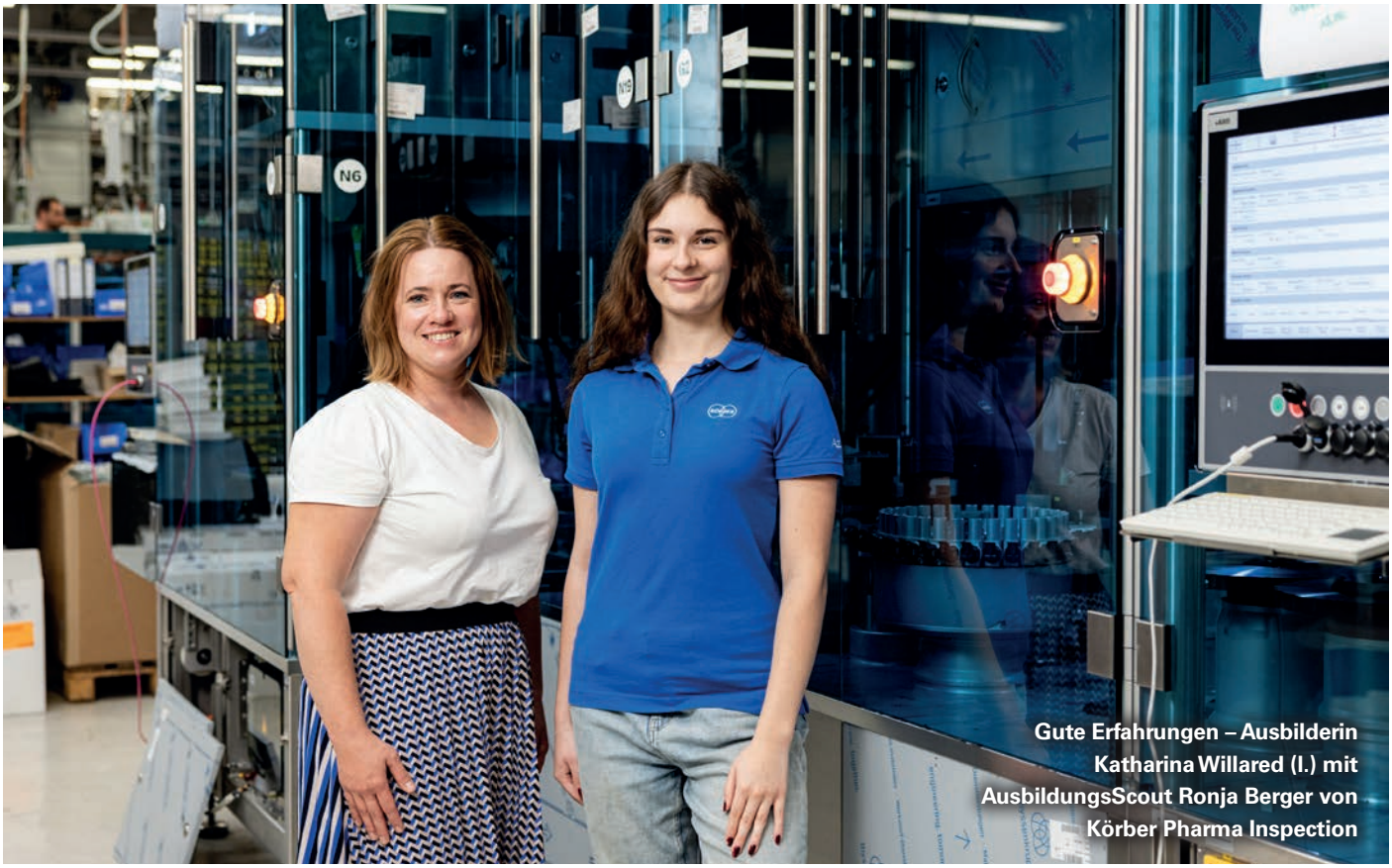
Unter den Gästen – Franz Xaver Peteranderl (M.), Präsident der Handwerkskammer für München und Oberbayern

Foto: Andreas Gebert

Beschwingte Atmosphäre – die »Soul Jazzband» unterhielt die Besucher mit Livemusik

Foto: Andreas Gebert

Interessierter Gesprächspartner – Klaus Holetschek (r.), Chef der CSU-Landtagsfraktion



Gute Erfahrungen – Ausbilderin Katharina Willared (l.) mit AusbildungsScout Ronja Berger von Körber Pharma Inspection

Foto: Thorsten Jochim

Berufsorientierung, *ganz praxisnah*

Die IHK AusbildungsScouts wollen die berufliche Orientierung von Schülern verbessern. Wegen des großen Erfolgs geht das Projekt in die vierte Runde – mit einigen Neuerungen.

Von Sabine Hölper

Ronja Berger hat das zweite Ausbildungsjahr zur Technischen Produktdesignerin soeben hinter sich. In den vergangenen zwei Jahren hat die 18-Jährige eine Menge gelernt – unter anderem wie man vor Schulklassen Vorträge über den eigenen Beruf und sein Unternehmen hält. Schon rund 15-mal war sie in einer Schule im Umkreis ihres Arbeitgebers Körber Pharma Inspection GmbH mit Sitz in Markt Schwaben im Einsatz.

Die junge Frau ist eine von bayernweit fast 6.000 IHK AusbildungsScouts, die seit Projektbeginn 2015 Schulklassen der Vorabgangsjahrgänge an allgemeinbildenden Schulen besucht haben. Nicht nur sie und ihre Ausbilderin Katharina Willared (39) bei Körber in der Konstruktion sind begeistert von dem Projekt. Die AusbildungsScouts kommen auch bei den Schülern – und den Lehrern – gut an, weil sie sehr anschaulich und praxisnah von Beruf und Arbeitsleben berichten können.

Wegen des großen Erfolgs wurde das Projekt gerade um weitere drei Jahre bis 2027 verlängert. Die bayerischen IHKs (BIHK), darunter auch die IHK für München und Oberbayern, tragen mit drei Millionen Euro rund 60 Prozent der Kosten. Das Bayerische Wirtschaftsministerium fördert das Projekt mit zwei Millionen Euro.

»Die Schülerinnen und Schüler sind unsere zukünftigen Fachkräfte. Mit den Besuchen der AusbildungsScouts in den

Klassenzimmern kommt die Praxis in die Berufsorientierung«, sagt BIHK-Chef Manfred Gößl. »Die Scouts geben Einblicke in die vielfältige Berufswelt im IHK-Bereich.« Für Bayerns Wirtschaftsstaatssekretär Tobias Gotthardt (FW) sind die AusbildungsScouts »ein Leuchtturmprojekt bei der Gewinnung von Arbeitskräften und gerade vor dem Hintergrund der vielen unbesetzten Lehrstellen ein ganz großer Trumpf«.

In der Tat ist die Zahl der neu abgeschlossenen Ausbildungsverträge in Industrie, Handel und Dienstleistungen 2023 gegenüber dem Vorjahr deutlich um 5,2 Prozent gestiegen. Daran haben auch die AusbildungsScouts ihren Anteil. Der Bedarf an Nachwuchskräften ist jedoch weiterhin sehr groß. Fast 12.000 Lehrstellen in Bayern blieben zuletzt unbesetzt. »Eine Umfrage im vergangenen Jahr hat klar gezeigt, dass die Unternehmen mehr Unterstützung brauchen«, sagt Barbara Winbeck, Referatsleiterin BIHK Berufliche Bildung. »Sie haben den Wunsch nach mehr AusbildungsScouts geäußert.«

Diesem Wunsch kommt die neue Runde nach. So steht jetzt mehr Personal zur Verfügung, etwa um eine größere Anzahl von angehenden AusbildungsScouts auf ihren Einsatz in den Schulen vorbereiten und mehr Klassenbesuche durchführen zu können. Laut BIHK-Expertin Winbeck wird aber vor allem qualitativ aufgestockt. So entwickelt ihr Team neue Materialien, die auf die Generation Alpha der ab 2010 Geborenen zugeschnitten sind. Das ist die Generation, die von (Klein-)Kindesbeinen an mit dem Smartphone vertraut ist. Entsprechend sollen beispielsweise mehr Inhalte über Kurzvideos vermittelt werden.

Außerdem werden die Besuche der Azubis in den Schulklassen interaktiver, mit Workshops oder lockeren Interviews zwischen den AusbildungsScouts. Denn in der Regel besuchen zwei, manchmal sogar mehr Scouts eine Klasse gemeinsam, sodass unterschiedliche Berufe und damit auch unterschiedliche Interessen der Schüler abgedeckt werden.

Eine weitere Neuerung ist die verstärkte Fokussierung auf die Eltern. Sie spielen bei der Berufsorientierung von jüngeren Schülern eine entscheidende Rolle. Bereits seit 2018 berichten daher ehemalige Azubis, die IHK KarriereScouts, auf Elternabenden über den hohen Wert der beruflichen Ausbildung. Jetzt bringt das Projekt verstärkt Ausbilder und Eltern zusammen.

»Viele Eltern haben Vorstellungen von der Ausbildung, die nicht unbedingt mit der Realität übereinstimmen«, erklärt BIHK-Expertin Winbeck. »Einige denken, ihr Kind müsse Hilfsarbeiten erledigen.« Mit diesen Vorurteilen wolle man aufräumen und stattdessen zeigen, wie modern eine Ausbildung heute ist, wie Auszubildende fachlich und in ihrer Entwicklung gefördert werden und welche Rolle die Ausbilder haben. Winbeck: »In der Regel kümmert sich ein Ausbilder um maximal drei Jugendliche. Im Gegensatz dazu steht im Hörsaal ein Professor vor bis zu 500 Studierenden.«

Auch Lehrer, die in der Regel selbst nie eine Duale Ausbildung absolviert haben, will das Projekt AusbildungsScouts noch stärker ansprechen. Vor allem jene Lehrkräfte, die in den Klassen zu den Themen Berufsorientierung und Berufswahl unterrichten, sollen laut Winbeck mit mehr Informationen ausgestattet werden. »Außerdem gehen wir stärker in den Austausch mit ihnen«, sagt die BIHK-Expertin. All diese Maßnahmen dienen dazu, das Image der beruflichen Ausbildung weiter zu verbessern. Das ist angesichts des wachsenden Fachkräftemangels wichtig.

Körber-Ausbilderin Willared begrüßt das. »Aus den Einsätzen ergeben sich möglicherweise Praktika in unserem Unternehmen«, sagt sie. Aber auch die AusbildungsScouts würden profitieren. »In der Abschlussprüfung müssen sie einen Vortrag halten. Das gelingt den Scouts durch die Übung besser.« ●

Mehr Infos zu den IHK AusbildungsScouts und den IHK KarriereScouts gibt es unter: **ausbildungsscouts.bihk.de**

IHK-Ansprechpartnerin zu IHK AusbildungsScouts
Barbara Winbeck, Tel. 089 5116-2015
winbeck@muenchen.ihk.de

IHK AUSBILDUNGSSCOUTS

- Unternehmen, die bisher teilgenommen haben: ca. 1.600
- Schulen, die sich beteiligt haben: ca. 950
- Derzeit aktive AusbildungsScouts: 1.140
- AusbildungsScouts insgesamt: 5.937
- Derzeit aktive KarriereScouts: 82
- KarriereScouts seit Start 2018: 120
- Durchgeführte Vorbereitungsseminare für neue Scouts: 699
- Besuchte Schulklassen: 8.478
- Dort erreichte Schüler: 197.907

bayernweit seit 2015; Stand: Juni 2024

Unternehmen, die sich erstmals im Projekt engagieren oder neue AusbildungsScouts anmelden wollen, können sich gern direkt an ihre regionale Ansprechperson wenden. Kontaktdaten unter: **ausbildungsscouts.bihk.de/kontakt**

Riesen-Wiesn – *auch ökonomisch*

Das Münchner Oktoberfest ist nicht nur das größte Volksfest der Welt, sondern auch ein gewichtiger wirtschaftlicher Faktor – für die Stadt und die Region Oberbayern.

Von Uli Dönch

Millionen Menschen freuen sich auf den 21. September 2024: Dann startet das 189. Oktoberfest. Doch nicht nur die Besucher aus aller Welt zählen die Tage. Auch die Stadt München, die Hoteliers, die Festwirte und die Betreiber der Fahrgeschäfte oder Schmankerl-Stände bereiten sich intensiv vor – und kalkulieren vielleicht schon vorsichtig ihre Wiesn-Einnahmen.

Denn der wirtschaftliche Wert des Oktoberfests beträgt nach Berechnungen der Stadt München stolze 1,25 Milliarden Euro. Allein Hotels und Pensionen setzen während der mehr als zwei Wochen rund 513 Millionen Euro um: Zwei von drei auswärtigen Gästen übernachten zum Oktoberfest in München – im Schnitt für zwei oder drei

Geselligkeit und Tradition – die Wiesn ist weltweit berühmt

Foto: Rawf8/Adobe Stock

GROSSE ANZIEHUNGSKRAFT

Gäste auf dem Oktoberfest in Millionen

Rekord – 7,2 Millionen Menschen besuchten im Vorjahr die Wiesn

Quelle: Landeshauptstadt München

Quelle: Landeshauptstadt München; Foto: eyetronic/Adobe Stock

74.418

Hektoliter Bier tranken die Besucher des Oktoberfests 2023

Nächte. Auf dem Festgelände selbst geben die Besucher etwa 450 Millionen Euro aus, das sind etwa 70 Euro pro Wiesn-Besuch. Hinzu kommen knapp 290 Millionen Euro für Taxifahrten, Bahnen und Busse, Verpflegung und Einkäufe. Bereits seit 1985 wirbt München nicht mehr für die größte Attraktion der Stadt. Warum? Weil 91 Prozent der weltweit Befragten den Begriff »Oktoberfest« schon kennen.

Aber nicht nur München profitiert von der Strahlkraft der Wiesn. Das größte Volksfest der Welt lohnt sich auch für Oberbayern. Nach einer Untersuchung des Kreditkartenanbieters Mastercard stiegen 2023 während des Oktoberfests die Umsätze in der gesamten Großregion spürbar: Hotels, Pensionen, Gaststätten und Einzelhandel in Oberbayern nahmen im Vergleich zum Vorjahr 6,9 Prozent mehr ein.

Die Besucher gaben ihr Geld aber nicht nur für Übernachtungen und Verpflegung aus, sondern auch für Schmuck und Accessoires (plus 8,0 Prozent). Natalia Lechmanova vom Mastercard Economics Institute: »Unsere Ergebnisse zeigen, dass das lebendige Oktoberfest eine wichtige Rolle für die regionale Wirtschaft in Oberbayern spielt.«

Vom Oktoberfest profitiert sogar der bundesweite Lebensmitteleinzelhandel, wenn er sein Standardangebot um klassische bayerische Spezialitäten erweitert. Besonders gefragt sind bayerisches Bier, Brezen, Weißwurst, Leberkäse, süßer Senf, Meerrettich und regionale Käsesorten. Nach dem Motto: Wer nicht zum Oktoberfest fahren kann, möchte wenigstens zu Hause das bayerische Lebensgefühl genießen.

Mittlerweile gibt es mehr als 2.000 »Oktoberfeste« in aller Welt. Die beiden größten Veranstaltungen nach Wiesn-Vorbild zählen jeweils rund eine Million Besucher. Sie werden in der brasilianischen Großstadt Blumenau und in dem kanadischen Ort Kitchener gefeiert – der heimlichen Hauptstadt der Deutschen im Land.

Doch keines dieser »Oktoberfeste« ist so beliebt wie das Original: Auf die Rekord-Wiesn 2023 (s. Grafik oben) kamen 7,2 Millionen Menschen. ●

WERBEN MIT DEM OKTOBERFEST

Die weltweit bekannte Wiesn ist auch für Marketing und Werbung interessant. Zahlreiche Begriffe rund um das Großereignis wie etwa »Wiesnbier« oder »Oktoberfest-Bier« sind jedoch beim Deutschen Patent- und Markenamt als Marke geschützt.

Ohne Erlaubnis des Markeninhabers, also ohne eine Lizenz, sollten Unternehmen diese Begriffe nicht verwenden. Auch die Landeshauptstadt München hat einige Begriffe wie »Oktoberfest« und »Wiesn« schützen lassen.

Weitere Informationen zu Werbemöglichkeiten rund ums Oktoberfest gibt es auf der IHK-Website unter:
www.ihk-muenchen.de/wiesn

»Profitabel genug«

Der Outdoorausrüster Patagonia wirtschaftet, um den Planeten zu retten. Was das praktisch bedeutet, erklärt Michael Austermühle, Regional Manager des US-Unternehmens.

Von Gabriele Lüke

Herr Austermühle, dass Unternehmen sich über ihr eigentliches Geschäft hinaus zu Klimaschutz oder Weltoffenheit bekennen, ist keine Seltenheit. Patagonia geht jedoch deutlich weiter und versteht sich ausdrücklich als Umwelt- und Klimaaktivist.

Richtig. »Wir sind im Geschäft, um unseren Heimatplaneten zu retten.« So lautet unsere Überzeugung, unser Anspruch und bereits seit 2018 auch unser Leitbild. Und diese Mission setzen wir nicht nur um, indem wir unseren unternehmenseigenen CO_2-Fußabdruck reduzieren.

Wir äußern uns politisch, nehmen mit Mitarbeitenden an Klimaschutzdemonstrationen teil, investieren weltweit in Umwelt- und Klimaschutzkampagnen, unterstützen Umweltinitiativen und ihre Projekte. Aktuell helfen wir isländischen Aktivisten bei ihrem Kampf für ein Verbot von Aquakultur und wirken an einer Petition für das Verbot von Grundschleppnetzfischerei in küstennahen Gebieten mit.

Foto: Julian Rohn

Wie kam es dazu?

Unser Gründer Yvon Chouinard ist Bergsportler, Surfer, Fliegenfischer, er hat eine starke Affinität zur Natur. Er will sie erhalten, nicht durch Produktion zerstören. Yvon hat schon immer über den Tellerrand geschaut, wollte aufklären und mitreißen, versteht sich selbst mehr als Aktivist denn als Unternehmer. Protest ist ihm wichtig.

Schon in unserem ursprünglichen Leitbild verpflichtete er Patagonia nicht nur auf beste Produkte, sondern auch darauf, der Umwelt nicht unnötig zu schaden und andere Unternehmen zu inspirieren. Entsprechend unterstützen wir schon seit langer Zeit Umweltinitiativen oder gründen sie mit, wie etwa »One Percent for the Planet«.

Seit 2022 setzt Patagonia alle Gewinne, die nicht für Investitionen und Rücklagen gebraucht werden, für Artenvielfalt, Umwelt- und Klimaschutz ein. Ein radikaler Ansatz.

Ja, das war für Yvon die folgerichtige Konsequenz aus der wachsenden Umweltkrise. Zugleich gab es einen praktischen Anlass. Unser Gründer ist inzwischen Mitte 80, er wollte die Zukunft von Patagonia sichern. 2022 übertrug er das Unternehmen an die beiden eigens gegründeten gemeinnützigen Stiftungen Patagonia Purpose Trust und Holdfast Collective. In der Satzung legte Yvon fest, dass die Gewinne in die Rettung des Planeten fließen.

Wie beeinflusst ein solcher Anspruch die Art zu wirtschaften?

Er ändert nichts und doch alles. Natürlich müssen wir, um unseren Anspruch überhaupt erfüllen zu können, Geld verdienen, uns also mit Kosten, Märkten und Wettbewerbern beschäftigen. Aber wir müssen uns auch mehr als andere infra-

ge stellen: was wir im Sinne der Umwelt besser machen, was wir lassen, wo wir mehr Verantwortung übernehmen müssen. Wir hinterlassen als produzierendes Unternehmen zunächst immer einen CO_2-Fußabdruck.

Was heißt das konkret für das Unternehmen? Nehmen Sie zum Beispiel nicht nachhaltige Produkte aus dem Sortiment?
Genau. Wir haben vor einigen Jahren die Produktion eines Bestsellers – einer Regenjacke – eingestellt, weil sie zu schnell kaputtging und auf dem Müll landete. Inzwischen haben wir einen haltbareren, wenn auch teureren Ersatz. Wir haben auch die Kooperation mit einer Merinoschaffarm aus Tierschutzgründen auf Eis gelegt. Erst drei Jahre später, als das Tierwohl gesichert war, gab es wieder Merinoprodukte. Zudem setzen wir immer mehr auf die Reparierbarkeit unserer Produkte.

Damit büßen Sie Umsätze ein?
Bei der Regenjacke sind uns mehrere Jahre lang Umsätze verloren gegangen. Und sicherlich gewinnen wir mit unserem Aktionismus nicht nur Kunden, sondern vergraulen auch manche. Aber für unsere Mission nehmen wir das in Kauf.

Wie halten Sie es mit dem Wachstum?
Der Aktivismus und konsequentes verantwortungsvolles Handeln sind uns tatsächlich wichtiger als Wachstum. Wachstum stößt immer auch an Umweltgrenzen. Wir könnten wachsen, es gäbe im herkömmlichen Sinne genug Potenzial. Aber wir müssen es nicht. Um unseren Anspruch zu erfüllen, sind wir profitabel genug.

Welche Ziele strebt Patagonia betriebsintern im Sinne der Nachhaltigkeit – Sie selbst sprechen von verantwortungsvollem Handeln – aktuell an?
Den CO_2-Fußabdruck reduzieren wir nach den Vorgaben der Science Based Targets Initiative SBTi. Bis 2040 wollen wir über alle Ebenen der Wertschöpfungskette das Netto-Null-Ziel erreicht haben. Ebenfalls sollen ab 2025 alle Verpackungen kompostierbar und alle Zulieferer Fairtrade-zertifiziert sein. Derzeit sind 87 Prozent zertifiziert.

Wie setzen Sie Ihre wirtschaftlichen Ziele auf der einen und den Umweltaktivismus auf der anderen Seite organisatorisch um?
Wir haben ein Marketing Board und ein Environmental Board als oberste Gremien. Sie sind gleichberechtigt und handeln Sortiment, Forschung und Entwicklung, Investitionen, Kampagnen, Mitarbeitendenwohl miteinander aus. Zugleich haben wir Beschäftigte, die mitziehen und Eigeninitiative entwickeln.

Stehen Sie mit solchen Ansprüchen weit mehr als andere Unternehmen unter öffentlicher Beobachtung?
Oh ja. Den einen gehen wir nicht weit genug, den anderen zu weit. Wir erfahren einerseits immer wieder Kritik, gewinnen andererseits aber auch an Wertschätzung.

