

wirtschaft

01-02/2026

www.ihk-muenchen.de/magazin

Mehr Effizienz

Innovationen für die Produktion



26 WERO
Die Perspektiven für Europas
neuen Zahlungsdienstleister

56 FINN
Starkes Wachstum mit
Abo-Modellen für Autos

66 STORYTELLING
So werden Firmen
unverwechselbar

Ihre galaktischen Daten – unsere digitale Infrastruktur

**M-net. Der Partner
an Ihrer Seite.**

**Business-
Lösungen aus
einer Hand**



m-net.de/gk-ihr-partner

Ein Unternehmen der **SWIM**

m**·****net**

»Versorgungsstaat – der moderne Wahn«



Foto: IHK/Hans-Rudolf Schulz

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

Mit diesem Titel ist das 12. Kapitel im Buch »Wohlstand für Alle« überschrieben. Der Klassiker von Ludwig Erhard ist erstmals 1957 erschienen. Aber seine dort aufgeschriebenen Gedanken und Grundsätze zur Sozialen Marktwirtschaft sind zeitlos gültig. Erhard war zutiefst überzeugt, dass die Soziale Marktwirtschaft nicht funktionieren kann, wenn Selbstverantwortung und Leistungswillen durch vermeintlich soziale Maßnahmen unterdrückt werden. Hier kommt seine zentrale Botschaft:

Der Ruf dürfte nicht lauten: »Du, Staat, komm mir zu Hilfe, schütze mich und helfe mir«, sondern umgekehrt: »Kümmere du, Staat, dich nicht um meine Angelegenheiten, sondern gib mir so viel Freiheit und lass mir von dem Ertrag meiner Arbeit so viel, dass ich meine Existenz, mein Schicksal und dasjenige meiner Familie selbst zu gestalten in der Lage bin.«

Ludwig Erhard warnte nachdrücklich vor der Gefahr einer »kollektiven Generalhaftung«, an deren Ende »natürlich immer die Allmacht des Staates« stehe.

Wie recht er damit hat! Betrug die Sozialleistungsquote, also der Anteil aller öffentlichen Sozialleistungen am Bruttoinlandsprodukt, Ende der 1950er-Jahre rund 18 Prozent, so haben wir mittlerweile mehr als 31 Prozent erreicht. Tendenz weiter steigend. Über 500 Sozialleistungen, die auf Bundesebene geregelt sind, hat das ifo Institut erst kürzlich ermittelt – Überschneidungen, Definitions- und Zuständigkeitswirrwarr inklusive.

Ob diese Flut staatlicher Sozialleistungen überhaupt noch wirkt, lässt sich laut ifo schlichtweg nicht mehr messen. Was wir wissen, ist nur, dass Deutschland heute das Land mit der höchsten Prämie fürs Nichtarbeiten ist. Es kann nur ein Fazit geben: Der »moderne Wahn« ist zum »Wahnsinn« mutiert.

Wie Ludwig Erhard wohl den heutigen Zustand kommentieren würde? Lassen wir ihn abschließend noch einmal selbst zu Wort kommen:

Die Blindheit und intellektuelle Fahrlässigkeit, mit der wir dem Versorgungs- und Wohlfahrtsstaat zusteuern, kann nur zu unserem Unheil ausschlagen.

Es ist allerhöchste Zeit, zur Besinnung zu kommen. Das neue Jahr bietet neue Gelegenheiten.

Ich wünsche Ihnen und Ihrer Familie alles Gute im neuen Jahr: Gesundheit, Glück, und Erfolg.

Ihr

TOP-THEMEN

TITELTHEMA

INNOVATION

Mit Sensoren, KI & Co. – digitale Produktionsprozesse bieten Raum für entscheidende Verbesserungen. Dies zeigen beispielhaft drei Unternehmen mit ihren innovativen Lösungen.



Foto: industrieblick/Adobe Stock

UNTERNEHMEN + MÄRKTE

MOCCI

Innovative Fertigung und digitaler Antrieb – wie die Unternehmer Yao Wen und Dimitrios Bachadakis (Bild) mit einem E-Bike fürs Gewerbe die urbane Mobilität revolutionieren wollen.



Foto: CIP Group

BETRIEB + PRAXIS

ARBEITSWELT

Vom Concierge über After-Work-Events bis zu Urban Gardening – damit Mitarbeitende wieder gern ins Büro kommen, stattet Projektentwickler neue Gebäudekomplexe mit immer mehr Zusatzerlebnissen aus.



Foto: Adrian Camo

INHALT

NAMEN + NACHRICHTEN

6 FLUGHAFEN MÜNCHEN

Welche Flugverbindungen fehlen?

UNTERNEHMERPROFIL

12 PHILIPP SINN

Der Gründer will mit Konzepten für die Energie-Selbstversorgung Maßstäbe setzen

TITELTHEMA

14 INNOVATION

Wie innovative Prozesse in der Fertigung die Wettbewerbsfähigkeit stärken können

18 INTERVIEW

KI-Innovationsbeschleuniger: Hilfe beim Umgang mit den EU-Vorgaben zur KI

STANDORTPOLITIK

20 BUNDESBESTENERHUNG

Die bundesweit besten Azubis wurden in Berlin geehrt. Wie gelingen solche Top-Ergebnisse?

24 STANDORTUMFRAGE

Was Unternehmer von ihrem Standort Oberbayern halten

26 WERO

Europas neuer Zahlungsdienstleister und seine Perspektiven

30 VOLLVERSAMMLUNG

Kritik an der ausbleibenden Wirtschaftswende, Sorgen wegen der Erbschaftsteuer

32 KAFFEEBARS

Coffeeshops haben Konjunktur – wie reagieren Anbieter auf den wachsenden Wettbewerb?

34 BUNDESWEHR

Partner der Reserve: Auszeichnung für engagierte Unternehmen

36 CORPORATE POLITICAL RESPONSIBILITY

Wie Unternehmen in der Diskussion um Werte Position beziehen

39 IHKAKTUELL

Münchner Agenturgipfel/Betrugsmails

40 WIRTSCHAFTSARCHIV

Das Wirtschaftsarchiv zeigt zum »Tag der Archive« eindrucksvolle Ehrenurkunden

UNTERNEHMEN + MÄRKTE

42 MOCCI

Das Münchener Unternehmen verfolgt mit seinem E-Zweirad fürs Gewerbe große Pläne

45 BERGSON KUNSTKRAFTWERK

So funktioniert das Gesamtkonzept des neuen Kulturbetriebs im Münchener Westen

48 EXPORTPREIS

Auszeichnung 2025: der oberbayerische Gewinner und seine Exportstrategie

50 MAGIC HORIZONS

Virtuelle Welten zur Stressreduktion – wie die Gründer das Geschäftsmodell entwickelt haben

52 MESSEN

Mit Messeauftritten und Delegationen können Firmen ihr internationales Geschäft ankurbeln

55 IHKAKTUELL

CBAM-Anmelder

56 SCALE-UP

FINN hat mit seinem Abo-Modell ein beeindruckendes Wachstum hingelegt

58 RESSOURCENEFFIZIENZPREIS

Die beiden Gewinner aus Oberbayern und ihre prämierten Produkte

BETRIEB + PRAXIS**62 ARBEITSWELT**

Warum Projektentwickler neue Bürogebäude mit immer mehr Zusatzservices ausstatten

65 STEUERN

Was ändert sich 2026? Ein Ausschnitt

66 STORYTELLING

Sichtbarer und unverwechselbar werden – bei potenziellen Kunden und Mitarbeitenden

68 IHKAKTUELL

Ausgeweitete Zuständigkeit für Gewerbetreibende nach §§ 34c, 34d, 34f, 34h und 34i Gewerbeordnung

70 EVENTS

Wirtschaftsempfänge Altötting – Mühldorf und Garmisch-Partenkirchen

73 IHKAKTUELL

Recht auf Reparatur

RUBRIKEN**3 EDITORIAL****8 FIRMENJUBILÄEN****72 EHRUNGEN****74 IM RÜCKBLICK/IMPRESSUM**

linkedin.com/company/ihk-muenchen



fb.com/ihk.muenchen.oberbayern



@IHK_MUC



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

Sind Ihre sensiblen Daten wirklich sicher?



Vertrauliche Dokumente geraten schnell in die falschen Hände.

Setzen Sie daher auf einen netfiles Datenraum für:

- Sicherer Datenaustausch
- Effiziente Zusammenarbeit
- Zentrale Projektablage

Jetzt kostenlos testen!
www.netfiles.com



Gesundheitsmarkt

Start-ups glänzen mit Innovationen

Mit Trockenpulver aus Nanopartikeln will das Biotech-Unternehmen RNhale GmbH die Lungenheilkunde revolutionieren. Seine neue Inhalierlösung, die jeder Patient schnell und diskret einnehmen kann, bescherte dem Spin-off der Ludwig-Maximilians-Universität den ersten Preis beim IHK Start-up Slam und ein Coaching mit Branchenexperten. Dahinter folgten die biopeak GmbH mit nicht invasiven Lösungen zur Patientenüberwachung in Echtzeit mittels eines kleinen Handgelenk- oder Brustmonitors sowie der Gesundheitsdienstleister StellDirVor GmbH, der mit Augmented- und Virtual-Reality-Anwendungen die Pflege und Rehabilitation von Patienten erleichtern will.

Bei Expo und Slam präsentierten sich vier weitere oberbayerische Jungfirmen auf dem 24. Europäischen Gesundheitskon-



Die Gewinnerteams und Organisatoren des IHK Start-up Slams

gress: HySeDi GmbH, LipoCheck GmbH, NutriSync GmbH und HuCa GmbH mit Praedigo AI. Sie alle stellten innovative, meist digitale Lösungen vor, die Gesundheitsbehandlungen vereinfachen und Kosten senken. www.ihk-muenchen.de/slam

Foto: Klaus D. Wolf

Flughafen München

»Bedarfe abschätzen und bündeln«

Der Flughafen München ist für viele Unternehmen die Drehscheibe für ihre internationalen Geschäftsreisen. Aktuell können Firmen dem Airport melden, welche Flugverbindungen sie sich wünschen. Ablauf und Ziel dieser Abfrage erläutert Stephan Weisang (37), Director Route and Passenger Development der Flughafen München GmbH.



Herr Weisang, was bringt einem Mitst ndler Ihre individuelle Abfrage?

Unser Team will das Streckennetz von und nach München mit Fluggesellschaften aus aller Welt bedarfsgerecht ausbauen. Neben den Reisezielen von Privatreisenden ist der Strecken- und Reisebedarf sowohl von Großunternehmen als auch vom Mittelstand für uns als Flughafenbetreiber von essentieller Bedeutung. Aktuell besteht das Langstreckennetz aus 54 Zielen. Je

besser wir wissen, welche Strecken die Unternehmen darüber hinaus benötigen, desto bedarfsgerechter können wir versuchen, das Netz zu erweitern.

Wie läuft die Abfrage konkret ab?

Wir als Flughafenbetreiber führen Einzelgespräche mit den Firmenvertretern, leiten daraus Bedarfe ab und können diese unternehmensübergreifend bündeln und bei den Airlines adressieren. Fliegen Mitarbeitende regelmäßig bestimmte Strecken oder baut ein Unternehmen etwa einen neuen Werkstandort, ist jetzt die Gelegenheit, uns dies mitzuteilen: Welche Direktverbindung fehlt? Welche der wichtigsten Verbindungen sollten besser angebunden sein? Wie groß ist der Flugreisebedarf?

Das klingt nach viel Aufwand auf allen Seiten.

Es gibt in jedem Fall viel Potenzial. Derzeit bieten knapp 90 Fluggesellschaften nonstop ab MUC Flüge zu fast 230 Zielen in 71 Ländern an. Klar ist doch: Durch die Bündelung des Passagieraufkommens der einzelnen Unterneh-

men in unserer Region lassen sich in Summe größere und regelmäßige Bedarfe erkennen. Und desto wahrscheinlicher ist es, dass eine der Airlines ein Flugzeug auf der Wunschstrecke ab MUC einsetzt.

Welche Zeiträume sind realistisch, bis so eine Wunschstrecke realisiert wird?

Das ist zum Teil sehr unterschiedlich und hängt außer von den Nachfrageentwicklungen auch maßgeblich von den Kapazitätsplanungen der Fluggesellschaften ab. Wann und wie viele neue Flugzeuge eingesetzt werden können, bezieht sich meist auf die nächsten ein bis drei Jahre. Wobei die Airlines nochmals langfristiger vorausplanen. Damit die Unternehmen ihre aktuellen und gegebenenfalls künftigen Bedarfe sicher mit uns teilen können, schließen wir gern Vertraulichkeitsvereinbarungen mit ihnen ab.

Unternehmen, die an der Abfrage teilnehmen möchten, melden sich bei: nora.critcharellis@munich-airport.de www.munich-airport.de/corporates

Foto: ATF Pictures

Berufsorientierung

»Ein Tag Azubi« in vierter Runde

774 Jugendliche schnupperten Ausbildungsluft in 338 Betrieben während des 4. Aktionstags der Wirtschaftsjunioren und IHK-Regionalausschüsse. Denn bei »Ein Tag Azubi« am schulfreien Buß- und Betttag Mitte November konnten Schüler in verschiedenen oberbayerischen Betrieben Einblicke erhalten und Infos bekommen zu möglichen Ausbildungsberufen – auf Augenhöhe und aus erster Hand von Gleichaltrigen.



Foto: ISG

Am Aktionstag »Ein Tag Azubi« – vier Schüler mit Fachinformatik-Azubis der ISG GmbH und Andreas Bensegger (l.), Vorsitzender IHK-Regionalausschuss Rosenheim, ISG-Personalchefin Nadine Demmel (2.v.l.), sowie ISG-Geschäftsführer Philipp Crüwell (r.)

Energieeffizienz

Ein Jahrzehnt Netzwerkstärke

Die Bayerische EnergieEffizienz-Netzwerk-Initiative (BEEN-i) ermutigt seit 2015 Unternehmen, beim Energiesparen an einem Strang zu ziehen. Insgesamt waren bisher über 800 Teilnehmer in 86 Netzwerken aktiv. Sie tauschen sich über geeignete Maßnahmen aus, senken gemeinsam Kosten und steigern die Wettbewerbsfähigkeit.

Gegründet wurde die Initiative vom Bayerischen Wirtschaftsministerium mit Wirtschaftskammern und Industrieverbänden. Aus Oberbayern sind einige Unternehmen schon von Anfang an dabei, unter anderem die Schreiner Group GmbH & Co. KG in Oberschleißheim und Canon Production Printing in Poing. been-i.de

23 Prozent

**mehr zahlten bayerische Verbraucher für
Bohnenkaffee im Oktober 2025
im Vergleich zum Vorjahresmonat.**

Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik

Alpentransit

Lkw-Fahrverbote

An der Brennerautobahn wird mit Hochdruck gearbeitet, die Blockabfertigungen bleiben ein Dauerthema. Die IHK-Website bietet zahlreiche Hinweise rund um die Verkehrsknotenpunkte der Region, zum Beispiel den aktuellen Fahrkalender für die Luegbrücke. Er zeigt bereits geplante Einschränkungen bei der Fahrt über den Brenner im Jahresverlauf sowie absehbare Probleme, etwa bei Schneefall. Inklusive Links zu Websites, die kurzfristige Änderungen melden.

ihk-muenchen.de/brenner

Digitalisierung

Verantwortungsvoll

Auf dem Bayerischen Digitalgipfel haben die Brüder Jannis und Moritz Hutzler den Sonderpreis B.DiGiTAL 2025 für ihre Kinderschutz-App Kidgonet erhalten. Der Bayerische Digitalminister Fabian Mehling (FW) würdigte die Gründer aus Brunnthal für ihr Engagement, mit einer App den verantwortungsvollen und sicheren Umgang von Kindern mit digitalen Medien zu fördern – als Zeichen für Medienkompetenz, Datenschutz und digitale Aufklärung.

www.stmd.bayern.de

IHK-Vollversammlungen

Jahreshöhepunkt

Das »Parlament der oberbayerischen Wirtschaft« ist die Vollversammlung der IHK für München und Oberbayern. Sie wird 2026 am 10. März, 8. Juli sowie 24. November tagen, jeweils von 15 bis 18 Uhr. Da 2026 ganz im Zeichen der IHK-Wahl steht, bildet die konstituierende Sitzung der frisch gewählten Vollversammlung im Sommer den Höhepunkt des Jahres.

Die Sitzungen werden live auf der IHK-Website gestreamt: www.ihk-muenchen.de

Firmenjubiläen

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

400 JAHRE

Schuhhaus Pflanz

Landsberg am Lech

Das Schuhgeschäft in der Innenstadt von Landsberg am Lech ist seit 1625 lückenlos nachweisbar, wahrscheinlich ist es sogar älter. Die aus dem 30-jährigen Krieg stammende Urkunde, die den Betrieb erstmals erwähnt, befindet sich heute im Bayerischen Hauptstaatsarchiv. Anfang des 20. Jahrhunderts kam zum Schuhmacherbetrieb der Schuhhandel, später baute die Familie das Geschäft erfolgreich weiter aus. Seit 2007 führt Heidi Pflanz das traditionsreiche Unternehmen.



Foto: IHK

Geschäftsführerin Heidi Pflanz (2.v.l.) mit ihren Eltern Johanna und Heinrich Pflanz (r.) und IHK-Hauptgeschäftsführer Manfred Gößl



Foto: Steinecker

Geschäftsführer Marcus Michel (M.) mit Staatsminister Florian Herrmann und IHK-Bereichsleiterin Elke Christian

150 JAHRE

Steinecker GmbH

Freising

1875 gründete Anton Steinecker eine Eisengießerei und Maschinenfabrik. Bald konzentrierte sich das Unternehmen auf Brauereien und Mälzereien. Nach dem Zweiten Weltkrieg expandierte die Firma mit neuen Produkten.

