

wirtschaft

07-08/2025

magazin.ihk-muenchen.de

Tourismus

Wie München attraktiv bleiben will

**28****BRENNER**

Alpentransit: Fortschritte
beim Tunnelbau

42**ORCAN ENERGY**

Aus Abwärme effizient
Strom gewinnen

48**INNOVATION**

So fördern Firmen
neue Ideen im Betrieb

Clever entscheiden – sofort profitieren.

0,- € Anzahlung, niedrige Raten, 100% Produktivität.



Exklusiv für Gewerbekunden.

Ford Transit Trend 310L2

2.0-l-EcoBlue-Dieselmotor 96 kW (130 PS), Klimaautomatik, Rückfahrkamera, Audiosystem, Tempomat, Trennwand mit Fenster, LED-Laderaumbeleuchtung, Holz-Laderaumboden, Airbag auf der Beifahrerseite, Sitzpaket 8A u. v. m.

48 monatl. Leasingraten ab

€ 299,-¹ netto

Ford Transit Trend 350L2

2.0-l-EcoBlue-Dieselmotor 96 kW (130 PS), Klimaautomatik, Rückfahrkamera, Audiosystem, Tempomat, Trennwand mit Fenster, LED-Laderaumbeleuchtung, Holz-Laderaumboden, Airbag auf der Beifahrerseite, Sitzpaket 8A u. v. m.

48 monatl. Leasingraten ab

€ 329,-¹ netto

+++ JETZT SCHNELL VERFÜGBARE LAGERWAGEN MIT PREISVORTEIL SICHERN +++

Automobilforum
Kuttendreier
Just drive!

AUTOMOBILFORUM KUTTENDREIER GMBH

Hauptsitz/Transit Center: Drosselweg 21 | 81827 München | Tel.: 089/45312-20

Filiale: Dachauer Str. 463 | 80993 München | Tel.: 089/15883386-900

Filiale: Meglinger Str. 30-32 | 81477 München | Tel.: 089/7442996-20

Beispielfotos von Fahrzeugen der Baureihen. Die Ausstattungsmerkmale der abgebildeten Fahrzeuge sind nicht Bestandteil der Angebote. ¹Ein Leasingangebot der Ford Bank GmbH, Henry-Ford-Str. 1, 50735 Köln, für die der Angebotsleistende als ungebundener Vermittler tätig ist. Einmalige Mietsonderzahlung 0,- €, Laufzeit 48 Monate, Laufleistung p. a. 10.000 km zzgl. Bereitstellungskosten i. H. v. 1.991,- € netto.

Endlich in die Gänge kommen



Foto: IHK/Hans-Rudolf Schulz

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

Drei Faktoren bestimmen, wie stark eine Volkswirtschaft bei Normalauslastung dauerhaft wachsen kann: das Arbeitsvolumen aller Erwerbstätigen, der Kapitaleinsatz und die Produktivität. Doch all diese Faktoren schwächeln. Als Folge ist das Wachstumspotenzial der deutschen Volkswirtschaft abgesackt – von durchschnittlich 1,3 Prozent im vergangenen Jahrzehnt auf nur noch 0,3 Prozent. Da das Arbeitsvolumen wegen des Renteneintritts der Boomer-Generation zu schrumpfen beginnt, wird der Kapitaleinsatz als Wachstumsträger noch wichtiger. Darauf machen wir als IHK seit Jahren aufmerksam.

Das trägt nun Früchte. Die neue Bundesregierung kündigt in den Zeilen 89/90 des Koalitionsvertrags an: »Unser Ziel ist es, das Potenzialwachstum wieder auf deutlich über ein Prozent zu erhöhen. Das wird unsere klare Priorität.« Sie will dies unter anderem durch eine »Investitionsoffensive« erreichen, denn, so in Zeile 111, »Investitionen sind die Grundlage einer starken Wirtschaft«.

So weit, so richtig. Aber: Um welche Investitionen geht es hier – und von wem kommen sie? 2024 wurden in Deutschland rund 900 Milliarden Euro investiert – gut die Hälfte in Bau, rund 30 Prozent in Ausrüstung (Maschinen, Fahrzeuge, Büro- und Geschäftsausstattung, Rüstung etc.) und der Rest in Sonstiges (u. a. geistiges Eigentum und Software).

Bund, Länder und Gemeinden verantworteten lediglich 127 Milliarden Euro dieser Bruttoanlageinvestitionen. Die weit überwiegenden 772 Milliarden Euro, und damit 86 Prozent des Gesamtbetrags, stammten aus privatwirtschaftlichen Quellen – von Unternehmen und privaten Haushalten.

Im Klartext: Wer glaubt, dass Staatsinvestitionen über Wachstum und Wohlergehen

unseres Landes entscheiden, irrt. Bei einem Getriebe mit zehn Gängen verfügt der Staat als Investor nur über den ersten Gang. Schon für den zweiten Gang brauchen wir die privaten Investoren. Sie investieren nur dann mehr, wenn sie an eine gute Zukunft glauben, wenn sie verlässliche und attraktive Rahmenbedingungen vorfinden. Kurz: wenn sich ihre Investitionen im Vergleich zu anderen Optionen lohnen.

Gerade diese privaten Investitionen treiben technische Entwicklungen voran, schaffen neue Arbeitsplätze – und entscheiden so über Innovationen, Produktivität sowie das potenzielle und tatsächliche Wirtschaftswachstum.

Die Kernkompetenz des Staates ist eine andere: Er legt die wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen fest; er entscheidet über niedrigere Steuern und Energiekosten; er bestimmt über mehr Netto vom Brutto, über schnellere Planungs- und Genehmigungsverfahren sowie über den Abbau von Bürokratie.

Klar: Staatliche Investitionen in Bildung und Infrastruktur, in innere und äußere Sicherheit sind unerlässlich. Aber um Deutschland zurück auf einen nachhaltigen Wachstumspfad zu bringen, brauchen wir vor allem eine dauerhafte Stärkung der privaten Investitionen. Denn nur mit ihrer Kraft können wir die Gänge hochschalten, beschleunigen und wirtschaftlich wieder nach vorn kommen.

Ihr

TITELTHEMA

TOURISMUS

2024 war ein Rekordjahr für den Tourismus in München. Woran das liegt und wie sich die Attraktivität der bayerischen Landeshauptstadt für Reisende weiter ausbauen lässt.

Foto: Gian/Adobe Stock



UNTERNEHMEN + MÄRKTE

DETTENDORFER

Transporte übernimmt die Familie von Georg Dettendorfer (im Bild) seit mehr als 200 Jahren. Das Geschäft hat sie längst ausgebaut – und viele benachbarte Segmente erschlossen.

Foto: Thorsten Jochim



BETRIEB + PRAXIS

INNOVATION

Neuartige Produkte stärken die Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen. Aber wie gelingt es Firmen wie dem Maschinenbauer SOMIC (im Bild), ein Klima zu schaffen, in dem Neues gut gedeiht?

Foto: Thorsten Jochim



INHALT

NAMEN + NACHRICHTEN

6 KURZINTERVIEW

Die Neuerungen beim LfA-Förderprogramm

UNTERNEHMERPROFIL

12 JOSEF BRUNNER

Der Unternehmer gründet bereits seine sechste Firma, diesmal im Lebensmittelsektor

TITELTHEMA

14 TOURISMUS

München zieht Touristen an – die Wirtschaft sieht noch Möglichkeiten für Verbesserungen

18 WORKATION

Beim Reisen Beruf und Freizeit verbinden – wie stellen sich Tourismusbetriebe auf diesen Trend ein?

20 SURFPARK

Wie sich die o2 Surftown MUC zur Attraktion im Münchner Umland entwickelt hat

STANDORTPOLITIK

22 NACHHALTIGKEIT

Warum es sich für Firmen lohnt, Nachhaltigkeitsrisiken zu identifizieren und zu entschärfen

26 IHK-WAHL 2026

Der Datencheck für die Wählerlisten läuft

27 IHKAKTUELL

Innovationsagenda 2030

28 BRENNER

Mehr Tempo beim Alpen transit: Fortschritte beim Tunnelbau lassen Unternehmen hoffen

31 IHKAKTUELL

Datenschutzkonforme Webseiten

UNTERNEHMEN + MÄRKTE

32 DETTENDORFER

Wie die Unternehmerfamilie ihre Geschäftsfelder Schritt für Schritt erweitert

36 SCALE-UP

SciRhomb arbeitet an neuartigen Therapien – Investoren sehen großes Potenzial

38 EXPORTPREIS

Bewerbungsfrist für Firmen mit innovativen Exportstrategien läuft

40 IHKAKTUELL

Außenwirtschaftstalk »Weltblick«/
IHK-Prüferehrungen

41 KONJUNKTUR

Die Ergebnisse der aktuellen BIHK-Konjunkturumfrage

- 42 PROBLEMLÖSER**
Orcan Energy macht mit seiner Technologie Abwärme effizient nutzbar
- 44 BESTLOG**
Das Unternehmen bestlog entwickelt umweltfreundliche Energieversorgung für Lkw-Standzeiten
- 46 PROGLOVE**
Wie der Hersteller von Wearables für die Logistik seine Produkte optimiert

BETRIEB + PRAXIS

- 48 INNOVATION**
Wie Unternehmen Innovationen im eigenen Haus fördern können
- 52 VIDEORECRUITING**
So vermitteln Firmen mit Videoclips einen guten Eindruck von sich als Arbeitgeber
- 54 DATACT**
Was bedeutet das neue Datengesetz der EU für Unternehmen?
- 56 IHKAKTUELL**
OS-Plattform
- 57 EVENTS**
IHK-Girls'Day »Ich werde Chefin!«/
Wirtschaftsempfang Ebersberg

RUBRIKEN

- 3 EDITORIAL**
- 8 FIRMENJUBILÄEN**
- 10 EMAS-NEUEINTRAGUNGEN**
- 80 EHRUNGEN**
- 81 VERÖFFENTLICHUNGEN + BEKANNTMACHUNGEN**
– Information zu erfolgten Bekanntmachungen im Bundesanzeiger
- 82 KARIKATUR/IMPRESSUM**

Beilagenhinweis:
AIGNER Immobilien (Teilbeilage), WORTMANN,
vmm wirtschaftsverlag (Teilbeilage)

 [linkedin.com/company/ihk-muenchen](https://www.linkedin.com/company/ihk-muenchen)
 [fb.com/ihk.muenchen.oberbayern](https://www.facebook.com/ihk.muenchen.oberbayern)
 @IHK_MUC



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



FRISCHE MOTIVATION

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

Am besten Sie schauen sich das mal an.



BUSINESSCAMPUS.DE

DER
STANDORT

Business Campus 

IHKjobfit!

Besuchermagnet in Rosenheim

Lust auf Ausbildung? Die brachten die über 1.500 jungen Besucher der 15. IHKjobfit! in Rosenheim auf jeden Fall mit. Die Stände der rund 130 Ausbildungsbetriebe, die ihre Berufe in der Auerbräu Festhalle vorstellten, waren dicht umlagert.

Viele Jugendliche hatten sich bereits vor der Messe in Coaching-Gesprächen an ihrer Schule oder am Touchscreen auf der Plattform »Job-Navi« über mögliche Wunschberufe informiert. Sie konnten die zahlreichen Ausbilder und Auszubildenden an den Ständen dann mit ihren Fragen »löchern«. »Gerade diese Gespräche zeigen, wie wichtig eine Ausbildungsmesse vor Ort und in Präsenz ist«, sagt Jens Wucherpfennig, Leiter der IHK-Geschäftsstelle Rosenheim.

Die nächste IHKjobfit! findet am 25. Oktober 2025 in der Saturn Arena in Ingolstadt statt.

www.ihk-muenchen.de/jobfit



Volles Haus – die IHKjobfit! zog 1.500 Besucher an

Foto: Andreas Gebert

Kurzinterview

»Mehr Geld für Wachstum und Transformation«

Die LfA Förderbank Bayern finanziert den hiesigen Mittelstand bei Wachstum und Transformation.

Vorstandschef Bernhard Schwab ordnet das Jahr 2024 ein und erläutert die neuen Kreditleichtierungen.

Herr Schwab, wie fällt Ihre Bilanz für 2024 aus?

Gemischt. Die Nachfrage sowohl nach Krediten als auch nach Risikoübernahmen war im Vergleich zum Vorjahr sehr verhalten. Wegen zahlreicher Unsicherheiten und der schwachen Konjunktur lag die LfA-Gesamtförderleistung für den Wirtschaftsstandort Bayern bei 1,86 Milliarden Euro, fast ein Viertel weniger als 2023. Wenn Kredite nachgefragt wurden, dann für Wachstumsinvestitionen, Innovationen und Betriebsübernahmen. Das ist die positive Seite von 2024.

Welche Änderungen in den Kreditprogrammen gelten nun?

Die Bayerische Staatsregierung will die Rolle der LfA als Mittelstands- und Transformationsbank deutlich stärken und stellt dafür zusätzliche Mittel in dreistelliger Millionenhöhe für zinsverbilligte Kredite und Hightech-Startups zur Verfügung.

Wir haben damit fast alle Darlehenshöchstbeträge deutlich angehoben, in einigen Programmen den Kreis der Antragsteller erweitert, die Risikoentlastungen ausgeweitet, Zinskonditionen verbessert sowie einzelne Kreditprogramme auch für Betriebsmittelfinanzierungen geöffnet.

Können Sie Beispiele nennen, wie Unternehmen jetzt neu profitieren?

Unter anderem wurden der Gründungs- und Wachstumskredit und der Energiekredit Regenerativ von zehn auf nun 20 Millionen Euro beziehungsweise sogar auf 40 Millionen

Euro erhöht. Außerdem sind unsere Kredite für die digitale und nachhaltige Transformation nicht mehr nur für kleine und mittlere Unternehmen, sondern für alle Unternehmen mit einem Jahresumsatz von bis zu 500 Millionen Euro zugänglich. Und in der Innovationsförderung sind jetzt Darlehen von bis zu 15 Millionen Euro pro Vorhaben möglich.

Welche »Stellschraube« nutzt die LfA verstärkt?

Das sind die Haftungsfreistellungen. Damit können wir uns anteilig an den Ausfallrisiken von Förderkrediten beteiligen: In vielen Programmen können nun Darlehensbeträge von bis zu fünf beziehungsweise 7,5 Millionen Euro zu 50, 60 beziehungsweise 70 Prozent haftungsfreigestellt werden. Das senkt das Risiko der Hausbanken und erleichtert es den Unternehmen, an Förderdarlehen zu kommen.

www.lfa.de



Foto: LfA

Klimaschutz

Unternehmen gesucht für Klima-Taler

Rund 50 deutsche Kommunen beteiligen sich bereits am kostenfreien Klima-Taler-Netzwerk, das auf eine spielerische Umsetzung von Klimaschutz setzt. Indem sie zu Fuß gehen, Rad fahren und die öffentlichen Verkehrsmittel nutzen, sammeln Bürger je einen Klima-Taler pro fünf Kilogramm CO₂-Einsparung. Für die Taler gibt es zum Beispiel Rabatte oder kostenfreie Eintritte bei teilnehmenden Unternehmen und Einrichtungen.

Einzelhändler, Eventveranstalter und Gastronomen können das unterstützen – nun auch in München: Das Referat für Arbeit und Wirtschaft sucht Unternehmen, die sich dem Netzwerk anschließen. Sie können so Gamification als Beitrag zum Klimaschutz und Anreiz für Neu- und Stammkunden nutzen.

www.klima-taler.com



Gewerbesteuer

Gemeinden erhöhen Hebesätze

Im vergangenen Jahr haben so viele Kommunen wie noch nie ihre Gewerbesteuerhebesätze angehoben. 55 Kommunen in Oberbayern setzten den Hebesatz nach oben, nur drei senkten ihn. Dies ergab eine Auswertung der IHK für München und Oberbayern. Der durchschnittliche Gewerbesteuerhebesatz lag 2024 damit bei 342 Prozent – drei Prozentpunkte höher als im Jahr davor. Spitzenreiter bleibt die Landeshauptstadt München mit unverändert 490 Prozent. IHK-Präsident Klaus Josef Lutz fordert angesichts der Entwicklung Augenmaß: »Dass der Großteil der Gemeinden und Städte angesichts ihrer finanziellen Lage unter Druck steht, ist nachvollziehbar. Die Haushaltslöcher dürfen aber nicht auf dem Rücken der heimischen Unternehmen gestopft werden.« www.ihk-muenchen.de/gewerbesteuer

10,4 Prozent

mehr Aufträge erhielt das bayerische Baugewerbe bis Ende März 2025 im Vergleich zum Vorjahr. Vor allem der Tiefbau legte zu.

Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik

KURZ & KNAPP

Förderprogramm

Digitalbonus verlängert

Auch kleine und mittlere Unternehmen mit höchstens 50 Mitarbeitern beziehungsweise zehn Millionen Euro Umsatz sollen von der Digitalisierung profitieren. Sie können dazu das bis 2027 verlängerte Förderprogramm Digitalbonus nutzen. Wer Produkte beziehungsweise Dienstleistungen und Prozesse digitalisieren oder seine IT sicherer machen will, kann Zuschüsse des Bayerischen Wirtschaftsministeriums bis 7.500 Euro beantragen. Mehr ist möglich für Maßnahmen mit »besonderem Innovationsgehalt«.

www.digitalbonus.bayern

Alpentransit

Lkw-Fahrverbot

An allen Samstagen im Juli, August und September 2025 ist die Brenner-Autobahn für Lkw-Transitverkehre ab 7,5 Tonnen gesperrt. Sonst kann sie durchgehend zweispurig auch an der Luegbrücke befahren werden. An der Großbaustelle müssen alle Fahrzeuge über 3,5 Tonnen die innere linke Fahrspur nutzen. Das Fahrzeuggewicht wird mit Waagen in der Fahrbahn kontrolliert.

Kalender mit detaillierten Infos:

www.ihk-muenchen.de/brenner

Büro

Weniger Ordner

Die Digitalisierung des Büros mag langsam vorankommen, aber sie macht Fortschritte. Sichtbares Zeichen: Es stehen immer weniger Aktenordner in den Schränken. In einer Umfrage des IT-Branchenverbands Bitkom gaben 57 Prozent der befragten Firmen an, dass sie in den vergangenen fünf Jahren die Zahl ihrer Aktenordner reduziert haben. Nur fünf Prozent schafften mehr Ordner an. Knapp drei Viertel der Unternehmen erklärten, dass sie weniger Papier verwenden als 2020. www.bitkom.org

Firmenjubiläen

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

235 JAHRE

BAUER AG

Schrobenhausen

Die Anfänge des Unternehmens gehen auf eine Kupferschmiede zurück, die Sebastian Bauer 1790 im Stadtzentrum von Schrobenhausen erworben hatte. Daraus entwickelte sich das Unternehmen kontinuierlich weiter. 1952 begann es mit dem Spezialtiefbau und läutete damit einen rasanten Aufschwung ein. Es kamen weitere Bereiche wie etwa der Maschinenbau hinzu, die Internationalisierung wurde vorangetrieben. Heute ist die BAUER Gruppe ein weltweit tätiges Bau- und Maschinenbauunternehmen mit rund 11.000 Mitarbeitenden.



Foto: BAUER Gruppe

Hartmut Beutler (M.) mit Christian Krömer, Vorsitzender IHK-Regionalausschuss Neuburg-Schrobenhausen, und IHK-Bereichsleiterin Elke Christian



Foto: Max Schmidner

Reinhard Nerb (Geschäftsführer), Catherine Schrenk, Leiterin IHK-Geschäftsstelle Ingolstadt, Anita Nerb, Roland Nerb (Geschäftsführer), Johanna Nerb, Herbert Nerb, Erster Bürgermeister Markt Manching (v.l.)

75 JAHRE

Nerb GmbH & Co. KG

Manching

Ignaz und Maria Nerb gründeten 1950 ein landwirtschaftliches Lagerhaus, das aus einer Mehlu-mtauschstelle hervorging. Im Lauf der Zeit wuchs das Sortiment, Baustoffe und weitere Produkte rund um Tier, Haus und Garten kamen hinzu. Reinhard Nerb übernahm das Familienunternehmen in zweiter Generation. Seit 2018 ist auch die dritte Generation im Unternehmen. Seitdem leitet Gründerenkel Roland Nerb gemeinsam mit seinem Vater Reinhard Nerb die Geschäfte.

IHK-EHRENURKUNDE

Die IHK für München und Oberbayern würdigt unternehmerische Leistung mit einer kostenfreien Ehrenurkunde zum Firmenjubiläum. Die Urkunde wird individuell für das Unternehmen geschrieben. Bei einem besonderen Jubiläum ab 50

Jahren überreicht die IHK die Urkunde nach Terminvereinbarung auch gern persönlich. Bestellung unter: www.ihk-muenchen.de/firmenjubilaeum

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



Foto: Goran Gajarin/Das Kraftbild

Sind Ihre sensiblen Daten wirklich sicher?



Vertrauliche Dokumente geraten schnell in die falschen Hände.

Setzen Sie daher auf einen netfiles Datenraum für:

- ✓ Sicheren Datenaustausch
- ✓ Effiziente Zusammenarbeit
- ✓ Zentrale Projektablage

Jetzt kostenlos testen!
www.netfiles.com



75 JAHRE

EDEKA Klück Frischemarkt e.K.

Traunreut

1950 eröffnete Waltraud Klück mit Unterstützung ihrer Familie einen kleinen Obst- und Gemüseladen in Traunreut. Schnell wuchs das Geschäft. 1960 stellte der Betrieb auf Selbstbedienung um. 1989 stieg mit Peter Klück die zweite Generation ins Unternehmen ein und baute es weiter aus. 2008 schloss er sich der EDEKA an. Heute beschäftigt das Unternehmen rund 30 Mitarbeiter.



Foto: IHK

Peter (I.) und Marion Klück mit Nikolaus Binder, Vorsitzender Regionalausschuss Traunstein

40 JAHRE

Weinfachhandel Resi Englhart e.K.

Tuntenhausen

Die gelernte Bankkauffrau Resi Englhart machte sich 1985 selbstständig und eröffnete einen Weinfachhandel. Seither bezieht sie ihre Weine direkt von den Erzeugern. Ihr Sortiment umfasst heute etwa 300 verschiedene Weine, Sekt und Spirituosen.

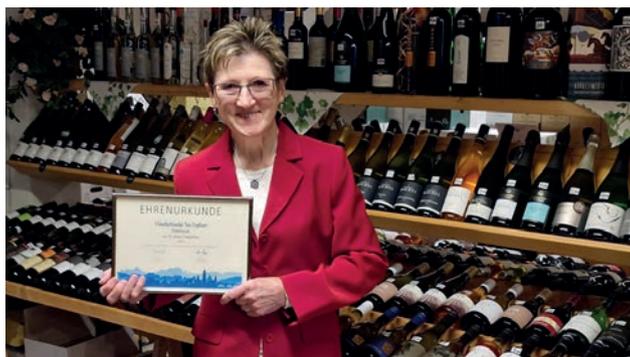


Foto: Englhart

Firmenchefin Resi Englhart



EMAS-Neueintragungen

EMAS ist das von der Europäischen Kommission entwickelte Premium-Umweltmanagementsystem. EMAS unterstützt Unternehmen und Organisationen bei der Bewertung, Berichterstattung und Verbesserung ihrer Umweltleistung.

Neu registrierte Unternehmen November 2024 bis Mai 2025

bharchitektengesellschaft mbH

Architekturbüro, 61 Mitarbeiter

Foto: bharchitektengesellschaft



Claudia Peschel (Geschäftsführerin), Markus Beer (Geschäftsführer), Susanne Kneiße-Heinevetter (IHK) (v.l.)

Cudok & Viße GmbH

Vermieter von Mobiliar für Messen u. a., 90 Mitarbeiter



Foto: Cudok & Viße

Tobias Köberl (Umweltmanagement), Daniela Mutter (Unternehmensentwicklung), Ben Cudok (Geschäftsführer), Susanne Kneiße-Heinevetter (IHK) (v.l.)

Bundesanstalt Technisches Hilfswerk Landesverband Bayern – THW Landesdienststelle München

Öffentliche Sicherheit und Ordnung, 15 Mitarbeiter

Foto: IHK



Elisabeth Brandt (Umweltmanagement, I.) und Susanne Kneiße-Heinevetter (IHK)

BMW Bayerische Motorenwerke AG Werk 01.92 Parsdorf (CMCC und Verbrauchsteilelogistik)

Automobilindustrie, 280 Mitarbeiter



Foto: BMW AG

Stefan W. Zangerle (Leiter Planung und Industrialisierung Hochvoltbatterie und Batteriezelle), Bernd Wächtershäuser (Leiter CMCC), IHK-Hauptgeschäftsführer Manfred Gößl (v.l.)

Neue EMAS-Standorte

Diese Unternehmen sind bereits EMAS-registriert und haben im Zeitraum November 2024 bis Mai 2025 neue Standorte aufgenommen.

MÜNCHENSTIFT GmbH

Gemeinnützige Gesellschaft der Stadt München

Alten- und Pflegeheimbetreiber, rund 700 Mitarbeiter
EMAS-registriert seit 2021

Neue Standorte:

MÜNCHENSTIFT Mathildienstift, München
MÜNCHENSTIFT Haus St. Josef, München
MÜNCHENSTIFT Haus St. Martin, München
MÜNCHENSTIFT Haus an der Rümannstraße, München
MÜNCHENSTIFT Karl-Rudolf-Schulte-Haus, München
MÜNCHENSTIFT Hans-Sieber-Haus, München
MÜNCHENSTIFT Haus an der Tauernstraße, München
MÜNCHENSTIFT Haus St. Maria Ramersdorf, München

H. Geiger GmbH Stein- und Schotterwerke

Baustoffunternehmen, rund 250 Mitarbeiter
EMAS-registriert seit 1999

Neuer Standort:

Ingolstädter Asphaltmischwerke GmbH & Co. KG, Ingolstadt

Dr. Schnell GmbH & Co. KGaA

Hersteller von Reinigungsprodukten, rund 400 Mitarbeiter
EMAS-registriert seit 1998

Neuer Standort:

Burnus Professional GmbH & Co. KG, Steinau an der Straße

WAS IST EMAS?

EMAS (Eco-Management and Audit Scheme) unterstützt Unternehmen und Organisationen bei der Bewertung, Berichterstattung und Verbesserung ihrer Umweltleistung. Gerade in der Aufarbeitung der eigenen Umweltauswirkungen liegen große Chancen für den betrieblichen Umweltschutz.

EMAS bietet den teilnehmenden Unternehmen viele Vorteile: Die Teilnahme ist freiwillig und eigenverantwortlich. Die betrieblichen Umweltschutzmaßnahmen sparen intelligent Ressourcen und Kosten ein, schaffen ein Bewusstsein für nachhaltiges Arbeiten und verbessern die Innovationsfähigkeit.

Der EMAS-Prozess ist langfristig angelegt: Erster Schritt ist die Neueintragung ins EMAS-Register. In den darauffolgenden Jahren weisen EMAS-registrierte Unternehmen der zuständigen

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

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

Nähere Informationen zu EMAS gibt es unter:

www.ihk-muenchen.de/emas

IHK-Ansprechpartnerin zu EMAS

Susanne Kneißl-Heinevetter
Tel. 089 5116-1467
kneissl@muenchen.ihk.de

»In die unternehmerische
Reise verliebt« – Josef Brunner



Sein bisher dickstes Brett

Josef Brunner zählt zu den erfolgreichsten Gründern Deutschlands. Jetzt will er mit seinem sechsten Unternehmen den Lebensmittelmarkt erobern.

Von Harriet Austen

Für Deutschland 2030 hat Unternehmer und Investor Josef Brunner eine klare Zukunftsvision: »Wir brauchen ein Zielbild, das gesellschaftlich inklusiv und wirtschaftlich tragfähig ist. Sonst können wir nicht entscheiden, wo wir investieren wollen.« Damit appelliert die von ihm mitgegründete Plattform »Unternehmer in Bewegung« an die neue Bundesregierung, »alte Zöpfe abzuschneiden und harte Entscheidungen zu treffen.«

Für seine neueste Gründung NutriUnited Holding SE geht Brunner ebenso vor: »Ich habe NutriUnited stark am Zielbild ausgerichtet und ein relativ klares Verständnis dafür entwickelt, wie das Unternehmen aussehen muss, wenn ich fertig bin.« Die finale Struktur von vornherein festzulegen und davon alles Weitere abzuleiten, sei eine der wichtigsten Erfahrungen, die er bei seinen fünf früheren Gründungen gemacht habe. Doch nicht nur das.

»Ich habe mich als Mensch sehr stark verändert«, sagt der Unternehmer. Er sei nicht mehr so getrieben wie früher, auch fokussierter und ausgeglichener. Bisherige Erfolge mit seinen Gründungen und ein belastbares Netzwerk würden zu mehr Gelassenheit beitragen. Vor allem aber habe er sich »in die unternehmerische Reise verliebt«. Nicht nur, weil Unternehmertum sein Steckpferd ist, sondern auch, weil sein Schmerz und seine daraus resultierende Kraft »irgendwohin kanalisiert werden müssen«, wie Brunner sagt. Denn, so hat er es in seinem Buch »Follow the Pain« festgehalten: Schmerz und Erfolg liegen dicht beieinander, ganz besonders bei ihm.

Als Brunner ein Teenager war, ging die Bäckerei seines Vaters in Konkurs, weil sie sich gegenüber den großen Ketten nicht mehr halten konnte. »Die Häme, die ihm danach entgegengeschlagen ist, seine Scham und sein verletzter Stolz, das Verlieren von Job und Haus beschäftigten

mich immer noch«, sagt Brunner. Doch daraus sei auch ein »extremer Antrieb« entstanden, der ihn härter und resilienter gemacht habe.

Damals sah der 16-Jährige nur einen Ausweg, um seinen Eltern zu helfen: die Schule abbrechen und sich selbstständig machen. Er gründete sein erstes Unternehmen und baute von dem Verkaufserlös ein Haus für seine Eltern. Damit war der Grundstein für die unternehmerische Karriere des jungen Mannes gelegt, der eigentlich Quantenphysiker werden wollte. Auf kaufmännischem Gebiet war er völlig unerfahren. Ihm war wichtiger, ein Ziel vor Augen zu haben, als zu wissen, wie Unternehmertum geht.

Ab diesem Zeitpunkt hielt ihn nichts mehr auf. »Ich bin sehr schmerzresilient geworden und immer wieder aufgestanden. Mich kriegt man schwer kaputt«, so Brunner. Es focht ihn nie an, dass ihm bei jeder seiner sechs Gründungen Bedenken entgegenschlugen. »Ich habe mir halt konträre, komplexe Themen herausgesucht und nicht solche, die en vogue sind«, sagt der heute 43-Jährige.

Der Erfolg bei Unternehmensentwicklung und Firmenverkäufen gab ihm recht. Zu seinen Gründungen gehören JouleX, ein Unternehmen für Energiemanagement, das er für 107 Millionen Dollar an den US-Tech-Konzern Cisco verkaufte, und das IT-Unternehmen relayr, das der Versicherungskonzern MunichRE für 300 Millionen Dollar übernahm. Damit hatte Brunner genügend Mittel, um mit seiner AFT Gruppe (Advanced Future Technologies) in Start-ups zu investieren, die Energiewende und nachhaltige Transformation vorantreiben. Aktuell steht learnd SE im Fokus, eine britische Firma für Energiemanagement. Als Brunners Beteiligungen aus dem Ernährungssektor nicht so recht flo-

rierten, beschäftigte er sich näher mit dem Lebensmittelmarkt. Da dort wenige große Konglomerate und Handelsunternehmen dominierten, hätten kleinere Betriebe immer weniger Chancen, ein tragfähiges Geschäftsmodell zu entwickeln. Daraus entstand die Idee für Brunners sechstes Unternehmen.

