

wirtschaft

4/2023

www.magazin.ihk-muenchen.de

Mehr Schub fürs Geschäft

Strategien für den Einzelhandel

26 VERKEHR
Was die Allianz »Mobile
Zukunft München« vorhat

36 NACHHALTIGKEIT
So finden Unternehmen
das passende Siegel

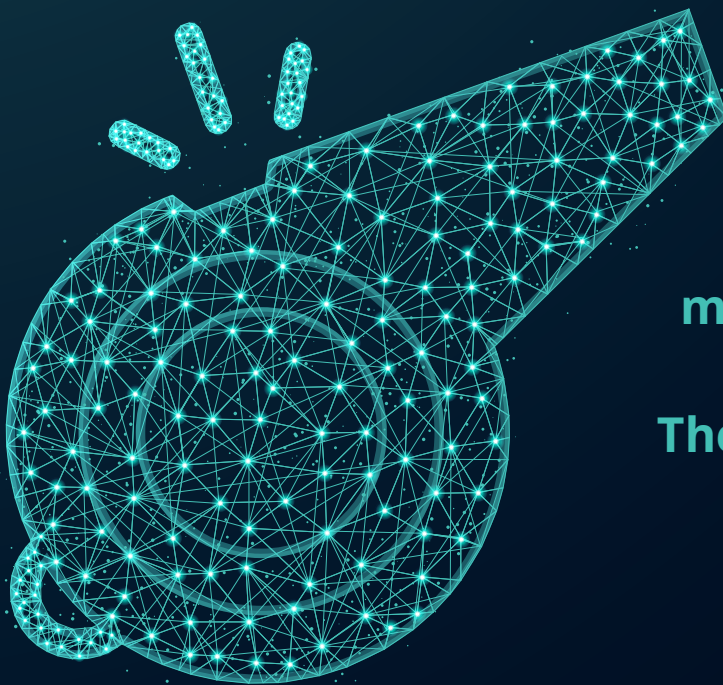
52 EINHEITSPATENT
Eine Anmeldung für
Schutz in 17 EU-Ländern

ANPFIFF ZUM HINWEISGEBERSCHUTZ!

**JETZT
handeln!**

2023 tritt das Hinweisgeberschutzgesetz (HinSchG) in Kraft. Daraus ergeben sich für Unternehmen ab 50 Mitarbeitern besondere Pflichten, wie etwa die Einrichtung eines Meldekanals für potenzielle Hinweisgeber.

Das digitale Hinweisgebersystem mit anwaltlicher Expertise der **Ratisbona Compliance** ist die professionelle Antwort auf die gesetzlichen Anforderungen, die aus der Umsetzung der EU-Whistleblowing-Richtlinie für Unternehmen entstehen.



**Wir sprechen gerne
mit Ihnen darüber, wie wir
partnerschaftlich das
Thema Hinweisgeberschutz
umsetzen können.**



Cybersecurity ist Chefsache



Foto: BayWa AG/Forster & Martin

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

Stellen Sie sich vor, Russland greift an – und keiner merkt es. Klingt provokant? Passiert bereits! Und das mehrmals täglich. Cyberkriminelle hacken sich in die Systeme von Staaten und Staatengemeinschaften, von Unternehmen, von Bürgerinnen und Bürgern. Putintreue Gruppen wie Killnet agieren in diesem Krieg mit anderen Mitteln höchst professionell: Online sind Scharfschützen unterwegs. Und nicht etwa kriegsmüde Reservisten.

Aber egal, ob wir es mit kremlnahen Cyberangreifern oder eher monetär motivierten Hackern aus aller Welt zu tun haben – sie treffen auf schlecht vorbereitete Opfer. Unser Schutzschild vor Online-Attacken ist in einem ähnlich miserablen Zustand wie die Ausrüstung der Bundeswehr. Die IHK für München und Oberbayern – die im vergangenen Sommer selbst von Hackern angegriffen wurde – hat ermittelt, dass lediglich 42 Prozent der Unternehmen Notfallpläne haben.

Vor allem die kleinen Betriebe hängen nach. Dass es immer nur die größeren Fische trifft, ist eine gefährliche Fehlannahme. Ransomware-Erpressungen treffen den kleinen Unternehmer oder die Gründerin besonders empfindlich und bringen sie schnell in Existenznöte. Zumal wenn sie als kleinstes Glied in einer Lieferkette auch größere Player lahmlegen.

Beim IHK Cybersecurity Day Anfang des Jahres plädierten deshalb auch Bayerns Innenminister Joachim Herrmann, Justizminister Georg Eisenreich und die bekannte

Computersicherheitsexpertin Haya Shulman dafür, die unternehmerische Firewall zur Chefsache zu machen. Bedeutet das, dass Firmenlenker künftig auf eigene Faust mit dem digitalen Schlüsselbund des Unternehmens hantieren sollen? Nein! Dafür gibt es gute Dienstleister.

Aber als Chefin oder Chef müssen wir die Aufmerksamkeit steigern. Wir müssen unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter dafür sensibilisieren, Sicherheitslücken nicht etwa peinlich berührt zu verschweigen, sondern zu melden. Und natürlich müssen wir uns selbst überwinden, in Präventionsmaßnahmen zu investieren. Also in etwas, das man erst einmal nicht sieht, nicht hört, nicht spürt.

Ich habe vom Cybersecurity Day ein Zitat mitgenommen, das wir immer im Hinterkopf behalten sollten: »Es gibt nur zwei Arten von Unternehmen: die, die schon angegriffen wurden – und die, die es noch nicht wissen.«

Ihr Klaus Josef Lutz

TITELTHEMA

EINZELHANDEL

Inflation, Energiekrise und Konsumzurückhaltung wirken sich auf Umsätze und Margen der Branche aus. Wie können mittelständische Einzelhändler darauf reagieren?

Foto: zhu difeng/Adobe Stock



UNTERNEHMEN + MÄRKTE

SHARKBITE

Daniel Groos (l. im Bild) und sein Team von der Beratung Sharkbite wollen mittelständische Firmen dabei unterstützen, Nachhaltigkeitsziele umzusetzen – pragmatisch, schnell und ohne Greenwashing.

Foto: Sharkbite



BETRIEB + PRAXIS

RUSHHOUR

Die Generation der 30- bis 40-Jährigen hat mit Karriere und Familiengründung viel zu tun. Wie Arbeitgeber diese leistungsfähige, aber belastete Gruppe an sich binden können.

Foto: aapsky/Adobe Stock



INHALT

NAMEN + NACHRICHTEN

- 6 RECHNUNGEN**
Studie: Firmen zahlen später

UNTERNEHMERPROFIL

- 8 HANNO RENNER**
In wenigen Jahren baute der Gründer das Personalsoftware-Start-up Personio auf

TITELTHEMA

- 10 EINZELHANDEL**
Hohe Kosten, vorsichtige Kunden und viel Unsicherheit: Welche Optionen haben Händler?
- 14 KAUFHAUS**
Bei Kaufring funktioniert das Konzept Kaufhaus – dank Digitalisierung und Kundennähe
- 18 ZAHLUNGSVARIANTEN**
Von Bargeld über Karte bis Smartphone: wie Kunden am liebsten bezahlen

STANDORTPOLITIK

- 22 IMMOBILIEN**
Wie sich die EU-Taxonomie auf die oberbayerische Immobilienbranche auswirkt
- 26 VERKEHR**
Die Allianz »Mobile Zukunft München« will die Verkehrslage rasch nachhaltig verbessern
- 28 VOLLVERSAMMLUNG**
Plenum bestellt Manfred Gößl erneut zum IHK-Hauptgeschäftsführer
- 30 FACHKRÄFTE I**
Pilotprojekt hilft Firmen bei der Rekrutierung ausländischer Fachkräfte
- 32 FACHKRÄFTE II**
So funktioniert die Anerkennung von Berufsqualifikationen aus dem Ausland
- 35 STEUERN**
Steuerprüfungen sollen schneller werden
- 36 NACHHALTIGKEIT**
Sorgfaltspflichten umsetzen: So finden Unternehmen passende Nachhaltigkeitsiegel
- 39 WASSERKRAFT**
IHK unterstützt Betreiber von Wasserkraftwerken im Genehmigungsverfahren

UNTERNEHMEN + MÄRKTE

- 40 ASEAN**
Wachstumsmarkt aus zehn Ländern – und eine Alternative zum Standort China
- 43 IHKAKTUELL**
Medien-Matinee

44 PROBLEMLÖSER

Die Unternehmensberatung Sharkbite will Mittelständler auf nachhaltigen Kurs bringen

46 LATEINAMERIKA

Vielfältige Region: reich an Energie und Rohstoffen und interessantes Exportziel

BETRIEB + PRAXIS

48 RUSHHOUR

Wie können Firmen die Generation der 30- bis 40-Jährigen am besten an sich binden?

51 UMSATZSTEUER

Neue Urteile zur Umsatzbesteuerung von Firmengruppen

52 EINHEITSPATENT

Mit einer Anmeldung Patentschutz in 17 EU-Staaten erhalten

54 TOURISMUS

Barbara Radomski, Geschäftsführerin Bayern Tourismus Marketing, über die Ziele und Angebote der neuen Imagekampagne

56 DIGITALISIERUNG

Neuomorphic Computing: Welche Chancen die Zukunftstechnologie Firmen bietet

58 FINANZIERUNG

Wie lassen sich die Startbedingungen für Unternehmerinnen verbessern?

RUBRIKEN

3 EDITORIAL

70 EHRUNGEN

71 VERÖFFENTLICHUNGEN + BEKANNTMACHUNGEN

- Nachberufungen in Ausschüsse
- Veränderungen im IHK-Regionalausschuss Miesbach und in der IHK-Vollversammlung
- Veränderung im IHK-Regionalausschuss Weilheim-Schongau
- Vereinbarung über die Übertragung der Aufgabe Ausstellung von Carnet A.T.A/CPD von der IHK Nürnberg für Mittelfranken auf die IHK für München und Oberbayern

74 KARIKATUR/IMPRESSUM

Beilagenhinweis:

Aigner Immobilien (Teilbeilage), Cotraco (Teilbeilage), Tiroled, Wortmann



fb.com/ihk.muenchen.oberbayern



@IHK_MUC

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



FRISCHE MOTIVATION

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

Am besten Sie schauen sich das mal an.



BUSINESSCAMPUS.DE

DER
STANDORT

Business Campus 

Unternehmerinnentag

»Lust auf Neues«

Die Gastronomin und Hotelière **Denise Amrhein**, Inhaberin der Fuchsbräu Hotel GmbH in Beilngries, entwickelt ihre Unternehmen kontinuierlich weiter und sichert so ihre Zukunft. Auf dem IHK-Unternehmerinnentag am 7. Juli 2023 berichtet sie darüber. Dessen Motto in diesem Jahr: »Unternehmerinnen – innovativ und erfolgreich«.

Frau Amrhein, in welchem Bereich sind Sie zuletzt innovativ gewesen?

Wir haben uns noch einmal deutlich nachhaltiger aufgestellt. Hier war tatsächlich die Coronazeit Impulsgeberin. Während des Lockdowns haben wir unsere Spezialitäten sehr schnell in Mehrweggeschirr zum Mitnehmen bereitgestellt. Heute muss dies nach EU-Vorgaben im To-go-Bereich zwingend angeboten werden. Wir gehören zu den Vorreitern.

Wie gehen Sie Innovationen an?

Auf keinen Fall nur technologisch, auch wenn ich technisch wie digital selbstverständlich immer auf dem Stand meiner Branche bin. Innovationen, wie partiell auch das Nachhaltigkeitskonzept, entstehen bei uns vor allem durch die Einbindung des Umfelds. Ich bin offen, suche gezielt das Gespräch mit Beschäftigten, Kooperationspartnern, mit Kunstschaffenden und Gästen. So entstehen Input und innovative Ansätze.

Ist Deutschland insgesamt innovativ genug?

Wir verhindern Innovationen aktuell eher, als dass wir sie fördern. Damit die Menschen, die Unternehmen überhaupt innovativ sein können, braucht es andere Bedingungen: weniger Bürokratie, weniger Bedenkenrärgertum und so mehr Lust auf Neues. Daran muss Deutschland arbeiten.

Weitere praxisorientierte Impulse zum Thema Innovationen gibt es auf dem IHK-Unternehmerinnentag.

Anmeldung unter: www.ihk-muenchen.de/unternehmerinnentag2023



Foto: IHK/Reil

IHK-Selbstständigentag 2023

Mehr Rückenwind gefordert

Erst die Coronapandemie mit weggebrochenen Aufträgen und nun Krieg, Energie- und Rohstoffkrise sowie Inflationsschock: Beim 2. IHK-Selbstständigentag Mitte Februar standen die komplexen Anforderungen an Kleinunternehmer im Fokus. Rund 250 Teilnehmer informierten sich in Fachvorträgen und Workshops zu Geschäftsstrategien und Marketing für den »erfolgreichen Re:start« »Soloselbstständige sind für unsere hochgradig spezialisierte Wirtschaft von großer Bedeutung«, betonte IHK-Hauptgeschäftsführer Manfred Gößl. Gut 60 Prozent aller Mitglieder der IHK für München und Oberbayern sind Ein-Personen- oder Kleinstunternehmen. »Umso wichtiger ist jetzt wirtschaftspolitischer Rückenwind, da immer noch viel zu viel Bürokratie und praxisferne Vorschriften unsere Einzelkämpfer belasten.«

Auf die hohe Steuerbelastung für Selbstständige durch den Bund wies Bayerns Wirtschaftsminister Hubert Aiwanger (FW) hin. Laut aktuellem ifo-Index ist die Gefahr der Existenzbedrohung für einen Selbstständigen dreimal höher als für die Gesamtwirtschaft. Die IHK fordert daher keine weitere Verunsicherung etwa zu Scheinselbstständigkeit und Altersvorsorgepflicht.

8,4%

mehr Kohlestrom wurden 2022 ins Netz eingespeist als im Vorjahr. Der fossile Energieträger steuert ein Drittel zur deutschen Stromerzeugung bei und bleibt damit an der Spitze vor der Windkraft.

Quelle: Statistisches Bundesamt

Rechnungsstellung

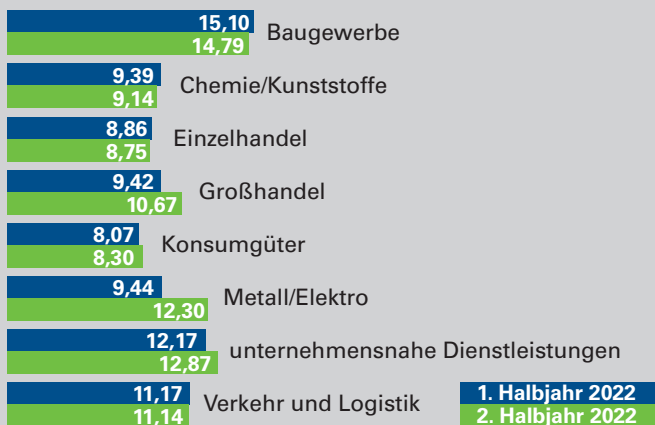
Firmen zahlen später

Deutsche Unternehmen begleichen ihre Rechnungen so zögerlich wie seit sieben Jahren nicht mehr: Durchschnittlich elf Tage betrug der Zahlungsverzug im Zeitraum von Juli bis Dezember 2022, zeigt der Creditreform Zahlungsindikator Deutschland. Im Vergleichszeitraum 2021 waren es weniger als zehn Tage gewesen.

Besonders deutlich verschlechterte sich das Zahlungsverhalten im Großhandel. Dort erhöhte sich der Zahlungsverzug um 1,25 Tage. Das Baugewerbe lässt sich mit rund 15 Tagen besonders viel Zeit beim Bezahlen (s. Grafik unten). Da sich mit Energiekrise und Preissteigerungen die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen verschlechtert haben, halten Lieferanten ihre Zahlungsziele tendenziell kurz. Im Durchschnitt gewähren sie knapp 30 Tage, um Rechnungen zu bezahlen.

ÜBERFÄLLIG

Zahlungsverzug nach Wirtschaftsbereich des Schuldners (Tage)



Das Baugewerbe ließ sich beim Begleichen von Rechnungen mit 15 Tagen Zahlungsverzug am längsten Zeit.

Foto: rh2010/Adobe Stock

Umfrage

Wie steht es um die Veranstaltungsbranche?

Vom Ausstellungsbau über Foodtrucks und Orchester bis zum Zeltverleih – die Veranstaltungswirtschaft ist kleinteilig, heterogen und bisher kaum erfasst. Wichtige Kenngrößen wie etwa die Anzahl der Beschäftigten oder der Auszubildenden fehlen. Die schlechte Datenlage erschwert es der Branche, Interessen gegenüber der Politik zu vertreten, wie zuletzt in der Coronapandemie.

Um dies zu ändern, führen der Verband Bundesvereinigung Veranstaltungswirtschaft (fwd) und mehrere IHKs bis Ende April eine Umfrage durch. Unternehmen der Branche können an der »Vermessung der Veranstaltungswirtschaft« teilnehmen unter:

link.webpolsurveys.com/S/89C3507400090989

KURZ & KNAPP

Standort

Pluspunkt Unis

72 Prozent der Start-ups sind mit den Gründungsbedingungen in München zufrieden. Das ergab eine Regionalauswertung des 10. Deutschen Startup Monitors. Als große Stärke des Standorts sehen die Jungunternehmer die Nähe zu guten Unis. Mehr als die Hälfte gab an, Unterstützung von Hochschulen zu erhalten. Auch den relativ einfachen Zugang zu Fachkräften und Kapital bewerten die Gründer positiv. Mit dem Angebot an bezahlbarem Büroraum sind dagegen nur 13 Prozent zufrieden.

deutscherstartupmonitor.de

Coworkingstandorte

Flexibel buchen

Coworking-Spaces sorgen für mehr Flexibilität. Sie bieten ganze Büros oder einzelne Arbeitsplätze auf Zeit in einem Gemeinschaftsgebäude. Oft können dort auch Arbeitgeber Kontingente mieten, für die sich Beschäftigte dann flexibel einbuchen – als Alternative zu Homeoffice oder Arbeiten am Firmensitz. Eine Liste der Initiative Metropolregion München zeigt, wo es mehr als 50 dieser sogenannten dritten Arbeitsorte gibt: www.metropolregion-muenchen.eu/themen/coworkingareas

Klimaschutz

Teilnehmer gesucht!

Hitze belastet: Steigen die Temperaturen, sinken Leistungsfähigkeit und Produktivität. Daher hat das Bayerische Gesundheitsministerium zwei Institute der Münchner Ludwig-Maximilians-Universität mit einer Studie beauftragt, bei der auch die IHK Partner ist: Ein Team aus Arbeitsmedizinern und Umweltsoziologen soll praktische Lösungen erarbeiten – möglichst ohne energieintensive Klimatisierung. Dazu werden Unternehmen als Studienteilnehmer gesucht. Sie erhalten eine kostenlose Analyse ihrer Hitzebelastung und maßgeschneiderte Empfehlungen. Infos: www.t1p.de/xlrep

»Man muss immer größer denken«,
sagt Personio-Chef Hanno Renner



Digitale Marktlücke

Hanno Renner hat mit Personio eines der wertvollsten Start-ups in Europa mit aufgebaut. Das Unternehmen für HR-Software erzielt mittlerweile eine milliardenschwere Bewertung.

Von Harriet Austen

Acht Uhr morgens, Hanno Renner (33) ist aus New York zugeschaltet. Er erzählt, wie alles begann: »Ich habe mich schon früh für digitale Technologien begeistert und ihre positiven Effekte erkannt.« Damals studierte er am Center for Digital Technology and Management in München, an dem auch die Gründerschmiede UnternehmerTUM beteiligt ist. Er lernte dort drei Gleichgesinnte kennen, mit denen er sich selbstständig machen wollte.

Da traf es sich gut, dass ein Bekannter über aufwendige Excel-Listen und Papierkram in seiner Personalabteilung klagte. »Das alles müsste man digitalisieren können«, überlegten Renner und seine Kollegen. Personalsoftware gab es zwar, aber sie war auf große Unternehmen fokussiert. Die Nische war gefunden. Mit ihrem 2015 gegründeten Start-up Personio konzentrieren sich die vier ehemaligen Studenten auf kleine und mittelständische Unternehmen (KMU). Ihre cloudbasierte Software rentiert sich bereits ab zehn Beschäftigten. Damit haben sie eine gewaltige Marktlücke aufgespürt: Rund 70 Prozent der KMU in Europa nutzen noch keine digitalen Lösungen für ihre Personalprozesse.

Mit der Komplettlösung für Recruiting, Personalverwaltung und -entwicklung sowie Gehaltsabrechnung »können sich HR-Teams endlich auf die wichtigste Ressource für ihren Erfolg konzentrieren: die Mitarbeitenden«, sagt Personio-CEO Renner. Das spare Geld und Zeit, bringe einen deutlichen Vorteil im Kampf um junge Talente und verschaffe der Geschäftsleitung einen schnellen Überblick über notwendige Personaldaten.

Renner musste schnell vom Studenten ohne Berufserfahrung in die Rolle einer Führungskraft hineinwachsen: »Am Anfang war ich Kundenberater, Hausmeister und Organisator in einem.« Auch heute

noch fühle er sich wie jemand, der in kaltes Wasser geworfen wird, das nie warm wird. Kaum hatte Renner grundlegende Kundenprobleme verstanden, Teams aufgebaut und Abteilungen gegründet, wuchs das Unternehmen mit einem nächsten Meilenstein – »und ich bekam wieder neue Aufgaben«, so Renner.

Große Schritte sind für ihn: die stetig wachsende Kundenzahl auf aktuell 8000; zusätzliche Tools wie People Workflow Automation oder Personio Conversations, die den Abnehmern helfen sollen, ihre Arbeitsabläufe weiter zu optimieren; die Erweiterung der Zielgruppe auf Nichtregierungsorganisationen und Behörden. Zudem gründete Renner die Personio Foundation, für die das Unternehmen ein Prozent seines Eigenkapitals zur Verfügung stellt. Die Stiftung will zukunftsorientierte, innovative Organisationen unterstützen, die sich für Klimaschutz und Bildung einsetzen.

Das Start-up hatte das Glück, sofort Abnehmer für die ersten Prototypen zu finden. »Schon da haben wir gesehen, dass wir auf dem richtigen Weg sind«, erinnert sich Renner. Gleichzeitig bewies Personio damit, dass es ein Jahr aus eigener Kraft und ohne Finanzierung schaffen und bereits Umsätze tätigen konnte. »Das beeindruckte die anfangs skeptischen Investoren.«

Dann flossen die ersten Gelder, die nächsten Finanzierungsrunden wurden immer umfangreicher. Die Kapitalgeber erkannten schnell, dass das Geschäftsmodell ein immenses Marktpotenzial ausschöpfen kann. Bis heute sammelte das Softwareunternehmen rund 700 Millionen US-Dollar Kapital ein und wurde zuletzt mit 8,5 Milliarden US-Dollar bewertet. Das Finanzpolster versetzt

das Unternehmen in eine komfortable Lage. »Wir brauchen derzeit kein neues Geld und können uns unabhängig weiterentwickeln«, freut sich der Firmenchef. Er kann die Expansion ins Ausland ohne Druck vorantreiben und den mittelfristig anvisierten Börsengang planen. »Man muss immer größer denken«, nimmt er sich vor, schließlich soll Personio zum Synonym für HR-Software speziell für KMU werden.

Als CEO kümmert sich Renner neben dem »strategischen Vorausdenken« um aktive und transparente Kommunikation, damit alle Mitarbeiter an den sieben Standorten jederzeit die richtigen Infos bekommen, um selbstständig Entscheidungen treffen und kundenorientiert handeln zu können. Daneben gibt er als Business Angel sein Wissen an 18 Start-ups weiter. Als Auswahlkriterium setzt er vor allem auf ein starkes Team – »der größte Erfolgsfaktor in einem aufstrebenden Unternehmen«, weiß Renner längst aus Erfahrung. ●

www.personio.de

ZUR PERSON

Hanno Renner, Jahrgang 1990, studierte Wirtschaftsingenieurwesen in Konstanz und Technology Management an der TU München. Er gründete die Personio SE & Co. KG mit. Das Unternehmen entwickelt und vertreibt Personalsoftware für kleine und mittlere Firmen, sammelte bisher über 700 Millionen US-Dollar von Investoren ein und beschäftigt 1700 Mitarbeiter an sieben Standorten in Europa.

2021 gründete CEO Renner die Personio Foundation, die gemeinnützige Organisation in den Bereichen Klimaschutz und Bildung fördert.



Foto: zhu difeng/Adobe Stock

Überschaubarer Andrang – die Kaufhalle liegt immer noch unter dem Vorkrisenniveau



Handel(n) in der Preisspirale

Energiekrise, Inflation und Konsumzurückhaltung wirken sich auf Umsätze und Margen des Einzelhandels aus. Wie können mittelständische Händler reagieren?

Von Eva Elisabeth Ernst

Schreibtischstühle, Kopiergeräte, Tinte und Toner, Headsets, Kugelschreiber – die Einkaufspreise quer durch das Sortiment der Bensegger GmbH haben sich zwischen Mai und Oktober vergangenen Jahres stark verteuert. Bei Büromaterial waren es etwa 15 Prozent mehr, bei Büroausstattung und Papeterie rund zehn Prozent. »Der Papierpreis erhöhte sich sogar um fast 50 Prozent«, berichtet Geschäftsführer Andreas Bensegger (50). Die Preissteigerungen komplett an die Kunden weiterzugeben, sei nur schwer möglich. »Bei unseren Geschäftskunden haben wir die Preise für Büromaterial in der Regel einmal jährlich erhöht. Im vergangenen Jahr waren dagegen drei Preisadjustierungen erforderlich«, berichtet der Unternehmer.

Da die Firmenkunden Büromaterial und -ausstattung grundsätzlich bedarfsorientiert einkaufen, stellt Bensegger in diesem Segment immerhin keine Kaufzurückhaltung fest. Anders sieht es in der Papeterie aus, die das Unternehmen in der Rosenheimer Innenstadt betreibt: Dort ging die Frequenz im Vergleich zum Vor-Corona-Jahr 2019 um 20 Prozent zurück, der Umsatz sank um zehn Prozent. »Insbesondere hochwertige Schreibgeräte werden derzeit kaum noch nachgefragt«, so Bensegger.

Die hohe Inflation hinterlässt Spuren im Einzelhandel. Weil die Preise für Energie, Lebensmittel und andere Güter des täglichen Bedarfs so massiv gestiegen sind,

sind viele Konsumenten vorsichtig beim Geldausgeben. Die Verbraucherstimmung bleibe trotz anhaltender Erholung hinter dem Vorkrisenniveau zurück, meldete der Handelsverband Deutschland (HDE) im März.

Einzelhändler müssten sich auf ein schwieriges Geschäftsjahr einstellen, prognostiziert der Verband. Der Umsatz dürfte zwar nominal um zwei Prozent wachsen. Berücksichtigt man die Preissteigerungen, bedeutet das jedoch ein reales Minus von drei Prozent. Wie können Händler auf diese schwierigen Bedingungen reagieren?

Ansatzpunkte gibt es einige, sagen Einzelhandelsberater. Zum Beispiel bei den Betriebskosten. »Oft gibt es zahlreiche Altlasten, die viel zu selten hinterfragt werden«, sagt Johannes Berentzen (43), Geschäftsführer der BBE Handelsberatung GmbH. Zudem lohne es sich, die Prozesse zu analysieren. Vieles werde »einfach immer schon so gemacht« und nicht hinterfragt. »Doch Technologien, Marktanforderungen und Unternehmensstrukturen ändern sich permanent, sodass bestehende Abläufe dann nicht mehr passen oder zumindest nicht mehr effizient sind«, so Berentzen.

In der Praxis kann das Optimieren folgendermaßen aussehen: Unternehmer Bensegger erhöhte beim Wareneinkauf die Bestellfrequenzen und reduzierte Lagermengen, um die Kapitalbindung zu senken und schneller auf Veränderun-



Meine Kunden wissen, dass hochpreisige Haushaltswaren länger halten, und sind daher weniger preissensitiv.«

Karin Wiedemann, Inhaberin Wiedemann Haushaltswaren

Foto: Judith Schmidhuber

gen bei Preisen und Nachfrage reagieren zu können. Mit seinen Lieferanten und Dienstleistern diskutiert er konsequent über bessere Konditionen, Nachlässe oder Kombinationsrabatte. Bei den Kundenbelieferungen achtet er auf optimierte Touren. Auflage und Umfang der Bensegger-Kataloge wurden um 50 Prozent reduziert. Rechnungsversand und Mahnwesen sind nahezu komplett digitalisiert. Ausgesprochen froh ist der Unternehmer darüber, dass er sein Betriebsgebäude in den vergangenen Jahren vom Dach über Fenster und Fassade bis hin zur Beleuchtung energetisch sanieren ließ: »Das hat mittlerweile durchaus einen spürbaren wirtschaftlichen Effekt.«

Selbst mit kleinen Maßnahmen lassen sich bei den Energiekosten schon beachtliche Einsparungen realisieren, bestätigt

BBE-Experte Berentzen. Allerdings waren viele Händler hier bereits vor der Energiekrise gut aufgestellt.

Ebenfalls Potenzial sehen Berater bei Tätigkeitsanalysen: Werden die Mitarbeiter gemäß ihrer Qualifikation wirklich nur für sinnvolle Aufgaben eingesetzt? Muss ein guter Verkäufer die Hälfte seiner Arbeitszeit Ware einräumen? Wo gibt es Doppel- und Fehlleistungen?

Feines Gespür für faire Preise

Auch wenn der Handel derzeit von drei Seiten in die Zange genommen wird, nämlich von immer höheren Energie- und Lohnkosten, steigenden Herstellerpreisen sowie sinkenden verfügbaren Nettoeinkommen der Kunden, rät Berater Berentzen zu einer umsichtigen Preispolitik. »Der Begriff des fairen Ver-

kaufspreises passt da ganz gut: Natürlich kann ein Händler gestiegene Kosten mit Augenmaß weitergeben. Überspannt er jedoch den Bogen, wird sich das in Form fehlender Umsätze rächen.« Auch wenn das Preiswissen von Konsumenten in nahezu allen Sortimentsbereichen sehr schlecht sei, könnten die Kunden die Preise schließlich jederzeit mobil im Internet vergleichen. »Und sie haben oft ein gutes Gespür, ob etwas überzogen teuer oder eben noch fair ist«, so Berentzen.

Karin Wiedemann (49), Inhaberin des gleichnamigen Fachgeschäfts für Haushaltswaren in Waging am See, lässt sich auf Preisschlachten nicht ein. Sie verkauft ihr Sortiment grundsätzlich zu den unverbindlichen Verkaufspreisen der Hersteller. »Der Preis ist für mich kein Verkaufsinstrument«, betont sie. »Meine Kunden wissen, dass hochpreisige Haushaltswaren länger halten, und sind daher weniger preissensitiv.« Das Weihnachtsgeschäft lief bei ihr folglich genauso gut wie in den Vorjahren, obwohl es 2022, so Wiedemann, »horrende Preiserhöhungen« der Hersteller gab. Zum Teil gaben ihre Lieferanten bei Waren aus China die hohen Transportkosten sogar als separat ausgewiesene Frachtaufschläge weiter.

Möglichkeiten, Kosten einzusparen, sieht die Unternehmerin eher weniger: »Ich führe das Geschäft in vierter Generation und habe gelernt, sparsam zu wirtschaften.« 2021 stellte sie auf LED-Beleuchtung um – eine kleine wirtschaftliche Stellschraube, die es ihr erlaubt, ihr Schaufenster ohne signifikante Mehrkosten weiterhin bis 22 Uhr zu beleuchten. »Dunkle Schaufenster finde ich trostlos.« Ansonsten spart sie schon seit Jahren Energie: Im 85 Quadratmeter großen Laden ist das Thermostat im Winter auf 16 Grad eingestellt: »Für die Kunden ist das in Ordnung. Ich verkaufe ja schließlich keine Bekleidung, die anprobiert werden muss. Und ich selbst ziehe mich warm an«, sagt Wiedemann.