Die Welt retten geht gemeinsam besser. Sie erwähnten die Kooperation mit Umweltinitiativen.
Wir arbeiten sehr eng mit NGOs zusammen. Sie können sich um finanzielle Unterstützung bei uns bewerben. Wir haben in den vergangenen 15 Monaten in Deutschland und Österreich 57 Gruppen gefördert – vom Wildwasserfluss Vjosa in Albanien bis zur Bürgerenergie im Schwarzwald. Aber auch wenn einer NGO Ungereimtheiten auffallen, prüfen wir das und gehen es an. Etwa wenn Näherinnen und Näher bei einem Zulieferer nicht nach Fairtrade-Löhnen bezahlt werden. Wir sprechen zudem andere Unternehmen an, sich uns etwa im Bereich von Fairtrade anzuschließen. Oder Ideen von uns zu übernehmen. So haben wir zusammen mit unserem Partner Yulex einen neuen Surf-Wetsuit entwickelt, der mit Naturkautschuk, also nicht auf Ölbasis, hergestellt wird. Darauf haben wir extra kein Patent angemeldet, damit jeder die Formel nutzen, seine Produktion umstellen, sogar bei uns mitproduzieren kann. Das haben einige Wettbewerber auch gemacht. So können wir die Branche durch unsere Initiativen beeinflussen – zusammen mit anderen umso mehr.

Sollten andere Unternehmen Ihrem Beispiel folgen?
Sicherlich lässt sich unser Ansatz nicht auf jedes Unternehmen übertragen. Wir können aber aus unserer Erfahrung sagen, dass unkonventionelle Ansätze den Erfolg eines Unternehmens nicht unbedingt schmälern. Firmen können sich trauen, politisch zu sein. Wir haben uns für diesen Weg entschieden. Für uns ist er richtig – und für die Umwelt richtig gut. ●

ZUR PERSON

Michael Austermühle studierte an der Universität Bayreuth Sportökonomie. Seit Juni 2015 ist er Regional Manager Central Europe beim US-Outdoorausrüster Patagonia. Er verantwortet in dieser Funktion das Wholesale-Geschäft der Region und treibt die Handels- und E-Commerce-Strategie des Unternehmens voran.

IHK-VERANSTALTUNGSTIPP

12. Bayerischer CSR-Tag

Mehr Nachhaltigkeit, weniger Klimawandel – das ist die zentrale Herausforderung unserer Zeit. Auf dem 12. Bayerischen CSR-Tag zeigen Unternehmen und Experten, wie sich Nachhaltigkeit und wirtschaftlicher Erfolg verbinden lassen. Die Keynote hält Patagonia-Chef Michael Austermühle.

Termin: 19. September 2024, 14–18 Uhr
Ort: IHK für München und Oberbayern, Max-Joseph-Straße 2, 80333 München

Mehr Infos zum Programm und Anmeldung: **www.events.ihk-muenchen.de/bihk/csr-tag**

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

Stellte sich den Fragen der Unternehmer – Ministerin Ulrike Scharf mit IHK-Präsident Klaus Josef Lutz (l.) und IHK-Hauptgeschäftsführer Manfred Gößl

Foto: Andreas Gebert

Nah dran an den Firmen

Das Plenum diskutiert mit der Bayerischen Staatsministerin für Familie, Arbeit und Soziales, Ulrike Scharf, über den Arbeitskräftemangel im Freistaat.

Von Martin Armbruster

Mit dem Arbeitskräftemangel stand ein Top-Risiko der bayerischen Wirtschaft im Brennpunkt der IHK-Vollversammlung Ende Juni. Traditionsgemäß tagte das Plenum in der IHK Akademie Westerham. Bayerns Arbeits- und Sozialministerin Ulrike Scharf (CSU) nahm erstmals an einer Plenumssitzung teil, um mit den Unternehmerinnen und Unternehmern über Lösungen zu diskutieren.

Und Lösungen werden schnell gebraucht. Ministerin Scharf und IHK-Hauptgeschäftsführer Manfred Gößl zitierten aus dem neuen IHK Arbeitsmarktradar Bayern, den das Kölner Institut der deutschen Wirtschaft (IW) für die bayerischen IHKs erstellt hat. Demnach wird die Arbeitskräftelücke im Freistaat von aktuell 151.000 Stellen bis zum Jahr 2027 um 17 Prozent wachsen. Die Arbeitskräftelücke gibt an, wie viele offene Stellen bleiben, wenn man alle passend qualifizierten Arbeitslosen abzieht. 2027 werden dies laut Arbeitsmarktradar 176.000 sein, obwohl die Studienautoren bereits eine hohe Zuwanderung von Arbeitskräften und eine generell steigende Erwerbsbeteiligung eingerechnet haben. Der volkswirtschaftliche Schaden durch die Arbeitskräftelücke beliefe sich 2027 für Bayern auf gut 18 Milliarden Euro. Ein drohendes Desaster, weil es eben nicht nur an IT-Profis fehlt.

Die IW-Studie bestätigt, was Wirte längst wissen: Auch für einfache Tätigkeiten sind keine Leute mehr zu finden. Gößl betonte, in absoluten Zahlen sei Verkäufer/-in der Top-Mangelberuf in Oberbayern: Mehr als 8.000 Fachkräfte im Verkauf werden 2027 fehlen, gefolgt von rund 5.000 Spezialisten in Kitas und Kindergärten.

Scharf kritisierte, der Bundesregierung sei dazu bislang nichts eingefallen. Im Gegenteil: Bundesarbeitsminister Hubertus Heil (SPD) halte an dem gut 30 Jahre alten Arbeitszeitgesetz fest, das der digitalisierten Berufswelt widerspreche. Was die Firmen stattdessen bekommen hätten, sei Bürokratie: die Pflicht auch für Kleinbetriebe, die Arbeitszeit der Mitarbeitenden zu erfassen.

Scharf sagte weiter, das Bürgergeld wirke in seiner aktuellen Form beschäftigungsfeindlich. Damit werde Nichtstun subventioniert. Entscheidend sei, dass Miete und Energiekosten vom Staat übernommen würden. Man müsse folglich dafür sorgen, dass Bürgergeld-Empfänger binnen sechs Monaten in billigere Wohnungen umzögen.

Was gegen den Arbeitskräftemangel helfen würde, zeigen Modellrechnungen, die das Wirtschaftsforschungsinstitut ifo für die IHK erstellt hat. Das Spannende daran

sei, so Gößl, dass das ifo Institut die Wirkung jeder Maßnahme in Vollzeitstellen umgerechnet habe. Jede Maßnahme sei wirksam, zusammen könnte in Bayern ein Beschäftigungseffekt von rechnerisch weit über 100.000 Vollzeitstellen erzielt werden – durch eine Reform des Ehegattensplittings, die Abschaffung der beitragsfreien Mitversicherung in der gesetzlichen Kranken- und Pflegeversicherung, die Erhöhung der Betreuungsplätze für Kinder und durch Rentenreformen.

Gößl führte weiter aus, dass die hohen Fehlzeiten während der Coronapandemie in Deutschland, anders als in anderen Ländern, nicht zurückgegangen seien. Würde der überhöhte Krankenstand der vergangenen beiden Jahre zur neuen Normalität werden, stünde rechnerisch die Arbeitskraft von rund 350.000 Beschäftigten in Deutschland, davon etwa 60.000 in Bayern, weniger zur Verfügung.

IHK-Präsident Klaus Josef Lutz erklärte, das Gespräch mit der Ministerin solle Mut machen, Dinge anzupacken, die seit Jahren fällig seien. Scharf versicherte, die Staatsregierung werde ihren Teil beitragen. Vor allem da, wo Bayern Nachholbedarf habe. Laut Bertelsmann Stiftung fehlen im Freistaat 70.000 Kita-Plätze. Das soll drastisch besser werden. Scharf berichtete über das von ihr initiierte Quereinsteigerprogramm, mit dem 6.700 Personen für die Arbeit in der Kita qualifiziert worden sind. Bis 2027 sollen die knapp 19.000 offenen Stellen in den Kitas besetzt sein.

Noch macht schlechtes Teamwork vieles schwierig. Vollversammlungsmitglied Sven Keussen klagte etwa über die langwierige Genehmigung einer Betriebs-Kita. Verantwortlich sei laut Scharf das Landratsamt München. Dort seien die Mitarbeiter sehr penibel. Bayern will über eine »Fast Lane« Pflegekräfte aus Drittstaaten anwerben. Daran arbeitet auch der Bund. Deutschland hat das allerdings 2023 insgesamt nur rund 600 neue Pfleger gebracht. Ein Grund sei, wie Scharf erklärte, dass die deutschen Botschaften mit der Visavergabe nicht hinterherkämen.

Nach Scharfs Vortrag gab es viele Wortmeldungen aus dem Plenum. Ingo Schwarz äußerte den Wunsch, die Politik solle erst die Unternehmen fragen, bevor sie etwas entscheide. Heidrun Hausen meinte, man müsse beim Rentenalter differenzieren: Für körperlich arbeitende Menschen sei die Rente mit 69 nicht denkbar. Katharina König sagte, für berufstätige Mütter sei in der Coronazeit eine weitere Belastung entstanden. Als Spätfolge des Lockdowns würden in Kliniken viele Kinder mit Depressionen behandelt. Und Gerhard Müller wies darauf hin, wie viel Zeit und Energie die Pflege der eigenen Eltern binde.

Scharf musste auch Kritik einstecken. Irene Wagner forderte, die CSU müsse ihr verstaubtes Familien- und Rollenbild korrigieren. »Wir haben schon vor 20 Jahren die Abschaffung des Ehegattensplittings gefordert. Dann hieß es immer: ihr Emanzen«, kritisierte Wagner.

Denise Amrhein und Sonja Ziegltrum erklärten, für Mütter in Teilzeit gebe es finanziell null Anreiz, Stunden aufzustocken. Die Steuerklasse 5 schrecke ab. Ein Minijob sei attraktiver.

Michael Zink sprach mit dem Ladenschluss einen weiteren wunden Punkt an. Bayern ist das einzige Bundesland, in dem noch die alte Bundesregelung gilt. Die Staatsregierung arbeitet derzeit an einem eigenen Gesetz. Der IHK-Handelsausschuss hat sich dazu klar positioniert und fordert, an Werktagen die Öffnungszeiten freizugeben. An die Umsetzung glaubt nicht einmal die Branche selbst, weil das Personal fehlt. Daher wünschte sich Zink als Erleichterung künftig mehr als eine Shopping-Nacht pro Jahr und Stadt.

Scharf sagte für viele Bereiche Entgegenkommen zu. Man müsse bei der Pflege Angehöriger zu Lösungen kommen. Beim Ehegattensplitting, das sie selbst stets verteidigt hatte, deutete sie eine Kurskorrektur an. Scharf sagte, das Modell müsse man zum Familiensplitting weiterentwickeln. Für München konnte sie sich künftig bis zu sechs Shopping-Nächte pro Jahr vorstellen.

Die Berichte aus der Region boten ein gemischtes Bild. Andreas Bensegger meldete aus Rosenheim eine Rekordbeteiligung von Ausstellern und Besuchern bei der Ausbildungsmesse IHKjobfit!. Otto Heinz äußerte sich sehr zufrieden über die Klausur der Regionalausschussvorsitzenden im April im Berchtesgadener Land. Man habe dort Schritte beschlossen, die die Präsenz der IHK in der Fläche noch verstärkten. Danach machte Heinz eine Tour zu den IHK-Geschäftsstellen in Rosenheim, Weilheim, Mühldorf und Ingolstadt. Sein Fazit: »Wir sind richtig nah dran an den Firmen.«

Bedrückend waren dagegen die Bilder, die Christian Krömer vom Hochwasser im Paartal in seinem Landkreis Neuburg-Schrobenhausen zeigte. Krömer lobte, wie die IHK das Thema aufgegriffen und die Unterstützung für betroffene Unternehmen koordiniert habe. Vizepräsidentin Ingrid Obermeier-Osl riet ihren Unternehmer-Kollegen, eine Versicherung gegen Elementarschäden abzuschließen. Ein Punkt mehr auf der Aufgabenliste. ●

Positionen der IHK

Die Vollversammlung hat auf ihrer Sitzung folgende Positionspapiere verabschiedet:

Foto: photo 5000/Adobe Stock

Wohnungsbau – Entlastung erforderlich

Schaffung von Wohnraum und energetisches Sanieren

Wohnraum wird dringend benötigt, um Arbeitskräfte zu gewinnen und zu binden. Gestiegene Zinsen, Bau- und Energiekosten und weitere Faktorenhaben jedoch zu einem Einbruch im Hochbau geführt. Zusätzlich belasten die Vorgaben zur energetischen Sanierung von Bestandsgebäuden die Immobilienwirtschaft finanziell stark, sodass auch dadurch Mittel für den Wohnungsneubau fehlen. Die ambitionierten Ziele bei der Wohnraumbeschaffung auf Landes- und Bundesebene sind so nicht annähernd zu erreichen.
Die IHK für München und Oberbayern spricht sich daher nachdrücklich für bessere Rahmenbedingungen und finanzielle Entlastungen aus. Unter anderem fordert sie schnellere Genehmigungsverfahren, auch für Werkswohnungen, mehr Spielräume für experimentellen, einfachen Wohnungsbau sowie verlässliche Förderbedingungen und steuerliche Anreize.

Wachstum und Finanzierung von Scale-ups verbessern

Geht es um die Finanzierung von Start-ups in der Anfangsphase, ist Deutschland gut aufgestellt. Sobald diese jungen Unternehmen jedoch zu sogenannten Scale-ups werden, also stark wachsen und mit ihren erprobten Geschäftsmodellen in internationale Märkte expandieren, fallen Deutschland und auch Bayern im Vergleich mit anderen internationalen Innovationsstandorten zurück.
Die IHK plädiert daher für eine deutlich bessere Venture-Capital-Finanzierung von Wachstumsunternehmen, damit Deutschland bei Zukunftstechnologien international wettbewerbsfähig bleibt. So sollte unter anderem der »Zukunftsfonds Deutschland« weiterentwickelt werden und das Risiko in den ersten Investitionszyklen durch den Staat abgefedert werden. Zudem sollten die steuerliche Verlustverrechnung sowie die Förderung von Forschung und Entwicklung weiter ausgebaut werden.

Start-ups – mehr Risikokapital bereitstellen

Foto: sirichai/Adobe Stock

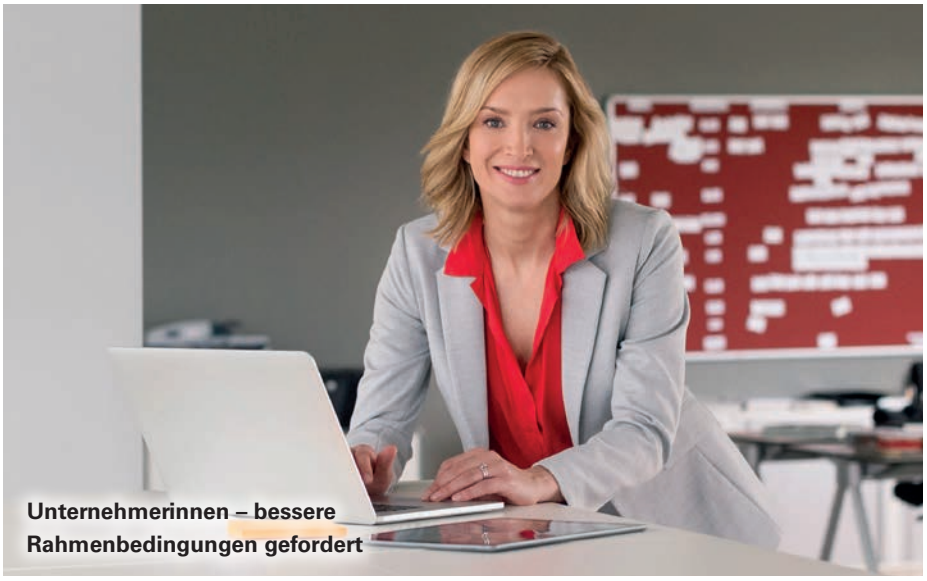


Foto: tunedin/Adobe Stock

Unternehmerinnen – bessere Rahmenbedingungen gefordert

Gründerinnen und Unternehmerinnen stärken

Frauen sind an der Spitze der oberbayerischen Unternehmen deutlich unterrepräsentiert. Ende 2023 wurden nur 28 Prozent der etwa 410.000 IHK-Mitgliedsunternehmen von mindestens einer Frau (mit-) geleitet. In Start-ups ist ihr Anteil auf der Führungsebene noch geringer.

Die IHK fordert daher bessere Rahmenbedingungen für weibliches Unternehmertum. Sie spricht sich unter anderem für einen besseren Zugang zu Kapital für Gründerinnen und Unternehmerinnen aus, für ausreichend Care-Angebote und bessere Vernetzungsangebote sowie mehr Sichtbarkeit von Unternehmerinnen.

Umsetzung des europäischen AI Act

Die EU-Kommission hat sich mit dem AI Act das Ziel gesetzt, vertrauenswürdige künstliche Intelligenz (KI/AI) und verantwortungsvolle KI-Innovationen in Europa zu fördern. Mit der Verabschiedung der Verordnung im Frühjahr 2024 hat die Umsetzung in nationales Recht begonnen.

Um für die Unternehmen praktikable Lösungen zu entwickeln, braucht es eine frühzeitige Einbindung der Wirtschaft, so das Positionspapier der IHK. Sie spricht sich dafür aus, die Umsetzung und Pflichten schnell zu konkretisieren, Innovationen und »AI made in Europe« zu stärken, eine zusätzliche Bürokratiebelastung für Unternehmen zu vermeiden sowie europa- und bundesweit einheitliche Umsetzungsstandards durchzusetzen.

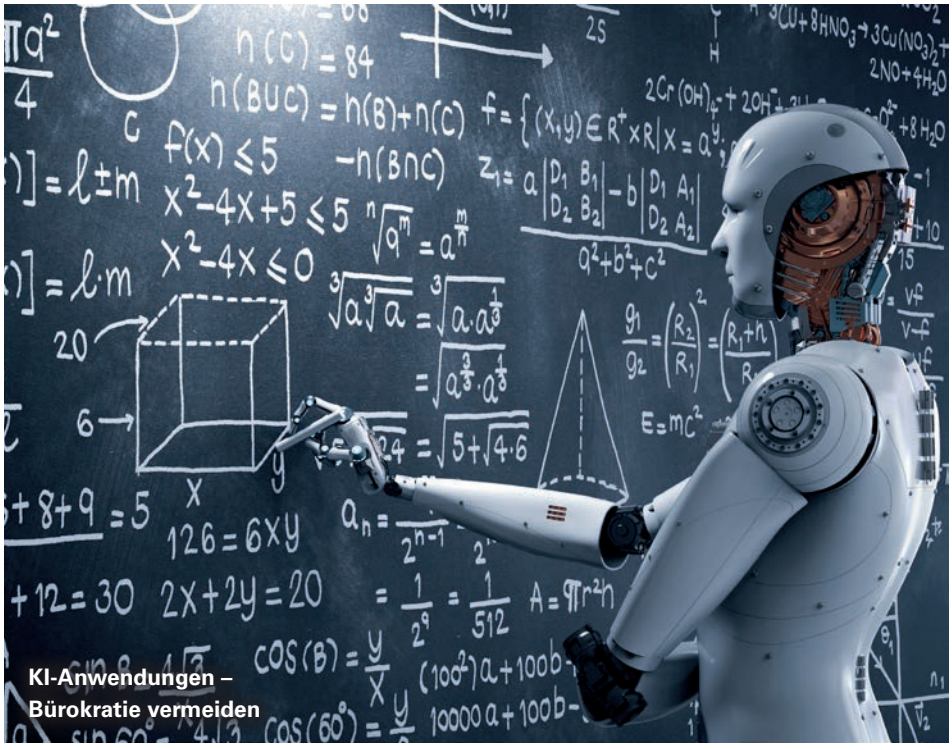


Foto: phonlamaiphoto/Adobe Stock

KI-Anwendungen – Bürokratie vermeiden

Alle IHK-Positionen sind online verfügbar unter: **www.ihk-muenchen.de/positionen**

Wege in den ***Mega-Markt***

Bier, Schraubenschlüssel oder Schreibgeräte – online und im Direktvertrieb: Wie verkaufen bayerische Firmen in China? Über Herausforderungen, bewährte Strategien und Einstiegsmöglichkeiten.

Von Margrit Amelunxen

Felix Wendlandt, Mitgründer und Geschäftsführer von Brander Urstoff in Gräfelfing bei München, verkauft bayerisches Bier in China. Das machen viele, doch das Unternehmen hat ein Alleinstellungsmerkmal: Ihr deutscher Braumeister braut in China für China nach dem deutschen Reinheitsgebot mit Hopfen, Malz und Hefe aus Deutschland. Mit Brander Urstoff hat das bayerische Start-up eine traditionelle Marke wiederbelebt und, passend zum Craft-Beer-Trend in China, ab 2016 entsprechend positioniert. Im selben Jahr zog Geschäftsführer Wendlandt nach Shanghai, um das Vertriebsnetz auszubauen. Obwohl sein Bier als Premiumprodukt hochpreisig war, lief das Geschäft gut an, 2021 war das beste Jahr. Dann dämpfte allerdings die Unsicherheit der chinesischen Verbraucher nach der Coronapandemie das Geschäft.

Auch wenn sich manche Rahmenbedingungen verändern – der Riesenmarkt China ist für viele bayerische Unternehmen weiterhin sehr attraktiv, zumal es zahlreiche Einstiegshilfen gibt. Ein Markteintritt über betreute Stores oder die Kooperation mit Vertriebspartnern bietet zum Beispiel die Möglichkeit, das Geschäft in einem der wachstumsstärksten Märkte der Welt auszutesten, ohne selbst gleich den ganzen Schritt gehen zu müssen.

Auch die Gräfelfinger Brauerei hat ihren Markteintritt sorgfältig vorbereitet. »Bevor wir die WFOE, die Wholly Foreign-Owned Enterprise, gründeten, haben wir überlegt, wie wir dieses Geschäft überhaupt aufbauen wollen. Letztlich war die Idee: Wir lizenzieren uns selbst«, sagt Geschäftsführer Wendlandt. Die Brander Urstoff GmbH in Gräfelfing lizenziert also die chinesische Tochtergesellschaft Shanghai Brander Urstoff Trading Co. Ltd.

Der Vorteil: Mit weiteren Lizenznehmern könnte sich Brander Urstoff jederzeit neue Märkte erschließen. Durch das Outsourcen des Brauprozesses an eine chinesische Brauerei sind keine Investitionen für Produktionsstätten nötig.