Die Holding NutriUnited soll als Dach für fünf bis zehn relativ kleine Lebensmittelbetriebe (Umsatz zehn bis 50 Millionen Euro) dienen, die er nach und nach kauft. Die Edwin Grasmehr GmbH, eine Landmetzgerei aus Weilburg, hat er bereits erworben. Bei der Suche nach weiteren Firmen legt Brunner Wert darauf, dass »alle einen besonderen Benchmark mitbringen, von dem die anderen Betriebe der Gruppe profitieren«. Das können Kompetenzen in Produktentwicklung oder Einkauf sein.

Die einzelnen Firmen bleiben eigenständig und »als lokale Champions« in der Region verwurzelt, können aber, so die Idee, gemeinsam schlagkräftiger auftreten und Synergien nutzen. Mit dieser Vision versucht der Serienunternehmer nun nichts weniger, als »die Lebensmittelindustrie radikal neu zu denken«, wie er sagt. NutriUnited sei sein bisher »dickstes Brett«. ●

nutriunited.de

ZUR PERSON

Josef Brunner, Jahrgang 1981, gründete sein erstes Unternehmen als 16-jähriger Schüler, weitere folgten. Bekannt wurde er durch den millionenschweren Verkauf von Firmen an internationale Konzerne. Mit seiner AFT Gruppe investiert er in Start-ups aus Zukunftsbranchen. 2024 rief er NutriUnited ins Leben, eine Holding für ausgesuchte Unternehmen der Lebensmittelbranche.

Hohe Anziehungskraft –
die bayerische Landeshauptstadt





Mehr Show, mehr Besucher

2024 war ein Rekordjahr für den Tourismus in München. Woran das liegt und wie sich die Attraktivität der Stadt für Reisende weiter ausbauen lässt.

Von Sabine Hölper

Janis Gromovs arbeitet erst seit einigen Monaten als Head of Sales & Marketing im Hotel Platzl in der Nähe des Münchner Marienplatzes. Dennoch weiß er natürlich, dass das vergangene Jahr herausragend war. Die Auslastung des Hauses mit 116 Zimmern und 15 Suiten betrug 90 Prozent.

»Das war nochmals mehr als im Vor-Corona-Jahr 2019 mit 85 Prozent«, sagt Gromovs. »Und selbst diese Quote ist für ein privat geführtes Stadthotel sehr gut.« Der Anstieg zeige, »dass wir nicht nur zur Erholung des Tourismus beitragen, sondern auch aktiv von der Attraktivität Münchens profitieren«.

Die Stadt ist sogar so attraktiv, dass sie einen Rekord verbuchen kann. »Das touristische Jahr 2024 war das erfolgreichste in München seit Beginn der Aufzeichnungen 1912 und hat damit auch das Top-Jahr 2023 übertroffen«, sagt Benedikt Brandmeier, Leiter Tourismus, Veranstaltungen und Hospitality bei der Stadt München. 19,7 Millionen Übernachtungen registrierten die gewerblichen Beherbergungsbetriebe mit zehn und mehr Betten. Das waren 5,8 Prozent mehr als im Vorjahr. Damit werde noch einmal deutlich, dass der Tourismus »ein bedeutender Wirtschaftsfaktor für die Stadt ist«, sagt Brandmeier. Das Gewicht der Branche zeigen auch die folgenden Zahlen: Die Betriebe der Münchner Tourismusbranche machen pro Jahr rund acht Milliarden

Euro Umsatz und beschäftigen 150.000 Personen.

Die meisten Besucher kommen aus dem Inland, rund 45 Prozent reisen aus dem Ausland an (s. Kasten S. 16). Dabei wächst die Zahl der internationalen Gäste kontinuierlich. Im vergangenen Jahr betrug das Plus gegenüber dem Vorjahr neun Prozent. Zum Vergleich: Bei den inländischen Gästen waren es 3,3 Prozent. Dass die Branche boomt, liegt zum einen an der Attraktivität der Stadt selbst. Die Frauenkirche, das neugotische Rathaus, Schloss Nymphenburg, die Residenz, die Pinakotheken, die bayerische Wirtshauskultur – all das und vieles mehr sind Tourismusmagneten. Und doch reichen Sehenswürdigkeiten allein nicht aus, um dauerhaft Zuwächse zu generieren und die Hotels auszulasten. Denn auch das ist im Rekordjahr Realität: In den insgesamt 469 Hotelleriebetrieben mit 98.000 Betten betrug Ende 2024 die durchschnittliche Zimmerauslastung 70 Prozent. 2019 waren es bei 465 Betrieben und 97.000 Betten noch 75 Prozent.

Für eine anhaltende Hochsaison braucht es mehr. »Dass 2024 ein Rekordjahr war, lag an den vielen Veranstaltungen, etwa der Fußball-Europameisterschaft mit sechs Spielen in München, vor allem aber den Konzerten von Stars wie AC/DC oder Taylor Swift«, sagt Michael Höflich (57), Geschäftsführer der Tourismus Initiative München (TIM) e.V. »Allein die Auftritte

von Adele haben der Stadt 750.000 Besucher gebracht, die zwischen zwei und vier Nächte geblieben sind.«

Laut der Jahresbilanz der Landeshauptstadt ist der »Konzertsommer-Monat August sowohl der erfolgreichste August als auch der Monat mit den meisten Übernachtungen seit Beginn der Datenerfassung« gewesen. Die Beherbergungsbetriebe zählten 2,1 Millionen Übernachtungen. Das war ein Plus von 18,5 Prozent im Vergleich zum Vorjahresmonat.

Dabei wirken die Top-Veranstaltungen über das eigentliche Event hinaus. »Insbesondere die Auftritte von Adele, Taylor Swift und Coldplay haben München international ins Rampenlicht gesetzt und für enorme Resonanz in den Medien und sozialen Netzwerken gesorgt«, sagt Stadtvertreter Brandmeier. »Dadurch ist München auch für andere Künstler als attraktiver Veranstaltungsort sichtbar geworden.« Sein Fazit: »Ohne die Großveranstaltungen wäre die Stadt weniger

Foto: Sebastian Hoch



Wir tragen nicht nur zur Erholung des Tourismus bei, sondern profitieren aktiv von der Attraktivität Münchens.«

Janis Gromovs, Head of Sales & Marketing Platzl Hotels München

anziehend. Die Zahl der Gäste und die Einnahmen für die touristischen Betriebe wären niedriger und auch die Vielfalt in Gastronomie und Freizeitangeboten würde darunter leiden.«

So überrascht es kaum, dass die Landeshauptstadt fürs aktuelle Jahr wieder auf Erfolge setzt. Zum einen ist der Auftakt mit 2,4 Millionen Übernachtungen in den ersten beiden Monaten gelungen. Zum anderen gibt es wieder Konzerte von Superstars im Kalender, etwa von Robbie Williams oder Guns N'Roses, ferner Top-Sportveranstaltungen wie das UEFA Champions League Finale oder das BMW – ATP 500 Tennisturnier. Hinzu kommen hochkarätige Messen wie die bauma,

Intersolar Europe oder IAA Mobility. Geschäftsreisende sind eine wichtige und besonders lukrative Zielgruppe. Sie geben laut einer Erhebung des Zahlungsdienstleisters Mastercard mit 556 Euro pro Tag fast doppelt so viel aus wie Urlauber. Umso vielversprechender ist der Trend zu Bleisure-Reisen: Die beruflich motivierten Reisenden hängen noch ein, zwei Tage am Aufenthaltsort dran (s. auch Artikel S. 18).

Wie wichtig Messen und Kongresse für den Tourismusstandort sind, weiß auch Platzl-Marketingleiter Gromovs: »Gemeinsam mit München Tourismus und der Munich Hotel Alliance beteiligen wir uns an Ausschreibungen für Messen.« Er betont aber, dass eine Stadt nur dann gern besucht werde, wenn es an der Basis stimmt: Die Gäste wollten gut nächtigen und essen. Selbstverständlich gebe es auch Low-Budget-Touristen, die im Hostel und mit der Frittenbude zufrieden sind. Die Mehrheit aber suche Komfort und Genuss.

Aus diesem Grund ist das Hotelunternehmen seit geraumer Zeit dabei, das Stammhaus umfassend zu modernisieren. Um den Gästen noch mehr Variationen zu bieten, eröffnete 2018 zudem ein Ableger, das »Marias Platzl« in der Au. Es ist gedacht für Gäste, »die es etwas ruhiger haben möchten und dennoch in gut einer Viertelstunde am Marienplatz sind«, sagt Gromovs. Dazu bietet die Gruppe unterschiedliche Gastronomie: das Wirtshaus »Ayinger am Platzl«, das Fine-Dining-Restaurant »Pfistermühle« sowie die Bar »Josefa«. Auf der anderen Seite der Isar betreibt sie mit dem »Ayinger in der Au« ein Wirtshaus.

MÜNCHENS INTERNATIONALE GÄSTE

45 Prozent der Übernachtungsgäste in München reisen aus dem Ausland an. Die meisten Besucher mit knapp 1,5 Millionen Übernachtungen kommen aus den USA. Das stärkste Plus gibt es bei Gästen aus China. Die Top Ten der internationalen Besucher:

Rang	Land	Übernachtungen	Veränderung zum Vorjahr in Prozent
1	USA	1.491.000	16,4
2	Großbritannien	655.000	15,2
3	Italien	587.000	-2,3
4	Österreich	540.000	6,1
5	Schweiz	481.000	-0,6
6	Skandinavien	369.000	34,3
7	Arabische Golfstaaten	347.000	-13,2
8	Südostasien	318.000	9,7
9	Spanien	314.000	3,6
10	China	292.000	40,4

Quelle: Landeshauptstadt München

»Ein gutes gastronomisches Angebot ist immens wichtig«, sagt Thomas Geppert, Landesgeschäftsführer des DEHOGA Bayern e.V., und betont: »Wirtshäuser sind die wirtschaftliche Grundlage für die Leitökonomie Tourismus.« In der Branche verzeichnet man den Trend zum »Resonanztourismus«. Das bedeutet, dass die Gäste authentische Erlebnisse haben wollen. Dazu gehört in Bayern die bayerische Wirtshauskultur. München ist hier, anders als mancher Ort auf dem Land, gut aufgestellt.

Punkten kann die Stadt außerdem mit ihrem Einzelhandel. Über die Stadt hinaus bekannt ist zum Beispiel die FS. Kustermann GmbH mit ihrem umfangreichen Angebot für Tischkultur, Haus und Garten. Das Unternehmen ist – wie zahlreiche Einzelhändler in München – von der touristischen Kundschaft abhängig und daher mit der Entwicklung zufrieden. »Bezogen auf die Übernachtungsgäste, war 2024 ein sehr gutes Jahr«, sagt Geschäftsführer Caspar-Friedrich Brauckmann (65).

Verbesserungsmöglichkeiten hat er dennoch ausgemacht. »Wir sehen grundsätzlich noch ein deutliches Potenzial bei den Tagestouristen«, sagt der Unternehmer. Fünfmal so viele Tagestouristen wie Übernachtungsgäste besuchen München. Sie würden, so Brauckmann, vonseiten der Stadt noch nicht ausreichend in den Fokus genommen. Außerdem werde der Münchner Einzelhandel noch nicht perfekt vermarktet. »München hat mehr zu bieten als Bayern München und das Oktoberfest«, sagt er. »Gerade die Vielzahl und die Konzentration traditioneller Familienunternehmen in der Münchner Innenstadt sind weltweit einzigartig.«

Gemeinsam mit der Tourismus Initiative TIM, der Stadt München und weiteren Unternehmen hat Brauckmann einen Runden Tisch initiiert. Er soll Ideen entwickeln, wie sich neben dem Tagestourismus auch die Zahl der Übernachtungs-



Top-Event 2024 Fußball-EM – sechs Spiele fanden in der Münchner Allianz Arena statt

Foto: megann/Adobe Stock

gäste erhöhen lässt, um letztendlich auch den Umsatz der Münchner Betriebe zu steigern. Brauckmanns Vorstellung: mehr Show, mehr öffentliche Events. »Wir sollten zum Beispiel zu Messen wie der bauma die Innenstadt stärker einbinden und aktivieren. Die IAA Mobility war da ein sehr gutes Beispiel.«

Ideen hat auch die IHK für München und Oberbayern entwickelt. Ende 2024 hat sie in einem Positionspapier zusammengefasst, wie der Tourismusstandort zukunftsfähig gemacht werden sollte. Die wichtigsten Themen sind laut der IHK-Referentin Tourismus Juliane Berauer »Bürokratieabbau, Innenstadtbelebung und Arbeitskräf-

tesicherung, zum Beispiel durch die Flexibilisierung von Arbeitszeiten.«

Die Personalfrage ist auch nach Gromovs Ansicht eines der drängendsten Themen in den Hotels und Restaurants. Die Antwort seines Unternehmens darauf? Eine eigens gegründete Akademie, um Mitarbeiter zu qualifizieren. ●

Das IHK-Positionspapier zum Standortfaktor Tourismus ist online verfügbar: www.ihk-muenchen.de/positionen

IHK-Ansprechpartnerin zu Tourismus

Juliane Berauer, Tel. 089 5116-1823
berauer@muenchen.ihk.de

ANZEIGE



Tim Kollmann

✉ job@tim-kollmann.de

Interesse geweckt?



Starke Unterstützung für die Schnittstelle IT • Maschine gesucht?



Junger Ingenieur (M. Sc. Mechatronik) mit Praxiserfahrung in Produktion, Digitalisierung & Entwicklung sucht herausfordernde Aufgabe im Großraum München/südl. Oberbayern, gerne auch als Allrounder in kleinem oder mittelständischen Unternehmen.



Ich verbinde handwerkliche Hands-on-Mentalität mit strukturiertem Prozessdenken sowie fundierter, technischer Software- und Programmiererfahrung.

Qualifikationsauszug

PowerBI

Raspberry PI

Matlab

LEAN

Python

Inventor, Solid Edge

HTML, CSS, JS

Erst die Arbeit, dann ab in den See

Beruf und Freizeit beim Reisen zu verbinden, ist ein anhaltender Trend. Wie können sich Tourismusbetriebe darauf einstellen und mehr Umsatz generieren?



Interessante Zielgruppe – Reisende, die entspannen und arbeiten wollen

Foto: DAction Images/Adobe Stock

Von Sabine Hölper

Wanderer können im »Almbad Sillberghaus« in Bayrischzell Brotzeit machen. Übernachtungen können sie trotz der 13 Zimmer mit 30 Betten nicht. Das ist den Gästen von Familienfeiern und Teilnehmern von Firmenveranstaltungen vorbehalten. Mit beiden Gruppen macht »Almbad«-Chef Peter Kirchberger (64), der unter dieser Marke noch zwei weitere Hütten betreibt, rund 50 Prozent seines Umsatzes. Dass Hochzeits- oder Geburtstagsgesellschaften gern in einer Berghütte mit

hotelähnlichem Komfort feiern, ist nicht neu. Hüttenseminare beziehungsweise Workation in schöner Natur sind hingegen ein Trend, der einiges an Wachstum verspricht. Denn viele Gäste, die es einmal ausprobiert haben, bleiben dabei. »Wir haben eine sehr hohe Wiederbuchungsrate«, sagt Kirchberger. Und es kommen stets neue Interessenten hinzu.

Die Tourismusbranche lebt seit Langem von Freizeittouristen und Geschäftsreisenden. Doch seit geraumer Zeit etablieren sich Mischformen. Da sind zum einen

jene, die Workation machen. Der Begriff (abgeleitet aus work und vacation) bezeichnet die Verbindung von Arbeit und Urlaub an einem touristisch attraktiven Ort für einige Tage, Wochen oder Monate, entweder allein oder zusammen mit Kollegen.

Immer häufiger spricht man auch von Coworkation. Nämlich dann, wenn ein Gast mit Kollegen aus dem eigenen Unternehmen zusammen fernab des heimischen Büros arbeitet. Oder wenn er zwar allein anreist, vor Ort aber mit Gleichgesinnten –

zumindest zeitweise – zusammenarbeitet. Eine andere Gruppe sind die sogenannten Bleisure-Reisenden. Bleisure (abgeleitet aus business und leisure) ist die Kombination von Geschäftsreisen mit einem privaten Aufenthalt. Geschäftsreisende hängen entweder ein paar Tage privat dran oder machen vor den Terminen ein paar Tage Urlaub.

Laut der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) und dem German Convention Bureau (GCB) nutzten 2023 mehr als ein Drittel aller ausländischen Geschäftsreisenden die Möglichkeit, ihren Business-Trip nach Deutschland mit einem privaten Aufenthalt zu kombinieren. Damit erreichte Deutschland als Bleisure-Ziel Platz eins in Europa und im weltweiten Vergleich Platz drei hinter den USA und Mexiko. Innerhalb der Gruppe der Bleisure-Reisenden nach Deutschland entfielen rund drei Viertel auf das MICE-Segment, also auf Tagungen (Meetings), Belohnungsreisen (Incentives), Kongresse (Conventions) und Ausstellungen (Exhibitions).

Zu Workation beziehungsweise Coworkation gibt es weniger aussagekräftige Zahlen. Fest steht aber, dass Reisen, die zwischen Arbeit und Freizeit changieren, für die Tourismusregion München und Oberbayern ein enormes Potenzial darstellen. Zum einen quantitativ, da es sich um eine tendenziell wachsende Klientel handelt. Zum anderen qualitativ. Auch hier sind die Zahlen zu den Bleisure-Reisenden besonders aussagekräftig: So geben Geschäftsreisende laut einer Erhebung des Zahlungsdienstleisters Mastercard 556 Euro pro Tag aus, Freizeitreisende im Schnitt nur 258 Euro.

Zwar ist nicht erwiesen, dass die Geschäftsreisenden während ihres privaten Aufenthalts genauso konsumfreudig sind. Es lässt sich aber zumindest davon ausgehen, dass das Niveau in etwa gleich bleibt. Die wenigsten werden vom

Foto: CoworkationAlps



Unser Ziel ist es, den Tourismus und die Region nachhaltig zu entwickeln und zu stärken.«

Veronika Engel, Vorstandsvorsitzende CoworkationAlps

Vier-Sterne-Hotel in ein Hostel umziehen. Hinzu kommt: Bleisure-Reisende holen für den Freizeitteil oft die Familie hinzu, sodass sich die Zahl der Gäste und Umsätze nochmals erhöht. Kein Wunder, dass die Tourismusbranche in Oberbayern ein Interesse daran hat, diese Gäste für sich zu gewinnen. Mehr und mehr gilt das auch für den ländlichen Raum. So sieht »Almbad«-Chef Kirchberger, der seit 2007 digitale Nomaden beherbergt, »dass unser Konzept von 80 Prozent der privaten Hütten adaptiert wird.«

Es braucht auch nicht unbedingt sehr viel, um Menschen anzuziehen, die das Nützliche mit dem Angenehmen verknüpfen wollen: eine gute Lage, eine attraktive Lokalität sowie WLAN und am besten einen Raum, in dem man konferieren kann. Der »Tegernseer Hof«, der auch um Coworkation-Gäste wirbt, fasst sein Angebot so zusammen: »Der Seminarraum ist mit moderner Technik ausgestattet und bietet so einen idealen Rahmen für kleinere Tagungen und Workshops. Darüber hinaus bieten sich die zahlreichen Freizeitmöglichkeiten rund um den Tegernsee ideal für Teambuilding-Aktivitäten an.«

Um sowohl die Gastgeber als auch das gesamte Konzept zu stärken, startete vor sechs Jahren der Verein CoworkationAlps mit Sitz in Miesbach. »Unser Ziel ist es, den Tourismus und die Region nachhaltig zu entwickeln und zu stärken«, sagt die Vorstandsvorsitzende und Initiatorin Veronika Engel (32).

Sie stieß 2016 während ihrer Bachelor-Arbeit auf das Thema, sah das Potenzial, aber ebenso die Notwendigkeit der Vernetzung, um aus der Nische herauszukommen. Heute hat der Verein, zu

dessen Gründungsmitgliedern auch Almbad-Chef Kirchberger gehört, 60 Mitglieder in Deutschland, Österreich, Schweiz und Italien.

Laut einer Studie des Vereins ergibt sich eine Zunahme der Reiseform allein aus dem Generationenwechsel. So können sich etwa sechs von zehn Befragten Coworkation vorstellen. Rund 70 Prozent davon sind grundsätzlich bereit, in den nächsten Monaten eine solche Reise zu machen. »Bei jüngeren Befragten liegt der Anteil jedoch deutlich über dem Durchschnitt«, heißt es in der Studie. Sie suchten »Austausch, Inspiration, das Ausbrechen aus dem Alltag, eine Steigerung der Motivation«. Wichtige Aspekte seien außerdem die freie Zeiteinteilung, Gemeinschaft, Produktivität, Spaß, Reisen und Entspannung.

Selbstständige können die Kombination aus Präsentationen und Pool auf eigene Faust umsetzen. Anders sieht es bei Angestellten aus. Und hier liegt das Hauptproblem bei der weiteren Ausdehnung von Workation respektive Coworkation. Die Unternehmen müssen mitspielen.

Zum einen müssen sie ihren Mitarbeitern vertrauen, um sie für ein paar Tage oder Wochen zum Arbeiten auf die Almhütte zu entsenden. Zum anderen ist aktuell in Zeiten erhöhter Sparsamkeit bei Unternehmen wieder ein leichter Rückgang in der Bereitschaft zu Coworkation erkennbar. Somit bleibt noch viel zu tun. Für die Angestellten. Und für den Tourismus in Oberbayern. ●

IHK-Ansprechpartnerin zu Tourismus

Juliane Berauer, Tel. 089 5116-1823
berauer@muenchen.ihk.de

Bis zu 2,20 Meter hoch – die Wellen erzeugt eine Pneumatikanlage



Foto: SURFTOWN

Die Welle rollt

Die o2 Surftown MUC hat sich schnell zur neuen Attraktion im Münchner Umland entwickelt. Das Konzept stützt sich auf gleich drei Geschäftsfelder.

Von Eva Elisabeth Ernst

Ein großes nierenförmiges Becken im Freien. Von der Mitte aus rollen kontinuierlich Wellen – eine nach links, die nächste nach rechts. Surfer in Neoprenanzügen mit Brett unterm Arm warten, bis sie an der Reihe sind. Dann werfen sie ihr Board aufs Wasser, springen rasch auf und gleiten den Wellenkamm entlang. Seit August 2024 ist das Alltag in der o2 Surftown MUC, Deutschlands erstem und Europas größtem Surfpark. Die Anlage erzeugt rund 9.000 Wellen täglich, die intensiv genutzt werden – selbst bei miesem Wetter. Flutlicht und die Beleuchtung des Beckens ermöglichen das Surfen von 7 bis 23 Uhr.

»Wir waren von Anfang an richtig gut gebucht«, sagt Chris Boehm-Tettelbach, Gründer und Geschäftsführer der Betrei-

bergesellschaft Surftown GmbH. »Selbst im Winter, bei Minustemperaturen und Schneetreiben, wurde gesurft.« Dank moderner Neoprenanzüge sei dies möglich. Anschließend konnten sich die Surfer im Whirlpool wieder aufwärmen – selbstverständlich mit Blick auf die Wellen.

Der Surfpark hat sich in kurzer Zeit als Sportattraktion im Münchner Umland etabliert. Es zeigte sich schnell, dass der Markt für ein solches Sport- und Touristikangebot durchaus vorhanden ist. Hinter dem Erfolg stehen technisches Know-how, gezieltes Eventmarketing – und eine lange Vorbereitungszeit.

Den Mittelpunkt bildet eine mit Solarstrom betriebene Pneumatikanlage. Sie erzeugt in dem 180 Meter langen Becken rollende Wellen mit einer Höhe von bis zu

2,20 Metern. »So, wie sie auch am Ozean vorkommen«, erklärt Boehm-Tettelbach. »Bei der Eisbachwelle in München handelt es sich dagegen um eine stehende Welle.« Der heute 61-Jährige weiß genau, wovon er spricht. Schließlich zählte er zu den ersten Eisbach-Surfern, die sich auf die Welle im Englischen Garten wagten.

Im Hauptberuf führte Boehm-Tettelbach 37 Jahre lang die von ihm gegründete Eventagentur planworx GmbH. Mit seinem Team organisierte er mehr als 20.000 Veranstaltungen und betrieb unter anderem die Praterinsel an der Isar, wo er den Praterstrand ins Leben rief.

»Es war schon immer meine Vision, Orte zu schaffen, an denen sich jeder wohlfühlt«, sagt der Unternehmer. »In Kombination mit meiner Liebe zum Wasser-

sport führte das letztlich zum Konzept für die Surftown.« Vor zehn Jahren schrieb er den ersten Businessplan. Standort- und Kaufkraftanalysen ergaben, dass der Großraum München für das Projekt ideal war. »Durch die Wellen am Eisbach und an der Floßlande gibt es hier bereits eine gewisse Surfaffinität«, sagt der Unternehmer und erinnert sich, dass er einige Jahre lang durchs Münchner Umland gefahren ist und mit Landwirten über mögliche Grundstücke gesprochen hat.

2018 bot ihm schließlich die Gemeinde Hallbergmoos ein 20.000 Quadratmeter großes Areal an. Sie wollte das Gelände revitalisieren und beleben. Binnen drei Monaten genehmigte der Gemeinderat das Projekt. Die Finanzierung stemmte Boehm-Tettelbach zunächst mit privaten Investoren aus seinem beruflichen und persönlichen Netzwerk. Später engagierten sich die Münchner Bank eG und die LfA Förderbank Bayern, die BayBG Bayerische Beteiligungsgesellschaft mbH ist Mitgesellschafter.

Der erste Spatenstich erfolgte im Juni 2022, die erste Welle rollte im März 2024. Zur offiziellen Eröffnung im August kamen rund 15.000 Besucher. »Anfang Oktober fanden die nationalen Meisterschaften im Wellenreiten bei uns statt, die vom Bayerischen Fernsehen live gestreamt wurden«, freut sich Boehm-Tettelbach. Sogar das Wetter spielte mit: Wie auch bei der Eröffnung herrschte strahlender Sonnenschein.

Allerdings war die Bauzeit eine Herausforderung – und das lag nicht nur an der Pandemie: »Es gab fast jeden Tag neue Katastrophen«, erinnert sich Boehm-Tettelbach. »Schließlich wurde eine derartige Anlage noch nie gebaut. Insgesamt haben wir mit mehr als 70 Planern und Architekten gearbeitet, die Abstimmung der einzelnen Gewerke war sehr



Foto: SURFTOWN



Wir waren von Anfang an richtig gut gebucht. Selbst bei Schneetreiben wurde gesurft.«

**Chris Boehm-Tettelbach,
Geschäftsführer o2 Surftown MUC**

komplex.« Dazu kam, dass während der Bauphase die Form des Gebäudes verändert und einer Welle nachempfunden wurde.

Der Anspruch war, so nachhaltig wie möglich zu bauen: So wird etwa das Wasser im Becken im Wellengenerator gereinigt, was einen geschlossenen Wasserkreislauf erlaubt. Wo immer sinnvoll, wurden Solaranlagen zur Stromerzeugung installiert. Umso bemerkenswerter, dass die geplanten Investitionskosten von 45 Millionen Euro nicht überschritten wurden.

Das Konzept scheint aufzugehen. Schon neun Monate nach Eröffnung war die Anlage laut Boehm-Tettelbach »ganz nah dran«, operativ profitabel zu arbeiten. Bereits im Frühjahr waren die Surf-Slots in den Sommerwochenenden komplett ausgebucht, obwohl das sportliche Vergnügen seinen Preis hat: Eine Surfeinheit von 60 Minuten im Wellenbecken plus Sicherheitsbriefing und Coaching oder Guiding durch einen professionellen Surfcoach kostet ab 89 Euro. Maximal 700 Surfeinheiten pro Tag sind möglich.

Selbst Profisurfer schätzen die Qualität der Wellen: Mittlerweile trainiert das deutsche olympische Surfteam in Hallbergmoos. Ein gut ausgestatteter Surfshop und die Möglichkeit, Surfstunden zu buchen, runden das Angebot ab.

Daneben gibt es noch zwei weitere Geschäftsfelder. Zum einen die Gastronomie und das Eventgeschäft: Der Surfpark verfügt über ein öffentlich zugängliches

Café-Restaurant mit Aussichtsterrassen, die für private Events gebucht werden können. »Wir haben dort gleich die dafür nötige Technik für Moderation, Screens und Disco-Beleuchtung installiert«, sagt Boehm-Tettelbach. Zudem wurden zwei sogenannte Coodo, kleinere Gebäude für Veranstaltungen mit 60 und 28 Personen, auf dem Gelände gebaut. Auch mit der Entwicklung des Eventgeschäfts ist der Geschäftsführer sehr zufrieden.

Das dritte Geschäftsfeld nennt er »Koope-ration und Sponsoring«. Die Anlage dient auch als technischer Showcase für die Unternehmen, deren Technologien zum Einsatz kommen, wie etwa bei den Lichtmasten und der Pooltechnik. »Wir sind damit so etwas wie ein permanenter Mes- sestand.«

Außerdem gibt es noch Werbekunden, die unter anderem Werbeclips auf dem großen Screen über dem Becken schalten, und nicht zuletzt das Telekommuni- kationsunternehmen o2 Telefónica als Titelsponsor.

Apropos Namensgebung: Die drei Buch- staben MUC sieht Chris Boehm-Tettel- bach nicht nur als Ortsbezeichnung und Hinweis auf den nahegelegenen Flughafen. Er kann sich gut vorstellen, weitere Surftowns nach diesem Schema zu be- nennen, etwa BER für Berlin. »Meine Vi- sion ist es, dass wir in Deutschland noch drei Surftowns bauen und betreiben – und dass Surfen Schulsport wird.«

surftown.de

**Wasserknappheit – ein Risiko
für Unternehmen
(im Bild: Niedrigwasser am Rhein)**





Risiko erkennen, Resilienz erhöhen

Nachhaltigkeitsrisiken zu identifizieren und zu entschärfen – das bringt Unternehmen Chancen und Wettbewerbsvorteile.

Von Gabriele Lücke

Wasserknappheit, sinkende Grundwasserpegel, Hochwasser, Überflutungen, Verschmutzung: Das Lebenselixier Wasser ist unter Druck. Erst Ende Mai 2025 forderte die EU-Umweltkommissarin Jessika Roswall: »Wir brauchen ein Problembewusstsein und eine neue Einstellung zu Wasser.«

Auch die Hirschvogel Group hat die zunehmende Bedeutung von Wasser erkannt. Allein im deutschen Stammwerk in Denklingen benötigt der Hersteller von Stahl- und Aluminiumkomponenten pro Jahr mehr als eine Million Kubikmeter Wasser, vieles davon wird zur energie-sparenden Kühlung genutzt.

»Wasser ist für uns ein wichtiges Betriebsmittel. An unseren deutschen Standorten gibt es noch genügend Wasser, obwohl auch hierzulande heiße Sommer und Dürren zunehmen«, erläutert Christian Hinsel, Vice President und Global Head of Sustainability Management bei Hirschvogel. An den Standorten Indien und Mexiko sehe das anders aus: »Wasserknappheit und Wassermanagement sind dort wachsende Herausforderungen. Wir haben das Wasser daher neu bewertet und auf die Liste wesentlicher Nachhaltigkeitsthemen gesetzt.«

Dabei ist Wasserknappheit nur eines von vielen Nachhaltigkeitsrisiken, über die

Unternehmen sich klar werden müssen. »Die Aufgabe ist, zentrale Risiken zu erkennen und anzugehen, bevor sie tatsächlich eintreten«, betont IHK-Fachfrau Henrike Purтик. »Unternehmerische Weit-sicht macht Risiken zu Chancen und das eigene Unternehmen zum Vorreiter.«

Mit Blick auf den Klimawandel wird zwischen physischen und transitorischen Risiken unterschieden. Physische Risiken sind hier akute Ereignisse wie extreme Temperaturen, Waldbrände, Überschwemmungen oder Niedrigwasser in den Bundeswasserstraßen. Aber auch chronische Folgen des Klimawandels wie Rückgang der Artenvielfalt oder Rohstoff-verknappung – darunter auch Wasser – zählen dazu.