Ein probates Mittel gegen hohe Frachtkosten und Lieferengpässe zugleich ist für sie der Einkauf bei regionalen Nischenunternehmen. So bezieht sie unter an-

derem Duftkerzen, Ausstecher und Emailleprodukte bei Herstellern und Manufakturen aus der Umgebung. »Zur Not kann ich da selbst vorbeifahren und die Ware abholen«, sagt die Geschäftsfrau. Sie plant, künftig stärker auf kleinere Hersteller zu setzen – auch wenn deren Erzeugnisse vielleicht etwas teurer sind. »Durch Corona und die Lieferengpässe hat sich in der Wahrnehmung der Kunden wieder einiges zurechtgerückt«, beobachtet die Unternehmerin. »Immer nur billig, billig – das kommt gar nicht mehr so gut an.«

IHK-Ansprechpartnerin zu Einzelhandel

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

4 TIPPS FÜR EINZELHÄNDLER

Worauf sollten mittelständische Händler in inflationären Zeiten besonders achten? Johannes Berentzen, Geschäftsführer der BBE Handelsberatung, empfiehlt:

- 1 Überprüfen und optimieren Sie regelmäßig das Sortiment. Derzeit können sehr energie- und transportintensive Produkte zu hohen Preissteigerungen führen. Auch die Nachhaltigkeit von Produkten kann ein wichtiger Aspekt bei einer Sortiments(um)gestaltung sein.
- 2 Eine Straffung des Sortiments kann ebenfalls ein gangbarer Weg sein. Allerdings erhöht sich damit das Risiko, das auf dem einzelnen Artikel

liegt. Mitunter steigt auch die Abhängigkeit von bestimmten Lieferanten.

- 3 Beobachten Sie Ihre Märkte, analysieren Sie Ihre Verkaufsdaten und -trends, arbeiten Sie eng mit Ihren wichtigsten Lieferanten zusammen: Damit können Sie Lagerbestände, Abschriften und Fehllartikel (out of stock) reduzieren. Aber auch leistungsfähige Einkaufsprogramme verbessern die Prognosegenauigkeit.
- 4 Günstigere Alternativprodukte einzukaufen, klingt verlockend, sollte jedoch nicht zulasten der Qualität gehen. Im Preiswettbewerb kann der mittelständische Einzelhandel nicht gewinnen.



Foto: BBE Handelsberatung

Sortiment regelmäßig prüfen, rät BBE-Berater Johannes Berentzen



WIR FÖRDERN IDEE UND UMSETZUNG

Bayerns Mittelstand ist stark in seiner Vielfalt. Als Förderbank für Bayern unterstützen wir Unternehmen darin, in innovative Technologien zu investieren und die Chancen der Digitalisierung zu nutzen. Informieren Sie sich über unseren Innovationskredit 4.0 und profitieren Sie von attraktiven Zinskonditionen mit Tilgungszuschuss. Gerne beraten wir Sie kostenfrei. Tel. 089/21 24 - 10 00

www.lfa.de

Beratung.
Finanzierung.
Erfolg.



Unverzichtbar – Mode liefert zwei Drittel des Umsatzes

Foto: Kaufring München

Anziehend im Stadtviertel

Auslaufmodell Kaufhaus? Für die Kaufring-Häuser gilt das nicht. Neben Kundennähe und laufenden Investitionen trägt die Digitalisierung dazu bei, dass Umsatz und Ertrag stimmen.

Von Eva Elisabeth Ernst

Das Ende der Maskenpflicht im Einzelhandel war der Wendepunkt: »Seit April 2022 steigt die Kauflaune unserer Kundinnen und Kunden wieder. Bereits im vergangenen Jahr haben wir daher das Niveau des Vor-Corona-Jahres 2019 sowohl beim Umsatz als auch beim Ertrag übertroffen«, freut sich Magnus Versen (51), Geschäftsführer der Kaufhaus am Ostbahnhof GmbH & Co. HandelsKG, die knapp 100 Mitarbeiter beschäftigt.

Unter der Marke Kaufring betreibt das Unternehmen zwei Kaufhäuser in München: eines in Haidhausen, ein anderes in Fürstenried mit dem, so Versen, »Sidekick Laura & Lisa«, einem Fachgeschäft für junge Mode mit knapp 300 Quadratmetern Verkaufsfläche. Ein drittes Kaufhaus in Pasing wurde 2017 geschlossen, weil der Mietvertrag auslief.

Welche Zukunft hat das Warenhaus noch? Darüber diskutieren Handelsexperten

seit Langem. Schließlich haben über Jahrzehnte hinweg immer mehr Häuser aufgegeben. Von den großen Kaufhausketten in Deutschland ist nach Fusionen nur noch die GALERIA Karstadt Kaufhof GmbH übriggeblieben. Sie hat im Oktober 2022 Insolvenz angemeldet, 47 der noch verbliebenen 129 Filialen sollen geschlossen werden.

Doch nicht alle Warenhäuser befinden sich im permanenten Krisenmodus. Es gibt »mittelständische und meist auch inhabergeführte Kaufhäuser, die wirtschaftlich erfolgreich sind«, sagt Jan Vorholt, Partner der CIMA Beratung + Management GmbH (s. Interview S. 16). »Sie bieten ein auf ihr Umfeld und die Region abgestimmtes Sortiment, guten Service und eine hohe Aufenthaltsqualität. Darüber hinaus gestalten sie ihre Flächen zunehmend erlebnisorientiert und investieren in ihre digitale Sichtbarkeit.«

Wie ein solches mittelständisches Konzept in der Praxis aussieht, zeigen die Kaufring-Häuser. Geschäftsführer Versen räumt ein, dass es nach den Lockdowns nicht einfach war, die Kunden wieder in die beiden Filialen zurückzuholen. Schließlich floss während Corona viel Kaufkraft in den Onlinehandel, aber auch in die Verbrauchermärkte, die aufgrund ihrer Lebensmittelsortimente als systemrelevant galten und nicht schließen mussten.

»Wir haben ein gutes halbes Jahr mit Marketing- und auch Preisaktionen getrommelt, vor allem mit E-Mails und auf unseren Social-Media-Kanälen auf Facebook und Instagram«, sagt Versen. Im ersten Quartal 2022 war die Resonanz noch verhalten. Seit dem zweiten Quartal sei er jedoch wieder ausgesprochen zufrieden mit den Ergebnissen.

Was die Kaufring-Häuser zu attraktiven Einkaufsorten macht? »Wir investieren

laufend in unsere Immobilien und unsere Mitarbeiter – und wir haben noch Personal auf der Fläche, das sich Zeit für persönliche Beratung nehmen kann und soll«, erklärt der Geschäftsführer. »Außerdem sorgen unsere sehr schlanken Strukturen dafür, dass wir profitabel wirtschaften und schnelle Entscheidungen treffen können.« Das wichtigste Erfolgskriterium ist für ihn jedoch die Nähe zu den Kunden. Das Sortiment wird ständig an die Wünsche der Käufer angepasst und ist daher auch in beiden Häusern unterschiedlich. Gemeinsam ist den Filialen, dass beide rund zwei Drittel des Umsatzes mit Mode inklusive Wäsche und Heimtextilien erwirtschaften. Darüber hinaus gibt es Haushalts- und Kurzwaren, Spielzeug, Schmuck, Schreibwaren, Taschen und Reisegepäck.

Magnus Versen ist mit einer kurzen Unterbrechung seit gut zwanzig Jahren bei der 1979 gegründeten Kaufhaus am Ostbahnhof GmbH & Co. HandelsKG beschäftigt, 2011 wurde er Geschäftsführer. Fester Bestandteil seines Arbeitstags ist eine Morgenrunde im Kaufring in Haidhausen, bei der er sich mit jedem einzelnen Verkaufsmitarbeiter austauscht. In Fürstenried übernimmt der Filialleiter diese Aufgabe. Die Erkenntnisse aus diesen Gesprächen werden bei der Bestellung neuer Ware berücksichtigt. Allerdings stützen sich die Einkäufer dabei auch auf die Informationen, die sie aus dem Warenwirtschaftssystem generieren. »Das geht bei uns bis auf Artelebene, sodass wir sehr genau analysieren können, was gut und was weniger gut läuft«, sagt Versen.

Er zählt die Digitalisierung zu den größten Herausforderungen des Handelsunternehmens. »Ein hoher Digitalisierungsgrad hilft uns dabei, die internen Prozesse transparent zu gestalten und zu beschleunigen«, sagt er. »In Richtung Markt und Kunden geht es darum, unsere digitale Sichtbarkeit weiterhin zu erhöhen.« Insbesondere das Suchmaschinenmarketing hat hohe Priorität: »Wenn in München und Umgebung nach einem Produkt gesucht wird, das wir führen, sollte unsere Website bei den Suchergebnissen möglichst weit oben stehen.«

Die Internetnutzer zum Einkauf im Kaufring-Onlineshop zu bewegen, ist dabei nicht einmal das Hauptziel: Es geht



Wir haben Personal, das sich Zeit für persönliche Beratung nehmen kann.«

Magnus Versen, Geschäftsführer Kaufhaus am Ostbahnhof



Foto: Kaufring München

vielmehr darum, die potenziellen Kunden zu gewinnen, die Bedarf an einem Produkt haben und noch nicht wissen, dass sie es in den Kaufring-Häusern finden. Sie bilden neben den Stammkunden und den Flaneuren, die spontan ins Kaufhaus kommen und sich dort inspirieren lassen, die dritte und zudem laufend wachsende Zielgruppe. »Wir stellen fest, dass Click-and-Reserve zunimmt, dass also immer mehr Kunden online Produkte reservieren und sie dann bei uns abholen«, sagt Versen. »Manchmal vergeht zwischen On-

linereservierung und Kauf nur eine halbe Stunde.« Der Großteil des Werbebudgets fließt daher in digitale Maßnahmen. Aber auch die Schaufenstergestaltung steht im Fokus. Die Prospektwerbung hat das Unternehmen dagegen stark reduziert.

Die meisten Waren beziehen die beiden Häuser über Einkaufsverbände wie die EK/servicegroup, Katag oder Vedes. Das hat Vorteile bei den Konditionen und vereinfacht logistische und administrative Prozesse. Ein weiterer Pluspunkt: Die Kooperationen bieten Gruppen zum

**RICHTUNGSWEISEND
IN DIE ZUKUNFT**

**BAYERN INNOVATIV VERNETZT, FÖRDERT
UND BERÄT DIE BAYERISCHE WIRTSCHAFT**

EGAL OB INNOVATIONEN ODER FRAGEN RUND UM
DEN TECHNOLOGIE- UND WISSENSTRANSFER –
WIR NAVIGIEREN SIE ALS BAYERNS LEUCHTTURM
DURCH ALLE HERAUSFORDERUNGEN.

leuchtturmbayern.de

unsplash@nagarjun-kogavalli-sathyanarayana, unsplash@joshuae-hibbert

Erfahrungsaustausch, bei denen sich überwiegend Inhaber und Manager mittelständischer Kaufhausunternehmen treffen. »Dort erlebe ich immer wieder,

wie viele extrem leistungsfähige und erfolgreiche Häuser es in Deutschland gibt«, berichtet Versen. »Diese Unternehmer reden nur nicht groß darüber.« ●

IHK-Ansprechpartnerin

zum Thema Handel

Julia Fuchs, Tel. 089 5116-2066

fuchs@muenchen.ihk.de

INTERVIEW: EINKAUFEN ALS ERLEBNIS

Deutschlands größter Kaufhauskonzern GALERIA hat massive Probleme. Doch es gibt Kaufhäuser, die nach wie vor erfolgreich wirtschaften. Was diese Firmen anders machen, erklärt Jan Vorholt (40), Partner und Projektleiter im Münchner Büro der CIMA Beratung + Management GmbH.

Herr Vorholt, wie muss ein Kaufhaus heute aussehen, damit es erfolgreich ist?

Jenseits der großen Weltstadt-Warenhäuser, für die andere Regeln gelten, gibt es durchaus mittelständische und meist auch inhabergeführte Kaufhäuser, die wirtschaftlich erfolgreich sind. Sie bieten ein auf ihr Umfeld und die Region abgestimmtes Sortiment, guten Service und eine hohe Aufenthaltsqualität.

Darüber hinaus gestalten sie ihre Flächen zunehmend erlebnisorientiert und investieren in ihre digitale Sichtbarkeit. Das heißt nicht, dass jedes Kaufhaus auch einen Onlineshop betreibt. Aber sie sind in den sozialen Medien und auf Google Business vertreten und sorgen dafür, dass sie mit ihrem Sortiment bei lokalen Suchanfragen gefunden werden. Zudem engagieren sie sich häufig für die Gesamtattraktivität ihres Standorts, indem sie sich in Werbegemeinschaften oder Gewerbevereinen einbringen.

Was verstehen Sie unter hoher Aufenthaltsqualität und gutem Service?

Dazu gehört alles, was dazu beiträgt, dass der Kunde sich wohlfühlt und seine Einkäufe so bequem wie möglich erledigen kann. Neben einer attraktiven Warenpräsentation sind das zum Beispiel Sitzcken, eine Espressobar oder ein gut auffindbarer Pickup-Point für Onlinebestellungen und -reservierungen. Denn für den reinen Einkauf muss heute niemand mehr in die Innenstadt. Handelsunternehmen und da-



Foto: CIMA

»Für den reinen Einkauf muss niemand mehr in die Innenstadt«, sagt Handels-
experte Jan Vorholt

mit auch Kaufhäuser müssen möglichst viele Sinne ansprechen, inspirieren und Einkaufserlebnisse bieten.

Welche Rolle spielen Kaufhäuser heute noch für die Attraktivität von Stadtteilzentren und Mittelstädten?

Das hängt immer vom Einzelfall ab. Generell sinkt die Bedeutung von Kaufhäusern als Frequenzbringer und Magnetbetriebe seit Jahren. Corona hat dies noch beschleunigt. Doch ein Kaufhaus kann auch weiterhin eine sehr wichtige Funktion für ein Stadtteilzentrum oder eine Mittelstadt haben, nämlich vor allem dann, wenn sein Sortiment die Angebote am Standort ergänzt. Bei einem starken innerstädtischen Einzelhandel stellt sich heute allerdings schon häufiger die Frage, wie sehr ein Kaufhaus von seinem Umfeld profitiert – und nicht mehr umgekehrt.

Das wird in vielen Rathäusern allerdings anders gesehen.

Die Kommunen können sich zur Belebung ihrer Innenstädte nicht mehr allein auf den Einzelhandel verlassen. Zwar ist das Ein-

kaufen nach wie vor der wichtigste Grund für den Besuch der Innenstadt, aber dessen Bedeutung nimmt laufend ab. In lebendigen Innenstädten oder Stadtteilzentren passt die Aufenthaltsqualität. Dort gibt es Möglichkeiten, sich mit anderen Menschen auszutauschen, und auch die Gastronomie wird bedeutsamer.

Wenn ein Kaufhaus schließt, muss das aber nicht unbedingt den Niedergang eines Einzelhandelsstandorts einläuten. Zum Teil springen Drogeriemärkte mit ihren heute sehr umfangreichen Sortimenten in die Bresche. Auch Lebensmittelmärkte belegen zunehmend Teilflächen von Kaufhäusern und stärken so die Nahversorgung in der Innenstadt.

Wie können sich Kaufhäuser weiterentwickeln, um als Einkaufsort relevant zu bleiben?

Es gibt einige Hidden Champions, die zeigen, wie es funktionieren kann. Sie investieren kontinuierlich in ihre Häuser, um das Einkaufserlebnis zu stärken. Und sie haben ihre Kunden, aber auch die Digitalisierung im Blick.

Welche Chancen gibt es für Kaufhausimmobilien?

Die Veränderungen beim Einkaufsverhalten führen grundsätzlich zu einem sinkenden Bedarf an Einzelhandelsflächen. Es gibt keine Schablone für alternative Nutzungskonzepte von Kaufhausimmobilien. Das hängt immer vom jeweiligen Mikrostandort ab. Im Erdgeschoss können Handel, aber auch Gastronomie weiterhin gut funktionieren. Dann gilt es jedoch, für die Obergeschosse alternative Nutzungsmöglichkeiten zu finden. Um dort Wohnungen, Büros oder Praxen zu schaffen, sind jedoch meist erhebliche Umbaumaßnahmen erforderlich.



**Investieren Sie
in die Zukunft.
In Ihren Betrieb.**

**Morgen
kann kommen.**

Wir machen den Weg frei.

Verwirklichen Sie Ihre Ideen und machen Sie Ihr Unternehmen fit für die Zukunft. Durch unsere Nähe und Fachexpertise können wir schnell und individuell auf Ihre aktuellen Herausforderungen eingehen. So finden wir gemeinsam die Finanzierungen, die zu Ihrem Unternehmen und der aktuellen Situation passen. Lassen Sie sich jetzt beraten.

Wenn die Kasse kaum noch klingelt

Die Deutschen gelten als große Bargeld-Fans – noch. Denn Pandemie und Trends wie Mobile Payment und Selfscanning bescheren alternativen Zahlungsverfahren einen starken Schub.

Von Eva Elisabeth Ernst

Als der Urgroßvater von Christian Wiedemann (38) seine Seifensiederei 1856 gründete, wurde grundsätzlich bar bezahlt. In der heutigen Wiedemann Parfümerie GmbH, die sich aus dem Bad Tölzer Handwerksbetrieb entwickelte und an 23 Standorten in Südbayern vertreten ist, haben die Kunden

dagegen deutlich mehr Möglichkeiten, ihren Einkauf zu bezahlen: »Neben Bargeld akzeptieren wir die Girocard sowie die Kreditkarten Visa, Mastercard und American Express«, zählt Geschäftsführer Christian Wiedemann auf. Auch Mobile Payment, also die Bezahlung mit einer in Smartphone oder Smartwatch hinterleg-

ten Kreditkarte, ist möglich. »Und für unsere Kunden aus China bieten wir Alipay an.«

In der Pandemie wollten viele Käufer Kontakte vermeiden – und lieber bargeldlos zahlen. Bei der Parfümerie Wiedemann sank die Zahl der Barzahlungen im Vergleich zum Vor-Corona-Jahr 2019 über



Mit Karte – im Einzelhandel die häufigste Zahlungsweise

Foto: StockPhotoPro/Adobe Stock

alle Standorte hinweg um knapp fünf Prozent. Mittlerweile werden 53 Prozent der Einkäufe per Girocard bezahlt. Der Anteil der Barzahlungen verringerte sich auf 28 Prozent.

Dieser Trend weg von Bargeld an der Kasse lässt sich quer durch alle Segmente des stationären Einzelhandels beobachten. Im Vergleich zu 2019 gingen Bargeldzahlungen deutschlandweit um acht Prozentpunkte zurück. »Corona hat einen großen Schub in Richtung unbare Zahlungsverfahren ausgelöst, bestätigt Nils Deichner, Senior Project Manager bei ibi research an der Universität Regensburg GmbH.

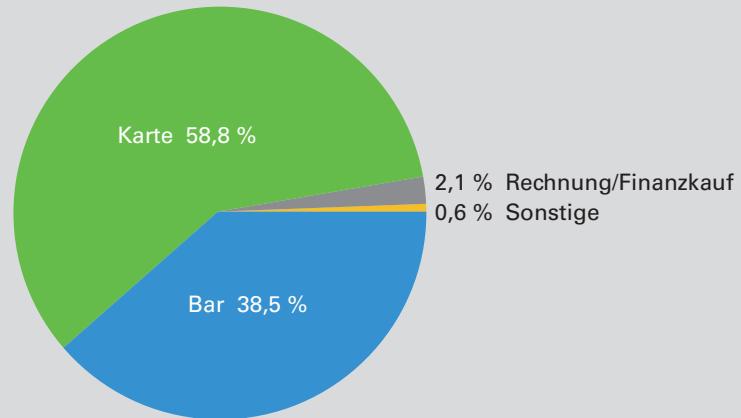
Eine Studie im Auftrag der Initiative Deutsche Zahlungssysteme zeigt, dass 2020 hauptsächlich Sicherheits- und Hygienegründe, allen voran der Respekt vor dem Kassenspersonal, zum Bezahlen per Karte motivierten. 2022 nannten die Konsumenten vor allem die Bequemlichkeit als Grund, warum sie mit Karte zahlen.

Insbesondere das kontaktlose Bezahlen, bei dem Kunden Karte, Smartphone oder -watch selbst in das Kassenterminal stecken oder daranhalten, verbreitet sich weiter. Eine aktuelle ibi-Studie zeigt, dass die meisten Deutschen bereits mindestens eine kontaktlose Bezahlmöglichkeit genutzt haben (s. Grafik »Akzeptierte Vielfalt«). 38 Prozent bezahlen in den Geschäften nun häufiger kontaktlos, in der Altersgruppe der 40- bis 49-Jährigen sind es sogar 43 Prozent.

Im stationären Einzelhandel ist die Girocard das mit Abstand am häufigsten genutzte Zahlungsmittel (s. Grafik »Bargeld auf dem Rückzug«) – und sie gewinnt weiter hinzu: In der ersten Hälfte des vergangenen Jahres wurden in Deutschland 3,17 Milliarden Transaktionen darüber ab-

BARGELD AUF DEM RÜCKZUG

Anteile der Zahlungsarten am Umsatz des stationären Einzelhandels* 2021

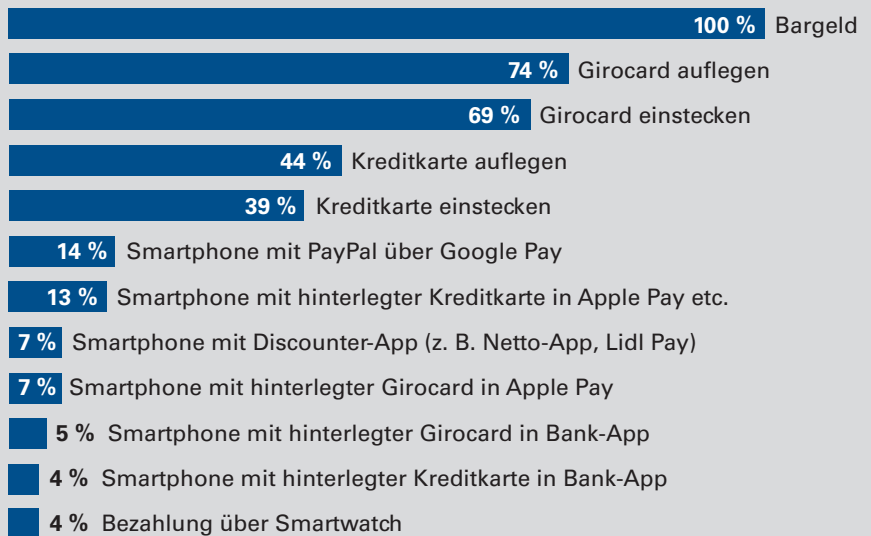


Trend zur Karte – Kunden bezahlen fast 60 Prozent ihrer Einkäufe im Einzelhandel mit Girocard, Kreditkarte & Co.

* Einzelhandel im engeren Sinne – ohne Kfz, Mineralöl, Apotheken, E-Commerce/Versandhandel, inkl. Tankstellenshop-Umsätze

AKZEPTIERTE VIELFALT

Welche Zahlungsverfahren haben Sie schon mindestens einmal für Einkäufe in stationären Ladengeschäften, Restaurants, Apotheken oder an Tankstellen etc. genutzt? (Mehrfachnennungen)



Fast so verbreitet wie Barzahlen – das Auflegen der Girocard auf das Kassenterminal haben fast drei Viertel der Kunden schon einmal genutzt.

gewickelt, ein Plus von mehr als 17 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Im Handel gab es 2022 erstmals mehr als eine Million Akzeptanzpunkte.

Wie stellen sich Unternehmen auf diese Verschiebung im Zahlungsverhalten am besten ein? »Ob ein Einzelhändler seinen Kunden unbare Zahlungsverfah-

ren ermöglichen sollte, hängt natürlich stark vom Sortiment ab«, sagt ibi-Experte Deichner. »Allerdings gilt es heute schon als etwas seltsam, wenn ein Händler ausschließ-

lich Bargeld akzeptiert.« Er empfiehlt daher grundsätzlich auch kleineren Händlern, Zahlungen per Girocard und den beiden hierzu-lande gängigsten Kreditkarten Visa und Mastercard anzubieten.

»Wer viele Kunden aus den USA hat, sollte dazu auch American-Express-Karten akzeptieren. Und für Kunden aus China ist Alipay die beliebteste Zahlungsvariante.« Voraussetzungen für diese unbaren Zahlungsverfahren sind moderne Kartenterminals und Verträge mit den jeweiligen Dienstleistern. Kontaktlose Zahlungen sind bei nahezu allen modernen Kartenterminals möglich. »Falls es nicht klappt, kann diese Funktion in den Einstellungen des Terminals meist ohne größeren Aufwand aktiviert werden«, sagt Deichner.

BEZAHLEN IM E-COMMERCE

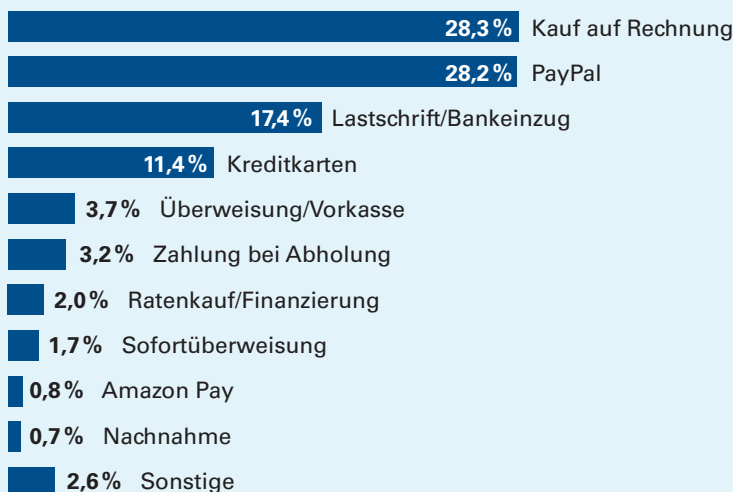
In Onlineshops erwarten Kunden eine große Auswahl an Zahlungsmöglichkeiten. Die beliebtesten sind Kauf auf Rechnung, PayPal sowie Lastschrift/Bankeinzug. Kreditkarten sind erst auf Rang vier zu finden (s. Grafik unten).

»Grundsätzlich ist es sinnvoll, in einem Onlineshop fünf bis sechs Zahlungsverfahren anzubieten«, sagt Nils Deichner, Zahlungsexperte und Project Manager bei ibi Research. »Jeder Konsument hat sein Lieblingszahlungsverfahren und würde vielleicht noch ein, zwei Alternativen akzeptieren. Werden die in einem Onlineshop nicht angeboten, führt dies häufig zum Abbruch des Einkaufs.«

Wie flexibel Kunden im Hinblick auf die Zahlungsmöglichkeiten sind, hängt laut Deichner vom Sortiment, aber auch vom Standing des Onlinehändlers ab. »Kunden, die sündteures Hightech-Equipment kaufen, dürften Verständnis dafür haben, dass eine Zahlung auf Rechnung nicht möglich ist«, erklärt der Experte. »Und wer bei Amazon einkauft, nimmt in Kauf, dass er auf dieser Plattform nicht mit PayPal bezahlen kann.« Angesichts der großen Beliebtheit von PayPal rät Deichner auch kleineren und mittelständischen Händlern im E-Commerce, diese Variante anzubieten – selbst wenn die Kosten des Händlers dafür relativ hoch sind.

AUSWAHL IST WICHTIG

Anteile der Zahlungsarten am Umsatz des deutschen E-Commerce-Markts



Gleich zwei Favoriten – beim Bezahlen im Internet sind PayPal und der Kauf auf Rechnung bei den Kunden gleichermaßen beliebt.

Quelle: EHI-Studie Online-Payment 2022

Kosten im Blick behalten

Die verschiedenen Dienstleister, die an einem unbaren Zahlungsvorgang beteiligt sind, kassieren bei jeder Transaktion Gebühren und Provisionen, die der Händler bezahlt. Der ibi-Experte verweist darauf, dass auch Cash nicht kostenlos ist. »Das Bargeldhandling verursacht mehr Aufwand – vom täglichen Kas- sensturz bis hin zur Geldeinzahlung bei der Bank«, meint Deichner.

Das kontaktlose Bezahlen spart außerdem Zeit. Eine Kartenzahlung ohne PIN-Eingabe dauere durchschnittlich zwölf Sekunden, Mobile Payment sei im Schnitt sogar binnen elf Sekunden erledigt, ermittelte die Euro Kartensysteme GmbH. Wenn Kunden an der Kasse die Karte ins Terminal einstecken müssen, dauert das Bezahlen dagegen 19

Sekunden – genauso lange wie mit Scheinen und Münzen.

Unbare Zahlungsverfahren sind eine gefragte Ergänzung, wenn Unternehmen auf einen der großen Zukunftstrends im Einzelhandel setzen: Selfscanning. Dabei erfassen die Kunden die Preise der von ihnen ausgewählten Artikel selbst – entweder an speziellen Kassenterminals oder direkt am Regal mit Tablets oder anderen mobilen Endgeräten, die der Händler zur Verfügung stellt. Es gibt aber auch appbasierte Lösungen, bei denen Kunden ihre Einkäufe mit ihrem eigenen Smartphone scannen und dann meist auch gleich per Mobile Payment bezahlen.

Während sich Selfscanning hierzulande erst nach und nach durchsetzt, erfreut sich Cashback, also die Möglichkeit, bei Kartenzahlung Bargeld vom eigenen Kon-

to abzuheben und sich an der Kasse auszahlen zu lassen, bereits größerer Akzeptanz. Damit fungiert der Handel quasi als Geldautomat. Das Kölner Forschungsinstitut EHI befragte für seine Studie »Zahlungssysteme im Einzelhandel 2022« 19 große Unternehmen aus den Bereichen Lebensmitteleinzelhandel, Drogeriemärkte, Baumärkte und Tankstellen, die diesen Service anbieten. Ergebnis: Die Firmen zahlen knapp zehn Prozent ihres Bargeldumsatzes auf diese Weise aus. 2019 lag die Quote noch bei 2,8 Prozent.

»Die Kunden wissen Cashback-Angebote durchaus zu schätzen«, sagt Handelsexperte Deichner. »Die Händler müssen dafür allerdings die Transaktionsgebühren bezahlen.« Gemäß der EHI-Studie werden dafür im Schnitt 0,13 Prozent der ausbezahlten Summe fällig. Deichner

empfiehlt Händlern, vor der Einführung von Cashback mit ihren Payment Service Providern über die Gebühren zu sprechen. »Abhängig von der Zahl der Transaktionen gibt es da durchaus Verhandlungsspielraum.«

Bei der Parfümerie Wiedemann gab es bislang keine Anfragen zu Cashback. »Wenn sich unsere Kunden diese Dienstleistung wünschen, werden wir uns damit befassen«, versichert Geschäftsführer Wiedemann. »Schließlich zählen die persönliche, kompetente Beratung, aber auch ein kundenfreundlicher Service zu unseren Erfolgsfaktoren.«

**IHK-Ansprechpartnerin
zum Thema Handel**

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

BÜHNE. BAR. RESTAURANT. CASINO.

GLÄNZENDE AUSSICHTEN SCHENKEN.



Ihre
**GESCHENK-
PAKETE**
auf
[www.spielbanken-
bayern.de](http://www.spielbanken-bayern.de)

schon ab
20 €

SPIELBANK GARMISCH-PARTENKIRCHEN

www.spielbanken-bayern.de



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

Wärmedämmung – Immobilien
sollen nachhaltiger werden



Nachhaltiger Umbruch

Die EU-Taxonomie soll Gelder in nachhaltige Investments lenken und so helfen, die Klimaziele zu erreichen. Auf die Immobilienbranche wirkt sich das gleich mehrfach aus.