Acht Biersorten sind heute im Sortiment, doch 80 Prozent des Umsatzes entstehen mit den acht Biermischgetränken. »Das funktioniert einfach im Markt. Weniger Alkohol, süßer – und es bedient die in China extrem starke She-Economy«, erklärt Wendlandt. Den Löwenanteil des Umsatzes macht Brander Urstoff im B2B-Bereich. Acht Sales-Mitarbeiter sorgen für Marktabdeckung über Großhändler in ganz China. In Shanghai, wo die Firma im Direktvertrieb arbeitet, sind es neun Mitarbeiter. Wachsen will Brander Urstoff nun durch den Ausbau des Vertriebsnetzes, unter anderem durch weitere Listungen in Supermarktketten. »Künftig wollen wir uns breiter aufstellen. Wir haben ein funktionierendes Vertriebsnetz, für das wir zu uns passende Importprodukte suchen. Alles, was in Bars und Restaurants an Getränken konsumiert wird, sofern es kein Wein ist. Und natürlich kein anderes Bier!«

Attraktiver Markt – China (im Bild: Chongqing)

Foto: 昊 周 Adobe Stock

Beliebt in China – die Brauerei Brander Urstoff macht mit Biermischgetränken Umsatz

Foto: Brander Urstoff GmbH

Auf die chinesischen Gepflogenheiten einzugehen, ist auch die Strategie der Hoffmann Group. »Man muss sich von der Vorstellung lösen, dass man in China rein über Technik gewinnen kann. Man muss sich auf den Markt einstellen, auf die Art und Weise, wie hier verkauft und Marketing gemacht wird, dann kann man sehr erfolgreich sein«, sagt Christian Kober, seit 2017 Senior Vice President Asia des Münchner Großhandelsunternehmens für Industrieausstattungen.

Seit 1998 arbeitet der promovierte Chemiker in Shanghai, in verschiedenen Branchen und Funktionen. Fragt man ihn nach Hoffmanns Geschäftsmodell, antwortet er: »Wir sind quasi der Supermarkt für die Metall verarbeitende Industrie mit weltweit über 100.000 Kunden.« Dabei richtet sich das Unternehmen nicht nur bei der Produktauswahl nach den Kundenwünschen, sondern auch bei der Präsentation. »Unser E-Shop in China blinkt und funkelt, da wandern Taler durch das Bild, da passiert ständig etwas, während der deutsche Shop vergleichsweise nüchtern aussieht.«

In China konzentriere sich Hoffmann inzwischen auf eine mittlere Produktqualität, sagt Kober. »Viele Kunden produzieren heute für Huawei, morgen für Xiaomi, die müssen alle ein oder zwei Jahre ihre ganze Produktion umrüsten. Teures, langlebigeres Werkzeug macht keinen Sinn, wenn man es nicht lange braucht. Deswegen waren wir anfangs in China sehr fehlgesteuert, weil unser Vertrieb darauf getrimmt war, Top-Qualität zu verkaufen.«

Unter Kober wurde das Geschäft neu ausgerichtet, Vertriebsgebiete stark verkleinert. »Ein Mitarbeiter soll pro Tag fünf Kunden besuchen. Da muss man natürlich möglichst wenig Fahrtzeit haben, wir würden nie zu einem Kunden fliegen.« Insgesamt hat Hoffmann heute in China circa 140 Mitarbeiter, etwa die Hälfte davon in Shanghai. Inzwischen rekrutiert Hoffmann weniger karriereorientierte, häufig wechselnde Uni-Absolventen, stattdessen mehr Absolventen von Technical Colleges, vor allem aus der Provinz. Für diese sei es immer noch ein Privileg, für eine internationale Firma zu arbeiten.

> »Wir haben ein Vertriebsnetz, für das wir zu uns passende Importprodukte suchen.«
>
> **Felix Wendlandt, Mitgründer und Geschäftsführer Brander Urstoff**

Foto: privat

2023 wuchs Hoffmanns China-Geschäft zweistellig, für dieses Jahr erwartet Kober ein ähnliches Plus. Denn um interne Kosten zu sparen, professionalisieren chinesische Kunden ihr Purchasing und kaufen bei einem zentralen Partner. Staatsunternehmen müssten aus Gründen der Transparenz nun über Plattformen ordern, mit denen Hoffmann kooperiert. Dazu kommt ein wachsender Anteil an chinesischen Privatunternehmen und auch der Bedarf bei deutschen Kunden in China wächst weiter.

AHK berät beim Einstieg

Wenn es um Einschätzungen zum Markt geht, können Unternehmen auf die Deutsche Auslandshandelskammer (AHK) in Ostchina zukommen. »Jeder kann sich an uns wenden, der Empfehlungen braucht, wie er in diesen Markt kommt. Man braucht kein Vorwissen und wir sind völlig neutral. Gegebenenfalls sagen wir auch: Das ist eigentlich kein Markt für dich«, sagt Maximilian Butek, geschäftsführendes AHK-Vorstandsmitglied. »Eigene Präsenzen und eine eigene Marke hier aufzubauen, ist sehr aufwendig und kostenintensiv«, so der China-Experte.

Wer Konsumgüter anbietet, kann unter Umständen aber auch eine günstigere Einstiegsvariante nutzen. »Wir als AHK bieten seit drei Jahren die sogenannten German Pavilion Stores auf der

E-Commerce-Plattform JD.com als niederschwelliges Einstiegsangebot an«, sagt Butek. Auf dieser Plattform können deutsche Konsumgüterunternehmen, Einzelhändler und insbesondere kleine und mittlere Firmen ihre Produkte anbieten. Das grenzüberschreitende E-Commerce-Projekt soll ihnen neue Möglichkeiten für ihren Markteintritt und ihre Expansion in China eröffnen.

Auf ähnliche Weise funktioniert der Ende 2023 gelaunchte Bayern Selectives Pavilion. Dabei handelt es sich um eine Kooperation der Digitalagentur Hylink GmbH und der Cross-Border-Plattform JD Worldwide von JD.com, unterstützt von der Stadt München. Dieser thematische Flagship-Store soll es chinesischen Verbrauchern ermöglichen, bequem eine Vielzahl von bayerischen Produkten und Kulturgütern zu entdecken und zu kaufen. Für den Store schließt man üblicherweise einen Einjahresvertrag mit Hylink. Dafür fällt eine monatliche Gebühr an Hylink an, die unter anderem von der Anzahl der eingestellten Artikel abhängt.

Gemeinsam mit Hylink wählt das Unternehmen Produkte aus und kalkuliert Verkaufspreise, die bereits die JD-Gebühren sowie Logistik-, Zoll- und Versandgebühren beinhalten. Alles Weitere übernimmt die Agentur: Beschreibungen und Bilder einstellen, die chinesischen Käufer ansprechen, Shop-Management, Customer Service. Dazu Marketing und Content-Erstellung zur Steigerung der Markenbekanntheit auf populären chinesischen Social-Media-Kanälen. Firmen schicken die bestellte Ware einfach an einen Hub in Frankfurt, von dort übernimmt JD den weiteren Versand.

Alexander Apfel, Geschäftsführer der ONLINE Schreibgeräte GmbH, ist vom Konzept prinzipiell überzeugt. »Vom Organisatorischen und vom Ablauf her ist das ein sehr bequemer erster Schritt ins China-Geschäft, weil man sich dafür nicht selbst mit dem Markt befassen muss. Ein sehr niederschwelliges Angebot, um zu testen, ob chinesische Kunden an den eigenen Produkten Interesse haben.«

Sein Fazit nach einem halben Jahr? »Die Zusammenarbeit ist tipptopp. Jetzt kommt es darauf an, was das Hylink-Team in China im Vertrieb erwirtschaften kann und wie populär es den Store machen kann. Um weiterzumachen, brauchen wir noch einen deutlichen Umsatzsprung.« Die Präsenz im Bayern Selectives Pavilion allein ist Apfels Meinung nach keine Garantie für den langfristigen Erfolg in China. Man sei weit entfernt vom Markt und würde diesen so möglicherweise nie vollumfänglich verstehen. Apfel spricht aus Erfahrung. Das Familienunternehmen ist in China schon seit 2015 mit einem zentralen Distributionspartner im stationären und im Onlinehandel aktiv und kennt die Wünsche chinesischer Verbraucher.

Dass der Einstieg manchmal holprig verläuft, zeigt das Beispiel ROCKMACHERIN aus Schondorf. Firmenchefin Caroline Lauenstein ist seit April 2024 mit ihrer von Tracht inspirierten, hochwertigen Mode im Bayern Selectives Pavilion online und etwas ernüchtert. Nach Unterstützung durch die Betreiber gab es zwar etwas mehr Traffic, aber noch keine Bestellung. »Die Kosten für die Agentur sind das eine«, sagt sie. »Das andere ist der speziell auf das chinesische Publikum zugeschnittene Warenbestand mit kleineren Größen, den ich wahrscheinlich in der Form nicht mehr loswerde.«

Als Multi-Brand-Plattform konzipiert, sind im Bayern Selectives Pavilion derzeit fünf Marken vertreten: Neben ONLINE und ROCKMACHERIN sind das die ROECKL GmbH & Co. KG, die Werner Christ GmbH und die Feinkost Käfer GmbH. Wenjing Wang, Geschäftsführerin der Hylink DE Digital Solution GmbH, möchte weitere traditionelle Marken in den Store integrieren, zum Beispiel Kosmetik oder Babyprodukte: »Chinesische Verbraucher sind deutschen Produkten gegenüber grundsätzlich positiv eingestellt. Mit dem Bayern Selectives Pavilion ermöglichen wir kleineren und mittleren bayerischen Marken einen niederschwelligen Zugang zum chinesischen Markt mit moderatem Aufwand und Kosten. Und das nicht nur im E-Commerce, sondern auch auf Social Media.« ●

Foto: AHK Greater China

» Jeder kann sich an uns wenden, der Empfehlungen braucht, wie er in diesen Markt kommt.«

Maximilian Butek, geschäftsführender Vorstand AHK Greater China

Infos zu Chancen und Markteintritt in China gibt die AHK Greater China: **china.ahk.de**

IHK-Ansprechpartner zu China
Hannes Aurbach, Tel. 089 5116-2017
aurbach@muenchen.ihk.de
Dominic Lehmann, Tel. 089 5116-1473
lehmann@muenchen.ihk.de

Exklusives Metier

Der Münchner Juwelier Fridrich ist seit 160 Jahren ein Familienbetrieb. Wie das Unternehmen Kontinuität und Modernisierung zusammenbringt.

»Gemeinsam stark« – Korbinian Fridrich, Wilhelm Fridrich, Leopold Lindner und Stephan Lindner (v.l.)

Foto: Thorsten Jochim

Von Sebastian Schulke

Es herrscht eine sehr angenehme Ruhe. Keine Hektik, kein Stress, kein Spektakel – bei der J.B. Fridrich GmbH & Co. KG bewegt sich alles in sehr klaren und ruhigen Bahnen. Dabei zieht draußen vor den Schaufenstern in der Münchner Innenstadt ein nicht enden wollender Strom an Passanten vorbei, Autos holpern über das Kopfsteinpflaster und der Lärm einer entfernten Baustelle dröhnt durch die Luft. Hinter den großen Fensterfronten bekommt man davon jedoch nichts mit.

»Wer in unseren Laden kommt, bringt Zeit mit und will sich nicht hetzen lassen«, sagt Korbinian Fridrich. Der 39-Jährige führt zusammen mit Stephan Lindner (65) die Geschäfte des 160 Jahre alten Familienunternehmens. »Unsere wertvollen Uhren, Ringe und Schmuckstücke sind kein schnelles Schnäppchen, sondern etwas Besonderes, Einzigartiges und sehr Nachhaltiges.« Lindner ergänzt: »Ob es nun ein individuell angefertigter Ehering ist oder ein hochwertiger Chronometer – diese Schmuckstücke trägt man oft sein Leben lang, darin stecken mit der Zeit ganz besondere Gefühle und Geschichten.« Und genau dafür brauche es einen entsprechenden Ort.

Im Erdgeschoss glitzern und funkeln Eheringe und Ketten sowie die Schmuckstücke von »Atelier Fridrich« – das ist die hauseigene Kollektion, die Korbinian Fridrich zusammen mit seinem Team entwirft und gestaltet. Er kümmert sich um die Werkstätten. Stephan Lindner ist für die Finanzen und das Personal zuständig. Außerdem sind beide Diamantgutachter und regeln gemeinsam den Einkauf von Edelsteinen und Perlen.

Der helle, offene Verkaufsraum in der ersten Etage ist wie ein Wohnzimmer aufgemacht. Auf einem edlen Teppichboden stehen Sessel und Stühle mit kleinen Ti-

schen. »Hier können sich die Kunden zurücklehnen, eine Uhr oder ein Schmuckstück anschauen und anprobieren – und sich nach Wunsch entsprechend von uns beraten lassen«, erklärt Lindner.

In den Werkstätten in der zweiten Etage arbeiten die Gesellen Annalena Faller und Mehmet Ali Erdogan sowie Meister Andreas Illitsch und die Auszubildende Paulina Schachler in der hauseigenen Goldschmiede. Faller sitzt gerade am Computer und bearbeitet einen neuen Entwurf für einen Ring. Eine große Walze, ein Amboss und die einzelnen Werktische mit lauter Zangen, Sägen und elektrischen Bohrern zum Polieren und Schleifen füllen den Raum. Ein Laser, 3-D-Drucker, eine pneumatische Graviermaschine und Galvanik gehören unter anderem zur Ausstattung. »Da befinden wir uns auf dem neuesten Stand der Technik«, meint Faller. »So können wir unsere Ideen bestens umsetzen.«

Die Meisterwerkstatt der Uhrmacher ist direkt daneben. Susanne Seufert und Alexander Hetke sitzen dort und haben kleine Lupen vor den Augen. Maria Liedl, die Dritte im Bunde des Uhrmacherteams, ist heute nicht da. »Hier wollen wir in Zukunft auch ausbilden«, erklärt Korbinian Fridrich. »Zu Zeiten des Fachkräftemangels wird eigener Nachwuchs immer wichtiger. Da stellen wir uns in beiden Bereichen, Uhren und Schmuck, nachhaltig auf.«

In fachkundigen Händen – drei Uhrmacher arbeiten in der Meisterwerkstatt

Foto: Thorsten Jochim

Neben einem Mikroskop, Uhrenbewegern, einer Zeitwaage und einem Testgerät für Wasserdichtigkeit hängen in der Werkstatt alte Wanduhren. »In unserem Haus spielt alles zusammen – vom Verkauf über Reparaturen bis hin zu individuellen Kundenwünschen«, so Fridrich. »Wir haben extrem kurze und direkte Wege, das ist für unsere Kunden und Mitarbeiter sehr angenehm und praktisch – und das ist auch eines unserer wichtigsten Alleinstellungsmerkmale.« Stephan Lindner ergänzt: »Ganz nach unserem Familienmotto: Gemeinsam sind wir stark.« Ein Motto, das seit 1864 Bestand hat.

In jenem Jahr eröffnete Johann Baptist Fridrich eine Uhrmacherei in der Sendlinger Gasse. In München lebten damals knapp 170.000 Menschen, die Stadt wuchs und wuchs. König Ludwig II. von Bayern trat seine Regentschaft an.

Aus dem kleinen Uhrenladen wurde schnell ein angesehenes Fachgeschäft. 1902 übernahmen Adolf und Wilhelm die Uhrmacherei ihres Vaters. 1914 kauften sie das Haus in der Sendlinger Gasse. 1937 starb Adolf Fridrich, sein Bruder Wilhelm wurde drei Jahre später zum Kriegsdienst eingezogen. Die Geschäfts-

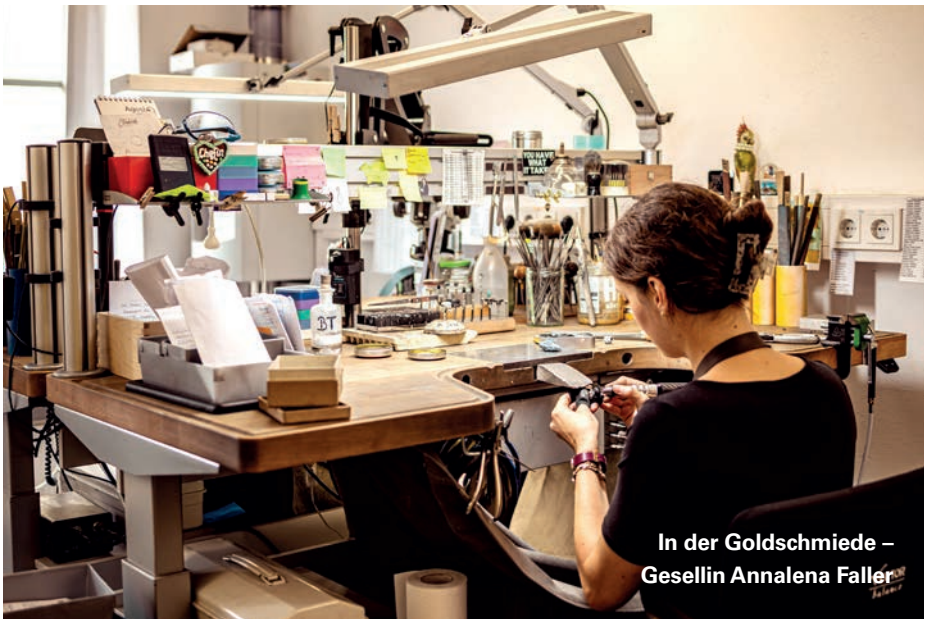


Foto: Thorsten Jochim

In der Goldschmiede – Gesellin Annalena Faller

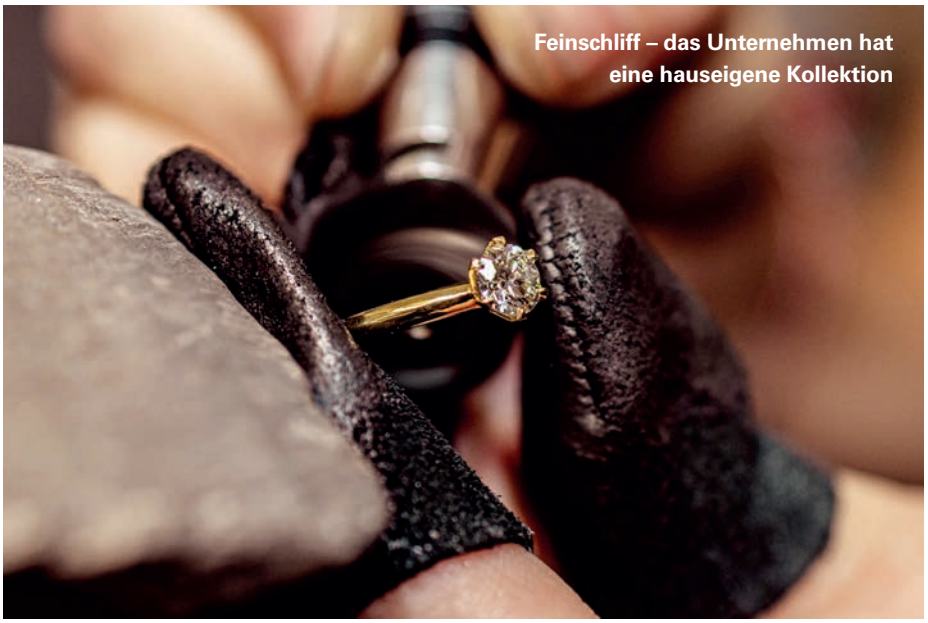


Foto: Thorsten Jochim

Feinschliff – das Unternehmen hat eine hauseigene Kollektion

leitung übergab er an seine bereits verheiratete Tochter Philomena Lindner und seinen Sohn Wilhelm.

Nach dem Ende des Zweiten Weltkriegs musste das Geschäft wieder aufgebaut werden. Bombenangriffe und Plünderungen hatten viel zerstört. 1947 eröffnete das Unternehmen seine Geschäftsräume wieder. 1951 wurde die bekannte »Fridrich-Uhr« an der Fassade angebracht. 1964 kam die erste Etage als Verkaufsfläche dazu. Zudem stand ein Generationswechsel an. 1967 übernahm Philomenas Sohn Wilhelm, ein Uhrmachermeister und Diamantgutachter, die kaufmännischen Belange und die Öffentlichkeitsarbeit. Wilhelm Fridrich junior trat 1970 als Goldschmiedemeister und Uhrmacher in die Geschäftsführung ein. Das Sortiment wuchs um Trauringe und Schmuck.

Zu den Olympischen Spielen 1972 ließ das Unternehmen ein Glockenspiel mit einem aus Holz geschnitzten und vergoldeten Moriskentänzer an der Hauswand anbringen, der zu jeder Stunde zu einer wechselnden Melodie tanzt.

Die fünfte Generation stieg 1998 in die Geschäftsleitung ein. Wilhelm Lindner übergab seine Anteile an seinen Sohn Stephan, der sich als gelernter Bank- und studierter Diplomkaufmann bestens mit Finanzen auskennt. Korbinian Fridrich machte eine Ausbildung zum Goldschmied und wurde Meister, studierte Betriebswirtschaftslehre und trat 2015 die Nachfolge seines Vaters Wilhelm (81) an, der bis heute im Geschäftsalltag beratend tätig ist.

Vor acht Jahren startete auch die sechste Generation im Unternehmen. Stephan Lindners ältester Sohn Leopold (26) war während seines BWL-Studiums als Werkstudent bei Juwelier Fridrich tätig und schloss die Ausbildung zum Diamantgutachter ab. Seit 2020 gehört er fest zum Familienunternehmen.