Heute ist Steinecker eine Tochtergesellschaft der Krones AG und auf Prozesstechnik und Lösungen für die Bierherstellung spezialisiert. Die Geschäftsführung liegt bei Marcus Michel.

150 JAHRE

Musikhaus Fackler GmbH & Co. KG

Traunstein

Das Musikhaus wurde von Josef Fackler, einem gelernten Kammmacher und leidenschaftlichen Stadtmusiker, gegründet. Nach dem Zweiten Weltkrieg erweiterte seine Enkelin Anna-Maria zusammen mit ihrem Mann Karl Fischer das Geschäft, neue Filialen in Bad Reichenhall, Burghausen und Neuötting kamen hinzu. Seit 2018 führt Verena Rehrl das Unternehmen in fünfter Generation.

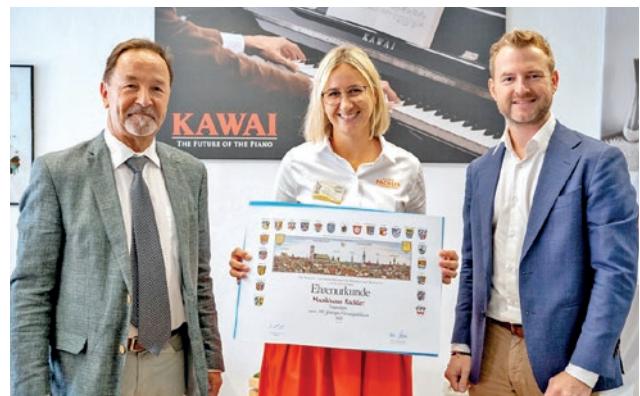


Foto: Monika Fischer mediengestaltung

Geschäftsführerin Verena Rehrl mit Nikolaus Binder (l.), Vorsitzender des IHK-Regionalausschusses Traunstein, und Jens Wucherpfennig, Leiter IHK-Geschäftsstelle Rosenheim



Alexander Schmid, Regionalentwicklung Oberland, die Geschäftsführerinnen Agnes Staber und Gabi Köhler sowie IHK-Hauptgeschäftsführer Manfred Gößl und Jens Wucherpfennig, Leiter IHK-Geschäftsstelle Rosenheim (v.l.)

150 JAHRE

Bekleidungshaus Waizmann OHG

Miesbach

Die Geschichte des Mode- und Trachtenhauses reicht bis 1875 zurück. Als vor drei Jahren die damalige Inhaberin Stefanie Mawick das Geschäft abgeben wollte, übernahmen 2023 Gabi Köhler und Agnes Staber das Unternehmen. Beide sind ehemalige Mitarbeiterinnen des Modehauses und hatten dort auch ihre Ausbildung absolviert.



Geschäftsführer Christian Arnholdt (M.) mit Wolfgang Berger (l.), Mitglied der Geschäftsführung, und IHK-Hauptgeschäftsführer Manfred Gößl

100 JAHRE

Heinrich Bossert Immobilien GmbH & Co. KG

München

Gründer Heinrich Bossert spezialisierte sich zunächst auf Verwaltung, Vermietung und Verkauf von Immobilien, wurde bald auch als Bauträger aktiv. Seit der Jahrtausendwende liegt der Fokus verstärkt auf Immobiliendienstleistungen. 2009 übernahm Gesellschafter Christian Arnholdt die Geschäfte. Das Unternehmen betreut heute mit mehr als 110 Mitarbeitern einen Immobilienbestand von rund 27.000 Wohn- und Gewerbeeinheiten.

100 JAHRE

Grabmaier Christine Schreiner e.K.

Miesbach

Das Unternehmen startete als kleiner Tabakwarenladen. Im Laufe der Zeit entwickelte sich daraus ein Fachgeschäft für Wäsche und Strümpfe. Heute führt Christine Schreiner das Geschäft in dritter Generation, unterstützt von ihrer Tochter Veronika Forkl.



Inhaberin Christine Schreiner (2.v.l.) mit Alexander Schmid (l.), Regionalentwicklung Oberland, IHK-Hauptgeschäftsführer Manfred Gößl (3.v.l.) und Jens Wucherpfennig, Leiter IHK-Geschäftsstelle Rosenheim

100 JAHRE

Franz Geier & Söhne

Ingolstadt

Das 1923 gegründete Unternehmen ist ein alteingesessenes Bekleidungsgeschäft in der City von Ingolstadt. Manfred und Helmut Geier führen das Geschäft.



Manfred (l.) und Helmut Geier mit Catherine Schrenk, Leiterin IHK-Geschäftsstelle Ingolstadt



Christian Jahnke (M.) mit Andreas Bensegger (l.), Vorsitzender IHK-Regionalausschuss Rosenheim, und Jens Wucherpfennig, Leiter IHK-Geschäftsstelle Rosenheim

75 JAHRE

Elno Jahnke OHG

Rosenheim

Firmengründer Elno Jahnke begann seine Unternehmung mit einem Lkw und transportierte schwerpunktmäßig zunächst Baustoffe. Anfang der 1960er-Jahre kam der Holztransport hinzu. Heute leitet Christian Jahnke das Familienunternehmen.



Geschäftsführerin
Ulrike Kirchhoff (r.)
mit IHK-Referats-
leiterin Annette
Hilpert

75 JAHRE

Haus & Grund Bayern Verlag Service GmbH

München

Das Unternehmen wurde 1950 als Verlag für Haus- und Grundbesitz GmbH gegründet. Es gibt die monatlich erscheinende »Bayerische Hausbesitzer-Zeitung« heraus, das offizielle Verbandsorgan des Haus- und Grundbesitzervereins Haus & Grund Bayern. Geschäftsführerin ist Ulrike Kirchhoff.

IHK-EHRENURKUNDE

IHK-Ansprechpartnerin

Monika Parzer, Tel. 089 5116-1357, monika.parzer@muenchen.ihk.de
www.ihk-muenchen.de/firmenjubilaeum

75 JAHRE

Tankstelle Heigl

Au in der Hallertau

Der Gründer Jakob Heigl baute 1950 eine Werkstatt mit Tankstelle auf. Weil die Werkstatt bald zu klein wurde, investierte er in ein Firmenareal auf dem benachbarten Hopfengarten mit großer Werkstatt, Bürogebäude sowie Schauraum. Das Autohaus wurde später verkauft, die Tankstelle weiter ausgebaut. Heute leitet Inhaberin Christine Forster das Familienunternehmen.



Inhaberin Christine Forster (3.v.l.) mit Ehemann Dennis Geier (r.) und Tochter Melanie Würtele (l.) sowie IHK-Referent Daniel Betz

50 JAHRE

OrtmannTeam GmbH

Ainring

Claus Ortmann gründete die Firma 1975 als klassische Offset-Druckerei. Seither hat sich das Familienunternehmen zu einem führenden Anbieter von Druck- und Crossmedia-Dienstleistungen entwickelt. Geleitet wird es von den Geschäftsführern Alexander Zuleger und Marc Ortmann.



Die Geschäftsführer Alexander Zuleger (l.) und Marc Ortmann mit IHK-Regionalreferentin Nadja Kamieth

**„Haben wir immer
so gemacht!“
hat uns noch nie
wirklich weiter
gebracht.**

Jetzt
informieren



**Machen Sie Ihren Betrieb bereit
für die Zukunft – mit INQA.**

Die Initiative Neue Qualität der Arbeit (INQA) unterstützt kleine und mittelständische Unternehmen bei der Gestaltung guter Arbeitsbedingungen. Wir zeigen Ihnen praxisnahe Lösungen und Konzepte, wie Sie durch moderne Führung, gezielte Kompetenzentwicklung und attraktive Arbeitsbedingungen qualifizierte Fachkräfte gewinnen und langfristig an Ihr Unternehmen binden. Mehr unter:

www.inqa.de/anders-machen

INQA wurde initiiert vom Bundesministerium für Arbeit und Soziales und wird von starken Partner*innen getragen.



**Leidenschaftlicher Ingenieur –
Philipp Sinn vor seinen vertikalen
Solarpaneelen am Jais-See**

Kraftwerke auf dem See

Philipp Sinn entwickelt mit seiner Firma innovative Lösungen für Unternehmen, die von zentralen Energiequellen unabhängig werden wollen. Sein Ziel: weltweit Maßstäbe setzen.

Von Harriet Austen

Ein ungewöhnlicher Anblick: Auf dem türkisblauen Wasser eines Baggersees in Gilching schwimmen 2.600 senkrecht stehende und mit Seilen verbundene Solarmodule. Sie versorgen mit derzeit 1,8 Megawatt das Kieswerk Jais mit Strom. »Eine Weltpremiere in Bayern« nennt Philipp Sinn die Einweihung im August 2025, zu der auch Ministerpräsident Markus Söder (CSU) anreiste.

Das schwimmende Kraftwerk stammt von der Gautinger SINN Power GmbH, die sich röhmt, »weltweit neue Maßstäbe in der Energiebranche zu setzen«. Tatsächlich hält das Unternehmen zahlreiche Patente auf neue Technologien wie die Gewinnung von Strom aus Meereswellen, Floating-Photovoltaikanlagen und vertikal ausgerichtete, sturmresistente Solarmodule. »Die Zukunft der Energieversorgung ist dezentral, unabhängig und global«, lautet die Vision des 47-Jährigen. Seine Firma gründete er 2014, auf dem Markt ist er mit seinen Entwicklungen seit 2023.

Angefangen hat alles mit Sinns Beobachtung der Meereswellen. Der begeisterte Schwimmer, Segler und Surfer staunte über die Kraft, mit der sich die Wellen am Strand brechen. In seiner Dissertation, die er neben seinem Job bei einem Beratungsunternehmen verfasste, wies er nach, dass sich tatsächlich Strom aus Meereswellen erzeugen lässt.

Lothar Stein, Initiator des Münchener Businessplan Wettbewerbs, kam auf Sinn zu und regte an, eine Firma für die Umsetzung der Idee zu gründen. Sinn war sofort dabei. »Ich habe immer davon geträumt, Unternehmer zu werden.« Von seinem Vater, dem prominenten Wirtschaftswissenschaftler Hans-Werner Sinn, habe er »ein vollständiges Ökonomiestudium erhalten, bevor ich an die Uni ging«, sagt der Sohn lachend.

Sinn, der sich als leidenschaftlichen Ingenieur bezeichnet und schon als Ju-

gendlicher viel herumtüftelte, war nun in seinem Element. Ausgestattet mit einem EXIST-Gründerstipendium und dem Geld von Investoren, startete er mit einer Plattform in Heraklion auf Kreta, um die Wellenkraftenergie zu testen. SINN Power ist damit technologisch sehr weit. »Doch das Projekt ist viel zu aufwendig und teuer, um es kommerziell zu nutzen«, räumt Sinn ein. Er betreibt es nur noch zu Forschungszwecken.

Das Know-how aus dem maritimen Projekt hat er aber längst auf andere Einsatzbereiche übertragen: innovative erneuerbare Energiesysteme, die überall genutzt werden können – unabhängig von geografischen, wirtschaftlichen oder politischen Hürden, wie Sinn sagt. In erster Linie sind damit Floating-Photovoltaikanlagen (PV) als kostengünstige, einfache Lösung gemeint. »Ein großer Wachstumsmarkt«, so Sinn.

Er meldete Patente für vertikale Solarpaneele an, die im Vergleich zu horizontalen Anlagen eine Reihe von Vorteilen aufweisen: Sie benötigen weniger Fläche, erzeugen bis zu 20 Prozent mehr Strom als herkömmliche Anlagen und können bei Sturm umkippen und sich dann wieder aufrichten. Die robusten, modularen PV-Konstruktionen sind auf künstlichen Binnengewässern ebenso einsetzbar wie an Land und auf Dächern.

Weitere Sonderbaulösungen aus dem Unternehmen sind überdachte Photovoltaik-Förderbänder sowie senkrechte Solarpaneele, unter denen weiter Landwirtschaft betrieben werden kann. Beispiele für die dezentralen Systeme, die den Auftraggeber eine effiziente, sichere und wirtschaftliche Selbstversorgung mit Energie ermöglichen, sind bereits überall in der Region zu sehen. Hauptkunden sind vor allem Mittelständler. Der Schwerpunkt liegt

derzeit auf Kies-, Bergbau- sowie Maschinenbaufirmen und auf produzierenden Gewerbebetrieben mit großem Stromverbrauch. Für diese Unternehmen könne SINN Power die Energiekosten – unter Berücksichtigung der Investitionskosten – langfristig halbieren oder gar dritteln. Anfragen kommen aus der ganzen Welt. Doch viel wirft der Geschäftsbereich noch nicht ab, »wir sind ja ganz neu am Markt«, sagt Sinn. Für die nötigen Umsätze sorge das »Brot- und Buttergeschäft«, sprich: die etablierte Eigenerzeugung von Strom mit Dach-PV und Speicher.

Sinn und sein 40-köpfiges Team stehen jetzt vor der großen Herausforderung, die neuen »revolutionären« Lösungen zu vermarkten. »Wir haben ein sehr breites Spektrum, sind aber noch zu unbekannt«, sagt Sinn und nennt die nächsten Schritte: »Den Bekanntheitsgrad erhöhen und uns mit unserer einmaligen Technologie und unserem speziellen Know-how im industriellen Energieverbrauch eine Nische schaffen.«

Die Attraktion am Jais-Kiessee trägt auf jeden Fall dazu bei, schwimmende Kraftwerke in den Fokus zu rücken – seit sie installiert sind, seien schon fünf neue Aufträge gekommen, freut sich der Firmenchef. ●

www.sinnpower.com

ZUR PERSON

Philipp Sinn, Jahrgang 1978, studierte in London Wirtschaftsingenieurwesen und in München Maschinenbau. 2014 machte er sich mit der SINN Power GmbH in Gauting selbstständig und entwickelt seitdem innovative Konzepte für die Selbstversorgung von Industrieunternehmen mit erneuerbaren Energien.





Effizienter, mit weniger Fehlern

Digitale Fertigungsprozesse bieten Raum für entscheidende Verbesserungen. Das zeigen beispielhaft drei Unternehmen aus Oberbayern mit ihren innovativen Lösungen.

Von Sabine Höpfer

Märkte wandeln sich, neue Technologien kommen auf, Kundenbedürfnisse verändern sich – diesen Wandel können Unternehmen mit Innovationen aktiv gestalten und so langfristig wettbewerbsfähig bleiben. Neuartige Ideen und Lösungen sind ein wichtiger Faktor für Wachstum, Effizienz und nachhaltigen Erfolg. Das gilt nicht nur für Geschäftsmodelle und Produkte von Unternehmen, sondern auch für ihre Fertigungsprozesse.

im ersten Schritt genau überlegen, »wo im oder rund um den Fertigungsprozess Schwachstellen liegen, und dafür eine Lösung suchen«.

Unterstützung bietet dabei eine Reihe von Anbietern, die sich auf die Digitalisierung und Optimierung von Produktionsprozessen spezialisiert haben. Wie das in der Praxis konkret aussehen kann, zeigen hier exemplarisch drei Unternehmen aus Oberbayern, die interessante Innovationen für industrielle Prozesse entwickelt



Innovative Prozesse sind die große Chance, international wieder wettbewerbsfähiger zu werden.«

**Maximilian Kaltenecker,
Geschäftsführer NEXUSTEC**

Um die Abläufe effizienter, sicherer und fehlerärmer zu gestalten, ist die Digitalisierung der industriellen Prozesse entscheidend. Firmen sollten dabei nicht in erster Linie darauf schauen, welche Lösungen technologisch möglich sind, rät Birgit Petzold, Referentin Innovation und Industrie bei der IHK für München und Oberbayern. Stattdessen sollten sie

haben. Zwei der Unternehmen waren außerdem für den Innovationspreis Bayern 2024 nominiert (siehe auch Infokasten S. 17).

**IHK-Ansprechpartnerin
zum Thema Innovationen**

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

NEXUSTEC GmbH

Abweichungen in Echtzeit erkennen

Innovative Prozesse steigern die Effizienz, sie minimieren den Ausschuss und sind die »große Chance, international wieder wettbewerbsfähiger zu werden«. So formuliert es Maximilian Kaltenecker (43), Geschäftsführer der Münchner NEXUSTEC GmbH.

Seine Firma ist auf KI-gestützte Qualitätskontrolle spezialisiert. Sie hilft Unternehmen etwa aus der Automobilindustrie oder der Medizintechnik, digitaler, nachhaltiger und effizienter zu werden. Kern der Lösung ist dabei die von den Münchnern entwickelte KI-basierte Software »TRiMiTi«, die Kameradaten und weitere Datenquellen integriert und die Produktionsprozesse in Echtzeit auf Prozesskonformität überprüft. Damit soll es möglich werden, eine fehlerfreie Fertigung und

Logistik zu etablieren – und zwar sowohl bei automatisierten als auch bei manuellen Abläufen.



Auf KI-gestützte Qualitätskontrolle spezialisiert – Maximilian Kaltenecker, Geschäftsführer NEXUSTEC

Ein Anwendungsbeispiel: Der Automobilzulieferer Schaeffler Technologies AG & Co. KG aus Herzogenaurach wollte die Fehlerquote bei einem bestimmten Bauteil reduzieren. »Wir haben daraufhin an einer voll automatisierten Montagelinie eine End-of-Line-Prüfung mit insgesamt fünf Kameras installiert«, erläutert NEXUSTEC-Chef Kaltenecker. Zwei weitere Kameras überwachen die manuelle »Just-in-Sequence-Verpackung«.