Von Eva Müller-Tauber

Die EU verfolgt ehrgeizige Ziele: Bis 2030 soll Europa mindestens 55 Prozent der Treibhausgase im Vergleich zu 1990 einsparen und bis 2050 klimaneutral werden. Dem Gebäudesektor kommt dabei eine wichtige Rolle zu. Schließlich ist er laut EU-Kommission für rund 40 Prozent des Energieverbrauchs und 36 Prozent der Treibhausgasemissionen in der EU verantwortlich.

Erst Mitte März stimmte das Europaparlament dafür, die »Richtlinie über die Gesamtenergieeffizienz von Gebäuden« zu überarbeiten. So müssen nun alle Neubauten spätestens ab 2028 emissionsfrei sein. Auch für die Energieeffizienzklassen gelten künftig strenge Vorgaben.

Das Verschärfen von Richtlinien ist nur eine von vielen Maßnahmen, mit denen die EU Unternehmen im Immobiliensektor zu nachhaltigem Handeln drängt. Womöglich deutlich gravierender könnte sich die EU-Taxonomie auf die Branche auswirken. »Von diesem Regelwerk, das verbindliche Standards für nachhaltiges Wirtschaften innerhalb der EU festlegt und dafür sorgen soll, Gelder vor allem in nachhaltige Investments und Technologien zu lenken, ist die Immobilienbranche gleich in mehrfacher Hinsicht betroffen«, erläutert Bernhard Eichiner, Referatsleiter Gründung, Betriebsführung, Handel und Dienstleistungen bei der IHK für München und Oberbayern.

Die Taxonomie zielt darauf ab, bestimmte Vorgaben in den Bereichen Umwelt, Soziales und Unternehmensführung (Environmental, Social, Governance, kurz ESG) zu erreichen. Sie definiert EU-weit

erstmals einheitlich, welche Wirtschaftstätigkeiten in welchem Umfang und zu welchem Zeitpunkt als nachhaltig einzustufen sind. Und sie gibt Richtlinien für CO₂-Emissionen und Energieeffizienz vor, die zum Beispiel bei Neubauten oder der Sanierung von Bestandsgebäuden berücksichtigt werden müssen.

Im Zuge der Taxonomie dürfte sich daher die Finanzierung von Immobilien verteuern, die ESG-Vorgaben zu wenig oder nicht berücksichtigen, erklärt Eich-

ner der IHK-Experte. Bei Immobilienunternehmen mit mehr als 500 Mitarbeitern kommt als Belastung hinzu, dass sie im Zuge der Taxonomie umfassende Offenlegungs- und Transparenzpflichten erfüllen müssen.

»Das Thema Nachhaltigkeitsregulatorik gehört damit zu den derzeit dringlichsten Themen, mit denen sich die Immobilienbranche neben den vielen aktuellen Herausforderungen auseinandersetzen hat«, bestätigt IHK-Referatsleiterin



Die regulatorischen Leitplanken sind noch nicht vollumfänglich gesetzt. Hier brauchen wir dringend zeitnah Antworten.«

Andreas Eisele, Vorsitzender IHK-Immobilienausschuss

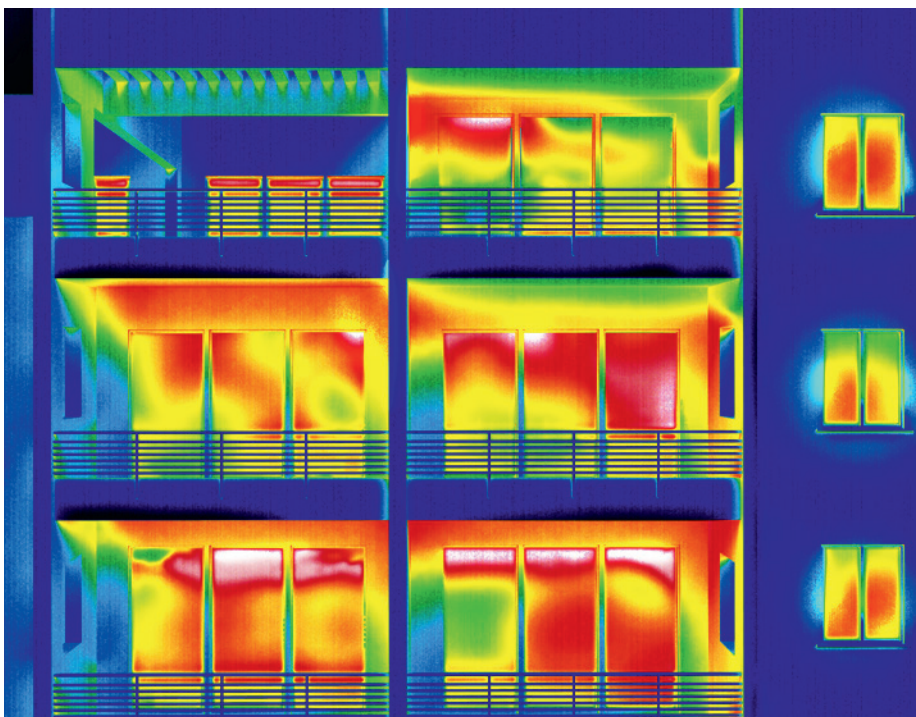
ner. Denn Banken würden ihre Kredite in solchen Fällen restriktiv oder teurer vergeben. Auch sei damit zu rechnen, dass Immobilien an Wert verlieren, zu »stranded assets« werden, sofern sie den regulatorischen Standards besonders zur ökologischen Nachhaltigkeit nur bedingt entsprechen.

Zudem beeinflusst die Taxonomie maßgeblich die Entscheidungen der Investoren am Kapitalmarkt. Diese investieren schon jetzt verstärkt in Produkte, die Nachhaltigkeit großschreiben, so

und Immobilienexpertin Annette Hilpert. »Alle Marktteilnehmer – ob Immobilienverwalter, Bauentwicklungsunternehmer, Investoren oder Banken – müssen den Nachhaltigkeitszielen Vorrang einräumen, denn der Handlungsdruck durch die regulatorischen Vorgaben steigt kontinuierlich.«

Dem gerecht zu werden, ist allerdings nicht einfach. Schließlich stehen Unternehmen im Immobiliensektor gerade einer Vielzahl von Herausforderungen gegenüber, angefangen von steigenden

Foto: electriceye/Adobe Stock



Verbesserungsfähig – der Gebäudesektor verbraucht etwa 40 Prozent der Energie

Zinsen über die Verunsicherung auf den Kapitalmärkten bis hin zu höheren Bau- und Energiekosten.

Die Immobilienbranche ist sich bewusst, dass Nachhaltigkeitsaspekte stärker zu berücksichtigen sind. Sie sieht jedoch auch Nachbesserungsbedarf bei den Vorgaben. »Sicherlich steht die Immobilienbranche noch am Anfang, was die Erreichung der Nachhaltigkeitsziele betrifft. Gleichzeitig sind aber die regulatorischen Leitplanken auch noch nicht vollumfänglich gesetzt«, sagt Andreas Eisele, Vorsitzender des IHK-Immobilienausschusses. »Die Kriterien von ESG sind bei Environmental zum Teil, bei Social and Governance bisher nicht definiert. Hier brauchen wir dringend zeitnah Antworten.«

Gerade kleinere Marktteilnehmer müssten entlastet werden. »Der deutsche Immobilienmarkt zeichnet sich durch kleinteilige gesellschaftsrechtliche Strukturen aus, die besonders von den gestiegenen Nachhaltigkeitsanforderungen betroffen sein werden«, so Eisele. Derzeit erarbeitet die European Financial Reporting Advisory Group (EFRAG) im Zuge der Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) KMU- und branchenspezifische Standards zur Nachhaltigkeitsberichterstattung.

»Hierauf kann und muss die Politik dahingehend einwirken, dass kleinen Playern nicht noch unnötig zusätzliche Bürden auferlegt werden«, fordert Eisele. Die mit Nachhaltigkeitsanforderungen verbundenen Mehrkosten zum Beispiel bei der Sanierung von Bestandsbauten sollten zudem durch Mieter wie Eigentümer getragen werden. Die Politik verhindere dies jedoch zunehmend.

Eine Frage des Preises

Sven Keussen (60), Geschäftsführer der Rohrer Immobilien GmbH in München, weiß um die Notwendigkeit, Immobilien generell und speziell Bestandsimmobilien zeitnah ESG-konform auszurichten. Rund 40 Prozent der Deutschen seien auch bereit, für derart modernisierte Immobilien mehr zu zahlen, so Keussen. »Aber diese Transformation zu mehr Nachhaltigkeit ist nur über eine umfassende finanzielle staatliche Förderung möglich.« Sonst dürften viele Eigentümer gezwungen sein, ihre Immobilien zu verkaufen. »Denn nur durch höhere Mieten lassen sich die zusätzlichen Kosten nicht refinanzieren.«

Die ESG-Ausrichtung wird nach Keussens Ansicht zudem das gesamte Preis-

niveau im Immobiliensektor nach oben ziehen. Dabei gibt es erheblichen Bedarf an günstigen Gebäuden. »Wir haben viele Gewerbemieter, die jetzt 18 Euro pro Quadratmeter in der Stadt zahlen«, so der Geschäftsführer. »Ein Quadratmeterpreis von 30 bis 40 Euro, der nach einer ESG-Modernisierung fällig werden dürfte, wird einigen von ihnen zu hoch sein.« Auch gebe es immer wieder bauliche Hindernisse. »Nicht überall lassen sich Solarpanels montieren«, so Keussen. Bei Neubauten wiederum seien die Taxonomie-Vorgaben so hoch, »das kann ein Bauträger kaum mehr wirtschaftlich darstellen«.

Überregulierung schränke auch die Banken bei der Kreditvergabe ein, moniert Michael Dandorfer, Vorstandsmitglied der Münchner Bank eG. Darunter habe oft der Mittelstand zu leiden. »Die Institutionen sollten sich auf einheitliche Definitionen einigen und gemeinsam Leitplanken setzen, innerhalb derer man sich bewegen kann, aber nicht versuchen, alles im Detail zu regeln«, fordert er. So sei die Einteilung in braune Kredite, die seine Bank nur eingeschränkt, nach gründlicher Abwägung und zu schlechteren Konditionen vergeben dürfe, und grünen, also vordergründig nachhaltigen Krediten, nicht so einfach.

Er nennt ein Beispiel: »Wenn ich Kredite gewähre, über die der Kauf eines Viertels mit alten Siedlungshäusern aus den 1960er-Jahren mit einer grauenhaften CO₂-Bilanz samt Sanierung finanziert wird, ist das nicht an sich eine grüne Investition?« Und was sei höher zu gewichten: die ökologische oder die soziale Komponente? Hier widersprächen sich die ESG-Ziele mitunter, sagt der Bankvorstand und verweist auf den sozialen Wohnungsbau, der unter den gegebenen Bedingungen nur bedingt möglich sei. Kreditgeber benötigen für eine Entscheidung detaillierte Zahlen, welchen Impact

die einzelnen Energieformen wie etwa Photovoltaik oder Gas prozentual bei einem Gebäude ausmachen. »Aber diese Daten liegen oft nicht vor oder sind nur mit unvertretbarem Aufwand zu ermitteln«, sagt Dandorfer. Als Risikomanagementexperte müsse er sich primär darauf fokussieren, wie groß das Ausfallrisiko eines Kredits sei. Und hier lasse sich nicht pauschal sagen, dass grüne Anleihen ein geringeres Risiko bergen. Dandorfer: »Wenn jemand einen Energiestandard KfW 55 plant, müssen am Ende des Tages auch Preise herauskommen, die sich am Markt realisieren lassen, ansonsten steigt das Ausfallrisiko. Die Frage nach einem

sozialen Aspekt ist da noch gar nicht beleuchtet.«

Neue Angebote entstehen

Trotz aller Kritik – die EU-Taxonomie, der stärkere Fokus auf Nachhaltigkeit, bietet für die Immobilienbranche auch Chancen. »Asset- und Property-Management werden an Bedeutung gewinnen«, wagt Eisele einen Blick in die nahe Zukunft. Durch den ESG-Turnaround entstünden neue Angebote im Immobilienbereich (»Manage to green«). »Der Klimawandel und die damit verbundenen Vorgaben werden sich auf die Wertentwicklung einzelner Assetklassen massiv auswirken: Die Nachfra-

ge nach ESG-konformen Gebäuden und die Bedeutung von Innovationen dürften steigen«, erwartet der IHK-Ausschussvorsitzende. »Für die Branchenteilnehmer ist ein langfristiges, strategisches Nachhaltigkeitsmanagement wichtig, um mit den neuen Marktanforderungen erfolgreich umgehen zu können«, so Eiseles Fazit. ●

IHK-Ansprechpartnerin zu Immobilien

Annette Hilpert, Tel. 089 5116-1472
hilpert@muenchen.ihk.de

Ansprechpartner zur EU-Taxonomie

Bernhard Eichiner, Tel. 089 5116-2087
eichiner@muenchen.ihk.de

EIN STANDORT, VIELE MÖGLICHKEITEN.

Mit dem Kaiserreich-Kiefersfelden entsteht direkt an der A93 ein hochmoderner Gewerbepark. Der Standort mit hoher täglicher Frequenz ist ideal für Unternehmensansiedlungen und Dienstleistungen aller Art. Aktuell sind bereits über die Hälfte der Flächen vermietet. Weiters stehen 7.500 Quadratmeter Grundstücksfläche zur Pacht und eigenen Entwicklung mit vorliegendem Bebauungsplan zur Verfügung.



**Fertigstellung
Frühjahr
2024**



Für Auskünfte steht Sebastian Herbig gerne zur Verfügung.
M +49 170 702 65 42
sebastian.herbig@unterberger-immobilien.cc

Mobilität gestalten

Die Allianz »Mobile Zukunft München« will die Verkehrslage im Großraum München nachhaltig verbessern: Erste Lösungen sollen zur IAA Mobility im September 2023 präsentiert werden.

Von Eva Elisabeth Ernst

Wer in München mit dem Auto unterwegs ist, weiß, was Warten bedeutet: 74 Stunden stand jeder Autofahrer dort 2022 durchschnittlich im Stau. Damit ist München Deutschlands Stauhauptstadt. Es folgen Berlin (71 Stunden) und Hamburg (56 Stunden), ergab eine aktuelle Studie des US-Verkehrsdatenspezialisten Inrix.

Wenn es nach der »Mobile Zukunft München – Strategische Allianz für Mobilität & Logistik im Großraum München« (MZM) geht, soll sich das ändern – und zwar zügig: »Wir wollen in den Bereichen Mobilität und Logistik spürbare Verbesserungen für Verkehrsteilnehmer, Anwohner und Wirtschaft erreichen«, sagt Bayerns Verkehrsminister Christian Bernreiter (CSU), der im ersten Jahr Sprecher der Allianz ist.

Die MZM wurde im November 2022 gegründet und wird von einem breiten Teilnehmerkreis aus Politik, Wirtschaft und der öffentlichen Hand getragen (s. Kasten unten). In der Allianz sollen, so der Bayerische Verkehrsminister, »dicke Bretter« gebohrt werden, die Zusammenarbeit sei daher auf mehrere Jahre angelegt. »Dabei ist es ganz wichtig, die Wirtschaft mit im Boot zu haben. Sie kann uns nicht nur sagen, wo Verbesserungen, zum Beispiel



Mehr stehen als fahren –
Verkehr in München

Foto: allesuper_1979/Adobe Stock

im Bereich der Logistik, notwendig sind, sondern auch einen großen Teil zur Lösung beitragen.«

Bis zur IAA Mobility im September 2023 sollen erste Pilotprojekte entwickelt und deren Ergebnisse dort präsentiert werden. »Das ist ein ehrgeiziger Zeitplan«, räumt Bernreiter ein. »Aber wir arbeiten gut zusammen und wollen gemeinsam

die bestmöglichen Ergebnisse erreichen.« Peter Kammerer, stellvertretender Hauptgeschäftsführer der IHK für München und Oberbayern, sieht in der Allianz große Chancen für eine zukunftsfähige, nachhaltige Mobilität in der Region München. »Denn nur gemeinsam können wir die Herausforderungen in diesem Bereich erfolgreich bewältigen und uns mit Innovationen krisenfest aufstellen«, betont er.

Auch der MZM-Partner BMW ist überzeugt, dass der Wandel ein Prozess ist, an dem alle Akteure beteiligt sein müssen: Kommunen, Behörden und Wissenschaft, Verkehrsanbieter, Verkehrsplaner und Fahrzeughersteller. Die Allianz MZM will in den kommenden drei Jahren einen Entwurf einer gemeinsamen Gesamtmobilitätsstrategie für den Großraum München erarbeiten, in den bereits vorliegende Teilzielstrategien, wie etwa die ÖPNV-/Logistik-/Radverkehrsstrategie sowie die Mobilitätsstrategie 2035 der Lan-

DIE PARTNER DER ALLIANZ

Das Netzwerk »Mobile Zukunft München – Strategische Allianz für Mobilität & Logistik« ist eine Kooperation aus Wirtschaft und öffentlicher Hand. Partner sind:

Bayerisches Staatsministerium für Wohnen, Bau und Verkehr; Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie; Bayerisches Staatsministerium für Inneres, Sport und Integration;

BMW AG; Deutsche Bahn AG; IHK für München und Oberbayern; Landeshauptstadt München; Landratsämter Bad Tölz-Wolfratshausen, Dachau, Ebersberg, Erding, Freising, Fürstenfeldbruck, Miesbach, München, Starnberg und Weilheim-Schongau; MAN Truck & Bus SE; Münchner Verkehrsverbund (MVV); Siemens AG; TUM Technische Universität München

deshauptstadt, einbezogen werden.

Darüber hinaus geht es aber auch darum, Problemfelder der Zusammenarbeit zwischen Freistaat und Kommunen sowie der Kommunen untereinander zu identifizieren und konkrete Lösungswege aufzuzeigen. Und schließlich sollen gemeinsam konkrete Maßnahmen zur Verbesserung der Mobilitätsangebote für die Menschen, aber auch für den Wirtschaftsverkehr umgesetzt werden.

Konkrete Projekte

Bisher wurden zehn Teilprojekte definiert. Eines davon ist zum Beispiel die Verbesserung der multimodalen Stadt-Umland-Anbindung. Sie soll dazu beitragen, die Zahl der Pkw-Ein- und -Auspendler in der Stadt und der Region München zu reduzieren.

Am Beispiel des MVG-Haltepunkts Grafing-Bahnhof soll demonstriert werden, wie S-Bahnhöfe als Umstiegsorte in den ÖPNV attraktiver gestaltet werden können. Vorgeesehen sind unter anderem ein größeres Bike-, Scooter- und Carsharing-Angebot, mehr Fahrradstellplätze sowie Ladeplätze für Elektroautos. Auch die Park-and-Ride-Angebote sollen ausgebaut werden.

Beim Reallabor Urbane Logistik, einem MZM-Projekt unter Federführung von Landeshauptstadt und IHK, geht es darum, Emissionen zu reduzieren und sowohl die Standortattraktivität als auch die Versorgungssicherheit zu optimieren. »Wir gehen derzeit verschiede-

ne konkrete Projekte an«, sagt Georg Dunkel, Mobilitätsreferent der Landeshauptstadt München. So werden etwa Flächen in Parkhäusern für integrierte Logistikhubs oder die Fahrzeuge von Handwerkern und Dienstleistungsunternehmen aktiviert.

»Außerdem optimieren wir Lade- und Lieferzonen für den Wirtschaftsverkehr und arbeiten an einem digitalen Logistikflächen-Marktplatz, auf dem Anbieter von Logistikflächen mit interessierten Unternehmen zusammengebracht werden.« Hier kooperiert die Allianz mit dem Start-up Squared GmbH aus München. Auch ein Netzwerk von Radlogistik-Hubs, an denen per Lkw angelieferte Sendungen umgeladen und für den Transport zu den Empfängern im Stadtteil auf Lastenfahrräder verteilt werden, ist in Planung.

Ein weiteres Projekt ist die sogenannte München Box: Dabei handelt es sich um anbieteroffene Paketboxen, an denen Privatkunden und Unternehmer ihre Warensendungen abholen können.

»Zur IAA möchten wir möglichst in Altstadtnähe Pilotprojekte von Logistik-Hubs in einem Parkhaus zeigen«, sagt der Mobilitätsreferent. Der Pilotbetrieb des Logistikflächen-Marktplatzes soll ebenfalls bis dahin laufen, um dort erste Vermittlungserfolge demonstrieren zu können. Am Viehhof soll ein Radlogistik-Hub in Betrieb sein – mit ganz neuen Geschäftsmodellen, die sogar Palettenlieferungen erlauben. ●

IHK-Ansprechpartner zur Allianz »Mobile Zukunft München«

Fritz Francke-Weltmann, Tel. 089 5116-1530

franckeweltmann@muenchen.ihk.de

Annette Hilpert, Tel. 089 5116-1472, hilpert@muenchen.ihk.de



Ihr Standort platzt aus allen Nähten?

Wir

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

**Termintreu.
Nachhaltig.
Kostensicher.**



Hinterschwepfinger



Beschloss zahlreiche Positionen – das IHK-Plenum

Foto: Andreas Gebert

Klarer Vertrauensbeweis

Die Vollversammlung bestellt Manfred Gößl erneut zum Hauptgeschäftsführer und die IHK demonstriert Frauen-Power im Ehrenamt am Weltfrauentag.

Von Martin Armbruster

Das Datum spielt eine Rolle. Die Vollversammlung tagte am 8. März 2023, dem Weltfrauentag – und das bestimmte die Agenda mit. Deshalb startete das Plenum mit einer schönen Geste, einem Strauß Schokoblumen für jede Unternehmerin, die persönlich zur Sitzung kam. Ein Gruppenbild der Frauen zeigte: Noch nie in der IHK-Geschichte war eine Vollversammlung so weiblich. 42 Unternehmerinnen ergeben einen Frauenanteil von 46 Prozent.

Hauptgeschäftsführer Manfred Gößl betonte, die IHK für München und Oberbayern sei heute das »Role Model« für andere Wirtschaftsorganisationen bei der »Einbindung von Frauen-Power im Ehrenamt«. Er nannte konkrete Beispiele des ehrenamtlichen Engagements der Unternehmerinnen – ob in der Politikbe-

ratung, in Medien, bei Veranstaltungen oder als Gastgeberin im eigenen Betrieb. Und er verwies auf anstehende Aktionen der IHK wie den »Girls' Day – Ich werde Chefin!« am 27. April 2023 oder den »Unternehmerinnentag« am 7. Juli 2023.

Ein besonderer Tagesordnungspunkt der Sitzung war aber eine (männliche) Personalie. Die Vollversammlung bestellte Gößl bis 2028 erneut zum Hauptgeschäftsführer der IHK für München und Oberbayern. Damit wird Gößl in den nächsten fünf Jahren auch Hauptgeschäftsführer des BIHK, der Dachorganisation der bayerischen IHKs, bleiben. Gößl zeigte keine Spur von Amtsmüdigkeit, im Gegenteil. Er betonte: »Ich habe Lust darauf.«

Präsident Klaus Josef Lutz sagte, damit werde die IHK weiter von einem Top-Hauptgeschäftsführer geleitet. Gößls

Stellvertreter Peter Kammerer sprach von einer »wegweisenden Entscheidung«. Die IHK profitiere insgesamt von der »unglaublich guten Zusammenarbeit« an der Spitze.

Gößl selbst bot dem Plenum eine Art Leistungsbilanz. Sein Ziel sei eine partizipative, unternehmerische, kommunikative, digitale und wirkungsvolle IHK. Auf diesem Weg sieht er schon deutliche Fortschritte erreicht: Die Zahl der Fachausschüsse ist auf 16, die der Regionalaus-schüsse auf 20 gestiegen. Schon zweimal wurde der IHK-Beitrag auf den niedrigsten Wert Bayerns gesenkt. Die Zahl der messbaren Webseitenabrufe habe sich seit 2019 um den Faktor 3,5 auf 13 Millionen im vergangenen Jahr erhöht. Über 150000 Anfragen gingen letztes Jahr allein im Informations- und Servicezentrum

der IHK ein. Gößl erklärte, durch die Arbeit als bayerische Bewilligungsstelle für die Coronawirtschaftshilfen wisse »da draußen jeder«, was die IHK leisten könne.

Unter dem Tagesordnungspunkt »Politische Themen/Gesamtinteressenvertretung« verabschiedete das Plenum »Mantelpapiere« zur anstehenden Landtagswahl in Bayern und zur Bundespolitik. Laut Kammerer bündeln und legitimieren diese Papiere IHK-Grundsatzpositionen: »Wir müssen jederzeit sprachfähig und inhaltlich up to date sein.«

IHK-Syndikus Beate Ortlepp erklärte, weshalb die geplante EU-Richtlinie über die Haftung für fehlerhafte Produkte ein Irrweg sei. Das deutsche Produkthaftungsgesetz habe sich bewährt und reiche aus. Es gelte der Grundsatz: Der Hersteller haftet für ein mangelhaftes Endprodukt. Nach dem Willen der EU sollten künftig nunmehr auch die Hersteller der Produktkomponenten haften.

Nach Ansicht des IHK-Rechtsausschusses drohten den Zulieferern unkalkulierbare Risiken – zumal auch die Haftungsobergrenze von 85 Millionen Euro fallen soll. Präsident Lutz warnte, dadurch könnten kleine Firmen »in die Luft fliegen«, selbst wenn sie keinen direkten Kundenkontakt hatten. Damit schwäche sich Europa selbst. Das Plenum sah das ebenso und verabschiedete die Position.

Die Vollversammlung beschloss zudem zwei Positionen zu den Themen Klimaschutzverträge und »Superabschreibungen«. Mit Klimaschutzverträgen will die Bundesregierung große Unternehmen mit hohem CO₂-Ausstoß dazu bewegen, auf grüne Energien umzusteigen. Die Mehrkosten werden vom Bund ausgeglichen. Wird die Produktion klimaneutral günstiger als mit fossilen Brennstoffen, zahlen die geförderten Unternehmen ihre Mehreinnahmen an den Staat zurück.

Es gehe um viel Geld, so Gößl. Mit 68 Milliarden Euro plane Bundeswirtschaftsminister Robert Habeck (Grüne), das dürfe nicht nur bei wenigen Großkonzernen ankommen. Was die IHK fordert: einen Deal mit dem Staat, den auch energieintensive Mittelständler nutzen können – mit einem schlanken Auktionsverfahren und mehr Flexibilität. Der angesetzte

Förderzeitraum von 15 Jahren lege die Unternehmen auf eine Technologie fest. Gößl fordert mehr Flexibilität oder eine Öffnungsklausel.

Weiterhin kritisiert er eine Gewinnabschöpfung von bis zu 70 Prozent als absurd hoch. Immerhin habe Berlin den Kreis der förderfähigen Unternehmen schon erweitert. Als Schwellenwert gilt nun ein jährlicher CO₂-Ausstoß von zehn Kilotonnen. Ursprünglich hatte die Grenze bei 30 Kilotonnen gelegen.

Auch mit Blick auf die USA, die derzeit ein Klimaschutzpaket von 370 Milliarden US-Dollar auf den Weg bringen, sprach sich die Vollversammlung dafür aus, ei-

ter und sei aus IHK-Sicht zu kleinkariert gedacht. Die Wirtschaft in ihrer gesamten Breite brauche einen Schub. Corona-, Energie- und Rohstoffkrise hätten Unternehmen Eigenkapital gekostet. Auch die Finanzierungsbedingungen verschlechterten sich.

Gößl stimmte die Vollversammlung auf weiterhin unsichere und herausfordernde Zeiten ein. Der Arbeitskräftemangel und die Energie- und Rohstoffpreise seien für zwei Drittel aller Unternehmen die größten Risiken. Durchgreifende politische Lösungsansätze im Sinne einer Agenda 2030 seien jedoch nicht erkennbar. Auch auf den Zukunftsfeldern künstliche In-



Foto: Andreas Gebert

bleibt weitere fünf Jahre im Amt – IHK-Hauptgeschäftsführer Manfred Gößl

nen »Investitionsturbo durch bessere Abschreibungsregeln« zu zünden. Hintergrund: Im Berliner Koalitionsvertrag ist eine »Investitionsprämie für Klimaschutz und Digitalisierung« vereinbart. Mit Hinweis auf die schwierige Wirtschaftslage mochte sich Bundesfinanzminister Christian Lindner (FDP) aber bislang noch nicht zur Umsetzung der »Superabschreibung« durchringen.

IHK-Syndikus Ortlepp informierte, dass nur noch Investitionen in Klimaschutz von dieser Prämie profitieren sollen. Das provoziere einen Wust an Abgrenzungsfragen, verkompliziere das Steuerrecht wei-

telligenz und Digitalisierung werde man von China und den USA gnadenlos abgehängt. »Da spielen wir nur noch in der dritten Liga«, stellte Gößl fest.

Schließlich zeigte er an einem Unternehmensbeispiel, dass die deutsche Wirtschaft am »Gulliver-Syndrom« leide: Gulliver wurde durch ein Geflecht von Seilen von den Liliputanern am Boden gehalten. So gehe es auch den Selbstständigen und Betrieben in Deutschland. »Nehmt uns die Fesseln ab und lasst uns einfach mal arbeiten«, appellierte Gößl unter dem Applaus der Vollversammlung an die Politiker in Deutschland und Europa. ●

Neue Wege, neue Chancen

Fachkräfte aus dem Ausland können exzellentes Know-how in bayerische Betriebe bringen. Das Projekt »Hand in Hand for International Talents« unterstützt Firmen bei der Rekrutierung.

Von Mechthilde Gruber

Er ist in Deutschland sehr willkommen: Elektrotechniker Vladimir Gaal aus Brasilien ist einer der ersten vermittelten Bewerber des Pilotprojekts »Hand in Hand for International Talents«. Seit April 2022 ist er bei der Logatec GmbH im thüringischen Kölleda beschäftigt. Das Familienunternehmen ist spezialisiert auf After Sales Service und Fertigung von elektronischen Produkten. »Wir brauchen dafür exzellente Techniker«, sagt Personalchefin Manuela Zühlsdorff (54). »In Deutschland konnten wir keine rekrutieren.«

Mit der Teilnahme am Projekt habe ihre Firma ein Rundum-sorglos-Paket erhalten, so Zühlsdorff. »Mit den vielfältigen Anforderungen der Behörden mussten wir uns nicht beschäftigen.« Von der Anerkennung der Abschlüsse des Bewerbers, dem ersten Vorstellungsgespräch per Video bis hin zu den Aufenthaltstiteln wurde alles von den »Hand in Hand«-Projektpartnern übernommen und geklärt.

Logatec-Mitarbeiter Gaal ist einer von mehr als 40 gut ausgebildeten Fachkräften, die bisher mit dem Pilotprojekt »Hand in Hand for International Talents« nach Deutschland gekommen sind, um zu bleiben. Das vom Bundeswirtschaftsministerium geförderte Projekt unterstützt insbesondere kleine und mittlere Unternehmen bei der Rekrutierung von Fachkräften aus den Drittstaaten Brasilien, Indien und Vietnam. Unter Führung der DIHK und der Bundesagentur für Arbeit sind die Auslandshandelskammern (AHKs) der drei Rekrutierungsländer sowie die IHKs und Arbeitsagenturen in den beteiligten Pilotregionen in Deutschland eingebunden.

Seit Anfang 2023 nimmt auch die IHK für München und Oberbayern an diesem Pilotprojekt teil, das IHK-Mitgliedsunternehmen vorbehalten ist. Der Fokus liegt dabei auf den Regionen München Stadt



Fand Fachkräfte aus Brasilien – Maik Gronau, Chef von GWA Hygiene

Foto: GWA Hygiene

und Land sowie dem Arbeitsagenturbezirk Weilheim.