»Auch wenn es in der heutigen Zeit nicht mehr selbstverständlich ist, dass die eigenen Kinder das elterliche Geschäft übernehmen, so läuft das doch bei uns ganz gut«, findet Stephan Lindner. »Mein Sohn wird uns noch weiter in das digitale Zeitalter bringen.« Soll heißen: mehr Präsenz im Internet, vor allem in sozialen Kanälen. »Dadurch werden wir allerdings nicht unseren Kundenservice vernachlässigen«, betont Korbinian Fridrich. »Der direkte Kontakt ist und bleibt in unserer Branche sehr wichtig. Das Internet ist ein sehr gutes Schaufenster. Da gehen wir natürlich mit der Zeit.«

Ein weiteres Thema ist die wachsende Konkurrenz – in Form von Juwelieren mit bundesweiten Filialen sowie Flagshipstores und dem direkten Vertrieb. Diese Entwicklung habe laut Leopold Lindner die Juwelier-Einzelhändler in den vergangenen zehn Jahren stark schrumpfen lassen. Das Münchner Familienunternehmen steuert gegen. Es ist Teil eines Verbunds von 30 Juwelieren aus Deutschland, England, Holland und der Schweiz. »Nur gemeinsam sind wir stark«, sagt Korbinian Fridrich, »das ist unser Motto seit über 160 Jahren. Und daran wird sich auch in Zukunft nichts ändern.« ●

fridrich.de

Datenschutz-Webinar

Souverän reagieren

»Bitte teilen Sie mir umgehend mit, welche meiner Daten Sie gespeichert haben, und löschen Sie diese vollständig.« Wenn ein Unternehmen eine solche Anfrage erhält, ist besondere Sorgfalt angesagt. Denn oft genug stehen plausibel erscheinende (oder geschickt verpackte), jedoch unbegründete Ansprüche im Raum – bis hin zur Abzocke. Wie Unternehmen korrekt reagieren, beleuchtet die IHK in dem kostenfreien Webinar »Der richtige Umgang mit Auskunfts- und Schadenersatzansprüchen«.
Webinar-Referent Matthias Orthwein ist Rechtsanwalt und Partner bei der Münchner Kanzlei SKW Schwarz Rechtsanwälte Steuerberater Partnerschaft mbB. Er wird den richtigen Umgang mit passenden datenschutzrechtlichen Instrumenten erläutern. Außerdem zeigt er, wie man im Unternehmensalltag Datenmissbrauch erkennen und ihm wirksam begegnen kann.

Vorsicht – Rechtsansprüche und Datenschutz

Foto: terovesalainen/Adobe Stock

Termin: 15. Oktober 2024, 13–14 Uhr
Infos und kostenfreie Anmeldung:
ihk-muenchen.de/datenschutz-webinar

IHK-Ansprechpartner
Moritz Buttschardt, Tel. 089 5116-1846
buttschardt@muenchen.ihk.de

Cybersicherheit

DORA kommt – Versicherungsvermittler, aufgepasst!

Als umfassender Pflichtenkatalog zur Abwehr von Cybergefahren in der Finanzbranche werden ab 17. Januar 2025 die EU-Verordnung DORA (Digital Operational Resilience Act) sowie das deutsche Finanzmarktdigitalisierungsgesetz gelten – unter bestimmten Voraussetzungen auch für Versicherungsvermittler.
Damit reagieren die EU und der deutsche Gesetzgeber auf die massiv gestiegene Bedrohung durch Cyberangriffe auf Unternehmen. Den dadurch entstandenen gesamtwirtschaftlichen Schaden schätzt das Bundeskriminalamt für 2023 auf 148 Milliarden Euro.
Auf DORA-Basis müssen Unternehmen Regeln für den Schutz, die Erkennung, die Eindämmung und die Wiederherstellung von Vorfällen in der Informations- und Kommunikationstechnik (IKT) beachten. Die betriebliche Widerstandsfähigkeit und die IKT-Infrastruktur sollen regelmäßig geprüft, überwacht und dokumentiert werden. Schwerwiegende IKT-Vorfälle sind sofort der jeweiligen Aufsichtsbehörde zu melden, um die Stabilität der Finanzsysteme zu schützen.
Dies gilt vor allem für Banken, Versicherungsunternehmen und Wertpapiervermittler, die der BaFin-Aufsicht unterliegen. Für Versicherungsvermittler gilt die Verordnung verpflichtend ab einer Unternehmensgröße von 250 oder mehr Beschäftigten und einem Jahresumsatz von mehr als 50 Millionen Euro und/oder einer Jahresbilanzsumme von mehr als 43 Millionen Euro aus dem Versicherungsgeschäft. In diesem Fall sind die IHKs die zuständigen Aufsichtsbehörden.

Finanzbranche – neue Regeln für Schutz gegen Cyberattacken

Foto: kerkezz/Adobe Stock

Bereits jetzt sollten betroffene Unternehmen Vorkehrungen treffen und sich umgehend bei der zuständigen IHK melden. Für München und Oberbayern:
Tel. 089 5116-0

Mehr Informationen zu DORA für Versicherungsvermittler:
www.ihk-muenchen.de/34d-berufspflichten

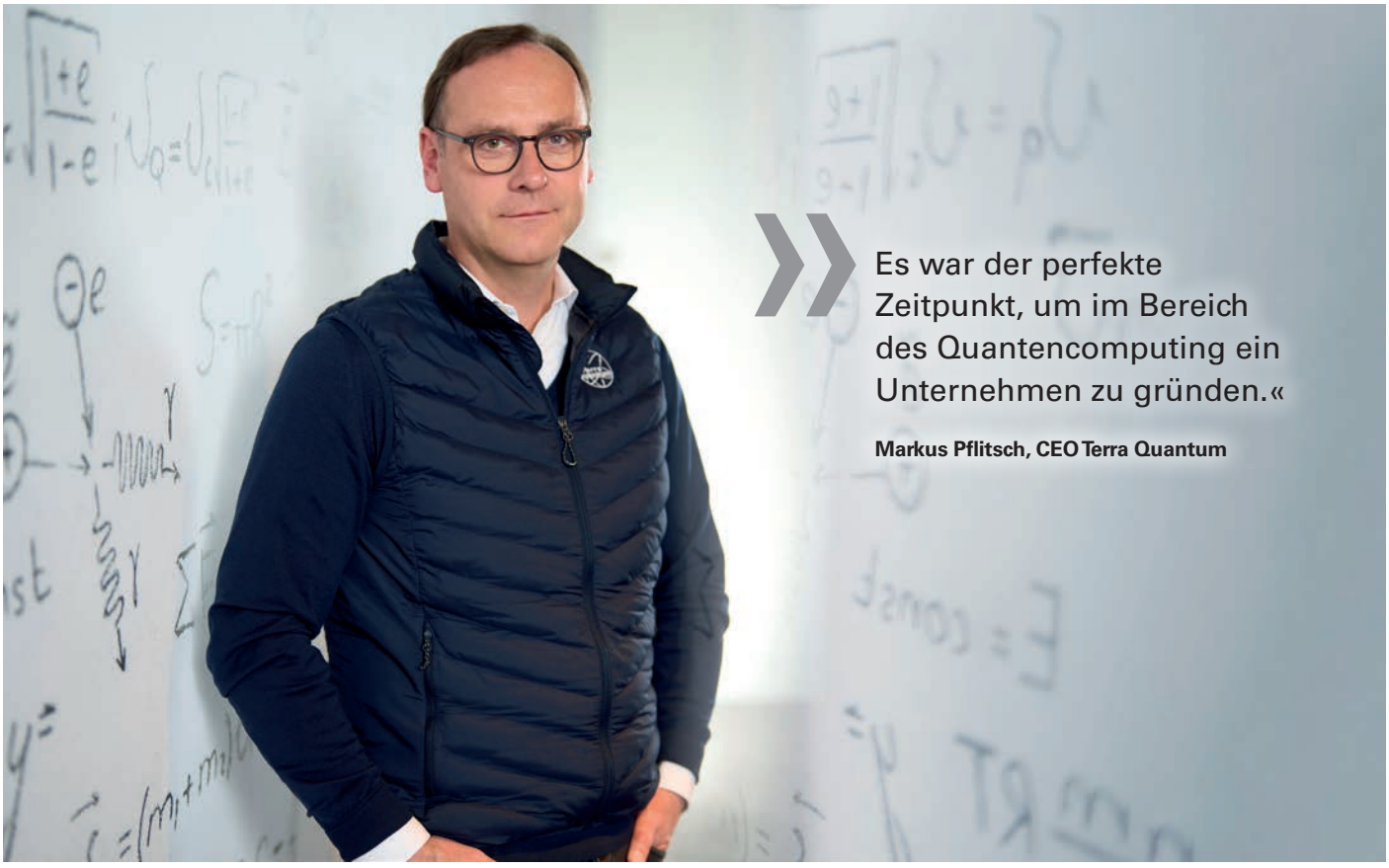


Foto: Terra Quantum

Mr. Quantum

Die Terra Quantum AG entwickelt innovative Quantentechnologie für Hard- und Software. Markus Pflitsch hat das Unternehmen gegründet. Sein Weg dorthin war lang – buchstäblich.

Von Sabine Hölper

Markus Pflitsch ist ein Denker. »Wo kommen wir her? Wo gehen wir hin?« Diese Fragen hätten ihn schon als Jugendlichen beschäftigt, sagt der 53-Jährige. Um Antworten darauf zu finden, seien tiefe Kenntnisse der Mathematik und Physik notwendig. Auch deshalb habe er diese beiden Fächer studiert, um als Unternehmer schließlich ebenfalls bei der Physik zu landen, genauer bei der Quantenphysik.

2019 gründete Pflitsch im Schweizer St. Gallen und in München Terra Quantum. Das Unternehmen mit mittlerweile 250 Mitarbeitern an weltweit sieben Standorten entwickelt und vertreibt hochinnovative Quantentechnologielösungen sowohl im Software- als auch im Hardwarebereich. Etliche große Firmen wie die Volkswagen AG, der Energiekonzern Uniper SE, der US-IT-Riese Nvidia, das Chemieunternehmen Evonik Industries AG oder die Schaeffler-Gruppe zählen zu seinen Kunden.

»Es war der perfekte Zeitpunkt, im Bereich des Quantencomputing ein Unternehmen zu gründen«, sagt CEO Pflitsch. Zum ersten Mal wurde damals die bislang fast ausschließlich in der Forschung genutzte Technologie in der Praxis eingesetzt. Ein Grund dafür lag im Aufstreben der künstlichen Intelligenz. Mit herkömmlichen Supercomputern sind die benötigten Rechenleistungen dafür auf Dauer nicht zu bewerkstelligen. Der Zeitpunkt war aber auch für Pflitsch persönlich passend. Nach seinem Studium an der RWTH Aachen und am CERN, der Europäischen Organisation für Kernforschung in der Nähe von Genf, war er zur Unternehmensberatung Boston Consulting Group gegangen. Es folgten Positionen bei Banken, diversen Tech-Unternehmen und Portfoliofirmen von Private-Equity-Fonds.

Doch 2016 spürte Pflitsch, dass ihn seine Arbeit als Geschäftsführer oder Vorstand mit Verantwortung für mehr als 1.000

Mitarbeiter »nicht mehr glücklich machte«, wie er sagt. »In solchen Positionen ist es schwer, authentisch zu sein. Ich war in ein enges Korsett gepresst.« Die Folge waren körperliche Beschwerden, zudem hatte er 20 Kilogramm Übergewicht. Also fasste Pflitsch den Entschluss: Ich steige aus. Und zwar ohne zu wissen, was danach kommt.

Pflitsch, der Denker, hätte es sich zu Hause bequem machen und über seine Zukunft nachsinnen können. Er aber entschied sich zu gehen – wortwörtlich. Ein halbes Jahr lang, zwischen Frühling und Herbst, an der Isar entlang. Anfangs wenige Kilometer, zum Schluss bis zu 50 Kilometer am Tag. Drei Liter Wasser und zwei Käsebrote reichten ihm, 25 Kilogramm nahm er ab.

Noch wichtiger aber waren die Erfahrungen, die er auf Wanderschaft machte: »Es war meditativ, ich war stets im Hier und Jetzt, ich hatte keine Ängste«, sagt Pflitsch. Er habe die Natur genossen, sich an die Kindheit im Bergischen Land auf dem großelterlichen Bauernhof erinnert. Zudem entdeckte er, »wofür ich wirklich eine Passion habe« – das Quantencomputing.

Pflitsch gründete daraufhin das Deep-Tech-Unternehmen Terra Quantum. Eine der größten Herausforderungen war und ist es, Spezialisten zu gewinnen. 180 Quantenphysiker arbeiten aktuell für die Firma, Tendenz steigend. Der Ruf als eines der führenden Quantentechnologieunternehmen weltweit hilft, die besten Talente an die Firma zu binden.

Die enormen Möglichkeiten des Quantencomputing begeistern das Team. »Die Leistungskurve nimmt exponentiell zu«, erklärt Pflitsch. Noch sei die Hardware, die von Playern wie Google oder Amazon entwickelt wird, nicht so weit. Doch in naher Zukunft würden Quantencomputer innerhalb einer Sekunde verarbeiten, was derzeit 10.000 Jahre und länger dauern würde. Der Firmenchef rechnet mit dem universellen Quantencomputer in zehn bis 15 Jahren. »Das ist eine enorme Disruption mit einem Billionen-Dollar-Markt.«

Für Menschen, die keine Physik- und IT-Koryphäen sind, erklärt er die Leistungssteigerung anschaulich: Statt wie bisherige Supercomputer hintereinander löst der Quantencomputer alle Aufgaben gleichzeitig. Man stelle sich vor, man solle von München aus den höchsten Berg der Alpen bestimmen. Der klassische Algorithmus geht (sinnbildlich) von München aus in die Jachenau, zu Berg Nummer eins, kommt zurück, geht zur Zugspitze, Berg zwei, kommt zurück, geht wieder los. Er misst so lange, bis er den höchsten Berg gefunden hat. Das dauert.

Die Quantum-Software aber breitet (wiederum sinnbildlich) vom Himmel aus ein großes Tuch über den Alpen aus und lässt es herunterfallen. Sobald das Tuch die erste Spitze berührt, die des höchsten Berges (des Montblanc), hat man die Antwort. »Das ist der holistische Ansatz der Quantentheorie«, sagt Pflitsch. »Alles ist mit allem verbunden.«

Das Anwendungspotenzial der Technologie ist gewaltig. Unternehmen weltweit wollen dabei sein, um zum Beispiel die personalisierte Medizin voranzutreiben, komplexe Datenanalysen im Rahmen der Portfoliooptimierung vorzunehmen oder das autonome Fahren zu ermöglichen.

Beim Quantencomputing geht es um Leistungssteigerung – und Sicherheit. Der Quantencomputer der Zukunft könne alle heutigen Codes im Nu entschlüsseln, sagt Pflitsch. Schon heute würden verschlüsselte Daten aufgekauft, »in den Keller gelegt«, um sie bei nächstbester Gelegenheit zu entschlüsseln. Das sei eine große Gefahr für die Wirtschaft. Der Terra-Quantum-Chef hat auch dafür eine Lösung: Sein Unternehmen könne quantensicher verschlüsseln. ●

terraquantum.swiss

Im Aufbruch – slowakische Hauptstadt Bratislava

Foto: Naya Na/Adobe Stock

*Nachbarn **mit Potenzial***

Die erste EU-Osterweiterung hat in Mittelosteuropa eine dynamische Entwicklung ausgelöst. Bayerischen Firmen bieten sich dort viele Chancen – etwa in der Slowakei und in Polen.

Von Melanie Rübartsch

Igor Mikulina ist leidenschaftlicher Netzwerker. Mit seinen Visionen hat der Geschäftsführer der MicroStep Europa GmbH für die gesamte MicroStep-Gruppe vom Standort Bayern aus einiges bewirkt. Sein Unternehmen vermarktet, vertreibt und betreut die Produkte des slowakischen Maschinenbauers für hochpräzise Schneideanlagen im deutschsprachigen Raum und hat sich bereits vor knapp 25 Jahren in Bad Wörishofen angesiedelt. »Zum einen wollten wir unseren Vertrieb in die DACH-Region ausweiten. Zum anderen neue innovative Zulieferer für unsere Komponenten finden«, sagt der 61-Jährige.

Zuvor kamen Maschinenteile wie etwa Filter von japanischen oder US-amerikanischen Firmen. Unternehmen, bei denen MicroStep von der Slowakei aus wenig Einfluss auf die Forschung und Entwicklung nehmen konnte. »In Deutschland haben wir Partner gefunden, mit denen wir unsere Maschinen gemeinsam optimieren und auf die Bedürfnisse der jeweiligen Kunden anpassen konnten«, so der Geschäftsführer.

Das Unternehmen hat inzwischen ein eigenes Technologiezentrum in Bayern eröffnet. Das große Ziel lautet heute, Industrie-4.0-Lösungen insbesondere für den Mittelstand zu entwickeln. »Zusammen mit einigen unserer Zulieferer, dem Fraunhofer-Institut für Gießerei-, Composite- und Verarbeitungstechnik, der Uni Augsburg sowie großen IT-Unternehmen wie Intel, Dell, SUSE oder IONOS haben wir dazu die Initiative IndustryFusion auf den Weg gebracht«, sagt Mikulina. Es geht, vereinfacht gesprochen, darum, Maschinen und Komponenten so zu konstruieren, dass sie sich problemlos untereinander verstehen und daher in verschiedenen Umgebungen flexibel und wertschöpfend kombiniert werden können. »Es ist wichtig, dass wir unsere Ideen aus dem Mittelstand für den Mittelstand bündeln«, so der Geschäftsführer.

ANZEIGE

Cybersicherheit stärken! -

So schützen Sie Ihre Telefonie vor Angriffen

Angriffe von Cyberkriminellen auf Unternehmen befinden sich auf einem historischen Höchststand, und man darf davon ausgehen, dass die Zahl der Angriffe in Zukunft weiter steigen wird. Daher gewinnt das Thema Cybersicherheit an Brisanz und Wichtigkeit.
Die MTG-Kommunikations-Technik GmbH ist Ihr kompetenter Ansprechpartner, wenn es darum geht, Ihre Telefonie vor solchen Bedrohungen zu schützen und Sie umfassend zu beraten.

Hacker kapern unzureichend geschützte Telefonsysteme und führen teure Anrufe durch. Vorbeugend helfen der Schutz vor unberechtigtem Zugriff und die Einrichtung von Sperrlisten, um unnötige, riskante oder kostenintensive Rufnummernbereiche zu blockieren. Sprachdaten können unverschlüsselt abgefangen werden, weshalb Verschlüsselung und sichere Netze essentiell sind, um das Abhören und Mitschneiden von Gesprächen zu verhindern.

Das BSI empfiehlt die Verschlüsselung von Sprache und Signalisierung. Digitale Zertifikate gewährleisten zusätzliche Sicherheit, indem sie bestätigen, dass eine Komponente zur Adressierung berechtigt ist und über zusätzliche Sicherungen verfügt. Sensibilisieren Sie Ihre Mitarbeiter, um Täuschungsmanöver durch gefälschte Rufnummern Anzeigen zu erkennen und dadurch Identitäts Vortäuschungen zu verhindern.

Regelmäßige Updates und Patches schließen bekannte Sicherheitslücken, und Session Border Controllers (SBCs) schützen die Netzgrenzen und analysieren Echtzeitdaten von Telefonie und Videokommunikation. Geschäftliche Apps sollten in einem passwortgeschützten Container auf Smartphones separiert werden. Nutzen Sie Mobile Device Management, um die Sicherheit Ihrer mobilen Geräte zu gewährleisten.

Fazit

Unsere Experten unterstützen Sie dabei, geeignete Maßnahmen für ein rundum abgesichertes System zu implementieren. Wir sind Ihr kompetenter Ansprechpartner und beraten Sie umfassend in Bezug auf Cybersicherheit.

Robert Sendner
Vertriebsleiter

Tel: +49 (0) 89 - 451 12 - 251
www.mtg-systemhaus.de

WIR SCHAFFEN VERBINDUNGEN

MTG Kommunikationstechnik

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

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

Autorisierter Partner von

LANCOM Systems
Alcatel·Lucent Expert Partner
Mitel
innovaphone more than communication

POLEN UND SLOWAKEI – STARKE WIRTSCHAFTSPARTNER

Sowohl mit Polen als auch mit der Slowakei ist Deutschland wirtschaftlich eng vernetzt.
Für Polen ist Deutschland nach Angaben von Germany Trade & Invest Deutschland der wichtigste Handelspartner. Umgekehrt liegt Polen als Beschaffungsmarkt für deutsche Unternehmen auf Rang vier. Das Handelsvolumen zwischen beiden Ländern beträgt mehr als 170 Milliarden Euro.

Besonders hohe Exportchancen liegen für bayerische Unternehmen im Bereich additive Fertigung in Industrie und Medizin, aussichtsreiche Kooperationsmöglichkeiten gibt es bei künstlicher Intelligenz sowie bei der Wasserstoffproduktion.
Für die Slowakei ist Deutschland ebenfalls der größte Handelspartner. Das gesamte Handelsvolumen beträgt derzeit rund 40 Milliarden Euro.

»Wir profitieren hier sehr von den slowakisch-deutschen Beziehungen.«
Die Slowakei gehört zu jenen Ländern, die vor 20 Jahren mit der Osterweiterung Teil der EU geworden sind. Estland, Lettland, Litauen, Polen, die Slowakei, Slowenien, Tschechien und Ungarn sind mit Deutschland inzwischen wirtschaftlich eng verbunden. Allein die Visegrád-Staaten Polen, Slowakei, Tschechien und Ungarn (V4) kauften 2023 nach Auswertungen von Germany Trade & Invest (GTAI), der Außenwirtschaftsagentur des Bundes, deutsche Waren im Wert von fast 191 Milliarden Euro. Damit bilden sie den Grundpfeiler im deutschen Export nach Mittel- und Osteuropa. Die Bundesrepublik wiederum ist für die V4-Staaten mit Anteilen zwischen 20 und 30 Prozent an ihren Gesamtausfuhren Exportziel Nummer eins.
»Für bayerische Unternehmen sind diese Länder wegen ihrer geografischen Lage als Teil der Lieferketten, aber auch als Partner bei der Entwicklung von Zukunftstechnologien interessant«, sagt Sandra Dirnberger, Referentin Europa bei der IHK für München und Oberbayern. Die deutsche Wirtschaft hat schon bald nach der politischen Wende in den 1990er-Jahren den Kontakt zu beiden Ländern gesucht – und seitdem immer weiter ausgebaut.
In der Slowakei sind heute mehr als 600 deutsche Unternehmen operativ aktiv. Kern der deutsch-slowakischen Beziehungen ist die Autoindustrie. »Die Slowakei ist mit einer Produktion von 198 Autos pro 1.000 Einwohner der größte Auto- und Autoteilehersteller weltweit«, sagt Hana Chmelárová Marková, stellvertretende Geschäftsführerin der AHK Slowakei. Die Branche trägt mehr als ein Zehntel zum Bruttoinlandsprodukt und über 40 Prozent zu den Exporterlösen bei. »Genau dieser Schwerpunkt birgt zugleich die Gefahr, zu abhängig von einer Industrie zu werden«, sagt Marková.
Der Wandel ist indes in vollem Gange. Einerseits verlagern sich Schwerpunkte der slowakischen Autoindustrie auf die Zukunftsfelder E-Mobilität, Energiespeicherung, Wasserstoff und intelligente Logistiksysteme. Andererseits entsteht im Osten des Landes eine Art slowakisches IT-Valley. IT-Dienstleister und -Fachkräfte stehen hier zur Unterstützung deutscher Firmen in den Bereichen Shared Service Center, Business Process Outsourcing oder Cybersecurity bereit. Zunehmend werden gezielt EU-Fördermittel genutzt, um IT-Innovationen voranzutreiben und zum Beispiel Start-ups in der App-Entwicklung zu unterstützen.
»Die Innovationskraft, Arbeitsdisziplin, eine den Bayern vertraute Kultur und der Euro als Währung sind Vorteile, die insbesondere bayerische Unternehmen an slowakischen Partnern schätzen«, beobachtet Marková. Mit der Pandemie und den damit verbundenen Störungen der globalen Lieferketten habe die Tatra-Republik zudem ihre geografischen Vorteile für die deutsche Wirtschaft ausgespielt. »Nearshoring hat stark an Bedeutung gewonnen. Zudem ist die Slowakei ein wichtiger Knotenpunkt für den deutschen Export«, so Marková.