Das Ergebnis: »Wir konnten die internen Produktionsfehler zu 100 Prozent identifizieren und die Fehlerquote der ans Band des Kunden gelieferten Bauteile auf null senken«, sagt Kaltenecker. »Und das bei einer Produktionsmenge von mehr als 1,5 Millionen Teilen.«

www.nexustec.de

Foto: NEXUSTEC

Automation W+R GmbH

Die Qualität im Blick

Die in München ansässige Automation W+R GmbH entwickelt und baut Prüfsysteme für die industrielle Qualitätssicherung. Der Mittelständler stellt vor allem automatisierte Lösungen zur optischen Inspektion von Oberflächen, Schweißnähten und zur Inline-3D-Vermessung her. »Wir verleihen den Robotern Augen«, so beschreibt es Geschäftsführer Paul Gruber (39).

Engineering, Hard- und Software, Robotik und Service kommen aus einer Hand, das ermögliche eine nahtlose Integration in bestehende Produktionslinien, verspricht er. Dabei liegt der Fokus auf sicherheitskritischen Bauteilen und Anwendungen, bei denen hohe Qualität, Reproduzierbarkeit und Kosteneffizienz gefragt sind. Die Kunden sind vor allem Unternehmen aus der Automobilbranche wie zum Beispiel die BMW Group, ferner Firmen der

Luft- und Raumfahrtindustrie sowie Hersteller von Schienenfahrzeugen. In diesen Sektoren müssen zentrale Bauteile – etwa Bremsscheiben im Auto oder Turbinen



»Wir verleihen den Robotern Augen«, sagt Paul Gruber, Geschäftsführer von Automation W+R

von Flugzeugen – streng auf sicherheitsrelevante Merkmale überprüft werden. Ein wachstumsstarkes Geschäftsfeld ist für Automation W+R die Prüfung von Batterien für Elektrofahrzeuge. »Diese Batterien enthalten zahlreiche Schweißverbindungen und müssen extrem hohe Anforderungen erfüllen – sowohl in puncto Sicherheit als auch bei der Effizienz«, erklärt Geschäftsführer Gruber. »Unsere Prüfsysteme sichern konstant hohe Qualität bei höchster Taktzeit und minimaler Fehlertoleranz.«

Das Unternehmen mit fast 50 Mitarbeitern nutzt hierfür auch künstliche Intelligenz. »Schon seit mehr als acht Jahren«, sagt Gruber und nennt die Vorteile: eine effizientere und nachhaltigere Produktion, höhere Qualität, mehr Sicherheit und geringere Kosten.

automationwr.de

Foto: Automation W+R

INNOVATIONSPREIS BAYERN: JETZT BEWERBEN!

Der Innovationspreis Bayern prämiert herausragende Produkt- und Verfahrensinnovationen sowie innovative technologieorientierte Dienstleistungen, die sich bereits durch einen ersten Markterfolg auszeichnen oder bei denen der Markterfolg absehbar ist. Insgesamt werden bis zu fünf Preise vergeben. Es handelt sich um Ehren-

preise, die finanziell nicht dotiert sind. Jeder Gewinner wird zudem in einem Kurzfilm porträtiert, der während der Preisverleihung gezeigt wird und den die Unternehmen anschließend zu Werbezwecken verwenden können.

Der Innovationspreis ist eine gemeinsame Initiative des Bayerischen Wirtschaftsministeriums, der bayerischen

IHKs (BIHK) sowie der Arbeitsgemeinschaft der bayerischen Handwerkskammern. Die Auszeichnung wird alle zwei Jahre verliehen.

Unternehmen können sich für den Innovationspreis Bayern noch bis zum 25. Januar 2026 online bewerben: www.innovationspreis-bayern.de

Linexa GmbH

Back-up für die Produktion

Je stärker Systeme miteinander vernetzt sind, desto fataler wirken sich etwaige Störungen aus. Das Start-up Linexa stellt daher die Produktionsresilienz in den Mittelpunkt. Denn fällt eine Maschine aus – sei es durch einen Cyberangriff, ein defektes Teil oder eine Neukonfiguration –, kann dies eine Reihe weiterer Ausfälle nach sich ziehen.

Eine stillstehende Produktionsstraße sei immens teuer, das könne mit einer sechs- bis siebenstelligen Summe zu Buche schlagen, sagt Linexa-Geschäftsführer Viktor Stryczek (32). Sein 2025 gegründetes Unternehmen hat eine KI-basierte Software entwickelt, die solche Ausfälle vermeiden hilft und die Sicherheit stärkt.



Foto: Linexa

Will vernetzte Systeme vor Störungen und ihren Folgen bewahren – Viktor Stryczek, Geschäftsführer Linexa

»Wir stellen unseren Kunden ein effizientes Back-up- und Recovery-System der Steuerungen zur Verfügung. Es liest und analysiert alle wichtigen Informationen, ist immer auf dem aktuellsten Stand und zu 100 Prozent genau.«

Obwohl das Start-up erst kürzlich mit seiner Innovation auf den Markt gegangen ist, konnte es bereits einige namhafte Kunden, etwa aus der Lebensmittel- und Automobilzuliefererindustrie gewinnen. Die Investition in die cloudbasierte Lösung zahle sich eben sehr schnell aus, sagt Stryczek: »Schon bei einem Produktionsausfall erzielen unsere Kunden einen Return on Investment.«

www.linexa.tech

FASSADENVIELFALT AUS ARCHITEKTURBETON

#hochwertig #eindrucksvoll #modern



Bahnhofstr. 8 . 84323 Massing

www.laumer.de



Hilfe beim AI Act

Wie sollen Firmen mit den EU-Vorgaben zu KI umgehen? Der KI-Innovationsbeschleuniger bietet Unterstützung. Till Klein vom appliedAI Institute for Europe erklärt, wie es funktioniert.

Von Daniel Boss

Herr Klein, was genau ist der Bayerische KI-Innovationsbeschleuniger?

Er ist unsere praxisnahe Antwort auf den AI Act aus Brüssel, die wir gemeinsam mit dem Bayerischen Staatsministerium für Digitales ins Leben gerufen haben. Diese EU-Gesetzesinitiative zur Regulierung von künstlicher Intelligenz sehen weite Teile der Wirtschaft mit Sorge: Gerade kleine und mittlere Firmen befürchten einen großen bürokratischen Aufwand, verbunden mit entsprechenden Kosten und dem Einsatz personeller Ressourcen. Wir wollen Unternehmen dabei helfen, die neuen Vorgaben zu erfüllen, ohne dabei überfordert zu werden. Denn am schlimmsten wäre es, wenn Unternehmen nun eine Vermeidungsstrategie fahren würden und das Thema KI – und seine zweifellos großen und vielfältigen Chancen – aufgrund der regulatorischen Hürden vernachlässigen oder sogar ganz ignorieren würden.

Wie unterstützen Sie die Unternehmen?

Wichtig ist zu betonen, dass wir keine Rechtsberatung bieten und auch nicht jeden Einzelfall im Detail behandeln können. Es geht um die Vermittlung von me-



Foto: Symbiot/Adobe Stock

thodischem Wissen, um Unternehmen in die Lage zu versetzen, selbst das Thema KI-Regulierung durch die EU anzugehen. Der AI Act ist umfangreich und zeichnet sich durch eine hohe Komplexität inklusive juristischer Sprache auf vielen Seiten aus. Das ist nichts, was man mal so nebenbei an einem Nachmittag durcharbeitet.

Welche Inhalte vermittelt der KI-Innovationsbeschleuniger?

Wir haben unsere Aufgabe in drei große Bereiche unterteilt: Bildung, Tools und Methoden sowie Vernetzung und Veranstaltungen. Im Bereich Bildung vermitteln wir vor allem Grundlagen, technische Informationen sowie wichtige Hinweise

dazu, wie man die Konformität Schritt für Schritt erreichen kann. Dabei setzen wir unter anderem auf Online-Live-Trainings mit unseren Expertinnen und Experten des appliedAI Institute for Europe, bei denen sich Unternehmen kostenlos »aufschlauen« können. Im Bereich Tools und Methoden geht es um Robustheit und Vertrauenswürdigkeit auf der technischen Ebene. Wir zeigen bewährte Praktiken für die Entwicklung von KI und gehen auf die Frage ein, wie man den regulatorischen Anforderungen mit Open-Source-Lösungen begegnen kann.

Und der dritte Bereich?

Durch Veranstaltungen vor Ort bringen wir die verschiedenen Perspektiven auf KI und die EU-Regulatorik zusammen.

ZUR PERSON

Till Klein ist Projektleiter des Bayerischen KI-Innovationsbeschleunigers und als Head of AI Regulation beim gemeinnützigen appliedAI Institute for Europe verantwortlich für das Thema KI-Regulatorik. Der promovierte Wirtschaftsingenieur vermittelt gemeinsam mit Kollegen Wissen zum AI Act im Rahmen des Bayerischen KI-Innovationsbeschleunigers.

Bereits nach einem Jahr ist ein beachtliches Ökosystem entstanden, das kaufmännische, technische und juristische Aspekte mit den Nutzerbedürfnissen auf einer Plattform vereint. Der Austausch von Wissen in dieser stetig wachsenden Community ist sehr wertvoll. Weitere Veranstaltungen für 2026 sind in Planung.

Welche Zielgruppe haben Sie?

Wir wenden uns in erster Linie an Mittelstand, Start-ups und den öffentlichen Sektor. Ganz wichtig: Betroffen vom AI Act sind nicht nur Unternehmen und Institutionen, die eigene KI-Lösungen entwickeln, sondern auch solche, die vorhandene Lösungen für ihre Dienstleistungen, Produkte und internen Prozesse nutzen. Die Zielgruppe ist also sehr groß, hat aber – im Vergleich zu Konzernen – in der Regel nur begrenzte Kapazitäten zur Verfügung, um neben dem Alltagsgeschäft die KI-Regulatorik zu meistern.

Gibt es bestimmte Personengruppen, die den KI-Innovationsbeschleuniger nutzen?

Das ist bunt gemischt und hängt natürlich auch vom jeweils behandelten Schwerpunktthema ab. An uns wenden sich Projektteams, Mitarbeitende aus dem IT-Bereich oder auch Führungskräfte. Es sollten schon diejenigen im Unternehmen sein, die sich federführend oder zumindest besonders intensiv mit dem AI Act und seinen Folgen befassen.

Wie ist das Interesse insgesamt?

Erfreulich hoch. Im ersten Jahr hatten wir mehrere Hundert Teilnehmende. Und wir gehen davon aus, dass die Nachfrage jetzt, im zweiten

Foto: appliedAI Institute for Europe



Wir wollen Unternehmen dabei helfen, die neuen Vorgaben zu erfüllen, ohne überfordert zu werden.«

**Till Klein, Head of AI Regulation
appliedAI Institute for Europe**

Jahr, noch weiter zunehmen wird. Denn immer mehr Unternehmen und Institutionen erkennen, dass ein Ausklinken aus der KI-Welt praktisch unmöglich geworden ist. Nicht zu vergessen: Seit Anfang 2025 sind erste Elemente des AI Act verbindlich: KI-Systeme mit einem so genannten unannehbaren Risiko sind seitdem verboten. Umgekehrt muss ein gewisses Maß an KI-Kompetenz vorhanden sein, wenn KI-Systeme genutzt oder

sogar angeboten werden. Und wir helfen dabei, diese Kompetenz zu erlangen. ●

Der Bayerische KI-Innovationsbeschleuniger mit kostenlosen Infos und Anmelde möglichkeiten ist erreichbar über: www.innovationsbeschleuniger.bayern

IHK-Ansprechpartnerin zum AI Act
Chantal Berier, Tel. 089 5116-1321
berier@muenchen.ihk.de

STICHWORT: BAYERISCHER KI-INNOVATIONSBESCHLEUNIGER

Der Bayerische KI-Innovationsbeschleuniger startete operativ Anfang 2025 und wird vom Bayerischen Staatsministerium für Digitales gefördert. Unter der Leitung des appliedAI Institute for Europe und in Zusammenarbeit mit der Ludwig-Maximilians-Universität München, der Technischen Universität München und der Technischen Universität Nürnberg bietet das Projekt Trainings, Ressourcen und Veranstaltungen, Webinare, Veröffentlichungen und technische Tools. Seit September 2025 sind die bayerischen IHKs (BIHK) Ko-

operationspartner. Das Projekt ist zunächst bis Ende 2026 begrenzt.

Der Hintergrund: Die europäische Gesetzesinitiative, die Verordnung zur Regulierung von künstlicher Intelligenz (»AI Act«), ist seit 1. August 2024 in Kraft. Seit 2. Februar 2025 sind erste Elemente aus dem komplexen Regelwerk verbindlich: eine Herausforderung vor allem für kleine und mittlere Unternehmen (KMU) sowie Start-ups, die von künstlicher Intelligenz profitieren und Innovationen vorantreiben wollen.



Beste Werkstoffprüferin
Kunststofftechnik – Carolin Pauli mit
Ausbilder Thomas Haitzmann



Wie Leidenschaft Leistung schafft

Zum 20. Mal wurden die besten Auszubildenden Deutschlands in Berlin geehrt. Zwei der Top-Azubis und ihre Ausbilder aus Oberbayern berichten, wie solche Spitzenergebnisse zustande kommen.

Von Sabine Höpfer

Sie strahlten um die Wette auf der großen Bühne in Berlin – und hatten auch allen Grund dazu. Die rund 200 ehemaligen Azubis sind die Bundesbesten in ihrem Beruf: Sie erzielten unter allen Teilnehmenden der Winter- und Sommerprüfungen des Jahrgangs 2025 in ihrem Ausbildungsberuf den besten Abschluss.

Dafür wurden sie auf einem Event mit rund 1.000 Gästen im Dezember auf der 20. Nationalen Bestenehrung im ECC Estrel Congress Center ausgezeichnet. Peter Adrian, Präsident der Deutschen Industrie- und Handelskammer (DIHK), überreichte ihnen ihre Urkunden und Trophäen. »Wer etwas Handfestes kann, der hat eine gute berufliche Zukunft vor sich«, so Adrian. Bundesbildungs- und Familienministerin Karin Prien (CDU) würdigte in ihrer Festrede ebenfalls die Spitzenleistungen der Top-Absolventen.

An diesem Abend wurde der Stellenwert der dualen Ausbildung in Deutschland wieder einmal überaus deutlich. »Sie lohnt sich für die Auszubildenden ebenso

wie für die ausbildenden Betriebe«, betont Katharina Pointner, IHK-Expertin für Berufsbildung. Die jungen Leute erhalten ein starkes Fundament für ihren weiteren Berufsweg sowie gute Aufstiegsmöglichkeiten und verdienen früh ihr eigenes Geld. Die Arbeitgeber wiederum gewinnen die Fachkräfte, die sie in Zukunft benötigen.

»Wir bilden für den eigenen Bedarf aus«, bestätigt Thomas Haitzmann (40), Leiter Qualitätssicherung und Ausbilder bei der NOWOFOL Kunststoffprodukte GmbH & Co. KG in Siegsdorf. Das Unternehmen, das Hightech-Folien produziert und knapp 200 Mitarbeitende beschäftigt, hat in den vergangenen neun Jahren drei junge Menschen als Werkstoffprüfer ausgebildet. »Alle drei sind im Unternehmen geblieben«, so Haitzmann. Einer habe sich zwei Jahre extern zum Techniker weitergebildet und sei danach wieder zu NOWOFOL zurückgekehrt.

Nun kommt mit Carolin Pauli die bundesbeste Werkstoffprüferin in der Fachrichtung Kunststofftechnik aus dem Unternehmen. Wie sie die Top-Leistungen erreicht

hat? Ihr Ausbildungsleiter sei jederzeit für sie da gewesen, sagt Pauli. »Er hat mich viel selbst machen lassen und mir gleichzeitig viel beigebracht«, so die 22-Jährige. Hinzu kommt die hohe Motivation der jungen Frau. Pauli ließ sich nicht davon abschrecken, dass sie zur Berufsschule nach Selb in Franken fahren musste, etwa 300 Kilometer von Siegsdorf entfernt. Dort lebte sie insgesamt 13 Wochen pro Jahr in Blöcken von zwei bis drei Wochen in einem Wohnheim. Auch ein Autounfall und eine Operation während der Lehrzeit hinderten sie nicht daran, die Prüfung als Beste ihres Jahrgangs zu bestehen. Sie brenne für den Beruf – und habe deshalb



Foto: Thorsten Jochim

DIE BUNDESBESTEN AUS OBERBAYERN

Name	Ausbildungsberuf	Ausbildungsbetrieb
Jonas Anton Filgertshofer	Fachkraft für Fruchtsaftlogistik	ORO Obstverwertung eG
Daniel Redinger	Fachkraft für Metalltechnik	VERBUND Innkraftwerke GmbH
Lena Freundl	Figurenkeramformerin	Königliche Porzellan Manufaktur Nymphenburg GmbH & Co. KG
Maria Kleinschwärzer	Kauffrau für Hotelmanagement	Platzl Hotel Inselkammer KG
Leonhard Simmerl	Technischer Produktdesigner	ALPMA Alpenland Maschinenbau GmbH
Thomas Pils	Technischer Systemplaner	Hörmann Kommunikation & Netze GmbH
Carolin Pauli	Werkstoffprüferin	NOWOFOL Kunststoffprodukte GmbH & Co. KG

Top-Leistungen – die Bundesbesten haben in den Abschlussprüfungen 2025 die besten Noten aller Prüfungsteilnehmer in ihrem Ausbildungsberuf erreicht

alles, was ihr beigebracht wurde, begierig aufgesaugt. »Wenn ich einmal etwas höre, habe ich es sofort verinnerlicht«, erklärt sie ihre sehr guten Leistungen.