Zu den transitorischen Risiken gehören zum Beispiel regulatorische Vorgaben wie neue Gebäudestandards, aber auch verändertes Verbraucherverhalten oder technologische Entwicklungen.

Neben dem Klimawandel gibt es zahlreiche weitere nachhaltigkeitsbezogene Risiken: So bedingen neue Vorschriften etwa zur Reparierbarkeit Investitionen in Forschung und Entwicklung. Menschenrechtliche Sorgfaltspflichten können Compliance- oder Reputationsrisiken erzeugen. Oder Verbraucher wünschen sich höhere Tierwohlstandards. »Solche

Entwicklungen können für unvorbereitete Unternehmen mittelfristig zum Kostenfaktor werden«, sagt Hendrik Leue, Director bei der Nachhaltigkeitsberatung fors.earth GmbH in München. »Dabei ist nicht jedes Unternehmen von allem gleichermaßen betroffen. Das Geschäftsmodell und die Standorte entscheiden, welche Risiken individuell wesentlich sind.«

Der Experte schlägt vor, im ersten Schritt eine sogenannte Wesentlichkeitsanalyse zu allen Feldern der Nachhaltigkeit durchzuführen. Diese kann sich an den europäischen Nachhaltigkeitsberichtsstandards (European Sustainability Reporting Standard, ESRS) orientieren. »Wichtig ist, dass die individuellen Abhängigkeiten des Geschäftsmodells identifiziert wer-

Foto: Hirschvogel



Wir haben Wasser auf die Liste wesentlicher Nachhaltigkeitsthemen gesetzt.«

Christian Hinsel, Global Head of Sustainability Management Hirschvogel Group

den und man sich traut, diese – ebenbürtig zu traditionellen Risiken – finanziell zu bewerten«, sagt Leue. »So wird erkennbar, welche Kosten entstehen, wenn ein Unternehmen Risiken nicht frühzeitig adressiert – etwa durch Produktionsausfälle oder Reputationsschäden.«

Erst danach geht es an die mittel- bis langfristige Ableitung strategischer Maßnahmen, etwa das Erstellen von Investitionsplänen zum Klimaschutz oder eine Anpassung des Produktdesigns. »Dazu braucht es schon auch Kapazitäten, Zeit und Budget«, sagt Leue. »Viel-fach sind in den Unternehmen jedoch bereits passende Organisationsstrukturen und vor allem Fachwissen vorhanden – es müssen nur die richtigen Fragen gestellt werden.«

Die positiven Folgen und Chancen einer solchen Herangehensweise: Innovative technologische oder organisatorische Lösungen oder neue Produkte entstehen, Kosten sinken, die Reputation wächst. Fachkräfte, Kunden und Partner wissen das zu schätzen. Die Kreditaufnahme, die inzwischen auch an die Nachhaltigkeitsperformance gebunden ist, wird einfacher. IHK-Expertin Purtik: »Unabhängig von der Regulierung gilt: Wer Risiken klug managt, gestaltet nicht nur Zukunft – er gewinnt sie.«

Auch bei Hirschvogel rückte das Thema Wasser durch die doppelte

Wesentlichkeitsanalyse ins Bewusstsein. »Wasser ist hierzulande ein kostengünstiges Gut, einfach immer da«, sagt Hinsel. »Die Wesentlichkeitsanalyse, die wir in Vorbereitung auf die künftige Nachhaltigkeitsberichterstattung nach der Corporate Sustainability Reporting Directive gemacht haben, hat aufgezeigt, dass dies nicht selbstverständlich ist.«

Hirschvogel arbeitet daher kontinuierlich an Lösungen, um das in den Prozessen genutzte Wasser zurückzugewinnen, es mehrfach neu einzusetzen und so zu sparen. »An einigen Standorten haben wir auch dieses Jahr wieder Maschinen umgerüstet und so weitere werksinterne Kreislaufsysteme aufgebaut«, erläutert Hinsel.

Das Unternehmen ist in verschiedenen Nachhaltigkeitsbereichen aktiv: Bei den Rohstoffen Stahl und Aluminium bezieht es zunehmend Rohmaterial mit reduziertem CO₂-Fußabdruck und erhöhtem Anteil an Sekundärmaterial. Die schrittweise Dekarbonisierung der eigenen Produktion unterstützt Hirschvogel durch zahlreiche Energieeffizienzmaßnahmen und Photovoltaik. Soziale Standards wie Gesundheit und Arbeitssicherheit werden durch Schulungen und praktische Angebote gefördert.

»Wir tauschen uns regelmäßig in digitalen Runden mit den Umwelt- und Arbeitsschutzmanagern aller Standorte aus, lernen voneinander, kommen so voran«, sagt Hirschvogel-Manager

IHK-VERANSTALTUNGSTIPP

13. Bayerischer CSR-Tag

»Zwischen Werten und Wirklichkeit«

Was heißt verantwortungsvolles Wirtschaften im Jahr 2025? Um diese Frage dreht sich der 13. Bayerische CSR-Tag. Er wird veranstaltet vom Bayerischen Industrie- und Handelskammertag (BIHK) in Kooperation mit dem Bayerischen Staatsministerium für Familie, Arbeit und Soziales.

Termin: 17. September 2025

Ort: IHK für München und Oberbayern, Max-Joseph-Straße 2, 80333 München (digitale Übertragung der Hauptbühne)
Die Teilnahme ist kostenfrei.

Anmeldung:

events.ihk-muenchen.de/bihk/csr-tag

Hinsel. »Basierend auf unserem eigenen Nachhaltigkeitsanspruch und den Anforderungen von Gesetzen, Kunden und Stakeholdern, versuchen wir, die nachhaltigkeitsbezogenen Risiken, aber auch die Chancen und Auswirkungen laufend im Blick zu behalten und daraus wirksame Maßnahmen abzuleiten.« ●

**IHK-Ansprechpartnerinnen
zu CSR:**

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

zu Klima:

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

CORPORATE POLITICAL RESPONSIBILITY (CPR): DER POLITISCHE FAKTOR

Antisemitismus und Rassismus, Gewalt, zunehmender Einfluss populistischer Kräfte, Fokussierung auf nationale Interessen – auch die politische Entwicklung eines Standorts kann für Unternehmen zu einem transitorischen Nachhaltigkeitsrisiko werden. »Die liberale Demokratie ist unter Druck geraten, sie scheint inzwischen weniger selbstverständlich. Zugleich ist sie aber ein wesentlicher Faktor für wirtschaftlichen Erfolg – auch des Standorts Deutschland«, beobachtet Lutz-Peter Hennies, strategischer Analyst bei der Beratung BOHNEN Public Affairs GmbH in Berlin. »Ausländische Partner oder Fachkräfte schauen schon genauer hin, bevor sie sich für Deutschland entscheiden.«

Corporate Political Responsibility (CPR) als Teil der Unternehmensverantwortung hilft, ein demokratiefreundliches Narrativ dagegengesetzt – und die politischen Bedingungen für den Geschäftserfolg zu stärken. Dabei können Reaktionen öffentlich erfolgen, wie es einzelne Unternehmen, die DIHK und Wirtschaftsverbände bereits getan haben, als sie sich in Kampagnen zu Liberalität, Diversität und Weltoffenheit

bekannt. »Es geht aber auch darum, nach innen zu agieren: Wenn rechtsextreme Parteien erstarken, antisemitische Vorurteile grassieren, spiegelt sich das auch im Unternehmen wider.«

Hennies empfiehlt daher, in den Dialog mit der Belegschaft zu treten. »Ein Unternehmen ist ein Mikrokosmos, in dem sich politische Vielfalt und damit einhergehende Konflikte abbilden. Weil man sich dort täglich trifft und trotz Kontroversen zusammenarbeitet, kann es als wichtiges gesellschaftliches Lernzentrum dienen.« Besonders produktiv sei es, sich in Vorträgen und Diskussionen – auch mit Politikern und in Allianzen mit anderen Unternehmen – über den Zusammenhang von Demokratie, offener Debatte, sozialer Marktwirtschaft, Rechtsstaatlichkeit, Verfahrenssicherheit und Unternehmenserfolg auszutauschen. Auch IHK-Fachfrau Purtik sieht das so: »Gerade in unsicheren Zeiten sind Unternehmen gefordert, Haltung zu zeigen, Orientierung zu geben und zu einer nachhaltigen Zukunft beizutragen. Denn stabile Gesellschaften sind die Grundlage für wirtschaftlichen Erfolg.«

**ATU - IHR KOMPETENTER PARTNER
FÜR IHRE FLOTTE!**

WIR BIETEN DIGITALE LÖSUNGEN AN!



PROFESSIONELLE FLOTTENLÖSUNGEN FÜR ALLE UNTERNEHMENSGRÖSSEN

Für die individuellen Anforderungen Ihrer Flotte stehen wir Ihnen gerne zur Seite:

Hotline: **+49 (0)961 63186666**

Internet: atu-flottenloesungen.de

Mehr Infos finden Sie hier:



ATU

Flottenlösungen

Datencheck – wichtige Post von der IHK

Die Vorbereitungen für die IHK-Wahl 2026 haben begonnen. Daher bittet die IHK die Mitgliedsunternehmen um die Überprüfung ihrer Daten. Online ist das schnell erledigt.

Mitmachen ist Ehrensache –
2026 ist IHK-Wahl



Foto: Kobus Louw/Stock

Im kommenden Frühjahr entscheiden die Mitgliedsunternehmen der IHK für München und Oberbayern darüber, wer für die nächsten fünf Jahre ihre Interessen in der IHK-Vollversammlung und den Regionalausschüssen vertreten soll.

Die Wahl ist wichtiger denn je: Gerade in Krisenzeiten brauchen Unternehmen eine starke Vertretung

Damit Sie in der richtigen Wahlgruppe wählen beziehungsweise kandidieren können, ist es wichtig, dass Ihre bei uns hinterlegten Daten auf dem aktuellen Stand sind. Die IHK für München und Oberbayern schreibt per Brief daher derzeit alle rund 400.000 Mitgliedsunterneh-

men an und bittet sie, ihren bei uns angegebenen Wirtschaftsschwerpunkt bis zum 31. Juli 2025 zu überprüfen.

Datencheck online erledigen

Die Überprüfung ist schnell erledigt: einfach mit den im Schreiben mitgelieferten Zugangsdaten auf Ihrer persönlichen Seite unserer Datenplattform einloggen: www.ihk-muenchen.de/datencheck Achtung, die echten IHK-Zugangsdaten kommen nur per Brief, nicht über E-Mails oder SMS!

Mit Ihrem Mobiltelefon kommen Sie über einen QR-Code sogar direkt zum Ziel. Sollte Ihnen kein Internetzugang zur

Verfügung stehen, können Sie uns die Informationen selbstverständlich auch per Post oder über die angegebene Faxnummer zukommen lassen.

Der Wirtschaftsschwerpunkt entscheidet darüber, in welcher Wahlgruppe Ihre Stimme gezählt wird. Denn um die Vielfalt der oberbayerischen Wirtschaft abzubilden, werden alle Unternehmen bei der Wahl unterschiedlichen Wahlgruppen und Wahlbezirken zugeordnet. Auf diese Weise wird sichergestellt, dass die künftige IHK-Vollversammlung und die Regionalausschüsse ein Spiegelbild der gewerblichen Wirtschaft darstellen.

Die IHK-Wahl ist #EhrensacheIHK

Bei der IHK-Wahl entscheiden die IHK-Mitglieder über die Zusammensetzung der IHK-Vollversammlung und der 20 Regionalausschüsse für die kommenden fünf Jahre. Die Vollversammlung besteht künftig aus bis zu 104 Mitgliedern. Sie ist das demokratisch legitimierte höchste Entscheidungsorgan der IHK und bestimmt die Richtlinien der IHK-Arbeit. Zugleich werden auch die Vertreterinnen und Vertreter der 20 Regionalausschüsse neu besetzt.

Die Kandidatinnen und Kandidaten sind Unternehmerinnen und Unternehmer aus München und Oberbayern, die sich für ihren Wirtschaftsstandort ehrenamtlich engagieren möchten. Pro Mitgliedsunternehmen kann je eine Person für die Vollversammlung und/oder den jeweiligen Regionalausschuss antreten. ●

Mehr Informationen zur IHK-Wahl 2026 gibt es unter: www.ihkwahl2026.de

Ist Ihre Produktion fit für den globalen Markt?

Innovation

Starkes Netzwerk zur Innovationsagenda 2030

Bis 2030 soll sich München als Europas führende Start-up- und KI-Hochburg etablieren – vernetzt, kooperativ und als international sichtbares Innovationszentrum. Für diese Gemeinschaftsaufgabe machen sich das Munich Innovation Ecosystem, die IHK für München und Oberbayern, die Landeshauptstadt und weitere Partner aus Wirtschaft, Wissenschaft und öffentlicher Hand stark. Neben der Förderung von Start-ups werden mit der »Innovationsagenda 2030« Scale-ups, also schnell wachsende Unternehmen, gefördert und die entsprechenden Förderstrategien aus Berlin und Brüssel lokal umgesetzt. Die IHK übernimmt hier eine führende Rolle im Handlungsfeld »Scale-up City Munich«.

Zu den weiteren Handlungsfeldern gehört das House of AI, eine Plattform zur Entwicklung von KI-Lösungen. Der Clean-Tech Hub 2030 will Unternehmen dabei unterstützen, nachhaltige Lösungen auf Kreislaufbasis zu entwickeln. Überdies sind offene Räume für den Austausch zwischen Bürgern, Start-ups, Unternehmen, Wissenschaft sowie der Verwaltung geplant, um die Innovationsoffenheit in der Gesellschaft zu stärken. Eine Marketingkampagne soll München als richtungsweisenden europäischen Innovationsstandort positionieren.

www.munich-ecosystem.de/innovationsagenda2030



Foto: LH/München/Moritz Röder

KI-Hochburg als Ziel – IHK-Hauptgeschäftsführer Manfred Gössl, Frizzi Engler-Hamm, Munich Innovation Ecosystem, Münchens Wirtschaftsreferent Christian Scharpf, Tina Höfinghoff, Ecosystem, und Matthias Notz, Start2 Group (v.l.)

Optimieren Sie mit uns

- **Logistik**
- **Materialfluss**
- **Werkstrukturen**

Gemeinsam
den Standort
Bayern
sichern.

Fabrikplanung. Generalplanung. Industriebau.
Hinterschwepfinger Projekt GmbH
Marktler Straße 1, 84489 Burghausen



Gewaltige Dimensionen – Teilnehmer der IHK-Exkursion auf der Baustelle des Brenner Basistunnels

Foto: IHK

Vor dem Durchbruch

Der Brenner Basistunnel soll den Weg über die Alpen per Zug deutlich beschleunigen. Fortschritte beim Tunnelbau lassen Oberbayerns Wirtschaft hoffen.

Von Martin Armbruster

Nur eines hat Ferdinand Kloiber an der IHK-Exkursion »Brennerkorridor Tunnelbau & Nordzulauf« zu bemängeln. Die Bohrmaschine Wilma im Einsatz, das hätte der Geschäftsführer der Spedition Kloiber GmbH in Petershausen zu gern gesehen. Diesen Wunsch konnte ihm die Fahrt nicht erfüllen. Dennoch fand er den Tag äußerst informativ. Viele Details des Baus habe er vorher nicht gekannt, meint er. Das will etwas heißen. Als Spediteur ist Kloiber vom Fach. Sein Fazit: »Ich bin schwer beeindruckt.« Korbinian Leitner, Referatsleiter Verkehr bei der IHK für München und Oberbayern, darf sich bestätigt fühlen. Seiner Ansicht

nach bringt ein Tag am Brenner mehr als alle Positionspapiere. Jeder Besucher verstehe auf Anhieb, warum der Brenner Basistunnel so dringend benötigt wird. Nach der erfolgreichen Premiere im vergangenen Jahr hat Leitner daher Anfang Mai 2025 zum zweiten Mal eine Fahrt zu dem Großprojekt organisiert. Neben Spediteur Kloiber waren knapp 50 weitere Vertreter der oberbayerischen Wirtschaft dabei.

Schon die Dimension des Baus findet Bernd Rosenbusch, Geschäftsführer der MVV Münchner Verkehrs- und Tarifverbund GmbH, faszinierend. Er spricht von einem »Jahrhundertbauwerk für die

Zukunft«. Schöner hätte es Martin Gradnitzer, Vorstand der Brenner Basistunnel BBT SE, auch nicht formulieren können. Gradnitzer empfängt regelmäßig Besuchergruppen. In seinem Vortrag vor der IHK-Delegation betonte er die europäische Bedeutung, die der Tunnel habe. Es sei ein Kraftakt Italiens, Österreichs und der EU gewesen, das 10-Milliarden-Projekt auf die Beine zu stellen.

Gradnitzer fiebert einem Termin entgegen: Im September 2025 ist bei der dritten Röhre, dem Versorgungskanal, der Durchbruch von Italien nach Österreich geplant. Dann steht der längste Eisenbahntunnel der Welt. Man habe wegen

Bürokratie und komplexen Ausschreibungsregeln Zeit verloren, räumte Gradnitzer ein. Aber jetzt stehe der Termin: Von 2033 an gehe der Tunnel in Betrieb.

Im Gegensatz zur Verkehrspolitik gibt es beim Tunnelbau stetigen Fortschritt. Die Bohrmaschine Wilma des deutschen Herstellers Herrenknecht AG aus Schwanau gräbt sich täglich 20 Meter weiter durch das Gestein. Der Besuch der Ausstellung »Tunnelwelten« und die Führung durch die Tunnelbaustelle »unter Tage« machten den Besuchern aus Oberbayern deutlich, welcher technische Aufwand für den Tunnelbau nötig ist.

MVV-Geschäftsführer Rosenbusch sagt, in der IHK-Delegation sei man sich einig gewesen: Der Aufwand für den Tunnel sei

vertretbar – angesichts seiner Länge von 230 Kilometern und den Problemen, vor denen man im Alpentransit stehe.

Den Ernst der Lage verdeutlichen zwei Zahlen: 1968 fuhren 1,97 Millionen Fahrzeuge über die Brenner-Autobahn. 2024 waren es 14,2 Millionen. Der Stau gehört auf der A13 heute zum Alltag. Die Brenner-Autobahn ist chronisch überlastet. Korrosion, Schwerverkehr, Streusalz, Pfeilerverschiebung – das alles zeigt Wirkung.

Die Luegbrücke ist baulich nicht mehr zu retten und muss ersetzt werden. Seit Jahresbeginn ist die bestehende Brücke grundsätzlich nur noch einspurig befahrbar. Neben den Lkw-Fahrverboten und der Blockabfertigung ist das eine weitere

Belastung für den Güterverkehr im Alpentransit.

Laut Auskunft der Verkehrspolizeiinspektion Rosenheim ist trotz dieser Engstelle zumindest bis Mitte Mai das befürchtete Verkehrschaos ausgeblieben. Nach Ansicht aller Experten steht der Hätetest aber noch aus – zu Beginn der Sommerferien, wenn halb München zum Gardasee will. Und es könnte noch schlimmer kommen. Johann Cammerlander, Gemeinderat der benachbarten Gemeinde Gries am Brenner, sagte in einer BR-Reportage, er fahre nicht mehr über diese Brücke. Die sei so marode, es könne jeden Moment zur Vollsperrung kommen. Auch politisch spitzt sich das Ganze zu. Karl Mühlsteiger, der Bürgermeister von Gries am Brenner,

Jetzt wagen statt warten.

Wir **verdoppeln** unsere Darlehen.
Für ein starkes Bayern.
Für einen starken Mittelstand.

Infos und Konditionen unter
[zukunft.lfa.de](https://www.zukunft.lfa.de)

Der Kredit, der anders tickt.



Foto: Asfinag



Luegbrücke – das bestehende Bauwerk muss ersetzt werden

hat mit allen rechtlichen Mitteln versucht, den Neubau zu verhindern. Nun kündigt er Straßenblockaden an.

Das ist erst der Anfang. MVV-Geschäftsführer Rosenbusch hält die Aussage für bemerkenswert, dass die Brenner-Autobahn bis 2040 durchgehend saniert werde, weil alle Brücken marode seien. IHK-Experte Leitner sieht darin eine Belastung für die gesamte bayerische Wirtschaft. Schließlich liegt das Handelsvolumen zwischen Bayern und Italien bei jährlich etwa 30 Milliarden Euro.

Die Politik hat die Misere zwar kommen sehen, aber nichts zu ihrer Lösung beigetragen. Die Alpenländer Bayern, Tirol und Südtirol hatten sich auf den Vorschlag eines Slotsystems für den Lkw-Verkehr verständigt, doch die Regierungen in Berlin, Wien und Rom zeigten bislang kein Interesse an der Umsetzung. Stattdessen hat Italiens stellvertretender Ministerpräsident Matteo Salvini (Lega) Österreich vor dem Europäischen Gerichtshof verklagt. So weit, so verfahren. Nur die Stärkung der Schiene und der Brenner Basistunnel wecken Hoffnung. Ist der Tunnel fertig, gibt es in Richtung Italien keine Steigungen mehr. Güterzüge kommen mit einer einzigen Lok aus und können bis auf 740 Meter verlängert werden. Personenzüge schaffen es in 25 Minuten von Innsbruck bis Franzensfeste. Den Spediteur Kloiber bringt das ins Schwärmen: Alle zwei Minuten könne dann ein Güterzug Richtung Italien »geballert« werden. BBT-Sprecher Gradnitzer geht davon aus, dass täglich

bis zu 400 Güterzüge durch den Tunnel rollen werden.

Hermann Blomeyer, Leiter der Umweltafteilung der Flughafen München GmbH, findet das hoch spannend. Er sagt, schon heute habe der Flughafen als Drehkreuz von internationalem Rang Passagiere aus Tirol und Südtirol. Auch wenn Personenzüge nur einen Anteil von 20 Prozent des Schienenverkehrs durch den Basistunnel ausmachen sollen, könne dies dennoch mehr Passagiere aus dem Norden Italiens nach München bringen.

Als umso peinlicher werten die Teilnehmer der Brenner-Exkursion die Performance der deutschen Verkehrspolitik. MVV-Chef Rosenbusch lobt, wie konsequent das Projekt in Österreich umgesetzt werde. Anfangs habe es auch dort Widerstände gegeben, aber irgendwann hätten alle erkannt, dass es eine Lösung braucht, wenn man nicht im Schwerverkehr ertrinken wolle.

Der Spediteur Kloiber hält das für die entscheidende Erkenntnis der Exkursion: wie gut es die Österreicher hinkommen, das »Jahrtausendprojekt« umzusetzen. Die Verantwortlichen für den Tunnel nahmen die Bürger frühzeitig mit und suchten den Dialog. Einen weiteren Grund sieht Kloiber im »Mindset«, in einer anderen Denkweise als hierzulande. Der Tunnel und seine Zulaufstrecken seien »Sowieso-Maßnahmen«: Jedem sei klar, dass sie kommen müssen. Das sei eben typisch deutsch – zögern und ver-

schieben, bis alles noch teurer und schwieriger werde.

IHK-Fachmann Leitner gibt sich als Fazit der Exkursion optimistisch. Die Fortschritte beim Tunnelbau setzten die Bundesregierung unter Zugzwang, die von der Bahn geplante Trasse für den Brenner-Nordzulauf auch umzusetzen. Im Herbst 2025 werde sich der Bundestag mit der Finanzierung befassen. Leitner erwartet grünes Licht für den Trassenbau. »Deutschland hat sich in drei Staatsverträgen zum Bau der Zulaufstrecke bekannt. Das lässt sich nicht länger verschieben«, betont der IHK-Experte.

Nach Ansicht von Christoph Gasser-Mair, Sprecher der Österreichischen Bundesbahnen (ÖBB), muss sich Grundlegendes ändern, wenn der Brenner Basistunnel sein Potenzial ausschöpfen soll. Dem BR sagte der ÖBB-Mann, durch den Tunnel dürfe die Fracht nur in Containern rollen. Aber weder in Trento noch in Bayern gebe es genügend Terminals, um die Container zu verladen.

Eine weitere Bedingung sei ein fairer Wettbewerb zwischen Lkw und Bahn. Davon sei man noch meilenweit entfernt. Als Beispiel nannte der ÖBB-Sprecher, dass Lkws auf den meisten Straßen kostenlos fahren könnten, während ein Güterzug für jeden gefahrenen Kilometer auf jeder Trasse bezahlen müsse. Georg Dettendorfer, Spediteur und IHK-Vizepräsident, sieht das genauso: Die Fahrt durch den Tunnel mag noch so spektakulär sein, am Ende muss sie sich für den Kunden rechnen.

Sicher ist: Was rund um den Brenner passiert, wird Bayerns Wirtschaft weiter beschäftigen. Die IHK arbeitet daher auch an der Vorbereitung einer weiteren IHK-Brenner-Exkursion. ●

IHK-Ansprechpartner zu Verkehr

Korbinian Leitner, Tel. 089 5116-1770
leitner@muenchen.ihk.de

Webinar

Profi-Tipps zu Datenschutz auf Webseiten

Welche Rechte haben Nutzer, die eine Unternehmensseite im Internet besuchen? Benötigt jede Webseite ein Cookie-Hinweisbanner? Braucht es immer eine Datenschutzerklärung? Diese und weitere Grundlagenfragen zum Thema Datenschutz auf Webseiten beantwortet ein kostenfreies Webinar der neun bayerischen IHKs zusammen mit dem Bayerischen Landesamt für Datenschutzaufsicht (BayLDA).

Neben den relevanten Rechtsgrundlagen wird der Fokus insbesondere auf Anforderungen im Onlinemarketing liegen. Wie Tracking, Targeting und andere Maßnahmen mit dem Datenschutz vereinbar sind, erläutert Carolin Loy, BayLDA-Bereichsleiterin Digitalwirtschaft.



Foto: BullRun/Adobe Stock

BIHK-Webinar

»Webseiten datenschutzkonform gestalten«

Termin: 24. Juli 2025, 14–15 Uhr

Kostenfreie Anmeldung und Infos unter:
www.bihk.de/datenschutz.html

**SPIELBANK
GARMISCH-
PARTENKIRCHEN**

JEDES EVENT BRAUCHT HAUPTDARSTELLER.

VERSCHENKEN
SIE GLÜCK:



Foto: Thorsten Jochim

»Wir haben kurze Entscheidungswege«
– Geschäftsführer Georg Dettendorfer



So viele Gelegenheiten

Transporte übernimmt die Unternehmerfamilie Dettendorfer seit mehr als 200 Jahren. Das Geschäft hat sie längst ausgebaut – und viele benachbarte Segmente erschlossen.

Von Eva Elisabeth Ernst

Rund 20 Auftritte absolviert die Dettendorfer Betriebsmusik pro Jahr. Die klassisch bayerische Blasmusikkapelle spielt in Bierzelten und auf Festen in der Region, aber auch im Hofbräuhaus München und am Nockherberg. Bei fast allen Auftritten mit großem Elan dabei: Georg Dettendorfer an der Trompete, flankiert von seinem Bruder Johannes an der Posaune und Vater Johann Dettendorfer, ebenfalls an der Trompete. »Andere spielen Golf – wir machen Blasmusik«, sagt Georg Dettendorfer (56), der gemeinsam mit seinem Bruder Johannes (57) die Dettendorfer Unternehmensgruppe leitet.

Das Familienunternehmen wurde 1825 gegründet. Im April 2025 hatte die Dettendorfer Betriebsmusik daher quasi zwei Heimspiele: Sie begleitete die beiden großen Jubiläumsfeiern, für die auf dem Firmengelände in Flintsbach eigens ein großes Bierzelt aufgebaut wurde.

Doch nicht nur das 200-jährige Firmenjubiläum ist ein Grund zum Feiern, sondern auch die geschäftliche Entwicklung der Dettendorfer Gruppe: An 15 Standorten in Europa erwirtschaften die 625 Mitarbeitenden mittlerweile mehr als 626 Millionen Euro Jahresumsatz. Keimzelle ist der Transport von Waren: 1825 wurde Johann

Dettendorfer, der Ururururgroßvater der heutigen Unternehmenslenker, als Landwirt und Innschiffer in die Gewerberolle von Nußdorf am Inn eingetragen. Es gibt allerdings historische Belege, dass Familienmitglieder bereits 1166 als Sämer, also als Lastenträger über die Alpen, tätig waren.

Transport und Logistik bilden auch heute noch das Kerngeschäft der Unternehmensgruppe, vor allem der Johann Dettendorfer Spedition Ferntrans GmbH & Co. KG, die rund 40 Prozent zum Gesamtumsatz beisteuert. Deren Tätigkeitsgebiete sind beeindruckend breit gefächert: Es gibt branchen- und unternehmensspezifische Lösungen rund um den Transport von Stahl, Papier, Holz, Schrott, Schüttgütern, Baustoffen, Getränken und ungekühlten Lebensmitteln, für die Ferntrans im Fern-, Nah- und Regionalverkehr unterwegs ist.

84 Prozent der Transporte finden auf der Straße statt, 16 Prozent auf der Schiene – Tendenz sinkend, was Georg Dettendorfer vor allem auf mangelnde Schienenkapazitäten und höhere Kosten zurückführt. Der Fuhrpark der Dettendorfer Gruppe umfasst 250 Zugmaschinen und 470 Auflieger, darunter etliche Spezialfahrzeuge, wie etwa Auflieger für den Transport von



Wir betreiben mittlerweile schon einen relativ großen Bauchladen.«

Georg Dettendorfer, Geschäftsführer
Johann Dettendorfer Spedition

Foto: Thorsten Jochim

flüssigem Aluminium. Dazu kann das Unternehmen noch etwa die gleiche Menge an Einheiten von Subunternehmern disponieren. Es verfügt über riesige offene und überdachte Lager- und Logistikflächen und übernimmt Zusatzdienstleistungen wie Qualitätsprüfungen, Abpack-, Etikettier- und Kommissionierarbeiten. »Wir betreiben mittlerweile schon einen relativ großen Bauchladen«, sagt Georg Dettendorfer. »Bis auf Sammelgut- und Kühltransporte machen wir eigentlich alles.«

Die Erweiterung der Geschäftsbereiche hat sich Schritt für Schritt ergeben. Georg Dettendorfer und sein Bruder Johannes traten nach dem Mauerfall ins Familienunternehmen ein. Parallel dazu erfolgte die Ausweitung des Leistungsspektrums, unter anderem im Energie- und Recyclingbereich sowie beim Handel mit holzbasierten Brennstoffen. 2008 zog die Übernahme von Teilen eines stillgelegten Zementwerks in Kiefersfelden eine ganze Kaskade von neuen Geschäftsfeldern nach sich: Dort entstand ein Logistikpark, die vorhandenen Tanks und der Gleisanschluss bildeten die Basis für den Großhandel mit Treibstoffen.

Seit 2024 produziert Dettendorfer AdBlue, eine Mischung aus einem Drittel Harnstoff und zwei Dritteln entmineralisiertem Wasser, die den Schadstoffausstoß von Dieselfahrzeugen reduziert. »Zuvor haben wir das fertige AdBlue von den großen Herstellern in Ludwigshafen, Lutherstadt Wittenberg oder Linz geholt«, sagt Georg Dettendorfer. »Jetzt wird nur noch der Harnstoff über weite Strecken transportiert, mit regionalem Wasser aus Bruckmühl zu AdBlue abgemischt und im Umkreis von rund 350 Kilometern an die Endkunden verteilt.«

2015 übernahm Dettendorfer den Inntaler Logistik-Park in Kufstein mit der größten Lkw-Tankstelle Westösterreichs, 2020 den Inntaler Autohof Raubling – weitere Bausteine des Treibstoffgeschäfts. »Wie beim Auffädeln einer Perlenkette hat ein Geschäftsbereich zum nächsten geführt«, erklärt Georg Dettendorfer. »Wir haben investiert, wann immer sich eine gute und vor allem zu unserem bisherigen Geschäft passende Gelegenheit ergeben hat.«

Das Thema Tanken rundet zudem das Geschäftsmodell der 2024 gegründeten Dettendorfer Energy GmbH ab. Das Unternehmen ist auf Projektierung, Aufbau und Betrieb von Photovoltaikanlagen und E-Ladestationen für Lkws und Pkws sowie An- und Verkauf alternativer Energien spezialisiert. Künftig soll es viele öffentliche Ladeplätze für E-Lkws bauen. Erstes Projekt war der Autohof Raubling, an dem nun Pkws und Lkws Strom laden können.