Das Projekt konzentriert sich vorerst auf IHK-Berufe aus Elektronik und Elektrotechnik, Informatik und Gastgewerbe. »Die Rekrutierung im Ausland ist gerade für kleinere Unternehmen ein sehr komplexer Prozess, denn trotz Fachkräfteeinwanderungsgesetz gibt es noch immer viele bürokratische Hürden«, sagt Sebastian John, Fachkräftereferent sowie »Hand in Hand«-Projektkoordinator bei der IHK in München.

Die Zahl der bisher vermittelten Bewerber sei zwar relativ niedrig. Quantität sei aber auch nicht das wichtigste Ziel des Pilotprojekts, erklärt Carolin Ruppert, Projektleiterin bei der DIHK Service GmbH. Vielmehr zähle Qualität: »Mit dem Pilotprojekt wollen wir in einem kleinen, abgesteckten Rahmen die Prozesse der Fachkräfteeinwanderung beleuchten, Strukturen testen,

Hürden identifizieren und dafür Lösungen erarbeiten.«

Durch das Netzwerk der Kooperationspartner bietet »Hand in Hand für International Talents« den teilnehmenden Unternehmen schon jetzt umfassende Unterstützung: Die IHKs sind für ihre Mitgliedsfirmen die direkten Ansprechpartner und Koordinatoren. Die AHKs in Brasilien, Indien und Vietnam rekrutieren geeignete Fachkräfte und kümmern sich noch vor Ort um die Anerkennung des Berufsabschlusses, um eine erste Sprachqualifizierung sowie um das Visaverfahren.

Die Nachfrage von Bewerbern ist hoch, besonders in Brasilien. Die Arbeitsmarktlage dort ist schwierig, Deutschland als Einwanderungsland attraktiv. Aus dem Pool von Bewerbern können die Firmen mithilfe anonymisierter Kurzprofile geeignete Kandidaten auswählen. Die Agentur für Arbeit übernimmt das weitere Management.

Unterstützt durch Dolmetscher, findet ein virtuelles Bewerbungsgespräch statt. Ist die Vermittlung erfolgreich, zahlen Firmen eine von der Unternehmensgröße abhängige Pauschale, mit der viele Leistungen wie etwa Berufsanerkennungsverfahren, Sprachqualifizierung B1 oder Visaverfahren abgedeckt sind.

Die Hürden, die bei der Fachkräfteeinwanderung aus Drittstaaten auftauchen, sind nicht neu, sagt DIHK-Projektleiterin Rupert. »Es geht vor allem um die Beschleunigung der Verwaltungsprozesse bei Visa. Sie dauern zu lange, weil ausreichende Kapazitäten fehlen.« Das Visum für den neuen Mitarbeiter aus Brasilien war auch bei Logatec die größte Herausforderung, sagt Personalchefin Zühlsdorff: »Er hätte sonst schon drei Monate früher nach Deutschland kommen können.«

Umfassendes Know-how

Die Integration von Elektrotechniker Gaal in Deutschland lief dagegen von Anfang an reibungslos. Um diesen Part hat sich die Firma hauptsächlich selbst gekümmert: ihn vom Bahnhof abgeholt, ein Zimmer vermittelt, den Kühlschrank mit Lieblingssessen gefüllt und schon vorher seine Hobbys erkundet und ihm einen Platz im Bogenschützenverein vermittelt. »Wir wollen unsere Fachkräfte an uns binden«, sagt Zühlsdorff. »Da geht es nicht um Geld allein. Sie müssen sich in unserem Unternehmen wohlfühlen, damit sie bleiben.« Mit dem brasilianischen Mitarbeiter hat Logatec einen hervorragenden Techniker gewonnen, das Unternehmen profitiert von seinem umfassenden Know-how. »Wir hoffen deshalb, noch eine weitere Fachkraft aus Brasilien rekrutieren zu können«, so die Personalchefin.

Auch die GWA Hygiene GmbH aus Stralsund hatte schon diverse Möglichkeiten genutzt, um qualifiziertes Fachpersonal zu finden – ohne nennenswerte Ergebnisse.

»Das Projekt »Hand in Hand for International Talents« bot uns eine neue Chance«, sagt Geschäftsführer Maik Gronau (32). Mit Erfolg: Seit April 2022 arbeitet ein Ehepaar aus Brasilien in der jungen Firma, die Technologieprodukte für Krankenhäuser entwickelt. Neun Monate dauerte es, bis die Fachinformatikerin Bianca Rodrigues de Castro und ihr Mann, Hardware-Entwickler Marcello Simon, nach Stralsund kommen konnten. »Die Beratung und Betreuung durch IHK und Arbeitsagentur während des gesamten Prozesses war sehr intensiv, vor allem in Bereichen, mit denen wir nicht täglich zu tun haben«, sagt Gronau.

So wurde das Unternehmen etwa durch die lokale Ausländerbehörde vor einige Herausforderungen gestellt, die den Einstellungsprozess verzögerten. Gemeinsam mit der IHK-Ansprechpartnerin konnten sie aber gemeistert werden. »Das war eine willkommene Unterstützung«, sagt der Geschäftsführer.

Die beiden brasilianischen Fachkräfte haben sich im Betrieb bereits bewährt, sie sind ein wichtiger Teil des Teams geworden. »Mittlerweile haben sie leitende Tätigkeiten übernommen«, sagt Gronau. Für die gelungene Integration des Ehepaars hat sich die Firma stark engagiert. »Wir als Unternehmen können dafür sorgen, dass sich die neuen Mitarbeiter wohlfühlen«, sagt der Geschäftsführer. Dazu gehören auch gemeinsame Aktivitäten mit den Kollegen jenseits der Arbeit, wie etwa die Unterstützung bei der Wohnungseinrichtung, Teamevents oder Spieleabende. Gronau ist überzeugt: »Damit die Integration langfristig gelingt, braucht es Anstrengungen von allen Beteiligten.« ●

IHK-Ansprechpartner zu »Hand in Hand for International Talents«

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

Das
nach da?
Läuft.



Unsere Förderanlagen.
Automatisch, innovativ,
wirtschaftlich & leise.

Wertvolle Hilfe

Immer mehr Firmen unterstützen Arbeitskräfte aus dem Ausland im Verfahren zur Anerkennung ihrer Berufsqualifikation. Wie es funktioniert, zeigt das Unternehmen Benes.



Foto: Benes Kabelverlegung

Siegel »Wir fördern Anerkennung« für vorbildliches Engagement – Benes Ljaic, Geschäftsführer Benes Kabelverlegung, Enisa Rebronja, Assistenz der Geschäftsleitung, und Mitarbeiter Meho Dardagan mit IHK-Referentin Victoria Shuliak (v.l.)

Von Sabine Hölper

Seit mehr als 25 Jahren ist die Benes Kabelverlegung GmbH auf dem Gebiet der Gewerbe- und Industrieverkabelung tätig. Der Gründer und Geschäftsführer Benes Ljaic beschäftigt zwischen acht und 15 Mitarbeiter. Doch neue Mitarbeiter zu finden, wird zunehmend schwieriger. Allein aus dem Inland kann Ljaic den Bedarf an Fachkräften längst nicht mehr decken. Also rekrutiert der Elektriker, dessen Eltern Ende der 1960er-Jahre als Gastarbeiter aus Montenegro nach Deutschland kamen, vor allem in den Balkanstaaten – mit einigem Erfolg.

Eine Fachkraft, die aus dem Ausland nach Deutschland einreisen will, muss jedoch in der Regel das Anerkennungsverfahren durchlaufen. Dabei wird geprüft, ob und in welchem Umfang ihre ausländische Berufsqualifikation mit der deutschen vergleichbar ist. Dies gilt insbesondere für Menschen aus Drittstaaten, wozu die meisten Länder des Balkans zählen.

Da sich die Jobinteressenten aber häufig schwertun, das Anerkennungsverfahren allein zu beantragen, hilft Ljaic ihnen dabei. Ebenso unterstützt er beim Visumverfahren. »Wenn ein Bewerber überzeugt, muss man bereit sein, sich Mühe zu ma-

chen«, sagt der Unternehmer. Am Ende zahle sich der Aufwand schließlich aus. »Man stellt gute Mitarbeiter ein – und die sind nun mal die Säule einer Firma.«

Was für Benes Kabelverlegung gilt, gilt für viele Unternehmen: Wer offen dafür ist, Fachkräfte im Ausland zu rekrutieren, beugt dem Fachkräftemangel vor. Dabei lohnt es sich, die Kandidaten beim Anerkennungsverfahren zu unterstützen. Denn es wäre fatal, wenn ein aussichtsreicher Bewerber nur deshalb nicht im Betrieb anfangen würde, weil er mit den Formularen überfordert ist. Außerdem: »Durch die Unterstützung steigt die At-

BUNDESWEITE AUSBILDUNGS- KAMPAGNE

**JETZT
#KÖNNENLERNEN**

**SEIEN SIE DABEI
MIT IHREM BETRIEB!**



**Ausbildung
macht mehr
aus uns**

Die bundesweite IHK-Initiative hat das Ziel, ein neues „Lebensgefühl Ausbildung“ bei der jungen Zielgruppe, ihren Eltern und Lehrern zu verankern. Nutzen Sie die Botschaften und Motive der Kampagne für Ihr Ausbildungs-marketing – digital und vor Ort. Laden Sie sich das kostenlose Basis-Paket mit vielen Werbemitteln runter:

📄 download.ausbildung-macht-mehr-aus-uns.de

Informationen zur Kampagne erhalten Sie bei Ihrer IHK:

☎ 089/5116-0

@ koennenlernen@muenchen.ihk.de

📄 ausbildung-macht-mehr-aus-uns.de

BERUFSANERKENNUNG: INFOS UND BERATUNG

IHK-Mitarbeitende beraten Antragsteller und unterstützende Unternehmer kostenlos zur Berufsanerkennung. Sie legen gemeinsam mit dem Antragsteller den deutschen Referenzberuf fest und helfen beim Ausfüllen des Antrags und der Zusammenstellung der Unterlagen. Die IHK informiert ebenfalls zu einer möglichen finanziellen Förderung des kostenpflichtigen Anerkennungsverfahrens. Zum Beratungsgespräch sollten Antragsteller sämtliche Abschlusszeugnisse aus

dem jeweiligen Land, Nachweise über bereits gesammelte Berufserfahrungen sowie Nachweise und Zeugnisse über weitere Qualifikationen mitbringen. Die IHK-Website bietet weitere Informationen zum Anerkennungsverfahren und zur antragsbegleitenden Beratung, zahlreiche Tipps zur Rekrutierung im Ausland sowie Hinweise zur Einreise und Beschäftigung von internationalen Fachkräften aus Drittstaaten: www.ihk-muenchen.de/berufsanerkennung

«...benötigen», sagt IHK-Expertin Shuliak.

Die Berufsanerkennung basiert auf dem 2012 in Kraft getretenen Gesetz über die Feststellung der Gleichwertigkeit von Berufsqualifikationen (BQFG). Auch Personen, die bereits in einem deutschen Betrieb arbeiten, können seither ihren ausländischen Berufsabschluss mit einem deutschen Referenzberuf vergleichen und anerkennen lassen. Das

ist sowohl für Mitarbeiter als auch für Unternehmen von Vorteil. Das Verfahren kann sich, so Ljaic, jedoch über Monate hinziehen. Denn die Unterlagen müssen vollständig sein, was bei der recht langen Liste Zeit erfordert. Ferner müssen das ausländische Abschlusszeugnis inklusive Fächerliste sowie Nachweise über Berufserfahrungen und Befähigungen von einem öffentlich bestellten oder beeidigten Übersetzer übersetzt werden. Dennoch ist nicht jede Übersetzung perfekt, was einen Vergleich mit dem deutschen Referenzberuf erschwert. Vor allem aber sehen ausländische Zeugnisse nicht immer wie deutsche aus. »Die Normen und Standards weichen zum Teil stark von unseren ab«, sagt Ljaic. »Manchmal wurde etwas mit der Hand hineingeschrieben.« Die Folge: »Die Unterlagen gehen mitunter mehrmals hin und her.« Das müsse man akzeptieren, meint der Unternehmer. Denn am Ende zähle das Ergebnis: Der Betrieb kann einen neuen Mitarbeiter willkommen heißen.

traktivität des Unternehmens auf dem Arbeitsmarkt und die Wertschätzung seitens der Mitarbeiter«, sagt Viktoriia Shuliak, Fachreferentin Berufsanerkennung bei der IHK für München und Oberbayern. Ljaic hat für sein großes Engagement kürzlich das Siegel »Wir fördern Anerkennung« erhalten. Vergeben wird es vom Projekt »Unternehmen Berufsanerkennung« (UBA) für Firmen, die auf herausragende Weise Beschäftigte im Ver-

fahren der Anerkennung ausländischer Berufsabschlüsse unterstützt haben. UBA wurde von der Deutschen Industrie- und Handelskammer (DIHK) und vom Zentralverband des Deutschen Handwerks (ZDH) initiiert und will eine erfolgreiche Fachkräfteeinwanderung stärken. Beim Anerkennungsverfahren stehen die IHKs ihren Mitgliedsunternehmen beratend zur Seite (s. Kasten oben). Das Prinzip der Berufsanerkennung ist einfach: Sie bietet Unternehmen ein offizielles und rechtssicheres Verfahren, das bescheinigt, wie groß die Übereinstimmung der ausländischen Qualifikation mit dem vergleichbaren deutschen Abschluss ausfällt. Am Ende des Verfahrens steht der Anerkennungsbescheid, der die Ergebnisse des Anerkennungsverfahrens übersichtlich und in deutscher Sprache darstellt.

Das Ergebnis kann die »volle Gleichwertigkeit« sein. Das heißt, es bestehen keine Unterschiede zum deutschen Referenzberuf. Bei der »teilweisen Gleichwertigkeit« wurden wesentliche Unterschiede festgestellt. Diese können in einer »Anpassungsqualifizierung« ausgeglichen werden. »Die Anerkennung ist somit ein Instrument, um zuverlässig einzuschätzen, welche Qualifikationen mit dem ausländischen Berufsabschluss verbunden sind und an welchen Stellen Bewerber beziehungsweise Mitarbeiter möglicherweise eine Nachqualifizie-

«...benötigen», sagt IHK-Expertin Shuliak.

Mehr zur Beschäftigung ausländischer Fachkräfte und zur Berufsanerkennung: unternehmen-berufsanerkennung.de

IHK-Ansprechpartnerin zum Anerkennungsverfahren Viktoriia Shuliak, Tel. 089 5116-1679 berufsanerkennung@muenchen.ihk.de

BEFESTIGUNGSTECHNIK

PAULIS

www.paulis-befestigungstechnik.de



HiKOKI
HIGH PERFORMANCE POWER TOOLS

Paslode

haubold®

RGN® EUROPE
FASTENING SYSTEMS

**Nägeln • Klammern • Schrauben
Druckluftgeräte • Werkzeuge • Reparaturen**

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

Mehr Tempo

Steuerprüfungen müssen schneller und effizienter werden. Neue gesetzliche Vorgaben und ein bayerisches Pilotprojekt sollen es möglich machen.

Von Monika Hofmann

Eine moderne Betriebsprüfung muss mit aktuellen Entwicklungen in der Wirtschaft Schritt halten«, sagt Bayerns Finanzminister Albert Füracker (CSU). Der Freistaat hat daher ein Pilotprojekt gestartet, das vorhandene Compliance-systeme der Unternehmen in die steuerliche Betriebsprüfung miteinbezieht. Mit den Erkenntnissen aus dem Projekt will Bayern die Prüfungsmethoden weiterentwickeln. »Das macht Steuerprüfungen künftig effizienter und schneller«, verspricht Füracker. Ziel müsse es sein, unternehmensinterne Steuerkontrollsysteme rechtssicher in Außenprüfungen zu berücksichtigen – und auch das Bundesrecht noch entsprechend zu modernisieren. Die IHK für München und Oberbayern befürwortet seit Langem einen kooperativen Ansatz im Steuerverfahren. So hatte der IHK-Finanz- und Steuerausschuss bereits vor rund sechs Jahren ein entsprechendes Positionspapier beschlossen. Es zeigt neue kooperative Wege für weniger Bürokratie und mehr Effizienz im Steuerverfahren. »Seitdem setzen wir uns nachdrücklich für diese Vorschläge ein«, sagt Martin Clemens, Leiter des IHK-Steuerreferats. Das Pilotprojekt des Freistaats ist nun ein Schritt in diese Richtung.

Was ändert sich für Betriebe?

Wer bestimmte Steuerkontrollsysteme nutzt und sich gegenüber der Finanzverwaltung transparent zeigt, soll künftig von einer schnelleren Abwicklung der Prüfungen profitieren – und damit früher Rechtssicherheit erhalten. Voraussetzung ist, dass die Systeme spezifische Anforderungen erfüllen und von den Behörden als wirksam für die Prüfung zugelassen werden. »Derzeit bauen viele Firmen interne Steuerkontrollsysteme auf, um das Einhalten steuerlicher Pflichten zu sichern«, beobachtet IHK-Experte Clemens. Diese Systeme sollen dafür sorgen, dass sich Firmen



Foto: SMFH/Christian Blaschka

Startete Pilotprojekt – Bayerns Finanzminister Albert Füracker

regelmäßig verhalten und das auch dokumentieren können. Zugleich verfügen sie über interne Warnsysteme bei Fehlern.

Was ist die gesetzliche Grundlage?

Die Bundesregierung hat im Dezember 2022 die gesetzlichen Grundlagen zur Modernisierung des Steuerfahrensrechts geschaffen. Ziel ist es, das Besteuerungsverfahren, insbesondere bei Prüfungen, schneller zu gestalten.

Seit 1. Januar 2023 gelten unter anderem folgende Neuerungen. Das Gesetz

- ermöglicht elektronische Verhandlungen einschließlich Schlussbesprechung,
- vereinheitlicht digitale Schnittstellen für den standardisierten Datenexport,
- sieht vor, dass bei Steuerkontrollsystemen (Tax-Compliance-Management-Systemen, kurz Tax CMS) von 1. Januar 2023 bis 31. Dezember 2029 alternative

Prüfungsmethoden bei der Außenprüfung erprobt werden,

- ermöglicht auf Antrag Erleichterungen, wenn eine Firma über ein geprüftes und als wirksam erachtetes Steuerkontrollsystem verfügt.

2025 treten weitere Neuerungen in Kraft, unter anderem:

- Die Mitwirkungspflichten im Bereich der sogenannten Verrechnungspreisdokumentation werden verschärft. Verrechnungspreise betreffen intern vom Unternehmen festgelegte Preise. Damit bewertet es die Leistungen, die beispielsweise zwischen Mutter- und Tochterfirma entstehen. Verschärfungen gibt es auch für weitere Anzeige- und Berichtigungspflichten.
- Prüfungsfeststellungen einer Außenprüfung erfolgen – wie bisher – unanfechtbar in einem Steuer- oder einem Feststellungsbescheid. Neu ist, dass dies auch in einem Teilabschlussbescheid geschehen kann. Ein bindender Teilabschluss für abgrenzbare und abschließend geprüfte Bereiche ist möglich.
- Ein neues Sanktionssystem zur Mitwirkung von Steuerpflichtigen bei Außenprüfungen wird eingeführt.

All diese Änderungen sollen schneller als bisher Rechtssicherheit schaffen. Denn Unternehmen klagen über den oft langen Zeitraum zwischen Beginn und Abschluss einer steuerlichen Außenprüfung. Für die Steuerpflichtigen stellt dies eine erhebliche Belastung dar. Den Rahmen der Außenprüfung zu erneuern, sodass das Verfahren beschleunigt wird, sei daher wichtig, sagt IHK-Experte Clemens: »Ebenso bedeutsam ist aber, dass die Mitwirkungspflichten der Steuerpflichtigen nicht zugleich überborden.«

IHK-Ansprechpartner zu Steuern

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

Den Wildwuchs lichten

Siegel und Zertifikate können Unternehmen helfen, sich nachhaltig aufzustellen. Aber wie finden Firmen unter der Vielzahl der Angebote das für sie passende?

Von Gabriele Lüke

Was für ein Dschungel! Diesen Ausruf kennt Yvonne Zwick (46), Vorsitzende des Netzwerks für nachhaltiges Wirtschaften B.A.U.M. e.V., nur zu gut. Er kommt stets als Erstes, wenn Unternehmer bei ihr anrufen und sich nach einem Gütesiegel oder Zertifikat erkundigen, das ihnen hilft, sich ökologisch und sozial nachhaltiger aufzustellen.

Nach durchaus noch aktuellen Arbeiten des Büros für Technikfolgen-Abschätzung beim Deutschen Bundestag von 2017 sind in Deutschland rund 1000 verschiedene, von unabhängigen Institutionen vergebene Nachhaltigkeitsiegel registriert. Sie alle wollen den siegelnutzenden Unternehmen bestätigen, dass diese gesund, umweltschonend, biologisch, tierschutzgerecht, regional, CO₂-neutral, fair oder nicht korrupt agieren.

»Die meisten Betriebe sehen die Vorteile, die positive Botschaft eines Siegels«, beobachtet Zwick. »Sie fühlen sich von der Angebotsmenge zugleich komplett überfordert und tun sich schwer, zu beurteilen, welche Siegel jenseits der einschlägig bekannten seriös und aussagekräftig genug sind.« Zumal auch immer wieder Kritik an der Qualität einzelner Siegel laut wird. Nicht zuletzt die Umweltorganisation Greenpeace hat einen strengen Blick darauf und meldet, wenn sie Siegel als irreführend oder als Greenwashing einstuft.

»Solche Warnungen gilt es natürlich bei der Siegelwahl im Hinterkopf zu behalten«, sagt Alexandra Scholz, CSR-Expertin bei der IHK für München und Oberbayern. »Grundsätzlich bleibt die Möglichkeit, sich eines Siegels oder Zertifikats zu bedienen, für Unternehmen aber eine interessante Option.« Denn durch den Green Deal der EU, das Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz (LkSG), die Ausweitung von Berichtspflichten und wachsende Anforderungen



Betriebsbegehung – Naturland-Mitarbeiterin mit Chia-Farmern im Nordosten Thailands

Foto: Naturland

von Kunden, Auftraggebern und Investoren sind die Betriebe mehr und mehr in Zugzwang: Sie müssen belegen, dass sie ökologisch und sozial sorgfältig agieren. »Da sind seriöse Siegel und Zertifikate durchaus hilfreich und können wirksame Zeichen setzen«, betont Scholz.

Aber wie finden Unternehmen das passende Siegel? Zunächst empfiehlt sich eine Bestandsaufnahme:

- Welche Standards sind im Betrieb schon etabliert?
- Ist die Firma von gesetzlichen Sorgfaltspflichten betroffen?
- Was erwarten die Kunden?
- Was will ein Unternehmen aus Überzeugung leisten?
- Wo gibt es eventuell Defizite?

Bei der Bestandsaufnahme kann zum Beispiel der Kriterienkatalog des Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK) helfen, rät B.A.U.M.-Expertin Zwick. Unternehmen können sich überdies an entsprechende gemeinnützige oder staatliche Institutionen wenden, über seriöse Plattformen wie das »Forum Fairer Handel« und »Siegelklarheit« recherchieren, private Beratungsunternehmen konsultieren oder in Branchenverbänden nachfragen.

Ausschlaggebend für die finale Wahl eines Gütesiegels, so betont Zwick nachdrücklich, sei stets dessen Glaubwürdigkeit: »Die siegelvergebende Organisation muss die Methodik offenlegen und klar nachweisen, dass sie an die eigene Governance strenge Kriterien anlegt, sauber und transparent arbeitet, die Bedingungen vor Ort prüft, Siegel im Konfliktfall oder über die Jahre auch wieder aberkennt.« Nur dann seien Siegel und Zertifikate ein echter Sorgfalts- und Qualitätsbeweis – und wirken dauerhaft positiv nach außen. Unternehmen müssten Siegel daher stets doppelt prüfen: Belegen sie erstens inhaltlich, was es zu belegen gilt, und sind sie zweitens glaubwürdig?

Bei der Siegelsuche hilft kostenlos und online der frisch veröffentlichte Standards-Kompass des bundeseigenen Helpdesks Wirtschaft & Menschenrechte in Berlin. Der Helpdesk WiMR unterstützt seit 2017 Unternehmen bei der Umsetzung der UN-Leitprinzipien »Wirtschaft und Menschenrechte« beziehungsweise des daraus entstandenen Nationalen Ak-

tionsplans »Wirtschaft und Menschenrechte« (NAP). Leitprinzipien und NAP wollen darauf hinwirken, dass Unternehmen freiwillig menschenrechtliche Sorgfalt in den internationalen Lieferketten walten lassen. Für große Betriebe ist dies durch das Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz inzwischen bereits zur gesetzlichen Regel geworden. »Zielgruppe des Tools sind vor allem kleinere und mittlere Zulieferer, die nicht direkt gesetzlich betroffen sind, aber von ihren Auftraggebern in die Mitverantwortung für eine faire Lieferkette genommen werden«, erläutert Helpdesk-Berater Malte Drewes.

Aktuell vergleicht der Standards-Kompass 20 Zertifikate und Mitgliedsinitiativen. Alle sind international im Einsatz und von der UN-Agentur International Trade Center (ITC) geprüft. Nutzer erhalten eine detaillierte Darstellung und Bewertung des jeweiligen Standards anhand von 40 Kriterien entlang der fünf Phasen des Sorgfaltsprozesses: Strategie und Politik, Risikoanalyse, Maßnahmen, Wirksamkeitskontrolle und Kommunikation sowie Beschwerden und Wiedergutmachung.

»Mit dem Tool finden die Nutzer leichter das Siegel, das ihren Anforderungen entspricht«, sagt Drewes. »Dabei ist unser Standards-Kompass kein Compliance-Tool.« Nur weil ein von ihm bewertetes Angebot genutzt werde, schütze dies nicht vor etwaigen Sanktionen oder Bußgeldern. Perspektivisch soll der Standards-Kompass wachsen und immer mehr Siegel aufnehmen.

Wie gehen Firmen vor?

Bereits vor mehr als zehn Jahren hat die BTS Turbo GmbH, ein Betrieb der Bauer Unternehmensgruppe GmbH & Co. KG in Weilheim, begonnen, sich mit Siegeln und Zertifikaten auseinanderzusetzen. »Wir wollten aus unseren eigenen Ansprüchen heraus ökologisch und sozial vorbildlich sein, dazu wollten wir uns auch zertifizieren lassen – und fanden uns im Siegeldschungel wieder«, sagt Qualitätsmanager Robert Wittig (42).

Das Unternehmen machte mit der Checkliste »Nachhaltigkeitsmanagement«, die in Zusammenarbeit von BIHK und Bayerischem Landesamt für Umwelt entstanden ist, zunächst eine Bestandsaufnahme und



KREDITVERSICHERUNG
(WKV)

INSOLVENZANFECHTUNG

FACTORING

ESG-DIGITAL-SOLUTION
(Taxonomiepflichten)



<https://esg-gesetz.de>

BUSCHKOTTE
WORKING CAPITAL MANAGEMENT

Obere Hauptstraße 6
85354 Freising (Verwaltung)

definierte Ziele. »Anschließend fiel die Wahl des passenden Zertifikats viel leichter«, sagt Wittig.

Das Unternehmen entschied sich für die ISO-Zertifikate 14001 und 50001. Es wurde zudem Mitglied im Umwelt- und Klimapakt Bayern sowie beim Kooperationsprojekt Ökoprofit, das auf die Senkung von Betriebskosten bei gleichzeitiger Schonung von Ressourcen abzielt. Auf Kundenwunsch ließ es sich noch nach EcoVadis zertifizieren, einem internationalen Nachhaltigkeitsiegel, das sich ebenfalls auf der Liste des Standards-Kompasses befindet. »Ein aussagekräftiges, seriöses Zertifikat zu erhalten, ist ein aufwendiger, zeitintensiver Prozess, insbesondere für ein mittleres Unternehmen wie unseres mit 250 Beschäftigten«, fasst Wittig seine Erfahrungen zusammen.

Das Unternehmen sieht sich mit drei spezialisierten Mitarbeitern im Nachhaltigkeitsbereich bereits sehr gut aufgestellt. Dennoch habe es zum Beispiel bei EcoVadis zwei Wochen gebraucht, um den 38-seitigen Fragebogen sauber zu beantworten. »Wir haben 55 Dokumente



Ein aussagekräftiges Zertifikat zu erhalten, ist ein aufwendiger Prozess.«

Robert Wittig,
Qualitätsmanager Bauer
Unternehmensgruppe



Foto: Bauer Unternehmensgruppe

beigelegt, fanden manche Frage für unseren Kontext überflüssig, andere, wie etwa ethische Aspekte, zu lasch«, so Wittig. Den Standards-Kompass hält er für hilfreich. »Je schneller wir ein seriöses Siegel finden, umso eher können wir mit der eigentlichen Arbeit beginnen.«

Auch aus Sicht der siegelvergebenden Institutionen ist es sinnvoll, wenn Firmen Unterstützung bei der Auswahl bekommen. »Fachlich gute Vergleichstools oder unabhängige Berater machen seriöse Siegel sichtbar und vergleichbar und stärken sie so auch«, meint Christina Weber



Sehen genau hin – Marlene Rudolf (l.) und Christina Weber (2.v.l.) von Naturland prüfen eine Reisverarbeitung im Norden Thailands

Foto: Naturland

(51), Team Leader Fair Trade & Social Responsibility beim Naturland e.V. in Gräfenfing. »Der aktuelle Siegeldschungel konterkariert, was man mit einem Prüfsiegel eigentlich will – anstatt ein erkennbares Qualitätszeichen setzen zu können, läuft man Gefahr, unterzugehen.«

Das Naturland-Siegel gibt es seit 1982. Damals taten sich Pioniere der biologischen Landwirtschaft bundesweit im Naturland

tegie und erkennen unser Siegel auch notfalls wieder ab«, so Weber. Das Siegel Naturland Fair wurde nun auch für den Standards-Kompass angefragt.

Eine Botschaft möchte Weber Firmen mitgeben: »Unternehmen sollten wissen, dass ihnen mit einem seriösen Siegel ein kontinuierlicher Arbeits- und Verbesserungsprozess bevorsteht. Wegen der regelmäßigen Evaluierung und auch, weil Siegel stets weiterentwickelt werden. Das bewahrt die Qualität der Siegel, fördert so aber natürlich auch die Siegelnutzer und Erzeuger selbst, ihre Performance –und die Nachhaltigkeit.«

Für Yvonne Zwick von B.A.U.M. e.V. ist ein Siegel trotz des Suchaufwands auf jeden Fall ein gutes Mittel, um die wachsenden unternehmerischen Sorgfaltspflichten zu begleiten. Letztendlich werden Unternehmen damit noch wirksamer und resilienter gegenüber Gesetzesverschärfungen oder Kundenwünschen.

e.V. zusammen; mit dem eigenen Naturland-Siegel bestätigen sie die Bioqualität ihrer Produkte. Seit 2010 gibt es zusätzlich das Siegel Naturland Fair, das auf ökologische und faire Geschäftsmodelle prüft und dabei hohe Sozialmaßstäbe anlegt. »Wir bieten also Bio plus Fair«, betont Weber. Inzwischen wird das Naturland-Siegel in mehr als 60 Ländern der Erde von staatlichen Partnern vor Ort geprüft. Produzenten und Verarbeiter müssen sich jährlich bestätigen lassen, dass sie die Bedingungen erfüllen. »Wir sind sehr streng, haben eine klar kommunizierte Sanktionsstra-

Den Standards-Kompass gibt es unter: kompass.wirtschaft-entwicklung.de/standards-kompass/standards-tool#/standards

BIHK/LfU-Toolbox »Nachhaltigkeitsmanagement für KMU« inklusive Checkliste: www.umweltpakt.bayern.de/werkzeuge/nachhaltigkeitsmanagement

IHK-Ansprechpartnerin zum Thema Nachhaltigkeit

Alexandra Scholz, Tel. 089 5116-2197
scholz@muenchen.ihk.de

Schub für Energiequellen

Wasserkraftwerke stärken die heimische Stromproduktion. Seit gut einem Jahr kann die IHK die Betreiber in Genehmigungsverfahren für Neubauten und Veränderungen unterstützen.