Ihr Ausbilder Hitzmann nickt zustimmend, während Pauli erzählt. Dass sie sehr leistungsfähig sei. Dass sich die Mitarbeiter viel Zeit für die Auszubildenden nehmen würden. Dass sie ihnen frühzeitig kleine, spannende Projekte gäben, die die Azubis eigenverantwortlich umsetzten. Hitzmann betont aber auch, dass das Unternehmen bei der Auswahl der Azubis kritisch sei: »Wir stellen nur solche Schulabgänger ein, die sich mit dem Beruf und unserer Firma auseinandergesetzt haben, die echtes Interesse zeigen.«

Mit Begeisterung ist auch Jonas Filgertshofer bei der Sache. Der 21-Jährige hat vor wenigen Monaten seine Ausbildung als Fachkraft für Fruchtsaftlogistik bei der ORO Obstverwertung eG in Rohrdorf beendet – als Bester in seinem Ausbildungsberuf. Kurz nach Ende der bestandenen Ausbildung wechselte Filgertshofer in den elterlichen Betrieb in Lenggries. Für das Unternehmen sei die Ausbildung immer ein Gewinn – auch wenn ein Azubi nach der Lehre gehe. So sieht es Stephan Wiesböck (33), Filgertshofers Ausbilder

DIE BESTEN AZUBIS NACH BUNDESÄNDERN

Von den 211 Top-Auszubildenden mit den besten Abschlüssen in Deutschland kommen 31 aus Bayern.

Baden-Württemberg	47
Bayern	31
Berlin	2
Brandenburg	4
Bremen	4
Hessen	13
Hamburg	11
Mecklenburg-Vorpommern	2
Niedersachsen	22
Nordrhein-Westfalen	34
Rheinland-Pfalz	12
Saarland	2
Sachsen	8
Sachsen-Anhalt	3
Schleswig-Holstein	8
Thüringen	8

und Vorstandschef der ORO Obstverwertung: »Die Azubis sind das Aushängeschild der Firma.«

Er verweist auf die Besonderheiten der heimischen Keltereien: In der Branche kenne und helfe man sich, Konkurrenzdenken liege den Betrieben fern. Hinzu kommt: Der Beruf ist selten. Für die gesamte Region Deutschland, Österreich, Schweiz und Südtirol gibt es pro Jahr nur zwei Berufsschulklassen mit jeweils 15 bis 17 Teilnehmern. Die Berufsschule findet im Blockunterricht in Hessen statt. Die Ausbildung ist daher schon wegen der langen Wochen, Hunderte Kilometer von zu Hause entfernt, eine Herausforderung.

ORO hat bereits zwei bundesbeste Auszubildende hervorgebracht. Wiesböck sieht einen Grund darin, dass die jungen Menschen im Unternehmen früh eigenverantwortlich arbeiten dürfen. Sein ehemaliger Azubi bestätigt das. »Von Anfang an konnte ich alle Abteilungen kennenlernen, von der Herstellung übers Lager bis hin zur Abfüllung.« Und Filgertshofer nutzte seine Chance: »Ich konnte immer Fragen stellen«, sagt er, »und bekam immer Antworten.«

IHK-Ansprechpartnerin zur Bestenehrung
Katharina Pointner, Tel. 089 5116-1407
bestenehrung@muenchen.ihk.de

Schultz

Möbelproduktion seit 1898

schultz.de
0611 18 55 180

Endlich 2 flexible Kollegen

höhenverstellbarer Schreibtisch + Testsieger Bürostuhl

~~1.235,22 €~~ ab 777,07 € inkl. MwSt.



TESTSIEGER
Bürodrehstuhl
to-strike comfort pro
von Trendoffice by Dauphin

Testsieger bei Stiftung
Warentest (Heft 9/2021)



Was sich ändern muss

Oberbayern erhält in der IHK-Standortumfrage erneut die Gesamtnote »gut«. Die befragten Unternehmen sehen aber auch deutliche Schwachstellen.

Von Gabriele Lüke

Klare Ansage: Oberbayern ist ein guter Wirtschaftsstandort. Und doch muss sich einiges verbessern. Dies ergab die inzwischen fünfte IHK-Standortumfrage 2025. Vier von fünf Unternehmen beurteilten München und Oberbayern auf einer Schulnotenskala zwischen 1 und 5 mit »gut« oder »sehr gut«. Unterm Strich ergibt dies – das vierte Mal in Folge – die Gesamtnote 2,0. Ganze 83 Prozent der Befragten würden sich mit ihrem Betrieb erneut hier niederlassen.

»Oberbayern ist bei Betrachtung aller Faktoren ein Top-Standort, der Unternehmen auch im internationalen Vergleich grundsätzlich gute Bedingungen bietet«, sagt IHK-Hauptgeschäftsführer Manfred Gößl. Insbesondere schätzen die Unternehmen die stabile Energieversorgung, die gute Anbindung an das regionale und das Fernstraßennetz und die medizinische Versorgung.

Das ist aber nur eine Seite der Medaille. Denn zugleich sehen die Betriebe einigen Handlungsbedarf. Insbesondere beim Bürokratieabbau, beim Wohnraumangebot und bei den Gewerbe- und Grundsteuern. »Knapp 30 Prozent der Unternehmen geben an, dass derartige Standortmängel bereits ihre Entwicklung beeinträchtigen«, sagt Gößl.

gen«, sagt Annette Hilpert, IHK-Referatsleiterin Stadt- und Regionalentwicklung, Standortberatung, Mobilität. »Unser Standort hat kein Attraktivitäts-, sondern ein Belastungsproblem.«

Mit rund 3.700 teilnehmenden Unternehmen aller Branchen und Größen hat die Standortumfrage eine repräsentative Basis. Insgesamt wurden 49 Standortfaktoren untersucht. »Ziel der Umfrage ist es, die Einschätzungen der Unternehmen zum Wirtschaftsstandort zu ermitteln und Verwaltung und Politik Hinweise auf die wichtigsten Handlungsfelder zu geben«, erklärt Chiara Wahler, IHK-Referentin Standortberatung.

Weitere Details zu den Bewertungen:

- Beim Punkt bürokratiearme Verwaltung erreicht die Note mit 3,6 einen Tiefpunkt. Unternehmen beklagen vor allem die langwierigen Genehmigungsverfahren.
- Das Wohnraumangebot erhält ebenfalls nur die Note 3,6. Auch weil fehlender Wohnraum den Fachkräftemangel verschärft und negativ auf die Mitarbeiterbindung wirkt.
- Hohe Energiepreise (3,2), steigende Personalkosten (3,2) und hohe Gewer-

beflächenpreise (3,6) stellen eine weitere starke Belastung für die Unternehmen dar.

- Die Fachkräftesituation wird mit der Note 3,0 zwar minimal besser bewertet als vor zwei Jahren. Dennoch bleibt das Angebot an beruflich qualifizierten Fachkräften (3,2) und Azubis (3,3) ein Engpass.
- Im Feld Infrastruktur sind die Unternehmen wenig zufrieden mit der Anbindung an den Schienengüterverkehr (3,6), der öffentlichen E-Ladestruktur (3,4) und alternativen Mobilitätsangeboten wie Sharing-Modellen (3,6). Ebenfalls nur mäßig bewerteten sie die Breitbandversorgung (2,6) und die Mobilfunkabdeckung (2,7).

Auch der Blick auf die wirtschaftliche Lage der Betriebe unterstreicht den Handlungsbedarf. Noch ist das Vor-Corona-Niveau nicht wieder erreicht. Der Anteil der Unternehmen, die ihren Standort in den vergangenen drei Jahren erweitert oder umfangreich in diesen investiert haben, sank noch einmal von 21 Prozent 2023 auf jetzt 17 Prozent.

Zum Vergleich: Vor der Pandemie 2019 investierten 29 Prozent der Unternehmen erheblich in den Standort.

Ebenfalls ernüchternd fällt der Blick nach vorn aus. Die Investitions- beziehungsweise Erweiterungsbereitschaft für die kommenden drei Jahre nahm erneut deutlich ab: von 26 Prozent 2019 über 17 Prozent 2023 auf aktuell 15 Prozent. Das ist der geringste Wert, seit die Frage nach der Investitionsbereitschaft 2017 erstmals gestellt wurde.

Die Forderungen an die Politik sind entsprechend klar: Bürokratie abbauen,

bezahlbaren Wohnraum bereitstellen, Planungs- und Genehmigungsverfahren optimieren, Verfügbarkeit von Arbeitskräften sicherstellen und das Mobilitätsangebot verbessern. »Der Standortwettbewerb wird international immer intensiver, gerade auch bei Themen wie Energiekosten, Gewerbesteuern und digitaler Verwaltung«, so IHK-Hauptgeschäftsführer Gößl. »Insofern müssen wir unsere Hausaufgaben machen und dranbleiben.«

Alle regionalen Auswertungen sowie sieben Branchenauswertungen der IHK-Standortumfrage gibt es unter: www.ihk-muenchen.de/standortumfrage

IHK-Ansprechpartnerinnen zur Standortumfrage

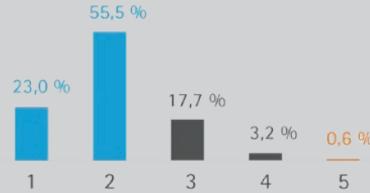
Annette Hilpert, Tel. 089 5116-1472
hilpert@muenchen.ihk.de
Chiara Wahler, Tel. 089 5116-1805
wahler@muenchen.ihk.de

SO URTEILTEN DIE UNTERNEHMEN

Ein »Gut« für den Standort



Top-Standort – zum vierten Mal in Folge erhält Oberbayern eine glatte Zwei.



Verteilung nach Noten

Fast ein Viertel der Firmen bewertet den Wirtschaftsraum mit »1«, also »sehr gut«, etwas mehr als die Hälfte immerhin mit »gut«.

Stärken ...



Energieversorgung

Anbindung
regionales Straßennetz

Medizinische Versorgung

Stärken sind Faktoren, die für Unternehmen wichtig sind und am Standort gut bewertet werden. In Oberbayern steht hier die Energieversorgung vorn.



... und Handlungsbedarf



Bürokratiearme Verwaltung/
Unternehmerfreundlichkeit

Wohnraumangebot

Gewerbe-/Grundsteuer

Handlungsbedarf liegt vor, wenn für die Wirtschaft bedeutsame Aspekte schlechte Noten erhalten – das trifft vor allem auf die Verwaltung zu.

Was die Wirtschaft bremst

Die häufigsten Gründe für Verzögerungen



Firmen sehen ihre Entwicklung vor allem durch endlose Genehmigungsverfahren und Bürokratie beeinträchtigt.

Insgesamt positiv

Nochmalige Standortentscheidung



83,1 %
JA



16,9 %
NEIN

Die große Mehrheit der Firmen würde sich wieder für den Standort entscheiden.

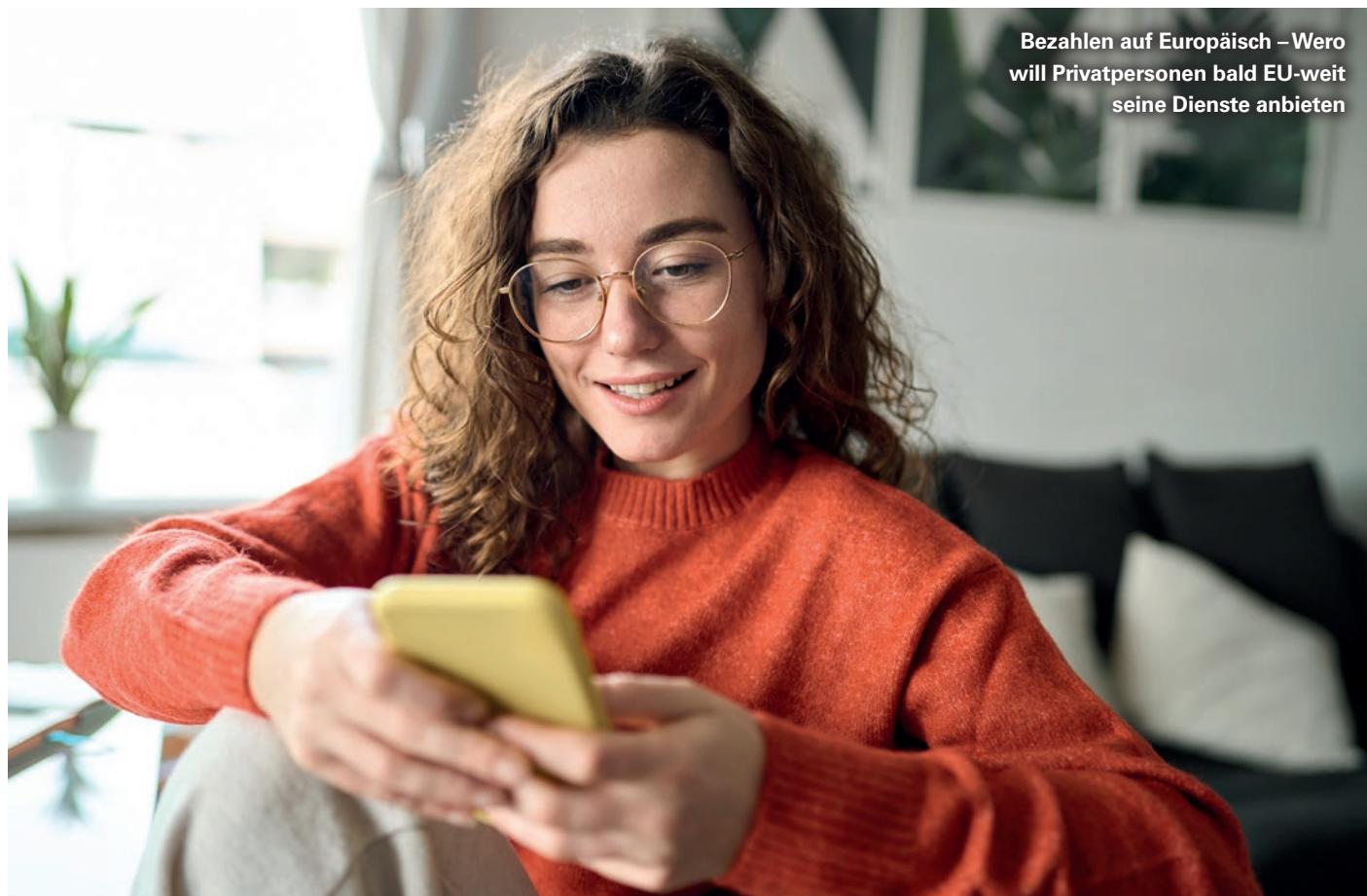


Foto: insta_photos/Adobe Stock

Konkurrenz für PayPal & Co.

Das neue europäische Bezahlsystem Wero soll eine Alternative zu den großen US-Zahlungsdiensten bieten – die Erwartungen sind hoch.

Von Sabine Höpfer

Es soll die europäische Antwort auf US-Giganten wie PayPal oder Visa sein: das Bezahlsystem Wero des Bankenbündnisses European Payment Initiative, kurz EPI. Der Bezahldienst startete im Sommer 2024, ist bislang in Deutschland, Frankreich und Belgien verfügbar und bietet mobile Geldzahlungen zwischen Privatpersonen an.

Im Herbst 2025 wurde das System nun auf den Onlinehandel ausgedehnt. Zunächst in Frankreich, danach in Belgien

und Deutschland. Der Ticketanbieter CTS EVENTIM zum Beispiel führte Wero als Zahlungsmöglichkeit Anfang November 2025 ein. In einem weiteren Schritt, wahrscheinlich in diesem Sommer, sollen Verbraucher auch Zahlungen im stationären Einzelhandel über Wero abwickeln können.

Zunächst aber geht es für den neuen Bezahldienst darum, sich auf dem Markt zu behaupten. Der Sparkassenverband Bayern (SVB) erwartet, dass Wero ein Erfolg

wird. »Es wird sich nach und nach etablieren«, sagt Präsident Matthias Dießl (50). Zu einem anderen Schluss kommt hingegen das Forschungs- und Beratungsinstitut ibi research an der Universität Regensburg GmbH in einem aktuellen Report. Die Experten sagen Wero einen schweren Stand voraus.

»Wero löst kein akutes Problem«, begründet Georg Wittmann (47), Geschäftsführer von ibi research, diese Einschätzung: Sowohl für Händler als auch für Endkun-

Ist Ihre Produktion fit für den globalen Markt?

den stünden aktuell etliche Zahlungsmöglichkeiten bereit. Ein neues System finde daher nur schwerlich ausreichend Akzeptanz. Fakt ist: Wero ist vor allem eine Kampfansage an die großen US-Zahlungsdienstleister. Die Mega-Player, von Apple Pay über PayPal bis Visa, sind auch in Europa die vorherrschenden Bezahlstellen. Sie bestimmen die Preise und könnten ihre Marktmacht womöglich missbrauchen.

Europäische Lösung
Die Einführung und das weitere Ausrollen von Wero sind somit in erster Linie der Versuch, sich unabhängig von den USA zu machen und eine souveräne europäische Alternative anzubieten. »Der europäische Zahlungsverkehr darf nicht dauerhaft von außereuropäischen Anbietern abhängig sein«, sagt SVB-Präsident Dießl. »Deshalb bauen wir in Europa mit Wero eine eigene starke Lösung auf.«

Die ersten Schritte sind durchaus geeglückt. Private mobile Geldtransfers werden bereits getätig. Laut dem Sparkassenverband Bayern hat Wero europaweit rund 45 Millionen Nutzer, davon 1,3 Millionen bei den deut-

schen beziehungsweise rund 200.000 bei den bayerischen Sparkassen.