Die Dettendorfer-Flotte fährt zwar derzeit noch komplett mit Biodiesel. »Aber wir testen gerade, für welche Einsätze E-Lkws wirtschaftlich sind«, sagt Dettendorfer. »Und dann werden wir in diese Fahrzeuge investieren.« Sein Ziel sei es, mit E-Lkws über die Alpen bis Sterzing oder Bozen zu gelangen. Der große Vorteil liege in der Möglichkeit, nachts über den Brenner zu fahren und damit den Staus am Tag auszuweichen. »Dazu brauchen

wir aber Kunden, die bereit sind, für klimaneutrale Transporte mehr Geld auszugeben.« Denn nicht nur die Anschaffungskosten für die Fahrzeuge fallen höher aus. Durch lange Ladezeiten und begrenzte Reichweiten sei auch der Dispositionaufwand deutlich größer.

Auf dem Weg zum klimaneutralen Unternehmen – für Georg Dettendorfer eine von vier großen Herausforderungen – ist die Elektrisierung der Fahrzeugflotte eine wichtige Komponente. Bei der zweiten Herausforderung, der Digitalisierung, sei man ebenfalls gut vorangekommen. Und aus der dritten, nämlich der Fachkräftesicherung, entstand 2017 sogar ein weiteres Unternehmen: die INN-ovativ GmbH & Co. KG.

Sie wurde von Georg und Johannes Dettendorfer gemeinsam mit dem ehemaligen Mitarbeiter Andreas Rinnhofer (42) zunächst als E-Learning-Angebot für Quereinsteiger gegründet. Das Unternehmen entwickelte sich binnen kurzer Zeit jedoch zu einer Branchenplattform mit zahlreichen Angeboten weiterer Anbieter. »Corona war dafür natürlich ein starker Booster«, sagt Georg Dettendorfer.

Heute finden Unternehmen bei INN-ovativ unter anderem Arbeitssicherheitsunterweisungen sowie Qualifikationsmodule für Berufskraftfahrer. Sie können Stellenanzeigen veröffentlichen und die Personalvermittlung der Plattform nutzen. »Im vergangenen Jahr waren dort über

60.000 User aktiv und machten INN-ovativ deutschlandweit zum führenden Anbieter für digitale Ausbildung in Spedition und Logistik«, sagt Dettendorfer.

Die vierte und letzte Herausforderung der vergangenen zehn Jahre war für ihn »die erfolgreiche Implementierung der nächsten Generation im Unternehmen«. Er und sein Bruder haben jeweils drei Kinder, die alle eine externe Ausbildung absolviert haben und sich dafür entschieden haben, in das Familienunternehmen einzusteigen. »Und zwar ohne Druck«, wie Georg Dettendorfer betont. »Das ist eben der Vorteil eines unternehmerischen Bauchladens: Da gibt es genügend interessante Aufgaben für die nächste Generation.« Auch er und sein Bruder seien nicht dazu gedrängt worden, im Familienunternehmen zu arbeiten. Nach der Wende habe es einfach so viele Chancen und Wachstumspotenziale gegeben, dass ihnen die

Entscheidung nicht schwergefallen sei. 2012 erfolgte die Übergabe der Firmenanteile an Johannes und Georg Dettendorfer. Johannes ist für das Technische, das gewerbliche Personal und das Stahlager in Thüringen verantwortlich. Als gelernter Bankkaufmann und Spediteur übernimmt Georg Dettendorfer das Kaufmännische und das Repräsentieren nach außen. Zudem engagiert er sich bei der IHK für München und Oberbayern: Seit 2006 ist er Mitglied der Vollversammlung, seit 2011 IHK-Vizepräsident, außerdem noch Vorsitzender des Verkehrsausschusses der IHK sowie der DIHK.

Wenn man dann noch weiß, dass Georg Dettendorfer jenseits der Betriebsmusik jährlich rund 30 weitere Auftritte mit anderen Kapellen und als Solo-Trompeter absolviert, muss man dessen Zeitmanagement durchaus bewundern, zumal ja auch die Vielfalt an geschäftlichen Aktivitäten

beeindruckend ist. »Wir haben kurze Entscheidungswege. Jeder Bereich hat einen eigenen Geschäftsführer oder Abteilungsverantwortlichen«, erklärt er. »Ich bin mittlerweile eher überwachend und gestaltend tätig.«

Um den Übergang auf die junge, mittlerweile achte Generation und damit auch den Fortbestand der Unternehmensgruppe zu sichern, entwickelte Dettendorfer mit Unterstützung eines externen Beraters in den vergangenen zwei Jahren eine Familienverfassung. In ihr sind die Grundsätze der Familie im Umgang mit dem Unternehmen definiert.

Musikalisch wurde der Generationswechsel sogar schon eingeläutet: Seit einigen Jahren gibt es die »Dettendorfer Betriebsmusik neu«, mit jüngerer Besetzung und einem Repertoire, das an den Zeitgeist angepasst wurde. ●

www.dettendorfer.de



Moderne Gewerbeflächen im Raum München mieten!

Zukunftsfähiger Gewerbestandort mit urbanem Charakter – ideal für Produktion, Logistik oder Unternehmenszentralen.

- Flexible Hallen- und Büroflächen ab 1.600 m²
- Zentrale Lage an A94/A99
- Nur 2 Minuten zur S-Bahn
- Wärmepumpe, Photovoltaik, Well-Being



Mehr erfahren und Flächen sichern.





Foto: Paul Paulsen Photodesign

Vielversprechende Perspektiven – SciRhom-Geschäftsführer Jan Poth und Jens Ruhe

Leiden lindern

Dem Scale-up SciRhom trauen Investoren einiges zu. Zuletzt sammelte das Biotech-Unternehmen 63 Millionen Euro ein für seine Arbeit an neuartigen Therapien.

Von Sabine Hölper

Autoimmunerkrankungen wie etwa Rheuma oder Morbus Crohn sind ein Übel. Sie treten immer häufiger auf, sind aber nicht heilbar, sondern nur behandelbar. Die Wirksamkeitsschwelle herkömmlicher Medikamente liegt »auf einer Skala von null bis zehn jedoch nur bei etwa fünf bis sechs«, sagt Jan Poth (59). Er ist einer der Geschäfts-

führer der SciRhom GmbH. Das Martinsrieder Biotech-Unternehmen entwickelt eine Methode, die die Wirksamkeit »relevant« verbessert, wie der promovierte Pharmazeut Poth sagt. In spätestens acht Jahren könnte diese neuartige Therapie zugelassen werden. Für die Patienten wäre es eine enorme Linderung ihres Leidens, für SciRhom ein immenser Erfolg.

Poth kam erst 2022 zu SciRhom. Gegründet haben das Unternehmen 2016 die promovierten Wissenschaftler Jens Ruhe, Matthias Schneider und Andreas Jenne mit Unterstützung von Carl Blobel, Alex Ullrich und dem Hospital for Special Surgery (HSS) in New York. Ruhe hatte zuvor schon das Biotech-Unternehmen U3 Pharma AG mitgegründet. 2008 wurde es vom japanischen Pharmakonzern Daiichi Sankyo übernommen. Ruhe arbeitete noch einige Jahre im Un-

ternehmen und suchte dann eine neue Herausforderung.

Er fand sie in therapeutischen Antikörpern und orientierte sich dabei an den Erkenntnissen des renommierten Wissenschaftlers Carl Blobel. Der Medizin- und Physiologie-Professor ist Direktor des Programms für Arthritis und Gewebedegeneration am HSS. Sein Ansatz, dass das Zielmolekül iRhom2 auch auf der Oberfläche von Zellen lokalisiert ist und daher mit Antikörpern reagieren sollte, war damals umstritten. Die Lehrmeinung besagte, dass die Prozesse, die er adressieren wollte, im Inneren der Zellen und damit außerhalb der Reichweite eines Antikörpers ablaufen.

Ruhe fand die Forschungsarbeit sehr herausfordernd. »Es handelt sich um eine knifflige Molekülklasse«, sagt der 54-Jährige. Dennoch war er überzeugt von Blobels Ansatz – und gründete trotz viel Gegenwind SciRhom (der Name setzt sich aus

SCALE-UPS AUS OBERBAYERN

Scale-ups sind aufstrebende Unternehmen, die den anfänglichen Firmenaufbau erfolgreich hinter sich gebracht haben. Sie haben das Potenzial, die Großunternehmen und wichtigen Arbeitgeber von morgen zu werden.

Das IHK-Magazin stellt einige oberbayerische Scale-ups in einer Serie vor.

den Kürzeln für science und iRhom2-Antikörper zusammen). »Die meisten Kollegen sagten mir damals: Mir stünde in der Situation der Angstschweiß auf der Stirn.« Sie glaubten nicht an die Theorie, die damals als Einzelmeinung galt.

Der High-Tech Gründerfonds (HTGF) jedoch baute auf das junge Unternehmen, das heute als Scale-up gilt. Scale-ups sind im Gegensatz zu Start-ups schon einige Jahre aktiv, sie zeichnen sich durch ein starkes Wachstum aus und haben skalierbare Prozesse eingeführt. Mit etwas Glück sind sie die Großunternehmen und damit die wichtigen Arbeitgeber von morgen. Dass SciRhom seit seiner Gründung 2016 zum Scale-up werden konnte, liegt vor allem auch daran, dass sich der HTGF und eine Gruppe von Privatinvestoren aus dem Münchner Raum als Frühphaseninvestoren engagierten.

Die Begründung für den Einstieg damals: der Mut der Gründer, ihre Qualität und Erfahrung sowie der Ansatz der Antikörpertherapie. »Ich selbst hatte Erfahrung im Bereich der therapeutischen Antikörper gesammelt und wusste, wie potent so ein Ansatz sein kann, wenn der Wirkstoff sorgfältig und smart entwickelt wird«, sagte HTGF-Principal Frank Hensel kürzlich in einem Interview. »Nicht umsonst sind Antikörpertherapien die erfolgreichste Medikamentenklasse derzeit.«

Die Investition durch den Fonds war ein erster wichtiger Schritt für SciRhom. »Als Ergebnis einer externen Validierung war sie wesentlich, damit auch die privaten Investoren Kapital bereitstellten«, sagt

Ruhe. So flossen erst einmal und dann noch einmal je acht Millionen Euro in das Unternehmen. Seit Sommer 2024 ist SciRhom mit bedeutend mehr Kapital ausgestattet. Ein Konsortium aus HTGF, der LfA-Tochter Bayern Kapital GmbH sowie mehreren nationalen und internationalen Risikokapitalgebern stellte 63 Millionen Euro zur Verfügung. Die Mittel dienen der kontinuierlichen Weiterentwicklung der Therapie und vor allem der klinischen Erprobung – mit dem Ziel, die Wirksamkeit nachzuweisen und die Zulassung zu erhalten.

Im Oktober 2024 begann das Biotech-Unternehmen mit Phase eins der klinischen Erprobung. Dabei wird die Therapie an freiwilligen, gesunden Probanden getestet. In erster Linie wird überwacht, wie sich das neue Molekül verstoffwechselt, wie sicher die Therapie ist. Diese Phase wird laut Poth noch etwa ein Jahr dauern.

Danach folgt in Phase zwei der sogenannte klinische Proof of Concept, also eine Studie, die nachweisen soll, dass das Arzneimittel wirksam und sicher ist. »In dieser Phase geht es zum Beispiel auch um die Frage der Dosierung«, sagt Poth. In der dritten Phase wird eruiert, ob sich die bisher nachgewiesenen Effekte bestätigen. Erst anschließend, wenn alle Phasen zufriedenstellend verlaufen sind, gibt es eine Zulassung. »Bis dahin wird es noch sieben, acht Jahre dauern«, schätzt Poth. Die SciRhom-Verantwortlichen sind guter Dinge, dass die Revolution gelingt. Da-

SCALE-UP COUNCIL

Die IHK für München und Oberbayern unterstützt mit dem neuen Scale-up Council zusammen mit Partnern aus dem Munich Innovation Ecosystem junge, innovative und schnell wachsende Unternehmen auf ihrem Weg zum Großunternehmen. Ziel ist es, die Hidden Champions von morgen zu halten und die Wettbewerbsfähigkeit des Standorts zu sichern.

für spricht, dass ihre neuartige Therapie anders als alle vorherigen nicht nur einzelne krankheitsfördernde Signalwege blockiert, sondern mehrere gleichzeitig. »Dadurch haben sich unsere Antikörper in verschiedenen Tiermodellen bereits als besser erwiesen als die derzeitigen Standardmedikamente«, sagt Poth. Zudem verspreche die einzigartige Wirkungsweise der Antikörper eine bessere Verträglichkeit.

Die große Frage ist, ob SciRhom dann noch ein unabhängiges Unternehmen ist. Denn die weitere Entwicklung ist kostspielig. Die Geschäftsführung gibt daher als Ziel den Verkauf an einen renommierten Pharmakonzern vor.

Poth: »Wir als junges Unternehmen bekommen sicherlich nicht die finanziellen Mittel, die bis zu eine Milliarde Euro betragen können, um bis zur Zulassung durchzuhalten.«

scirhom.com

FASSADENVIELFALT AUS ARCHITEKTURBETON

#hochwertig #eindrucksvoll #modern



Bahnhofstr. 8 · 84323 Massing



www.laumer.de

Chancen im Ausland

Bereits zum 18. Mal wird in diesem Jahr der Exportpreis Bayern an kleine und mittlere Unternehmen verliehen. Warum es sich lohnt, sich zu beteiligen.

Von Melanie Rübartsch

Wollen wir als kleiner Familienbetrieb Wackerbauer Maschinenbau GmbH aus Ampfing unsere Produkte weltweit exportieren?« Diese Frage diskutierten die Geschwister Claudia und Günther Wackerbauer als verantwortliche Geschäftsführung nicht lange, sondern handelten, als sich ihnen die Chance bot.

Das Unternehmen mit 25 Mitarbeitenden stellt vorrangig Maschinen nach individuellen Kundenanforderungen her – darunter Präzisionsmaschinen, Hubschrauber-Transportgeräte und Förderschnecken. Viele der großen Kunden haben Tochterfirmen im Ausland. »Wir haben unsere Kunden immer ins Ausland begleitet«, sagt Claudia Wackerbauer (55). »Denn wir wollten verhindern, dass sie sich vor Ort im Ausland Dienstleister suchen, die uns eventuell auch anderweitig Konkurrenz machen.«

2003 startete das Exportgeschäft im größeren Umfang. Wackerbauer dehnte den Verkauf seiner Hubschrauber-Bodengeräte sowohl nach Frankreich, Portugal und in die Schweiz aus. Mittlerweile macht das Auslandsgeschäft zwischen 30 und 50 Prozent des Gesamtumsatzes aus. »Wenn wir wachsen wollen, können wir nicht nur den regionalen Markt bedienen«, das stand für sie immer fest. Zugleich wollten sie und ihr Bruder das, was ihre Eltern geschaffen hatten, erhalten. Für diese Erfolgsgeschichte ist Wackerbauer Maschinenbau 2019 mit dem Exportpreis Bayern ausgezeichnet worden. Seit zwei Jahren ist die Chefin nun selbst in der Jury vertreten.

Für den Exportpreis ist 2025 ein besonderes Jahr: Er wird gewissermaßen volljährig. Das Bayerische Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie, die bayerischen IHKs (BIHK), die Arbeitsgemeinschaft der bayerischen Handwerkskammern und die Bayern International GmbH vergeben den Preis bereits



Foto: Thorsten Jochim

Folgten ihren Kunden mit Erfolg ins Ausland – Günther und Claudia Wackerbauer, Geschäftsführer des gleichnamigen Maschinenbauers

zum 18. Mal. Ausgezeichnet werden kleine und mittlere Unternehmen (KMU) aus Bayern, die innovative Wege gefunden haben, sich erfolgreich auf ausländischen Märkten zu etablieren (s. Kasten S. 39).

»Hinter dem Exportpreis Bayern stehen nicht nur beeindruckende Zahlen, sondern

vor allem mutige Menschen und außergewöhnliche Geschichten aus dem bayerischen Mittelstand«, sagt BIHK-Hauptgeschäftsführer Manfred Gößl. »Seit 18 Jahren macht der Exportpreis diese Erfolgsgeschichten mit Wow-Effekt sichtbar – und gibt ihnen die große Bühne, die sie

verdienen. Er würdigt nicht nur wirtschaftliche Leistung, sondern auch den Mut, als kleines Unternehmen aus dem Freistaat Märkte in aller Welt zu erobern.«

An der Grundidee des Preises hat sich seit 2007 nicht viel geändert: Der Preis will mit praktischen Beispielen zeigen, dass kleine Unternehmen mit Produkten »made in Bavaria« in Verbindung mit cleveren Vertriebsideen und der Nutzung des bayerischen Außenwirtschaftsnetzwerks erstaunliche Exporterfolge auf allen Kontinenten erzielen können – und entsprechend andere KMU zum Nachahmen motivieren. Diese Anfangsidee lebt bis heute weiter und inspiriert nach wie vor viele Firmen in Bayern. Claudia Wackerbauer bedeutet der Preis darüber hinaus noch mehr: »Die Auszeichnung war für uns und die gesamte Belegschaft eine enorme Wertschätzung und Bestätigung für unseren Mut und die Produkte, die wir herstellen«, sagt sie. Zudem habe ihr der Preis ein neues großes Netzwerk eröffnet.

Die Chancen, die eine Internationalisierung für KMU bietet, sind vielfältig: »Es geht um Wachstum, die Absicherung der Arbeitsplätze, Wettbewerbsfähigkeit und eine Streuung von Konjunkturrisiken, weil man auf unterschiedlichen Märkten aktiv ist«, sagt Christian Haug, Geschäftsführer der Startup Factory International GmbH und ebenfalls Mitglied der diesjährigen Jury. Seine Firma hilft mittelständischen Unternehmen, in den USA, China und Indien Fuß zu fassen.

»Bei kleinen und mittleren Unternehmen ergibt sich der Internationalisierungsimpuls oft aus Gelegenheiten, die sich plötzlich auftun«, weiß der Experte. Man lernt ausländische Interessenten auf einer Messe kennen, ein Bestandskunde braucht ein Produkt oder eine Dienstleistung für sein Geschäft im Ausland oder ein Kooperati-

EXPORTPREIS BAYERN: JETZT BEWERBEN!

Mit dem Exportpreis Bayern zeichnet das Bayerische Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie gemeinsam mit den bayerischen IHKs (BIHK), der Arbeitsgemeinschaft der bayerischen Handwerkskammern und Bayern International kleine und mittlere bayerische Unternehmen mit bis zu 100 Vollzeitmitarbeitenden aus, die mit innovativen Strategien, Mut und Durchhaltevermögen erfolgreich in Auslandsmärkten aktiv sind.

Die Jury ermittelt jeweils einen Gewinner in den fünf Kategorien Industrie, Handel,

Handwerk, Dienstleistung und Genussland. Als Preis erhalten die Sieger einen individuell gefertigten Pokal, eine Urkunde sowie einen professionell produzierten zweiminütigen Imagefilm, der ihre Erfolgsgeschichte präsentiert und den sie als Marketingmittel einsetzen können. Die Preisträger werden am 20. November 2025 in München in der IHK für München und Oberbayern ausgezeichnet. Die Bewerbungsfrist läuft bis zum 31. Juli 2025.

Informationen und Bewerbung:

www.exportpreis-bayern.de/bewerbung

onspartner jenseits der Grenze eröffnet Möglichkeiten auf einem ausländischen Markt. »Wenn es bereits eine sichere Nachfrage im Ausland gibt, ist das Risiko naturgemäß geringer«, so Haug.

Dennoch muss der Schritt gut vorbereitet sein. Extrem wichtig sei es, sich den neuen Markt in allen Facetten genau anzuschauen. Das beginnt bei der Überlegung, mit welchem Produkt man sich dorthin wagt. »Das eigene Angebot muss ein Alleinstellungsmerkmal haben und sollte am besten einfach erklärbar sein«, rät Haug. Weitere Fragen auf der Checkliste: Wie ticken die Kunden im Ausland? Welche Vertriebswege sind üblich? Welche Marketingmaßnahmen kommen an? Welche Zulassungen oder Zertifizierungen sind erforderlich? Was ist zoll- und steuerrechtlich zu klären? Bei all diesen Fragen können neben dem eigenen Netzwerk immer auch die Experten der IHK oder der jeweiligen AHK helfen.

Das Unternehmen muss zudem sicherstellen, dass in Deutschland personell genügend Kapazitäten freigeschaufelt werden, um den neuen Markt zu bedienen. »Im Exportgeschäft ist in der Regel Geschwindigkeit gefragt. Viele ausländische Kunden warten nur ungern lange auf Angebote oder Reaktionen«, so Haug. Zugleich hält er es für sinnvoll, einen Distributor oder einen eigenen lokalen Vertreter einzusetzen, der den Markt, die Businesskultur und die Gepflogenheiten vor Ort kennt.

Wer sich nachhaltig im Ausland behaupten möchte, braucht vor allem Lernfähigkeit. Haug: »Jeder Unternehmer muss mit offenen Ohren und Augen aufnehmen, wie das Produkt ankommt, was für die Bedürfnisse der ausländischen Kundschaft eventuell angepasst werden muss oder welche Zusatzservices sinnvoll wären.«

An dieser Stelle zeigt sich ein weiterer Vorteil der Internationalisierung: Andere Märkte liefern wertvolle Erkenntnisse darüber, wie ein Produkt oder eine Dienstleistung optimiert werden kann. Zudem lassen sich dort mitunter neue Trends frühzeitig erkennen, bevor sie den deutschen Markt erreichen.

»Wir haben in jedem Land wahnsinnig viel gelernt und unseren Horizont dadurch stets erweitert«, bestätigt Claudia Wackerbauer. Sie freut sich auf die Erfahrungen der Firmen, die sich in diesem Jahr bewerben. Worauf sie als Jurorin achtet? »Für mich kommt es bei der Bewertung darauf an, welche Lösungen sie gefunden haben und ob ihre Story authentisch ist.«

IHK-Ansprechpartner zum Exportpreis

Gabriele Vetter, Tel. 089 5116-1372
vetterg@muenchen.ihk.de

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

Dominic Lehmann, Tel. 089 5116-1473
lehmann@muenchen.ihk.de

Christina Püttmann, Tel. 089 5116-1845
puettmann@muenchen.ihk.de

Außenwirtschaft

»Weltblick« für Weitblick

Neues Format, gewohnt klare Aussagen: Ende Juli startet der Außenwirtschaftstalk »Weltblick«. Im 45-minütigen Livestream, vergleichbar mit TV-Talks, werden abwechselnd die Experten der IHK für München und Oberbayern für Internationales, Christoph Angerbauer und Gabriele Vetter, einen hochkarätigen Gesprächspartner im Interview haben. »Wir wollen einen Raum schaffen für ehrliche Reflexion, wertvollen Austausch und den gemeinsamen Blick nach vorn, damit unsere Zuschauer die Weichen für das jeweilige internationale Geschäft richtig stellen können«, sagt IHK-Bereichsleiter Angerbauer.

Der erste Talkgast ist Michael A. Witt vom King's College London. Der Politologe ist Professor für Internationales Business und Strategie und verbindet Forschung mit Praxiserfahrung aus Europa, Asien und den USA. Seine Forschungs- und Publikationsschwerpunkte sind die Deglobalisierung, Geopolitik, Fragen des »Kalten Kriegs 2.0« und Spielarten des Kapitalismus beziehungsweise nationale politische Institutionen.



Foto: IHK

Christoph Angerbauer und Gabriele Vetter sind die Hosts des neuen Talkformats »Weltblick – Der Außenwirtschaftstalk«

Nach einem persönlichen Einstieg wird Witt seine Einschätzungen zum »Gamechanger Geopolitik« und zu den Folgen der neuen wirtschaftlichen Weltordnungen für Unternehmen in Bayern darlegen. Die globalen Wertschöpfungsketten sind neu zu denken – unter hohem Zeit- und Anpassungsdruck.

Mehr Informationen zum neuen Talkformat:
www.events.ihk-muenchen.de/ihk/webinare-weltblick

IHK-Prüferehrungen

Mit viel Einsatz für die berufliche Bildung



Foto: Matthias Balk

Stellvertretend für 440 Geehrte – IHK-Prüfer Bereich Finanzen, tätig in München und im Landkreis München, mit IHK-Vizepräsident Florian Schardt (l.) und IHK-Bereichsleiter berufliche Bildung, Hubert Schöffmann (r.)

Als Experten aus der Praxis sind sie für das Prüfungssystem in der beruflichen Bildung unverzichtbar: 440 ehrenamtlich tätige Prüfer aus ganz Oberbayern erhielten eine besondere Würdigung. Die IHK zeichnete sie auf zwei festlichen Veranstaltungen für ihren langjährigen Einsatz in der beruflichen Bildung mit einem IHK-Ehrenzeichen aus.

»Als Prüferinnen und Prüfer leisten Sie mit Ihrer Arbeit einen entscheidenden Beitrag bei der Qualifizierung des Fachkräftenachwuchses, den unsere Wirtschaft so dringend benötigt«, dankte IHK-Vizepräsident Florian Schardt den Gästen für ihr besonderes Engagement. »Mit Ihrer anspruchsvollen Tätigkeit und der verantwortungsvollen Ausübung Ihres Ehrenamts garantieren Sie die hohe Qualität unserer Aus- und Fortbildungen.« Jährlich nehmen im Kammerbezirk der IHK für München und Oberbayern rund 9.000 ehrenamtlich tätige Prüfer etwa 50.000 IHK-Prüfungen ab.

www.ihk-muenchen.de/de/berufsbildung-berufszugang/pruefen/Prüferehrung-2025

Lange Durststrecke

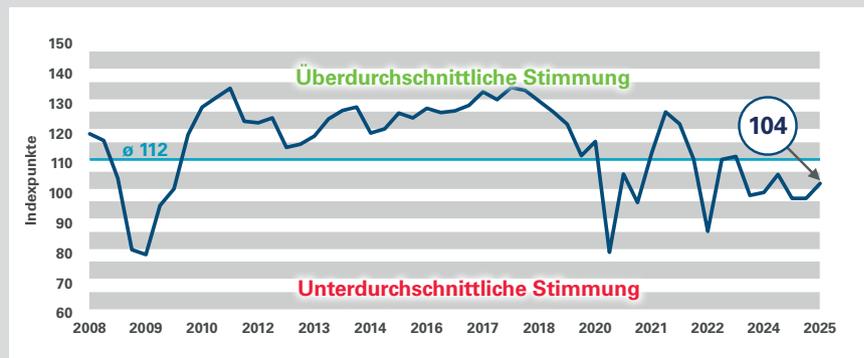
Die Stagnation der bayerischen Wirtschaft hält an. Immerhin scheint in einzelnen Branchen der Abwärtstrend gestoppt zu sein.

Das Wirtschaftsklima war schon einmal freundlicher. So belasten die unberechenbare US-Zollpolitik und die geopolitischen Krisen das deutsche Exportmodell. Im Inland muss sich erst zeigen, ob es der neuen Bundesregierung gelingt, die wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen zu verbessern. So viel Unsicherheit belastet die Stimmung der bayerischen Wirtschaft. Zwar steigt der BIHK-Konjunkturindex gegenüber dem Jahresbeginn leicht um fünf auf 104 Punkte. Er bleibt damit aber weiter unter dem langjährigen Durchschnitt (s. Grafik).

Eine so lange Durststrecke haben die Unternehmen im Freistaat zuletzt vor mehr als 20 Jahren von 2001 bis 2003 erlebt. »Die bayerische Wirtschaft ist in einer Dauerstagnation gefangen«, sagt BIHK-Hauptgeschäftsführer Manfred Gößl. »Die trüben Aussichten dämpfen die Konsumlaune und belasten die Investitionen und die Beschäftigungspläne der Betriebe.« Immerhin zeichnet sich in Industrie, Bau und Handel eine Bodenbildung ab. Hier steigen die Erwartungen an die künftige Geschäftsentwicklung im Vergleich zum Vorjahr ein wenig, sie bleiben aber im negativen Bereich. Nur der Großhandel hebt sich etwas ab und blickt leicht positiv auf die kommenden Monate. Vorsichtig sind

AUFSCHWUNG LÄSST AUF SICH WARTEN

BIHK-Konjunkturindex: geometrisches Mittel der Salden der Lageurteile und der Erwartungen von 3.400 befragten Unternehmen



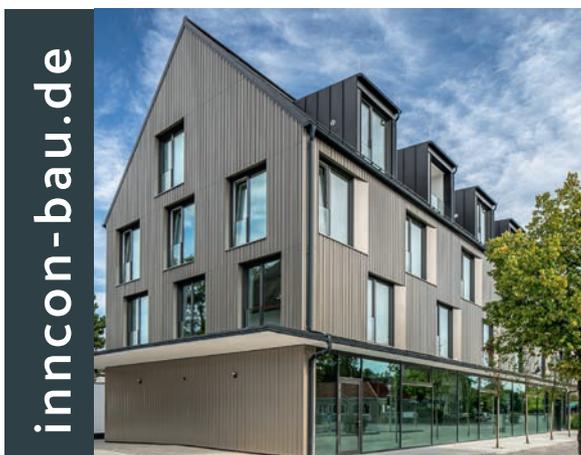
Auf niedrigem Niveau – die Stimmung in der Wirtschaft hat sich kaum verbessert. Der Index bildet die aktuellen Lageurteile und Erwartungen der Unternehmen ab.

Quelle: BIHK-Konjunkturbericht Frühjahr 2025

Hotels, Gaststätten und andere Betriebe der Tourismusbranche. Sie sind in ihren Erwartungen an die bevorstehende Sommersaison deutlich zurückhaltender als im vergangenen Frühjahr. Ähnliches lässt sich im Dienstleistungssektor beobachten. Den personenbezogenen Dienstleistern macht hier die geringe Konsumlust der Verbraucher zu schaffen. Die unternehmensnahen Dienstleister wiederum spüren die Schwäche in der Industrie und im Baugewerbe.

Angesichts dieser Situation fordert BIHK-Präsident Klaus Josef Lutz »endlich wirksame Entlastungen und Rückenwind«. Die neue Bundesregierung stehe vor einer großen Bewährungsprobe. »Entschlossenes Handeln ist gefragt. Die Betriebe brauchen vor allem mehr Planungssicherheit, spürbare Anreize für mehr Investitionen und einen echten Kurswechsel zu mehr unternehmerischer Freiheit.«

www.ihk-muenchen.de/konjunktur



inncon-bau.de

INNCON
Baugesellschaft mbH

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

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

Auch im Ausland gefragt – Anlage von Orcan Energy im französischen Beux



Foto: Orcan Energy

Strom aus heißer Luft

Beim Betrieb von Motoren und bei vielen Prozessen in der Produktion entsteht Abwärme. Das Unternehmen Orcan Energy hat eine Technologie entwickelt, um sie effizient zu nutzen.