Von Josef Stelzer

Wasserkraft hat im Freistaat einen hohen Stellenwert. 2021 erzeugten die rund 4200 bayerischen Wasserkraftanlagen etwa 11,4 Milliarden Kilowattstunden Strom, rein rechnerisch genug für rund vier Millionen Haushalte. Damit stammen mehr als 14 Prozent des in Bayern verbrauchten Stroms aus Wasserkraft.

Die Genehmigungen für bestehende Anlagen müssen die Behörden regelmäßig erneuern. Neubauten oder Veränderungen an einem Kraftwerk bringen langwierige bürokratische Verfahren mit sich.

Seit November 2021 ist die IHK in wasserrechtlichen Genehmigungs- oder Gesetzgebungsverfahren ein sogenannter Träger öffentlicher Belange (TöB). Sie fungiert damit als Sachverständiger. »Dadurch lassen sich die Belange der Energiewirtschaft sowie der Kraftwerksbetreiber wie auch das Gesamtinteresse des Wirtschaftsstandorts weitaus besser berücksichtigen als zuvor«, erklärt IHK-Referent Anian Pauli. Er unterstützt – in Zusammenarbeit mit den anderen IHKs im Freistaat – die Unternehmen bayernweit in den jeweiligen Genehmigungsverfahren.

Diesen zusätzlichen Rückhalt kann Alois Ruf (73), Inhaber der Kraftwerk Türkheim GmbH & Co. KG, Pfaffenhausen, gerade gut gebrauchen. Er plant eine deutliche Leistungssteigerung seines Wasserkraftwerks an der Wertach, das 1994 ans Netz ging. Bisher produziert es rund sechs Millionen Kilowattstunden pro Jahr. Das reicht aus, um etwa 2000 Haushalte in Türkheim mit Strom zu versorgen.

Ruf will die Wertach in einer zweijährigen Testphase zunächst um 50 Zentimeter höher anstauen. Die Anlage könnte dann rund zehn Prozent mehr Strom liefern. Später, nach erfolgreichem Test, sollen es 60 Zentimeter werden. Dadurch ließe sich der Strombedarf von etwa 2500 Haushalten decken. Umbauten am Kraftwerk sind

dazu nicht nötig. Mittels Luft oder Wasser kann das Schlauchwehr per Schaltanlage vergrößert oder verkleinert werden. »Gerade in der Energiekrise sorgt jede zusätzliche Kilowattstunde unseres klimaneutralen Stroms für Entlastung, zumal dafür kein zusätzlicher Aufwand entstände«, argumentiert der Unternehmer.

Dennoch sind beim Landratsamt Unterallgäu in Mindelheim, das für die Geneh-

Beteiligung als TöB kann uns sehr weiterhelfen.«

Die IHK bestätigt in ihrer Stellungnahme, dass ein höherer Wertach-Aufstau problemlos möglich ist und die zusätzliche Stromproduktion die regionale Energieversorgung stärken könnte. Nach Eingang aller Einwände und Stellungnahmen entscheidet nun das Landratsamt über die Genehmigung des Probeaufstaus.



Höherer Aufstau für mehr Energie geplant – Wehr an der Wertach bei Türkheim

Foto: Ruf

migung des Wertach-Aufstaus zuständig ist, 173 Einwände eingegangen. Ruf hält dagegen: »Sechs Gutachten, die wir in den vergangenen Jahren anfertigen ließen, bestätigen eindeutig, dass die veränderte Stauhöhe keinerlei Gefahren für Menschen, Fische und Gewässer mit sich brächte, weder kurzfristig noch auf lange Sicht.« Ein hydrogeologisches Gutachten etwa konnte nachweisen, dass ein höherer Aufstau keineswegs die tiefer liegenden Bereiche des Markts Türkheim gefährde.

»Die Ängste mancher Bürger, wonach der höhere Aufstau dazu führen könnte, dass ihre Keller bei Hochwasser volllaufen oder dass der Fischbestand und die Wasserqualität der Wertach bedroht seien, sind völlig unbegründet«, ist Ruf überzeugt und setzt auf die IHK. »Ihre

Rufs Wasserkraftwerk ist nur eines von vielen Projekten, bei dem die IHK ihre Expertise bisher eingebracht hat. Bayernweit hat sie in rund 50 wasserrechtlichen Verfahren Stellungnahmen abgegeben. Dazu gehören Bewilligungsverlängerungen für den Kraftwerksbetrieb oder kleine bauliche Veränderungen, etwa im Einlauf einer Wasserkraftanlage oder der Bau von Fischaufstiegen, die meist ein Genehmigungsverfahren erfordern. Zu sieben geplanten Neubauten mit einer Kraftwerksleistung zwischen 50 Kilowatt bis 300 Megawatt hat die IHK ebenfalls Stellung genommen – und diese befürwortet. ●

IHK-Ansprechpartner zu Wasserkraft

Anian Pauli, Tel. 089 5116-1623
pauli@muenchen.ihk.de



Zehn Länder und eine Riesenchance

Viele Firmen suchen nach einem Standort in Asien, um ihre Abhängigkeit von China zu verringern: Die ASEAN-Region hat einen Wachstumsmarkt mit hohem Potenzial zu bieten.

Von Sabine Hölper

Die Wack Group sieht sich als weltweit führender Spezialist für Oberflächenreinigung, insbesondere von elektronischen Bauteilen. Kunden kommen etwa aus der Luftfahrt, der Automobilindustrie oder der Medizintechnik. 200 Beschäftigte arbeiten am Fir-

mensitz in Ingolstadt, bis zu 400 sollen es bald werden. Die Gruppe ist aber auch in mehreren asiatischen Ländern vertreten – und will dort weiter expandieren. Singapur ist einer von drei Kandidaten auf der Liste für einen neuen F&E-Standort. Geschäftsführer Harald Wack (49) hat

sich erst kürzlich persönlich in dem Staat umgesehen.

Singapur gehört zu den zehn Mitgliedstaaten des ASEAN-Bundes, der Association of Southeast Asian Nations. Indonesien, Malaysia, Philippinen, Thailand, Brunei, Vietnam, Myanmar, Laos und



Foto: wootthisak/Adobe Stock



Wer in einem ASEAN-Land produziert, kann recht leicht in alle übrigen liefern.«

**Jan Roennfeld, Hauptgeschäftsführer
Deutsch-Indonesische Industrie- und
Handelskammer in Jakarta**



Foto: IHK Indonesien

Kambodscha zählen ebenfalls dazu. Im ASEAN-Wirtschaftsraum leben fast 670 Millionen Menschen (EU: 447 Millionen), sein Anteil am Welthandel lag 2019 bei 7,5 Prozent (EU: knapp 15 Prozent). Nach China, USA und Deutschland sind die ASEAN-Länder insgesamt die viertgröß-

te Handelsmacht der Welt. Vor allem aber ist der Zusammenschluss einer der am schnellsten wachsenden Märkte weltweit. Das gemeinsame Bruttoinlandsprodukt betrug 2021 rund 3,3 Billionen US-Dollar. Oberbayerische Konzerne wie die Siemens AG, die BMW AG oder Allianz SE

sind längst vor Ort, ebenso wie das Sicherheitstechnologie-Unternehmen Giesecke & Devrient GmbH, der Spezialchemikalienhersteller Rudolf GmbH oder die Denemeyer-Gruppe, die sich auf gewerbliche Schutzrechte spezialisiert hat. Die Wack-Gruppe hat bereits eine Niederlassung in Malaysia.

Das Interesse an der ASEAN-Region ist zuletzt weiter gewachsen. Denn viele Unternehmen wollen Abhängigkeiten reduzieren und ihre Lieferketten stabilisieren. Dazu verfolgen sie eine China+1-Strategie. Das heißt: Neben dem Standort China haben sie begonnen, ihr Geschäft zu diversifizieren und sich zunehmend auch in anderen asiatischen Ländern zu engagieren.

»Die Unternehmen haben in einer ersten Welle insbesondere Vietnam als zweites Standbein gewählt«, sagt Jan Roennfeld (56), Hauptgeschäftsführer der

Deutsch-Indonesischen Industrie- und Handelskammer in Indonesien. Dort herrsche ein ähnliches System wie in China: kommunistisch und dennoch der Wirtschaft zugewandt. In der zweiten und dritten Welle hätten die Firmen dann vermehrt in Thailand, Malaysia oder Indonesien investiert, beobachtet Roennfeld. Seiner Meinung nach ist das auch sinnvoll, weil sich diese Staaten stärker von China unterscheiden und zudem, etwa im Fall Indonesiens, weiter entfernt sind. Das kann aus geostrategischen Erwägungen von Vorteil sein.

Die Suche nach einem weiteren Standbein in Asien allein erklärt den Boom der ASEAN-Länder nicht. Viele weitere Gründe sprachen und sprechen dafür, mit den Staaten Handel zu treiben oder Niederlassungen aufzubauen. So wächst die ASEAN-Region bedeutend stärker als Japan oder Korea. »Und die Unternehmen suchen Wachstumsmärkte«, sagt Roenn-



Indonesien – Alternative zu China (im Bild: Jakarta)

Foto: Aleksandar Todorovic/Adobe Stock

feld. Die Geschäftschancen seien zwar je nach Land unterschiedlich, grundsätzlich aber überall in fast allen Branchen vorhanden.

Die Region bietet außerdem viele junge Arbeitskräfte, die überdies extrem technologieaffin sind. Singapur ist besonders hervorzuheben, ferner Malaysia mit seiner technologisch anspruchsvollen Produktion. Nicht ohne Grund sitzen Konzerne wie der Halbleiterhersteller Infineon Technologies AG dort.

Die Wack-Gruppe hat Singapur ebenfalls unter anderem wegen der motivierten, jungen Fachkräfte als neuen Standort für Forschung und Entwicklung im Blick. »In Deutschland finden wir diesen Nachwuchs nicht mehr«, sagt Geschäftsführer Wack. Ein weiterer Grund für das Interesse an der ASEAN-Region: »Wir müssen dort sein, wo die Hersteller, also unsere Kunden, sitzen.« Und die sind zunehmend in ASEAN-Staaten zu finden.

Ein weiterer Pluspunkt sind die Rohstoffe, vor allem in Indonesien. Im größten ASEAN-Mitgliedstaat be-

finden sich Goldminen, außerdem weitreichende Nickelvorkommen, elementar zum Beispiel für die Batterieproduktion. Den Markteinstieg sollten Unternehmen sorgfältig vorbereiten. Partnerschaften mit lokalen Unternehmen können helfen, Barrieren zu überwinden, sagt Asienexperte Roennfeld. Man sollte auch nicht vergessen, dass ASEAN kein einheitlicher Raum ist. Es handelt sich um einen Zusammenschluss von zehn Ländern mit unterschiedlichen Kulturen und Gesetzgebungen. Aber: Die Staaten kooperieren, sie bauen Zölle und andere Hemmnisse ab. Für Investoren sind das stetig wachsende Zugewinne: »Wer in einem ASEAN-Land etwas produziert, kann recht leicht in alle übrigen neun liefern«, sagt Roennfeld.

Unternehmen mit Ambitionen sollten im Vorfeld jedoch prüfen, welche Wettbewerber dort schon aktiv sind. Aufgrund der räumlichen Nähe sind viele japanische, chinesische und koreanische Firmen ebenfalls in den ASEAN-Ländern vertreten. ●

IHK-Ansprechpartner zu ASEAN

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

IHK-VERANSTALTUNGSTIPP

ASEAN Insights

Welche Möglichkeiten bieten die einzelnen ASEAN-Länder für oberbayerische Unternehmen? Welche Herausforderungen gibt es? Die Veranstaltung ASEAN Insights zeigt Geschäftschancen und -strategien und gibt praxisnahe Tipps für den Einstieg ins Asiengeschäft.

Termin: 16. Mai 2023, 9–15 Uhr

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

Anmeldung und Information:
ihk-muenchen.de/asean-insights

Medien-Matinee

Bürokratielast verringern

Verschärfte Regeln etwa zu Arbeitszeiterfassung, Datenschutz oder Verpackungen: Über alle Branchen hinweg werden Unternehmen durch Bürokratie belastet. Sie zu durchblicken, wird zunehmend herausfordernder. »Wie viel Bürokratie verträgt die Verlagsbranche?«, fragt die IHK für München und Oberbayern daher in einer Matinee zusammen mit dem Medienverband der freien Presse, Landesvertretung Bayern (MVFP), und dem Verband Bayerischer Zeitungsverleger (VBZV).

Florian Herrmann, Staatsminister für Bundesangelegenheiten und Medien in der Bayerischen Staatskanzlei, wird ein Grußwort sprechen, ehe Alexander Holzmann, Geschäftsführer Holzmann Medien, ein Impulsreferat hält zu »Schluss mit dem Bürokratielastwahn – lasst uns einfach mal in Ruhe arbeiten«. Auf die Arbeitszeiterfassung sowie das Verpackungsgesetz wird in der Diskussion mit Politik und weiteren Experten eingegangen.

Termin: 2. Mai 2023, 9.30–12 Uhr

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



Foto: mauritius images/Manfred Rutz

Anmeldung bis 24. April 2023:

www.ihk-muenchen.de/matinee

IHK-Ansprechpartnerin:

Dorothee Murfeld, Tel. 089/5116-1854
murfeld@muenchen.ihk.de



KOMMUNIZIEREN SIE SCHON, ODER TELEFONIEREN SIE NOCH?



Information

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



Kommunikation

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



Services

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

www.mtg-systemhaus.de

MTG-Kommunikations-Technik GmbH

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

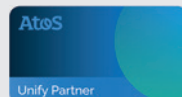
04329 Leipzig | Portitzer Allee 8 | **Tel:** 03 41/25 80-0

Fax: 03 41/25 80-100 | **Mail:** leipzig@mtg-systemhaus.de

Autorisierter Partner von

LANGCOM
Systems

innovaphone
Partner Advanced



Alcatel-Lucent
Enterprise

Mitel

»Helfen, dass es gut wird«

Mit Leidenschaft und Pragmatismus wollen die Berater von Sharkbite mittelständische Unternehmen auf einen nachhaltigen Kurs bringen.



Wie wird Quarzsandabbau nachhaltig?
Daniel Groos, Sophia Steinhäuser und
Isabel Dingler (v.l.) von Sharkbite

Foto: Sharkbite

Von Martin Armbruster

Was für ein Kontrast! Das ist der Gedanke, der einem hier in der Hans-Mielich-Straße in München-Giesing kommt. An der Hausnummer 22 sieht man die Flutlichtmasten des 60er-Stadions noch. Wenn der TSV 1860 ein Heimspiel hat, treffen sich in der Gaststätte dort schon vormittags die Fußballfans (»einmal Löwe, immer Löwe«). Nur ein paar Schritte weiter, an der Hausnummer 13, blickt man auf ein Tor zu einer anderen Welt. Dank einer feinen Marketingleistung stehen wir hier und schauen auf das Bild eines furchterregenden Hais. Hier sitzt die Sharkbite Innovation GmbH, die uns zuvor auf Social Media geködert hatte.

Sharkbite. »Innovate what matters.« Das klang spannend. Also riefen wir an

und sprachen mit Dorothea Ward. Sie ist »Head of Sharkademy and New Work Consultant« und ließ uns nicht mehr vom Haken. »Wenn wir auf LinkedIn nicht so aktiv wären, hätten Sie uns nicht gefunden.«

Zu erklären, was Sharkbite macht, schafft die New-Work-Expertin in einem Satz: die SDGs (die 17 Nachhaltigkeitsziele der UN, »die sind unser Polarstern«) und Mittelständler zusammenbringen. Und der Firmenname? Anders als ein Mückenstich kann ein »Sharkbite«, ein »Haibiss«, tödlich sein. Übertragen auf die Wirtschaft, heißt das: Es stimmt mit dem Geschäftsmodell im Kern etwas nicht. Mithilfe der SDGs will Sharkbite schlingernde Unternehmen auf einen nachhaltigen Kurs bringen. »Wir sind Problemlöser«, sagt Ward.

Gründer und Geschäftsführer Daniel Groos macht erfrischend klar, was Sharkbite ausmacht: »Nachhaltigkeit – dafür brennt unser Herz.« Groos unterscheidet zwischen den Epochen b.G., before Greta (gemeint ist die Klimaaktivistin Greta Thunberg), und a.G., after Greta. Schon in der b.G.-Ära entwickelte sich Groos, promovierter Maschinenbauer und Betriebswirt, zum Seriengründer und Innovationsjunkie. Er startete beispielsweise ein Unternehmen für Consumer-Electronics, erfand ein patentiertes Speedometer für das Inline-Skating. Groos surfte auf der Digitalisierungswelle, machte Projekte für andere Firmen, bis ihn das irgendwann frustrierte.

»Digitalisierung war das Aspirin der Firmen«, sagt er im Rückblick. Da gab es die

Digital Chief Officers, bei denen das Thema geparkt wurde, damit sich sonst keiner mehr darum kümmern musste. Groos spricht bildhaft. Er sagt, in den Firmen hätten Elefanten gekreißt, um Mäuse zu gebären. »Wenn nach drei Jahren als Ergebnis ein Onlineshop rauskommt, ist das nicht innovativ«, sagt er, der Innovations-experte. Aber dann kam Greta Thunberg und die neue Zeitrechnung.

Die Zebra-Wirtschaft

»Uns war klar: Nachhaltigkeit, das wird The Next Big Thing, und wir wollen helfen, dass es gut wird«, sagt Groos. Als Konsequenz gründete er mit drei Partnern im Dezember 2018 Sharkbite. Nicht aus Selbstlosigkeit. Groos will Geld verdienen. Es überrascht, wie unverkrampft hier über das Geschäft geredet wird. Groos spricht von der »Zebra-Wirtschaft«: »Mit weißer Weste schwarze Zahlen schreiben.«

Die meisten Unternehmen tun sich schwer damit. Das Londoner Carbon Disclosure Project hat dazu Zahlen veröffentlicht: 49 Prozent der europäischen Großunternehmen wollen zur Erfüllung der Pariser Klimaschutzziele beitragen, aber nur fünf Prozent davon haben eine Strategie dafür. Im Mittelstand sind es noch weniger. Groos bescheinigt den meisten Firmen »bisher geringe Kompetenz« in Sachen Nachhaltigkeit.

Haben Ukraine-Krieg und Energiekrise die Agenda nicht verändert? Die »Sharks« verneinen das. Groos spricht von einem »Trickle-down«-Effekt: Die Konzerne geben den Druck, unter dem sie stehen, an Lieferanten und Geschäftspartner weiter. 2030 hält er für ein magisches Datum. Bis dahin sollen die SDGs die Welt besser machen. Investoren, Banken, öffentliche Auftraggeber, Konzerne, alle Player sortieren sich neu. Ward sagt, wer heute Mitarbeiter einstelle, brauche eine gute Antwort auf die Frage: Wofür steht euer Unternehmen eigentlich?

Die Zielgruppe von Sharkbite sind Mittelständler. »Es ist sinnlos, grüne Start-ups noch grüner zu machen«, meint Groos.

Etablierte Unternehmen Schritt für Schritt nachhaltiger zu machen, das bringe weit mehr.

Nun lassen sich Firmenchefs nicht gern sagen, was sie tun und lassen sollen. Dorothea Ward hält solche Vorbehalte für unbegründet. Familienunternehmer stellen sich selbst die Frage, wie und ob ihre Enkel das Unternehmen noch übernehmen können. »Unsere Kunden sagen: Ihr arbeitet superpragmatisch und liefert superschnell Ergebnisse«, versichert Ward. Groos betont, schon nach etwa einem Jahr hätten sich die Kosten einer Sharkbite-Beratung rentiert.

Eine Sharkbite-Operation dauert acht bis zehn Wochen. In vier Workshops wird geklärt, wo das Unternehmen derzeit steht und wo es mit Blick auf die SDGs Verbesserungschancen gibt. Aus den Ergebnissen wird eine »Roadmap« erstellt, die das Unternehmen selbst abarbeitet. Danach »checkt« Sharkbite zwei- bis viermal im Jahr, wie der Prozess läuft und ob nachgesteuert werden muss. Kunden sollen vom Sharkbite-Netzwerk profitieren. »Wir können nicht alles, aber wir kennen garantiert jemanden, der es kann«, erklärt Groos.

Bei Greenwashing will Sharkbite nicht mitspielen. In den Workshops sitzen die Geschäftsleitung oder die Entscheider, weil es um echte Veränderung gehen soll. Groos legt zudem Wert darauf, Produktdesigner mit ins Boot zu holen, weil er in der Kreislaufwirtschaft eine Riesenchance sieht.

Das Unternehmen achtet zudem darauf, Zielkonflikte zwischen verschiedenen Nachhaltigkeitszielen zu vermeiden. Groos und sein Team haben deswegen zum Beispiel ein Projekt in Uganda abgelehnt. Die Installation einer Kühlkette dort hätte zwar 40 Prozent weniger Lebensmittel beim Transport verrotten lassen, aber Tausende Menschen im Transportwesen den Job gekostet.

Sharkbite hat nach eigenen Angaben bislang an die 50 Unternehmen

auf grünen Kurs gebracht. Zu den Referenzkunden gehören BayWa r.e. AG und Audi AG. Sharkbite kooperiert mit der Bayern Innovativ GmbH, die Unternehmen im Freistaat bei Innovationsprojekten unterstützt. Groos gibt dort regelmäßig Workshops für Firmen.

Für beispielhaft hält der Sharkbite-Gründer die Arbeit für die Gebrüder Dorfner GmbH & Co. KG in Hirschau. Einen Kaolin-Quarzsandabbau nachhaltig zu machen – diese Aufgabe brachte die Giesinger Nachhaltigkeitsprofis zunächst schwer ins Schwitzen. Dafür schauten sich die Berater zum Beispiel an, wie Unternehmen der Branche in Schweden das Thema angehen. Gemeinsam mit den Experten des Unternehmens entwickelten sie eine ambitionierte Nachhaltigkeitsvision, die über den Abbau und die Veredelung hinaus bis zur Renaturierung reicht.

Für Sharkbite arbeiten derzeit sieben »Haie«. Eine Mitarbeiterin hat Groos vor Kurzem verloren, sie hat ein grünes Startup gegründet. Der Unternehmer denkt auch darüber nach, wie man jenseits der Branchen Industrie, Logistik oder Lebensmittelproduktion Nachhaltigkeit fördern kann. Er hat unter anderem die Film-, Musik- und Kunstindustrie im Blick. Bei aufwendigeren Filmproduktionen zum Beispiel summieren sich die Flugstrecken schnell auf Tausende von Kilometern. ●

www.sharkbite.international/de

DIE PROBLEMLÖSER

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

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



Attraktiver Markt – Chile
(im Bild: Santiago)

Foto: Mariana Ivanovska/Adobe Stock

Kontinent mit Perspektive

Reich an Energie und Rohstoffen – Lateinamerika ist für bayerische Unternehmen als Beschaffungsmarkt ebenso interessant wie als Exportziel.

Von Mechthilde Gruber

Seit dem russischen Angriff auf die Ukraine ist Deutschland darum bemüht, die Abhängigkeit von einzelnen Ländern zu reduzieren und die internationalen Beziehungen breiter aufzustellen. Dabei könnte auch Lateinamerika eine wichtige Rolle spielen. Erst Anfang des Jahres reiste Bundeskanzler Olaf Scholz (SPD) mit einer großen Wirtschaftsdelegation in die Region.

»Das Interesse an Lateinamerika ist in den letzten Monaten deutlich gestiegen«, sagt Jessica de Pleitez, Referentin Europa, Lateinamerika bei der IHK für München und Oberbayern. »Für bayerische Unternehmen gibt es hier viele Chancen, das wurde lange vernachlässigt.« Attraktiv sind Länder wie Kolumbien, Brasilien oder Chile nicht nur wegen ihrer positiven wirtschaftlichen Entwicklung, sondern auch wegen der im Vergleich zu anderen Ländern in der Region stabileren demokratischen Regierungssysteme.

Lateinamerika zählt zu den wichtigsten Bergbauregionen der Erde und ist deshalb als Beschaffungsmarkt besonders interessant. Weltweit begeht sind vor allem

strategische Rohstoffe wie Kupfer und Lithium, die eine wichtige Rolle bei der Energiewende und der E-Mobilität spielen. Chile, Brasilien und Argentinien könnten hier bedeutende Lieferanten werden. Ein Großteil der Rohstoffe wird aber noch nicht professionell abgebaut, die notwendige Infrastruktur dafür fehlt. Bayerische Firmen können hier zum Aufbau lokaler Wertschöpfungsketten beitragen.

»Firmen müssen sich je nach Rohstoff informieren, welches Land für sie die besten Bedingungen bietet«, sagt IHK-Expertin de Pleitez. »Die Regulierungsmaßnahmen der Regierungen sind sehr unterschiedlich.« Die Energiekompetenzzentren der Auslandshandelskammern (AHKs) in Brasilien und in Chile sind dabei für deutsche Firmen kompetente Ratgeber.

Die lateinamerikanischen Länder sind ebenfalls reich an erneuerbaren Energien und haben deshalb enormes Potenzial zur Erzeugung von grünem Wasserstoff. Hier sind schon jetzt viele deutsche Firmen am Aufbau von Produktionsanlagen beteiligt. Kooperationsmöglichkeiten gibt es zudem in zahlreichen anderen Sektoren, zum Bei-

spiel in der Landwirtschaft oder bei der Modernisierung der Wasserwirtschaft. Besonders beim Infrastrukturausbau besteht in den meisten Ländern Handlungsbedarf. Seit der Wahl Luiz Inácio Lula da Silvas zum Präsidenten ist für viele Brasilien, das wirtschaftsstärkste Land Südamerikas, wieder interessanter geworden. Angesichts der geopolitischen Verschiebungen kann Brasilien eine neue Rolle in der globalen Wirtschaft spielen, ist Claudia Bärmann Bernard, Repräsentantin des Freistaats Bayern in Brasilien, überzeugt: »Das Land ist für die strategischen Interessen Deutschlands der ideale Partner.«

Mehr als 80 Prozent seines Stroms produziert Brasilien mit erneuerbaren Energien und ist damit prädestiniert als Weltlieferant für grünen Wasserstoff. »Ein Thema von besonderer Bedeutung auch in Bayern«, sagt Bärmann Bernard. Bereits heute ist Deutschland der größte europäische Wirtschaftspartner Brasiliens.

Neben dem mit 214 Millionen Einwohnern großen Inlandsmarkt besitzt Brasilien eine breite und diversifizierte Industriestruktur, eine Vielzahl von Bodenschätzen

und erneuerbaren Energiequellen, ein vorteilhaftes Klima und dazu eine junge, konsumfreudige Bevölkerung. Das Land ist deshalb sowohl als Beschaffungs- als auch als Absatzmarkt interessant.

Die Chancen für bayerische Firmen sind vielfältig, bestätigt Alessandro Colucci, Leiter Markteintritt und Business Development bei der AHK Brasilien: »In Sachen Export gilt nach wie vor die große Strahlkraft von Made in Germany, verbunden mit dem damit einhergehenden Qualitätsversprechen.« Besonders im Agrarsektor seien deutsche Technologien gefragt. »Hier sehen wir eine Nachfrage nach Lösungen für eine effizientere Landwirtschaft, die den Wasserverbrauch reduziert und einen sparsamen Einsatz von Düngemitteln und sonstigen Agrarchemikalien ermöglicht«, so Colucci.

Hiesige Firmen müssen allerdings mit starker Konkurrenz aus China und den USA rechnen. »Bayerische Unternehmen könnten die Märkte in Lateinamerika wesentlich einfacher bearbeiten, wenn das EU-Mercosur-Abkommen sowie die modernisierten Freihandelsabkommen mit

Lateinamerika-Forum Bayern 2023

Absatz, Sourcing, Investment und Innovation stehen bei der Netzwerk- und Informationsveranstaltung im Mittelpunkt. In Vorträgen werden Trends und Entwicklungen in der Region beleuchtet. Für individuelle Beratungsgespräche stehen Spezialisten der deutschen Auslandshandelskammern persönlich und digital zur Verfügung. Eine Fachausstellung informiert zu Dienstleistungen im Lateinamerika-Geschäft.

Termin: 4. Mai 2023

Ort: Haus der Wirtschaft, Hauptmarkt 25/27, 90403 Nürnberg

Anmeldung und Information:
lateinamerika-forum-bayern.de

Sprechtage Brasilien

Wie ist die aktuelle Situation in Brasilien? Welche Perspektiven bieten sich dort für bayerische Firmen? Claudia Bärmann Bernard, Repräsentantin des Freistaats Bayern in Brasilien, berät und informiert persönlich interessierte Unternehmen. Die Beratungen finden in 45-minütigen Einzelgesprächen statt.

Termin: 26. Mai 2023

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

Anmeldung und Information:
pleitez@muenchen.ihk.de

Chile und Mexiko schnellstmöglich ratifiziert würden«, so IHK-Expertin de Pleitez. Firmen, die sich in Südamerika engagieren wollen, sollten berücksichtigen, dass nur gründliche Planung und Vorbereitung zum Erfolg führen. »Dabei erfordern auch die geografische Ausdehnung und die Unterschiede der einzelnen Regionen besondere Aufmerksamkeit«, sagt Bayern-Repräsentantin Claudia Bärmann Bernard. Bei den AHKs und den bayerischen

Repräsentanten finden Unternehmer kompetente Ansprechpartner und praktische Unterstützung. Beste Gelegenheit, sich bei Länderexperten über individuelle Möglichkeiten zu informieren, bietet das Lateinamerika-Forum Bayern (siehe IHK-Veranstaltungstipp oben). ●

IHK-Ansprechpartnerin zu Lateinamerika

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

BAYERISCHE SOLARTECHNOLOGIE FÜR CHILE

2013 entschied sich die Grammer Solar GmbH für den Auslandsstandort Chile und eröffnete 2014 dort eine Niederlassung. »Meiner Frau, von Beruf Lehrerin, bot sich damals die Gelegenheit für ein Auslandsjahr«, erklärt Siegfried Schröpf (62), Geschäftsführer des Amberger Systemanbieters für Solaranlagen. »So haben wir beide nach einem Land in Südamerika gesucht, in dem wir unsere beruflichen Interessen gut verbinden konnten.«

Die beste Schnittmenge bot Chile. »Das Land ist wirtschaftlich stabil und sicher«, so Schröpf. »Mit seiner hohen Sonneneinstrahlung gibt es



Foto: Grammer Solar

Gute Erfahrungen in Chile – Siegfried Schröpf, Geschäftsführer Grammer Solar

dort für Photovoltaik beste Voraussetzungen.« Mit ersten Aufträgen gelang ein guter Einstieg: Grammer Solar stattete eine deutsche Schule mit der damals größten Photovoltaikanlage Südchiles aus, ebenso das Menschenrechtsmuseum in Santiago. »Extrem hilfreich war dabei die Unterstützung der AHK Chile«, sagt Schröpf. »Auf einer von der Kammer organisierten Geschäftsreise konnte ich viele nützliche Kontakte knüpfen, wichtige Ansprechpartner bei Unternehmen kennenlernen.« Bei weiteren Reisen und Veranstaltungen der AHK hat sich der Unternehmer ein breites Netzwerk aufgebaut.