Die Kunden setzen Wero ein, um Freunden oder Familienmitgliedern Geld in Echtzeit zu überweisen. Nach spätestens zehn Sekunden ist die Transaktion erfolgt. Dass Wero in diesem Segment einen Punkt machen konnte, liegt womöglich auch daran, dass der US-Anbieter PayPal, der eine vergleichbare Geldsendefunktion in Echtzeit anbietet, die Verbraucher zwischenzeitlich mit einer Sicherheitslücke unsichert hatte.

Wero soll nun in der nächsten Stufe im Einzelhandel zum Einsatz kommen, vorerst im E-Commerce, später dann auch in stationären Geschäften. In den vergangenen Wochen sind erste Händler wie der Discounter Lidl und die Drogeriemarktkette Rossmann als Wero-Partner gestartet. Andere wie etwa die MediaMarktSaturn Retail Group in Ingolstadt haben Interesse bekundet, aber noch kein genaues Datum genannt.

Und mehr und mehr weitere Unternehmen kommen hinzu. Im Januar 2026 zum Beispiel auch der Feinkostspezialist Käfer – zunächst im Onlineshop und später in

Optimieren Sie mit uns

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

Gemeinsam
den Standort
Bayern
sichern.

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

allen anderen Bereichen. »Schon bei der ersten Vorstellung von Wero durch die Hausbank waren wir begeistert von der Initiative, eine europäische Alternative zu den amerikanischen Zahlungsdienstleistern zu schaffen. Käfer hat sich entschieden, sich als deutsches Unternehmen in Europa dem anzuschließen«, sagt Michael Käfer (67), Vorstand der Käfer AG. Wero biete einen zusätzlichen Service für die Kunden, das Unternehmen wiederum erwarte eine hohe Kosteneffizienz. Für Firmen liegt ein großer Vorteil von Wero in den Kosten des Zahlungsdienstleisters. Die angeschlossenen Händler können sehr wahrscheinlich mit niedrigeren Transaktionsgebühren rechnen, erwartet Bernd Ohlmann, Sprecher des Handelsverbands Bayern e.V. (HBE). Das

Foto: ibi research



Es wird einige Jahre dauern, bis sich die Investitionen amortisiert haben.«

**Georg Wittmann,
Geschäftsführer ibi research**

Eine nennenswerte Kostensparnis kann ein starker Treiber für Neuerungen sein. Das ist bei Wero nicht anders als bei anderen Technologien. Allerdings ist noch nicht abschließend geklärt, ob sich die Kosten tatsächlich deutlich verringern lassen. Schließlich erfordert die Einführung von Wero ebenfalls Geld, besonders die Implementierung in der IT-Umgebung und die damit verbundenen Schulungen für die Mitarbeiter.

»Vor allem am Anfang werden die Erträge noch niedrig sein, es wird einige Jahre dauern, bis sich die Investitionen am-

alle deutschen Kreditinstitute dem Bankenbündnis EPI angeschlossen. Die Commerzbank AG und die DKB AG beteiligen sich beispielsweise noch nicht. Treiber von Wero sind vor allem die Sparkassen sowie Volks- und Raiffeisenbanken.

Unterstützung gibt es von der Bundesbank. Sie ist ein starker Befürworter des digitalen Euro und begrüßt die Entstehung von Wero ausdrücklich. Dies starke Wettbewerb und Innovation im Binnenmarkt und unterstützte das Ziel des Eurosystems von mehr Autonomie und Resilienz im europäischen Zahlungsverkehr, heißt es in einem Statement für das »IT-Finanzmagazin«. Von dem neuen Bezahlidienst könnte auch ein digitaler Euro profitieren, er ließe sich in die Wero-Wallet integrieren, so die Bundesbank.

Am Ende liegt es an den Konsumenten, ob sich das neue System durchsetzt. Nehmen sie Wero an oder ist ihnen ein Umstieg zu aufwendig, da sie bisher mit anderen Zahlungsdiensten gut zurechtgekommen sind?

Möglicherweise, so ibi-research-Experte Wittmann, kommt es auf die Höhe der Anreize an: Vielleicht werde ein Fünf-Euro-Gutschein für den ersten Einkauf per Wero dem neuen Bezahlidienst zum Durchbruch verhelfen. ●

Foto: SVB



Der europäische Zahlungsverkehr darf nicht dauerhaft von außereuropäischen Anbietern abhängig sein.«

Matthias Dießl, Präsident des Sparkassenverbands Bayern

liegt nicht nur daran, dass Konkurrenz das Geschäft belebt. Beim neuen Anbieter Wero wird die Zahlung, anders als beispielsweise bei den Wettbewerbern Visa oder PayPal, nicht über eine dritte Instanz abgewickelt, sondern direkt mit dem Konto verbunden. Ein weiteres Pro-Argument Ohlmanns: »Die Daten bleiben in Europa.«

tisiert haben«, erwartet ibi-research-Experte Wittmann. Die entscheidende Frage lautet seiner Meinung nach: Wann sind die Erträge hoch genug, dass sie die Ausgaben rechtfertigen?

Damit sich Wero bei den Nutzern durchsetzen kann, müssen außerdem möglichst viele Banken den Bezahlidienst unterstützen. Bislang haben sich nicht

**IHK-Ansprechpartner zu
Kredit- und Finanzwirtschaft**
Roland Unterweger, Tel. 089 5116-1809
unterweger@muenchen.ihk.de

KERNFUSION WIRD ZUR INDUSTRIE

MIT PARTNERN WIE IHNEN

Auf der FusionX:Global in München treffen Sie die Entscheider aus diesem Wachstumsmarkt.
Jetzt neue Geschäftsfelder erschließen.

FusionX
Global

MÜNCHEN
25. - 27. FEBRUAR 2026

- ✗ Fusions-Projekte kennenlernen
- ✗ Business-Kontakte knüpfen
- ✗ Neuen Wachstumsmarkt erschließen



Sichern
Sie sich jetzt
eines der
limitierten
Tickets.

bayern-innovativ.de/events-termine/detail/fusionx-global

Zukunftstechnologie trifft Mittelstandskompetenz

Kernfusion entwickelt sich vom Forschungsthema zur Industrie.

Genau jetzt entstehen die ersten Lieferketten, Standards und Partnerschaften.

Wenn Sie heute schon konstruieren, fertigen oder bauen, haben Sie die Voraussetzungen, in diesen Markt einzusteigen.

Wer früh dabei ist, sichert sich Plätze, die später schwer zu bekommen sind.

Auf der FusionX:Global in München treffen Sie die Unternehmen, die Kernfusion wirtschaftlich machen – und dafür erfahrene Mittelständler suchen.

Positionieren Sie Ihr Know-how als Baustein in diesem Wachstumsmarkt.

 **bayern
innovativ**
Innovation leben



Mitten im Reformstau

Präsident Klaus Josef Lutz kritisiert die ausbleibende Wirtschaftswende der Bundesregierung – das Plenum sorgt sich wegen der Erbschaftsteuer.

Von Martin Armbruster

Präsident Klaus Josef Lutz hatte für die Wintersitzung der Vollversammlung Ende November vor den Advents- tagen einen sanften Einstieg gewählt: den Rückblick auf den Bürgerentscheid über Münchens Olympia-Bewerbung. Die IHK hatte sich klar dafür ausgesprochen. Die Befürworter haben mit einem Stimmenanteil von satten 66 Prozent dann dem Projekt den Rückhalt verschafft, der eine Bewerbung aussichtsreich macht. Lutz sprach von »einem psychologisch wichtigen Signal« in Zeiten, in denen der Bundeskanzler gefühlt an jedem zweiten Tag Aussagen zurücknehmen müsse. Lutz räumte ein, mit Indien, Katar, Spanien und Saudi-Arabien gebe es starke Konkurrenz um die Spiele aber zumindest nationale Mitbewerber müsse man nicht fürchten. »Wenn es in Deutschland jemand kann, dann München«, stellte er fest. Dann ging es ans Eingemachte. Lutz nannte die Lage der Wirtschaft »drama-

tisch«. Journalisten, die von »Schlechtreden« sprechen, wenn man Fakten präsentiere, hätten schlicht die Tiefe des Umbruchs noch nicht verstanden. »Wir haben eine Industriekrise. Da geht es um den Kern unserer Wirtschaft«, betonte Lutz. Seit 2018 hätten die Autoindustrie und die Chemieindustrie in Deutschland mehr als ein Fünftel ihrer Produktion verloren.

IHK-Hauptgeschäftsführer Manfred Gößl sprach von einem »Erkenntnisproblem«. Die Politik lebe zumindest in Teilen in einer »Parallelwelt«. Er berichtete von Gesprächen mit Parteipolitikern, die schon überlegten, wie viel Geld eine höhere Erbschaftsteuer bringe, während sich Industrie aus dem Land verabschiede, Selbstständige aufhörten, Einzelhändler reihenweise schließen müssten, und die Zahl der Insolvenzen so hoch sei wie zuletzt vor zehn Jahren. Der Substanzverlust sei »Wahnsinn«.

Hatte die IHK den Start der aktuellen Bundesregierung noch erwartungsvoll begleitet, hat sich das nun gedreht. Lutz kritisierte scharf den wiederholten Wortbruch: Im Wahlkampf hatte Friedrich Merz (CDU) Reformen statt Schulden versprochen. Daraus wurde die Formel Schulden statt Reformen. Die sogar als »Sofortmaßnahme« versprochene »Senkung der Stromsteuer für alle« wurde kurzerhand wieder gekippt. Die vom Bundeskanzler im Sommer versprochenen Reformen bei der sozialen Sicherung oder die Einführung der Wochenhöchstarbeitszeit seien abgesagt. Stattdessen werde ein Rentenpaket mit unverantwortlicher Kostenbelastung durchgedrückt.

Laut Lutz teilt die Wirtschaftsweise Veronika Grimm die IHK-Kritik an diesem Kurs. Grimm lehne zusammen mit mehr als 20 Top-Ökonomen das kostspielige Rentenpaket ab. Sie gehe davon aus, dass von den 500 Milliarden Euro Infrastruktur-Son-

dervermögen nur die Hälfte zusätzlich investiert würde. Der Rest verpuffe, lasse aber die Verschuldung steigen.

Das belastet dauerhaft den Haushalt. Die Wirtschaftswissenschaftlerin hat errechnet, dass die Ausgaben des Bundes für Soziales, Verteidigung und Zinsen bis 2029 das gesamte Einnahmeverum im Bundeshaushalt ohne zusätzliche Kredite aufzehren würden. Ohne Wachstum drohe Deutschland eine Entwicklung wie in Frankreich. Aufgrund der hohen Staats Schulden sei Frankreichs Regierung kaum noch handlungsfähig. Bayerns Ministerpräsident Markus Söder (CSU) mache es sich zu einfach mit dem Hinweis, die generelle Lage sei zwar düster, aber Bayern sei stark und stabil, findet Lutz. Monat für Monat gehen in der bayerischen Industrie 2.000 Arbeitsplätze verloren. Auch Bayerns Wirtschaft wächst nicht mehr.

Für Lutz und Gößl bildete die Vollversammlung den Auftakt für die DIHK-Vollversammlung an den beiden folgenden Tagen. Bundeswirtschaftsministerin Katharina Reiche (CDU) hatte die Teilnahme zugesagt. Lutz lud die Plenumsmitglieder zu einer »Feedback-Runde« ein. Sie sollten Themen nennen, die man in Berlin diskutieren müsse.

Vizepräsident Georg Dettendorfer bat um Hilfe bei der für 2028 angesetzten Schienensanierung des Korridors München – Rosenheim. Die Bahnpläne sehen eine monatelange Vollsperrung für die Sanierung vor. »Wir haben keine Ausweichstrecken. Wenn es so kommt, habe ich keine Kunden mehr. Dann sind wir tot«, sagte Dettendorfer. IHK-Bereichsleiter Martin Droggnitz erklärte, die IHK führe in der Sache Gespräche mit dem Bundesverkehrsministerium. Dort zeige man wenig Neigung, eine Sanierung im laufenden Betrieb vorzunehmen.

Was Oberbayerns Unternehmen zudem allergrößte Sorgen bereitet, ist das anstehende Urteil des Bundesverfassungsgerichts zur Erbschaftsteuer. In der Wirtschaft bangt man um die Verschonungsregeln für Betriebsvermögen. Eva Vesterling warnte, eine höhere Erbschaftsteuer würde das Aus für viele Familienbetriebe bedeuten. Michael Zink bezeichnete die Erbschaftsteuer als »Tod des Mittelstands«. Das Beste wäre, die Steuer abzuschaffen.

Gößl versicherte, man werde alles tun, um in der DIHK, bei politischen Entscheidern in Berlin und München sowie in den Medien die Bedrohungslage praktisch klarzumachen und nötigenfalls gangbare Lösungen aus Mittelstandssicht aufzuzeigen. Er bedankte sich bei Denise Amrhein und Ingrid Obermeier-Osl, die für einen BR-Fernsehbeitrag erklärt hatten, wie überlebenswichtig die Verschonung von Betriebsvermögen für einen Familienbetrieb sei.

»Die Fakten sind eindeutig«

Gößl kündigte an, er werde in der anstehenden DIHK-Vollversammlung den dort debattierten und als Beschlussvorlage eingeforderten Kurswechsel in der Energiepolitik mittragen. Die Wirtschaft stehe weiterhin mehrheitlich zum Ziel der Klimaneutralität, dürfe aber auf dem Weg dorthin nicht überfordert werden. Die Ergebnisse des BIHK-Energiewende-Barometers, das auf einer jährlichen Befragung der bayerischen Unternehmen basiert, zeigten, dass wegen der Kosten und Wettbewerbsnachteile durch zu hohe Energiepreise Produktion heruntergefahren oder verlagert wird.

Vor allem energieintensive Wertschöpfung geht hierzulande zurück. Das zieht auch Zulieferer nach unten und führt zum Verlust von Arbeitsplätzen und Wohlstand. »Die Zahlen und Fakten dazu sind eindeutig«, so Gößl. Dabei ist eine starke Wirtschaft notwendig, um die Energiewende mit ihren hohen Investitionserfordernissen zu stemmen und zum Erfolg zu führen.

So einen harten und teuren Kurs wie Deutschland mit dem Ziel der Klimaneutralität 2045 fahre kein anderes Industrieland in der EU und in der Welt, so der IHK-Hauptgeschäftsführer. »Wenn unsere Deindustrialisierung der Preis für den Klimaschutz ist, haben wir verloren.« Spätestens dann werde auch die demokratische Stabilität als Ganzes in ernste Gefahr kommen.

Unstrittig zukunftstauglich sind dagegen die Themen, an denen die Allianz Mobile Zukunft München (MZM) arbeitet. Es geht um E-Mobilität, autonomes Fahren, mehr Mobilität in der Fläche. IHK-Bereichsleiter Droggnitz sprach von einem international einzigartigen Bündnis, unter anderem mit

der IHK, den Fahrzeugherstellern BMW und MAN, dem Technologiekonzern Siemens, der Technischen Universität München (TUM), der Landeshauptstadt München und drei Staatsministerien. Mit dem Segen der Vollversammlung wird sich die IHK drei weitere Jahre an dieser Allianz beteiligen.

Droggnitz erklärte, warum sich der Aufwand lohne, gemeinsam mit der Wirtschaftskammer Österreich (WKÖ) in Brüssel Veranstaltungen zu organisieren. So sei es Ende September 2025 mit einer Expertenrunde zu fairem Handel gelungen, Mitglieder der EU-Kommission nachhaltig zu beeindrucken. Das Thema: Chinas Online-Gigant temu flutet den EU-Binnenmarkt mit 400.000 Päckchen täglich mit Produkten, die oft gegen alle Standards verstößen. Die EU selbst baue für die eigenen Händler mit dem Green Deal oder der Verpackungsverordnung so hohe Hürden auf, dass sich der Versand nicht mehr rechne. Michael Zink lobte dieses Event. Das Team um Droggnitz habe in Brüssel hervorragende Arbeit gemacht.

Über die Vorbereitungen auf die 2026 stattfindende Kommunalwahl in Bayern berichtete Otto Heinz. Die 20 Regionalausschüsse hätten hierfür Positionspapiere erstellt. Geplant seien Gespräche mit der regionalen Presse und Podiumsdiskussionen mit den Kandidaten.

Maximilian Mertens informierte über das integrative Zusammenspiel seines Unternehmens mit regionalen Handwerksbetrieben aus dem Sektor Sanitär-Heizung-Klima. Christian Krömer erklärte, wie er die Übergabe geregelt hat: Krömer hat sein Spielwarengeschäft in Schrobenhausen mit Filialen an die Thalia Bücher GmbH verkauft, mit positiven Perspektiven für Innenstadt, Mitarbeiter und Geschäftsaussichten.

»Zum Nachdenken für die Feiertage« präsentierte Hauptgeschäftsführer Gößl eine Folie, die zeigte, was draußen in der Welt so geschieht. China ist für fast alle Länder Handelspartner Nummer eins geworden und hat dabei die USA vom Thron gestoßen. Eine Weltdominanz, aufgebaut in nur 20 Jahren. In der gleichen Zeit hat man beim Brenner in Bayern mit dem Bau des Nordzulaufs noch nicht einmal angefangen.



Filialen in zwölf Ländern – Stefan Tewes, Gründer von Coffee Fellows

Schwarz, stark, schnell

Kaffeebars haben Konjunktur, immer mehr Unternehmen eröffnen Filialen. Auf den wachsenden Wettbewerb haben sie sehr unterschiedliche Antworten.

Von Sabine Höpfer

Mitte Oktober ist wieder ein neuer – und außerordentlich prominenter – Anbieter hinzugekommen: Das alteingesessene Kaffee- und Spezialitäten-Unternehmen Dallmayr startete seinen »Coffee Club«. Direkt neben dem Stammhaus in der Münchner Dienerstraße hat es ein To-go-Konzept umgesetzt: Kaffee und Matcha für unterwegs.