Ebenfalls von der geografischen Lage als direkte Nachbarn profitieren die deutsch-polnischen Beziehungen. Polens Mitgliedschaft in der EU sei eine besondere Erfolgsgeschichte, analysiert GTAI. Seit dem Beitritt zur Staatengemeinschaft legte das Bruttoinlandsprodukt des Landes um das Dreieinhalbfache zu. In den vergangenen zehn Jahren wuchs die Wirtschaftskraft sogar doppelt so schnell wie der EU-Durchschnitt.
»Polen ist seit vielen Jahren ein beliebter Produktionsstandort für Unternehmen aus Deutschland. Der steigende Wohlstand des Landes schafft außerdem neue Absatzchancen für deutsche Exporteure«, sagt Paweł Kwiatkowski, Leiter der Marktberatung bei der AHK Polen. Mehr als 7.000 Unternehmen mit deutschem Kapital sind in Polen aktuell vertreten. Die neue proeuropäische Regierung rund um den früheren EU-Ratspräsidenten und jetzigen polnischen Ministerpräsidenten Donald Tusk werde vermutlich für einen weiteren Aufschwung der deutsch-polnischen Beziehungen sorgen.
»Wir beobachten schon seit November 2023 verstärktes Interesse von deutschen Unternehmen bei Absatz- und Beschaffungsprojekten in Polen«, sagt AHK-Experte Kwiatkowski. Chancen für bayerische Unternehmen ergäben sich aktuell vor allem durch die Freigabe von Mitteln aus dem EU-Wiederaufbaufonds an Polen. Dieser ist insbesondere für digitale und grüne Investitionen vorgesehen. Kwiatkowski: »In Polen gibt es einige Bereiche, in denen die Technologien fehlen und die daher besonders importabhängig sind. Dazu zählt zum Beispiel der Maschinenbau.« Gute Absatzmöglichkeiten bieten zudem Energie- und Umwelttechnik, Industrie 4.0, Medizintechnik sowie Smart Mobility.
Potenzial in Polen sieht auch das Münchner Start-up ProGlove. Das Unternehmen hat eine Handschlaufe mit integriertem Barcode-Scanner für die Industrie entwickelt. »Herkömmliche Scan-Pistolen müssen Fabrikangestellte bei jedem Scan in die Hand nehmen und sie anschließend

wieder ablegen. Die Idee des Handschuhs ist, den Prozess wesentlich schneller und ergonomischer für die Mitarbeitenden umzusetzen«, erklärt ProGlove-Sprecher Clemens Zunk.

Nach der Gründung vor zehn Jahren weitete das Unternehmen seinen Kundenkreis zunächst auf die DACH-Region aus. Der nächste Schritt 2018 ging bereits nach Polen. »Wir konnten über Kunden aus dem Autobau einige ihrer Zulieferer mit Werken in Polen und einen Lebensmittelgroßhändler als Kunden gewinnen. Das war unser Markteintritt«, sagt Zunk. »Seit 2021 sind zwei Territory Accounter nur für uns in Polen zuständig«. Es gibt über 25 lokale Integrationspartner und Reseller.

»Polen ist für uns die Basis für Osteuropa und zugleich die Brücke ins Baltikum«, erklärt Zunk. Mehr als ein Drittel des gesamten Umsatzes in Osteuropa generiert ProGlove im Nachbarland. »Das Lohnniveau in Polen nähert sich inzwischen dem in Deutschland an. Außerdem wird auch dort der Fachkräftemangel größer.« Für das Münchner Unternehmen sind das interessante Nachrichten. Zunk: »Dadurch steigt das Interesse an smarten Lösungen für die industrielle Fertigung.« Lösungen, die ProGlove liefern will. ●

Zu den Ländern Mittelosteuropas sowie vielen weiteren Regionen bietet die IHK für München und Oberbayern eine individuelle und für ihre Mitgliedsunternehmen kostenfreie Länderberatung. Mehr Infos: **www.ihk-muenchen.de/de/service-beratung/laenderberatung.html**

IHK-VERANSTALTUNGSTIPP

B2B-Day Bavaria – Slovakia

Beim B2B-Day können Unternehmen aus Bayern und der Slowakei sich zu den Geschäftsmöglichkeiten in der Slowakei informieren und direkte Kontakte zu neuen potenziellen Partnern knüpfen. Im Mittelpunkt steht der IT-Sektor.

Termin: 22. Oktober 2024, 10–14 Uhr
Ort: IHK München, Max-Joseph-Str. 2, 80333 München

Anmeldung: **www.events.ihk-muenchen.de/ihk/b2b-day-bavaria-slovakia**

IHK-Ansprechpartnerin zu Europa
Sandra Dirnberger, Tel. 089 5116-1492
Dirnberger@muenchen.ihk.de

Fit für den Verkauf – Rebike lässt gebrauchte E-Bikes professionell aufarbeiten

Foto: Skyshot/Markus Greber

Alt und kaputt? **Von wegen**

Wie lässt sich der Ressourcenverbrauch entscheidend verringern? Eine Möglichkeit bietet die Kreislaufwirtschaft. Wie sie funktioniert, zeigen zwei Firmen aus Oberbayern.

Von Monique Opetz

München lebt auf Pump. Die Bewohner der Stadt verbrauchen viermal mehr Ressourcen pro Jahr, als natürlicherweise vorhanden sind. Das zeigt eine aktuelle Studie zur Kreislaufwirtschaft, die die Initiative »Circular Republic« des Innovations- und Gründungszentrums UnternehmerTUM angestoßen hat. Die bayerische Landeshauptstadt ist fast vollständig auf Importe angewiesen, um ihren Rohstoffbedarf zu decken. Doch wie kann dieser »Rohstoffkredit« zurückgezahlt werden?

Eine Antwort darauf wollen zirkuläre Geschäftsmodelle liefern (siehe Kasten rechts). »Eine zirkuläre Strategie ermöglicht, schließt, schafft oder verlängert Kreisläufe«, sagt Adriana Neligan, Senior Economist für Umwelt, Kreislaufwirtschaft und Nachhaltigkeit am Institut der deutschen Wirtschaft (IW). Dazu zählen etwa Sharing-Angebote und Businessmodelle, die die Lebensdauer von Produkten verlängern oder mit weniger Rohstoffen als Vergleichsprodukte auskommen.

»Der Übergang zu zirkulären Geschäftsmodellen kann beispielsweise die Rohstoffversorgung sichern, indem Unternehmen unabhängiger von internationalen Märkten sind«, sagt die Expertin. Ein Hemmnis – gerade für kleine und mittelständische Unternehmen – sei jedoch oftmals die fehlende Vernetzung: »Ich glaube, man muss in Wertschöpfungsketten oder sogar -netzen arbeiten«, sagt Neligan. Denn das Nebenprodukt eines Produkts könne wertvoller Input für ein anderes sein. Zwei Unternehmen, die bereits auf zirkuläre Geschäftsmodelle setzen, sind die Rebike Mobility GmbH und die tozero GmbH aus München.

»Die Idee für Rebike entstand, weil es 2018 keinen professionellen Gebrauchtmarkt für E-Bikes gab«, sagt Rebike-Co-Gründer und CEO Thomas Bernik. Sein Team verlängert die Lebenszeit von gebrauchten E-Bikes durch einen sogenannten Refurbishing-Prozess, eine professionelle Wiederaufbereitung. »E-Bikes sind sehr

ZIRKULÄRE GESCHÄFTSMODELLE

- **Sharing-Modelle:** gemeinsame Nutzung zum Beispiel von Pkws, Fahrrädern oder E-Rollern
- **Product-as-a-Service:** Produkte werden nicht verkauft, sondern mit Wartungsvertrag verpachtet.
- **Verlängerung der Produktlebensdauer:** durch Upgrades, Reparatur, Wiederaufbereitung
- **Rückgewinnung von Ressourcen:** durch Recycling

langlebig und hochpreisig. Daher war mir klar, dass dieser Markt sehr großes Potenzial hat.«

Doch das war anfangs gar nicht so einfach, denn gebrauchte E-Bikes gab es damals nur bei E-Bay-Kleinanzeigen, erinnert er sich. So kauften sein Geschäftspartner und er zunächst Messe- und Vorführmodelle, die sie reparierten. »Aber das waren ein paar Hundert – viel zu wenig«, so Bernik.

Also schuf das Start-up seinen eigenen Kreislauf. Es kaufte zunächst neue E-Räder bei großen Herstellern und vermietete sie in Garmisch-Partenkirchen und Oberstdorf. Zusätzlich starteten sie eine Onlineplattform, auf der sie neue E-Bikes per Ein- oder Zweijahres-Abo vertrieben. Diese ehemaligen Neuräder wanderten danach zurück in das hauseigene Refurbishment-Center, wo sie für den Gebrauchtmarkt zum Verkauf fit gemacht werden.

Vor etwa zwei Jahren kam eine entscheidende Entwicklung hinzu: Die Verträge von Leasingfirmen, die E-Bikes an Firmen für deren Mitarbeitende vermieten, liefen aus. Für das Rebike-Geschäftsmodell sind Leasingrückläufer wirtschaftlich lukrativer, weil das Start-up mit einer unbegrenzten Menge an gebrauchten E-Bikes besser und schneller skalieren kann. Der Geschäftsführer schätzt, dass im kommenden Jahr über 100.000 E-Bikes von Leasingfirmen auf den Markt zurückkommen. Das heißt für das Unternehmen: Es kann exakt so viel Ware einkaufen, wie es benötigt.

20.000 ehemals geleaste Räder wollen Bernik und sein Team 2024 wiederaufbereiten – und nicht nur in Deutschland verkaufen. Um den zirkulären Kreis zu schließen, möchte er refurbishte E-Bikes künftig auch zurück ins Leasinggeschäft bringen. Seit Sommer läuft eine Kooperation mit einer Leasingfirma.

Foto: tozero

Will wertvolles Lithium zurückgewinnen – tozero-Geschäftsführerin Sarah Fleischer

Um ausrangierte Ware kümmert sich auch das Start-up tozero. Das 2022 gegründete Unternehmen recycelt Lithium-Ionen-Batterien, die etwa in Elektroautos eingesetzt werden. Die Sekundärrohstoffe sollen zurück in den Wirtschaftskreislauf gebracht und für neue Akkus wiederverwendet werden. Ein vielversprechender Markt, denn laut dem Fraunhofer-Institut für System- und Innovationsforschung ISI wird der Recyclingbedarf stark zunehmen: Die Rücklaufquote von Lithium-Ionen-Batterien soll von 50.000 Tonnen im Jahr 2023 auf 420.000 Tonnen im Jahr 2030 steigen.

Lithium ist ein begehrter, aber nicht nachwachsender kritischer Rohstoff, der außer in E-Autos auch in Smartphones oder Laptops steckt. Beim Batterierecycling kommen üblicherweise aggressive Chemikalien zum Einsatz. Aus der sogenannten Schwarzmasse konnten bisher nur Nickel, Kobalt und Kupfer recycelt werden.

»Wir konzentrieren uns darauf, Lithium und Grafit zurückzugewinnen – und zwar umweltfreundlich«, sagt Sarah Fleischer, Co-Gründerin und CEO von tozero. Die Technologie erfülle heute schon die Recyclinganforderungen der Europäischen Kommission, die ab 2031 eine Rückgewinnungsrate von mehr als 80 Prozent für Lithium vorschreibt.

Mehrere Tonnen Schwarzmasse kann die Pilotanlage in Karlsfeld pro Tag verarbeiten. In diesem Jahr hat das Unternehmen erstmals zurückgewonnenes Lithiumcarbonat verkauft. »Meines Wissens sind wir die Ersten in Europa«, sagt Fleischer. Dabei sei nicht nur die Batterieindustrie hungrig auf das Material, auch die Glas-, Schmierstoff-, Keramik- oder Zementindustrie sind auf den Rohstoff angewiesen. Die Geschäftsführerin betont: »Statistiken zeigen: Wenn Lithium bis 2040 aufgrund der vorgeschriebenen Quote zurückgewonnen würde, könnte man locker über 50 Prozent des Bedarfs in Europa decken.« Das heißt, Recycling würde die Abhängigkeit von Lithium-Importen vermindern und Lieferketten stärken. Bis 2027 möchte tozero die erste kommerzielle Recyclinganlage in Betrieb nehmen. 90.000 Tonnen Lithium-Ionen-Batterien sollen dann jährlich verarbeitet werden.

Dass nachhaltiges Wirtschaften kein Nischenthema mehr ist, zeige die von der Bundesregierung geplante Nationale Kreislaufwirtschaftsstrategie, sagt IW-Expertin Neligan: »Es ist ein wirtschaftspolitisches Thema, das positiv besetzt ist – und für eine Transformation steht, die bereits auf europäischer Ebene stattfindet und nun die Stakeholder auf nationaler Ebene einbezieht.« ●

Mehr zur Kreislaufwirtschaft gibt es auf der IHK-Website unter:
www.ihk-muenchen.de/de/Service/Umwelt/Kreislaufwirtschaft

IHK-Ansprechpartnerin zur Kreislaufwirtschaft
Sabrina Schröpfer, Tel. 089 5116-1458
schroepfer@muenchen.ihk.de

ANZEIGE

„Die Dichte an Schwarzen Schwänen hat zugenommen“

Die letzten Jahre haben eindrücklich gezeigt, dass die Dichte der so genannten „Schwarzen Schwäne“ zugenommen hat. Die Metapher hat Finanzmathematiker Nassim Taleb geprägt, er beschreibt damit den Eintritt völlig unerwarteter Ereignisse und ihre unvorhersehbaren Folgen. Ereignisse wie die Covid-19-Pandemie, die Kriege in der Ukraine und in Israel zählen zu diesen Schwarzen Schwänen, die die konjunkturelle Lage drastisch verändert und Unternehmen vor zahlreiche neue Herausforderungen gestellt haben.

Peter Herreiner
Geschäftsführer BayBG

Wie können sich Unternehmen auf diese scheinbar unmöglichen Ereignisse vorbereiten? „Per Definition können sie es nicht – schließlich weiß niemand, wann und wie diese Ereignisse auftreten“, erklärt Peter Herreiner, Geschäftsführer der BayBG. „Aber es lassen sich durchaus Maßnahmen ergreifen, um ein Unternehmen wetterfest aufzustellen. Dazu zählen ein aktives Risikomanagement, eine stabile Bilanzstruktur und eine kontinuierliche Überprüfung der wirtschaftlichen Lage.“

Jedes Unternehmen trägt zu jedem Zeitpunkt eine große Vielzahl unterschiedlichster Risiken: Prozessrisiken, Beschaffungsrisiken, Risiken auf der Abnehmerseite, rechtliche Risiken, Risiken in der Finanzierungsstruktur. „Letztere lassen sich gut mit einer starken Eigenkapitalbasis managen, schließlich ist eine hohe Eigenkapitalquote die beste Gewähr, um Krisen abzuwettern“, weiß Herreiner. „Vor diesem Hintergrund wenden sich auch vermehrt Unternehmen an Beteiligungsgesellschaften, die durchaus Kredite aufnehmen könnten, aber stattdessen eine Stille Beteiligung in Betracht ziehen.“ Denn dieser alternative Finanzierungsbaustein bietet eine höhere Sicherheit als ein Kredit, schließlich gibt es weder Covenants noch Kündigungsrechte zu beachten und Unternehmen müssen auch keine Sicherheiten vorhalten. Zusätzliches Eigenkapital sorgt für eine deutlich breiter aufgestellte Gesamtfinanzierung und die Bilanzstruktur wird optimiert. Dies wissen wiederum Banken und Sparkassen zu schätzen, die strenge Regularien zur Kreditvergabe erfüllen müssen. Mit zunehmender Regulierung nach der Finanzkrise 2008 wurde der Spielraum für Banken, Unternehmen auch in kritischen Situationen Liquidität zur Verfügung zu stellen, deutlich eingeschränkt.

„Unternehmerisches Denken bedeutet auch, kontinuierlich die wirtschaftliche Lage zu überprüfen. Wer erst in Krisenzeiten aktiv wird, sieht sich weit mehr Problemen ausgesetzt als ein Unternehmen, das regelmäßig die Zahlen analysiert und passende Strategien zur Risikominderung entwickelt,“ sagt Peter Herreiner. „Oder anders gesagt ‚Kümmern Sie sich ums Geld, wenn Sie können, nicht, wenn Sie müssen‘. Dieser Ansatz hilft, finanzielle Engpässe zu vermeiden und ermöglicht es, in stabileren Zeiten Reserven aufzubauen, die in Krisenzeiten dringend benötigt werden.“

Der Wunsch nach Stabilität und Resilienz beschäftigt zahlreiche Unternehmen, die vergangenen Jahre haben ihre Spuren hinterlassen. „Rund 50 Prozent der BayBG-Portfoliounternehmen nutzen das Beteiligungskapital für ihre Bilanzstruktur,“ erklärt Herreiner. „Die andere Hälfte nutzt das zusätzliche Kapital für Wachstums- oder Transformationsvorhaben.“ Branchen wie IT und Life Science verzeichnen mitunter zweistellige Wachstumsraten und haben einen entsprechend starken Kapitalbedarf.

Aktuell beobachtet Herreiner eine stärkere Vermischung von Wachstums- und Transformationsthemen. „Transformationen sind grundsätzlich auch wachstumsorientiert, doch besitzen sie oftmals auch defensiven Charakter und dienen der Verteidigung von Wettbewerbsfähigkeit in einem bestehenden Markt“, erklärt Herreiner.

BayBG

Nutzen Sie Ihre Chancen. Mit Beteiligungskapital. Mit der BayBG. 089 122 280-100 – www.baybg.de

Wollen in Digitalisierung investieren – Alexander Götzner, Christoph Schulz und Simon Werner (v.l.) von »Lederhosen Junkies«

Foto: Lederhosen Junkies

Gut beraten durchstarten

Mit einer individuellen Strategie und dem passenden Finanzierungsfahrplan können sich Unternehmen auch in schwierigen Zeiten Geld für Investitionen beschaffen.

Von Eva Müller-Tauber

Wer dauerhaft erfolgreich sein will, muss sein Geschäftsmodell immer wieder optimieren. Das wissen auch Alexander Götzner (33), Simon Werner (31) und Christoph Schulz (34). In ihrem Ladengeschäft »Lederhosen Junkies« in Höhenkirchen-Siegertsbrunn bei München bieten sie hochwertige, personalisierte Hirschlederne an. Bisher lassen sie ihre individuell gestalteten »Kurzen« von Firmen aus Süddeutschland für ihre Kunden maßschneidern und besticken.

Nun möchten die drei einen Teil der Produktion ins Unternehmen eingliedern und ihren gesamten Workflow digitalisieren, inklusive Webshop und Onlinekonfigurator. So wollen sie unter anderem den Kunden, die bei den zahlreichen individuellen Gestaltungsoptionen manchmal die Qual der Wahl haben, die Entscheidung erleichtern. »Dafür benötigen wir jedoch erstmals zusätzliches Kapital in fünfstelliger Höhe«, erklärt Marketing- und Sales-Manager Schulz. Bisher hatten die Jungunternehmer ihre Ausgaben ausschließlich über Eigenmittel finanziert.

Das Problem: »Als kleinem und recht jungem Unternehmen, das zudem keine bahnbrechende Innovation auf den Markt bringt, sondern ausschließlich seine Produkte und seine Geschäftsidee weiterentwickelt, bleiben uns nicht so viele Finanzierungsmöglichkeiten außer ein Bankkredit oder Förderungen beziehungsweise Zuschüsse«, sagt Schulz. Bei den umliegenden Banken haben die Unternehmer bereits angefragt. »Die reagierten jedoch sehr zurückhaltend«, so Schulz, der auch die wirtschaftlich angespannte Gesamtsituation dafür verantwortlich macht. »Aber an sich sollte ein Unternehmen gerade in schwierigen Zeiten investieren, um sich zukunftsfest aufzustellen.«

Mit der offenen Finanzierungsfrage stehen die Lederhosen Junkies nicht allein da. Ob für die Entwicklung von Produkten und Dienstleistungen, den Kauf neuer Maschinen oder Investitionen in die Digitalisierung – in wirtschaftlich schwierigen Zeiten, bei einem hohen Zinsniveau ist es für Unternehmen nicht immer einfach, an Geld zu kommen.

Das liegt auch daran, dass viele Firmen vor allem auf Bankkredite setzen. »In der aktuellen Finanzlandschaft werden die

Anforderungen für die Kreditvergabe durch Banken stetig strenger«, sagt Lena Weiß, betriebswirtschaftliche Beraterin bei der IHK für München und Oberbayern. Die Gründe dafür liegen etwa in einer immer strikteren Regulierung sowie in wachsenden Anforderungen an das Risikomanagement. Außerdem spielt das Thema Nachhaltigkeit eine immer stärkere Rolle bei der Kreditvergabe. Das stellt gerade kleine und mittlere Unternehmen vor Herausforderungen.

Doch ein Bankkredit ist bei Weitem nicht der einzige Weg, Investitionen zu finanzieren. »Deshalb bieten wir Mitgliedsunternehmen unsere betriebswirtschaftliche Beratung und Unterstützung an, um ihnen individuelle, alternative oder ergänzende Finanzierungsmöglichkeiten aufzuzeigen«, so Weiß (s. Kasten S. 60).