Von Natascha Plankermann

Die drei Doktoranden der Technischen Universität München hatten genaue Vorstellungen von ihrem zukünftigen Unternehmen: Sie wollten sich mit einem Produkt selbstständig machen, das direkt eingesetzt werden kann und nachhaltig mit Energie zu tun hat. Einer der drei Gründer, Andreas Schuster, forschte am Lehrstuhl für Energiesysteme an sogenannten ORC-Systemen. Die Abkürzung steht für Organic Rankine Cycle. Das bedeutet, dass eine organische Flüssigkeit in einem geschlossenen Kreislauf zirkuliert. »Durch heiße Abluft verdampft sie früher als Wasser, nämlich schon bei 80 Grad. Der Dampf, der sich dadurch ent-

wickelt, treibt einen Generator an: Strom entsteht. Danach wird der Dampf wieder verflüssigt und der Kreislauf beginnt von Neuem«, erklärt Schuster, heute Chief Technology Officer, kurz das Prinzip, auf dem die Idee des Unternehmens basiert. »Wir beschlossen, den kleinsten ORC der Welt zu bauen«, ergänzt der Mitgründer und heutige Vorstandschef Andreas Sichert. m Der ORC besteht aus verschiedenen, standardisierten Komponenten. Die Teile stammen zum Beispiel aus Wärmepumpen oder aus der Solarthermie. »Wir haben sie umgewidmet, wie beim Lego-Baukastensystem neu zusammen-

gesetzt und in einem Container untergebracht«, erklärt Sichert. »So kann unser Mini-Dampfkraftwerk überall dort eingesetzt werden, wo Abwärme entsteht – selbst bei Schiffsmotoren. An Bord wird die Energie recycelt und dadurch unterwegs weniger Treibstoff verbraucht.« Orcan Energy AG, das gemeinsame Unternehmen, trägt das Kürzel ORC im Namen. Und seit der Gründung 2008 bringt die maßgeschneiderte Weiterentwicklung des simplen Prinzips Erfolg: Mehr als 80 Mitarbeitende hat die aufstrebende Firma inzwischen. Auch der dritte Mitgründer, Richard Aumann, ist noch an Bord und heute Produkt-Architekt. Zahlreiche Kun-

den nutzen die Idee, um selbst erzeugte Wärme wieder gewinnbringend einzusetzen und dadurch auch ihre CO₂-Emissionen herunterzuschrauben – »umweltfreundlich und wirtschaftlich zugleich«, betont Sichert.

Ein Beispiel für den Einsatz ist der Parquetthersteller HARO. An seinem Standort Stephanskirchen kann er die Abwärme im Winter zwar teilweise auch zum Heizen nutzen. Aber vor allem im Sommer entstehen große Überkapazitäten, aus denen die Module von Orcan Energy CO₂-neutralen Strom erzeugen. Der fließt direkt wieder in die Produktion von Bodenbelägen. »Auf diese Weise kann produzierendes Gewerbe autarker werden«, sagt Sichert. Weitere Beispiele sind Biogasanlagen, bei denen die Wärme aus den laufenden Motoren wieder zu Strom wird – »die Energieform, die immer nutzbar ist«, so der Vorstandschef. »Damit haben wir inzwischen international erreicht, dass viele Biogasanlagen effizienter laufen.«

242 Patente haben die Energiepioniere mittlerweile angemeldet, unter anderem in China und in den USA. Schon früh begannen sie, sich abzusichern, damit ihre Erfindungen nicht nachgeahmt werden. Denn es galt, zahlreiche technische Hürden zu nehmen, um die Kraftwerkstechnologie derart zu verkleinern.

Beim Einstieg beriet Norbert Ammann, Referatsleiter Umwelt, Energie, Klima bei der IHK für München und Oberbayern, das Start-up. Heute zeigt er sich beeindruckt: »Es gibt wenige, die ihre Entwicklungen so nachhaltig in die Tat umgesetzt haben. Die Unternehmer haben es geschafft, ein bekanntes Verfahren aus der Thermodynamik in einen industrietauglichen Prozess zu überführen, und leisten dadurch einen wichtigen Beitrag für die künftige Energieversorgung.«

Denn der Bedarf ist riesig: So verbrauchen zum Beispiel Rechenzentren wegen



Foto: Severin Schweiger/Das Kraftbild

Gründerteam – Richard Aumann, Andreas Sichert und Andreas Schuster (v.l.)

des zunehmenden Einsatzes von KI immer mehr Strom. Nach einer Prognose der Internationalen Energieagentur (IEA) werden sie bis 2030 mehr als doppelt so viel Strom »fressen« wie zurzeit.

Bei neuen Kunden untersuchen die technischen Teams von Orcan Energy vor Ort, wie die bisherigen Prozesse geändert werden können und wie sich die Abwärme sinnvoll einsetzen lässt. »Es geht darum, ein Bewusstsein bei unseren Kunden dafür zu schaffen, wie man sich auf diese Weise einen Wettbewerbsvorteil verschaffen kann«, sagt Sichert. »Das ist wie Umparken im Kopf.« Derzeit erschließt das Unternehmen weitere Märkte, nicht nur in Europa, sondern auch in Nordamerika und Südostasien. Sichert: »Abwärme ist eben kein deutsches, sondern ein internationales Thema.«

Orcan Energy erhielt für seine umweltfreundliche und wirtschaftliche Energienutzungsidee bereits den Technologietransferpreis der Deutschen Physikalischen Gesellschaft und den Efficiency Award in der Kategorie »Energiewende 2.0« der Deutschen Energie-Agentur (dena). Den gab es für ein Projekt mit der Adolf Gottfried Tonwerke GmbH, bei dem erstmals große Mengen von Abwärme, die beim Brennen von Ton zu Schamotte anfallen, nutzbar gemacht wurden.

»Dennoch ist der Strom aus Abwärme vom Gesetzgeber bisher noch nicht als grünes Produkt anerkannt, im Gegensatz etwa zu Strom aus

Abfall oder Gasen wie Grubengas oder Deponiegas«, sagt Vorstandschef Sichert. »Wir brauchen das richtige Label für unser Erzeugnis – das fehlt uns auch in Europa, um besser und schneller zu werden.«

Immerhin verzeichnet der sogenannte Abwärmeatlas, ein Forschungsprojekt des Bundeswirtschaftsministeriums, wo die ungenutzte Wärmeenergie der deutschen Industrie schlummert. Und der Verein Deutscher Ingenieure (VDI) ist sich sicher: »Konkret können Unternehmen bis zu 40 Prozent ihres Energieverbrauchs durch clevere Nutzung ihrer Abwärme einsparen. Abwärmenutzung ist der schlafende Riese der Energiewende: ein noch nicht gehobener Schatz.«

www.orcan-energy.com

IHK-Ansprechpartner zum Thema Energie

Dr. Norbert Ammann, Tel. 089 5116-1392
ammann@muenchen.ihk.de

DIE PROBLEMLÖSER

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

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



Strom für Standzeiten – Solarzellen auf dem Dach speisen einen Batteriepack im Auflieger

Foto: bestlog

Smarte Alternative

Laufende Lkw-Motoren beim Laden oder in Pausen verursachen Lärm, Abgase und verbrauchen Kraftstoff. Das Logistikunternehmen bestlog will Abhilfe schaffen.

Von Christian Bonk

Lkws mit dynamischen Aufbauten sind vor allem bei Transporten in der Automobilbranche Standardausstattung von Speditionen. Die Energie für die Hydraulik der Auflieger sowie für Aggregate in der Fahrerkabine liefert bei Serien-Lkws der Hauptantrieb der Sattelzugmaschine. Beim Be- und Entladen sowie bei den gesetzlich vorgeschriebenen Pausen läuft also regelmäßig der Dieselmotor des Lkws im Stand.

Das verursacht nicht nur vermeidbaren Lärm, sondern auch jede Menge eigentlich unnötigen Dieserverbrauch sowie störende Abgase. Das Konzept »eletra«, ein im Auflieger verbauter Batteriepack, den sowohl die Lichtmaschine des Trucks als auch eine Photovoltaikanlage auf dem Aufliegerdach mit Energie füttern, soll

Abhilfe schaffen – und steht inzwischen kurz vor der Serienreife.

Die Idee zu eletra kam Jochen Thorn, Geschäftsführer der Spedition bestlog Innovative Transportlogistik GmbH in Garching bei München, bereits vor ein paar Jahren, als er auf dem Firmenhof das Beladen seiner Trucks für den Autotransport inspizierte.

Drei Lkws wurden gerade beladen und für die Energieversorgung der Spezialauflieger mit hydraulisch justierbaren Rampen liefen alle drei Dieselmotoren der Trucks, während die Fahrer die Beladung mit Edelkarossen für einen Transport nach England vornahmen. »Es roch natürlich nach Diesel und auch der Lärm schaffte alles andere als eine ruhige Arbeitsatmosphäre, ganz abgesehen vom

Dieserverbrauch im Stand«, erinnert sich der bestlog-Geschäftsführer.

Heute, zwei Jahre später, gestaltet sich dieselbe Verladesezene ruhiger, emissionsfrei und deutlich entspannter. Denn inzwischen sind die meisten der bestlog-Autotransport-Gespanne mit der Eigenentwicklung eletra ausgestattet.

Das Konzept ist so pragmatisch wie simpel: eletra basiert auf einem Batteriepack, bestehend aus Lithium-Ionen-Akkus aus dem E-Auto-Bau. Die im Aufliegerboden verbauten E-Packs werden sowohl von der Lkw-Lichtmaschine gespeist als auch von 20 Quadratmetern Solarzellen, die auf dem Aufliegerdach installiert sind. Der Batteriepack speichert also bei jedem gefahrenen Kilometer sowie bei Sonneneinstrahlung Strom, der bei Standzeiten

sowohl für den Betrieb der Aufliegerhydraulik als auch für die Aggregate in der Lkw-Kabine zur Verfügung steht – inzwischen in zweiter Baureihen-Generation.

Für die Fahrer des bestlog-Fuhrparks hat eletra den Vorteil, dass sie auf ihren meist langen Touren durch Europa vollkommen autark sind, was die geräuscharme Energieversorgung angeht. Ob Standheizung im Winter, Klimaanlage im Sommer oder die Nutzung von wichtiger Bordausstattung wie Kaffeemaschine, Kühlschrank oder Mikrowelle: Sobald der Lkw steht, bietet das System eine komfortable Stromversorgung, ganz ohne laufenden Motor.

Das begeistert die Fahrer, die Geschäftsführung freut sich über spürbare Kosteneinsparungen. Denn im Schnitt verbraucht ein laufender Truck-Diesel im Stand rund drei Liter pro Stunde, da kommen pro Woche auf Tour gut und gerne 50 Liter für Standzeiten mit Motorunterstützung zusammen.



Wir kooperieren bereits mit Aufliegerherstellern, die großes Interesse an einer Serienfertigung haben.«

**Jochen Thorn, Geschäftsführer
bestlog Innovative Transportlogistik**

Was als kleines Experiment begann, ist inzwischen ein funktionierendes Start-up. »Wir kooperieren bereits mit Aufliegerherstellern, die großes Interesse an einer Serienfertigung haben«, berichtet Geschäftsführer Thorn. Aber auch Einzelabnehmer, etwa Spediteure, die vergleichbare Auflieger einsetzen, fragen immer häufiger nach der Lösung.

Thorn spielt mit dem Gedanken, schon bald als Systemlieferant für Aufbauhersteller ein wichtiger Partner zu werden. »Wir sind gerade in der Logistik

gefordert, CO₂ zu reduzieren und eine Elektrifizierung im Gütertransport voranzutreiben. Insofern ist eletra ein interessanter Lösungsansatz, der auch für viele andere Nischen in der Lkw- und Aufliegerbranche von großem Interesse sein kann.« Um leistungstärker zu werden, wird das System aktuell auf 48-V-Technik weiterentwickelt. Die Erprobung am Prüfstand hat bereits begonnen und liefert positive Ergebnisse. Der Test im Feld ist für 2025 geplant.

www.bestlog.de



Wir kaufen
Ihre Grundstücke

Gemeinsam stark für neuen Wohnraum!

Wir suchen baureife Grundstücke.

Mit Quartiersentwicklung und Neubau schaffen wir neuen Wohnraum im Großformat. Dafür suchen wir baureife Grundstücke in Deutschland und Österreich. Verfügen Sie über ein passendes Grundstück? Dann sollten wir miteinander sprechen!



Mailen Sie uns Ihr Exposé an angebote-bmb@buwog.com

Das aktuelle Ankaufsprofil der BUWOG und alle Infos auf buwog.de/Ankaufsprofil

BUWOG

Immer zur Hand

Mit sogenannten Wearables beschleunigt ProGlove Abläufe im Lager. Seit dem Start vor rund zehn Jahren hat das Unternehmen seine Produkte konsequent weiterentwickelt.



Technologie am Arm – tragbares Miniterminal für mobile Datenerfassung

Foto: ProGlove

Von Stefan Bottler

Die Innovation wiegt 65 Gramm, liegt bequem auf dem Handrücken auf und misst alle möglichen Lagerdaten. Mit dem Miniterminal »MAI«, einem Gerät für mobile Datenerfassung (MDE), will das Unternehmen ProGlove Lagermitarbeiter entlasten und Lagerarbeiten effizienter machen.

»MAI ist das kleinste und leichteste Gerät seiner Art«, versichert Stefan Lampa, ProGlove-Geschäftsführer seit 2023. Für die Bedienung reichen vier konfigurierbare Knöpfe, der Akku soll den ganzen Tag durchhalten und über eine Schnittstelle ist

eine Integration in das Lagerverwaltungssystem möglich. »Das Lagermanagement kann ineffiziente Arbeitsabläufe sofort erkennen und diese in Echtzeit optimieren«, sagt Lampa, der zuvor bei verschiedenen großen Automatisierungs- und Logistikunternehmen als Manager tätig war.

Mit »MAI« will ProGlove auf Kurs bleiben. Seit das Unternehmen 2015/16 gegründet wurde, haben sich seine Produkte deutlich gewandelt. ProGlove hat kontinuierlich an der Optimierung gearbeitet – und dabei konsequent das Feedback der Kunden berücksichtigt.

Gegründet wurde die Firma von vier Absolventen und Studenten der Technischen Universität München (TUM). Ihr Ziel: Mit sogenannten Wearables, also Computern, die am Körper getragen werden, sollen Lagermitarbeiter logistische Abläufe beschleunigen.

Die Idee hatte Mitgründer Paul Günther, der damals beim Autohersteller BMW als Werkführer arbeitete und sich dort ein Bild über den Materialfluss in Logistik und Fertigung machen konnte: Wenn Mitarbeiter Produkte und Komponenten abschnitten, mussten sie immer eine

Hand für das MDE-Gerät frei haben, was die Abläufe erheblich verlangsamte. Günther wollte das ändern.

Mit seinen Kommilitonen entwickelte er im Gründer- und Innovationszentrum UnternehmerTUM in Garching einen Handschuh mit eingebautem Scanner und beteiligte sich mit diesem Prototyp an einem Wearable-Wettbewerb des US-Halbleiterherstellers Intel. Das Team gewann den dritten Platz und Preisgelder von insgesamt 250.000 Dollar (ca. 220.000 Euro).

Jetzt musste der Prototyp zu einem marktreifen Produkt weiterentwickelt werden. Auf dem Markt fanden die vier Gründer weder Handschuhe noch Scanner, die für Wearable-Lösungen geeignet waren. Sie mussten deshalb eigene Produkte ausarbeiten.

Genau damit legten sie den Grundstein für den steilen Aufstieg von ProGlove. Für Lampa beruht dieser auf einem »ganzheitlichen Produktverständnis«, wie er sagt. »Wir entwickeln die Wearables inklusive Scanner vollständig im eigenen Haus und können nur so gewährleisten, dass beide Komponenten perfekt aufeinander abgestimmt sind und auch auf die Bedürfnisse der Menschen abgestimmt werden, die täglich mit ihnen arbeiten.«

Den Start 2016 unterstützten Bayern Kapital und zwei US-Investmentgesellschaften mit 2,2 Millionen Dollar (1,9 Millionen Euro). Für den Scanner konnten die ProGlove-Gründer auf bewährte Technologien für das Erfassen von Barcodes zurückgreifen und ergänzten diese mit besonderen produkttechnischen und ergonomischen Vorgaben. Die Geräte mussten auch Standort, Batteriestatus, Verfügbarkeit und weitere Daten erfassen und kommunizieren.

Die Produktion übernahm zunächst das Seefeldler Elektronikunternehmen TQ-Systems GmbH. Als Folge der starken Nachfrage liegt die MDE-Produktion mitt-

Foto: ProGlove



Wir entwickeln die Wearables inklusive Scanner vollständig im eigenen Haus.«

**Stefan Lampa,
Geschäftsführer ProGlove**

lerweile beim ungarischen Auftragsfertiger Videoton.

Beim Handschuh zog sich die Produktentwicklung hin. »Rund zehn Mitarbeiter waren mit dieser Herausforderung ein halbes Jahr lang beschäftigt«, sagt Mitgründer und Aufsichtsrat Thomas Kirchner (39). »Am Ende konnten wir zahlreiche Patente anmelden.« Das ProGlove-Team entwickelte mithilfe der Technischen Hochschule (TH) München atmungsaktive Mesh-Materialien, die Stoffen für Sportschuhe ähneln und Halterungen für die Scanner sowie Kontakte für die Elektronik enthalten. Bis vor Kurzem noch stellte ProGlove diese Wearable-Komponenten selbst her, nun ist die Fertigung an europäische Partner ausgelagert.

Bei der Produktentwicklung unterstützte der Autohersteller BMW das Startup – und löste einen Auftragsboom aus. Viele andere europäische Autokonzerne sowie ihre Zulieferer folgten als ProGlove-Abnehmer. Außerdem konnte das Münchner Unternehmen bekannte Logistikdienstleister, Handelskonzerne und Industrieunternehmen im In- und Ausland als Kunden gewinnen.

Heute erzielen rund 250 Mitarbeitende mit mehr als 2.000 Kunden einen Umsatz von über 50 Millionen Euro. Seit 2018 ist das Unternehmen auch im Ausland präsent und hat ein Büro in den USA. 2022 übernahm der schwedische Private-Equity-Investor Nordic Capital die Mehrheit von ProGlove und zahlte hierfür dem Vernehmen nach einen hohen drestelligen Millionenbetrag.

Den Wachstumskurs der vergangenen Jahre will ProGlove auch in der aktuellen

Wirtschaftskrise fortsetzen. »Wir liefern den Unternehmen Werkzeuge, mit denen sie in schwierigen Zeiten besser aufgestellt sind«, sagt Lampa zuversichtlich und kündigt neue Software an.

Bei den Neuerungen spielen Verbesserungsvorschläge der Kunden eine wichtige Rolle. Viele wünschten sich Alternativen zum Handschuh. Denn weil Lagermitarbeiter den Handschuh nach kurzer Zeit gewohnheitsmäßig wechselten, waren den Kunden die Kosten bald zu hoch. 2018 ersetzte ProGlove den Handschuh durch Manschetten, die nur Handballen und Handrücken bedecken und die Finger frei lassen. Sie werden von den Mitarbeitenden auch für längere Arbeitsphasen akzeptiert.

Heute entwickelt das Unternehmen fast nur noch Lösungen mit Manschetten. Auch das Miniterminal »MAI« ist auf einer Manschette befestigt. Der Lagermitarbeiter streift sie vor Arbeitsbeginn über sein Handgelenk und hat die Hände für andere Arbeiten frei.

Während er Waren einlagert, kommissioniert oder verpackt, kann er nicht nur Daten aufnehmen, sondern intuitiv auch Anleitungen und Anweisungen abrufen. Mit Audio- und Fototools erfasst er Fehler, mit akustischen, haptischen und optischen Rückmeldungen dokumentiert er, dass er seine Arbeiten einwandfrei erledigt hat.

»Der Handschuh hat ausgedient«, sagt Mitgründer Kirchner. An ihn wird bald nur noch das »glove« (englisch für Handschuh) im Unternehmensnamen erinnern. ●

proglove.com/de

Ausprobieren erlaubt – Christoph
Kögel, Mylène Haslehner, Aditya
Bhandwalkar, Matthias Wander vom
SOMIC-Innovationsteam (v.l.)



Innovation als Teamleistung

Neuartige Produkte stärken die Wettbewerbsfähigkeit. Aber wie gelingt es Unternehmen, intern ein Klima zu schaffen, in dem Neues wirklich gedeihen kann?

Von Eva Schröder

Fast sieht es aus, als würden sie in der Kartoniermaschine hinter den Kunststoffscheiben tanzen: Die magnetisch gesteuerten Metallkörbchen sammeln Beutel mit Süßigkeiten und gleiten dabei rasch und lautlos über eine Magnetfläche, gruppieren sie schnell und schonend. Später werden die Produkte automatisiert in Umkartons verpackt und gelangen in die Supermarktregale. Jede der rund 100 Anlagen, die die Fertigungshallen der SOMIC Verpackungsmaschinen GmbH & Co. KG im oberbayerischen Amerang pro Jahr verlassen, ist nach Kundenwunsch konfiguriert. In seiner Branche behauptet sich das Familienunternehmen seit 51 Jahren. Hier sollte es Antworten geben, welches Klima es im Unternehmen braucht, damit Neues entwickelt werden kann und erfolgreich in den Markt gelangt.

Während die Besucher den Testlauf im SOMIC-Werk beobachten, erklärt Matthias Wander (45), Director Research & Development (R&D), die Besonderheit dieser Maschine: 2023 hat sein Team das Sammel- und Gruppiersystem SOMIC CORAS entwickelt. Es nutzt die neuartige Magnetschwebetechnologie, womit das Unternehmen nach eigenen Angaben Pionierarbeit in der Verpackungsbranche geleistet hat.

Für die Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen sind Innovationen entscheidend. »Wir in Deutschland sind nach wie vor stark darin, neue Ideen und Technologien zu entwickeln. Für die Zukunft des Industriestandorts Deutschland ist es jedoch wichtig, diese auch erfolgreich in den Markt zu bringen«, sagt Birgit Petzold, Innovationsreferentin der IHK für München und Oberbayern.

Doch welcher Weg führt am besten dorthin? Im Unternehmen Innovationskraft

einzuordnen, genügt nicht. Die internen Rahmenbedingungen müssen innovationsfördernd sein. Das klingt simpel, scheint jedoch nicht einfach zu sein, zeigt eine Umfrage der Unternehmensberatung Deloitte unter Innovatoren deutscher Unternehmen: Drei von zehn empfinden die Firmenkultur oder Risikobereitschaft »als unvereinbar mit der strategischen Ausrichtung«. Ein noch größeres Hindernis sind »unzureichende Ressourcen bei Finanzierungen, Personal oder Fachkräften« (s. Grafik S. 51). Topthema für Neues ist mit 70 Prozent die Digitalisierung, worunter mehr Systemintegration, Sicherheit, verbesserte Geschäftsprozesse und Kundenerfahrung fallen. Es folgen KI-Anwendungen mit 45 Prozent und Nachhaltigkeitsinitiativen mit 24 Prozent.

Maschinenbauer SOMIC weiß um die Notwendigkeit von Innovationen. Als Hersteller von Verpackungsmaschinen steht er im intensiven internationalen Wettbewerb: Sieben von zehn der SOMIC-Verpackungsmaschinen gehen ins Ausland. Laut Fachmagazin »Neue Verpackung« gehört das Unternehmen, gegründet 1974 im oberbayerischen Vogtareuth und seit 2001 ansässig in Amerang im Chiemgau, zu den Top Ten der Endverpackungsbranche in Deutschland. 2004 erhielt die Firma den Preis »Bayerns Best 50«, mit dem das Bayerische Wirtschaftsministerium besonders wachstumsstarke Mittelständler ehrt.

Das seit Gründung immer zumindest teilweise familiengeführte Unternehmen erzielte 2024 mit 550 Mitarbeitern, davon 40 in den USA und zehn in Bangkok, rund 77 Millionen Euro Umsatz. Und so verpacken seine Maschinen denn auch nahezu alles, von Mozartkugeln über Nudeln und Kopfschmerztabletten bis zu Katzenfutter oder Non-Food-Waren.

Um international weiterhin bestehen zu können, legten R&D-Leiter Wander und Christoph Kögel (37), heute Head of R&D Software, 2021 als Innovationsduo los: mit Vorstufen von digitalen Zwillingen, um Maschinen schneller einrichten und steuern zu können. Sie etablierten 3-D-Drucker, um eigenständig nach Bedarf Sonderteile zu fertigen. »Klar gibt es das Auftragshamsterrad auch bei uns«, bekennt Wander. »Der Kundenwunsch steht an erster Stelle. Wir im Bereich Research & Development haben aber mehr Freiraum, erarbeiten in der Regel ohne den akuten Druck vom Tagesgeschäft Themen selbst, in denen wir Potenzial sehen.« Kögel ergänzt: »Wild ausprobieren, das geht bei uns.«

Bei den mittlerweile zwölf R&D-Mitarbeitenden setzt Entwicklungsleiter Wander auf Ergebnisoffenheit, die Mischung aus internem Gedankengut und externem Input. Und auf die Stärken verschiedener Charaktere und Fachrichtungen: Aditya Bhandwalkar ist ein indischer IT-Experte für Cybersicherheit, der unter anderem mit Mylène Haslehner arbeitet. Die französische Mathematikerin durchleuchtet die Abläufe im Unternehmen, um sie mit passenden KI-Systemen rascher und effizienter zu machen. Haslehner hat in Konzernen gearbeitet, schätzt beim Familienunternehmen nun »den starken Austausch und Zusammenhalt untereinander«.

Neben eigenen Markt- und Trendbetrachtungen hören sie bei SOMIC vor allem ihren Kunden sehr genau zu und werten etwa Messebesuche aus.

Transfer ist also Trumpf. Mehr als zehn Jahre ist die Hälfte der SOMIC-Mitarbeiter bereits an Bord. Bewusst haben sie sich laut Wander beim Aufbau des Teams gegen Berater entschieden, stattdessen

Arbeiten agil – Zoi Natsiopolou und Thorsten Hallauer vom Profiküchengerätehersteller RATIONAL

Foto: RATIONAL



»lassen wir unsere Leute selbst machen, darunter drei Experten um die 60 Jahre«. In manchen Projekten braucht es eben Erfahrung.

Neben der stetigen Verbesserung des Angebots (der sogenannten inkrementellen Innovation) suchen die SOMIC-Innovatoren wie eine Inhouse-Agentur auch Kontakte zu Start-ups für fundamentalere Innovationen. Mit dem Dresdner Start-up Peerox GmbH hat SOMIC zum Beispiel eine Onlinehilfssoftware erprobt, die Störungen im Maschinenlauf behebt und so die Produktionseffizienz steigert. »Letztlich passte das für uns nicht ideal. Wir konnten das Start-up aber an unsere Kunden vermitteln«, berichtet Elektroingenieur Kögel. »Das wirft auch auf uns ein gutes Licht, weil wir Themen erkennen, proaktiv angehen und direkt Kontakte haben.«

Diese Haltung begrüßt Moritz Förster (46), der als Chef von UnternehmerTUM für Venture Clienting schon zahlreiche Kooperationen hergestellt hat. Eine Zusammenarbeit mit aufstrebenden Start-ups kann für etablierte Firmen ein Weg sein, um Innovationen ins Haus zu holen. IHK-Expertin Petzold: »Bei Kooperationen zwischen Mittelständlern und Start-ups gewinnen beide Seiten. Oft bringen junge Unternehmen neuartige technologische Ansätze

mit und können aufgrund weniger starrer Strukturen schnell in die Umsetzung gehen. Erfahrene Mittelständler punkten etwa mit guten Kontakten zu Kunden und Wissen zur Produktsicherheit.«

Drei Erfolgsparameter

Förster von der U-TUM weiß zu vermitteln »bei gegenseitig unrealistischen, zu hohen Erwartungen von Mittelständlern und Junggründern«, wie er sagt. Die Erfolgsparameter für eine Kooperation lauten für ihn: »Transparenz, Flexibilität und Realismus auf beiden Seiten – dann begegnet man sich auf Augenhöhe.«

Es sei wichtig, sich vor Projektstart auf einen Einseiter zu einigen: »Steht dort, ›unser Ziel ist gleich xy‹, ist das oft zu vage. Konkret müssen die Meilensteine aufgeführt sein, ›das ist der gewünschte Ergebniskorridor, das sind die tatsächlich verfügbaren Ressourcen.«

Geboten sei, eine Vertrauensbasis zu schaffen, in der offengelegt werde, welche Prozesse beide Parteien unbedingt voneinander kennen müssen. Der Kooperation müsse sodann Dringlichkeit eingeräumt, ein Brückenkopf etabliert werden beim Mittelständler, der zwischen bestehenden Firmenstrukturen und dem Start-up vermittelt. »Und der in den wöchentlichen

Abstimmungsrunden dabei ist – mit Entscheidungsbefugnis.«

Klare Zeit- und Zielvorgaben sowie Entscheidungsrechte auf den jeweiligen Ebenen – das gibt auch Martin Hermann, Technikchef des Kochsystemherstellers RATIONAL AG, für Innovationen vor: »Die meisten Kunden wissen, was sie heute brauchen. Jedoch meistens nicht, was sie in ein paar Jahren als neues Produkt wollen – das müssen wir rechtzeitig mit Vorlauf erspüren und entwickeln.«

Die Roadmap für die Weiterentwicklung von Gargeräten für Profiküchen, die dem Landsberger Mittelständler 2024 rund 1,2 Milliarden Euro Umsatz einbrachten, zielt sehr fokussiert auf den besten Kundennutzen bei der thermischen Speisenzubereitung. »Wir müssen mit einem neuen Gerät häufig den Markt mitentwickeln«, sagt Hermann und nennt als Beispiel die im März 2025 neu eingeführte, dritte Produktlinie iHexagon: Auf sechs Ebenen werden Speisen gegart durch Heißluft, Dampf und Mikrowelle, gleichmäßig, in hoher Qualität, schnell und frisch – sowie um 25 Prozent produktiver als herkömmliche Geräte. Die Neuentwicklung erhielt zwei Preise: als »Innovator des Jahres 2024« vom Informationsnetzwerk »Die Deutsche Wirtschaft« sowie den »German Innovation Award 2025« des Rats für Formgebung.

Für Innovationssprünge wie diese sei die Haltung entscheidend: »Unternehmer im Unternehmen sein und die jeweils eigene Verantwortung wahrnehmen«, das sei Teil der RATIONAL-Firmenphilosophie, so Hermann. Früher hätten 60 Entwickler an einem großen Vorhaben gearbeitet, in Matrixstruktur, mit definierten Tagespaketen auf Wochen voraus und »dem Glauben, dass alles beherrschbar ist.«

Der promovierte Mechatronikingenieur unterstreicht: »Heute müssen unsere agilen Teams viel schneller auf die multiplen Herausforderungen reagieren.« Dabei spielen Agile Transition Coaches, die bei der Umsetzung agiler Arbeitsweisen im Unternehmen helfen, eine wichtige Rol-

le. Sie erkennen fachlich wie menschlich neue Ansätze, ermutigen zur Umsetzung, motivieren auch bei Rückschlägen. Ist ein Projekt zu Anfang definiert, geht es in Zwei- bis Drei-Wochen-Sprints voran. Was in Kleingruppen mit den Prozessverantwortlichen und innerhalb der Projekte an Erkenntnissen gewonnen wurde, tragen die Coaches zur Verfeinerung in die Organisation, die damit weiterarbeitet. Alle vier Monate werden dann Etappen- demotermine angesetzt. »Das sind Testaufbauten und Modelle, an denen 100 bis 150 Kollegen zusammenkommen – mit einer bunten Mischung der Qualifikationen quer durchs Unternehmen«, erläutert Thorsten Hallauer (42), Leiter des Bereichs Project Portfolio Management. »Klar ist das ein Aufwand, aber die unterschiedlichen Inputs und Einschätzungen aus Einkauf, Produktion und Service sind wichtig.« Typisch ist das Nachschärfen des Projektziels während des Prozesses. Sind Neuentwicklungen dann vorzeigbar, werden ausgewählte Kunden früh in Feldtests eingebunden.