Die Geschäfte in Chile laufen für die bayerische Solarfirma jetzt sehr gut. Das war nicht immer so. Geduld mitbringen und durchhalten wollen, das ist für Schröpf deshalb eine wesentliche Voraussetzung, um in Chile erfolgreich zu sein. Die Bürokratie in dem Land trage ihren Teil dazu bei, dass alles seine Zeit brauche: »Lange Wartezeiten in Schlangen – das kann nervtötend sein.«

Seine einjährige Anwesenheit vor Ort zu Beginn des Engagements sei ein wichtiger Faktor für den guten Einstieg gewesen, betont der Unternehmer. Seither ist er mehrmals im Jahr in Santiago und plant gerade wieder eine Reise. Mit dem bisher Erreichten ist Schröpf zufrieden: »Ich bin zuversichtlich, dass es für uns in Chile künftig noch besser laufen wird.«

Im Beruf durchstarten, Familie gründen – im Alter zwischen 30 und 40 Jahren ballen sich die Herausforderungen





Gut durch die Rushhour

Beziehung, Kinder, Karriere – die 30- bis 40-Jährigen haben besonders viel gleichzeitig zu bewältigen. Wie können Arbeitgeber diese Generation Rushhour am besten binden?

Von Eva Elisabeth Ernst

Dass berufstätige Mütter und Väter am Laternenumzug ihrer Kindergartenkinder teilnehmen, am ersten Schultag dabei sind und die Sportmannschaft ihrer Sprösslinge bei Heim- und Auswärtsspielen anfeuern möchten, weiß Katrin Eissler aus eigener Erfahrung. Die zweifache Mutter führt die Spedition Neuner GmbH & Co. KG in zweiter Generation. Das Thema Vereinbarkeit von Beruf und Familie hält sie für sehr wichtig – auch um Leistungsträger ans Unternehmen zu binden.

»Soweit betrieblich irgendwie machbar, berücksichtigen wir die spezifischen Lebensumstände und familiären Anforderungen unserer Mitarbeiter«, sagt Eissler. Schließlich befinden sich zwei Drittel der insgesamt 55 Beschäftigten des Mittenthaler Familienunternehmens in der sogenannten Rushhour des Lebens, also im Alter zwischen 30 und 40 Jahren.

In dieser Phase entwickelt das Leben von Männern wie Frauen zwischen Partnersuche, ersten Karriereschritten, Familiengründung und dem Wunsch nach Selbstverwirklichung eine ganz eigene Dynamik. Berufliche und private Anforderungen ballen sich in diesem Lebensjahrzehnt besonders. Das liegt daran, dass sich das Durchschnittsalter für den Berufseinstieg nach hinten verschoben hat, weil immer mehr junge Menschen studieren. Auch das durchschnittliche Alter, in dem das erste und das letzte Kind geboren werden, stieg in den vergangenen Dekaden.

Für die Generation Rushhour ist Zeitaufonomie daher ein zentrales Argument, wenn sie über einen Jobwechsel nachdenkt. Arbeitgeber, die die Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben erleichtern, haben also gute Chancen, Fachkräfte in dieser Lebensphase besonders an sich zu binden.

Speditionschefin Eissler weiß das. Ihr Unternehmen ermöglicht es Beschäftigten im kaufmännischen Bereich, in Teilzeit sowie im Homeoffice zu arbeiten. Letzteres ist für Lkw-Fahrer, die den Großteil der Mitarbeiter ausmachen, natürlich nicht möglich. »Aber auch Männer bringen sich immer stärker in die Familienarbeit ein und wollen ihre Arbeitszeiten entsprechend anpassen«, beobachtet Eissler. Daher werden Schichten auf Wunsch so eingeteilt, dass Fahrer ihr Kind vorher noch in den Kindergarten bringen oder zu einer bestimmten Zeit garantiert von einer Tour zurück sind, um die Kinderbetreuung zu übernehmen.

»Viele unserer Fahrer mit Kindern fahren in der Nacht. Wenn das Kind aus der Schule kommt, sind sie ausgeschlafen und übernehmen die Betreuung«, sagt Eissler. Das mache die Touren- und Einsatzplanung zwar etwas komplexer. »Aber es wäre deutlich schlimmer, wenn ein Lkw wegen Fahrermangel steht.« Als Arbeitgeber müsse man heute flexibel sein und Bereitschaft zeigen, den Arbeitsalltag auf die Interessen des Unternehmens, aber eben auch auf die der Mitarbeiter abzustimmen, betont die Unternehmerin. »Als

FAMILIENPAKT BAYERN

Um die Vereinbarkeit von Familie und Beruf in Bayern gemeinsam kontinuierlich zu verbessern, haben die Bayerische Staatsregierung und die bayerische Wirtschaft, darunter die bayerischen IHKs (BIHK), 2014 den Familienpakt Bayern geschlossen. Die Servicestelle des Familienpakts informiert praxisbezogen über alle relevanten Vereinbarkeitsthemen: von der Elternzeit bis

zur Pflege. Die Mitgliedschaft ist kostenlos. In diesem Jahr geht es um das Thema »Arbeitskräfte finden und binden: Mit Familienfreundlichkeit überzeugen.«

www.familienpakt-bayern.de

Weitere Informationen rund um das Thema Fachkräfte erhalten Sie unter:

www.ihk-muenchen.de/fachkraefte

Familienbetrieb haben wir ein offenes Ohr – und wenn man die Bedürfnisse kennt, kann man auch auf sie eingehen.«

Mit den Mitarbeitenden im Gespräch zu bleiben und ihnen das Bewusstsein zu vermitteln, wahrgenommen zu werden, bildet für Oliver Stettes (52), Arbeitsmarkexperte des Instituts der deutschen Wirtschaft Köln (IW), die wichtigste Maßnahme zur Mitarbeiterbindung – nicht nur für die Generation Rushhour: »Es ist ganz

wissenschaftler plädiert dafür, jenseits aller Generationenbetrachtungen und einer lebensphasenorientierten Personalpolitik den einzelnen Menschen mit seinen Interessen und Präferenzen zu sehen.

»In unseren Studien haben wir zwei zentrale Gründe für einen Arbeitsplatzwechsel identifiziert«, erklärt Stettes. »Der eine ist Unzufriedenheit mit der Bezahlung, der zweite Unzufriedenheit mit dem Vorgesetzten.« Zu Letzterem gehörten natür-

lienfreundlichkeit deshalb bedarfsorientiert. »Die Lebensphasen sind schließlich nicht ganz so leicht abzugrenzen«, sagt Personalleiter Oliver Plank (50). »Es geht darum, Angebote zu machen, die den Mitarbeitern quer durch alle Altersklassen helfen, wobei natürlich nicht jede Maßnahme für jeden passt – und speziell für die Generation Rushhour die Frage der Vereinbarkeit von Arbeit und Privatleben besonders relevant ist.«

Jeder vierte der rund 11000 SWM-Mitarbeitenden ist zwischen

30 und 40 Jahre alt. »Für diese Altersgruppe ist Zeitautonomie besonders wichtig«, sagt Plank. Daher gibt es bei den SWM, soweit betrieblich machbar, Gleitzeit mit großem Zeitrahmen sowie die Möglichkeit, bis zu vier Tage pro Woche im Homeoffice zu arbeiten. Mitarbeitende im Schichtbetrieb können zumindest Einfluss auf die Gestaltung ihrer Einsatzpläne nehmen. Ab Herbst werden Fahrer auch in Teilzeit ausgebildet. Darüber hinaus gibt es die Möglichkeit, Zeiten für Sabbaticals anzusparen. »Die Nachfrage ist groß. Damit haben wir offenbar einen Nerv getroffen«, sagt Plank.

Bis 2030 wollen die SWM zudem 3000 Werkswohnungen fertiggestellt haben. Bislang sind es 600, die im engen und hochpreisigen Mietmarkt Münchens sehr begehrt sind. Außerdem gibt es Firmenräder, Sportangebote, Betriebskindergärten an den Standorten, psychologische Beratungen sowie Informationsplattformen zu externer Hilfe bei pflegebedürftigen Angehörigen.

Die Stadtwerke München scheinen mit ihren Maßnahmen auf einem guten Weg zu sein. Darauf weisen die Zahlen zur Fluktuation hin: Quer durch alle Altersstufen verlassen pro Jahr nur zwischen drei und vier Prozent der Beschäftigten das Unternehmen. ●

IHK-Ansprechpartner zum Thema Fachkräfte

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



Soweit irgendwie machbar, berücksichtigen wir die Lebensumstände unserer Mitarbeiter.«

**Katrin Eissler,
 Geschäftsführerin Spedition Neuner**



Foto: Izis Ibrahim

zentral, sich darüber zu informieren, was die Leute wirklich wollen. Und das sollte nicht nur einmalig erhoben werden, sondern permanent.«

Dass Familienfreundlichkeit keine Frage der Unternehmensgröße ist, zeigt sich bei Firmenbefragungen des IW: »Kleinere Unternehmen liegen bei formellen Angeboten zwar etwas zurück. Aber hier läuft vieles informell und individuelle Lösungen können schnell umgesetzt werden«, sagt Stettes. Der promovierte Wirtschafts-

lich vor allem Führungskultur und -verhalten. »Doch wenn ich feststelle, dass mir mein Chef keine Brücke baut, um Privat- und Berufsleben besser in Einklang zu bringen«, so Stettes, »dann schaue ich mich anderswo nach einem Job um.« Und die Chance, fündig zu werden, ist größer denn je. »Der demografische Wandel ist da – und mit ihm wird sich der Fachkräftemangel weiter verstärken.«

Die Stadtwerke München GmbH (SWM) entwickelt ihre Angebote für mehr Fami-

Klarheit schaffen

Unternehmen werden mit laufend neuer Rechtsprechung bei der Umsatzbesteuerung von Firmengruppen belastet. Ein Überblick über den aktuellen Stand.

Von Monika Hofmann

Immer wieder steht die deutsche Regelung zur umsatzsteuerlichen Organschaft vor Gericht. Dabei geht es um die Zusammenfassung von rechtlich eigenständigen Unternehmen zu einer Einheit für steuerliche Zwecke. Jetzt ist mehr Klarheit in Sicht durch neue gerichtliche Entscheidungen. »Firmen sollten daher die aktuellen Entwicklungen im Blick behalten«, rät Katja Reiter, Umsatzsteuerexpertin der IHK für München und Oberbayern.

Foto: Frank Wagner/Adobe Stock



gegen EU-Recht. Trotz Zugehörigkeit zur Organschaft sieht der EuGH in einer seiner Entscheidungen die Mitglieder der Gruppe dennoch als selbstständig an. Welche Folgen das für die Innenumsätze hat, lässt er jedoch offen.

Wie geht es weiter?

Deutschland darf den Organträger weiter als Steuerpflichtigen der Gruppe behandeln. »Damit ist deutsches Recht zur umsatzsteuerlichen Organschaft unionsrechtskonform«, betont Reiter. »Das gibt immerhin etwas mehr Klarheit.« Das EuGH-Urteil macht zudem deutlich, dass die Voraussetzungen dafür wesentlich geringer ausfallen dürfen, als es das deutsche Recht vorsieht. Zugleich bleiben jedoch viele Unsicherheiten mangels einer klaren Aussage in Bezug auf Innenumsätze bestehen. Hier müssen die Folgeentscheidungen des Bundesfinanzhofs im Blick behalten werden. Seitens des deutschen Gesetzgebers gibt es Pläne, die umsatzsteuerliche Organschaft zu reformieren. Die IHK-Organisation fordert seit Langem, ein Antragsverfahren zur Organschaft einzuführen. »Dazu gibt es bereits entsprechende Vorschläge«, so Expertin Reiter. Im »Paket für Bürokratierleichterungen« regt die Bundesregierung an, dass eine umsatzsteuerliche Organschaft möglichst nur auf Antrag und mit einer Bestätigung der Finanzverwaltung entstehen kann. Reiter: »Das würde für deutlich mehr Rechtssicherheit sorgen.«

Worum geht es?

Kürzlich gab es zwei Verfahren beim Europäischen Gerichtshofs (EuGH) zur deutschen Organschaft. »Es ging dabei vor allem um die grundsätzliche Frage, wer der Steuerpflichtige bei umsatzsteuerrechtlichen Organschaften ist und ob das deutsche Recht überhaupt mit europäischem Recht konform ist«, so Reiter. Bei der umsatzsteuerlichen Organschaft werden mehrere selbstständige Unternehmen, etwa Firmengruppen, für die Umsatzsteuer zu einer Einheit zusammengefasst. Daraus folgt: Wer schuldet die Steuer? Ist es der Organträger selbst? Oder der Organkreis, also alle Mitglieder? Diese beiden unterschiedlichen Auslegungen treffen immer wieder aufeinander. »Das zeigt, dass ein großer Bedarf besteht, für mehr Klarheit zu sorgen«, sagt die Expertin.

Steuerschuldner für die Organschaft ist nach deutschem Recht der Organträger, also der wirtschaftlich beherrschende Betrieb. Zugleich gelten in diesem Fall die anderen Organgesellschaften als un-selbstständig. Solche wirtschaftlichen Beziehungen können zum Beispiel bei einem größeren Metallmittelständler und seinen Zulieferern vorliegen.

Bei den jüngsten Verfahren hatte EuGH-Generalanwältin Laila Medina ein anderes

Neue Urteile zur Organschaft

Verständnis als das deutsche Recht vertreten. Ihrzufolge ist nicht zwingend der Organträger der Steuerpflichtige, sondern der Organkreis, also die Firmengruppe als solche, die sich für die Umsatzsteuer gebildet hat. Darüber hinaus gibt es weitere Effekte, wenn alle Mitglieder der Umsatzsteuergruppe als selbstständig gelten würden: Hierzulande werden Leistungen innerhalb des Organkreises als nicht steuerbare Innenumsätze qualifiziert und unterliegen grundsätzlich nicht der Umsatzbesteuerung. Wenn aber alle Mitglieder als selbstständig eingestuft werden würden, stellt sich laut der Generalanwältin die Frage, ob Innenumsätze dann nicht steuerpflichtig wären. Dies würde allerdings für nicht vorsteuerabzugsberechtigte Organteile zu einem Kostenfaktor führen.

Wie sieht es der Europäische Gerichtshof?

Nach den Entscheidungen vom Dezember 2022 ist klar: Für den EuGH ist besonders wichtig, dass es einen einzigen Ansprechpartner der Gruppe gibt. Er erlaubt als Ansprechpartner den Organträger, der damit als Steuerpflichtiger der Gruppe gilt. Damit verstößt das deutsche Recht nicht

Mehr Infos zur Umsatzsteuer:
[ihk-muenchen.de/de/Service/Recht-und-Steuern/Steuerrecht/Umsatzsteuer](https://www.ihk-muenchen.de/de/Service/Recht-und-Steuern/Steuerrecht/Umsatzsteuer)

IHK-Ansprechpartnerin zur Umsatzsteuer
 Katja Reiter, Tel. 089 5116-1253
reiter@muenchen.ihk.de



EU vereinheitlicht
Patentschutz und
Rechtsprechung

Foto: doganmesut/Adobe Stock

Umfangreich geschützt

Nach langen Vorbereitungen startet im Juni 2023 das europäische Einheitspatent. Mit einer Anmeldung können Unternehmen künftig unmittelbar Schutz in 17 Staaten erhalten.

Von Melanie Rübartsch

Es ist eine lange Geschichte, die im Juni nun endlich eine Art Happy End feiert. Die Idee eines einheitlichen Patents, das automatisch in mehreren Ländern gilt, geistert bereits seit den 1950er-Jahren durch Europa. 2012 schließlich konkretisierten sich diese Pläne in einschlägigen EU-Verordnungen sowie einem internationalen Vertrag, auf dessen Grundlage parallel dazu ein Einheitliches Patentgericht (EPG) aufgebaut werden soll.

»Die wesentliche Idee dahinter ist, Bürokratie abzubauen und dadurch die Innovationsfähigkeit europäischer Unternehmen zu stärken«, sagt Stefan Luginbühl, Leiter Europäische Rechtsangelegenheiten beim Europäischen Patentamt (EPA). Dem einheitlichen Patentschutz haben nun insgesamt 17 EU-Staaten offiziell mit entsprechenden nationalen Umsetzungen zugestimmt. Zuletzt musste noch Deutschland die Ratifizierungsurkunde

für das Gerichtsabkommen offiziell hinterlegen. Damit wird es das Einheitssystem ab 1. Juni 2023 geben. Die wichtigsten Fakten für einen ersten Überblick:

Was genau ist das europäische Patent mit einheitlicher Wirkung?

Aktuell müssen sich Unternehmen nach Erteilen eines Patents durch das EPA entscheiden, in welchen europäischen Staaten sie es zur Geltung bringen möchten. Dort müssen sie es jeweils bei der zuständigen Behörde »national validieren« lassen. Künftig können Firmen nach Patenterteilung auch einen »Antrag auf einheitliche Wirkung« beim EPA stellen. In der Folge erhalten sie auf einen Schlag Schutz in jenen 17 Staaten, die sich gegenwärtig an dem Einheitssystem beteiligen. »Darunter sind unter anderem Deutschland, Frankreich, Italien und die Niederlande, die eine große Bedeutung für Patentanmeldungen aus der EU haben«, sagt Luginbühl.

Wofür ist das neue Einheitliche Patentgericht, kurz EPG, zuständig?

Parallel zum Einheitspatent entsteht derzeit ein komplett neues internationales Gericht, das künftig in den teilnehmenden EU-Staaten ausschließlich für Rechtsfragen rund um das europäische Einheitspatent und das klassische europäische Patent zuständig sein wird.

Vorteil: »Urteile des EPG haben künftig automatisch Rechtswirkung in allen 17 angeschlossenen Ländern«, erklärt Richard Bennett, Vorstandsmitglied der Patentanwaltskammer sowie Partner der SSM Sandmair Patentanwälte Rechtsanwältinnen Partnerschaft mbB mit Sitz in München. Bisher müssen Unternehmen in jedem Land, in dem es zu Patentverletzungen gekommen ist, gesondert vor die zuständigen nationalen Gerichte ziehen.

Der Patentanwalt begrüßt das neue Gericht: »Damit erhalten Unternehmen einen sehr spezialisierten Spruchkörper,

der nicht nur mit auf dem Gebiet des Patentrechts erfahrenen Juristen, sondern auch mit technisch vorgebildeten Richtern besetzt ist.« Zudem wird sich im Lauf der Jahre eine spezielle europäische Patentrechtsprechung entwickeln, die eine bessere Chancenabwägung bei Rechtsstreitigkeiten ermöglicht.

Welche Rolle spielt das europäische Einheitspatent künftig in der Patentstrategie von Unternehmen?

Mit dem Einheitspatent haben deutsche Unternehmen für den Schutz innerhalb Europas bald eine dritte Möglichkeit neben dem nationalen (deutschen) Patent, das sie vor dem Deutschen Patent- und Markenamt (DPMA) beantragen, und dem klassischen europäischen Patent, das das EPA erteilt und das in den gewünschten Ländern anschließend für gültig erklärt werden muss.

»Entscheidend für die Wahl ist einerseits, wo Unternehmen ihre Erfindungen schützen lassen möchten«, sagt Patentanwalt Bennett. »Das wiederum hängt davon ab, auf welchen Märkten sie tätig sind oder tätig werden wollen und wo es realistisch zu Rechtsverletzungen durch Wettbewerber kommen kann.« Wer den Schutz für mehrere der 17 angeschlossenen Staaten haben möchte, spart sich mit dem Einheitspatent einiges an Bürokratie.

Mit welchen Kosten müssen Unternehmen rechnen?

Für das Anmeldeverfahren und die Erteilung werden beim DPMA einmalig rund 500 Euro fällig, beim EPA für europäische Patente knapp 5000 Euro. Anschließend kommen Jahresgebühren zur Aufrechterhaltung des Patents hinzu – entweder bei den nationalen Behörden oder für das Einheitspatent zentral beim EPA.

Zum Vergleich: Beim DPMA ist in den ersten zehn Jahren mit Kosten in Höhe von insgesamt 1420 Euro zu rechnen. Das europäische Einheitspatent wird in der glei-

chen Zeit rund 5000 Euro kosten. Dafür fallen bei dieser Variante Ausgaben für die einzelnen nationalen Validierungen weg. »Vergleicht man die Gesamtkosten, ist ein Einheitspatent gemäß unseren Berechnungen günstiger als ein europäisches Patent, das in vier Mitgliedstaaten validiert und zehn Jahre aufrechterhalten wird«, rechnet Luginbühl vor.

Gibt es eine Übergangsphase?

Ja. Sie startete am 1. Januar 2023 und geht bis zur endgültigen Rechtsgültigkeit des Einheitspatents am 1. Juni 2023. In dieser Phase können Unternehmen bereits einen sogenannten frühen Antrag auf einheitliche Wirkung stellen, der dann ab April wirksam wird. Die einheitliche Wirkung kann allerdings generell nur für Patente zugesprochen werden, die nach der Übergangsphase erteilt werden. Daher gibt es auch die Möglichkeit, bis zum rechtswirksamen Inkrafttreten des Einheitspatents einen »Aufschub der Patenterteilung« zu beantragen, um sich die Chance auf die Einheitswirkung überhaupt zu bewahren.

Was verbirgt sich hinter dem Opt-out-Modell?

Dies ist eine weitere Sonderregelung, die das EPG betrifft. Unternehmen können ab Beginn einer sogenannten Sunrise Period am 1. März 2023 klassische europäische Patente von der Zuständigkeit des EPG auf Antrag ausschließen. Für das Einheitspatent existiert diese Möglichkeit nicht.

Bei dieser Entscheidung müssen Unternehmen abwägen, wie viel es ihnen wert ist, dass EPG-Entscheidungen automatisch Rechtskraft für alle 17 Staaten haben. »Wer das Patent zum Beispiel nur in einem oder zwei Ländern validieren lassen möchte, wird auch bei Streitigkeiten nur dort vor Gericht ziehen – der Vorteil zahlt sich hier nicht unbedingt aus«, führt Bennett aus. In solchen Fällen könne es im Einzelfall sinnvoller sein, erst einmal

zu beobachten, wie sich die Arbeit und die Rechtsprechung des EPG entwickeln. Wichtiges Argument ist zudem, dass ein EPG-Urteil, mit dem ein Wettbewerber die Nichtigkeit eines erteilten Patents durchsetzt, ebenfalls Wirkung in allen 17 Ländern hat. Mit einem Schlag wäre also der Patentschutz überall weg und nicht nur in dem Land, in dem die Klage eingereicht wurde.

Die Verfahrenskosten sind vergleichbar mit denen der nationalen Gerichte – auch weil eine Prozesskostenerleichterung für kleine und mittlere Firmen vorgesehen ist.

Wer kann bei Antragstellung und Entscheidungen helfen?

Das Patentrecht mit all seinen Vorschriften und Verfahrensregeln ist nicht unkompliziert. Es lohnt sich daher unter Umständen, spezialisierte Berater einzuschalten. Das sind Patentanwälte oder Fachanwälte für gewerblichen Rechtsschutz. Vor dem EPG können zugelassene Rechtsanwälte oder Patentanwälte mit einer entsprechenden Zulassung Firmen vertreten. ●

Das Europäische Patentamt informiert auf seinen Internetseiten detailliert über das neue europäische Einheitspatent und das Einheitliche Patentgericht:

www.epo.org → Anmelden eines Patents
→ Einheitspatent und Einheitliches Patentgericht

Tipps zum gewerblichen Rechtsschutz gibt es auf der IHK-Website unter:

www.ihk-muenchen.de/de/Service/Recht-und-Steuern/Markenrecht-Designrecht

IHK-Ansprechpartnerinnen zum Thema gewerblicher Rechtsschutz

Viktoria Apitzsch, Tel. 089 5116-1689
apitzsch@muenchen.ihk.de

Dr. Tatjana Neuwald, Tel. 089 5116-1312
neuwald@muenchen.ihk.de

»Da hilft nur Aufklärung«

Mit einer Imagekampagne dankt die bayerische Tourismusbranche den Mitarbeitern und zeigt, wie wichtig Tourismus für die Menschen im Freistaat ist. Barbara Radomski erklärt das Konzept.

Von Eva Elisabeth Ernst

Frau Radomski, Sie sind Geschäftsführerin der Bayern Tourismus Marketing GmbH, kurz BayTM. Ihre neue Imagekampagne »Wir machen Urlaub« wendet sich an Tourismus-Mitarbeiter und Einheimische. Warum haben Sie gerade diese Zielgruppen gewählt?

Seit den Coronalockdowns leidet auch die Tourismusbranche unter einem massiven Fachkräftemangel. Dazu gewannen während der Pandemie Themen wie Tourismusakzeptanz und Besucherlenkung an Bedeutung. Daher wurde von der Bayerischen Zentrale für Tourismus und dem Bayerischen Wirtschaftsministerium ein Runder Tisch initiiert, an dem Vertreter von Tourismus- und Wirtschaftsverbänden zusammenkamen. Dort entstand die Idee zu einer Kampagne, mit der wir den Menschen in Bayern vermitteln möchten, was Tourismus für ihren Ort und für sie persönlich bringt. Denn nicht allen ist bewusst, dass große Teile der Infrastruktur in ihren Orten und Regionen durch den Tourismus entstanden sind und aufrechterhalten werden. Darüber hinaus möchten wir aber auch den Menschen, die im Tourismus arbeiten, danke sagen.

An der Kampagne beteiligen sich außergewöhnlich viele Projektpartner ...

... der Runde Tisch wurde immer größer. Als die Idee der Kampagne geboren war, haben sich 17 Organisationen dazu bereit erklärt, sie unter Federführung der BayTM zum Fliegen zu bringen und sich auch finanziell zu beteiligen. Wir haben sehr gut und sehr intensiv zusammengearbeitet. Es handelt sich ja um eine verbindende Kampagne, in der keine Branche und keine Region herausgestellt wird. Die Partner haben sich in verschiedenen Arbeitsgruppen eingebracht. So haben sich zum Beispiel die bayerischen IHKs an der Ausgestaltung des Arbeitgeberportals beteiligt.



Foto: Gert Krautbauer

Wer finanziert die Kampagne?

Das Gesamtbudget beläuft sich auf 500 000 Euro. Davon übernimmt das Bayerische Wirtschaftsministerium 450 000 Euro. Der Rest kommt von den Projektpartnern. Damit konnten wir nicht nur Konzeption und Gestaltung finanzieren, sondern auch das Kampagnenvideo »Des wos es braucht, bist du« und andere Wer-

bemittel wie etwa Plakate sowie die Mediakosten. Die Kampagne wurde also mit zusätzlichen Mitteln finanziert.

Wie sprechen Sie die Einheimischen an?

Dazu setzen wir auf sogenannte Urlaubsmacher als Botschafter, zum Beispiel eine Hüttenwirtin mit Brotzeitbrett und dem Claim »denn ohne dich schmeckt Bergluft

ZUR PERSON

Barbara Radomski ist seit 2018 Geschäftsführerin der Bayern Tourismus Marketing GmbH (BayTM). Nach einer Ausbildung zur Hotelfachfrau absolvierte sie ein BWL-Studium in München. Anschließend war sie bei einer internationalen Hotelgruppe sowie als freiberufliche Marketingberaterin im Hospitality-Bereich tätig, bevor sie 2014 zur BayTM wechselte. BayTM unterstützt als touristische Dachorganisation die Tourismus- und Freizeitwirtschaft im Freistaat und fördert Destinationen sowie Leistungsträger.

nur halb so gut«, einen Skilehrer – »denn ohne dich kriegt hier niemand die Kurve« – oder einen Bergführer, der nicht nur Gäste, sondern auch Einheimische sicher auf den Gipfel bringt – »denn ohne dich wären wir alle auf dem Holzweg«. Die Motive werden in Anzeigen-, Plakat- und Digitalkampagnen eingesetzt. Auch Kinowerbung ist geplant.

Herzstück ist die Kampagnenwebseite die-tourismusbranche.bayern, auf der wir die ganze Bandbreite der Branche vorstellen und auch darüber informieren, was Tourismus als Wirtschaftsfaktor bringt und wie er die Lebensqualität vor Ort verbessert.

Wie ist die Resonanz bisher?

Sehr gut. Natürlich lässt sich der Erfolg von Imagekampagnen nur schwer messen. Doch die Zugriffe auf unsere Onlineangebote zeigen, dass wir auf große Aufmerksamkeit stoßen: Bereits nach der Hälfte der Laufzeit der Kampagne haben wir unsere Ziele übertroffen. Das Video hatte zur Halbzeit Mitte Februar schon

320000 Views, insgesamt konnten wir über alle Kanäle 17 Millionen Impressions erzielen.

Auf der Kampagnenwebsite gibt es eine Rubrik, auf der sich Arbeitgeber im Tourismus kostenpflichtig vorstellen können. Wie wird dieses Element genutzt?

Derzeit haben über 100 Unternehmen und Organisationen ein Profil auf unserem Unternehmerportal gebucht. Es handelt sich dabei allerdings nicht um ein klassisches Jobportal. Arbeitgeber können von hier aus zwar auch auf offene Stellenanzeigen verlinken, aber es geht primär darum, dass sie sich

mit ihren Werten, Besonderheiten und Benefits vorstellen. Für die redaktionelle Unterstützung rund um die professionelle Aufbereitung der Texte wird eine Aufwandsentschädigung von 89 Euro pro Eintrag fällig. Damit machen wir allerdings keinen Gewinn.

Was halten Sie auf betrieblicher Ebene für wichtig, um die aktuelle Personalnot in der Tourismuswirtschaft zu lindern?

Da maße ich mir keine Empfehlungen an. Aber ich kann gern berichten, was wir bei der BayTM unternehmen haben: Wir haben in den letzten Jahren viel Zeit in Employer Branding, also die Konzeption und Kommunikation unserer Arbeitgebermarke, investiert. Wir stellen unsere Mitarbeiter in den Mittelpunkt unseres Tuns, bieten Purpose und Zusammenhalt – und haben keine Probleme, neue Mitarbeiter zu finden.

Und was kann vor Ort getan werden, um die Akzeptanz der Einheimischen für den Tourismus zu verbessern?

Da hilft nur Aufklärung, Aufklärung, Aufklärung: Politiker, Tourismusverantwortliche und -unternehmer sollten immer wieder darauf hinweisen, dass der Tourismus für Wirtschaftskraft und Lebensqualität sorgt. Ein bayerischer Bürgermeister hat das einmal sehr deutlich auf den Punkt gebracht: »Ohne Tourismus wären wir ein verlassener Provinzort ohne Bäcker, ohne Gasthaus, ohne Kinder.« ●

IHK-VERANSTALTUNGSTIPP

Tourismusforum Oberbayern 2023

Wie können sich Tourismusbetriebe und Destinationen wettbewerbsfähig und zukunftssicher aufstellen? Mit dieser Frage beschäftigen sich Unternehmen und Experten auf dem Tourismusforum Oberbayern.

Die Veranstaltungen finden in zwei Vorzeigebetrieben statt. Unternehmensvertreter berichten von den Erfahrungen, die sie bei der Umsetzung nachhaltiger Strategien und Projekte im eigenen Betrieb gewonnen haben.

Tourismusforum Oberbayern Südost

Termin: 8. Mai 2023, 10–14 Uhr

Ort: Hotel Gut Ising Chiemsee, Kirchberg 3, 83339 Chieming

Tourismusforum Oberbayern Südwest

Termin: 15. Mai 2023, 10–14 Uhr

Ort: Alpenhof Murnau, Ramsachstraße 8, 82418 Murnau am Staffelsee

Weitere Infos und Anmeldung:

top.oberbayern.de/events/tourismusforum-oberbayern-2023

Extrem sparsam und schnell

Neuromorphic Computing nimmt sich das menschliche Gehirn gewissermaßen als Vorbild. Warum die Zukunftstechnologie wegweisend ist – auch für mittelständische Unternehmen.

Von Josef Stelzer

Künstliche Intelligenz (KI) kommt in vielen Bereichen zum Einsatz: auf Social-Media-Plattformen, wo sie Informationen je nach Nutzerprofil filtert. Bei der Sicherheitsüberwachung, für die sie verdächtige Bewegungen analysiert. Oder im Gesundheitssektor, wo sie hilft, Röntgenbilder auszuwerten.