Was besonders zu beachten ist: »Vor jeder Investition sollten Unternehmen den Investitionsbedarf genau prüfen und hierfür einen detaillierten Business Case erstellen«, rät die IHK-Expertin. »Dieser Schritt ist entscheidend, um sicherzustellen, dass alle finanziellen Aufwendungen klar definiert sind und die Investition tatsächlich dazu beiträgt, die Unternehmensziele zu erreichen.« Auch sei es wichtig, die goldene Finanzierungsregel zu beachten. Sie besagt, dass die Fristigkeit der Finanzierung der Dauer der Kapitalbindung der finanzierten Objekte entsprechen sollte. Langfristig gebundene Vermögensgegenstände sollten also auch mit langfristig überlassenem Kapital finanziert werden. »Dies minimiert das Risiko finanzieller Engpässe und sorgt für eine solide Finanzstruktur«, so Weiß.

Auch die Lederhosen Junkies haben das Beratungsangebot der IHK genutzt. Nach einer ersten telefonischen Kontaktaufnahme und einer schriftlichen Anfrage meldete sich ein betriebswirtschaftlicher Berater bei ihnen. Er machte sie unter anderem auf die Unternehmenswerkstatt UWD (www.uwd.de) aufmerksam. Diese digitale Plattform der teilnehmenden Industrie- und Handelskammern (IHK) bietet für Mitgliedsunternehmen und Gründer umfangreiche Informationen für den gesamten Lebenszyklus eines Unternehmens – von der Gründung über die Weiterentwicklung der Firma bis hin zur Nachfolge. Hier lassen sich zum Beispiel detaillierte Geschäfts- und Finanzierungspläne erstellen.

Gemeinsam mit dem IHK-Berater optimierten die Lederhosen Junkies ihren Finanz- und Businessplan und bewarben sich über die Hausbank für einen Universalkredit und den Gründungs- und Wachstumskredit der LfA Bayern. Nun hofft das Trio auf eine positive Rückmeldung.

Sebastian Gouy ist schon etwas weiter. Anfang Mai 2024 übernahm der 41-Jährige die SYMTO GmbH in Burgheim im Landkreis Neuburg-Schrobenhausen. Der Schritt vom Geschäftsführer zum alleinigen Inhaber des mittelständischen Her-

stellers von Reinigungstextilien war auch für den erfahrenen Entrepreneur und Unternehmensberater, der bereits ein Start-up mitgegründet hatte, eine besondere Bewährungsprobe. »Eine Unternehmensnachfolge anzutreten, als alleiniger Gesellschafter und Geschäftsführer, das ist herausfordernd. Schließlich übernehme ich große Verantwortung, für mich, meine Familie und meine Mitarbeiter«, so der Firmenchef.

Entsprechend sorgfältig ging Gouy vor. Als die Idee zur Unternehmensnachfolge konkreter wurde, erstellte er einen Finanzierungsplan. Den Unternehmenskauf ausschließlich über Eigenmittel zu stemmen, lehnte er ab. »Da hätte ich meine Entscheidung nochmals genau überdenken müssen.« Ein üblicher Bankkredit schien ebenfalls nicht die Lösung zu sein. »Und bei einem Investor ist man immer auch fremdbestimmt, das wollte ich nicht.«

Also suchte Gouy unter den zahlreichen regionalen und nationalen Förderprogrammen nach anderen Finanzierungsmöglichkeiten. Er sicherte seine Ergebnisse und Informationen bei der betriebswirtschaftlichen Beratung der IHK ab und stellte einen Förderantrag für einen Gründungs- und Wachstumskredit der LfA Förderbank Bayern, der auch bewilligt wurde.

Ist es angesichts der wirtschaftlichen Flaute nicht ein ungünstiger Zeitpunkt für eine solche Investition? Unternehmer Gouy verneint das entschieden: »Wer legt fest, wann ein günstiger Zeitpunkt ist?« Natürlich sei es leichter, an Geld zu kommen, wenn man es nicht unbedingt brauche. »Aber wer früh genug und gut vorbereitet mit der Bank in Kontakt tritt – nicht erst, wenn es eng wird – und wer ein durchdachtes Konzept und einen USP vorweisen kann«, so seine Erfahrung, »der hat auch in wirtschaftlich eher angespannten Zeiten gute Chancen auf externe Finanzmittel.«

Es lohnt sich auch, neben Bank- und Förderkrediten weitere Finanzquellen in Erwägung zu ziehen. Unternehmer können sich zum Beispiel weitere Partner suchen – so wie Furkan Yerlesmek. Nachdem die erste Finanzierungsrunde für die Gründung eines Lebensmittelgeschäfts in Rosenheim über die Bank nicht wie erhofft verlaufen war, riet ein IHK-Berater dem heute 27-Jährigen, weitere Gesellschafter mit zusätzlichem Kapital einzubinden.

Foto: privat

»Auch in wirtschaftlich eher angespannten Zeiten gibt es gute Chancen auf externe Finanzmittel.«

Sebastian Gouy, Geschäftsführer SYMTO

Yerlesmek überzeugte seine Freunde Aziz Demir und Levent Karagöz, nicht nur aktiv und mit ihrem Know-how, sondern auch mit Kapital in die Firma einzusteigen.

Seit rund einem Jahr bietet die PAK-ET Frischmarkt GmbH im Aicherpark Outlet in Rosenheim nun tatsächlich ihre Produkte an – türkische Feinkost, Fleisch und Obst. »Zu dritt und dank der guten Beratung durch die IHK und unsere Ansprechpartner bei der Bank hat es auch mit dem Gründungsdarlehen geklappt«, freut sich Yerlesmek.

Auch die drei Lederhosen Junkies haben einen Plan B vorbereitet, falls es mit der Förderung wider Erwarten nichts werden sollte. »Dann verschieben wir die Investition und das Projekt zeitlich etwas nach hinten und versuchen, es in Eigenleistung zu wuppen, unsere Marke eigenständig voranzutreiben«, so Schulz. Doch er und seine Partner denken positiv: »Wir haben gut vorgearbeitet und unsere Zahlen stimmen uns optimistisch.«

IHK-Ansprechpartner zum Thema Finanzierung
Wolfgang Wadlinger, Tel. 089 5116-0
beratung@muenchen.ihk.de

IHK-SERVICE: BETRIEBSWIRTSCHAFTLICHE BERATUNG

Die betriebswirtschaftlichen Berater der IHK unterstützen Mitgliedsfirmen bei Fragen der Weiterentwicklung, Förderung und Finanzierung. Informationen unter:
www.ihk-muenchen.de/de/service-beratung/betriebswirtschaftliche-beratung

Einen guten Überblick zu Finanzierung und Förderung liefert der IHK-Ratgeber:
www.ihk-muenchen.de/de/Service/finanzierung-und-foederung/Unternehmen

Nachhaltige Finanzierungsansätze, die ökologische, soziale und Governance-Aspekte (ESG-Kriterien) berücksichtigen, werden zunehmend wichtig für die Attraktivität einer Firma am Markt und für Investoren. Die IHK bietet eine Checkliste dazu:

www.ihk-muenchen.de/ihk/Finanzwirtschaft/Checkliste-Nachhaltigkeit-(beschreibbar)-IHK-für-München-und-Oberbayern.pdf

200 Jahre
#Ganzbeidir

Bis zu 3.000 Euro extra!*

Energiezuschuss für Ihr Unternehmen.

Wir unterstützen Ihre Investition in erneuerbare Energien, Elektromobilität und energetische Gebäudeeffizienz.

Jetzt Investitionskredit mit Zuschuss abschließen!

*Der „S-Energiezuschuss" ist kein zusätzlicher Kredit, sondern ein Zuschuss auf einen abgeschlossenen Investitionskredit. Höhe des Zuschusses: einmalig 2% der Kreditsumme des zugrunde liegenden Kreditvertrags, maximal 3.000 Euro. Gilt für gewerbliche Kunden (mit Ausnahme von Existenzgründern) bei Abschluss und vollständiger Auszahlung eines Investitionskredites bis 31.10.2024 und ab 10.000 Euro Kreditbetrag; Mindestlaufzeit: 36 Monate. Vollständige Teilnahmebedingungen zum S-Energiezuschuss: www.sskm.de/energiezuschuss

Stadtsparkasse München

Heißer Draht zum Kunden

Newsletter können überaus effektive Marketingwerkzeuge sein.
Was Profis empfehlen, damit die digitalen Aussendungen zum Erfolg werden.

Von Josef Stelzer

Newsletter gehören zu den bewährten Instrumenten im Marketingmix. Firmen versorgen damit Kunden und Interessenten per E-Mail mit Informationen über neue Produkte oder Dienstleistungen, werben mit Rabattaktionen oder berichten über Neuerungen und Trends. Typische Bausteine sind Textbeiträge, Bilder oder Grafiken sowie Links zu Firmenwebseiten, Onlineshops, Webinaren und Videoclips. Zum Einsatz kommen die digitalen Infoblätter in so gut wie allen Branchen. Kleinere Unternehmen adressieren oftmals weniger als 1.000 Kundenkontakte, bei größeren sind es bis zu eine Million und mehr Empfänger.

Wie verbreitet die digitalen Aussendungen sind, zeigt zum Beispiel eine Umfrage des Marktforschungsunternehmens Bitkom Research unter mehr als 500 Handelsunternehmen im vergangenen Jahr: 79 Prozent der befragten Firmen gaben an, eigene Newsletter zu verschicken.

Doch nicht alle Info-E-Mails sind gleichermaßen wirksam. Wie müssen Newsletter gestaltet sein, damit Empfänger sie nicht gleich in den digitalen Papierkorb schieben? Worauf kommt es besonders an?

Foto: apriori pr & marketing

Die wichtigste Regel klingt selbstverständlich, wird aber längst nicht immer beachtet: »Die Informationen müssen für die Empfänger und ihre Branche unbedingt relevant sein, sonst erreicht man die Zielgruppen nicht«, sagt Christiane Lesch (48), Inhaberin von apriori pr & marketing in München. Sie ist davon überzeugt, dass »gut gemachte Newsletter in der B2B-Kommunikation mittlerweile fast unverzichtbar sind«. Allerdings dürften Werbebotschaften nicht im Vordergrund stehen, sondern der für die jeweilige Zielgruppe relevante Inhalt. Dass dies Anpassungsaufwand bedeuten kann, zeigt das Beispiel der auf Arbeitsplatzdesign spezialisierten Steelcase GmbH in München.

Steelcase zählt zu Leschs Kunden und verschickt verschiedene Newsletter an unterschiedliche Zielgruppen. Insgesamt gibt es etwa 25.000 Empfänger in Europa, im Mittleren Osten und in Afrika, davon circa 1.000 in Deutschland. Um die Erstellung und Aktualisierung der Kundendaten kümmern sich regelmäßig zehn bis zwölf Steelcase-Mitarbeitende, die auch Texte übersetzen und bei den Formulierungen sowie der Bildauswahl auf die kulturellen Besonderheiten der Zielländer achten. Für den voll automatisierten Versand per E-Mail-Verteiler sorgt eine Newsletter-Software, die zudem Response-Statistiken und Analysen bereitstellt.

IHK-VERANSTALTUNGSTIPP

Erfolgreich mit Online-Marketing

Im Rahmen der gemeinsamen Digitalisierungsinitiative der bayerischen IHKs startet im September 2024 eine achtteilige Webinarreihe zu verschiedenen Themen des Online-Marketings. Zum Auftakt geht es mit einer Einführung in das Online-Marketing los.

Termin: 11. September 2024, 10–11 Uhr online

Weitere Informationen und Anmeldung:
www.bihk.de/onlinemarketing

Bietet ein Newsletter wertvollen, hilfreichen Content für die Empfänger, sind hervorragende Rückmeldungen möglich. So hat zum Beispiel die Maschinenfabrik Reinhausen GmbH ihren Newsletter im vergangenen Jahr genutzt, um ein neues Produkt einzuführen, mit dem sich der Zustand von Leistungstransformatoren für Umspannwerke in Stromnetzen überwachen lässt. Versendet wurde an die Bestandsadressen des Regensburger Unternehmens.

Das Ergebnis der Kampagne: Die Umsätze, die sich auf den Newsletter-Versand zurückführen ließen, übertrafen die Marketingkosten um das Sechsfache.

Für Konzeption, Versand und Response-Auswertung sorgte die Federkiel & Partner GmbH in Stephanskirchen. Sie ist auf Newsletter und Marketingautomation spezialisiert. Eine Grundvoraussetzung für erfolgreiches Newsletter-Marketing »ist ein aktueller und rechtskonformer E-Mail-Verteiler, den die Unternehmen selbst auf Grundlage ihrer Kundendaten aufbauen sollten«, betont Thomas Federkiel (50), Geschäftsführer und Mitinhaber des Marketingdienstleisters.

Um E-Mail-Adressen zu gewinnen, eignen sich etwa Angebote von White Papern auf der Firmenwebseite sowie Fallstudien und Podcasts. Auch über Social-Media-Plattformen lassen sich E-Mail-Adressen generieren (s. Kasten oben).

Unabdingbar bei der Anmeldung zum Newsletter-Abo ist das Double-Opt-in-Verfahren: Nachdem sich Adressaten in die E-Mail-Liste für den Newsletter eingetragen haben, erhalten sie automatisch eine Antwort-E-Mail. Per Klick können sie dort die Einwilligung zur Anmeldung bestätigen. Wer den Bestätigungslink nicht anklickt, landet nicht im Verteiler.

»Newsletter-Marketing eignet sich im B2B-Bereich vor allem für die Kontaktpflege bei Bestandskunden, etwa um die eigene Marke in Erinnerung zu rufen, aber auch für die Neukundengewinnung«, betont Federkiel. Ein Newsletter sollte möglichst regelmäßig versendet werden, etwa zwölf bis 15 Ausgaben jährlich. Pro Ausgabe empfiehlt der Experte drei bis fünf Textbeiträge mit Bildern und Verlinkungen, beispielsweise auf die Firmenwebseite, in den Onlineshop oder zu geeigneten Kontaktpersonen im Kundenservice.

Zu den Erfolgsindikatoren gehören Öffnungs- und Klickraten, die Softwarelösungen automatisch ermitteln. Die Klickrate verrät den Anteil der Empfänger, die mindestens einen Link angeklickt haben. Welche Werte Firmen dort anpeilen können? »Für Newsletter sind Öffnungsraten von etwa 40 Prozent ein sehr guter Wert«, sagt der Experte. »Für Kontakt-Buttons, die etwa zu einem Onlineshop weiterleiten, gelten Klickraten von circa fünf Prozent schon als gutes Ergebnis.« ●

IHK-Ansprechpartner zu Digitalisierung
Daniel Meyer, Tel. 089 5116-2024
meyer@muenchen.ihk.de

7 TIPPS: NEUE ABONNENTEN GEWINNEN

Wie können Unternehmen mehr Empfänger für ihre Newsletter interessieren? Experten geben diese Tipps:

1. Auf Webseiten und Onlineshops die Hinweise zur Newsletter-Anmeldung auffällig positionieren
2. Die Newsletter-Anmeldung mithilfe einer Newsletter-Software gestalten und die Anmeldeprozesse und -formulare so einfach und benutzerfreundlich wie möglich aufbauen
3. Anreize anbieten, um die Zahl der Abo-Neuanmeldungen zu erhöhen, etwa Rabatte oder kostenlose Downloads für Podcasts, E-Books und White Papers
4. Auf den Newsletter in verschiedenen Kommunikationskanälen hinweisen, zum Beispiel in E-Mails, auf Social-Media-Plattformen, in Onlineshops sowie auf Verpackungen und Produktetiketten
5. Die explizite Werbeeinwilligung in die Newsletter-Anmeldung integrieren, sodass die Abonnentendaten für weitere Marketingaktivitäten verwendbar sind
6. Newsletter-Software einsetzen, beispielsweise für den automatischen Versand und für Auswertungen, etwa Zustell- und Öffnungsraten, Klick- und Abmelderaten
7. Die Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) beachten und europäische Newsletter-Software verwenden

Quelle: Federkiel & Partner

IHK Prüferehrung

Rund 1.000 ehrenamtliche Prüferinnen und Prüfer waren zum Dank für ihr großes Engagement eingeladen. Sie sichern gemeinsam mit Ausbildungsbetrieben und Berufsschulen die hohe Qualität der Beruflichen Bildung.

Foto: Matthias Balk

Auszeichnung für 40 Jahre erfolgreiche Prüfertätigkeit von angehenden Fachwirten für Güterverkehr und Logistik – Prüfer Ulrich Kaltenhäuser (M.) mit IHK-Vizepräsidentin Kathrin Wickenhäuser-Egger und Hubert Schöffmann, IHK-Bereichsleiter Bildung

Foto: Matthias Balk

Wolfgang Helmut Embacher (l.) prüft seit 40 Jahren Medientechnologen, Druck und Siebdruck – IHK-Hauptgeschäftsführer Manfred Gößl dankte ihm herzlich für diesen Einsatz

Foto: Matthias Balk

Fantasievolle Show – artistische Einlagen und Entertainment von internationalen Künstlern unterhielten die Gäste

Foto: Matthias Balk

Gut besucht – jeweils rund 250 Prüfende kamen zu den Ehrungen

Foto: Matthias Balk

Ein Ehrenamt, das Freude macht – Prüfer Rudolf Hrasky (M.) mit seiner IHK-Ehrenurkunde. Die Urkunde gibt es zusammen mit dem IHK-Ehrenzeichen in Silber für zehn Jahre und in Gold ab 20 Jahren ehrenamtlichen Wirkens

Foto: Matthias Balk

Gelungener Abend – mit erstklassiger Unterhaltung, viel Austausch und kulinarischen Genüssen

Foto: Matthias Balk

Große Gala – gefeiert wurde im GOP Varieté-Theater in München

Foto: Matthias Balk

Dankeschön – die IHK veranstaltete zur Ehrung ihrer vielen Prüfer aus allen Fachrichtungen und Regionen Oberbayerns gleich drei Eventabende

PRÜFER WERDEN

Fachlich versiert, auf aktuellem Stand und menschlich zugewandt – das sind die IHK-Prüferinnen und -Prüfer. Sind Sie einer von ihnen und kennen geeignete Kollegen aus Ihrem Netzwerk? Dann freut sich die IHK über Ihre Empfehlung!

prueferwerden@muenchen.ihk.de

Das System der Beruflichen Bildung beruht auf handlungsorientierten und praxisnahen Prüfungen. Somit sind Prüfende die Garanten für einen starken Wirtschaftsstandort. Sie übernehmen Verantwortung für die Zukunft vieler Tausend junger Menschen, indem sie in jährlich rund 60.000 Prüfungen in Oberbayern dabei mitwirken, die dringend benötigten Fachkräfte für alle Branchen zu qualifizieren. Dafür erhalten sie eine Entschädigung für ihren Zeitaufwand, die Fahrtkosten und für sonstige Auslagen.

Zudem bekommen sie Zugang zu einem regionalen Netzwerk von Institutionen und Firmen ihrer Branche. Daher stellen die meisten Unternehmen ihre Mitarbeitenden für diese wichtige ehrenamtliche Tätigkeit auch frei. Mehr Informationen unter:

ihk-muenchen.de/pruefer-werden

IHK AzubiRiesenrad

Den perfekten Überblick über die berufliche Bildung konnten sich Mitte Juli rund 1.600 Schüler in München verschaffen. Dort drehte das IHK Azubi-Riesenrad erstmals seine Runden.

Foto: IHK/Tobias Hase

Attraktion am Ostbahnhof in München – unter dem Motto jetzt#könnenlernen stellten knapp 100 Unternehmen ihre Ausbildungsangebote in den »Berufegondeln« und auf der Ausstellerfläche vor dem Riesenrad vor

Foto: IHK/Tobias Hase

Austausch in luftiger Höhe – in den Gondelrunden konnten sich die jungen Teilnehmer kompakt über berufliche Ausbildung und Duales Studium informieren

Foto: IHK/Tobias Hase

»Wer junge Leute von einer Ausbildung überzeugen will, muss neue Wege gehen« – IHK-Hauptgeschäftsführer Manfred Gößl eröffnete das Event

Foto: IHK/Tobias Hase

Was soll ich werden? Die Jugendlichen konnten sich bei Berufscoaches, Vertretern der Agentur für Arbeit München sowie den IHK-Integrations- und Bildungsberatern Empfehlungen und Tipps holen

VERLAGSANZEIGE

immo 3.2024

Immobilien in München und Oberbayern

Duken & v. Wangenheim
Zauberhafte Villa im Herzen des Herzogparks
Illustration © Stephanie Gehringer

Um die großzügigen Grün- und Wasserflächen am Business Campus München : Garching kümmert sich die standorteigene Gärtnerei.

Fotos: Business-Campus

Standortvorteil Quartiersmanagement

Ein professionelles Quartiersmanagement vor Ort ist für ansässige Unternehmen ein echter Mehrwert am Standort. Am Business Campus München : Garching profitieren davon 130 Unternehmen mit über 8000 Beschäftigten.

Gute Erreichbarkeit, moderne und flexible Mietflächen, ein vollständiges Angebot an Service- und Freizeitmöglichkeiten und eine hohe Aufenthaltsqualität für die Beschäftigten: Diese Kriterien sind für die Qualität eines Gewerbeimmobilienstandorts wichtig. Der Business Campus München : Garching bietet als moderner Büro- und Dienstleistungspark all dies für seine 130 ansässigen Unternehmen und deren 8000 Beschäftigten.

Doch für Unternehmen spielt immer öfter ein weiteres Kriterium eine entscheidende Rolle bei der Wahl des Firmenstandorts, ein Kriterium, dessen Mehrwert oft erst im Betrieb erkennbar wird: ein professionelles Quartiersmanagement vor Ort. Im Business Campus München : Garching können die ansässigen Unternehmen auf so ein Standortmanagement zurückgreifen. Der Business Park gehört zur Regensburger DV Immobilien Gruppe, die als Bestandshalter ihre Standorte über Jahrzehnte betreibt und daher auf ein verlässliches Standortmanagement vor Ort setzt. „Wenn es ein Problem oder einen Wunsch gibt, erreichen uns die Mietpartner vor Ort und nicht am anderen Ende eines anonymen Callcenters irgendwo in Deutschland“, sagt Business-Campus-Geschäftsführer Lars Dücker. Zum Standortmanagement gehört neben den Teams von Verwaltung und Vermietung ein komplettes Facility Management mit eigener Haustechnik, eigener Hausmeisterei und eigener Gärtnerei, die sich unter anderem auch um die großzügigen, parkähnlichen Grün- und Wasserflächen mit einem eigenen See im Zentrum des Areals kümmert und damit für die hohe Aufenthaltsqualität im Business Campus sorgt. „Wir sehen unsere Mietpartner tatsächlich als Partner und wollen, dass sich die Firmen und ihre Beschäftigten an unserem Standort wohlfühlen. Dazu gehört es, kompetente und erfahrene Spezialisten für alle Gewerbeimmobilien-Themen vor Ort zu haben und schnell reagieren

zu können, wenn Anfragen an unsere Teams kommen", so Dücker.