Der Coffee Club soll die Brücke schlagen »zwischen unserer Tradition und einem urbanen Publikum, das Qualität und Lifestyle miteinander verbinden möchte«, erklärt Caroline Epping, Head of Marketing & Communications bei Dallmayr, die

Idee. »Mit dem Coffee Club ergänzen wir unser bisheriges gastronomisches Angebot um ein modernes, junges Format.« Mit diesem Konzept stößt Dallmayr in einen Markt, der enorm in Bewegung ist: Die Zahl der Kaffeebars, auch Coffeeshops genannt (s. Kasten S. 33), ist zuletzt deutlich gewachsen. Sie bieten Kaffeespezialitäten zum Mitnehmen, setzen auf Selbstbedienung – und versuchen gerade, sich mit unterschiedlichen Konzepten von der großen Anzahl der Wettbewerber abzuheben.

Wer unterwegs einen schnellen Kaffee trinken will, hat in Großstädten wie München eine beachtliche Auswahl. Da

ist zum Beispiel der US-Riese Starbucks, der in der bayerischen Landeshauptstadt etwa ein Dutzend Filialen betreibt. Oder der italienische Kaffeespezialist Segafredo mit rund zehn Kaffeebars. Neben internationalen Konzernen gibt es aber auch heimische Unternehmen, wie zum Beispiel die 1999 gegründete Coffee Fellows GmbH, die in München mit etwa zehn Filialen vertreten ist.

Seit Kurzem drängen außerdem Firmen auf den Markt, die mit günstigeren Preisen werben und etwa für einen Americano nicht 3,50 Euro, sondern zwei Euro verlangen. Vor allem die Berliner LAP Coffee und Plex Coffee haben München

aufgemischt und fünf (LAP Coffee) beziehungsweise vier Standorte eröffnet. Hinzu kommen noch die unzähligen Bäckereien und Backshops, die fast alle mittlerweile Kaffee zum Mitnehmen anbieten, ebenfalls meist günstiger als bei Starbucks, Coffee Fellows & Co.

Warum eröffnen trotz des schon vorhandenen gewaltigen Angebots nach und nach immer weitere Kaffeestationen? Geben Markt und Nachfrage das her?

Belastbare Zahlen zum Markt existieren bisher nicht, aber Zahlen zur Nachfrage kann der Hotel- und Gaststättenverband DEHOGA Bayern liefern: 17 Prozent der Bevölkerung sagen laut einer Umfrage, dass sie Kaffee zum Mitnehmen kaufen. In der Zielgruppe der 18- bis 35-Jährigen sind es sogar 26 Prozent.

Kein Wunder also, dass viele der Kaffeebarketten erkennbar auf Jüngere als Hauptzielgruppe abzielen: Die Designs der Shops sind modern-minimalistisch, in den Läden und auf den Webseiten wird fröhlich geduzt. Bei den Produkten stehen Sonder- und Saison-Kreationen im Mittelpunkt, etwa Protein- oder Kollagen-Varianten sowie das Trendgetränk Matcha.

Bei Dallmayr etwa gibt es einen »Bio Ceremonial Matcha« und das klare Bekenntnis, ein junges Publikum ansprechen zu wollen. Unterstrichen wird die Ausrichtung durch den bereits im Namen verankerten Club-Gedanken: Es gibt ein »Community-Angebot«, das mit einer App einhergeht und Kurse wie »How to Latte Art« (das Verzieren von Milchkaffeeschaum mit Mustern) beinhaltet.

Auch Ralph Hage (36), Geschäftsführer der in Berlin ansässigen Micro Retail Technologies MRT GmbH, die LAP Coffee betreibt, betont: »Wir sind Community-getrieben.« Der Kerngedanke: »priced to cost, not to status« – die Preise richten sich nach den Kosten, nicht nach dem Status. Dafür nimmt das Unternehmen eine geringere Marge hin. Hage: »Wir verdienen mit jeder Tasse, aber eben ein bisschen weniger als andere.«

Um sich von den Wettbewerbern abzusetzen, müssen sich Anbieter etwas einfallen lassen. Sie verwenden etwa Siebträgermaschinen für eine besonders hochwertige Zubereitung



Foto: Dallmayr

und nicht Vollautomaten wie günstigere Anbieter. Nicht nur, aber auch damit richten sie sich an ein kaufkräftigeres Publikum.

Stefan Tewes (58), Gründer und Geschäftsführer der Coffee Fellows GmbH und mit mittlerweile rund 300 Filialen in zwölf Ländern vertreten, spricht explizit auch ältere Besucher an. »Wir haben neben Sofas auch Stühle in unseren Cafés. Ältere bevorzugen Stühle, sie kommen aus den tiefen Polstern doch kaum mehr raus.«

Außerdem orientiert sich Tewes hin zu weniger konkurrenzgefährdeten Standorten. So lagen die letzten Neueröffnungen fast ausschließlich an Autobahnen. Coffee Fellows findet man auch in kleineren Städten, in Oberbayern zum Beispiel in Starnberg und Bad Tölz. Daneben baut das Unternehmen ein weiteres Standbein

auf und betreibt Hotels, selbstverständlich mit einem Coffeeshop, um Synergien zu nutzen.

Ein besonderes Nischenkonzept verfolgt die 2003 gegründete Münchner chicco di caffè GmbH. Sie setzt den Fokus auf Kantine in Firmen, Universitäten und Krankenhäusern.

Trotz der unterschiedlichen Ausrichtung ist allen Anbietern eines gemeinsam: Sie haben mit den stark gestiegenen Rohkaffeepreisen zu kämpfen. Die wachsenden Kosten können sie, gerade wegen des Konkurrenzdrucks, kaum an die Kunden weitergeben.

»Wir haben die Preise etwa anderthalb Jahre stabil gehalten«, sagt Coffee-Fellows-Chef Tewes, der fast ausschließlich mit Franchisenehmern zusammenarbeitet. »Das geht selbstverständlich zulasten der Profitabilität.«

STICHWORT: COFFEE SHOP

Kaffeebars beziehungsweise Coffeeshops unterscheiden sich von klassischen Cafés vor allem in zwei Punkten: Erstens haben Kaffeebars keine Küche, bieten also, wenn überhaupt, nur kleine Snacks wie Bagels oder Cookies an. Zweitens müssen sich die Kunden ihren Kaffee an der Bar bestellen und abholen. Sie wer-

den nicht am Platz bedient. Manche Coffeeshops haben Sitzmöglichkeiten und wollen auch eine besondere Atmosphäre vermitteln. Andere konzentrieren sich ausnahmslos auf das To-go-Geschäft. Bei ihnen gibt es keine oder nur wenige, rudimentäre Sitzgelegenheiten wie zum Beispiel Barhocker.

Ein Kraftakt für alle

Partner der Reserve 2025 in der IHK: Auszeichnung für sechs engagierte Firmen und die Forderung nach mehr Teamplay von Bundeswehr, Wirtschaft und Gesellschaft.



Foto: Goran Gajanin/DAS KRAFTBLD

Ehrung in München – Generaloberstabsarzt Nicole Schilling (l.) und Ralph Edelhäußer (r.), stellvertretender Präsident des Reservistenverbands der Bundeswehr, mit den Preisträgern

Von Martin Armbruster

Auch wenn er nicht, wie es ursprünglich geplant war, in der IHK persönlich auf dem Podium stand, sondern nur per Video eine Grußbotschaft übermitteln ließ: Bundesverteidigungsminister Boris Pistorius (SPD) war so etwas wie der Mann des Tages. In den vergangenen Jahren hat er das Image seines Amtes und der Bundeswehr kräftig aufpoliert – und der Veranstaltung »Partner der Reserve 2025« zu ihrer heutigen Bedeutung mitverholfen.

Das Bundesministerium der Verteidigung, der Verband der Reservisten der Deutschen Bundeswehr e.V. und die IHK hatten gemeinsam zu dieser Preisverleihung Anfang November 2025 ins IHK-Stamm-

haus eingeladen. Seit 2016 wird diese Auszeichnung jährlich vergeben.

Das zehnjährige Jubiläum der »Partner der Reserve« geriet auch ohne der Anwesenheit von Pistorius zu einer besonderen Veranstaltung. Noch nie hatte man in der IHK auf dem Podium und in den Zuschauerrängen so viele Frauen und Männer in Uniform gesehen.

Zu den knapp 150 Teilnehmern gehörte Generaloberstabsarzt Nicole Schilling. Sie ist seit August 2025 Stellvertreterin des Generalinspekteurs der Bundeswehr und damit ranghöchste Soldatin. Gemeinsam mit dem CSU-Bundestagsabgeordneten Ralph Edelhäußer zeichnete sie sechs Unternehmen mit dem Titel »Part-

ner der Reserve« aus, die es ihren Mitarbeitern leicht machen, an Wehrübungen teilzunehmen. Edelhäußer fungiert selbst als Vorbild. Er ist stellvertretender Präsident des Reservistenverbands der Bundeswehr und Hauptmann der Reserve. Die IHK war nicht zufällig Gastgeber des Events. Seit Beginn des Kriegs in der Ukraine steht das Thema nationale Sicherheit ganz oben auf der IHK-Agenda. Hauptgeschäftsführer Manfred Gößl schwor die Vollversammlung schon darauf ein, dass Oberbayerns Unternehmen kräftig mitziehen müssten. IHK-Präsident Klaus Josef Lutz erklärte, Reserveübungen basierten auf dem Prinzip »der doppelten Freiwilligkeit«: Die Mitarbeiter

müssen wollen und ihre Arbeitgeber müssen sie dafür freistellen. Ihm sei klar, dass kein Unternehmer »hurra« schreie, wenn ihm Mitarbeiter tagelang wegen eines Manövers fehlten. Aber aus staatspolitischer Verantwortung müsse man dieses Opfer bringen.

Verteidigungsminister Pistorius sprach in seiner Videobotschaft von einem neuen Konsens im Land. »Wir alle sind uns einig, dass nationale Sicherheit nur gemeinsam von Politik, Gesellschaft und Wirtschaft zu schaffen ist«, betonte er. »Eine starke Reserve« sei für dieses Ziel unerlässlich. Für deren Aufbau dürfe man keine Zeit verlieren.

Pistorius verwies auf Luftraumverletzungen in NATO-Staaten durch russische Kampfjets und Drohnenüberflüge. »Russland sabotiert, intrigiert, provoziert«, stellte der Minister fest. Als Reaktion hätten sich die NATO-Mitglieder auf ein umfangreiches »Fähigkeitspaket« verständigt. Deutschland habe sich gegenüber der NATO verpflichtet, 460.000 einsatzfähige Soldaten zu stellen.

Für dieses Kontingent braucht die Bundeswehr 200.000 Reservisten. Das wären etwa viermal so viele wie aktuell. Ein Kraftakt, auch für die Wirtschaft. »Jeder Reservistendienst, jede Ausbildung und jede Übung ist nur mit Unterstützung der Arbeitgeberinnen und Arbeitgeber möglich«, so der Minister.

Einige Unternehmen und Organisationen wurden für ihr besonderes Engagement dabei ausgezeichnet: Für die IHK Nordschwarzwald nahm Hauptgeschäftsführerin Tanja Traub den Titel »Partner der Reserve« entgegen. Zwei weitere Preisträger stammen aus München. Das Startup ARX Robotics GmbH stellt kurzfristig Mitarbeiter für Wehrübungen frei. Das Motiv ist klar: Die Gründer sind Ex-Bundeswehroffiziere.



Ausgezeichnet wurde zudem die Münchner Sicherheitskonferenz gGmbH (MSC). In der Laudatio hieß es, die Organisation transportiere seit Jahrzehnten sicherheitspolitische Themen und beschäftige ganz bewusst Reservisten. Er freue sich natürlich über diese Auszeichnung, erklärte der stellvertretende Vorsitzende und CEO der Sicherheitskonferenz, Benedikt Franke. Man dürfe aber nicht übersehen, dass bei dem Thema andere Länder weiter seien.

Das Vorbild heißt Schweden. Warum das so ist, machten der Impuls von Nicole Schilling und die Podiumsdiskussion zum Thema »Wirtschaft und Gesamtverteidigung« deutlich. Schweden verfügt nur über etwa 18.000 Berufssoldaten. Im Kriegsfall wird die gesamte Gesellschaft mobilisiert. Alle Ministerien bereiten sich auf den Notfall vor. In jedem Haushalt liegt die »gelbe Broschüre«, in der steht, was zu tun ist. Dann werden knapp 120.000 Soldaten aus der Reserve an die Front geschickt.

Laut Schilling hat man in Schweden begriffen: Das Land zu verteidigen, gelingt nur, wenn die zivile Gesellschaft auch unter Stress funktioniert. Energie- und Nahrungsmittelversorgung, Transport, Kommunikation, Geldverkehr, Gesundheitswesen – das alles muss reibungslos laufen, selbst wenn russische Kampfjets über das Land fliegen. Darauf ist Deutschland nicht vorbereitet.

Das ist auch ein Problem für die NATO.

Bei einem Angriff auf ein NATO-Mitglied wäre Deutschland die Logistik-Drehscheibe für rund 800.000 NATO-Soldaten. IHK-Vizepräsident Georg Dettendorfer meldete da schwere Bedenken an. Er verwies auf den katastrophalen Zustand der Infrastruktur. Schon mit dem Lkw sei die Fahrt über viele deutsche Brücken riskant, an Panzer brauche man da nicht denken. Auf der Schiene sei es nicht besser. Schon im Frieden sei ein Güterzug von Hamburg nach Verona sieben Tage unterwegs.

Schilling räumte Mängel bei der Bundeswehr ein. Zu viel Bürokratie, keine festen Ansprechpartner für Unternehmen, auch die zum Teil chaotische Terminplanung für Wehrübungen ließe sich verbessern. Vor allem müsste der Kontakt zwischen Bundeswehr und Wirtschaft noch viel intensiver werden. Dafür habe man nicht endlos Zeit. Nichts wäre Russlands Präsident Vladimir Putin lieber, warnte Schilling, als Europa ein weiteres Mal auf dem falschen Fuß zu erwischen.

Die Preisträger dieser Veranstaltung tragen zumindest dazu bei, dieses Risiko zu verringern. Aber auch sie wissen: Bislang geht es nur um kleine Schritte, das ist kein wirklicher Test für die Verteidigungsbereitschaft. Die großen Prüfungen kommen erst noch.

IHK-Ansprechpartner zur Verteidigungsindustrie

Maximilian Epp, Tel. 089 5116-1680
epp@muenchen.ihk.de



Foto: birdyfoto/IHK

Haltung zeigen – Demokratie fördern

Wenn die Demokratie unter Druck gerät, schadet das auch der Wirtschaft. Mit Corporate Political Responsibility haben Unternehmen ein Instrument, um Position zu beziehen.

Von Gabriele Lüke

Bei dem Zeppelin Konzern wird Vielfalt großgeschrieben. Die Initiative »Z COLOURFUL« bietet Programme, die alle Mitarbeitenden unabhängig von Herkunft, Geschlecht, Alter, Religion, sexueller Orientierung oder gesundheitlichem Status fördern. Frauen, queere Beschäftigte und Väter haben eigene Netzwerke. Diversity-Botschafter setzen sich als Vorbilder und Multiplikatoren für Toleranz, Fairness und Respekt im Unternehmen ein.

»Diversität ist uns sehr wichtig. Sie zu stärken, gegenseitige Wertschätzung zu pflegen, aufeinander zu achten, verstehen wir auch als Ausdruck unserer Verantwortung als Stiftungsunternehmen«, sagt Elisa Wang-Rührnößl, Teamleiterin im Bereich Diversity, Equity and Inclusion (DEI). »Damit senden wir auch ein Signal in die Gesellschaft.«

Maßnahmen wie bei Zeppelin zeigen, wie sich der Aspekt der politischen Verantwortung von Unternehmen im Betriebsalltag

verankern lässt. Sie erweitern den Ansatz der Corporate Social Responsibility (CSR) und setzen die Idee der Corporate Political Responsibility (CPR) um. Ein Konzept, das zunehmend an Bedeutung gewinnt. »Denn die Demokratie, wie wir sie kennen, ist unter Druck geraten: Liberalität, Rechtsstaat, Offenheit, Vielfalt sind als Werte nicht mehr unumstritten«, sagt Gerti Oswald, Abteilungsleiterin bei der IHK für München und Oberbayern. »Ein erfolgreiches Wirtschaften ist aber nur in

einer stabilen liberalen Demokratie, einer offenen, vielfältigen Gesellschaft, einem verlässlichen Rechtsstaat möglich«, betont sie. »Demokratie ist ein Standortfaktor. Haltung zu zeigen, sich zur freiheitlichen Demokratie zu bekennen, sie zu schützen und zu stärken, ist daher auch eine Aufgabe der Unternehmen. CPR ist das Mittel der Wahl.«

Ob und wie politisch die Wirtschaft sein soll, das diskutieren aktuell immer mehr Unternehmen. Die Mitglieder des IHK-Ausschusses Unternehmensverantwortung haben sich bereits entschieden: Sie gaben der IHK im Sommer 2025 den expliziten Auftrag, sich für CPR einzusetzen, zu sensibilisieren, Plattformen zum Austausch zur Verfügung zu stellen und bewährte Praxismethoden zu kommunizieren.

Die Strategien zur Umsetzung sind dabei unterschiedlich. Die IHK-Organisation drückte mit ihrer Kampagne »27% – KeineWirtschaftOhneWir« ihre Wertschätzung für ausländische Mitarbeitende und Unternehmer aus. Mit um 27 Prozent gekürzten Logos zeigten die IHK und ihre Mitgliedsunternehmen, dass ohne die 27 Prozent Erwerbstätigen mit Migrationshintergrund in Deutschland ganz schön was fehlen würde.