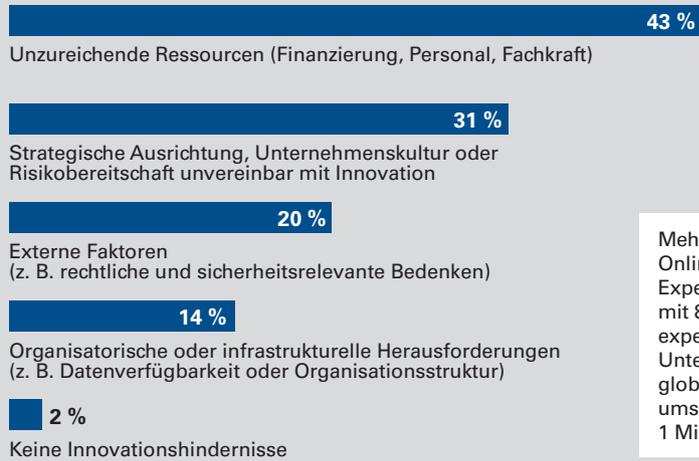
Projektzahl verdreifacht

Seit 15 Jahren ist Hallauer im Unternehmen und beobachtet: »In der Zeit haben sich die Projekte etwa verdreifacht, wir bewegen uns auf Multiprojektebenen. Je komplexer und somit unbeherrschbarer die Umgebung, desto geeigneter sind deshalb agile Arbeitsmethoden. Sie haben uns geholfen, strategisch umzusteuern.« Früher als Projektmanager tätig, leitet Hallauer seit 2022 das RATIONAL Project Portfolio Management mit acht Mitarbeitern, darunter Zoi Natsiopoulou als interne Agile-Transition-Coachin. »Unsere Produkte sind komplexe Systeme, die Mechanik, Elektronik, Software, Thermodynamik plus Hochfrequenz- und Verbrennungstechnik verbinden«, erklärt die Wirtschaftspsychologin und gelernte Schreinerin. »Dafür müssen wir unseren Weg finden und ein eigenes agiles Framework entwickeln. Das fordert uns oft ziem-

ZU WENIG MITTEL FÜR INNOVATION IN FIRMEN

Umfrage unter deutschen Innovatoren:

Was ist das größte Hindernis für Innovation in Ihrer Organisation?



Mehrfachnennungen, Online-Survey und Experteninterviews mit 83 Innovationsexperten deutscher Unternehmen mit globalem Jahresumsatz von mind. 1 Mio. Euro

Mehr Geld und Personal – 43 Prozent der Innovationsexperten sehen in unzureichenden Ressourcen ein Hindernis für ihre Arbeit

lich, aber wir haben vom Management viel Vertrauen und Gestaltungsfreiheit – was Spaß macht.« Mehr Fokus auf Individuen, Interaktionen und Selbstorganisation zu legen als auf Prozesse, Werkzeuge und Dokumentation, das passe zur Firmenkultur. Von den 2.700 RATIONAL-Beschäftigten sind 1.700 am Stammsitz in Landsberg am Lech. 1973 gegründet, konnte das Unternehmen zum 25-jährigen Börsenjubiläum im März 2025 eine Kurssteigerung nahezu um den Faktor 40 vorweisen. Um die Rahmenbedingungen für die deutschen Unternehmen insgesamt zu verbessern und die technologische Leistungsfähigkeit auszubauen, berät unter anderem die Expertenkommission Forschung und Innovation (EFI) die Bundesregierung. Eines der sechs Mitglieder ist die Innovationsforscherin Carolin Häussler, Professorin für Organisation, Technologiemanagement und Entrepreneurship an der Universität Passau. Sie betont: »Unternehmerische Initiative und Risikobereitschaft müssen gefördert werden. Die hohen Kosten des Scheiterns müssen runter, damit Unternehmen wieder mutig innovieren, anstatt beim Bewährten zu bleiben. Überbordende Regulierungen und Berichtspflichten müssen zurückgefahren werden.« Das sei im aktuellen EFI-Gutachten

klar formuliert, so Professorin Häussler: »Es braucht eine klare Vision und Strategie in der Forschungs- und Innovationspolitik, klare strategische Leitlinien und mehr Durchsetzungskraft. Alle Ministerien müssen hier einschwingen.« Blickt man auf die Umfrage zu Anfang, empfehlen die Deloitte-Experten dieses Vorgehen: die Professionalisierung des Innovationsprozesses sowie die monetäre Bewertung von entwickelten Innovationen und des Portfolios. Firmenlenker sollten also die Entrepreneur-Perspektive einnehmen oder die Brille eines Wagniskapitalgebers aufsetzen. Und den Blick schweifen lassen, welche unterschiedlichen Köpfe in ihren Teams Wissen und Willen einbringen können für neues Denken, aus dem mehr werden kann. ●

Mehr Infos rund ums Thema Innovation:

- IHK-Ratgeber »Kooperation von Mittelstand und Start-ups«: www.ihk-muenchen.de/de/Service/Innovation/Mittelstand-und-Startup
- IHK-Ratgeber »6 Innovationsschritte«: www.ihk-muenchen.de/de/Service/Innovation/6-Innovationsschritte
- IHK-Ratgeber »Förderprogramme«: www.ihk-muenchen.de/innovation/foerderprogramme

Menschen folgen Menschen

Mit Videoclips können Unternehmen einen guten Eindruck von sich als Arbeitgeber vermitteln. Wie gehen sie dabei am besten vor?

Von Natascha Plankermann

Begleite mich durch deinen Alltag!« Mit dieser Aufforderung der Moderatorin kommt der Moment, in dem Emily Simon ein wenig privat wird in diesem Video. Früh steht sie auf und macht sich nach einem Spaziergang mit dem Hund auf den Weg ins smartvillage. »Wir sind eine Art Business-WG, in der die Gäste mit uns einen Tag oder länger leben«, beschreibt sie das Geschäftsmodell des Münchner Unternehmens, das Raumkonzepte für Meetings, Workshops und Events anbietet. Dort arbeitet Simon als Head of People & Culture und davon erzählt sie in diesem kurzen Film. Aufgenommen wurde das Video für die »Königsklasse« – ein Format, das der Unternehmer Martin Grosse entwickelt hat und für das er sogenannte Employer Branding Videos produziert. Das Ziel:

potenzielle neue (vor allem junge) Mitarbeitende neugierig machen mit dem Medium, das die umworbenen Arbeitskräfte ständig nutzen.

Videos sind beliebt auf Social Media. Immer mehr Firmen entdecken daher die Möglichkeit, sich als Arbeitgeber in kurzen Filmen unterhaltsam und authentisch zu präsentieren. Gelingt es ihnen dabei, die Aufmerksamkeit der jungen Bewerber zu wecken, hilft das auch beim Recruiting. Aufmerksamkeits haben die Königsklasse-Videos in jedem Fall erhalten. »Fast 40.000-mal wurden sie innerhalb weniger Wochen bei TikTok aufgerufen«, sagt Filmexperte Grosse.

Einer, der davon profitiert, ist Holger Heiss. Der Geschäftsführer und Spezialist für Büroeinrichtungen feierte gerade den zehnten Geburtstag seines Unternehmens

raumweltenheiss in Kirchheim bei München. Davon gibt es einen kurzen Film bei Instagram, in dem Luftballons fliegen und die Mitarbeitenden tanzen. »Das kommt gut an bei der jungen Zielgruppe. Die sehen, dass der Chef nicht spießig ist, sondern ein lockerer Typ – und sie bewerben sich. Das ist mir lieber, als einen Headhunter zu beschäftigen«, sagt Heiss. Er tritt nicht nur im Gespräch vor der Kamera auf, sondern präsentiert sich zusätzlich in einem Unternehmensvideo.

»Es geht darum, dem Unternehmen ein Gesicht zu verleihen. Denn Menschen folgen Menschen«, sagt Catrin Keil, Inhaberin der PR- und Kommunikationsagentur Keil Kommunikation in München. Sie begleitete das Projekt Königsklasse während ihres Lehrauftrags an der Ludwig-Maximilians-Universität München



Präsentiert ihre Firma im Video – smartvillage-Mitarbeiterin Emily Simon (3.v.l.) mit Kollegen

KOSTEN UND KANÄLE

Für etwa fünf- bis zehntausend Euro lässt sich laut dem Filmexperten Martin Grosse ein Firmenvideo realisieren, das jederzeit und auf verschiedenen Kanälen genutzt werden kann. Nach der Produktion gilt es, das Video auf den passenden Social-Media-Plattformen wie LinkedIn, Instagram und TikTok zu teilen und es durch gezielte Strategien zu verbreiten.

»LinkedIn ist besonders für businessorientierte Zielgruppen wie Fach- und Führungskräfte« geeignet, sagt Grosse. »Hier wird das Video als authentische Möglichkeit wahrgenommen, Einblicke in das Unternehmen zu bekommen und sich mit

potenziellen Arbeitgebern zu vernetzen.« Instagram eigne sich für eine visuelle, kreative Ansprache einer breiteren Zielgruppe. »Auf TikTok sind vor allem kurze Videos sehr populär und erreichen die Gen Z, die nach schnellen, unterhaltsamen und oft humorvollen Inhalten sucht.«

Regelmäßige Rückmeldungen, etwa durch Umfragen, können helfen, die Ansprache im Video kontinuierlich zu optimieren. Grosse: »Unsere Erfahrung zeigt, dass Filme ohne Drehbuch, also unscripted, am besten wirken, da sie aus dem Moment gegriffen sind und daher natürlich erscheinen.«

und weiß: Es reicht nicht, dass Unternehmer von sich denken: »Ich bin gut.« Sie müssen es auch vermitteln, und zwar mit Emotionen.

Das bestätigt Gunther Schnatmann. Der Chef der Personalberatung schnatmann media in Fürstfeldbruck unterstützt seit 28 Jahren vor allem mittelständische Unternehmen bei der Suche nach Führungs-, Fach- und auch Juniorkräften: »Die realen Kollegen und ihre Arbeitsplätze sollten im Bild sein. Schließlich kann so ein Video sehr unterhaltsam sein und wird empfohlen. Dann werden eventuell nicht nur Bewerber, sondern auch potenzielle Kunden aufmerksam.«

Auf dem Weg zur Filmkarriere sollten Unternehmen die Zielgruppe klar definieren, um die richtigen Inhalte und den

passenden Ton zu finden, betont Produzent Grosse. So entsteht die Basis für ein Drehbuch – mit einer prägnant formulierten Botschaft. Das Video sollte zudem die persönlichen und beruflichen Chancen zeigen, die das Unternehmen bietet. »Danach darf der Call to Action nicht fehlen: eine direkte Aufforderung, »Bewirb dich jetzt«. Der entsprechende Link steht im Text daneben oder darunter«, ergänzt Kommunikationsexpertin Keil.

Damit geklickt wird, ist eine professionelle Umsetzung wichtig: »Das Handy nicht herumschwenken oder ständig zoomen, das wirkt unruhig. Lieber ein Stativ nutzen und einzelne Einstellungen horizontal filmen. Anschließend im Schnitt alles zusammenführen. Ansonsten gilt: je kürzer, desto besser, nicht über drei Minuten«, lauten die Tipps von Experte Schnatmann. Filmen könnten zum Beispiel Mitarbeiter mit technischem Geschick. Ist das nicht möglich, bieten lokale Freelancer oder kleinere Produktionsfirmen erschwingliche Hilfe bei der kreativen Umsetzung. Der Erfolg eines Recruitingvideos lässt sich durch verschiedene Kennzahlen messen. Zu den wichtigsten gehören die Anzahl der Aufrufe und Interaktionen (Likes, Kommentare, Shares), da diese die Reichweite und das Engagement der Zielgruppe widerspiegeln. Um sich in deren Gedächtnis auf Dauer einzuprägen, empfiehlt Experte Grosse, mit Filmen in Serie zu gehen – oder sie immer mal wieder zu aktualisieren. Ein Vorhaben, das auch bei smartvillage-Mitarbeiterin Simon auf der To-do-Liste steht. ●



Foto: KÖNIGSKLASSE

Beim Dreh – Produzent Martin Grosse (r.) mit Filmemacher Andreas Wening (l.)

IHK-Ansprechpartner zum Thema Recruiting

Tobias König, Tel. 089 5116-2258
koenig@muenchen.ihk.de



Chance auch für
Firmen – die EU will
die Datenwirtschaft
in Gang bringen

Foto: Andrey Popov/Adobe Stock

Mehr Daten für alle

Im September tritt das neue Datengesetz der Europäischen Union in Kraft. Was bedeuten die neuen Vorgaben für die Unternehmen?

Von Melanie Rübartsch

Fragt man Unternehmen derzeit nach den neuesten umzusetzenden EU-Regeln, werden die meisten sofort »AI Act« rufen. Nur ist dieses erste europäische KI-Gesetz längst nicht alles, was Brüssel der Wirtschaft aktuell an Regulatorik beschert: Mit dem Data Act tritt bereits am 12. September 2025 unmittelbar in Deutschland ein neues europäisches Datengesetz in Kraft.

Mit der Verordnung müssen sich vor allem Hersteller von vernetzten Produkten und Anbieter von damit verbundenen digitalen Diensten beschäftigen. Vereinfacht gesagt, sieht der Data Act vor, dass die Nutzer solcher Produkte – Konsumenten oder Unternehmen – das Recht haben, sämtliche beim Betrieb entstehende Daten zur Verfügung gestellt zu bekommen, sofern möglich, in Echtzeit.

»Unternehmen müssen sich spätestens jetzt mit den neuen Pflichten auseinandersetzen. Sie sollten prüfen, inwieweit sie selbst betroffen sind, und entsprechende organisatorische und technische Prozesse etablieren«, rät Chantal Berier, Referentin Digitalpolitik bei der IHK für München und Oberbayern.

Was ist das Ziel des Data Act?

In der mehr und mehr digitalisierten Wirtschaft spielen Daten eine gewaltige Rolle. Beim Betrieb vieler Produkte und Services werden Daten erzeugt, die für verschiedene Akteure interessant sein können – Daten, die also regelrecht marktfähig sind. »Die EU möchte den Zugang zu bestimmten nutzergenerierten Daten erleichtern, um so die Datenwirtschaft in Europa voranzubringen. Dabei soll verhindert wer-

den, dass nur die Hersteller der Produkte oder Anbieter der Datendienste Zugriff auf die Daten haben«, erläutert IHK-Expertin Berier. Die grundsätzliche Hoheit über die Daten soll daher zu den Nutzern der Produkte wandern, die an der Entstehung maßgeblich beteiligt sind: etwa Käufer, Mieter oder Leasingnehmer. So soll eine gerechte Verteilung der Wertschöpfung in der Datenwirtschaft gewährleistet werden und gleichzeitig die legitimen Interessen von Unternehmen und Einzelpersonen gewahrt werden, die in Datenprodukte und -dienste investieren.

Welche Produkte sind konkret betroffen?

Zum einen geht es um smarte Produkte, die mit dem Internet verbunden sind oder eine analoge Datenschnittstelle haben. Das Spektrum reicht von intelligenten Kü-

chengeräten über Smartwatches bis hin zu Produktionsmaschinen oder landwirtschaftlichen Nutzfahrzeugen. Betroffen sind außerdem die damit verbundenen digitalen Dienste, also alle Anwendungen, mit deren Hilfe die Daten überhaupt erzeugt, aufbereitet oder bereitgestellt werden. Der Data Act gilt dabei sowohl für B2B- als auch für B2C-Produkte, die in der EU in den Verkehr gebracht werden.

Wer muss tätig werden?

Zum einen die Hersteller der Produkte sowie Anbieter damit verbundener Clouddienste und zum anderen die sogenannten Dateninhaber. »Letztere sind diejenigen, die die tatsächliche Verfügungsmacht über die Daten haben, weil ihre Services sie erzeugen oder verarbeiten«, erklärt Daniel Meßmer, Fachanwalt für IT-Recht und Partner bei der Münchner Kanzlei SKW Schwarz. »In vielen Fällen werden Hersteller und Dateninhaber identisch sein – etwa wenn der Hersteller auch die mit dem Produkt verknüpften Apps oder Softwares betreibt.«

Was können Produktnutzer künftig verlangen?

Vom Dateninhaber können sie fordern, dass dieser ihnen kostenlos und – soweit technisch möglich und für den Nutzer relevant – kontinuierlich die bei der Nutzung des Geräts erzeugten Daten zur Verfügung stellt. Das kann auch bedeuten, dass Geräte um bestimmte Programmierschnittstellen (APIs) ergänzt werden müssen. Eine Ausnahme gilt, wenn Nutzer auf die Daten selbst direkt an dem Gerät oder in dem damit verbundenen Dienst zugreifen können.

Vor Abschluss eines Vertrags sind die Nutzer zudem unter anderem darüber zu informieren, wer Dateninhaber ist und in welcher Art und in welchem Umfang Daten erzeugt werden. Es muss also stets eine Art Beipackzettel für die Produkte erstellt werden, der diese Infos enthält.

Im September 2026 startet eine weitere Stufe des Data Act: »Produkte, die dann neu in den Verkehr gebracht werden, müssen Nutzern in bestimmten Fällen ermöglichen, direkt über das Gerät oder

den damit verbundenen Dienst auf die erzeugten Daten zuzugreifen«, sagt Rechtsanwalt Meßmer. Bei vielen Geräten ist das heute bereits der Fall wie zum Beispiel bei Smartwatches mit Fitness-Apps.

Müssen sämtliche Daten zur Verfügung gestellt werden?

Es geht ausschließlich um die Rohdaten, die zum Beispiel von einem Sensor erfasst oder einer Software aufgezeichnet werden. Zudem betrifft die Vorgabe Daten, die vor der Weiterverarbeitung und Auswertung aufbereitet wurden, um sie verständlich und nutzbar zu machen. »Die Schlüsse, die aus den Daten gewonnen werden, sind nicht betroffen und erst recht nicht die Modelle, mit denen Produkthersteller die Daten analysieren«, sagt Jurist Meßmer. Sind die betroffenen Daten personenbezogen, gelten zusätzlich die Anforderungen der Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO).

Dürfen Nutzer auch verlangen, dass die Daten an Dritte herausgegeben werden?

Ja, auch das soll möglich werden. Anwendungsfälle sind zum Beispiel, wenn der Nutzer einer Smartwatch die Uhr eines anderen Herstellers kauft und seine bislang erzeugten Daten auf das neue Gerät mitnehmen möchte. Oder wenn Daten einer Versicherung oder einem Reparaturservice bereitgestellt werden sollen. Der Dateninhaber hat dann mit diesen Dritten einen Datenlizenzvertrag abzuschließen.

Wie können Unternehmen ihre Geschäftsgeheimnisse schützen?

Zum einen müssen Daten, die Geschäftsgeheimnisse enthalten, grundsätzlich nur offengelegt werden, wenn vorher alle erforderlichen Maßnahmen getroffen wurden, um die Vertraulichkeit der Geschäftsgeheimnisse zu wahren. Dazu zählen sowohl technische und organisatorische Maßnahmen als auch Geheimhaltungsvereinbarungen, die mit dem Nutzer abgeschlossen werden.

Webinarreihe zum Data Act – was Unternehmen jetzt wissen müssen

Der BIHK bietet ab Juli 2025 eine fünfteilige Webinarreihe für Unternehmen an, um sich auf den Data Act vorzubereiten. Das sind die Termine:

Der Data Act – was müssen Unternehmen wissen?

Termin: 3. Juli 2025, 11 Uhr

Im Spannungsfeld von Data Act, Geschäftsgeheimnissen und Wettbewerb

Termin: 9. Juli 2025, 13 Uhr

Der Data Act in der Praxis – Datenteilen & Cloud-Switching im Überblick

Termin: 15. Juli 2025, 11 Uhr

Der Data Act und die DSGVO

Termin: 22. Juli 2025, 11 Uhr

Data Act & Data Governance Act – neue Rahmenbedingungen für den Umgang mit Daten in Unternehmen

Termin: 31. Juli 2025, 11 Uhr

Anmeldung: www.bihk.de/data-act

Zum anderen ist von vornherein unter sagt, dass Nutzer oder Dritte die Daten verwenden, um unmittelbar Konkurrenzprodukte zu entwickeln. »Hier wird die Abgrenzung in der Praxis spannend werden«, mutmaßt Experte Meßmer. Denn generell können die Nutzer ja entscheiden, dass sie mithilfe der Daten zum Beispiel auch eigene intelligente Tools zur Analyse ihrer Geschäftsabläufe entwickeln oder eigene Algorithmen trainieren. Die Frage wird sein, wann es sich dann um gleiche Produkte handelt und wann um neue.

Müssen Verträge angepasst werden?

Ja, denn Hersteller und Dateninhaber können nach den Regeln des Data Act künftig nicht mehr selbst über die Daten bestimmen. Sie müssen sich die Nutzungsrechte an den durch ihre vernetzten Produkte generierten Daten vom Nutzer ausdrücklich einräumen lassen. »Das kann entweder über vertragliche Regeln

geschehen oder über Häkchenlösungen auf Webseiten – vergleichbar mit Datenschutzeinwilligungen«, sagt Meßmer. Die EU arbeitet im Übrigen derzeit an unverbindlichen Mustervertragsklauseln, die den Datenzugang und die Datennutzung für beide Seiten fair regeln sollen. Sie sollen nach den Plänen der EU-Kommission möglichst zeitnah nach Inkrafttreten des Data Act, bestenfalls noch im September 2025, veröffentlicht werden.

Welche Schritte sollten Unternehmen jetzt ergreifen?

Es ist sinnvoll, zügig ein Projektteam zusammenzustellen, das aus Produkt-, IT- sowie Rechtsexperten besteht. Das Team sollte unter anderem:

- genau prüfen, ob und welche vernetzten Produkte oder Anwendungen das Unternehmen anbietet und
- welche Daten diese Produkte oder verbundenen Dienste konkret sammeln,
- sicherstellen, dass die Firma die Daten auf Anfrage technisch dem jeweiligen Nutzer zuordnen und individuell ausleiten kann,

- einen internen Prozess für eingehende Anfragen aufsetzen und konkrete Ansprechpartner im Unternehmen definieren,
- klären, dass personenbezogene Daten nur an die betroffenen Personen weitergegeben werden beziehungsweise dass für die Weitergabe an Dritte eine Rechtsgrundlage nach der DSGVO besteht,
- vertragliche Regelungen oder rechtssichere Lösungen aufsetzen, um bei der Produktnutzung erzeugte Daten weiterhin nutzen zu dürfen und um Geschäftsgeheimnisse zu schützen.

Unternehmen sind aber auch Nutzer von Daten. Sie sollten sich daher auch mit den Chancen beschäftigen, die sich ihnen durch den Data Act bieten – etwa wenn sie als Käufer oder Mieter vernetzter Produkte selbst neue Datenzugangsrechte durch den Data Act erlangen.

Was sollten Unternehmen noch wissen?

Der Data Act regelt auch den Wechsel zwischen Datenverarbeitungsdiensten, zum Beispiel Clouddiensten, um sogenannte Lock-in-Effekte aufzulösen. Dabei sieht

er vor, dass Datenverarbeitungsdienste bestimmte technische, vertragliche sowie organisatorische Vorgaben einhalten, um eine nahtlose Datenübertragbarkeit zu ermöglichen.

Detaillierte Informationen zu allen Rechten und Pflichten des Data Act gibt ein IHK-Ratgeber: www.ihk-muenchen.de/de/Service/Digitalisierung/Datenmanagement/Data-Act

Die EU-Kommission hat einen umfangreichen Fragen-und-Antworten-Katalog zur Umsetzung des Data Act erstellt, der laufend aktualisiert wird. Er ist zum Download verfügbar:

digital-strategy.ec.europa.eu/de/library/commission-publishes-frequently-asked-questions-about-data-act



IHK-Ansprechpartnerin zum Data Act

Chantal Berier, Tel. 089 5116-1321
berier@muenchen.ihk.de

E-Commerce

Handeln bei der alternativen Streitbeilegung

Am 20. Juli 2025 wird die Plattform zur Online-Streitbeilegung (OS) abgeschaltet. Sie war im Zuge der EU-Richtlinie zum Verbraucherschutz eingerichtet worden. Mit der Abschaltung entfällt nun die Pflicht für Onlinehändler, einen Link zur OS-Plattform zu setzen. Bestehen bleibt jedoch die allgemeine Informations-

pflicht zur alternativen Streitbeilegung (ADR) – jedoch nur für Unternehmen ab elf Beschäftigten.

Onlinehändler müssen schnellstmöglich drei wichtige Änderungen auf ihrer Website vornehmen. Sonst kann es zu teuren Abmahnungen kommen:

- Alle bisherigen Links zur OS-Plattform der EU löschen www.ec.europa.eu/consumers/odr
- ADR-Stelle prüfen: Falls das Unternehmen an einer alternativen Streitbeilegung (ADR) teilnimmt, muss diese Stelle (Anschrift und Website) im Impressum, in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGBs) oder anderen Verbraucherinformationen genannt sein.
- Länderspezifische Vorschriften beachten, bei Unsicherheiten juristischen Rat einholen: Die ADR-Informationspflichten können je nach nationaler Umsetzung der EU-Richtlinie verschieden sein. Mehr Informationen gibt es unter: www.ihk-muenchen.de/rechtsgrundlagen-ecommerce

Foto: Kzenoni/Adobe Stock



Streitbeilegung – OS-Plattform fällt weg

»Ich werde Chefin!«

Lust auf Selbstständigkeit machen – das ist das Ziel des IHK-Girls'Day »Ich werde Chefin!«. Dieses Mal waren rund 300 Mädchen bei mehr als 35 Chefinnen zu Gast.



Foto: Gründwerk

Voll bei der Sache – beim Gründwerk e.V. in Dachau, der Gründern Räume, Events und ein Netzwerk bietet, arbeiteten die Schülerinnen an Konzepten für ein eigenes Unternehmen



Foto: Edenred

Verantwortung übernehmen und Veränderungen aktiv gestalten – Nicole Mantow (3.v.r.), Geschäftsführerin von Edenred Deutschland, zeigte den Schülerinnen, warum sie gern Chefin ist



Foto: Karin Elsperger

Selfie im Showroom – Agenturchefin Karin Elsperger gab ihren jungen Gästen einen Einblick ins Modebusiness



Foto: Holzwerk Obermeier

Vielseitiger Arbeitsalltag in einer Männerdomäne – Ingrid Obermeier-Osl (l.), Geschäftsführerin des Holzwerks Franz Obermeier, und Sarah Obermeier (r.) mit ihren Besucherinnen

Wirtschaftsempfang in Ebersberg

Rund 280 Gäste aus Unternehmen, Politik und Gesellschaft kamen zum Wirtschaftsempfang des Landkreises Ebersberg. Eingeladen hatte das Landratsamt in Kooperation mit der IHK für München und Oberbayern und der Raiffeisen-Volksbank Ebersberg.



Foto: Hans-Rudolf Schulz

Forderte in ihrer Rede bessere Rahmenbedingungen für die Wirtschaft – Sonja Ziegltrum, Vorsitzende des IHK-Regionalausschusses Ebersberg



Foto: Hans-Rudolf Schulz

Gut gelaunter Gastgeber – Robert Niedergesäß, Landrat des Landkreises Ebersberg, begrüßte die Besucher



Foto: Hans-Rudolf Schulz

»Du kannst mehr, als du glaubst« – Florian Wildgruber, Triathlon-Europameister und Motivationsexperte, zeigte auf der Bühne, wie jeder sein persönliches Potenzial einsetzen kann



Foto: Hans-Rudolf Schulz

Netzwerken im »alten speicher« – Austausch in entspannter Atmosphäre

immo 2.2025

VERLAGSANZEIGE

Immobilien in München und Oberbayern





Am Business Campus München : Garching unterstützt eine konsequente digitale Vernetzung die Zukunftsfähigkeit der ansässigen Unternehmen.

Foto: Stefan Hanke

Digitale Vernetzung als Standortvorteil für Unternehmen

Der Business Campus München : Garching unterstützt die 130 ansässigen Unternehmen mit einer zukunftsfähigen digitalen Infrastruktur und setzt dabei Maßstäbe für moderne Bürostandorte.

Digitale Konnektivität ist heutzutage mehr als nur eine schnelle Internetleitung. Im Business Campus München : Garching ist es sogar ein zentraler Bestandteil der Infrastruktur. „Digitale Konnektivität beschreibt die Möglichkeit und den Umfang, wie eine Firma mit der Außenwelt kommuniziert – und das bedeutet heutzutage vor allem: Wie ist die Mietfläche in allen Bereichen an das Internet angebunden“,

sagt erklärt Lars Dücker, Geschäftsführer des Business Campus München : Garching. Dazu gehören neben High-speed-Internet Themen wie Ausfallsicherheit oder zentrale Steuerung. Dementsprechend hat der Business Campus in den vergangenen Jahren massiv investiert. Die Gebäude sind über mehrere Provider angebunden – oft drei statt der üblichen zwei – das sorgt für eine ausfallsichere Infrastruktur. Redundante Leitungen ermöglichen einen reibungslosen Betrieb auch bei unerwarteten Ausfällen. „Wenn Provider A ausfällt, kann Provider B mit einer anderen Leitung weiter versorgen. Das ist etwas, was wir als Vermieter vorhalten und anbieten können“, so Dücker.

Gold-Zertifizierung für alle Gebäude

Um die digitale Zukunftsfähigkeit des Büroparks zu dokumentieren, wurden alle Bürogebäude im Campus von der internationalen Organisation WiredScore geprüft – mit beeindruckendem Ergebnis: „Wir haben zehnmals das WiredScore-Goldzertifikat erhalten. Damit sind wir der europaweit größte Büropark mit dieser Auszeichnung.“ Entscheidend für die Auszeichnung ist nicht nur die vorhandene Technik, sondern auch die bauliche Vorbereitung für kommende Anforderungen. „Zukunftssicherheit heißt für uns: Die Gebäude sind so konstruiert, dass man neue Technologien flexibel integrieren

kann – etwa durch getrennte Technischächte, die von außen zugänglich sind“, erklärt Dücker. Diese durchdachte Infrastruktur zahlt sich besonders in komplexeren IT-Setups aus: Individuelle Leitungswege, private VPNs oder direkte Verbindungen zu externen Rechenzentren lassen sich problemlos umsetzen.

Ein weiterer Aspekt ist das digitale Nutzererlebnis. Ein gutes Beispiel dafür ist der Business Campus Office Hub – ein flexibles Kleinflächenkonzept mit zwölf Mieteinheiten. Jede Einheit verfügt über ein eigenes, abgeschirmtes Gigabit-WLAN. „Ob im eigenen Büro, im Besprechungsraum oder in der Teeküche – das Firmen-WLAN funktioniert überall, stabil und geschützt“, so Dücker.

Intelligent vernetzt – bis zur Jalousie

Auch über die Internetanbindung hinaus ist der Business Campus München : Garching digital vernetzt. Eine zentrale Gebäudeleittechnik (GLT) steuert alle wichtigen Systeme campusweit – etwa Lüftung, Heizung, Energiezentrale und Jalousien. Das sorgt für Komfort, Effizienz und Nachhaltigkeit. Ein kleines, aber wirkungsvolles Beispiel: „In der Kühlsaison fahren wir jeden Morgen um sechs Uhr automatisch in allen Gebäuden die Jalousien herunter, bevor die Sonne aufgeht – damit sich die Räume nicht aufheizen und weniger Energie für Kühlung benötigt wird“, berichtet Dücker.

5 Vorteile einer guten digitalen Konnektivität

- 1. Hohe Ausfallsicherheit:** Redundante Leitungen und mehrere Provider gewährleisten einen unterbrechungsfreien Geschäftsbetrieb.
- 2. Flexibilität für Mieter:** Unterschiedlichste IT-Infrastrukturen – vom Start-up bis zum internationalen Konzern – lassen sich problemlos integrieren.
- 3. Zukunftssicherheit:** Gebäude mit intelligenter Leitungsführung und Technischächten sind bereit für neue Technologien und steigende Datenanforderungen.
- 4. Produktives Arbeiten überall:** Leistungsstarker Mobilfunk und gesicherte WLAN-Netze ermöglichen mobiles Arbeiten an unterschiedlichen Orten.
- 5. Wettbewerbsvorteil am Arbeitsmarkt:** Eine moderne digitale Infrastruktur ist ein entscheidendes Kriterium für Fachkräfte bei der Wahl ihres Arbeitgebers.