Angebote auf Bedürfnisse abgestimmt

Das Quartiersmanagement beginnt aber nicht erst, wenn das Unternehmen seine neuen Flächen bezogen hat, sondern bereits bei der Planung der künftigen Mietflächen. Schon da werden die Unternehmen vom gruppeneigenen Planungsbüro DV Plan betreut, das am Business Campus ein Büro betreibt und in enger Abstimmung mit dem Vermietungsteam maßgeschneiderte Flächenlösungen für den Mietpartner entwickelt. Wenn sich die ansässigen Unternehmen dann im Laufe der Zeit verändern, verkleinern oder vergrößern, profitieren Sie erneut von diesem Zusammenspiel der Vermietungsteams und Planungsteams am Standort. Zudem hat das Quartiersmanagement immer den gesamten Business Campus im Blick und kann bei der Suche nach neuen Flächen auch verfügbare Flächen flexibel integrieren.

Ein weiterer großer Vorteil eines Standortmanagements ist die Planbarkeit von Infrastrukturangeboten. Ähnlich wie in einem Einkaufszentrum – zur DV Immobilen Gruppe gehören auch die beiden Shoppingcenter Donau-Einkaufszentrum Regensburg und Brücken-Center Ansbach - stimmt das Quartiersmanagement das Serviceangebot am Standort auf die Bedürfnisse der ansässigen Unternehmen und deren Mitarbeitenden ab. So bietet der Business Campus zum Beispiel ein leistungsfähiges, und laufend erweitertes Mobilitätsangebot mit direktem Anschluss an die U-Bahn, Parkhäusern mit E-Ladestationen oder Fahrradgaren mit Spinden und Duschen. „Wir steuern auch aktiv die Ansiedlung von attraktiven Angeboten bei Gastronomie, Gesundheit, Fitness, Hotel, Tagung, Kinderbetreuung, Sport und Freizeit oder Nahversorgung im Business Campus. Davon profitieren alle hier", bringt Lars Dücker den Mehrwert eines professionellen Quartiersmanagement auf den Punkt: „Wenn Sie Ihr Büro in einem solitären Bürogebäude in irgendeiner Stadt haben, müssen Sie hoffen, dass das Angebot rund um den Standort hochwertig ist oder bleibt und es so attraktiv für Ihre Beschäftigten bleibt. Sie haben das aber nicht in der eigenen Hand. Im Business Campus München : Garching haben Sie da einen kompetenten Partner an der Seite."

Eigene Haustechnik- und Hausmeisterteams sind Bestandteil des Quartiersmanagement vor Ort.

Herausragende Zwischenbilanz

Aigner Immobilien mit Rekordumsatz zum Halbjahr 2024

Die Aigner Immobilien GmbH legt das beste Halbjahresergebnis seit dem Bestehen des Unternehmens vor. Das Maklerunternehmen erzielte in den ersten sechs Monaten 2024 einen Rekordumsatz von 12 Mio. Euro. Das sind 42 % mehr als im Vorjahreszeitraum. Erheblich gestiegen sind zudem die Transaktionszahlen. Die Geschäftsführung erwartet das umsatzstärkste Jahr der Firmengeschichte.

In einem Marktumfeld, das immer noch von erheblichen Veränderungen geprägt ist, zeigt Aigner Immobilien herausragende Ergebnisse zum ersten Halbjahr 2024. Vom 1. Januar bis 30. Juni konnte das Unternehmen die Zahl der Vermittlungen um 37 % und den Umsatz sogar um 42 % steigern. Aigner Immobilien erreicht damit schon nach den ersten sechs Monaten ein historisches Rekordergebnis.

Geschäftsführer der Aigner Immobilien GmbH: Jenny Steinbeiß und Thomas Aigner

Foto: Aigner Immobilien GmbH

Neben der allgemeinen Marktstabilisierung trug vor allem eine erhebliche Anzahl an Mandaten mit großen Vermittlungsvolumina zu der starken Halbjahresbilanz des Maklerunternehmens bei.

„Wir sind sehr stolz auf diese Zahlen", sagt Thomas Aigner, Geschäftsführer und Inhaber der Aigner Immobilien GmbH. „Der Markt hat sich belebt, die Eigentümer sind verkaufsbereiter. Unsere Verkaufszahlen sind deutlich gestiegen. Pro Woche haben wir 13 Vertragsvermittlungen. Gleichzeitig sind auch die Kaufanfragen um 33 % auf mehr als 18.000 angestiegen. Das sind rund 700 Anfragen pro Woche."

Geschäftsführerin Jenny Steinbeiß ergänzt: „Auch im Investmentsegment zeigt sich eine Markterholung. Wir haben im Vergleich zum Vorjahr deutlich mehr Transaktionen mit höheren Ticketgrößen. Die Nachfrage bei kapitalstarken Investoren ist wieder gewachsen."

Aufgrund der weiterhin starken Auftragslage und der umfangreichen Vertriebsmöglichkeiten blicken die beiden Geschäftsführer mit großen Erwartungen auf die zweite Jahreshälfte, die in der Branche traditionell als die stärkere gilt.

„Wir sind davon überzeugt, dass 2024 das beste Jahr in unserem 33-jährigen Bestehen wird. Unsere Erfahrung, unsere Kompetenz und unsere Leistungsstärke in allen Bereichen sind Erfolgsgaranten", so Thomas Aigner.

Neues Highlight an der Grenze:
Kaiserreich Kiefersfelden

Nach einjähriger Bauzeit fand am 25. April die Übergabefeier für die ersten Mieter statt. Errichtet von Unterberger Immobilien, bietet das Kaiserreich Kiefersfelden auf vier Ebenen zahlreiche Möglichkeiten.

Direkt an der Autobahnabfahrt A93 - Inntalautobahn gelegen, überzeugt das Zentrum mit optimaler Lage und Infrastruktur. Auf circa 12.000 m² Mietfläche gibt es vielfältige Optionen für Einzelhandel, Gastronomie, Wellness, Gewerbe und Entertainment. Ein Bürozentrum mit flexiblen Einheiten ab 78 m² bis ca. 930 m² ist ideal für Start-Ups.

Das nachhaltige Konzept umfasst Glasfasertechnologie, Photovoltaikanlagen und eine Wasser-Wärmepumpe. Begrünte Dachflächen und Parkplätze fördern ein umweltbewusstes Ambiente.

Foto: Alex Gretter

Jetzt Mieter werden
www.kaiserreich.de

KAISERREICH
KIEFERSFELDEN

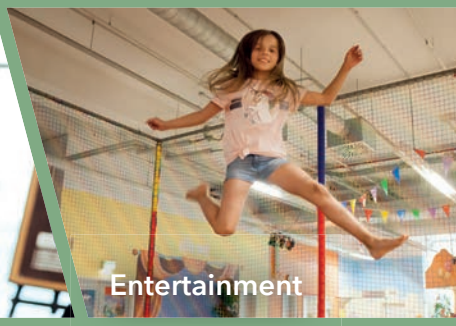
Mietflächen für viele Möglichkeiten

INN Immobilien GmbH - Mag. (FH) Barbara Trapl
Kufsteiner Straße 38, 83088 Kiefersfelden
T +49 8033 3026624
barbara.trapl@unterberger-immobilien.cc

Ein Unternehmen der

UNTERBERGER Gruppe

www.unterberger-gruppe.cc



Stabilisation im Münchner Immobilienmarkt 2024. AAA-Lagen sind stabil.

Exklusive Chancen im gehobenen Preissegment

Klare Anzeichen und mehr als Tendenzen. Das können wir für das 1. und 2. Quartal 2024 berichten. Es ist ein faktischer Anstieg von Transaktionen in AAA-Lagen für Immobilien im gehobenen Segment zu verzeichnen und eine erste Stabilisation des Münchner Marktes zu erkennen. Der Münchener Immobilienmarkt zeichnet sich seit Jahren durch eine bemerkenswerte Dynamik aus, die sowohl nationale als auch internationale Investoren anzieht.

Miriam Schnitzke
Foto: Duken & v. Wangenheim

Die hohe Lebensqualität, die exzellenten Arbeitsmöglichkeiten und die wirtschaftliche Stabilität Münchens, unterstützt durch eine Vielzahl von Großunternehmen und eine starke mittelständische Wirtschaft, machen die Stadt besonders attraktiv für wohlhabende Käufer. Diese Gruppe schätzt nicht nur die kulturellen und sozialen Annehmlichkeiten, sondern auch die exklusiven Immobilienangebote in zentralen Lagen wie der Altstadt und Schwabing. Hier verzeichnen die Preise weiterhin starke Zuwächse, was die Exklusivität dieser Stadtteile unterstreicht.

Ein bedeutender Faktor für die Stabilisation im gehobenen Preissegment ist die nach wie vor begrenzte Verfügbarkeit von Objekten. Diese Verknappung führt zu einer besonderen Werthaltigkeit von Luxusimmobilien, sofern sich diese auch in den AAA-Lagen befinden. Trotz hoher Preise belebt sich die Nachfrage wieder erfrischend, was zeigt, dass exklusive Wohnlagen in München weiterhin stark gefragt sind.

Im Großen und Ganzen schafft die Stadt München für den generellen Markt regulatorische Maßnahmen, wie die Ausweisung neuer Baugebiete und die Förderung des sozialen Wohnungsbaus. Diese sollten bestenfalls den Wohnungsbau fördern und die Mietpreisentwicklung kontrollieren, jedoch bleibt der Druck im gesamten Markt aufgrund fehlender Neubautätigkeit hoch. Auch im gehobenen Segment, aufgrund der limitierten Verfügbarkeit und dem Start von Neubauprojekten in Premium-Standorten.

Ein weiterer wichtiger Trend ist die wachsende Bedeutung von Nachhaltigkeit und Energieeffizienz im Luxussegment. Wohlhabende Käufer legen zunehmend Wert auf umweltfreundliche Bauweisen und energieeffiziente Gebäude. Nachhaltige Immobilienprojekte sind daher besonders gefragt und erzielen oft höhere Preise als konventionelle Bauprojekte. Gesetzliche Vorgaben und Förderprogramme unterstützen diese Entwicklung zusätzlich und machen nachhaltige Luxusimmobilien zu einer attraktiven Investition.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass der Münchener Immobilienmarkt im Jahr 2024 besonders im gehobenen Preissegment von hoher Nachfrage und stabilisierenden Preisen geprägt sein wird. Die begrenzte Verfügbarkeit von tatsächlich guten und richtig eingepreisten Objekten, die wirtschaftliche Attraktivität der Stadt und die wachsende Bedeutung von Nachhaltigkeit und Digitalisierung sind wesentliche Faktoren dieser Entwicklung. Trotz der Herausforderungen bleibt München ein äußerst attraktiver Standort für Luxusimmobilien, was sich in einer weiterhin positiven Marktentwicklung widerspiegeln dürfte.

DUKEN & V. WANGENHEIM

Duken & v. Wangenheim
089 – 99 84 330
info@wangenheim.de
www.wangenheim.de

SEIT 1879 DIE INTERESSENVERTRETUNG
DER HAUS- UND GRUNDEIGENTÜMER.

HAUS+GRUND MÜNCHEN

Haus- und Grundbesitzerverein München und Umgebung e.V.

Zum **17. Mal in Folge** ausgezeichnet als **bundesweit erfolgreichste Interessenvertretung** der Haus-, Wohnungs- und Grundeigentümer.

v.l.: Dr. Kai Warnecke, Präsident von Haus & Grund Deutschland, RA Rudolf Stürzer, Vorsitzender Haus + Grund München, Dr. Ulrike Kirchhoff, Vorsitzende Haus & Grund Bayern

Zum 17. Mal in Folge wurde HAUS + GRUND MÜNCHEN als bundesweit erfolgreichste Interessenvertretung der Haus-, Wohnungs- und Grundeigentümer ausgezeichnet.

Im Geschäftsjahr 2023 konnte die Zahl der Mitglieder um 1.335 auf insgesamt 39.856 Mitglieder gesteigert und damit der stärkste Mitgliederzuwachs der mehr als 900 Haus- und Grundbesitzervereine im Bundesgebiet erzielt werden. HAUS + GRUND MÜNCHEN hat damit mehr als doppelt so viele Neumitglieder gewonnen als der Zweitplatzierte (Haus & Grund Stuttgart) und dadurch seine Stellung als bundesweit größter Eigentümerverband weiter ausgebaut.
Für diesen Erfolg sowie für die umfangreichen Serviceangebote, die überzeugende Öffentlichkeitsarbeit und die vorbildliche Vertretung der Interessen der Mitglieder wurde HAUS + GRUND MÜNCHEN am 6. Juni 2024 vom Zentralverband Haus & Grund Deutschland als erfolgreichste Interessenvertretung ausgezeichnet.
Dr. Kai Warnecke, Präsident von Haus & Grund Deutschland überreichte die Auszeichnung auf dem Bundeskongress des Zentralverbandes in Lübeck an Rechtsanwalt Rudolf Stürzer, Vorsitzender HAUS + GRUND MÜNCHEN.

EXKLUSIV FÜR MITGLIEDER VON HAUS+GRUND MÜNCHEN:

// **Kostenfreie** Rechts-, Steuer-, Bau- und Energieberatung
// 24 Stunden **Sofort-Mieter-Bonitätscheck**
// Musterverträge und Musterschreiben
// Laufend kostenfreie Updates über neue Urteile/Gesetze
// Alle Leistungen bereits ab 60 Euro pro Jahr – seit 22 Jahren unverändert

		Zuwachs	Gesamt
01 München	Bayern	**1.335**	**39.856**
02 Stuttgart	Württemberg	**632**	**23.370**
03 Münster	Ruhr	**359**	**5.130**
04 Frankfurt a. M.	Hessen	294	10.962
05 Düsseldorf	Rheinlandwestfalen	291	18.332
06 Heilbronn	Württemberg	256	7.068
07 Heidelberg	Baden	241	6.342
08 Langenhagen	Niedersachsen	241	510
09 Ludwigsburg	Württemberg	230	6.887
10 Ansbach	Bayern	221	1.489

40.000
Kostenfreie Rechtsberatungen jährlich

26
Spezialisierte Anwälte und Steuerberater

39.000
Mitglieder in München und Umgebung

15
Neue Mitglieder pro Werktag im Durchschnitt

420.000
Wohnungen und Geschäftsräume

39.000.000
Datenbankeinträge für Mieter-Bonitätscheck

Sonnenstraße 13/III | 80331 München | ☎ **089/55141-0** | Fax 089/55141-366 | ✉ info@hug-m.de | **www.hug-m.de**

Expertenrat zum Münchner Immobilienmarkt 2024

Silberstreifen am Horizont – Die Stadt erwacht

Der Immobilienmarkt, auch der Münchner, erlebte 2023 einen unvorhersehbaren Einbruch. Die Nachfrage ging in allen Segmenten drastisch zurück, was bei Privatpersonen und Experten zu Unsicherheiten führte. Die Umsatzzahlen waren niedrig, und viele fragten sich, wo sich die erzielbaren Preise befinden. In den letzten 12 Monaten konnten wir jedoch, trotz widriger Umstände, aber dank zahlreicher Vermittlungserfolge, umfangreiche Marktanteile im Verkauf von Mehrfamilienhäusern sowie Wohn- und Geschäftshäusern erzielen. Dies versetzt uns in die Lage, aktuelle Trends zu analysieren und daraus Empfehlungen abzuleiten.

Marktbeobachtungen: Angebot und Nachfrage

Die aktuelle Marktlage zeigt eine Erholung. Gewerbliche und private Anleger kehren zurück, erste Umsätze und kräftige Nachfrage im Bereich sanierungsbedürftiger Wohn- und Gewerbeimmobilien sowie Innenstadtvermietungen deuten auf eine Trendwende hin.

Wohnimmobilien

Die sinkenden Genehmigungszahlen für Wohn-Neubauten haben Bestandsimmobilien bislang vor starken Preiskorrekturen geschützt. Steigende Mieten und eine verbesserte Verfügbarkeit von Handwerkern machen renovierungsbedürftige Wohnhäuser attraktiv. Der Generationenwechsel und die anfallende Erbschaftssteuer bieten interessante Kaufgelegenheiten. Dabei sind die Umsätze von Bestandswohnbauten mit einem Rückgang von nur 15% in 2023 relativ stabil geblieben.

Gewerbeimmobilien

Bürogebäude in zentralen Lagen sind aufgrund des Fachkräftemangels sehr gefragt. Moderne Gebäude in der Innenstadt erfreuen sich hoher Beliebtheit. Im Umland führt der Druck auf die Renditen zu einer Kaufzurückhaltung bei Büros. Hier können Umwandlungen in Wohnraum eine sinnvolle Alternative sein. Handelsflächen bleiben gefragt und bieten Investoren als Beimischung weiterhin gute Renditemöglichkeiten.

Ist jetzt der richtige Zeitpunkt zum Verkauf?

Ein Immobilienverkauf im 2. Halbjahr 2024 kann durchaus vorteilhaft sein. Bestandsimmobilien sind stabil und die Nachfrage nach hochwertigen Objekten in guten Lagen nimmt zu. Insbesondere für mittelständische Unternehmer und Investoren, die Kapitalanlagen suchen, bieten sich jetzt attraktive Einstiegs-Chancen. Eine professionelle Beratung ist entscheidend, um die Marktchancen besser zu nutzen.

Fazit und Ausblick

Der Münchner Immobilienmarkt zeigt deutliche Zeichen der Erholung. In den nächsten 12 Monaten erwarten wir steigende Umsätze auf einem konsolidierten Preisniveau. Wohnimmobilien sowie Wohn- und Geschäftshäuser mit Optimierungspotenzial stehen im Fokus. Neuprojektierte Wohnungsneubauten und konvertierbare Büroimmobilien bieten ebenfalls Chancen. Dank der strukturellen Stärke Münchens erwarten wir bis 2025 eine Stabilisierung der Renditen und Preise.

Freuen Sie sich auf den kostenfreien bundesweiten DAVE Marktbericht Anfang Oktober. Dieser wird im Rahmen der Expo Real 2024 vorgestellt. Bei Interesse daran können Sie sich gerne vormerken lassen. Ich stehe Ihnen für eine persönliche Beratung jederzeit zur Verfügung.

Sven Keussen, geschäftsführender Gesellschafter und Leiter Investment-Immobilien bei ROHRER Immobilien GmbH, Tel: 089 – 543 04-177, keussen@rohrer-immobilien.de

ROHRER
IMMOBILIENMAKLER SEIT 1919

(H)AUSVERKAUFT

Trotz Immobilienflaute im 1. Halbjahr 2024 erfolgreich verkauft. Unter anderem:

VERKAUFT 01/2024

LAIM
4-FAMILIEN-HAUS
DENKMALSCHUTZ

VERKAUFT 03/2024

MILBERTSHOFEN
9-FAMILIEN-HAUS
FAKTOR 36

VERKAUFT 04/2024

LUDWIGSVORSTADT
18-FAMILIEN-HAUS
FAKTOR 30

VERKAUFT 04/2024

RAMERSDORF
6-FAMILIEN-HAUS
FAKTOR 25

RESERVIERT 07/2024

LUDWIGSVORSTADT
WOHN- & GESCHÄFTS-HAUS | FAKTOR 35

ID:7187 – Referenz Verkäufer J. F.

„Unsere Situation war durch eine außergewöhnliche Konstellation gekennzeichnet, die komplexe Verhandlungen erforderte. In dieser schwierigen Phase hat Rohrer Immobilien durchweg Professionalität, Transparenz und Einfühlungsvermögen bewiesen. Besonders hervorzuheben ist das lösungsorientierte Handeln, welches maßgeblich zur Einigung zwischen Verkäufer und Käufer beigetragen hat.

Ich werde Rohrer Immobilien aufgrund meiner positiven Erfahrung gerne weiterempfehlen. Wenn Sie auf der Suche nach einem vertrauenswürdigen, kompetenten und engagierten Partner im Bereich Immobilien sind, dann sind Sie bei Rohrer Immobilien in den besten Händen.

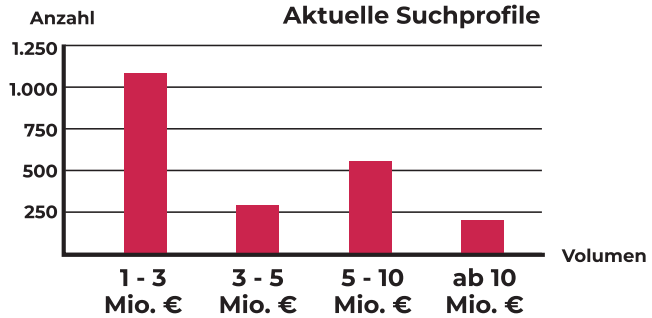
Mit lieben Grüßen, Dank und 5 ★★★★★ “

Aus Diskretionsgründen ist nur ein Teil der Verkäufe dargestellt.

GESUCHT: WOHN- & GESCHÄFTSHÄUSER

Folgende Interessenten kamen bei o. g. Angeboten nicht zum Zuge:

Projektentwickler:	**95**
Family Offices:	**65**
Private Anleger:	**950**



WIR BEHANDELN IHRE IMMOBILIE SO, ALS WÄRE SIE UNSERE EIGENE!

Sven Keussen
Leiter Investment
T +49 89 54304-177
M keussen@rohrer-immobilien.de

Mehr Infos:

www.rohrer-immobilien.de

AIGNER IMMOBILIEN

Etablierte Veranstaltungsreihe mit brisanten Themen

Bereits seit 2009 veranstalten die beiden Gastgeber Agnes Fischl-Obermayer, Steuerberaterin, Fachanwältin für Erbrecht und Geschäftsführerin von ACCONSIS und Thomas Aigner, Gesellschafter-Geschäftsführer der Aigner Immobilien GmbH die Veranstaltungsreihe *münchner immobilien fokus.* Jedes Jahr finden sich wichtige Vertreter aus Politik, Wirtschaft sowie der Immobilienbranche in den Räumlichkeiten des Literaturhauses in München ein, um vor über 300 geladenen Gästen zu diskutieren. Ob Vorkaufsrecht oder Preisentwicklung, Gentrifizierung oder Mietpreisbremse: Stets geht es um brisante und aktuelle Themen, die von verschiedenen Seiten beleuchtet und auf Lösungsmöglichkeiten hin analysiert werden.