Das ist nur ein Beispiel von vielen möglichen CPR-Maßnahmen: Unternehmen können ein wirkungsvoller Multiplikator einer demokratischen Haltung sein, ist Andrea Taubenböck, geschäftsführende Vorständin der Stiftung Wertebündnis Bayern, überzeugt. »Unternehmen sind stets Werte-Vorbilder«, so die Ministerialrätin. »Beschäftigte, Stakeholder und Partner orientieren sich an ihnen.« In Deutschland genießen Unternehmen aktuell sogar mehr Vertrauen als Medien, die Regierung oder Nichtregierungsorganisationen, ermittelte das Kommunikationsunternehmen Edelman in seinem Trust Barometer 2025.

Unternehmen können sich vor allem im eigenen Betriebsalltag praktisch für die Demokratie einsetzen. Es gilt zunächst, sich zu sensibilisieren, zuzuhören, die Stimmung und Debattenlage in der Firma zu analysieren: Besteht ein freundliches, respektvolles Miteinander? Oder nimmt die Fragmentierung zu? Hat sich der Ton geändert? Trauen sich einzelne Mitarbeitende zum Beispiel, unverhohlen Vorurteile oder Respektlosigkeiten auszusprechen? Werden einzelne oder Gruppen ausgegrenzt? »Dass die gesellschaftlichen Debatten auch im Unternehmen geführt

The Facilitation Partners GmbH in München, macht zudem gute Erfahrungen mit der individuellen Ansprache von Mitarbeitenden: »Wenn Unternehmen anstelle der jährlichen Beurteilungsgespräche Orientierungsdialoge führen, die neben den Leistungen auch die Stimmung und Werte im Unternehmen thematisieren, ergibt sich ein erheblicher Achtsamkeits- und Respekthebel«, sagt er. »All solche Maßnahmen fördern einen echten Diskurs. Das heißt, wir reden nicht übereinander, sondern miteinander. Es geht nicht ums Behaupten und Rechthaben, sondern



Unternehmen sind stets Werte-Vorbilder.«

**Andrea Taubenböck,
geschäftsführende Vorständin
Stiftung Wertebündnis Bayern**

werden, ist normal – ein Unternehmen ist immer ein Spiegel der Gesellschaft«, sagt Taubenböck. »Es gilt aber, Verhärtungen und Kipppunkte zu erkennen.«

Erprobte Präventions- und Gegenmaßnahmen sind Vorträge, Diskussionsrunden oder Planspiele zur Demokratie, das gemeinsame Erarbeiten von Unternehmenswerten, Leitlinien zu Toleranz und Respekt, Trainings zu Zivilcourage und Antirassismus oder eine Personalpolitik, die Vielfalt stärkt. Das Wertebündnis unterstützt mit Demokratiekursen für Azubis oder dem neuen Format »Streitförderer«. Taubenböck: »Sich respektvoll zu streiten und einzumischen, lässt sich lernen.« John Juhasz, geschäftsführender Gesellschafter bei der Organisationsberatung

ums Verstehen und Streben nach gemeinsamen Werten.«

Dass im Sinne einer liberalen Demokratie kritikwürdige Meinung auch einfach stehenbleiben muss, gehöre allerdings ebenfalls zu Demokratie und Pluralismus, sagt Juhasz. »Zugleich können und müssen Unternehmen festlegen, wann und wie sie Grenzen setzen, wenn die Lage trotz aller Maßnahmen zu kippen droht. Sie müssen Werkzeuge entwickeln und handlungsfähig sein.«

Und was tun, wenn äußerer Druck entsteht – weil etwa die US-Regierung Diversitätsprogramme nicht mehr goutiert und man den Markt nicht gefährden will? »Austesten, Programme umbenennen – unterm Strich Haltung zeigen«, sagt



Unsere Werte bringen uns einen guten Ruf als Arbeitgeber, Ausbilder, Partner.«

Richard Stubenvoll, Leiter Berufsausbildung Wacker Chemie



Foto: Achim Zeller

Taubenböck. Denn Unternehmen würden von ihrem demokratischen Commitment mehr profitieren als verlieren, ist sie sicher. Haltung spreche sich herum, mache Unternehmen attraktiv. »Viele ausländische Fachkräfte und Geschäftspartner legen Wert darauf. Mitarbeitende, die sich gehört, wertgeschätzt und respektiert fühlen, identifizieren sich besser mit ihrem Betrieb, sind stolz dazugehören. Das stärkt auch die wirtschaftliche Performance«, betont Juhasz.

Der Zeppelin Konzern mit Zentrale in Garching bei München bestätigt das. »Unsere Haltung hilft uns dabei, Fachkräfte von uns zu überzeugen und die Motivation zu steigern. Vielfalt wird im Zeppelin Konzern als Chance und Wettbewerbsvorteil verstanden«, sagt Wang-Rührnößl. Wichtig ist ihr neben einem respektvollen Umgang auch die Beteiligung. »Wir stoßen viele Ideen von oben an, oft ist es aber auch umgekehrt.«

So regten zum Beispiel die Diversity-Botschafter einen Workshop zu Perspektivwechsel und Abbau von Vorurteilen an. »Der kam so gut an, dass wir ihn für den gesamten Konzern ausrollen werden.« Auch die internen Netzwerke wurden von Mitarbeitenden initiiert und aufgebaut. »Das zeigt: Engagement wirkt und Partizipation lohnt sich«, sagt die Teamleiterin. »Im Unternehmen ebenso wie in der Gesellschaft.«

Auch über das Unternehmen hinaus engagiert sich Zeppelin. Die Geschäftsführung hat die »Charta der Vielfalt« unter-

zeichnet und ein Statement zu Diversität, Gleichheit und Inklusion (DEI, Diversity, Equity, Inclusion) veröffentlicht. Zudem ist Zeppelin Gründungsmitglied der Initiative »Employers for Equality«, die sich für Gendergerechtigkeit einsetzt, und ist aktiv im internationalen Nachhaltigkeitsbündnis UN Global Compact.

»Dieses Engagement liegt in unseren Unternehmensgenen: Die Wurzeln unseres Unternehmens reichen zurück zu Ferdinand Graf von Zeppelin, dessen Werte Fairness, Wertschätzung und Nachhaltigkeit bis heute in unserem Handeln weiterleben«, so Wang-Rührnößl.

Auch bei der Wacker Chemie AG prägt die historische Erfahrung die demokratische Haltung des Unternehmens mit: Zum Ende des Zweiten Weltkriegs bewahrten drei mutige Mitarbeiter das Werk in Burghausen vor der Zerstörung durch die Nationalsozialisten. Sie bezahlten dafür mit ihrem Leben. Seitdem fühlt sich das Unternehmen in besonderer Weise zu Demokratie, Respekt, Toleranz und Wertschätzung verpflichtet.

»Einmal im Jahr, am 28. April, gedenken wir der drei Mitarbeiter Jakob Scheipel, Ludwig Schön und Josef Stegmair«, erläutert Richard Stubenvoll, Leiter der Berufsausbildung bei Wacker. 2025, anlässlich des 80. Jahrestags des Endes des Zweiten Weltkriegs, unterschrieb Wacker zudem mit 48 weiteren deutschen Unternehmen eine Erklärung, die sich für die Grundwerte der Demokratie und eine verantwortungsvolle Erinnerungskultur einsetzt.

Werte wie Demokratie, Respekt und Wertschätzung werden aber auch im Betriebsalltag großgeschrieben. »Sie sind in unserem Leitbild verankert, wir leben sie und vertiefen sie in der Praxis durch viele Formate und gegenseitigen Austausch«, sagt Stubenvoll.

Das beginnt bei den Azubis. Schon im einwöchigen Einführungsworkshop zum Ausbildungsstart sprechen sie über Toleranz, Respekt und Wertschätzung. Im zweiten Lehrjahr absolvieren alle den Demokratieworkshop des Wertebündnisses Bayern. »300 junge Menschen haben diesen eintägigen Kurs schon besucht. Sie diskutieren über Demokratie, Migration, Klimaschutz, äußern frei ihre Meinung, suchen die Auseinandersetzung und zugleich Kompromisse«, so Stubenvoll. »Aus den Trainings, an denen wir als Führungskräfte und Ausbilder bewusst nicht teilnehmen, bekommen wir die Rückmeldung, dass ihre Gesprächskultur wertschätzend und respektvoll ist.« Das freue ihn sehr, denn es zeige, dass der Einführungsworkshop und die gelebte Wertekultur Früchte tragen.

»An den Workshops nimmt auch der Betriebsrat für eine Stunde teil. Das ist uns besonders wichtig«, ergänzt der Ausbildungsleiter. »Betriebsrat und Jugendlichen-Vertretung sind gewählte, demokratische Gremien. Sie können den Jugendlichen zeigen, dass Partizipation sinnvoll ist, Mitwirkung etwas verändert und sich lohnt. Und dass jeder etwas zum Erhalt der Demokratie beitragen kann.« Zugleich sieht er den Nutzen für Wacker: »Unsere Werte bringen uns einen guten Ruf als Arbeitgeber, Ausbilder, Partner, wir werden besser, innovativer.«

**IHK-Ansprechpartnerin zu
Corporate Political Responsibility (CPR)**
Dr. Henrike Purtik, Tel. 089 5116-1105
purtik@muenchen.ihk.de

Münchener Agenturgipfel

Wie Agenturen sich neu (er)finden

Relevant, innovativ und attraktiv bleiben – das sind die zentralen Herausforderungen, aber auch Chancen der Kommunikations- und Kreativbranche angesichts neuer Technologien und veränderter Kundenanforderungen. Vorträge und Austausch dazu, wie sich Agenturen neu (er)finden, bietet kostenfrei der Münchener Agenturgipfel im Stammhaus der IHK Ende Januar 2026 in Kooperation mit CommClubs Bayern und der Deutschen Public Relations Gesellschaft (DPRG).

Kommunikationsprofis und Kreative werden berichten, wie Agenturen sich im Verhältnis zu Auftraggebern aus Unternehmen positionieren, wie integrierte und maßgeschneiderte Agenturmodelle heute aussehen und wie der Einfluss von KI die Branche verändert. So wird Sebastian Moritz, Electric Sheep GmbH, Mut machen, die KI-Transformation sofort anzugehen. Jason Modemann, Mawave Marketing GmbH, stellt vor, wie Social-First-Agenturen an strategischem Einfluss gewinnen und was dies für klassische Agenturstrukturen bedeutet. Vor der Abschlussdiskussion wird Andreas Schauerte, Kaltwasser Kommu-



Foto: freshidea/Adobe Stock

nikation GmbH, skizzieren, wie der Agenturnachwuchs ausgebildet werden sollte und warum trotz oder wegen KI dabei das Mindset entscheidend ist.

Termin: 29. Januar 2026, 14–17 Uhr

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

Information und kostenfreie Anmeldung:

www.events.ihk-muenchen.de/ihk/agenturgipfel

Unfaire Geschäftsmethoden

Vorsicht, Betrug!

Zahlreiche Unternehmen erhalten derzeit E-Mails, in denen ihnen hochpreisige, oft technische Güter aus Insolvenzmasse zu fantastisch günstigen Preisen angeboten werden. Häufig gilt ein Mindestbestellwert, ein großzügiges Rückgaberecht wird in Aussicht gestellt.

Absender sind angeblich Rechtsanwälte oder Kanzleien. Oft stimmen jedoch die Angaben in der E-Mail und im Website-Impressum nicht überein oder es finden sich Bezeichnungen wie »Inhaber« oder »Geschäftsführer«, was nicht zu einer Kanzlei passt.

Die Empfänger sollten misstrauisch sein. Häufig handelt es sich bei traumhaft günstigen Angeboten, die unangefordert auf dem Schreibtisch landen, nicht um Schnäppchen, sondern um Betrugsversuche. Im Zweifelsfall sollten Firmen zuerst den angeblichen Absender recherchieren und direkt bei ihm nachfragen.

Weitere Infos zu unseriösen Geschäftsmethoden von Abmahnmissbrauch bis Phishing: www.ihk-muenchen.de/ratgeber/recht/werbung-fairer-wettbewerb/abzocke-unserioese-maschen



Talente treffen. Zukunft gestalten.



Dienstag, 21. April 2026
www.lmu-karrieregipfel.de



Ausgezeichnete Arbeit!

Das Bayerische Wirtschaftsarchiv zeigt in einer Ausstellung zum bundesweiten »Tag der Archive« kunstvolle historische Urkunden zu Ehren von Beschäftigten und Firmen.

Von Harald Müller

Im Jahr 1891 präsentierte sich das Deutsche Reich mit seinen führenden »Kunst- und Industrie-Erzeugnissen« auf einer großen Ausstellung in London. Auch die Münchener Brauerei von Gabriel Sedlmayr nahm daran teil. Und das sehr erfolgreich. Denn für die »vollkommene Reinheit im Geschmack und im Gehalt und Wohlbekömmlichkeit« ihres Bieres sowie »für das beste Münchener Lagerbier« erhielt die Spatenbrauerei ein »Ehrendiplom 1. Classe«.

Dokumentiert wurde diese Ehrung durch eine prachtvolle Urkunde (Bild r.). Unter dem gekrönten Reichsadler kündet die Flügel tragende antike mythologische Frauengestalt der Fama mit einer Fanfare von der Auszeichnung; den Ehrenkranz hat sie ebenfalls dabei.

Am Fuß der Urkunde erhebt sich hinter verschiedenen Insignien der Kunst und des Gewerbefleißes der Westminister-Palast am Ufer der Themse in London, dem Ort der Ausstellung. Erhalten hat sich dieses außergewöhnliche und eindrucksvolle Stück im Bayerischen Wirtschaftsarchiv (BWA).

Seit das BWA 1994 als Gemeinschaftseinrichtung der bayerischen IHKs (BIHK) aus der Taufe gehoben wurde, sind seine Mitarbeiter in ganz Bayern auf der Suche nach historischen Zeugnissen unternehmerischen Schaffens. Mehr als sechs Fachbodenkilometer an historischen Akten und vergleichbaren Unterlagen aus Unternehmen, IHKs und Wirtschaftsverbänden aus dem Freistaat werden in den Magazinen des BWA inzwischen verwahrt – ein großartiger Fundus für die historische Forschung.

Im Rahmen des bundesweiten »Tages der Archive« präsentiert das BWA eine Auswahl seiner eindrucksvollsten Ehrenurkunden in einer Ausstellung auf dem IHK Campus unweit des Münchener Ostbahnhofs (s. Kasten S. 41). Im Zentrum stehen



Prämiert in London – die Brauerei von Gabriel Sedlmayr erhielt bei der »Ausstellung Deutscher Kunst- und Industrie-Erzeugnisse« 1891 ein »Ehrendiplom 1. Classe«

Urkunden als Form des Ausdrucks einer besonderen Wertschätzung individueller oder unternehmerischer Tätigkeit.

Was zunächst unspektakulär klingt, erweist sich bei näherem Hinsehen als eine besondere Form der grafischen Kunst.

IHK-VERANSTALTUNGSTIPP

Ausstellung »Ausgezeichnete Arbeit!«

Im Rahmen des »Tages der Archive« präsentiert das Bayerische Wirtschaftsarchiv Ehrenurkunden für herausragende Leistungen von Unternehmen und Mitarbeitenden. Die historischen Archive der HypoVereinsbank UniCredit und des Historischen Vereins der Bayerischen Genos-

senschaften zeigen an diesem Tag ebenfalls eigene kleine Ausstellungen.

Termin: 7. März 2026, 10–17 Uhr, der Eintritt ist frei

Ort: Bayerisches Wirtschaftsarchiv, Campus der IHK für München und Oberbayern, Orleansstraße 10–12, 81669 München

Die optische Gestaltung einer Auszeichnung ist dabei abhängig sowohl vom Aussteller des Dokuments als auch vom Empfänger, an den es jeweils gerichtet ist. Natürlich spielt auch die Entstehungszeit eine Rolle, denn jedes ausgefertigte Stück ist ein Produkt seiner Zeit und spiegelt gewisse ästhetische Vorstellungen der jeweiligen Gegenwart. So zeichnen sich vor allem die Urkunden der großen internationalen Ausstellungen aus der zweiten Hälfte des 19. bis in

für die Lebendigkeit des gewerblichen Fortschritts stehen.

In Auszeichnungen von speziellen Fachausstellungen oder anlässlich individueller Ehrungen für langjährige Beschäftigte finden hingegen regelmäßig Motive Ein-

allem im Zusammenhang mit individuellen Auszeichnungen einzelner Personen. Dazu zählen etwa das Arbeitsjubiläum, die Verabschiedung in den Ruhestand oder die Verleihung eines Titels wie des eines Hoflieferanten, eines Kommerzienrats oder eines Ehrenbürgers.

Für ein Unternehmen stellte eine solche Ehrung eine gern genutzte Möglichkeit der Eigenwerbung dar. Besonders Ehrenmedaillen von Ausstellungen, neben den Urkunden eine weitere Form der Auszeichnung, wurden in diesem Zusammenhang verwendet. Auf Firmenbriefbögen, Werbedrucksachen, Briefumschlägen oder Etiketten von Verpackungen wurden die errungenen Auszeichnungen abgebildet oder zumindest erwähnt. Damit sollten Geschäftspartner und Kunden von der »ausgezeichneten« Qualität der eigenen Produkte überzeugt werden. Oft präsentierten Unternehmen ein Exemplar der meist großformatigen, edel gerahmten Urkunden auch im Eingangsbereich, in einem Besprechungsraum oder einem Wartebereich für auswärtige Gäste.