Ein weiterer Digitalisierungsschritt steht kurz bevor: eine eigene App für Mietpartner und Mitarbeitende. „Wir haben genug zu kommunizieren – und freuen uns, wenn wir über eine App alle direkt erreichen können, statt auf Sammel-Mailadressen hoffen zu müssen“, erklärt Dücker.

Digitale Konnektivität trifft Lebensqualität

Digitalisierung am Standort endet nicht an der Bürotür. Der Business Campus bietet eine Infrastruktur, die Arbeiten, Netzwerken und Erholen intelligent miteinander verbindet mit E-Ladestationen für E-Autos und E-Bikes, digitalem Parkplatzmanagement sowie einem leistungsstarken Mobilfunknetz. „Wir haben den Anspruch, ein Arbeitsumfeld zu schaffen, das technologisch

führend und gleichzeitig für die über 8000 Mitarbeitenden am Standort angenehm ist“, betont Lars Dücker. Neben der digitalen Infrastruktur zählen daher auch Gastronomie, Einkaufsmöglichkeiten, medizinische Versorgung und Freizeitangebote zum Konzept. Dank direktem U-Bahn-Anschluss, Buslinien, zahlreichen Fahrradwegen und großzügigen Parkflächen mit E-Ladepunkten ist der Campus auch verkehrstechnisch bestens vernetzt – ein weiterer Pluspunkt für Unternehmen, die ihren Mitarbeitenden moderne und gut erreichbare Arbeitsplätze bieten wollen.

„In einer Zeit, in der Fachkräfte sehr genau hinschauen, wo sie arbeiten, ist das ein echtes Argument“, sagt Lars Dücker. „Digitale Konnektivität ist dabei nur ein Teil des großen Ganzen – aber ein besonders wichtiger.“ ●



Eine hohe Aufenthaltsqualität ist am Business Campus Teil des Standortkonzepts.

Foto: Clemens Mayer



Der neue Business Campus HUB in Garching zeigt die Zukunft des Arbeitens.

Foto: office4you



FTTH Glasfaser-Ausbau bis in die Wohnungen

M-net und SWM starten Glasfaser-Offensive für München

Zu lange hat sich Deutschland auf alter Infrastruktur ausgeruht. Das gilt insbesondere in Sachen Telekommunikation: Die kupfernen Telefonkabel aus dem vorigen Jahrhundert stoßen an ihre Grenzen, denn die Datenübertragung über sie ist verhältnismäßig langsam, ineffizient und störanfällig. Die digitale Infrastruktur der Zukunft basiert daher auf der deutlich leistungsfähigeren Glasfaser – und diese rückt nun näher an die Nutzerinnen und Nutzer heran. Inzwischen gilt Glasfaser bis in die Wohnung oder „Fiber-to-the-Home“ (kurz FTTH) als neuer Standard.

In München treiben Bayerns führender Glasfaseranbieter M-net und die Stadtwerke München (SWM) den FTTH-Ausbau jetzt im Rahmen einer flächendeckenden Glasfaser-Offensive kräftig

voran. Bereits vor über 15 Jahren haben die beiden regionalen Unternehmen den Glasfaser-Ausbau in der der Stadt begonnen. In vielen Gebäuden reicht das Netz heute bereits bis in die Kellerbereiche – nun soll die Glasfaser bis in jede einzelne Wohnung verlängert werden. Eigentümer, Hausverwaltungen und Wohnungsunternehmen erhalten im Zuge der Offensive die Möglichkeit, ihre hausinterne Infrastruktur bequem und kostenfrei auf FTTH umrüsten zu lassen. Einzige Voraussetzung ist ihre Zustimmung – ein Schritt, der sich schnell auszahlt. Denn eine Modernisierung der bestehenden Leitungswege ist absolut unvermeidlich.

Wenig Aufwand, viele Vorteile

Künftig werden FTTH-Anschlüsse die herkömmlichen Telefondosen in den

Wohnungen ersetzen. Wer als Eigentümer jetzt handelt, profitiert vom gebündelten Know-how der SWM und von M-net im Glasfaserausbau.

- **Kostenfreier Ausbau:** Planung und Umsetzung erfolgen ohne Zusatzkosten für Eigentümer oder Verwalter
 - **Bau aus einer Hand:** Planung, Durchführung und Inbetriebnahme erfolgen koordiniert durch erfahrene Fachkräfte
 - **Individuelle Lösungen:** je nach Immobilie erfolgt die Verlegung z. B. über bestehende Leerrohre, Kamin-schächte oder dezente Kabelkanäle
 - **Gebäudeweiter Ausbau:** vollständige Erschließung ganzer Häuser vermeidet spätere Einzelmaßnahmen
 - **Persönliche Betreuung:** lokale Ansprechpartner begleiten die Maßnahme vor Ort
 - **Freie Anbieterwahl:** nach der Erschließung können die Bewohner ihren Internetanbieter selbst wählen
- Für ihre Ausbaustrategie wurden die Stadtwerke München und M-net mehrfach ausgezeichnet – zuletzt im Sommer 2024 mit dem Qualitätssiegel „Echte Glasfaser“ des Bundesverbands Breitbandkommunikation. ●

FTTH-Information vor Ort

Ein eigenes Glasfaser-Infocenter in München-Moosach informiert Eigentümerinnen, Eigentümer und Hausverwaltungen über die Umsetzungsmöglichkeiten in ihren Objekten. Interessierte können dort nach Terminvereinbarung Einblicke in die Technik der Wohnungerschließung erhalten – inklusive der im Gebäude benötigten Komponenten.

Trotz leicht gesunkener Preise in Teilsegmenten:

Der Münchner Immobilienmarkt ist wieder im Aufwind

Die aktuelle Analyse des Gutachterausschusses zeigt, dass sich der Münchner Immobilienmarkt im Jahr 2024 deutlich erholt hat. Zwar legten die Preise für Wohnimmobilien einen leichten Rückwärtsgang ein, dennoch stiegen Geldumsatz und die Anzahl der Beurkundungen im Vergleich zum Vorjahr wieder an. Diese positive Entwicklung setzt sich im Jahr 2025 fort.

Nach einem herausfordernden Jahr 2023 hat sich der Münchner Immobilienmarkt 2024 wieder erholt. Laut einer ersten Bilanz des Gutachterausschusses wurden insgesamt 10.950 Kaufverträge geschlossen – das sind 34 Prozent mehr als im Vorjahr und 18 Prozent mehr als 2022, dem Jahr, in dem die Nullzinspolitik abrupt beendet wurde. Dennoch ist das Niveau der vergangenen Jahre noch nicht wieder erreicht, wie ein Blick auf die Langzeitentwicklung zeigt.

Der Geldumsatz stieg 2024 um 51 Prozent auf 11.367 Euro und liegt damit in etwa auf dem Niveau der Jahre 2014 und 2015.

Das Gewerbeimmobiliensegment konnte 2024 aufgrund von einigen großvolumigen Transaktionen einen besonderen Umsatzsprung von 306 Prozent verzeichnen. Neben dem Verkauf der Fünf Höfe, die für 750 Mio. Euro von der Fondsgesellschaft Union Investment an das Family Office Athos übergingen, trennte sich das insolvente Immobilienunternehmen Centrum von einem Ensemble aus Büro- und Geschäftshäusern in der Maximilian- und der Falkenturmstraße. Gekauft hat es der Asset-Manager Commerz Real im Auftrag eines Privatinvestors für über 250 Mio. Euro. Auch die Pasing Arcaden haben einen neuen Eigentümer:



*Thomas Aigner ist Inhaber und Geschäftsführer der Aigner Immobilien GmbH und Mitglied im Gutachterausschuss für Grundstückswerte im Bereich der Landeshauptstadt München
Foto: Aigner Immobilien GmbH*

Unibail-Rodamco-Westfield verkaufte das Einkaufszentrum für 388 Mio. Euro an die Ikea-Tochter Ingka Centres.

Im Wohnimmobilien-Bereich wurden rückläufige Preise ermittelt: In durchschnittlichen und guten Wohnlagen gingen die Preise für Eigentumswohnungen sowohl im Bestand als auch im Neubau im Schnitt um drei Prozent zurück, für Reihen- und Doppelhäuser um durchschnittlich vier Prozent.

Guter Jahresauftakt

Mit einem erhöhten Transaktionsgeschehen und einem gestiegenen Geldumsatz konnte der Münchner Immobilienmarkt vielversprechend ins Jahr 2025 starten. Insgesamt gab es im Januar und Februar 2025 zehn Prozent mehr Kauffälle als im Vorjahreszeitraum. Der Umsatz erhöhte sich um sechs Prozent.

Im Bereich Wohnungs- und Teileigentum stiegen die Vertragszahlen am stärksten (+ 16 Prozent auf rund 1.365). Wie im Vorjahreszeitraum gab es die meisten Transaktionen in der Preisgrup-

pe zwischen 300.000 Euro und 600.000 Euro. Um rund 36 Prozent erhöhte sich der Geldumsatz auf rund 747 Mio. Euro. Mit einem Plus von 168 Prozent war der Umsatzsprung bei den Grundstücken am deutlichsten. Das erklärt sich aus dem Vergleich der angegebenen Kaufpreisspannen: Lag diese im Vorjahreszeitraum zwischen rund 80.000 Euro und 30 Mio. Euro, verzeichnet der Gutachterausschuss in diesem Jahr eine deutlich höhere Spanne, die zwischen rund 355.000 Euro und 140 Mio. Euro liegt.

Die Zahlen zeigen: Der Münchner Markt hat sich neu sortiert und nimmt wieder Fahrt auf, der Optimismus der Marktteilnehmer ist trotz der globalen Unsicherheiten deutlich spürbar. Obwohl die Signale der Erholung deutlich wahrnehmbar sind, ist jetzt nicht die Zeit, tatenlos zu bleiben und zur gewohnten Tagesordnung früherer Zeiten zurückzukehren. Gerade im Hinblick auf den Wohnungsneubau gibt es große Herausforderungen, denen man sich endlich nachhaltig stellen muss! ●

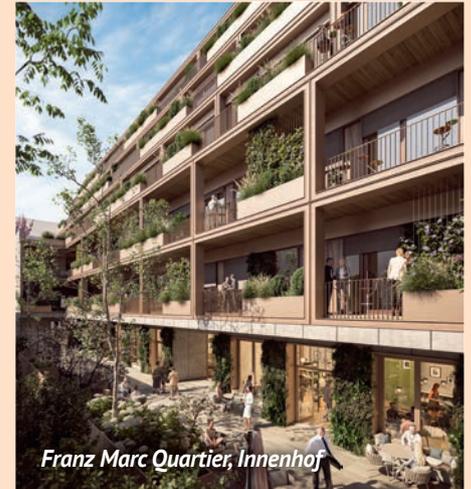
New Work braucht neue Räume – ehret+klein entwickelt sie in München



Maschinenhaus



B.munich



Franz Marc Quartier, Innenhof

Spätestens seit dem Boom des mobilen Arbeitens hat New Work Einzug in das Leben der Büroangestellten gehalten. Unsere Arbeitswelt verändert sich – weg von starren Einzelbüros, hin zu flexiblen Räumen, Treffpunkten, zentralen Bereichen für Teamarbeit und Rückzugsorten für konzentrierte Einzelarbeit. Das Büro darf zukünftig nicht mehr nur funktional sein, denn es steht in Konkurrenz zu Home-Office und Coworking Spaces. Es muss vielmehr Charme und Identität ausstrahlen und Menschen einen Grund für die Rückkehr ins Büro geben. An drei Orten in München entwickelt das Starnberger Unternehmen ehret+klein genau solche Räume.

Maschinenhaus Schwabing – Vom Heizkraftwerk zum Low-Tech-Vorreiter

Die ausdrucksstarke Industrie-Architektur des 1907 erbauten Maschinenhauses Schwabing macht es schon von außen zu einem Blickfang inmitten einer Nachbarschaft mit Größen wie IBM, Microsoft und BMW. Sein ganzes Potenzial entfaltet sich aber im Inneren: Hier zeigt sich, wie kluge Architektur im Umbau charakterstar-

ke Räume schafft. Dank des Entwurfs von Hild und K und dem Klimakonzept von Transsolar entstehen besonders nachhaltige Büroflächen in offener Bauweise mit industriellem Flair. Statt normierter Arbeitsplätze kann im Maschinenhaus jeder Mitarbeiter seinen optimalen Inspirationsort wählen, mit dem für ihn besten Raumklima und Lichtverhältnissen.

B.munich – Modern arbeiten, Vis-à-vis zum Münchner Hauptbahnhof

Das Münchner Bahnhofsviertel gehört zu den vielfältigsten der Stadt. Diese Vielfalt spiegelt sich auch im B.munich, einem Joint-Venture von ehret+klein und Büschl Unternehmensgruppe, wider – dank der großflächig verglasten Fassade auch wortwörtlich. Die lichte und moderne Raumatmosphäre, der ruhige Innenhof, Dachterrassen, flexible Grundrisse und Smart-Building-Lösungen schaffen die ideale Grundlage für New Work-Konzepte. Die zentrale Lage – nur eine Gehminute vom Hauptbahnhof entfernt – erleichtert das Pendeln erheblich und ist ideal für Unternehmen, die auf hybride Zusammenar-

beit setzen. Noch nie lagen Büro und Home-Office so nah beieinander. Der Standort verbindet auf besondere Art moderne Arbeitswelten mit urbaner Lebensqualität und hervorragender Erreichbarkeit.

Franz Marc Quartier – New-Work trifft Neoklassizismus

Ebenfalls im pulsierenden Bahnhofsviertel entstehen im Franz Marc Quartier einzigartige Büroflächen, die den Charme des neoklassizistischen Altbestands mit der Klarheit moderner Architektur vereinen. Hier wird ein Arbeitsumfeld mit hohem Nachhaltigkeitsanspruch geschaffen. Großzügige Flächen für Teamarbeit, vielfältige Rückzugs- und Erholungsräume sowie begrünte Innenhöfe und Terrassen bieten genau die Mischung, die das Büro der Zukunft auszeichnet. Die offene Struktur, viel Grün und Holz sowie eine hohe Aufenthaltsqualität fördern Austausch und Inspiration – genau dort, wo Neues entstehen soll. ●

Sie haben Interesse an einem Ort für New Work? Mehr Infos unter: www.ehret-klein.com

B.munich



b-munich.de



MASCHINENHAUS
SCHWABING



maschinenhaus-schwabing.de

FMQ

franz marc quartier



fmq-munich.de



Mit der neuen Minol App lässt sich der Energieverbrauch optimieren und Kosten senken.

Foto: Adobe Stock / nikkimeel / Minol

Heizkosten per Klick im Blick

Sinkender Energieverbrauch dank smarterer Technologien

Hohe Energiepreise, neue Pflichten aus der Heizkostenverordnung und der Druck, den Gebäudesektor klimafit zu machen, stellen Vermieter und Verwalter vor große Herausforderungen. Digitale Heizlösungen bieten die Chance, Effizienz, Transparenz und Nutzerkomfort zu verbessern. Sie senken nicht nur den Energieverbrauch, sondern erhöhen auch die Steuerbarkeit und Transparenz im Gebäudebetrieb. Minol zeigt, wie digitale Technologien dabei unterstützen.

Seit 2022 müssen Vermieter von Liegenschaften mit fernauslesbarer Messtechnik ihre Mieter monatlich über deren Verbrauch informieren. Die unterjährige Verbrauchsinformation (uVi) ist Teil der novellierten Heizkostenverordnung (HKVO) und soll Transparenz schaffen sowie Energieeinsparungen fördern. Ab 2027 wird die Fernauslesung für alle Vermieter verpflichtend – unabhängig davon, ob privat oder gewerblich.

Wie smartes Heizen Kosten senkt

Ein großer Vorteil digitaler Technologien ist die steigende Energieeffizienz. Durch Steuerung von Raumtemperatur und Heizzeiten lassen sich Heizenergie und -kosten senken. Eine Studie des Öko-Instituts zeigt, dass smarte Heizsysteme in Wohnungen bis zu neun Prozent und in Einfamilienhäusern bis zu 14 Prozent Heizenergie einsparen können – bei Kostenvorteilen von bis zu 142 Euro pro Jahr. So lassen sich gesetzliche Anforderungen mit wirtschaftlichem Nutzen verbinden.

Die Rolle von IoT und Messtechnik

Sensoren, smarte Thermostate und Messgeräte erfassen kontinuierlich Daten wie Raumtemperaturen und Wetter. Diese Daten fließen – zum Beispiel bei smarten Thermostaten – in Steuerungselemente, mit denen in Echtzeit reagiert werden kann. Die Integration smarterer Messsysteme mit modernen Heizkostenverteilern und Fernauslesung ermöglicht zudem eine präzise Erfassung des Heizverbrauchs. Sie sorgen für hohe Transparenz und

unterstützen dabei, den Betrieb kontinuierlich zu optimieren.

Erfasste Daten bereitstellen

Um diese Potenziale zu nutzen, sind zuverlässige Lösungen erforderlich, die Technik, Datenverarbeitung und Nutzerzugang sinnvoll verbinden. Minol bietet dafür eine Komplettlösung: fernauslesbare Messtechnik, IoT-Lösungen (IoT = Internet of Things), eMonitoring und die entsprechende App. Die Verbrauchsdaten werden verschlüsselt per Funk an einen Cloud-Server in Deutschland übertragen und für Services wie die Heizkostenabrechnung und die unterjährige Verbrauchsinformation genutzt. Verwalter erhalten im eMonitoring von Minol eine detaillierte Übersicht über Liegenschaften und Messgeräte – auch rückwirkend. Mieter wiederum können in der App oder im Kundenportal auf ihre Werte zugreifen, sich Verbrauchsziele setzen, ihre CO₂-Bilanz einsehen oder den Einfluss veränderter Raumtemperaturen simulieren. Das schafft Transparenz und motiviert zum Energiesparen. ●

Neuer Schwung an der Isar:

Duken & v. Wangenheim setzt 2025 Maßstäbe im Münchner Premiumimmobilienmarkt



Miriam Schnitzke

Foto: Duken & v. Wangenheim

Zur Jahresmitte 2025 präsentiert sich der Münchner Immobilienmarkt mit frischem Schwung – und Duken & v. Wangenheim prägt diese Dynamik seit fast sechs Jahrzehnten entscheidend mit. Die Nachfrage im gehobenen Segment zieht weiter an, getragen von spürbarer Zuversicht und gefestigtem Marktvertrauen. Weil das Angebot in begehrten Vierteln bewusst knapp bleibt, trifft Kaufkraft auf Seltenheit – eine Kombination, die stabile Preise sichert und zugleich klare Wertsteigerungschancen eröffnet.

tiert, entscheidet sich für Lebensqualität ohne Kompromisse: exzellente Infrastruktur, hohe Sicherheit und ein Stilbewusstsein, das Maßstäbe setzt. Diese Verlässlichkeit gewinnt in bewegten Zeiten zusätzlich an Bedeutung.

Besonders gefragt bleiben die klassischen Bestlagen: der Herzogpark in Bogenhausen, Schwabings Jugendstil-Ikonen, die kreative Mischung

der Maxvorstadt, die historischen Villen Nymphenburgs und die grünen Refugien Sollns. Parallel rückt das Fünf-Seen-Land – vom Starnberger bis zum Ammersee – in den Fokus anspruchsvoller Käufer, die Naturidylle und Citynähe verbinden möchten. Dank unseres tiefen Netzwerks kennen wir die feinen Unterschiede jeder Mikrolage und finden die Immobilie, die perfekt zu Lebensentwurf und Investmentstrategie passt.

Bereits die vergangenen 12 Monate können wir einen klaren Trend und zunehmende Transaktionen beobachten. Auch die politische Lage sendet nun positive Impulse: Die jüngste Wahl bringt Reformwillen und Planungssicherheit. Wir erwarten für den Immobilienmarkt eine Fortsetzung des Trends, aber keinen kurzfristigen Hype, sondern einen nachhaltigen Aufschwung, getragen von realer Kaufkraft und knappen Flächen. Wer jetzt handelt, positioniert sich optimal für die nächste Wachstumsphase. Duken & v. Wangenheim begleitet Sie mit fundiertem Marktverständnis, Verlässlichkeit und persönlichem Engagement – von der diskreten Erstberatung bis zum passgenauen Vertragsabschluss. Gestalten wir gemeinsam die Zukunft an der Isar: werthaltig, stilvoll, vorausschauend. ●

München vereint wirtschaftliche Stärke, kulturelle Vielfalt und internationales Flair wie kaum eine andere Metropole Europas. Wer hier inves-



DUKEN & v. WANGENHEIM

Duken & v. Wangenheim

089 – 99 84 330

info@wangenheim.de

www.wangenheim.de



Die professionelle Immobilienverwaltung mit integrierten Banklösungen

Abbildung: Hausbank München eG

Digital verwalten, einfach gestalten:

Das Ökosystem der Hausbank München eG

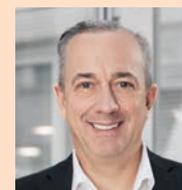
Wer kennt es nicht? Papierberge, Excel-Listen und manuelle Buchungen dominieren noch immer den Arbeitsalltag vieler Immobilienverwalter. Diese Prozesse sind nicht nur zeitaufwendig, sondern auch fehleranfällig und unflexibel. Die Hausbank München eG hat diese Herausforderungen erkannt und ein innovatives digitales Ökosystem entwickelt, das passgenau auf die Bedürfnisse von Immobilienverwaltern zugeschnitten ist – und das bundesweit einsetzbar.

Im Zentrum dieses Ökosystems steht das ERP-System VS3. Es vereint klassische Verwaltungsprozesse mit modernen Bankdienstleistungen und macht so die Zusammenarbeit effizienter und sicherer. Kontoauszüge, Buchungen und Zahlungsaufträge werden automatisch verarbeitet und Bankumsätze direkt verbucht. Dies reduziert nicht nur den manuellen Aufwand erheblich, sondern sorgt auch für eine schnellere, fehlerfreie Buchhaltung

und spart so wertvolle Zeit. Ergänzt wird VS3 durch das CRM-System imveon, das eine datenschutzkonforme Kommunikation mit Eigentümern und Mietern ermöglicht. Dokumente werden zentralisiert und Vorgänge übersichtlich an einem Ort verwaltet. Das integrierte Eigentümer- und Mieterportal sorgt nicht nur für mehr Transparenz, sondern bietet auch eine spürbare Entlastung im Tagesgeschäft. Nutzer schätzen den Service als zeitgemäß und anwenderfreundlich. Was das digitale Ökosystem besonders stark macht, ist seine Offenheit: Über standardisierte Schnittstellen können externe Dienstleister wie Heizkostenabrechnungsfirmen oder andere CRM-Systeme problemlos eingebunden werden. Diese Flexibilität ermöglicht es, bestehende Strukturen ohne aufwendige Systemwechsel zu erweitern.

In der Praxis bedeutet das: weniger Verwaltungsaufwand, strukturierte Abläufe und mehr Effizienz in Buchhaltung und Kommunikation. Gleichzeitig bleibt

mehr Raum für das, was Eigentümer und Mieter wirklich schätzen: persönliche Betreuung und verlässlichen Service. Zusätzlich wird die Software der Hausbank München eG in einem deutschen, bankenzertifizierten Rechenzentrum betrieben. Das gewährleistet nicht nur den Schutz personenbezogener Daten und die Einhaltung der DSGVO, sondern auch eine hohe Systemverfügbarkeit – für maximale Sicherheit und Verlässlichkeit. Mit dem digitalen Ökosystem der Hausbank München eG wird die Immobilienverwaltung nicht nur vereinfacht und transparenter gestaltet, sondern auch zukunftsfähig. So können Immobilienverwalter ihre Prozesse optimieren und langfristig planbar bleiben – ein echter Mehrwert für alle Beteiligten. ●



Der Autor

Michael Dietzel,
Generalbevollmächtigter der Hausbank
München eG

SEIT 1879 DIE INTERESSENVERTRETUNG
DER HAUS- UND GRUNDEIGENTÜMER.



HAUS+GRUND MÜNCHEN
Haus- und Grundbesitzerverein München und Umgebung e.V.



Haus & Grund®
Eigentum. Schutz. Gemeinschaft.

Zum **18. 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 18. Mal in Folge wurde HAUS + GRUND MÜNCHEN als bundesweit erfolgreichste Interessenvertretung der Haus-, Wohnungs- und Grundeigentümer ausgezeichnet.

Im Geschäftsjahr 2024 konnte die Zahl der Mitglieder um 1.265 auf insgesamt 41.121 Mitglieder gesteigert und damit der stärkste Mitgliederzuwachs der mehr als 900 Haus- und Grundbesitzervereine im Bundesgebiet erzielt werden. HAUS + GRUND MÜNCHEN hat damit fast dreimal 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 14. Mai 2025 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 Berlin 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 23 Jahren unverändert

		Zuwachs	Gesamt
01 München	Bayern	1.265	41.121
02 Stuttgart	Württemberg	434	23.804
03 Münster	Ruhr	391	5.521
04 Darmstadt	Hessen	245	5.930
05 Ansbach	Bayern	205	1.694
06 Aachen/Freiburg	Rheinland/Bayern	192	5.285/6.371
07 Heidelberg	Baden	160	6.502
08 Koblenz	Rheinland-Pfalz	149	5.159
09 Neunkirchen	Saarland	147	1.491
10 Heilbronn	Württemberg	141	7.209



40.000
Kostenfreie Rechts-
beratungen jährlich



25
Spezialisierte Anwälte
und Steuerberater



41.000
Mitglieder in München
und Umgebung



18
Neue Mitglieder pro
Werktag im Durchschnitt



420.000
Wohnungen und Ge-
schäftsräume



39.000.000
Datenbankeinträge für
Mieter-Bonitätscheck



Spielerische Gedanken

Kaum eine Zahl begegnet uns in der Welt des Spielens so häufig wie die „7“. Eine Spielbank, die ihren 70. Geburtstag feiert, verfügt dann wohl über das Zehnfache all der zugeschriebenen Eigenschaften.





Herzlich willkommen!

Seit sieben Jahrzehnten bietet die Spielbank Garmisch-Partenkirchen seriöses, sicheres, attraktives und zugleich verantwortungsvolles Glücksspiel an. Unser Augenmerk liegt dabei auf der Freude am Spiel, die wir Ihnen mit einem vielfältigen und ansprechenden Angebot bereiten wollen. Für die einen ist Spielen der Ausgleich zu einem fordernden Alltag, für die anderen ein Anlass für ein fröhliches Miteinander, für wieder andere die gelungene Abrundung eines abwechslungsreichen Tages im Werdenfeller Land. Was auch immer Sie bewegt: Lassen Sie uns Ihr Begleiter sein durch die Welt von Poker, Roulette & Co - mit allem, was dazu gehört. Wir freuen uns, Sie rund um unser Jubiläum hier im Herzen des Ortes "Am Kurpark" zu begrüßen.

Ihr Peter Eursch, Direktor Spielbank Garmisch-Partenkirchen

Die heilige 7

An sieben Tagen schuf Gott Himmel und Erde, das Christentum kennt sieben Tugenden und sieben Todsünden. Im Islam gibt es sieben Himmel, der Hinduismus teilt das Universum in sieben Welten, im Buddhismus finden sich die sieben Schritte Buddhas bei seiner Geburt und die rabbinische Lehre sieht im Menschen sieben positive Eigenschaften, von Wohltätigkeit bis Stärke.

Die ordnende 7

Sieben Tage hat die Woche. Sieben Weltmeere bedecken unseren Planeten und verbinden sieben Kontinente. Die Zahl der ursprünglichen Planeten des Sonnensystems beträgt sieben. Die einzig ungerade und zugleich letzte Ziffer in der Postleitzahl der Spielbank Garmisch-Partenkirchen ist die 7. In manchen Regionen wird auf dem Acker in Siebener-Reihen ausgesät: Während die eine Hand das Saatgut wirft, dient an der anderen der Daumen als Zähler – einmal vom Zeigefinger und zurück, macht 7.

Die historische 7

Sieben Weltwunder erzählen von den antiken Hochkulturen. Sieben Zwerge hinter den sieben Bergen tragen ein ganzes Märchen.

Die spielende 7

Beim unterhaltsamen und geselligen Würfelspiel DICE 52 dreht sich alles um die 7 – wenn sie fällt, ist das Spiel vorbei. Nur nicht für jene Glückspilze, die ausgerechnet auf die 7 gesetzt haben. In Garmisch-Partenkirchen besteht jeweils am Freitag und Samstag Gelegenheit dazu.

Die musikalische 7

Sieben Volltöne bestücken die Tonleiter. „Über sieben Brücken musst du geh'n“ sangen die Puhdys und Peter Maffay. Über „Seven Seas Of Rhye“ bewegen sich Queen, „Sieben Fässer Wein“ besingt Roland Kaiser. Bruckner,

Beethoven, Mahler, Schostakowitsch, Dvorak und Mozart: Ihre jeweils 7. Sinfonie war ein Meilenstein der Musikgeschichte.

Die sportliche 7

Aus 100-Meter-Hürdenlauf, Hochsprung, Kugelstoßen, 200-Meter-Lauf, Weitsprung, Speerwurf und 800-Meter-Lauf setzt sich der olympische Siebenkampf der Frauen zusammen. Beim Handball stehen pro Mannschaft sieben Spieler auf dem Feld. Meisterschaften im Eishockey oder Baseball werden in Finalen „Best of Seven“ entschieden.

Die fliegende 7

Als der Flugzeughersteller Boeing nach 1945 wieder mit dem zivilen Flugzeugbau begann, entschied sich das Management dafür, die dort entstehenden Jets zur Unterscheidung von den militärischen 500ern als Serie 700 an den Start zu bringen. Weil das dem Marketing nicht sexy genug war, rollte als erste die 707 aus dem Hangar.

Und die 70?

Bedeutet für die Gäste der Spielbank Garmisch-Partenkirchen 70 Jahre Spaß, Spannung, Nervenkitzel, Unterhaltung, Glücksmomente, Kultur und Kulinarik. 70 Jahre staatliches seriöses, sicheres und attraktives Glücksspiel mit höchstem Spielschutz. Wir danken allen Spielgästen und freuen uns, Sie wieder bei uns in der Spielbank im Herzen von Garmisch-Partenkirchen begrüßen zu dürfen.

Unsere Freude über das Jubiläum teilen wir mit den prominenten 70ern dieses Jahres. Dazu zählen Rowan Atkinson (Mr. Bean), Kevin Kostner, Marianne Rosenberg, Nina Hagen, Armin Rohde, Heintje, Helge Schneider, Bill Gates, Friedrich Merz, Whoopi Goldberg, John Grisham, Alain Prost und Simon Rattle. Und vielleicht auch Sie? 

KONTAKT

**Bayerische Spielbank
Garmisch-Partenkirchen**

Am Kurpark 10
82467 Garmisch-Partenkirchen
Tel.: +49 8821 95990
garmisch.partenkirchen@
spielbanken-bayern.de
▶ [spielbanken-bayern.de/
garmisch-partenkirchen](http://spielbanken-bayern.de/garmisch-partenkirchen)



Glücksmomente...

... aus der Sicht eines Champagnerglases

Zum Wohl! Prost! Skol! Es sind diese kurzen Grüße, die mein Dasein prägen. Menschen, die einander gratulieren. Die Glück wünschen. Die ihre Freude zeigen. Darauf kommt es an. Und der Moment, in dem Glas an Glas stößt und einen feinen Glockenklang ertönen lässt: Ist er es nicht, der dem Soundtrack unseres Lebens die besonderen Akzente versetzt?