Die nächste Veranstaltung findet am **24.10.2024** statt und dreht sich um die Erbschaftssteuer: **Welche Konsequenzen hat die „Neidsteuer" für Mieter, welche Effekte auf Kauf- und Mietpreise? Wie steht die Politik dazu und was würde eine Reform mit sich bringen?** Das Podium wird wieder hochkarätig besetzt sein.

Durch den Abend führt der Journalist Sebastian Krass.

Teilnahme nur auf Einladung oder nach vorheriger Anmeldung unter:

marketing@aigner-immobilien.de

Aigner Immobilien GmbH
Ruffinistr. 26, 80637 München
www.aigner-immobilien.de

Langzeit-Trend privates Schwimmbecken

Ist der Hitzesommer erst einmal da, wünschen sich die Deutschen wieder kurze Wege zur nächsten Erfrischung. Das ist ein anhaltender Trend. In den vergangenen zehn Jahren ist der Anteil von Häusern mit Pool, die zum Verkauf angeboten werden, um mehr als ein Drittel gestiegen. Das zeigt eine ImmoScout24-Analyse.

5,4 Prozent der zum Kauf angebotenen Häuser haben einen Swimmingpool. Das sind dreimal mehr als noch im Jahr 2014, als der Anteil bei 1,4 Prozent lag. Auch bei den Mietangeboten hat sich der Anteil der Häuser mit Swimmingpool mehr als verdoppelt. Im ersten Halbjahr 2024 hatten Häuser mit Pool zur Miete einen Anteil von 3,4 Prozent. 2014 lag der Anteil noch bei 1,3 Prozent.

Besonders viele Pools in Berlin und Umland

Die deutsche Großstadt mit dem höchsten Anteil an Swimmingpools bei Kaufangeboten ist Berlin. 12 Prozent aller angebotenen Häuser haben ein eigenes Bassin im Garten. Genauso hoch ist der Anteil in den angrenzenden Landkreisen Havelland und Barnim. Im Landkreis München liegt der Anteil an Häusern zum Kauf mit Pool bei 14 Prozent. Im angrenzenden Landkreis Miesbach sind es 11 Prozent und im niederbayrischen Landkreis Rottal-Inn 17 Prozent. In Bad-Dürkheim (Rheinland-Pfalz) hat sogar jedes dritte Haus, das zum Kauf angeboten wird, einen Swimmingpool. Im Saale-Holzland-Kreis ist es fast jedes fünfte.

Pools sind nicht immer wertsteigernd

Auf den Immobilienwert hat ein Swimmingpool nicht zwangsläufig positive Auswirkungen. Der Immobilien-Sachverständige und Leiter der Marktermittlung bei Sprengnetter, Sebastian Drießen, differenziert im Hinblick auf die Bewertungskriterien: „In der Praxis sieht man häufig, dass ehemalige Schwimmbäder im Keller trocken liegen und stattdessen ein Fußboden darüber verlegt wurde, um den Raum anderweitig zu nutzen. Die Betriebskosten sind in der Regel zu hoch. Bei Außenpools kommt es häufig auf die Größe des Grundstücks an. Ist genug Platz – bei Kleinkindern auch für die Absicherung – kann das durchaus für die Außenanlagen werterhöhend sein. Wertmindernd ist es, wenn die Pool-Anlage abgerissen oder aufwendig saniert werden muss."
Der durchschnittliche Angebotspreis eines Haues mit Pool von 3923 Euro ist 28 Prozent höher als von Häusern ohne Pool (Durchschnittspreis 3060 Euro). Selten ist aber der Pool als einziges Ausstattungsmerkmal Grund für den Preisunterschied. Meistens haben solche Objekte insgesamt einen höheren Standard und eine bessere Lage.

Das nächste Immobilien Special erscheint in der November-Ausgabe im IHK-Magazin »Wirtschaft«.
Anzeigenschluss ist am 29. Oktober 2024. Kontakt:
wirtschaft@mup-verlag.deTelefon 089 139 28 42 20

Impressum

Redaktion: MuP Verlag
Grafik: Ulrich Wassmann

Anzeigenleitung: Christoph Mattes
Telefon: 089 139284220
E-Mail: christoph.mattes@mup-verlag.de

Jubiläen des Monats

70 JAHRE

Foto: Regnauer Fertigbau

Seniorchef Engelbert Regnauer

Engelbert Regnauer
Regnauer Fertigbau GmbH & Co. KG, Seebruck

50 JAHRE

Karl-Heinz Werner
J. Ehgartner GmbH, Geretsried

Carola Stangl
M&S GmbH, Gröbenzell

Ursula Hopfner
SPECK KOLBENPUMPENFABRIK Otto Speck GmbH & Co. KG, Geretsried

40 JAHRE

Andreas Pfluger
Elektrizitätswerk Tegernsee Carl Miller KG, Tegernsee

Helmut Wurmer
Elektrohaus Josef Neuner KG, Mittenwald

Ercan Keskin
GRITEC GmbH, Kösching

Matthias Pöllath
Karl Bachl Kunststoffverarbeitung GmbH & Co. KG, Landsberg

Johann Kronawitter
Linner GmbH, Wolnzach

Johannes Pointl, Thomas Sattler, Thorsten Walter
Miraphone eG, Waldkraiburg

Roland Hammerschmied, Margot Hepp, Wolfgang Thomasberger
Rudolf GmbH, Geretsried

Markus Metz
Rudolf Holding SE & Co. KG, Geretsried

Christian Weidinger
Siteco GmbH, Traunreut

Uwe Gegenfurtner, Siful Haque, Christian Maier, Axel Prommersberger, Annamarie Radon, Johann Schober
SPINNER GmbH, Feldkirchen-Westerham

Severin Weindl, Gabriele Schmidt, Sigrid Stadler
Tretter-Schuhe Josef Tretter GmbH & Co. KG, München

Manfred Bernklau
Versicherungskammer Bayern, 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 Gajanin

Antragsformulare und weitere Infos:
www.ihk-muenchen.de/ehrenauszeichnung

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

25 JAHRE

Alexandr Belimov
Richard Altmannshofer eK, Spedition-Lagerung, Neuötting

Dr. Gerhard Geier, Dr. Marcus Neusser, Dr. Wolf-Dieter Stalz
Bio-Rad Laboratories GmbH, Feldkirchen

Angela Heftenberger, Armin Rothfuß, Ralf Schuster
Ecolab Engineering GmbH, Siegsdorf

Josef Huber, Robert Minkus, Bernhard Sengl, Bettina Skasa, Georg Theurer, Sebastian Weiß, Robert Wintermayr
HiPP GmbH & Co. Produktion KG, Pfaffenhofen a.d. Ilm

Iris Fink, Markus Harner, Margit Menacher, Udo Müller, Marion Weingartner
HIPP GmbH & Co. Vertrieb KG, Pfaffenhofen a.d. Ilm

Marco Dufter, Georg Lobensommer, Christian Reth
Holzzentrum Traunstein GmbH & Co. KG, Traunstein

Michael Lorenz, Alexandra Nolasco, Ingrid Schönauer
IHK für München und Oberbayern, München

Andrea Latein, Matthias Voggenreiter
Kreissparkasse Miesbach-Tegernsee, Miesbach

Markus Maier
Linner GmbH, Wolnzach

Jayarajasingham Kavirajan
METRO LOGISTICS Germany GmbH, Bergkirchen

Franesa Künstner, Svetlana Lopata, Mehmet Ögüt, Stefan Reiß
MEWA Textil-Service SE & Co. Deutschland OHG, Standort Manching

Dieter Schmidt
Rudolf GmbH, Geretsried

Maria Lechner
Rudolf Holding SE & Co. KG, Geretsried

Johann Graßl
Schenker Deutschland AG, Eching

Kai Freiberg
Schiedel GmbH & Co. KG, München

Erwin Dallmeier, Peter Kelischowsky
SPECK KOLBENPUMPENFABRIK Otto Speck GmbH & Co. KG, Geretsried

Andreas Auracher, Michael Hagenrainer, Sebastian Huber, Wolfram Pertzsch, Benno Vogl
SPINNER GmbH, Feldkirchen-Westerham

Roland Gensmantel
Stredele Milchtransporte GmbH & Co. KG, Eglfing

Gulet Aden, Derya Alboya, Damaschina Aygün, Aysem Cakir, Nicole Vinko, Emel Dere
Tretter-Schuhe Josef Tretter GmbH & Co. KG, München

Kerstin Fritsch, Birgit Müller
UniCredit Bank GmbH, München

Andreas Mertz
W. Markmiller e.K., Inh. Ulrike Lenz, Rennertshofen

René Daniel, Klaus Degener, Jürgen Krüger, Gerald Michels, Werner Schneider
WWK Lebensversicherung a.G., München

Information zu erfolgten Bekanntmachungen im Bundesanzeiger

Gemäß § 17 der IHK-Satzung erfolgen Bekanntmachungen der IHK, soweit in Rechtsvorschriften nichts anderes geregelt ist, seit dem 01.10.2023 im elektronischen Bundesanzeiger.

Folgende Bekanntmachungen sind im Bundesanzeiger erfolgt:

- Besondere Rechtsvorschriften über die Prüfung zum anerkannten Fortbildungsabschluss mit der Bezeichnung „Geprüfter Berufsspezialist für Aufnahmeleitung (IHK für München und Oberbayern)“ oder „Geprüfte Berufsspezialistin für Aufnahmeleitung (IHK für München und Oberbayern)“ vom 14. Juni 2024 (V.-Datum: 24.06.2024)
- Besondere Rechtsvorschriften über die Prüfung zum anerkannten Fortbildungsabschluss mit der Bezeichnung „Geprüfter Berufsspezialist für Filmgeschäftsführung (IHK für München und Oberbayern)“ oder „Geprüfte Berufsspezialistin für Filmgeschäftsführung (IHK für München und Oberbayern)“ vom 14. Juni 2024 (V.-Datum: 24.06.2024)

Sie finden diese unter **www.bundesanzeiger.de** im Bereich Verschiedene Bekanntmachungen.
Die Rechtsvorschriften finden Sie auch bei uns im Internet unter **www.muenchen-ihk.de**.

Veränderung in der IHK-Vollversammlung

In der Wahlgruppe 11 der IHK-Vollversammlung ist Frau Walentina Dahms ausgeschieden. Gemäß § 2 Abs. 1 der Wahlordnung der IHK rückt damit in die Vollversammlung nach:

Johann Breitsamer
Geschäftsführer
Breitsamer Entsorgung - Recycling GmbH
München

München, 02. Juli 2024

Industrie- und Handelskammer für München und Oberbayern

Präsident
Prof. Klaus Josef Lutz

Hauptgeschäftsführer
Dr. Manfred Gößl

Gesundheitswirtschaft: vom Arbeitskreis zum Ausschuss

Die Vollversammlung hat gemäß § 9 Absatz 1 IHK-Satzung beschlossen:

1. Anstelle des bisherigen IHK-Arbeitskreises Gesundheitswirtschaft wird zum 01.07.2024 ein neuer IHK-Ausschuss Gesundheitswirtschaft eingerichtet.
2. Die nachfolgend aufgeführten Personen werden in den neuen Ausschuss berufen:

Bachmeyer, Johann
Regionalgeschäftsführer
Bayern Nord/ Ost
Asklepios Stadtklinik Bad Tölz
Bad Tölz

Böhm, Mark
Vorstand
Noventi Health SE
München

Böhme, Thorsten
Leitender Werksarzt
Roche Diagnostics GmbH
Penzberg

Brugger, Helene
Inhaberin
St. Nikolaus-Apotheke Helen Brugger e.K.
Herrsching

Bundschuh, Dominik
Geschäftsführer und Co-Inhaber
Carealytix Digital Health GmbH
Valley

Burghold, Marietherese
Leiterin der Strategieabteilung
Temedica GmbH
München

Ciomperlik, Katharina
HR Learning & Development
Korian Deutschland
München

Egger, Tim
Geschäftsführer
Schön Klinik München Harlaching SE & Co. KG
München

Fleischer, Martin
Vorstand
Bayerische Beamtenkrankenkasse AG (Versicherungskammer Bayern)
München

Fuchsberger-Paukert, Sabine
Geschäftsführerin
Internationale Ludwigs-Arzneimittel GmbH & Co. KG
München

Geiselbrechtinger, Stefan
Geschäftsführer
OPED GmbH
Valley

Haerst, Miriam
Co-CEO
Kumovis GmbH
München

Heigl, Andreas
Head Health Policy
Servier Deutschland GmbH
München

Heske, Thomas
CEO
Biomedizinische Instrumente und Produkte GmbH
Türkenfeld

Hoyer, Kirsten
Executive Director External Affairs & Digital Transformation
MSD Sharp & Dohme GmbH
München

Huss, Ralf
Geschäftsführer
BioM Biotech Cluster Development GmbH
München

Knobloch, Sabine
Leiterin Rechtsabteilung
Streifeneder ortho.production GmbH
Emmering

Kodalle, Severin
Government Affairs Manager
GlaxoSmithKline Service GmbH & Co. KG
München

Küng, Claudia
Geschäftsführerin
WISO S.E. Consulting GmbH
München

Lachmund, Philipp
Head of International Sales
Adeor medical AG
Valley

Limberger, Laura
Geschäftsführerin
Medical Park Bad Feilnbach
Bad Feilnbach

Monks, Jean
Geschäftsführer
Monks Ärzte-im-Netz GmbH
München

Müller, Markus C.
CEO
NuiCare GmbH
München

Müller, Stefan
Geschäftsführer
Seeresidenz Alte Post Betriebs GmbH
Seeshaupt

Nörtershäuser, Jens
Co-CEO
Kranus Health GmbH
München

Pink, Simon
Leitung Marketing & Unternehmenskommunikation
Sanacorp Pharmahandel GmbH
Planegg

Richter, Bettina
Global Director Strategy & Operations
Medical Science Solventum
Seefeld

Rudolf, Thomas
Geschäftsführer
Medermis clinics GmbH
München

Schwaller, Julian
Geschäftsführer
Artemed Klinikum München Süd GmbH & Co. KG
München

Wisböck, Martin
Director Government Affairs
Brainlab AG
München

Ziegler-Wrobel, Andrea
Geschäftsführerin
Danuvius Pfaffenhofen GmbH
Ingolstadt

München, den 27. Juni 2024

Industrie- und Handelskammer für München und Oberbayern

Präsident
Prof. Klaus Josef Lutz

Hauptgeschäftsführer
Dr. Manfred Gößl

Veränderung in der IHK-Vollversammlung

In der Wahlgruppe 15 der IHK-Vollversammlung ist Herr Florian Schardt ausgeschieden. Gemäß § 2 Abs. 1 der Wahlordnung der IHK rückt damit in die Vollversammlung nach:

Dr. Marcus Lingel
Pers. haftender Gesellschafter
MERKUR PRIVATBANK KGaA
München

München, 20. Juni 2024

Industrie- und Handelskammer für München und Oberbayern

Präsident
Prof. Klaus Josef Lutz

Hauptgeschäftsführer
Dr. Manfred Gößl

Veränderung im IHK-Regionalausschuss Eichstätt

Im IHK-Regionalausschuss Eichstätt rückt in der Wahlgruppe B gemäß § 25 Abs. 1 i.V. mit § 2 Abs. 1 der Wahlordnung für Frau Jana Pickl nach:

Markus Riegelsberger
Inhaber
Thomas Riegelsberger e.K.
Altmannstein

München, 26. Juni 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 A gemäß § 25 Abs. 1 i.V. mit § 2 Abs. 1 der Wahlordnung für Herrn Dr. Alexander Roth nach:

Paul Alexander Bacs
Georg Bacs u. Paul Alexander Bacs GbR
Gauting

München, 26. Juni 2024

Industrie- und Handelskammer für München und Oberbayern

Präsident
Prof. Klaus Josef Lutz

Hauptgeschäftsführer
Dr. Manfred Gößl

Nachberufung in IHK-Ausschüsse

Das Präsidium hat am 06.02.2024 gemäß § 6 Abs. 2 Satz 3 Buchstabe b) der IHK-Satzung beschlossen, nachfolgend aufgeführte Personen in die entsprechenden Ausschüsse zu berufen:

Digitalisierung
Breitbach, Dominik
Geschäftsführer
Taismo GmbH
Kirchheim b. München

Kusnitzoff, Bea
Standortleitung München
codecentric AG
Niederlassung München
München

Hartmann, Angela
Geschäftsführerin
sayao GmbH
Starnberg

Padberg, Benedict
Geschäftsführer
Friendly Captcha GmbH
Wörthsee

Immobilienwirtschaft
Stellmach, Robert
Regionalbereichsleiter
Vonovia Immobilienservice GmbH
München

Recht
Schiffrin, Jennifer
General Counsel Digital Industries
Siemens AG
München

Umwelt und Energie
Siegmund, Holger A.
Geschäftsführer
MOVE-services GmbH
Bruckmühl

München, den 14. Februar 2024

Industrie- und Handelskammer
für München und Oberbayern

Präsident
Prof. Klaus Josef Lutz

Hauptgeschäftsführer
Dr. Manfred Gößl

Veränderungen im Regionalausschuss Landkreis München und in der IHK-Vollversammlung

Im IHK-Regionalausschuss Landkreis München ist Herr Leicher als Vorsitzender ausgeschieden. In der Sitzung des Regionalausschusses vom 19. Juni 2024 wurde

Florian Schardt
Geschäftsführer
fme Unternehmensbeteiligungen GmbH
Ottobrunn

zum Vorsitzenden gewählt. Er wird mit seiner Wahl gem. § 25 Abs. 5 IHK-Wahlordnung Mitglied der Vollversammlung.

Etwaige Einsprüche gegen die Wahl des Vorsitzenden müssen innerhalb eines Monats nach dieser Bekanntmachung schriftlich, also bis zum 3. Oktober 2024, 24:00 Uhr, zu Händen des Präsidenten und Hauptgeschäftsführers, IHK für München und Oberbayern, Max-Joseph-Str. 2, 80333 München, eingegangen sein (§§ 22, 25 WO).

Der Einspruch ist auf die Wahl des Vorsitzenden innerhalb des Wahlbezirks beschränkt (§ 22 Abs. 1 Satz 2 WO). Der Einspruch ist zu begründen. Er kann nur auf einen Verstoß gegen wesentliche Wahlvorschriften gestützt werden, durch den das Wahlergebnis der o. g. Wahl beeinflusst werden kann. Gründe können nur bis zur Entscheidung der Vollversammlung über den Einspruch vorgetragen werden.
Im Wahlprüfungsverfahren einschließlich eines gerichtlichen Verfahrens werden nur bis zu diesem Zeitpunkt vorgetragenen Gründe
berücksichtigt (§ 22 Abs. 2 Wahlordnung).

München, 20. Juni 2024

Industrie- und Handelskammer für München und Oberbayern

Präsident
Prof. Klaus Josef Lutz

Hauptgeschäftsführer
Dr. Manfred Gößl

MARKTTEIL

UNTERNEHMENSBERATUNG

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

GROSSFORMAT- UND DIGITALDRUCK

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

WERBEARTIKEL

STIEFEL® eurocart
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/Komf.-Geb.Erfassung u.a.m.
Zögern Sie nicht uns anzurufen um ein unverbindliches Angebot anzufordern.
UNIFY OpenScape Business / 4000
KNOTGEN Telefonsysteme Vertriebs GmbH
Neue und gebrauchte TK-Anlagen
KAUF - MIETE - EINRICHTUNG - SERVICE
- günstiger als Sie glauben -
www.knoetgen-tel.de / info@knoetgen-tel.de
Raiffeisenallee 16, 82041 Oberhaching/München
Tel. 089/614501-0, Fax 089/614501-50
- Unser SERVICE beginnt mit der Beratung -
Alcatel·Lucent OMNI - PCX

FIRMENVERKAUF

Vertrieb von Kosmetik/Nahrungsergänzung (aktive GmbH) mit mehreren eingetragenen Warenzeichen (mit oder ohne Herstellung) zu erwerben.

Zuschriften unter: Chiffre 2xB671H
an MuP Verlag GmbH, Tengstraße 27, 80798 München

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, 3. September 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:
Margrit Amelunxen, Martin Armbruster, Harriet Austen, Stefan Bottler, Uli Dönch, Monika Hofmann, Dr. Gabriele Lüke, Eva Müller-Tauber, Monique Opetz, 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

Anzeigendisposition:
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: Bojan/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: 118.596 (IVW II. Quartal 2024)
Zurzeit gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 80
vom 1.1.2024

AIGNER IMMOBILIEN

Besuchen Sie uns!
07.–09. Oktober 2024
Stand B1.410

expo real

MAXVORSTADT – MEHRFAMILIENHAUS IN BESTER LAGE
Ca. 1.224 m² vermietbare Wohnfläche, 370 m² Grund, Baujahr 1954

ENGLSCHALKING – WOHNPORTFOLIO IN GUTER LAGE
Ca. 15.070 m² vermietbare Fläche, ca. 23.590 m² Grund

OBERGIESING – RENDITEHAUS RECHTS DER ISAR
Ca. 1.314 m² vermietb. Fläche, ca. 511 m² Grund, Baujahr 1996

Investieren Sie in Sicherheit.

Aigner Immobilien ist Ihr starker Partner im Immobilien Investment

Mit über 30 Jahren Markterfahrung und neun Standorten in der Region gehört die Aigner Immobilien GmbH zu einem der führenden Immobilienunternehmen im Großraum München und zu den größten inhabergeführten Maklerhäusern Deutschlands.

Profitieren Sie von unseren Stärken:

- erstklassige Marktkenntnis und umfangreiches Immobilien-Fachwissen
- Top-Kontakte sowie ein einzigartiges lokales sowie überregionales Netzwerk
- sehr guten Verbindungen zu Investoren
- einzigartige Auswahl an Zielgruppen
- diskrete Abwicklung

Unser zertifiziertes Maklerhaus ist neben 14 weiteren kompetenten Mitgliedern Münchner Partner des bundesweit erfolgreichen Immobiliendienstleister-Verbundes DIP. Dieses Netzwerk bietet in- und ausländischen Kapitalanlegern interessante Investitionsmöglichkeiten aller Assetklassen in ganz Deutschland.

Als Ihr zuverlässiger und seriöser Partner sind wir ein starker Brückenbauer zwischen Investoren und Verkäufern.

Wir nehmen uns Zeit für Sie und Ihre Sicherheit.
Rufen Sie uns an!

Tel. (089) 17 87 87 - 0

HYBRIDE ARBEIT

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.

DER STANDORT

Business Campus

BUSINESSCAMPUS.DE

EIN UNTERNEHMEN DER DV IMMOBILIEN GRUPPE