Die in Software eingebettete KI errechnet treffsichere Vorhersagen oder antwortet auf Kundenanfragen. Sie entscheidet selbstständig, erweist sich als lernfähig und soll letztlich einen Beitrag leisten, um Produkte, Dienstleistungen und Geschäftsprozesse zu verbessern.

Doch künstliche Intelligenz erfordert von den Computern auch extrem viel Rechenpower – und verbraucht damit enorm viel Strom. Abhilfe könnte hier Neuromorphic Computing schaffen. Dabei handelt es sich um neuartige Mikrochips oder Sensoren, die im Vergleich zu herkömmlicher Technik erheblich weniger Energie benötigen. »Von der Technologie können auch mittelständische Unternehmen profitieren«, sagt Axel von Arnim (49), Leiter des Kompetenzfelds Neuromorphic Computing bei der fortiss GmbH, dem Landesforschungsinstitut des Freistaats Bayern für softwareintensive Systeme in München. Roboter, Kameras und andere mobile Geräte zählen zu den künftigen Einsatzmöglichkeiten.

»Neuromorphe Chips sind bis zu tausendmal energieeffizienter als herkömmliche Mikrochips und weisen außerdem eine extrem geringe Latenzzeit von weit weniger als einer Tausendstelsekunde auf, sie reagieren also viel schneller«, betont von Arnim. Zudem ermöglichen neuromorphe Mikrochips ein kontinuierliches, fast menschliches Lernen. Bereits



Foto: fortiss

erlernte Informationen kann die KI dank solcher Chips weiterhin verwenden, ohne diese wieder zu »vergessen«. Zeitraubende Programmierarbeiten werden daher in vielen Fällen überflüssig.

Seit 2020 stellt fortiss Unternehmen und Forschern eine flexible Experimentierplattform zur Verfügung, um KI-Anwendungen zu testen. Zu dieser Plattform gehört ein Industrieroboter, der mit der

innovativen Chiptechnologie ausgestattet ist. Hintergrund: Roboter werden häufig mit Batterien betrieben. Doch gerade deren begrenzte Kapazität schränkt die Einsatzmöglichkeiten der Automaten stark ein.

Ein bei fortiss umgebauter Roboter bietet dagegen dank Neuromorphic Computing weitaus mehr Spielraum. Seine Bewegungen werden von einem extrem energieeffizienten neuromorphen Chip berechnet, der auf »spikenden«, gleichsam pulsierenden neuronalen Netzwerken basiert. Diese sind ähnlich aufgebaut wie die biologischen neuronalen Netzwerke des menschlichen Gehirns, das Informationen aus Milliarden von verbundenen Nervenzellen, den sogenannten Neuronen, verarbeitet.

Eingebaut ist der Chip in ein separates Gerät, das per USB mit einem Computer verbunden wird. Dieser Computer wiederum steuert den rund 1,5 Meter langen Greifarm des Roboters. »Seine Bewährungsprobe hat er im Rahmen eines ersten Projekts bereits bestanden«, so von Arnim. In einem Folgeprojekt soll der Roboter das Einstecken von Kabeln in die passenden Buchsen lernen. Ein Vorteil der neuartigen Chips: Ihr äußerst geringer Stromverbrauch wird den Einsatz von besonders kleinen, leichten und kostengünstigen Batterien in künftigen Industrierobotern ermöglichen.

Von Arnims Entwicklerteam hat bislang eine Reihe von Gemeinschaftsprojekten mit Unternehmen abgeschlossen. Beteiligt waren unter anderem der IT-Konzern IBM und der Chiphersteller Intel. Fünf weitere Projekte laufen noch, darunter ein Forschungsvorhaben mit einem deutschen Automobilhersteller.

»Die Einsatzmöglichkeiten und das Marktpotenzial neuromorpher Bauteile sind enorm, von industriellen Anwendungen über Haushaltsgeräte bis zu Smartphones«, bekräftigt der Forscher. »Und es dauert nur noch wenige Jahre bis zur Marktreife.« Mittelständische Unternehmen

sollten darauf achten, »dass sie den Trend zum neuromorphen Computing nicht verpassen«.

Die Einsatzmöglichkeiten der Technologie sind breit. So sind Vorteile bei Kamerasensoren denkbar, die etwa in mobilen Endgeräten zum Einsatz kommen. Das können zum Beispiel Drohnen für Überwachungsflüge sein. Dabei ergibt sich gegenüber herkömmlichen Geräten eine wesentlich längere Betriebsdauer, weil der Stromverbrauch nur einen Bruchteil beträgt. Geeignet sind die neuromorphen Bildverarbeitungssensoren auch für diffuses Licht oder andere schwierige Lichtverhältnisse.

Durch die hohe Energieeffizienz kann die innovative Technologie zudem dabei helfen, eine der drängendsten Herausforderungen der Digitalisierung zu lösen – den rasch steigenden Bedarf an Rechenleistung mit dem enormen Stromverbrauch in den Rechenzentren. Nach Angaben des Branchenverbands Bitkom benötigen allein die 300 großen und rund 50 000 kleineren Rechenzentren in Deutschland etwa 17 Milliarden Kilowattstunden pro Jahr – rund drei Prozent des bundesweiten Gesamtverbrauchs. Hinzu kommen zahl-

KI-Forum München

Im Mai findet bundesweit der »KI-Monat mAI« statt. Ziel ist es unter anderem, künstliche Intelligenz und ihre Anwendungspotenziale vorzustellen. Daher bietet die IHK für München und Oberbayern mit der fortiss GmbH und der appliedAI Institute for Europe gGmbH eine kostenfreie Tagung zur Einführung in die Technologie. Best-Practice-Beispiele zeigen Chancen, Herausforderungen und Auswirkungen. Es wird kein technisches Vorwissen vorausgesetzt.

Termin: 23. Mai 2023, 14–17 Uhr

Ort: IHK Campus, Orleansstraße 10–12, 81669 München

Die Teilnahme ist kostenfrei.

Anmeldung und Infos:

www.ihk-muenchen.de/ki-forum

lose privat oder gewerblich verwendete Rechner. Neuromorphe Chips in Servern sowie anderen Computern könnten diesen Energiebedarf gravierend senken ●

IHK-Ansprechpartner zur Digitalisierung

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

FORTISS: FORSCHUNG FÜR DIE PRAXIS

Das Landesforschungsinstitut des Freistaats Bayern fortiss betreibt anwendungsnahe, marktorientierte Forschung, etwa für die Automobilindustrie, die Luft- und Raumfahrt, das Gesundheitswesen, die Energiewirtschaft sowie für Tourismus und Landwirtschaft. Zu den Forschungsschwerpunkten gehören unter anderem:

- Nutzungsmöglichkeiten von künstlicher Intelligenz (KI)
- Entwicklung von Anwendungen für IIoT (Industrielles Internet der Dinge), etwa

für autonome Fahrzeuge und Produktionsroboter

- maschinelles Lernen (Machine Learning) mit Beratungsdienstleistungen, beispielsweise für autonomes Fahren, vorausschauende Instandhaltung oder medizinische Diagnostik
- Forschung im Bereich digitale Plattformen mit der Entwicklung von Prototypen

www.fortiss.org



Suchten sorgfältig nach passenden Investoren – onesome-Gründerinnen Swantje Benussi, Anouk Harde, Nadine Priessnitz (v.l.)

Foto: Generation

Frauen überzeugen

Gründerinnen erhalten für ihre Ideen noch immer deutlich weniger Wagniskapital als Gründer. Wie lassen sich die Startbedingungen für Unternehmerinnen verbessern?

Von *Melanie Rübartsch*

Der Jungenanteil an dem Pariser Lycée, das Delphine Colin besuchte, lag bei mehr als 80 Prozent und in ihrer Freizeit spielte sie als Jugendliche unter anderem Rugby. Man kann also durchaus sagen, dass die gebürtige Französin früh gelernt hat, die Spielregeln geschlechterübergreifend zu verstehen und in kompetitiven Umfeldern zu überzeugen. Dass sie sich seit 2019 nun auch als Gründerin ihres Münchner Start-ups Winyasa GmbH häufig gegen andere durchsetzen muss, sieht die Mittdreißigerin daher als Ansporn.

Das Unternehmen hat MinQi entwickelt, eine Plattform mit kurzen digitalen Sessions und Trainings für erhöhte Produktivität sowie mentale Fitness und körperliches Wohlbefinden von Mitarbeitenden. »Wir leben in einer immer digitaleren Arbeitswelt, die von Multitasking und ortsübergreifender Zusammenarbeit geprägt ist«, sagt die promovierte Ökonomin. Sie wollte ein Angebot schaffen, mit dem Organisationen und Führungskräfte durch kurze und gut in den Arbeitstag integrierbare Routinen resiliente, positive und sozial verbundene Teams aufbauen können.

Die Wirksamkeit der Minutensessions konnten Colin und ihr Team durch eine wissenschaftliche Studie der Ludwig-Maximilians-Universität München belegen. »Das Thema mentale Gesundheit bekommt immer mehr Bedeutung auf dem Markt – unabhängig von Unternehmensbranche oder -größe. Wir haben schon viele große Kunden im Portfolio und die Nachfrage steigt stetig«, sagt Colin. Dass sie und Mitgründerin Jasmin Rimmel (32) vollkommen überzeugt von der Idee sind und den Markt durch und durch analysiert haben, war beim Einsammeln von

Kapital für ihr Unternehmen essenziell. »Speziell bei dem aktuell limitierten Zugang zu Wachstumskapital ist es umso wichtiger, dass Start-ups Qualität zeigen«, sagt Rimmele, die die Wachstumsstrategie des Unternehmens verantwortet.

Nicht nachgeben, immer einen Schritt voraus sein und sich gut vernetzen – das alles hat geholfen, heute zum Beispiel mit den Venture-Capital-Firmen APX und Plug and Play Ventures US sehr namhafte Kapitalgeber an Bord zu haben. Inzwischen agieren die Frauen gemeinsam mit Naum Shapkarovski und Cornelius Bauer als gemischtes Führungsteam. Sie bereiten sich gerade für die nächste Finanzierungsrunde vor: Über zwei Millionen wollen sie einsammeln, um die Basis für die Internationalisierung legen zu können.

Delphine Colin und Jasmin Rimmele sind als Frauen immer noch Solitäre innerhalb der Gründerszene. Nach dem jüngsten Female Founders Monitor des Bundesverbands Deutsche Startups e.V. liegt der Anteil der Gründerinnen in Deutschland bei 20 Prozent. In gerade einmal 37 Prozent der Gründungsteams ist zumindest eine Frau vertreten. Auffällig ist zugleich, dass sich die Finanzierung von Start-ups sehr deutlich nach dem Geschlecht unterscheidet: Frauentams erhalten mit 1,1 Millionen Euro im Schnitt sehr viel weniger Kapital als Männerteams (9,7 Millionen). 84 Prozent der Gründerinnen sagen zudem, dass sie bei Investmentent-

scheidungen kritischer hinterfragt würden als Männer.

»Diese Aussage ist umso bedeutender, wenn man bedenkt, dass 96 Prozent aller VC-Gesellschaften nur Männer in der Leitung haben«, sagt Elfriede Kersch, Referatsleiterin Fachkräfte, Weiterbildung, Frauen in der Wirtschaft der IHK für München und Oberbayern. Um Gründerinnen bessere Ausgangschancen zu verschaffen, seien Änderungen im System erforderlich. »Es geht darum, unterbewusste Entscheidungsmuster bewusst zu machen, mehr Investorinnen zu gewinnen und zugleich erfolgreiche Gründerinnen als Vorbilder für andere junge Frauen sichtbar zu machen«, so Kersch.

Frauen zu ermutigen – genau dieses Ziel hat sich der bundesweit agierende Verein encourageventures gesetzt, um mehr Diversität in die Start-up- und Investitionslandschaft zu bringen. Er führt gezielt Investorinnen mit Gründerinnen oder Unternehmerinnen zusammen und begleitet Finanzierungen von der Idee bis zum Börsengang. »Vor allem ehemalige Gründerinnen sind als Business Angels wertvolle Partnerinnen. Sie fungieren nicht nur als Geldgeberinnen, sondern zugleich als Mentorinnen«, sagt Vanessa Fischer, Co-Geschäftsführerin des Vereins und Start-up-Betreuerin. Sie ist überzeugt

NETZWERKEN!

- Die IHK für München und Oberbayern vernetzt Gründerinnen über verschiedene Social-Media-Gruppen:
– [linkedin.com/groups/9182288](https://www.linkedin.com/groups/9182288)
– [facebook.com/groups/unternehmerinnen.digital](https://www.facebook.com/groups/unternehmerinnen.digital)
- Infos für Unternehmerinnen bietet die IHK-Webseite unter:
www.ihk-muenchen.de/de/Service/Unternehmerinnen
- Die Netzwerke encourageventures (encourage-ventures.com) und Evangelistas (www.auxxo.de) bringen Gründerinnen und Investorinnen zusammen. Über die Finanzierung hinaus geht es um Mentoring und einen Peer-to-Peer-Austausch.
- BayStartUP ist das Netzwerk für Start-ups, Investoren und die Industrie. Als zentrale Institution für Start-up-Finanzierung in Bayern unterstützt es innovative Gründer beim Firmenaufbau und bei der Suche nach Gründungs- und Wachstumskapital: www.baystartup.de

davon, dass Frauen als Geldgeberinnen weitere Perspektiven, wie zum Beispiel einen nachhaltigen Blick auf ein Investment, mitbringen. Ein Blick, der Strategien von diversen Gründungsteams entgegenkommt.

Wichtiges Ziel des Vereins ist zugleich: den Weg des Gründens für Frauen als



www.laumer.de

FASSADENVIELFALT AUS ARCHITEKTURBETON

#hochwertig
#eindrucksvoll
#modern

Laumer

Bahnhofstr. 8 · 84323 Massing

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



Foto: Winyasa

Bereiten die nächste Finanzierungsrunde vor – Winyasa-Gründerinnen Jasmin Rimmele (l.) und Delphine Colin

denkbare Karrierealternative normaler werden zu lassen. »Je mehr positive Beispiele wir von Unternehmerinnen zeigen, die auch Privatleben und Start-up unter einen Hut bekommen, desto weniger Berührungängste haben junge Frauen mit dem Thema«, so Fischer.

Viel hat sich in den vergangenen 15 Jahren an dieser Stelle bereits getan, meint Annemarie Grund, Beraterin bei der Bay-StartUP GmbH, einem zentralen Netzwerk für Start-up-Finanzierung in Bayern: »Allein, dass das Thema Gründung viel stärker in den Fokus der universitären Ausbildung gerückt ist, ist ein großer Schritt.« Wenn sich jetzt noch mehr Mädchen für MINT-Fächer begeistern könnten, würden sich automatisch auch die weiblichen Start-ups vermehren, glaubt sie.

Nach wie vor entstehen im informationstechnologischen, mathematischen oder naturwissenschaftlichen Umfeld die meisten Ideen vor allem für technik- und IT-basierte Gründungen. Aus Sicht der BayStartUP Beraterin dürfe es sich heute gar nicht mehr rein um die Frage »Frauen- oder Männerteams?« drehen: »Es setzt sich zunehmend die Überzeugung durch, dass

Start-ups dann besonders gut funktionieren, wenn sie divers besetzt sind. Auch Investoren achten immer mehr darauf«, so ihre Beobachtung. Zur reinen Lösungskompetenz müssten sich eben auch Problembewusstsein und kommunikative Stärke gesellen – beides Stärken, die eher Frauen zugeschrieben werden, meint Grund: »Bei Pitches von »gemischten« Start-ups erlebe ich bereits häufiger, dass Frauen den Pitch halten, also die Lösung ins große Ganze einordnen und den Draht zu den Investoren aufbauen, während die Männer den technischen Teil übernehmen.«

Will man ergründen, warum Frauen oft weniger Kapital einsammeln als Männer, muss man auch einen Blick auf die Themen werfen, die Frauenteam typischerweise besetzen. Anouk Harde (31), Swantje Benussi (58) und Nadine Priessnitz (31) sind angetreten, um mit ihrem Münchner Start-up onesome den Coachingmarkt zu revolutionieren. Die drei haben eine App entwickelt, mit der Firmen ihren Mitarbeitern kostengünstig persönliche Entwicklung auf hohem Niveau ermöglichen können. »Viele Investoren, gerade männliche,

haben keine Erfahrung mit Personalthemen. Allerdings ist für die meisten wichtig, in Themen zu investieren, bei denen sie sich selbst auskennen«, weiß Harde. Sie und ihre Mitgründerinnen haben viel Zeit darauf verwendet, sich für ihre nächste Finanzierungsrunde Venture-Capital-Firmen und Family Offices genau anzusehen. Wer kennt sich mit HR-Themen aus, wer investiert hauptsächlich in Unternehmen, die einen sozialen oder nachhaltigen Einfluss haben?

»Unsere erste Finanzierung konnten wir über Friends and Family einsammeln«, berichtet Harde. Was nicht bedeutet, dass die Investoren nicht kritisch nachgefragt hätten. Im Gegenteil: »Sie wollten ganz genau verstehen, was wir planen, wie wir vorgehen und wie wir die notwendigen Aufgaben abdecken können. Da waren oft Fragen dabei, die herausfordernd waren – aber gerade die haben uns weitergebracht.« Für die drei Gründerinnen sei es extrem wertvoll, aus ihrem Investorennetzwerk regelmäßig Feedback und Tipps einzufordern.

Einer dieser Tipps war, sich selbst nicht unter Wert zu verkaufen. »Das ist vermutlich wirklich typisch weiblich«, sagt die studierte Psychologin Harde lachend. »Frauen können durchaus groß denken, trauen sich aber oft nicht, das auszusprechen.« Übrigens auch ein Grund, warum die Finanzierung von Frauenteam oft geringer ausfällt. Der Business Case wird konservativer gerechnet – zunächst geht es darum, in das Produkt zu investieren und nicht erst die ganz große Marketingmaschine anzuwerfen.

Bei onesome hängt das Bild eines Zebra-Einhorns im Büro. Zebra-Start-ups stehen für nachhaltiges und solides Wachstum. Die Einhörner unter den Start-ups sind diejenigen, die Milliarden-Bewertungen erzielen. Harde sagt: »Wir vereinen beide Richtungen miteinander.«

IHK-Ansprechpartnerin zu Frauen in der Wirtschaft

Elfriede Kersch, Tel. 089 5116-1786
kersch@munchen.ihk.de

VERLAGSANZEIGE

immo 1.2023

Immobilien in München und Oberbayern



*Business Hotel der Dorint Gruppe
im Business Campus München : Garching*

Foto: Cornelia Haberland

AIGNER IMMOBILIEN



Thomas Aigner,
Geschäftsführer

Neubauwohnungen in München Starker Rückgang der Verkäufe

Das Krisenjahr 2022 hat auf dem Münchner Immobilienmarkt Spuren hinterlassen: Wurden v.a. zu Beginn der Finanzkrise jährlich stets mehrere tausend Neubauwohnungen vermittelt, gab es jetzt einen deutlichen Rückgang der Verkäufe. Nach Berechnungen von Aigner Immobilien Research sind die Transaktionszahlen in diesem Segment im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um fast zwei Drittel auf ca. 1.350 Objekte eingebrochen – ein historischer Tiefstand und keine guten Nachrichten für die Baubranche.

Aufgrund der hohen Inflation und der spürbaren Verteuerung von Baukrediten durch die mehrfache Leitzinserhöhung der EZB hat die Erschwinglichkeit teils deutlich abgenommen und die Nachfrage nach Mietwohnungen erhöht.

Thomas Aigner, Geschäftsführer der Aigner Immobilien GmbH, blickt dennoch verhalten optimistisch in die Zukunft:

„Die Stimmung in der Bauwirtschaft ist natürlich alles andere als rosig. Zumindest für München sehe ich persönlich jedoch nicht so düster auf die kommenden Monate. Hier ist der Baubedarf konstant hoch und das ja nicht ausschließlich im Bereich sozialer Wohnungsbau. Bauträger und Projektentwickler werden nach wie vor gebraucht und die meisten werden die Krise gut überstehen.“

Es wird auch in diesem Jahr nicht leicht, für jedes Objekt gleich einen Käufer zu finden. Aber dennoch gibt es sie, denn Wohnimmobilien in München bleiben begehrt – auch als Kapitalanlage. Mit den steigenden Mietpreisen erhöht sich auch die Mietrendite. Und eines darf man nicht vergessen: Nicht jeder Investor benötigt eine Finanzierung.“

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

Dorint



Gemeinsames Durchschneiden des Bandes: (v.l.) Bürgermeister Dietmar Gruchmann, Skirennläuferin Christa Kinshofer, Aufsichtsratsvorsitzender der DV Immobilien Management GmbH Christan Bretthauer, General Managerin Elisa Kiem, Geschäftsführer von Dorint Jörg Bökeler, Schauspieler Werner Schulze-Erdel, Prinz Leopold von Bayern und Schauspieler Ingolf Lück.

Foto: Simon Gehr

Vier-Sterne-Hotel im Business Campus München : Garching eröffnet Business Hotel der Dorint Gruppe ein weiterer Meilenstein für die Serviceinfrastruktur am Standort

Garching b. München. Am 1. Februar konnte das Dorint Hotel München/Garching am Business Campus München :

Garching nach nur zweieinhalb Jahren Bauzeit seine Tore für die ersten Gäste öffnen. Die Übergabe des Vier-Sterne-Hotels mit einer Gesamtfläche von 13.000 Quadratmetern durch die zur DV Immobilien Gruppe aus Regensburg gehörende Business Campus Management GmbH an die Kölner Dorint Gruppe war am 15. Dezember 2022 genau vier Jahre nach der Un-

terzeichnung des Mietvertrags erfolgt. Dorint hatte in einem strukturierten Vergabeverfahren den Zuschlag für den Standort erhalten und sich gegen 20 Hotelunternehmen durchgesetzt. Das Hotel bietet 207 Zimmer inklusive Longstay-Apartments, eine offene Design-Lobby, großzügige Konferenzflächen, ein Restaurant, einen Fitnessbereich und eine große Dachterrasse

DER
STANDORT

Business Campus 

EIN UNTERNEHMEN DER DV IMMOBILIEN GRUPPE

mit Rooftop Bar und einem spektakulären Blick über München bis zu den Alpen.

Wichtiger Teil der umfassenden Infrastruktur

Für den Business Campus München : Garching bildet die Eröffnung des Dorint Hotels einen weiteren Meilenstein für die Service- und Infrastruktur des Standorts, die schon seit dem ersten Masterplan für die Symbiose aus Arbeiten und Leben verankert ist. „Wir freuen uns, dass wir heute gemeinsam das neue Dorint Hotel im Business Campus eröffnen dürfen. Die zurückliegende gemeinsame Projektentwicklung war jederzeit von partnerschaftlichem Respekt geprägt und das Engagement, das wir bei der General Managerin Elisa Kiem und ihrem Team wahrgenommen haben, hat uns in der Entscheidung für Dorint bestätigt. Wir wünschen viel Erfolg für die Zukunft“, so der Geschäftsführer der DV Immo-

Über den Business Campus München : Garching

Der Business Campus München : Garching ist ein multifunktionaler Büro- und Dienstleistungspark im Norden Münchens. Bisher haben sich auf 230.000 Quadratmetern Nutzfläche bereits 130 Unternehmen angesiedelt, die mehr als 6000 Mitarbeiter beschäftigen. Nach Fertigstellung wird der Business Campus München : Garching auf 264.000 Quadratmetern Nutzfläche den ansässigen Unternehmen flexible Mietflächen für etwa 8.000 Mitarbeiter zur Verfügung stellen können.

liem Management GmbH Michael Blaschek bei der Eröffnung. Zum umfangreichen Angebot des Business Campus gehören bereits vielfältige Einkaufs- und Gastronomieangebote, Kinderbetreuung, ein Arzt, ein Fitnesscenter, Physiotherapie oder Post- und Paketstationen. Das moderne und nachhaltige Mobilitätskonzept umfasst die gute Erreichbarkeit des Standorts über Autobahn, U-Bahn, ÖPNV oder Fahrrad. Vor Ort stehen öffentliche Elektroladesäulen sowie Car- und Ridesharingangebote und MVG Fahrradverleihstationen zur Verfügung.

Auch 3000 Quadratmeter Bürofläche im Gebäude

Neben dem Hotel entstanden in dem neuen Gebäude auf etwa 3.000 Quadratmetern weitere Büroflächen. Über 1.400 Quadratmeter werden von der Business Campus Management GmbH und dem zur DV Immobilien Gruppe gehörenden Planungs- und Ingenieurbüro DV Plan GmbH genutzt, die hier zukunftsweisende Arbeitswelten geschaffen haben. Auf der restlichen Fläche wurde der Business Campus OFFICE HUB etabliert, in dem Mieter Kleinflächen anmieten können. ●

*Pflanzen zur Eröffnung gemeinsam eine Vogelkirsche vor dem neuen Hotel: Hotelmanagerin Elisa Kiem mit den Vertretern der DV Immobilien Management GmbH, Geschäftsführer Michael Blaschek (re.) und Aufsichtsratsvorsitzender Christian Bretthauer (2. v. li.), sowie dem Geschäftsführer des Business Campus München : Garching Lars Dücker.
Foto: Simon Gehr*





Zu modernen Arbeitswelten gehören ebenfalls attraktive Außenbereiche, die zum Verweilen einladen. Auf Wunsch übernehmen wir für auch dafür die Planung und Realisierung.

Foto: ALHO

Als Anbieter zeitgemäßer Bürowelten ermöglichen die Raumkonzepte von ALHO ungestörtes Arbeiten genauso wie Austausch und Teamarbeit.

Foto: ALHO



Gebäude aus der Raumfabrik

Schneller und nachhaltiger bauen mit ALHO

Seit über 55 Jahren realisiert ALHO modulare Gebäude als nachhaltige Alternative zur konventionellen Bauweise. Das familiengeführte Unternehmen ist mit über 1.300 Mitarbeitern, fünf Werken in Deutschland, Frankreich und der Schweiz sowie 10 Vertriebsstandorten – einer davon in München – Marktführer der Branche.

Als Generalübernehmer steht ALHO für anspruchsvollen Modulbau. Die Gebäude werden von erfahrenen Architekten hausintern geplant, in modernen Fertigungshallen witterungsunabhängig als montagefertige, dreidimensionale Raummodule produziert und auf der Baustelle sauber und leise zusammengefügt. Durch die zertifizierte Werksfertigung mit stetigen Qualitätskontrollen überzeugen ALHO Gebäude mit höchsten Qualitätsstandards. Festpreisgarantie und geringe Life Cycle Costs geben Investitionssicherheit. So entstehen individuell geplante, hochwertige Gebäude wie Büro- und Verwaltungsgebäude, Schulen, Kindergärten, Kliniken, Wohn-

heime, Hotels oder Wohngebäude sind nur einige der möglichen Anwendungen. Sollte sich der Bedarf einmal ändern, erlaubt die freitragende Stahlkelettstruktur der Modulgebäude mit ihren nichttragenden Wänden das problemlose Anbauen, Aufstocken, Umnutzen - und sogar Rückbauen und zu nahezu 100 Prozent Recyceln.

Termin- und Kostensicherheit

Als Generalübernehmer bietet ALHO das gesamte Gebäude schlüsselfertig aus einer Hand. Aufgrund des hohen Vorfertigungsgrads der Raummodule und der parallellaufenden Prozesse verkürzt sich die Bauzeit durchschnittlich um bis zu 70%. In puncto Gestaltungsvielfalt, insbesondere in Bezug auf die Grundrisse und die Fassade, bietet die Modulbauweise alle Freiheiten.

Nachhaltig mit Brief und Siegel

Den ökologischen Fußabdruck durch optimierten Ressourceneinsatz über

den kompletten Lebenszyklus eines Gebäudes möglichst gering zu halten, ist dem Unternehmen ein wichtiges Anliegen. Das ALHO Bausystem wurde von der Deutschen Gesellschaft für nachhaltiges Bauen (DGNB) mit dem Vorzertifikat in Gold ausgezeichnet. Ob Neubau, Aufstockung oder Erweiterung – Modulgebäude können problemlos in den Gebäudebestand am jeweiligen Standort integriert werden. Qualitativ hochwertige, gütegeprüfte Baustoffe und wohngesunde Materialien sorgen dafür, dass sich die Nutzer in den Gebäuden rundum wohlfühlen. ●

Ihr Ansprechpartner vor Ort in München:

Felix Füllgraff
Niederlassungsleiter
Gmunder Str. 53
81379 München
T: +49(8142)65246-36
E-Mail: felix.fuellgraff@alho.com
Website: www.alho.com



Starke Bilanz vorgelegt

Erneut sehr erfolgreiches Geschäftsjahr für die Aigner Immobilien GmbH



Thomas Aigner, Geschäftsführer
der Aigner Immobilien GmbH
Foto: Aigner Immobilien GmbH

Die Aigner Immobilien GmbH kann erneut ein außergewöhnlich starkes Geschäftsjahr verzeichnen. Trotz herausfordernder wirtschaftlicher Rahmenbedingungen und eines beeinträchtigten Marktumfelds erwirtschaftete das Maklerunternehmen ein Gesamtumsatzvolumen von 19 Mio. Euro und erreicht damit nach 2021 (21 Mio. Euro) das zweitbeste Ergebnis der über 30-jährigen Firmenhistorie. Für 2023 ist die weitere Expansion geplant.

Ogleich die Verkaufszahlen auf dem Münchner Immobilienmarkt ab dem dritten Quartal stark rückläufig waren, konnte die Aigner Immobilien GmbH im Krisenjahr 2022 die Transaktionstätigkeit im Investmentbereich deutlich um 70 Prozent steigern. Mit über 620

vermittelten Verträgen insgesamt hielt das Unternehmen das konstant hohe Niveau der vergangenen Jahre. Trotz der gedämpften Wachstumsdynamik auf dem Immobilienmarkt zeigte sich das Objektvolumen mit über 430 Mio. Euro robust (2021: 600 Mio. Euro).

Neben der Kaufzurückhaltung bei den Interessenten gehörte die Verunsicherung seitens der Eigentümer zu den größten Herausforderungen. „Immobilienbesitzer können den Einfluss der Marktlage auf die Wertentwicklung schwerlich selbst einschätzen und suchen sich gezielt Hilfe bei Experten“, sagt Thomas Aigner, Inhaber und Geschäftsführer der Aigner Immobilien GmbH. Das zeige sich am erhöhten Interesse an einer fundierten Immobilienbewertung, die das Maklerhaus

durch unternehmenseigene Architekten und Gutachter durchführen lässt. Im Vergleich zum Vorjahr stieg die Anzahl der vorgenommenen Bewertungen auf einen Rekordwert von mehr als 2.300.

Gewachsen ist auch die Belegschaft. „Wir haben jetzt einen Stamm von über 150 Mitarbeitern. Mehr als 40 Prozent sind über fünf Jahre und rund 15 Prozent bereits über zehn Jahre bei uns tätig – für ein Vertriebsunternehmen ist das schon beachtlich“, so Thomas Aigner.

Für 2023 ist neben dem weiteren Aufbau der Vertriebsmannschaft die Eröffnung eines weiteren Standorts geplant.

Krisenfest ins laufende Jahr

Thomas Aigner blickt optimistisch auf die kommenden Monate: „Der Immobilienmarkt stand im vergangenen Jahr quasi unter Schock. Die Teuerungsrate in der Eurozone war ja bereits vor dem Kriegsausbruch auf einem Höchststand und hat die Europäische Zentralbank massiv unter Druck gesetzt. Die Zinsen wären über kurz oder lang ohnehin gestiegen. Trotz des insgesamt schwierigen Marktumfeldes und der wirtschaftlich herausfordernden Zeiten haben wir ein hohes Maß an Resilienz gezeigt und unsere Stabilität bewiesen. Ich sehe die Aigner Immobilien GmbH für die Zukunft sehr gut aufgestellt – denn gerade jetzt ist eine professionelle Maklerleistung besonders gefragt und die Spreu trennt sich vom Weizen.“

Das YIN und YANG am Münchner Immobilienmarkt.