Verstehen Sie mich richtig: Es kommt gar nicht so sehr darauf an, was in meinem Kelch perlt. Champagner oder Mineralwasser. Da soll jeder nach seiner Fassung glücklich werden. Viel mehr zählt das kurze Innehalten, die Zuwendung zu den anderen, das unvergleichliche Gefühl eines

geteilten Augenblicks. Es ist eine andere Form von Berührung, die gerade wegen ihrer Flüchtigkeit

mehr Wertschätzung verdient. Das ist der wahre Genuss. Gerade in einer Spielbank, in der sich unsere Gäste für eine ausgewählte Zeit aus dem Alltag lösen, zählt er doppelt.

Wobei: Ich bin hier ja nicht allein. Die Tassen für einen Espresso oder einen frisch aufgebrihten Kaffee, die eleganten Becher für kreative Cocktails, die Karaffen für einen guten Wein: Wir alle erfüllen unsere Aufgabe als Dienstleister für den Genuss. Wie unsere Gäste auch, genießen wir es dabei besonders, wenn wir Gesellschaft haben. Leckere kleine Snacks an der Bar gehören da genauso dazu wie die international, ayurvedisch, bayerischen Kreationen aus Akram's Alpenhof, der die Spielbank mit geschmacklichen Genussmomenten bereichert. Selbstverständlich helfen wir auch dort gern aus, wenn bei Feiern oder Gesellschaften Bedarf besteht.

Was uns ebenfalls immer wieder aufs Neue begeistert, ist der Kunstgenuss, den wir begleiten dürfen, wenn sich im separaten Eventraum der Spielbank der rote Samtvorhang hebt. Sie glauben ja nicht, wer sich dort schon alles ein Stelldichein gegeben hat. Beweise? Ach, schauen Sie doch beim nächsten Besuch mal kurz dort rein. Die Wände sind voll mit Zeugnissen aus 70 Jahren großen Entertainments. Ich, pardon für das Wortspiel, nehme Sie gern bei der Hand, in der Sie mich dann halten.



Eine runde Sache

Wie eine Roulette-Kugel das Spiel erlebt.

Eppur si muove! hat Galileo Galilei damals trotzig gesagt, als die Inquisition seiner Erkenntnis widersprach, dass die Erde um die Sonne kreist. „Und sie bewegt sich doch!“ Jedes Mal, wenn ich durch den Zahlenkranz um die Achse des Roulettekessels tanze – Fachleute nennen ihn „Zylinder“ – denke ich an diesen kleinen, markanten Satz. Bewegung ist mein Leben, die vollkommene Form (Plato!) der Kugel eine wahrlich runde Sache.

Weshalb die wahre Ästhetik meines Daseins auch in den Sprüngen und Pirouetten, in den Salti und Spins besteht, die ich auf meinem Weg zu jenem Zahlenfach vollziehe, das am Ende meiner Vorstellung bestimmt, wer zum Gewinner wird. Kein Eiskunstlauf-Championat, keine Ballett-Vorführung kennt so viel Variation und Überraschung wie meine Performance. Glauben Sie mir: Diese fliegenden Wechsel zwischen Tango und Walzer, zwischen Toeloop und Salchow, unterbrochen von kleinen Küssen mit den Rhomben, die meinem Lauf eine neue, unvorhersehbare Richtung geben – das ist für mich die wahre Freude und die höchste Referenz an die mächtigen Kräfte der Physik.

Mit eingebauter Präzision

Wie überhaupt mein Leben erfüllt ist von dieser großartigen wissenschaftlichen Disziplin. Das Material zum Beispiel, aus dem ich gewonnen werde, ist traditionell Elfenbein. Gewesen, muss ich hinzufügen, und das ohne Bedauern, denn Verantwortung zählt mehr als Eleganz. Manche von uns bestehen aus Bakelit, manche aus anderen Kunststoffen, die ihnen die nötige Festigkeit und Härte verleihen, um uns die anstrengenden Reisen von der Hand des Croupiers bis ins Zahlenfach bestehen zu lassen. Schlagen Sie ruhig mal unter „Polyoxymethylen“ nach, dann werden Sie uns künftig mit ganz anderen Augen sehen. Glas und Metall kommen übrigens nicht in Frage, die würden Kanten und Scharten ins Spielgerät schlagen. Dass das Roulette-Spiel nicht allein über eine eigene Ästhetik beim Zusehen verfügt, sondern auch beim Zuhören, erkennt man

schon am Namen: Am Tisch parliert man klassischerweise auf Französisch, wenn auch die amerikanischen und deutschen *Termini* heute durchaus *en vogue* sind. *Rouge* und *Noir* sind die wesentlichen Farben, *Les orphelins* – die Waisenkinder – nennt man die acht Zahlen, die nicht zur kleinen oder großen Serie zählen, beim *Cheval* setzt man auf zwei benachbarte Zahlen und bei den *Douzaines*, den Dutzenden, auf eine von drei 12er-Gruppen auf dem Spieltisch und am Ende des Spiels recht der *Croupier* die nicht gewinnenden Jetons mit dem *Rateau* zusammen, mit dessen Ende er zuvor die Gewinnzahl angezeigt hatte. Wie stilvoll! Da macht es fast schon ein bisschen traurig, dass das „*Rien ne va plus*“, nach dem nicht mehr gesetzt werden darf, als „Nichts geht mehr“ eine so rigide Betonung erfahren hat, vor allem außerhalb des Salons.

Wenn Sie nun das nächste Mal eintauchen in mein Universum, denken Sie an Galilei – und freuen Sie sich auf die spielerische Komposition aus Kunst, Physik und Überraschung. 🎰



Dem Glück eine Bühne

Vom Zauber des Zufalls und der schönen Bilder berichtet die Herz-Dame

Sie wissen, wofür die englische Bezeichnung „a perfect 10“ steht? Für eine wunderschöne Frau. Im Black Jack ist das nicht anders. Weshalb ich und jede meiner Kolleginnen im Spiel ebenfalls als „Zehn“ zählen: die Damen in Pik, Karo, Kreuz – und Herz, c'est moi. Wobei, ich gebe es gern zu: So sehr ich das „D“ auf meiner Karte schätze, das „Q“ als „Queen of Hearts“ schmeichelt mir noch mehr. Zumal mir unter diesem Titel nicht nur eine tragende Rolle bei „Alice im Wunderland“ zukommt, sondern auch ein mitreißender Country-Pop-Song von Hank DeVito gewidmet ist.

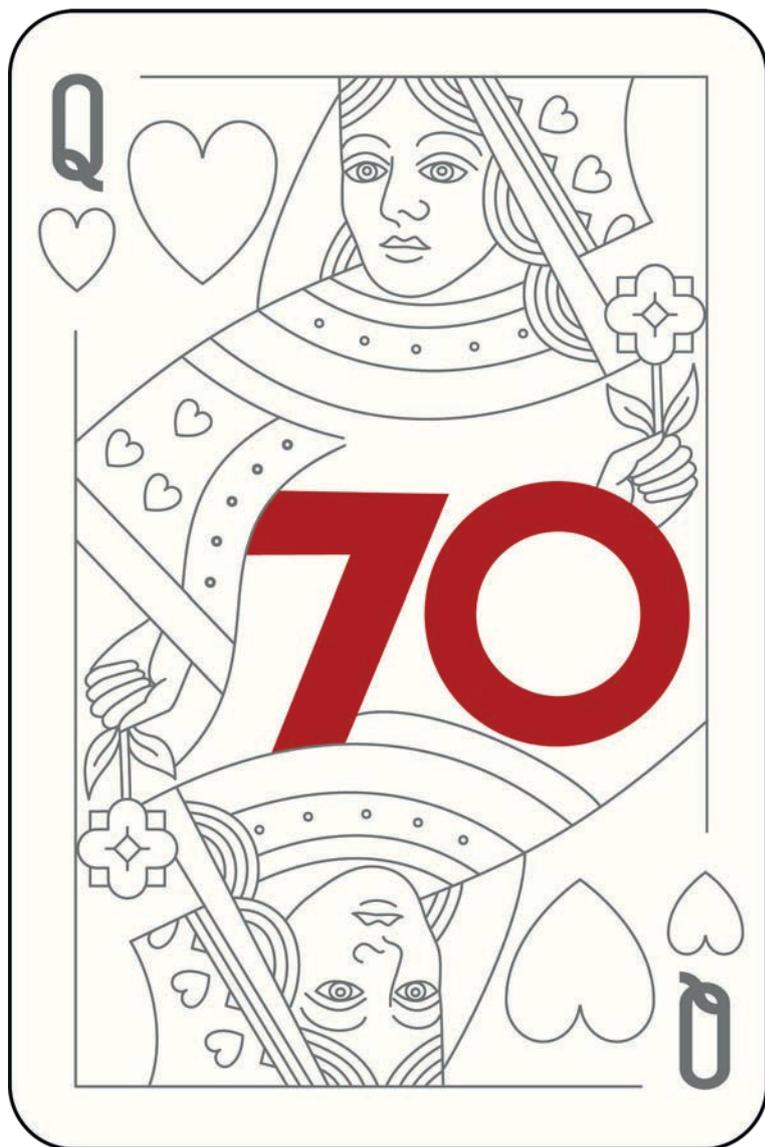
Entschuldigen Sie, ich schweife ab. Aber Sie sehen schon, wie viel Kultur und Beziehungen in einer einfachen Spielkarte stecken. Immer wieder haben sich Künstler der Aufgabe gewidmet, prägnante Kartenbilder zu schaffen. Sie erlauben es, sofort zu erkennen, was man in der Hand hat. Sie senden die Zeichen, auf denen die nächsten Entscheidungen im Spiel beruhen. Und sie stoßen Gedanken an, mit welchem anderen Bild sie sich zu ihr gesellen und so den Ausgang des Spiels bestimmen.

Mein Herz schlägt für den König ...

Beim Pokern zum Beispiel weiß ich am liebsten einen König und einen Buben an meiner Seite. Als Trio lassen wir das Herz der Spieler höher schlagen, insbesondere dann, wenn wir die gleiche Farbe im Wappen tragen. Der Traum vom Flush wird dann sehr lebendig. Jemand, der mathematisch etwas begabter ist als ich, könnte Ihnen jetzt die Chancen ausrechnen, die unsere „Hand“ vom Sieg trennt. Aber ist der Zauber des Zufalls nicht reizvoller? Wobei Sie ja auch den einfachen Weg gehen können, mit mir zu gewinnen: Beim „Bavarian Texas Hold'em“ beschere ich Ihnen zusammen mit dem Herz-As den zwanzigfachen Einsatz als Gewinn.

... und die große Bühne

Der Flor des Kartentischs gerät dank unserer Auftritte zur Bühne spannender Inszenierungen. Kein Wunder, dass sich die Hochkultur immer wieder dieses Motivs bedient: Tschaikowskys „Pique Dame“ ist meiner lieben Kollegin gewidmet, bei „Carmen“ genießt die Titelheldin die spielerischen Momente zusammen mit ihren Freundinnen. Wobei, Sie gestatten, ich immer noch für „Das Kartenspiel“ von Bruce Low schwärme. Ich habe mich schon wieder verplaudert, verzeihen Sie – und nehmen Sie meine Botschaft mit zu Ihrem nächsten Besuch am Kartentisch: Sobald Sie uns zur Hand nehmen, kommen Sie in Berührung mit einer jahrhundertealten Tradition und Geschichte, geprägt von der Freude am Wettkampf, am Denken, am Wagemut – und natürlich am Spiel. Ach ja: Grüßen Sie doch bitte mein Gegenstück auf dem Schachbrett. Sie hat eine großartige Bühne. Aber fast nie Glück.





Bilder: Spielbank Garmisch-Partenkirchen

Gewinnende Augenblicke

Ein Spielautomat teilt seine Beobachtungen

Sehen und gesehen werden – glauben Sie mir, das gehört mit zu meinem Lebensgefühl in einer Spielbank. Mir, einem hochmodernen Spielautomaten, haben die Spieldesigner, denen ich mein Hightech-Innenleben verdanke, ein paar Accessoires verpasst, die genau dazu beitragen. Glänzendes Metall, schillernde Farben, leuchtende LEDs. Gut, ich hätte gern auch so einen kleinen Duftspender, wie er an der Obsttheke im Supermarkt Wohlgefühl versprüht. Aber man kann ja nicht alles haben.

Regelmäßig kommen ja ein paar neue Geräte in den Spielesaal. Es bleibt aber immer genug Zeit, um „unter uns“ ein paar Geschichten weiterzugeben. Über den Wandel der Mode im Laufe der Jahre zum Beispiel wissen wir gut Bescheid. Man hört von Geräten, die über die Pettycoats der 60er Jahre so in Verzückung geraten waren, dass sie in Anwesenheit junger Damen ihr Gewinn-Läuten besonders harmonisch ausfallen ließen. „Damals“ ist für unsereins relativ.

Aber wenn ein Herr im Trachtenanzug vor uns tritt oder eine Dame mit Seidenschal, dann wissen wir aus alter Tradition so viel Stil sehr zu schätzen. Was uns sonst noch auffällt? Die Kreativität auf dem Kopf gehört da sicher dazu: Das Styling von Frisuren und Bärten ist bemerkenswert, die

Vielfalt dessen, was Make-up und Schmuck hergeben ebenfalls. Aber das alles rückt in den Hintergrund, wenn wir in die Gesichter der Menschen sehen, die mit uns spielen und ihr Glück versuchen.

Denn was die meiste Abwechslung in unser Dasein bringt, das sind die Momente, in denen sich die Gesichter der Gewinnerinnen und Gewinner in unseren blank polierten Scheiben spiegeln. Diese Sekundenbruchteile, in denen sich die Mienen von „erwartungsvoll“ in „freudestrahlend“ verwandeln – unbezahlbar. Wir sind ja die ersten, die diese Reaktionen mitbekommen, sozusagen von Angesicht zu Angesicht.

Ich vermute, dass sich daran in den letzten 70 Jahren wenig verändert hat. Bei den einen spielt ein feines Lächeln um den Mund, die anderen reißen die Augen weit auf. Manche scheinen ihr Glück gar nicht fassen zu können, andere scheinen nüchtern in Gedanken schon ihre nächste Strategie vorzubereiten.

Man hört – ganz nebenbei – in den Gesprächen unserer Gäste von immer wieder neuen Trends. Von „Künstlicher Intelligenz“ ist da die Rede, die alles auf dieser Welt durchleuchten soll. Ich bin mir sicher: An Zufall und Glück wird sie scheitern. 

Der Weg zum Spiel

Für einen Pflasterstein vor der Spielbank zählt jede Berührung

Dass ich seit nunmehr 70 Jahren hier im Herzen von Garmisch-Partenkirchen im Weg liege, hat noch keinen gestört. Im Gegenteil. Als Teil des gepflasterten Vorplatzes der Spielbank Sorge ich bei Wind und Wetter, bei Tag und bei Nacht für sicheren Tritt und Schritt der Gäste auf ihrem Weg zu Poker und Roulette.

Der Steinmetz, der mich damals in Form gebracht hat, muss sein Handwerk verstanden haben. Im Gegensatz zu manchen Kollegen, die der Zahn der Zeit zerbröselte, kann ich bis heute meinen Platz ausfüllen. Und wer hat nicht alles seinen Fuß auf mich gesetzt: Sportlerinnen und Bürgermeister, Managerinnen und Urlauber, Hochzeitspaare und Kegelclubs.

Grenzenlos gemeinsam

Die Menschen in ihrer Vielfalt sind über sieben Jahrzehnte gleich geblieben, von überall auf dem Globus kommen sie zu Besuch. Da wird die Spielbank ihrem Namen doppelt gerecht: Auch die Banken dieser Welt erfreuen sich internationalen wie nationalen Publikums, selbiges gilt für die Spiel-Stätten von

Musik und Theater: ihre grenzüberschreitende Sprache und Funktion macht es leicht, den Weg dorthin zu nehmen. Und wie dieses stilvolle Gebäude hinter mir, das sich harmonisch ins alpenländische Ortsbild einfügt, stehen auch sie für Stabilität und Veränderung zugleich. Es zeigen sich Stein für Stein der Respekt und das Selbstbewusstsein, die Werte, die in ihm stecken, und die Offenheit für den Wunsch unserer Gäste nach selbstbestimmter Zeit.

Der ewige Charme des Spiels

Für die Liebe zum Detail bei der Ausstattung möchte ich „meiner“ Spielbank indes ein eigenes Kompliment aussprechen. Bei den Modernisierungen im Laufe der Jahrzehnte haben die Hausherren darauf geachtet, dass der Charme des Spiels von außen sichtbar ist und sich elegant im Inneren fortsetzt. Das Zusammenspiel von Licht, Material und Formen bereitet dem Spiel und seinen Gästen eine einladende Umgebung. Sie fühlen sich willkommen und sicher, egal, ob es ihr erster Besuch ist oder ob sie an einen geschätzten Ort wieder und wieder zurückkehren. 

Bilder: Siegfbert Heuser





In guter Gesellschaft

Ein Garderobenhaken erinnert sich an seine Bekleidungen

Sport, Abenteuer, Eleganz – an kaum einem Ort treffen derartige Gegensätze zusammen, wie an einer Garderobe. Noch dazu an der Garderobe einer Spielbank! Unsereins wird ja meist kaum wahrgenommen, Hauptsache, der Mantel ist verräumt. Oder die Jacke. Oder die Mütze.

Wenn's nur das wäre! Damals, zur Zeit der Olympiade in München zum Beispiel, kamen die honorigen Gäste noch mit allerlei, heute eher exotischen Kopfbedeckungen. Nein, Kronen oder Helme waren keine dabei, aber immerhin eine ganze Reihe Bowler-Hats, Borsalinos und Fedoras. Klassische Trenchcoats wie die legendären britischen Modelle aus Gabardine oder sogar Seide waren auch dabei, doch die kannte ich schon aus den 50ern. Außerdem, Herrschaften: (Wir sind hier im Bayerischen Oberland!) Ich bin natürlich mit den diversen Trachtenhüten und Lodenmänteln bestens vertraut. Ich liebe mein Stammpublikum dafür.

Zum Ausklang des Tages

Im Winter sieht man hier häufig auch Ski- und Daunenjacken. Manchmal scheint es mir so, als kämen Gäste direkt von der Piste oder aus der Loipe hier vorbei, um den Tag spielerisch ausklingen zu lassen. Das kann ich natürlich nur vermuten, mit mir redet ja keiner. Aber man macht sich so seine Gedanken beim Zuhören. Ob das sich anhimmelnde

Pärchen aus dem Rheinland wohl mit der Damengruppe aus dem Schwäbischen am Roulette-Tisch zusammentrifft, wo die einen „Alles auf Rot“ setzen, der Liebe wegen, und die anderen strategisch ihre Jetons platzieren, ganz nach dem Motto „Net bloß a Klavier hann, mr sodd mrs au schbiela kenna!“

Verbunden in der Freude am Spiel

Auch nach vielen Jahren fasziniert es mich jeden Abend aufs Neue, wie sich in der Spielbank Menschen aller Generationen und aus allen Himmelsrichtungen zusammenfinden. Menschen, die sich vorher nie gesehen haben, wahrscheinlich auch später nie wieder sehen werden. Die aber für ein paar Stunden verbunden sind in der Freude am Spiel. Die einander anerkennend zulächeln, wenn ihre Karten siegreich sind oder miteinander dem unvergleichlichen Sound der Kugel lauschen, die sich ihren Weg durch den Kessel sucht.

Ob ich einen Wunsch habe? Selbstverständlich. Wieder mal einen Cowboyhut am Haken zu haben wie damals kurz vor Weihnachten 1962. Damals in diesem bitterkalten Winter, als der Onkel eines GI aus Wyoming beim Pokern drei Flushs hintereinander auf den Tisch legte und die Stimmung in der Spielbank auf einmal hochkochte. Das war ein Ding! So etwas erlebt auch unsereins nicht alle Tage. Aber eher in der Spielbank als sonstwo!



Im Spie(ge)l der Zeit

Sieben Jahrzehnte voller Geschichte(n)

1955 Die Spielbank eröffnete im Hotel Alpenhof im Herzen Garmisch-Partenkirchens. Da nach einer langen Zeit des Wartens auf eine Genehmigung plötzlich alles ganz schnell ging, gab es keinen geeigneten Ort für die Spieltische. Der Speisesaal des Hotels wurde übergangsweise zur ersten, wenn auch nur kurzen Heimat der Spielbank. Die goldene Kugel fürs erste Roulette-Spiel am Premierentag, geworfen von Schauspielerin Marianne Koch, beendete ihre Reise in der „13“.

2002 Mit dem € hält erstmals eine neue Währung Einzug bei den Einsätzen. Roulette, der Klassiker, wird zum Blickfang und bekommt eine eigene Bühne, die dem gewandelten Charakter der Atmosphäre am Spieltisch gerecht wird.

1956 am Dreikönigstag endet das Provisorium, die Spielbank zieht in ein Gemeindegebäude am Marienplatz um.

1985 Nach 29 Jahren Gastspiel am Marienplatz geht es dorthin zurück, wo alles begann. Die Spielbank zieht in ihren Neubau am „Am Kurpark 10“ und eröffnet dort das eigene Restaurant „Alpenhof“. Mit dem „Cabaret Royale“ gibt es einen eigenen Eventbereich für Veranstaltungen wie Comedy, Kabarett oder musikalische Darbietungen.

2016 bringt eine Lichterdecke edlen Glanz in den Roulettesaal. Im neuen Automatenaal verbinden sich gleichzeitig intelligente Technik und elegante Szenerie zu einem einladenden Umfeld für Menschen, die eine gehobene Atmosphäre als Begleitung zur Spielfreude schätzen.

1983 beginnt wegen des großen Besucherandrangs ein Neubau der Spielbank in zentraler Lage.

2000 Nicht nur die Jahrtausendwende zeugt von Veränderung und Aufbruch. Neue Technik, neue Interessen der Gäste, neue Möglichkeiten bei der Gestaltung von Räumen und Ambiente setzen die Akzente beim Umbau der Spielbank Garmisch-Partenkirchen.

2025 Zahlreiche Aktionen und Events begleiten das Jubiläum der Spielbank zum 70jährigen Bestehen.



Ein Abend in der Spielbank

So klingt ein Tag in Garmisch-Partenkirchen mit spielerischer Leichtigkeit aus

Sommerliches Gipfelglück und winterlicher Pistenspaß. Wandern durch die Partnachklamm und Bummeln durch die Ludwigstraße. Entspannen im Michael-Ende-Park und ein Business-Meeting auf der Zugspitze. Das Spektrum der Möglichkeiten für einen Tag in Garmisch-Partenkirchen und Umgebung ist voller Kontraste weit gespannt. Als perfekte Adresse für einen ebenso stilvollen wie entspannten Ausklang bietet sich ein Besuch in der Spielbank an – ein Ausflugsziel mit exklusivem Charakter.

Casino-Vielfalt al gusto

Nicht von ungefähr zieht es daher auch immer wieder Gruppen dorthin, die sich hier für ein besonderes Team-Event zusammenfinden. Beim Casino Grand Prix zum Beispiel können Gruppen ab 10 Personen einen internen Wettkampf im Casino-Stil austragen. Dieses hochspannende Spektakel hat die totale Casino-Vielfalt im Programm: Roulette, Black Jack und Glücksrad. In relaxter Atmosphäre beim gemeinsamen Spiel bekommen Kommunikation und Kreativität einen nachhaltigen Schub. Aber auch für andere Gemeinschaftserlebnisse öffnen sich die Türen Am Kurpark 10. „Vom Firmenausflug bis zum eleganten Dinner mit Messegästen oder Geschäftskunden haben wir hier schon jede denkbare Variante kleiner und feiner Events ausgerichtet“, berichtet Peter Eursch,

Spielbankdirektor der Spielbank Garmisch-Partenkirchen.

Aber auch die private Stippvisite zu einem außergewöhnlichen Abend zu zweit oder unter Freunden findet in Garmisch-Partenkirchen ihren „Spielraum“. Vom kleinen Geschenke-Voucher, der einen Begrüßungs-Prosecco und einen Jeton-Gutschein enthält, bis zu romantischen Casinoabenden für Zwei, bei denen ein Vier-Gänge-Candlelight-Dinner in extravaganter Atmosphäre, Jetons und eine Überraschung dazugehören, setzt das Haus auf ein variantenreiches Angebot.

Der besondere Tipp in der breitgefächerten Auswahl: „All In for Two“, ein traumhaftes Romantikwochenende zu zweit in Garmisch-Partenkirchen. Es zählt zu den beliebtesten Geschenkpaketen der Spielbank – Wellness, Genuss und aktive Zweisamkeit sind dabei Trumpf.

Genuss aus der Küche

Begleitet werden die Besuche, unabhängig von ihrer Dauer und ihrem Termin, von ausgesuchter Kulinarik: „Wir verstehen uns hier ganz als Gastgeber im klassischen Sinn und möchten unsere Besucher in jeder Hinsicht glücklich machen“, sagt Peter Eursch. „Gerade in einem Ambiente wie einer stilvollen Spielbank soll jedes Detail inspirieren.“ Vom Klickern der Würfel bis zum Klingen der Gläser.

KONTAKT

**Bayerische Spielbank
Garmisch-Partenkirchen**
Am Kurpark 10
82467 Garmisch-Partenkirchen
Tel.: +49 8821 95990
garmisch.partenkirchen@
spielbanken-bayern.de
► [spielbanken-bayern.de/
garmisch-partenkirchen](http://spielbanken-bayern.de/garmisch-partenkirchen)

Zum Gutscheinshop
geht es hier entlang



Jubiläen des Monats

40 JAHRE

Paulino Duenas, Georg Kiermaier (35 Jahre), Peter Rath, Willibald Vetter
Baierl & Demmelhuber Innenausbau GmbH, Töging am Inn

Alfons Fischer, Jürgen Knoll, Olaf Meyer
Clariant Produkte (Deutschland) GmbH, Burgkirchen

Franz Ebner
Bayern-Chemie Gesellschaft für flug-chemische Antriebe mbH, Aschau am Inn

Benedikt Demmelmair, Renate Huber
HiPP GmbH & Co. Produktion KG, Pfaffenhofen a.d. Ilm

Wolfgang Tusch
Schenker Deutschland AG, Eching

Frank Persky (35 Jahre)
SCHWENK Beton Südbayern GmbH, München

25 JAHRE

Roger Käding
Aschenbrenner Wassertechnik GmbH & Co. KG, Gräfelfing

Erna Drygola, Stefan Hager, Christian Hans, Stefan Hans, Michael Heilmeier, Thomas Ganghofner, Hansjörg Rost, Beate Wagenspöck, Thomas Winkler
Baierl & Demmelhuber Innenausbau GmbH, Töging am Inn

Wolfgang Pauler, Carl-Heinz Schneider
BurdaForward GmbH, München

Melanie Raab
BY die Bayerische Vorsorge Lebensversicherung a.G., München

Brigitte Unger
die Bayerische IT GmbH, München

Alexandra Benner
Gaststätte »Schelling-Salon« Evelin Mehr, München

Michael Stolz
HEV Heimwerkermarkt GmbH & Co. KG, Unterföhring

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

Marcus Schnier
HiPP GmbH & Co. Vertrieb KG, Pfaffenhofen a.d. Ilm

Karl-Heinz Stippkugel
MEWA Textil-Service SE & Co. Deutschland OHG, Standort Manching

Maximilian Gröbl, Anna Klingsbögl, Beate Mayer
Kreissparkasse Miesbach-Tegernsee, Miesbach

Holger Görlich
Raiffeisenbank Isar-Loisachtal eG, Wolfratshausen

MITARBEITERJUBILÄEN

IHK-Ehrenurkunde

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



Foto: Goran Gajarin

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

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

Hermann Dolch
REISSER AG, Schongau

Franz Englberger, Brigitte Gröber, Walter Resch, Igor Schneider, Simone Zeidler
Schattdecor SE, Rohrdorf

Andreas Seel, Tihomir Zivkovic
Speck-Kolbenpumpenfabrik Otto Speck GmbH & Co. KG, Geretsried

Franz-Josef Mayerl
Stredele Milchtransporte GmbH & Co. KG, Eglfing

Manuela Bichlmeier, Rosemarie Bichlmeier, Monika Schmid
TRETTER-SCHUHE, Josef Tretter GmbH & Co. KG, München

Artur Widmer
Veit GmbH, Landsberg am Lech

Konrad Forstmaier
Versicherungskammer Bayern, München

Alexander Stetter
WWK Lebensversicherung a.G., München

Thomas Jocher (30 Jahre), Rudolf Reischl (30 Jahre)
Zugspitz-Tiefkühlvertrieb Endress GmbH, Garmisch-Partenkirchen

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:

- Änderung der Schiedsordnung (V.-Datum: 16.04.2025)
- Änderung der Wahlordnung (V.-Datum: 02.05.2025)
- Änderung der Satzung (V.-Datum: 02.05.2025)

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.

MARKTTEIL

WERBEARTIKEL

STIEFEL®
eurolcart
Ihr Partner für Langzeitwerbung
Info (084 56) 92 43 00
www.stiefel-online.de
Werbe-Wandkarten • Werbekalender • Wandkarten • Kalender • Schreibunterlagen

PODCAST

Podcast – Kompetenz aus einer Hand
zentiMEDIA.de/podcast

wirtschaft
Das IHK-Magazin für München und Oberbayern

Das Heft online



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



KNÖTGEN

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

Alcatel-Lucent

OMNI - PCX



GROSSFORMAT- UND DIGITALDRUCK

STIEFEL
digitalprint
Wir beraten Sie gerne.
Service-Telefon (084 56) 92 43 50
www.stiefel-online.de
XXL-Werbekanner • Fahnen/Displays • Plattendruck • Wahlplakate

HALLEN- UND GEWERBEBAU



Hallen für Handwerk, Gewerbe und Industrie

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

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



Aumer www.aumergroup.de



Zeichnung: Dieter Hanitzsch

IMPRESSUM

Wirtschaft –
Das IHK-Magazin für München und Oberbayern
81. Jahrgang, 3. Juli 2025
magazin.ihk-muenchen.de
 ISSN 1434-5072

Verleger und Herausgeber:
 Industrie- und Handelskammer
 für München und Oberbayern
 80323 München

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

Internet: www.ihk-muenchen.de

E-Mail: info@muenchen.ihk.de

Chefredakteurin: Nadja Matthes

Redaktion: Eva Schröder, Iris Oberholz

Redaktionelle Mitarbeiter:

Martin Armbruster, Harriet Austen, Christian Bonk, Stefan Bottler, Uli Dönch, Eva Elisabeth Ernst, Dr. Gabriele Lüke, Eva Müller-Tauber, Natascha Plankermann, Melanie Rübartsch, Josef Stelzer

Redaktion Berlin: Sabine Hölper

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

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

Anzeigendisposition:
 Telefon: 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:

EdNurg/Adobe Stock

Schlussredaktion: Lektorat Süd,
 Hohenlindener Straße 1, 81677 München
www.ektorat-sued.de

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

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



Druckauflage: 116.045 (IVW I. Quartal 2025)
 Zurzeit gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 81
 vom 1.1.2025



SECRET SALE

– Der Premium-Service für
besondere Immobilien!

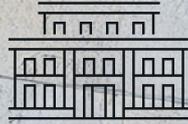


In manchen Situationen sind Diskretion und Sensibilität beim Immobilienverkauf von großer Bedeutung. Hier bedarf es langjährig erfahrener Experten mit höchst professioneller Kommunikationskompetenz, einer exzellenten Vernetzung und umfangreichen Fachwissens. Unser Premium-Service bietet Ihnen genau das für einen Verkauf im Secret-Sale-Verfahren – ohne öffentliche Aufmerksamkeit, über direkte Ansprache.



Lassen Sie sich hierzu gerne beraten und rufen Sie uns an:

(089) 17 87 87 - 0



DUKEN & v. WANGENHEIM

Detlev Freiherr v. Wangenheim
Vorstand und Gründer

Miriam Schnitzke
Geschäftsleitung

André Schnitzke
Geschäftsleitung
Büro München-Süden



Markt im Blick. Zukunft im Fokus.
Ihr Immobilienpartner für nachhaltigen Erfolg.