Seit gut einem Jahr durchlebt der Deutsche Immobilienmarkt eine Zeitenwende. Auch der Münchner Markt zeigt sich durch die Veränderung vieler immobilien-spezifischer Außenfaktoren nicht unbeeindruckt und macht einen gewissen Wandel im Verhalten von Käufern und Verkäufern sichtbar.

Um beim Thema Immobilienverkauf erfolgreich zu sein, müssen sich insbesondere die Verkäufer der aktuellen Zeit in angemessener Weise anpassen.

Wer macht das Rennen. Optimisten oder Realisten?

Der ein oder andere Immobilieneigentümer hat die Zeichen der Zeit noch nicht erkannt. Manch einer blickt – wenn es um den Verkauf der eigenen Immobilie geht – nach wie vor auf die Zeit zurück, die geprägt war von ungetrübtem Optimismus und enormen Preissteigerungen. Der vermeintliche Marktüberblick über das Internet reicht bei weitem nicht mehr aus, eine Aussage über Preisniveau und Marktverhalten zu treffen. Immobilienplattformen sind vor allem in den letzten Monaten ein großer Treffpunkt für Fantasten und deren Angebote gewesen. Doch das Gebot der Stunde lautet realistisch zu sein. Hier können renommierte Maklerunternehmen wie Duken & v. Wangenheim ihre Expertise aus der Vergangenheit, dem aktuellen Marktverhalten und den Aussichten in eine profunde Bewertung mit einfließen lassen. Transaktionen gehören in München nicht zur Vergangenheit. Von Stillstand ist an diesem Standort nicht die Rede, aber von einem deutlichen Nachfragerückgang. Umso mehr ist eine professionelle und fundierte Immobilien-



Miriam Schnitzke
Foto: Duken & v. Wangenheim

bewertung heute wichtiger denn je, um den Erfolg herbeiführen zu können. Die aktuell erzielten Preise weichen insgesamt nicht dramatisch von den Preisen aus der „guten alten Zeit“ ab. Grund zur Panik vor einem Preisverfall ist aus unserer Sicht am Standort München nicht gegeben. Allerdings sank lt. Berichten des Münchner Gutachterausschusses das Transaktionsvolumen in den ersten drei Quartalen 2022 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 31%. Korrekturen wird der Markt vornehmen bei den marktuntypischen Preisausreißern und bei Missverhältnissen von Lage zu Kaufpreisniveau. Die Preissensibilität potentieller Käufer rückt deutlich in den Vordergrund und die genauere Auswahl der richtigen Angebote aus dem deutlich gestiegenen Angebot. Die Nachfrage verzeichnet seit Jahresbeginn wieder einen deutlichen Anstieg.

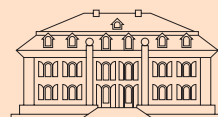
Interessenten warten ab.

Ist es die Hoffnung auf sinkende Preise? Ist es eine allgemeine Verunsicherung? Sind es die aktuellen Zinsen? Die Gründe für die Zurückhaltung sind zahlreich. Trotzdem gibt es sie noch: Kaufwillige

und schnell entschlossene Interessenten, die zuschlagen, wenn das richtige Angebot auf den Tisch kommt. Hierfür ist jedoch ein sorgfältig abgestimmter Preis, der in angemessener Weise die Lage, den Zustand und die Ausstattung berücksichtigt, notwendig.

Die Aussichten für München.

München ist krisenerprobt. Das Niveau ist immer noch hoch und Volatilität, wie in anderen Märkten, zeigt sich im aktuellen Trend bei Immobilien in München nicht. Auf der Beliebtheitskala gibt es keine Veränderungen. Im Gegenteil. Die Bevölkerung wächst kontinuierlich und hochkarätige Firmen bauen ihre Münchner Standorte weiterhin aus. Das sorgt dafür, dass einkommensstarke Neu-Münchner ein neues Zuhause brauchen. Hinzu kommt, dass München auch ohne Krise bereits einen Mangel an Wohnraum hatte. Die nun reduzierte Bautätigkeit und der generelle Rückgang an Bauanträgen werden diesen Mangel nur noch treiben. Das Angebot wird im Großen und Ganzen nicht steigen, was zu einer Stabilisierung des Preisniveaus beitragen wird und den Mietmarkt mit bereits deutlich steigenden Mieten anheizen wird. Die Aussichten auf einen nachhaltig starken Immobilienmarkt in München sind also in bester Weise gegeben. Zusätzlich gilt weiterhin die Devise, dass gerade in Zeiten hoher Inflation Immobilien als Lösung zur langfristigen Vermögensabsicherung hervorragend geeignet sind. ●



DUKEN & v. WANGENHEIM

Nachhaltige Immobilienentwicklungen



Die Gewerbe-, Logistik- und Industrieimmobilien von Goodman zeichnen sich durch hohe Qualität und Nachhaltigkeit aus. So gewinnen Industrie- und Gewerbebranchen zunehmend Bedeutung für die bodenschonenden und flächensparenden Projektentwicklungen. Im Umgang mit Altbeständen und Altlasten, haben wir eine langjährige Expertise.

Wir suchen im Großraum München Grundstücke – auch gerne mit Altbestand – ab 10.000 m². Unsere detaillierten Anforderungen finden Sie über den QR-Code verlinkt. Um unseren Transaktionspartnern höchstmögliche Sicherheit – insbesondere in der aktuellen Marktsituation – zu garantieren, realisieren wir unsere Ankäufe ausschließlich mit Eigenkapital.

Sprechen Sie uns gerne direkt dazu an!

Ihr Ansprechpartner:

Henning Kirchenkamp
Business Development
Henning.Kirchenkamp@goodman.com
T. +49 172 5 396 199



Die Schmutz- und Lärmelastigkeit auf ALHO Baustellen ist durch die Vorfertigung der modularen Raumzellen und die kurze Bauzeit vor Ort auf ein Minimum reduziert. Dies erhöht die Akzeptanz der Anwohner.

Bauen mit System: die ALHO Modulbauweise

Fixe Kosten. Fixe Termine. Fix fertig.



MODULARE GEBÄUDE



Das Kaiserreich-Kiefersfelden punktet mit einem breiten Branchenmix
Foto: Unterberger Immobilien



Michael Müller (Sparkasse Rosenheim – Bad Aibling), Florian Unterberger (GF Unterberger Immobilien), Hajo Gruber (Bürgermeister Kiefersfelden), Josef Gruber (GF Unterberger Gruppe) beim Spatenstich im Februar 2023
Foto: Alex Gretter

Businesspark mit vielfältigen Möglichkeiten

Ein hochmoderner, ökologisch durchdachter Businesspark entsteht seit Jahresbeginn direkt an der A93 Kiefersfelden. Hier baut die Unterberger Immobilien Gruppe am Kaiserreich-Kiefersfelden. Ideal für Unternehmen, die einen Standort mit perfekter Anbindung an das internationale Verkehrsnetz sowie große Flächen benötigen, wie zum Beispiel Online-Händler oder produzierendes

Gewerbe. Das Besondere an diesem weiteren Flächenangebot: der bestehende Bebauungsplan, der Zeit spart. Es kann direkt gestartet werden.

Die Hälfte bereits vermietet

Dass der Standort Magnetwirkung hat und viele darin Potential für ihr eigenes Business sehen, verdeutlicht der Fakt, dass bereits mehr als die Hälfte

der 11.000 Quadratmeter vermietet wurden. Ein großes, sehr breites Branchenspektrum wird hier bedient. Die Flächen werden Anfang 2024 für den individuellen Innenausbau an die Mieter übergeben. ●

Ansprechpartner:

Sebastian Herbig
Mobil: +49 170 7026542
www.kaiserreich.de

Impressum

Redaktion: MuP Verlag

Grafik: Ulrich Wassmann

Anzeigenleitung (verantwortlich) & Vertriebsleitung:

MuP Verlag GmbH

Tengstraße 27 | 80798 München

Christoph Mattes | Telefon: 089 139284220 |

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

Anzeigenverkauf:

MuP Verlag GmbH

Tengstraße 27 | 80798 München

Regine Urban | Telefon: 089 139284231

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

Die nächsten Immobilien-Sonderseiten erscheinen in der Juli-/August-Ausgabe im IHK-Magazin »Wirtschaft«. Anzeigenschluss ist am 12. Juni 2023.
Kontakt: regine.urban@mup-verlag.de und Telefon 089 139 28 42 31

IMMOBILIENVERKAUF IST VERTRAUENSACHE

ROHRER

— IMMOBILIEN SEIT 1919 —



RESERVIERT

MÜNCHEN - HARLACHING
WOHN-ENSEMBLE | ID 7087



VERKAUFT

MÜNCHEN - AU
WOHN-/GESCHÄFTSHAUS | ID 6577



VERKAUFT

MÜNCHEN - NEUHAUSEN
EINZELDENKMAL | ID 6577



VERKAUFT

MÜNCHEN - NYMPHENBURG
MEHRFAMILIENHAUS | ID 6965



VERKAUFT

MÜNCHEN - LUDWIGVORSTADT
BÜROHAUS | ID 5220



VERKAUFT

PULLACH - HOCHUFER
MEHRFAMILIENHAUS | ID 5721



VERKAUFT

MÜNCHEN - BERG AM LAIM
SUPERMARKT NEUBAU | ID 6068



VERKAUFT

MÜNCHEN - WALDTRUDERING
NEUBAUPROJEKT WOHNANLAGE | ID 6741



VERKAUFT

WIEN
WOHNTURM | ID 6650

SIE SUCHEN DEN RICHTIGEN INVESTOR FÜR IHR MIETHAUS, GESCHÄFTSHAUS ODER IHRE WOHNANLAGE?

Wir bieten Ihnen ein seit Generationen gewachsenes Netzwerk von institutionellen und privaten Anlegern. Das Know-how unserer Mitarbeiter am Standort lässt uns Lage, Qualität und Wertentwicklung professionell und treffsicher beurteilen. Wir kennen nicht nur die Theorie, wir kennen die Praxis. Wir handeln aus Erfahrung, Leidenschaft und Tradition. Über die Mitgliedschaft im Deutschen Anlage Immobilien Verbund (DAVE) finden wir den richtigen Investor auch bundesweit.



**WIR BEHANDELN IHRE IMMOBILIE SO,
ALS WÄRE SIE UNSERE EIGENE.**

Sven Keussen

Geschäftsführender Gesellschafter & Leitung Investment
+49 89 54304-177 | keussen@rohrer-immobilien.de



**Der schnellste
Weg zur Anfrage:**
QR-Code scannen und
E-Mail verschicken.



www.rohrer-immobilien.de

Jubiläen des Monats

40 JAHRE

Michaela Boße
HiPP GmbH & Co. Vertrieb KG,
Pfaffenhofen a.d. Ilm

Olaf Kortum
Kraft Foods R & D Inc.,
Zweigniederlassung München

25 JAHRE

Anton Schmid
A. Schmid Gastro-Service GmbH & Co.
KG, Obersöchering

Wolfgang Bittl, Talip Gümüs
Aurora Lichtwerke GmbH, Eichstätt

Michael Marchl-Binder
ATOMA Gesellschaft für automatische
Waagen GmbH, Waldkraiburg

Barbara Knöpel
AUTOHAUS HORNUNG GmbH & Co. KG,
Garmisch-Partenkirchen

Beate Killenberg
Bauhaus München Generalbau GmbH,
Freising

Frank Ulshöfer, Thomas Widmann
Bayerische Beamten Lebensversicherung
a. G., München

Matthias Gliwitzky
die Bayerische IT GmbH, München

Udo Hämmerl
Commerzbank AG, München

Alexander Steil
EFG Gienger KG, Markt Schwaben

Günter Böhm, Stefan Fricke
Gienger München KG, Markt Schwaben

Thomas Mair
HiPP GmbH & Co. Produktion KG,
Pfaffenhofen a.d. Ilm

Sylvia Lambeck
HiPP GmbH & Co. Vertrieb KG,
Pfaffenhofen a.d. Ilm

Gönül Dönmezer
IHK für München und Oberbayern,
München

Monika Cohnen
Kraft Foods R & D Inc.,
Zweigniederlassung München

Sandra Furtner, Salome Schmid
KATHREIN Broadcast GmbH, Rohrdorf

Thi-Hoa Duong, Sandro Hellwig,
 Claudia Schneider, Daniel Trautwein
Langmatz GmbH,
Garmisch-Partenkirchen

Petra Ortmeier
Raiffeisen-Tours RT-Reisen GmbH,
Burghausen

Renko Bostelmann, Gerhard Engelmann,
 Walter Trottman, Robert Vollath
Schiedel GmbH & Co. KG, München

Andrzej Marian
Wörlein Baumschulen GmbH, Dießen

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

Vereinbarung über die Übertragung der Aufgabe der Ausstellung von Carnet A.T.A. und C.P.D. gem. § 1 Absatz 3 des Gesetzes zur vorläufigen Regelung des Rechts der Industrie- und Handelskammern in der im Bundesgesetzblatt Teil III, Gliederungsnummer 701-1, veröffentlichten bereinigten Fassung, das zuletzt durch Artikel 1 des Gesetzes vom 7. August 2021 (BGBl. I S. 3306) geändert worden ist (im Folgenden: IHKG)

Präambel

I.

Die Deutsche Industrie- und Handelskammer (im Folgenden: DIHK) ist als bürgerlicher Verband für die Bundesrepublik Deutschland (im Folgenden: BRD) im Carnet-Verfahren zur Ausstellung von Carnet A.T.A./C.P.D. (im Folgenden: Carnet) ausschließlich berechtigt. Die DIHK seinerseits hat diese Aufgabe ausschließlich an die deutschen Industrie- und Handelskammern (im Folgenden: IHKs) übertragen. In der BRD sind somit nur die IHKs berechtigt, Carnets auszustellen. Die Ausstellung eines Carnet ist gem. Schreiben des Bundesministeriums für Finanzen v. 21.03.2021 (GZ III C 2 - S 7100/19/10006 :002, DOK 2021/0338369) eine gesetzliche Aufgabe der IHKs nach § 1 Absatz 3 IHKG. Aktuell wird das Carnet noch als papiergebundenes Zolldokument weltweit eingesetzt, und zwar als aliud zum Zollverfahren der vorübergehenden Verwendung.

II.

Die IHK für München und Oberbayern (im Folgenden: IHK München) hat in einem bundesweit unter den IHKs einzigartigen Verfahren die Digitalisierung des Carnet europaweit ausgeschrieben und bietet seit Januar 2022 die digitale Beantragung und die digitale Bearbeitung des Carnet für Antragsteller aus ihrem Kammerbezirk an. Aktuell wird das digital vom Antragsteller beantragte und digital von der IHK München bearbeitete Carnet von der IHK München in Papierform ausgedruckt und dem Antragsteller/einem von diesem beauftragten Dritten entweder persönlich in der IHK München übergeben oder postalisch an eine vom Antragsteller zu bestimmende Anschrift zugesandt.

Die IHK Nürnberg für Mittelfranken (im Folgenden: IHK Nürnberg) bietet die Ausstellung von Carnets derzeit nur im analogen Antragsverfahren an, d.h. der Antragsteller muss auf von ihm zu besorgenden Vordrucken den Antrag maschinell ausfüllen. Dieses Papier-Dokument wird sodann von der IHK Nürnberg manuell bearbeitet und schließlich das Carnet ausgestellt.

Die IHK Nürnberg möchte die Aufgabe aus Gründen der Wirtschaftlichkeit und Effizienz ab Vertragsbeginn vollständig an die IHK München übertragen.

Die IHK Nürnberg und die IHK München sind sich einig, dass zur Vermeidung von Fehlern eine Datenpflege bei allen ausgestellten Carnets (analog und digital), sowohl die Carnets als auch die Antragsstellerdaten betreffend, ausschließlich durch die IHK München in den Systemen der IHK München erfolgen soll.

III.

Die positiven Erfahrungen mit einer Verbundlösung in den Bereichen „Versicherungsvermittler und -berater“, Finanzanlagenvermittler und Honorar-Finanzanlagenberater“, sowie „Immobilienkreditvermittler“ haben gezeigt, dass es einerseits zur einheitlichen und effizienten Aufgabenerledigung sinnvoll ist, die Aufgabe der ausstellenden Behörde (Verwaltungsverfahren) zu zentralisieren; andererseits können so auch erhebliche Digitalisierungs- und Personalvorhaltekosten eingespart werden.

Die Aufgabenübertragung wurde der Deutschen Industrie- und Handelskammer angezeigt.

IV.

Auf Grundlage der vorstehenden Überlegungen schließen die Industrie- und Handelskammer Nürnberg für Mittelfranken und die Industrie- und Handelskammer für München und Oberbayern folgende

Vereinbarung

§ 1 Übertragung der Aufgabe

(1) Die IHK Nürnberg überträgt die ihr gem. § 1 Absatz 3 IHKG obliegende Aufgabe der Ausstellung von Carnet A.T.A. und C.P.D. auf die IHK München gemäß §§ 4 Absatz 2 Nr. 6, 10 Absatz 1 IHKG.

(2) Die IHK München übernimmt diese Aufgabe nach Maßgabe des § 1 Absatz 3 IHKG i.V.m. der geltenden Verfahrensweisung.

§ 2 Verfahren

(1) ¹Die IHK München wird nach Aufgabenübertragung die eingereichten Anträge auf Ausstellung eines Carnet von Antragstellern aus dem Kammerbezirk der IHK Nürnberg bearbeiten und sodann dem Antragsteller/einem von diesem beauftragten Dritten entweder persönlich in der IHK München übergeben oder postalisch an eine von dem Antragsteller zu bestimmende Anschrift zusenden. ²Für Antragsteller aus dem Kammerbezirk der IHK Nürnberg, die bei der IHK München ein Carnet beantragen, ist die IHK München die zuständige Antrags- und Ausstellungsbehörde. ³Es gilt die Gebührenordnung der IHK München, Gebührengläubigerin ist die IHK München.

(2) Die IHK Nürnberg wirkt beim Vollzug der übertragenen Aufgabe mit. Für die Aufgabenverteilung zwischen der IHK Nürnberg und der IHK München gelten folgende Grundsätze:

1. Die IHK Nürnberg wird mit den ihr zur Verfügung stehenden Mitteln (Kammer-Magazin, Internet-Auftritt, gegebenenfalls Flyer o.ä.) die in ihrem Kammerbezirk ansässigen Unternehmen auf die digitale Antragstellung als Standardverfahren hinweisen.

2. Die IHK Nürnberg wird vor Beginn der Aufgabenübertragung daran mitwirken, der IHK München alle zur Ausstellung von Carnets notwendigen Daten ihres bereits vorhandenen Datenstammes (insbesondere Firmendaten, vom Rückversicherer vorgegebene Limits) zur Verfügung zu stellen.

3. ¹Kommen nach Beginn der Aufgabenübertragung neue Antragsteller seitens der IHK Nürnberg hinzu, so gilt zunächst Absatz (1): Der Antragsteller ist auf das digitale Antragsverfahren als Standardverfahren hinzuweisen. ²Die IHK Nürnberg stellt, unverzüglich und unaufgefordert der IHK München alle erforderlichen Firmen- / personenbezogenen Daten, die zur Anlage als neuer Antragsteller im Carnet-Verfahren notwendig sind, schriftlich oder in Textform zur Verfügung. ³Sollte der neue Antragsteller aus dem Bezirk der IHK Nürnberg sich direkt bei der IHK München für die digitale Antragstellung registrieren, wirkt die IHK Nürnberg bei der Datenerfassung zur Anlage als neuer Antragsteller mit.

§ 3 Einrichtung, Betrieb, Haftung

(1) Die IHK München stellt sicher, dass sie ab 1. Mai 2023 die in § 1 bezeichneten Aufgaben erledigen kann.

(2) ¹Die IHK München erledigt die übertragene Aufgabe mit der größtmöglichen Sorgfalt und nach bestem Wissen und Gewissen auf Grundlage der ihr von den Antragstellern und gegebenenfalls der IHK Nürnberg zur Verfügung gestellten Unterlagen, Daten und sonstigen Informationen. ²Die Haftung wegen Fahrlässigkeit wird ausgeschlossen. ³Dies gilt nicht bei der Verletzung von Gesundheit, Körper und Leben. ⁴Dies gilt nicht bei einer Verletzung vertragswesentlicher Hauptpflichten (Kardinalpflichten). ⁵Diese Haftung wird auf den typischerweise entstehenden Schaden begrenzt.

(3) ¹Die IHK Nürnberg wird auf ihrer Internetseite auf die elektronische Beantragung als Standardverfahren hinweisen. ²Die IHK München stellt der IHK Nürnberg hierfür alle erforderlichen Informationen zur Verfügung und wirkt an der Gestaltung des Internetauftritts der IHK Nürnberg zum Thema eCarnet mit. ³Ziel ist es, auf der Seite der IHK Nürnberg die identischen Informationen wie auf der Homepage der IHK München zur Verfügung zu stellen. ⁴Darüber hinaus stellt die IHK München der IHK Nürnberg alle weiteren Inhalte für geeignete Werbemaßnahmen (Ankündigung im Newsletter, Flyer, Layout für sonstige Werbemaßnahmen) zur Verfügung.

§ 4 Finanzierung

(1) ¹Die im Zusammenhang mit der Übertragung der Ausstellung von Carnets entstehenden Kosten trägt die IHK München. ²Die IHK München erhebt zur Deckung dieser Kosten von den Antragstellern Gebühren und Auslagen nach Maßgabe ihrer Gebührenordnung. ³Diese Gebühren verbleiben bei der IHK München ebenso wie vereinnahmte Gelder aus Maßnahmen des Verwaltungszwangs.

(2) Eine Änderung der Gebühren der IHK München erfolgt nach informeller Anhörung der Fachabteilung der IHK Nürnberg.

§ 5 Dauer und Kündigung der Vereinbarung

- (1) ¹Die Aufgabenübertragung beginnt am 1. Mai 2023. ²Sie gilt unbefristet und kann unter Einhaltung einer einjährigen Frist zum Jahresende von der IHK Nürnberg bzw. der IHK München gekündigt werden; das Recht zur außerordentlichen Kündigung aus wichtigem Grund bleibt unberührt. ³Die Kündigung bedarf der Schriftform.
- (2) ¹Nach Beendigung des Vertragsverhältnisses tritt die ursprüngliche gesetzliche Zuständigkeit wieder in Kraft. ²Die IHK München übergibt der IHK Nürnberg in diesem Fall alle Unterlagen bzw. verschafft der IHK Nürnberg Zugang zu allen digitalen Daten und Informationen, die es der IHK Nürnberg erlauben, diese Aufgabe zu erfüllen. ³Zum Zeitpunkt der Beendigung des Vertragsverhältnisses noch nicht abgeschlossene Verfahren werden von der IHK München vollständig abgewickelt.

§ 6 Maßgebliche Verfahrensanweisung

Die IHK München erledigt die eigenen und die ihr von der IHK Nürnberg übertragenen Aufgaben nach Maßgabe der von der DIHK ausgegebenen sog. Verfahrensanweisung in ihrer jeweils gültigen Fassung.

§ 7 Datenschutz

¹Soweit die IHK Nürnberg mit dieser Vereinbarung Aufgaben auf die IHK München überträgt, handelt es sich um eine Aufgabenübertragung nach § 10 Abs. 1 Alt. 1 IHKG. ²Die Vertragsparteien verarbeiten personenbezogene Daten auf der Grundlage und unter Beachtung der jeweils geltenden datenschutzrechtlichen Bestimmungen.

§ 8 Mediationsklausel

Die Parteien verpflichten sich, im Falle einer sich aus diesem Vertrag ergebenden oder sich darauf beziehenden Streitigkeit vor Klageerhebung bei einem ordentlichen

Gericht (oder Schiedsgericht) eine Mediation nach den Bestimmungen des IHK-Mediations-Zentrums der IHK München durchzuführen.

§ 9 Schriftform

¹Änderungen dieser Vereinbarung bedürfen der Schriftform. ²Änderungen des Schriftformerfordernisses bedürfen ebenfalls der Schriftform. ³Mündliche Nebenabreden zu dieser Vereinbarung wurden nicht getroffen. ⁴Soweit in diesem Vertrag die elektronische Form zulässig ist, ist damit ausschließlich eine Nachricht per E-Mail an das Funktionspostfach der bei der IHK München zuständigen Stelle zulässig (carnet@muenchen.ihk.de).

§ 10 Genehmigung

¹Die Aufgabenübertragung (durch die IHK Nürnberg) sowie die Aufgabenübernahme (durch die IHK München) bedürfen eines Beschlusses der Vollversammlung der jeweiligen IHK. ²Jeder Beschluss bedarf ferner der Genehmigung durch die zuständige Rechtsaufsicht (Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie - StMWi).

§ 11 Inkrafttreten

Die Aufgabenübertragung tritt zum 01.05.2023 in Kraft.

Industrie- und Handelskammer für München und Oberbayern
München, den 21. März 2023

Präsident
Prof. Klaus Josef Lutz

Hauptgeschäftsführer
Dr. Manfred Gößl

MARKTTEIL

WERBEARTIKEL

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

GROSSFORMAT- UND DIGITALDRUCK

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

GESCHÄFTSVERBINDUNGEN

Statiker für den Hochbau gesucht
Tel. 0151 15611482

Wirtschaft – Das IHK Magazin für München und Oberbayern

TELEFONANLAGEN

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

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

UNIFY OpenScape Business / 4000
KNÖTGEN Telefonsysteme Vertriebs GmbH
Alcatel-Lucent OMNI - PCX
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 -

HALLEN- UND GEWERBEBAU

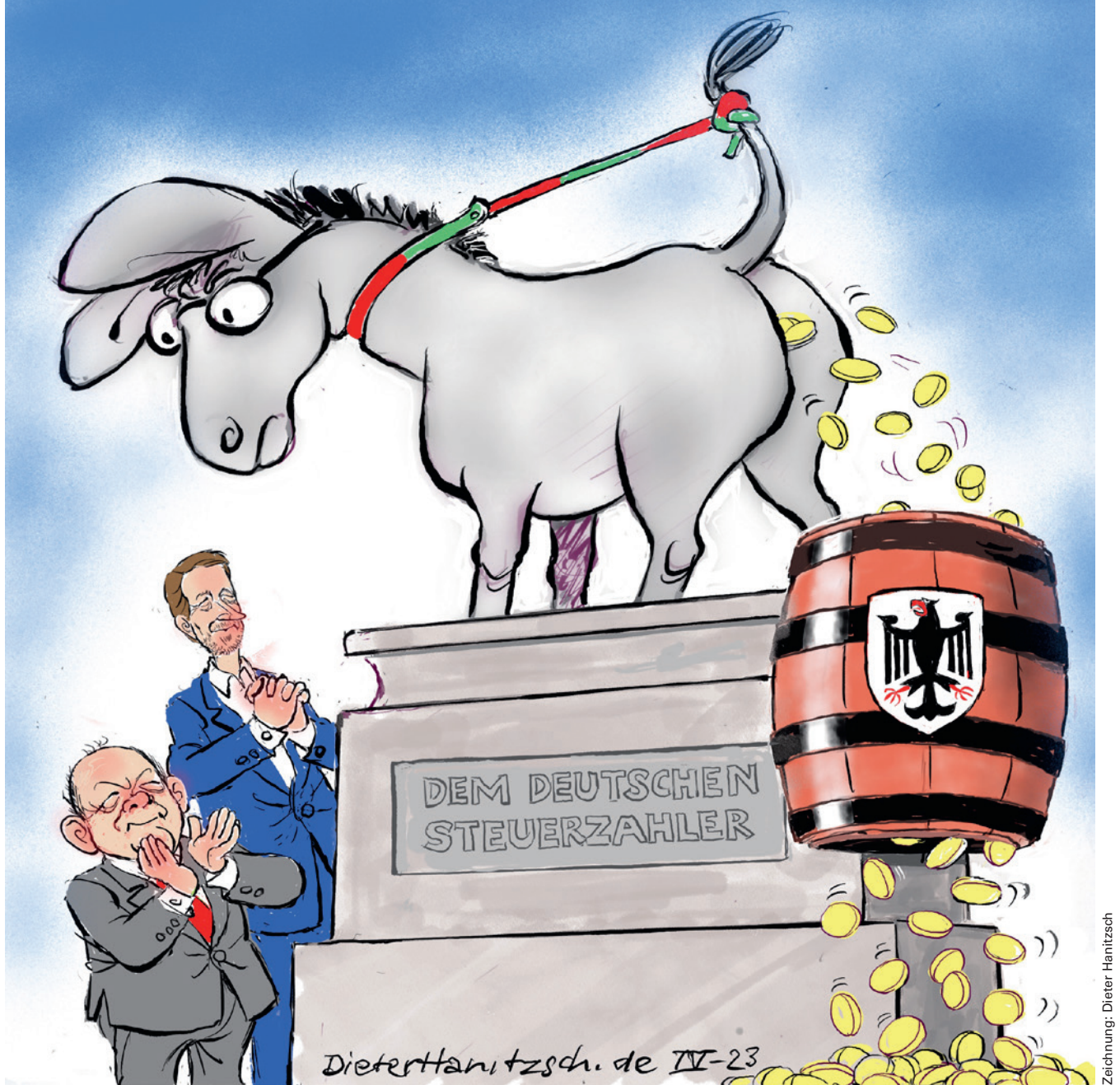


Hallen für Handwerk, Gewerbe und Industrie

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



Aumer www.aumergroup.de



Zeichnung: Dieter Hamitzsch

IMPRESSUM

Wirtschaft –
Das IHK-Magazin für München und Oberbayern
 79. Jahrgang, 18. April 2023
www.magazin.ihk-muenchen.de
 ISSN 1434-5072

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

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

Internet: www.ihk-muenchen.de

E-Mail: info@muenchen.ihk.de

Chefredakteurin: Nadja Matthes

Redaktion: Eva Schröder, Iris Oberholz
Redaktionelle Mitarbeiter:

Martin Armbruster, Harriet Austen, Stefan
 Bottler, Uli Dönch, Eva Elisabeth Ernst,
 Mechthilde Gruber, Monika Hofmann,
 Dr. Gabriele Lüke, Eva Müller-Tauber,
 Melanie Rübartsch, Josef Stelzer
Redaktion Berlin: Sabine Hölper

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

**Anzeigenleitung (verantwortlich) &
 Vertriebsleitung:**
 MuP Verlag GmbH, Tengstraße 27,
 80798 München – Christoph Mattes, GF
 Tel. 089 139284220
 E-Mail: christoph.mattes@mup-verlag.de
Stellvertretende Anzeigenleiterin:
 MuP Verlag GmbH, Tengstraße 27,
 80798 München – Regine Urban-Falkowski
 Tel. 089 139284231,
 E-Mail: wirtschaft@mup-verlag.de

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

www.adone.de

Projektleitung: Philip Esser

Grafik: Ulrich Wassmann

Druck: Möller Pro Media GmbH
 Zeppelinstraße 6
 16356 Ahrensfelde OT Blumberg
Titelbild: zhu difeng/Adobe Stock
Schlussredaktion: Lektorat Süd,
 Hohenlindener Straße 1, 81677 München
www.ektorat-sued.de



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

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



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

SECRET SALE

– Der Premium-Service für
besondere Immobilien!



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

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

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

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

Hochverfügbare Rechenzentrums- Infrastruktur

Mit leistungsstarker und skalierbarer
Anbindung von M-net.

Bandbreiten bis

**100
Gbit/s**

m-net.de/geschaeftskunden/rechenzentrum

M-net ist klimaneutral*



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

M·net