Bis in die Gegenwart hat sich an der Freude über ein Lob für eine erfolgreiche Tätigkeit nichts geändert. Wenn heute Unternehmen oder Einzelpersonen auf Websites und Social-Media-Kanälen stolz einen jüngst errungenen »Award« präsentieren, stehen sie damit in einer langen Tradition.

IHK-Ansprechpartner Bayerisches Wirtschaftsarchiv

Dr. Harald Müller, Tel. 089 5116-3410
muellerh@muenchen.ihk.de



Foto: BWA

Anerkennung vom Betrieb – Ehrenurkunde der IHK München von 1954 für Therese Hartmann für 25 Jahre »in Treue geleistete Mitarbeit« bei der Firma Friedrich Oeffner

die Anfänge des 20. Jahrhunderts durch eine besondere Form der historisierenden Darstellung aus. In unterschiedlicher Weise sind Kunst und Gewerbe durch antike Frauen- oder Männergestalten symbolisiert, Ehrenkränze werden vor der Kulisse antiker Bauwerke angereicht. Den optischen Rahmen bilden oftmals rankendes Blattwerk und Blüten, die ihrerseits

gang, die dem jeweiligen Gewerbezweig entstammen, etwa typische Werkzeuge, Kleidungsstücke, Endprodukte oder vergleichbare Objekte.

Daneben gibt es den zweiten großen Bereich der Urkunden, die auf optische Motive weitestgehend verzichten, sich aber durch eine kunstvolle Kalligrafie auszeichnen. Dieser Typus erscheint vor



**Erfahrenes Unternehmer-Duo – moccI-Gründer
Dimitrios Bachadakis und Yao Wen**



E-Bikes fürs Gewerbe

Spritzgussteile aus hochleistungsfähigem Kunststoff plus Antriebskomponenten aus Deutschland, montiert wird in München: wie zwei Unternehmer mit dem E-Zweirad moccii die urbane Mobilität verändern wollen.

Von Daniel Boss

Erfahrung im Gründen bringen die beiden reichlich mit. Yao Wen und Dimitrios Bachadakis haben nicht nur eine erfolgreiche Karriere bei Siemens hinter sich. Durch ein Buy-out mit dem Segen des Münchener Konzerns haben sie bereits ihr eigenes Unternehmen für die Lieferung von Industriekomponenten aus Fernost auf die Beine gestellt. Diese CIP Group »ist bis heute erfolgreich«, sagt Bachadakis (51).

Vor rund zehn Jahren gehörten die Mehrfachgründer außerdem zu jenem Team, das mit Yingli-Solar den größten Solarmodulhersteller der Welt entwickelte. Die Firma aus China war unter anderem »offizieller Premium Partner« des FC Bayern München. Man erkennt ein Muster: Das Duo Wen/Bachadakis hat ganz offensichtlich ein Gespür für Megatrends.

Mit diesem Hintergrund und als Teil der weltweit operierenden CIP Group wollen die beiden nun unter der Marke moccii mit einem außergewöhnlichen E-Bike »die urbane Mobilität revolutionieren«, so das ehrgeizige Ziel. Der Produktnname kommt aus dem Chinesischen und bedeutet etwa »erhabene Fortbewegung« oder »Magic

Ride«. Eine Grundidee der Münchener lautet, von der Autowelt zu lernen. Oder anders formuliert: »Wir wollen weg von der Fahrrad-Denke«, sagt Bachadakis.

Nicht von ungefähr kommen einige der rund 30 Mitarbeitenden aus dem Management und den Entwicklungsabteilungen großer deutscher Pkw-Hersteller. Zugleich will das Unternehmen »das E-Bike der Zukunft« etablieren. Tatsächlich ähnelt ein moccii nur entfernt dem klassischen Fahrrad. Es kommt ziemlich futuristisch und markant daher.

»Unsere Zielgruppe besteht unter anderem aus innerstädtischen Lieferdiensten, Postzustellern, Handwerkern und Pflegediensten. Sie alle brauchen ein funktionierendes Betriebsmittel – und dafür ist eine gewisse Robustheit essenziell«, sagt Gründer Bachadakis. Ein derart genutztes Lastenrad fahre teilweise mehr als 100 Kilometer pro Tag – »deutlich mehr als ein E-Bike im Privatgebrauch«.

Häufige Schäden und kurze Wartungsintervalle können aber besonders gewerbliche Nutzer nicht gebrauchen. »Genau hier setzen wir mit moccii an. Das Lasten-Pedelec wird die zentrale Rolle im kommen-

den Transportnutzungsszenario spielen«, sagt Wen. 200 Kilogramm beträgt das zulässige Gesamtgewicht. Dafür stehen Lastenträger vor dem Lenker und hinter dem Sattel zur Verfügung. Wenn es um den optionalen Fahrradanhänger geht, spricht Bachadakis von »Trailer« – wie bei Lkws.

Das Unternehmen setzt bei seinem »Smart Pedal Vehicle« auf zwei Kern-technologien: einen digitalen Antrieb, der ohne Kette, Riemen, Schaltung & Co. auskommt, und ein Spritzgussverfahren, in dem unter anderem der Rahmen und die Räder (ohne klassische Speichen) entstehen.

»Wir brauchen deutlich weniger Einzelteile als bei einem E-Bike herkömmlicher Bauart«, so Bachadakis. Die rund 30 Teile werden aus Kunststoff nach »Automotive-Standard« gefertigt. Die Vorteile: »Rund 95 Prozent sind recycelbar, es ist kein Schweißen erforderlich.«

Und was treibt das moccii an? Durch das Pedalieren wird ein Impuls ausgelöst und elektrische Energie erzeugt. »Ride-by-wire« ist der Fachbegriff: Es besteht keine mechanische Verbindung zwischen Pedalen und Antrieb. Bachadakis: »Es ist ein weltweit einzigartiger digitaler Antriebsstrang.« Die Energie wird in den Hinterradmotor geleitet und treibt diesen an. »Die Batterie unterstützt mit zusätzlicher Energie.«

Die Antriebskomponenten kommen aus Deutschland, unter anderem vom Automobilzulieferer Schaeffler Technologies AG & Co. KG in Herzogenaurach. Die Spritzgussteile werden – fertig zum Zusammenbau – aus China geliefert. »Hierbei profitieren wir natürlich enorm von unserer Supply-Chain-Expertise und unserem Netzwerk«, sagt der Gründer. Das finale »Assembling« geschieht am moccii-Standort in Feldmoching. Dieser abschließende und

qualitätssichernde Fertigungsschritt sei im »Hochlohn-Land Deutschland« noch möglich, so Bachadakis. Zumal man im Gesamtprozess auf höchste Effizienz achtet. »Mit Logistik und End-to-End-Supply-Chain-Dienstleistungen kennen wir uns schließlich bestens aus.«

Nach intensiver Vorarbeit – die Gründung erfolgte vor sieben Jahren – ist nun die Serienreife erreicht. Inzwischen sind mehrere Hundert Exemplare auf den Straßen unterwegs. 2026 sollen um die 3.000 moccis »vom Band laufen«, wenn man es so nennen will. »Skalierbarkeit auf deutlich höhere Stückzahlen sind ebenfalls kein Problem«, betont Bachadakis. Für Gewerbe Kunden ist das moccii ab 5.000 Euro erhältlich, wobei Leasing das gängige Modell sei, so Bachadakis.

Der Eintritt in den Markt war offenbar erfolgreich: Zu den Nutzern, die das Unternehmen offiziell nennen kann und möchte, gehören unter anderem die TÜV SÜD AG, der Lieferdienst Flink SE und die Pizzakette Domino's Pizza. Künftig sehen Wen und Bachadakis auch Einsatzmöglichkeiten im Tourismus. »Zu den großen Vorteilen unserer Fahrzeuge gehört es, dass sie witterfest sind und nicht rosten können.«

»Eine Stadt der Zukunft profitiert in vielerlei Hinsicht von Mikro-E-Mobilität«, sagt Gründerin Wen, die in den 1980er-Jahren für ein zweites Studium aus China nach Deutschland kam. »Saubere Luft durch weniger Verkehr, mehr Grünflächen durch weniger Parkplätze und entspanntere Menschen, die sich sicher durch eine Stadt bewegen, weil weniger Lkws in ihr unterwegs sind.« Sie geht davon aus, dass in absehbarer Zeit Logistik-Hubs zum Standard werden, in denen Lasten auf kleinere Einheiten umverteilt werden. »Das ist die Stelle, an der unsere Mobilitätsplattform ins Spiel kommt.«

Mittel- bis langfristig sollen aber auch Privatkunden angesprochen werden. Testfahrten sind derzeit schon in und um München, Köln und Kassel möglich. ●

www.mocci.com





Volle Kraft für Kunst und Kultur

Das Bergson Kunstkraftwerk hat sich als kulturelles Zentrum im Münchener Westen etabliert. Mit seinem ungewöhnlichen Gesamtkonzept war es von Anfang an erfolgreich.

Von Eva Elisabeth Ernst

Mehr als 300.000 Menschen sind im ersten Jahr ins Bergson Kunstkraftwerk gekommen. Sie besuchten Konzerte, Partys und Unternehmensevents. Sie informierten sich bei Führungen und Akademieabenden, betrachteten Bilder und Skulpturen und ließen sich im Restaurant, in der Bar, der Tagesbar oder im Biergarten bewirken. Roman Sladek (36), künstlerischer Leiter und einer der drei Geschäftsführer der Bergson GmbH, möchte die Erfahrungen der turbulenten Startphase nicht missen – sie aber auch nicht unbedingt wiederho-

len. »Ich empfinde tiefe Dankbarkeit, dass es uns gelungen ist, in extrem kurzer Zeit extrem viele Angebote für Privatpersonen und Unternehmen zu entwickeln, die auch sehr gut angenommen wurden«, sagt er. »Die Zeit war sehr lehrreich, die Entwicklungsgeschwindigkeit hoch.«

Im April 2024 wurde das Hauptgebäude des Bergson Kunstkraftwerks eröffnet: ein imposanter Industriebau mit einer Raumhöhe von nahezu 25 Metern, der in den 1920er-Jahren geplant und 20 Jahre später realisiert wurde. Bis zur Stilllegung in den 1980er-Jahren diente es als Heizwerk

der Deutschen Bahn. Danachrottete es als Industrieruine vor sich hin.

2005 kaufte das Familienunternehmen Allguth GmbH, das in und um München ein Netz von 30 Tankstellen betreibt, das 20.000 Quadratmeter große Areal mit dem Gebäude. 2019 begannen die Umbauarbeiten, drei Jahre später gründeten die beiden geschäftsführenden Gesellschafter von Allguth, Christian und Michael Amberger, die Bergson GmbH und entwickelten gemeinsam mit Sladek das Grundkonzept. »Im Grunde sind wir ein turbomäßiges Start-up«, sagt Sladek.

»Wir mussten erst lernen, welche Produkte wie funktionieren, wer unser Publikum ist und wie wir es am besten erreichen. Gleichzeitig ging es im ersten Jahr auch darum, organisatorische und prozessuale Qualität zu entwickeln sowie unser Team zusammenzustellen.«

Das alles gelang während des Soft Openings, also eines eher sanften Einstiegs in den Normalbetrieb, bei dem das Bergson-Team auch die Resonanz auf einzelne Programmbausteine testen konnte. Eine weitere Herausforderung dieser Phase bildeten die anhaltenden Bauarbeiten: Denn das Nebengebäude mit Konzertsaal und Galerieräumen wurde erst im Oktober 2024 fertig, der Biergarten auf dem Gelände nahm im vergangenen Frühjahr den Betrieb auf.

Roman Sladek ist jedoch nicht nur Geschäftsführer und künstlerischer Leiter des Bergson. Der studierte Posaunist tritt auch selbst mit seiner von ihm noch zu Studienzeiten gegründeten Jazzrausch Bigband auf, die Elemente aus Jazz, Techno und Klassik kombiniert. Die Jazzrausch Bigband bezeichnet sich als »Hausband« des Bergson.

Dazu wurden noch die Bergson Phil', ein Kammerorchester für akustische sinfonische Musik, gegründet. Und schließlich gibt es noch die Bergson Voices, einen Chor aus Profis und »ambitionierten Laiensängern«, so Sladek. Insgesamt erhält ein Kreis von rund 250 selbstständigen Musikern regelmäßig von der Bergson GmbH Aufträge, um im Kunstkraftwerk in verschiedenen Ensembles oder solo aufzutreten.



Hausband – die Bigband Jazzrausch hat der Posaunist und jetzige Bergson-Geschäftsführer Roman Sladek noch zu Studienzeiten ins Leben gerufen



Eigene Kreationen gehören zum Konzept – die Bergson Phil' wurden als Haus-Kammerorchester für akustische sinfonische Musik gegründet

»Wir setzen ganz bewusst auf viele Eigenkreationen. Wir wollen keine Vermietbude für Kultur sein, sondern die Kreativwirtschaft in München beleben und Musikern, Dramaturgen, Tänzern, Komponisten und anderen Kreativen Arbeit geben«, sagt Sladek. Er findet es spannender, sich Produktionen auszudenken, die auf die Gegebenheiten vor Ort abgestimmt sind, als Künstler zu buchen, die ihr gewohnt

tes Programm präsentieren. Dabei ist ihm wichtig, möglichst viele Zielgruppen ins Bergson zu holen: Daher gibt es dort nicht nur Konzerte von Klassik über Jazz bis Techno, sondern etwa auch Comedy, Podiumsdiskussionen, Yoga-Sessions und Kunstausstellungen. Der Geschäftsführer sieht das Bergson als »zusammenhängendes Ökosystem«, dessen Mischung aus Veranstaltungen, Gale-

Foto: Bergson/Sebastian Reiter

Foto: Bergson/Simon Haseneder



Ausstellung mit Werken des Künstlers Arne Quinze – das Bergson will mit einem Mix aus Angeboten möglichst viele Zielgruppen ansprechen



Stückweise Eröffnung – der Biergarten auf dem Areal nahm erst im Frühjahr 2025 den Betrieb auf, ein Jahr nach dem Start des Bergson

rie und Gastronomie für Attraktivität sorgt und Werte schafft, die monetarisiert werden können. »Wir veranstalten Kultur, bieten Erlebnisse und geben damit dem Unternehmen Sinn«, sagt Sladek. Und weil Menschen gern sinnvoll und sinnstiftend arbeiten, war und sei es auch kein Problem, Mitarbeitende zu finden. »Allerdings ist es durchaus komplex, die richtige Personalarchitektur zu schaffen«, so der Ge-

schäftsführer. »Es ist leichter, einen Konzertsaal zu bauen als bei der Vielzahl der Gewerke und externen Schnittstellen die internen Arbeitsabläufe zu orchestrieren.« Bei aller Liebe zur Kunst – das Bergson legt Wert auf die Profitabilität des Kulturbetriebs. Sladek spricht hier von »Umwegrentabilität«: Spektakuläre Veranstaltungen erhöhen die Sichtbarkeit und den Bekanntheitsgrad, was wiederum neues

Publikum anzieht und zugleich dem Eventgeschäft zugutekommt. Denn Firmenveranstaltungen sind ein durchaus relevantes wirtschaftliches Standbein der Bergson GmbH, das von Anfang an sehr gut lief: Im ersten Jahr fanden mehr als 100 geschlossene Veranstaltungen statt. Auch in diesem Geschäftsfeld ist das Gesamtpaket aus eigener Gastronomie, kulturellen Angeboten und modernster eigener Veranstaltungstechnik offenbar ein Erfolgsfaktor.

Eine Besonderheit des Bergson ist das Preismodell für öffentliche kulturelle Veranstaltungen: Es gibt einerseits Social-Price-Tickets zu einem reduzierten Preis – ohne Nachweis der Bedürftigkeit. Andererseits können Tickets zum Supporter-Preis gebucht werden, die wiederum etwas teurer sind als die Fair-Price-Tickets. »Dieses Angebot wird nicht missbraucht«, betont Sladek. Von den über 100.000 bislang verkauften Eintrittskarten waren rund 70 Prozent faire Tickets zum Normalpreis, 20 Prozent Social-Tickets und zehn Prozent Support-Tickets.

Eine weitere Erkenntnis des ersten Jahres: Die immense Bandbreite des Programms bedingt es, dass der Auf- und Abbau jeder einzelnen Veranstaltung schnell und reibungslos geregelt werden muss, ohne die Aufenthaltsqualität für das Publikums zu beeinträchtigen. Diese logistischen Aspekte werden künftig noch wichtiger werden: Nach dem Soft Opening plant Sladek ab Oktober eine starke Verdichtung des Programms. »Dann testen wir, was das Haus aushält.«

bergson.com

Klein und stark

Seit fast 20 Jahren ist der Exportpreis Bayern eine begehrte Auszeichnung für Mittelständler. Bewerbungen für die nächste Runde sind ab Ende März 2026 möglich.

Von Daniel Boss

Hohe Zölle, geopolitische Krisen – die Rahmenbedingungen für internationale Geschäfte waren schon mal einfacher. Den bayerischen Unternehmen ist es dennoch gelungen, die bayerischen Exporte 2024 auf Vorjahresniveau zu halten: Waren im Wert von rund 226,3 Milliarden Euro wurden ausgeführt, darunter Fahrzeuge, Maschinen und Anlagen sowie elektrische Ausrüstungen. Hauptzielländer waren nach den USA an der Spitze Österreich, die Volksrepublik China, Frankreich und Italien.

Natürlich sind am Exporterfolg viele namhafte Konzerne mit Sitz in Bayern beteiligt. Dass die hiesige Wirtschaft weltweit ein so hohes Ansehen genießt, ist aber auch den vielen kleinen und mittleren Unternehmen zu verdanken.

Um ihre Bedeutung öffentlich hervorzuheben, wurde 2007 der Exportpreis Bayern

ins Leben gerufen. In Bayern ansässig? Weniger als 100 Mitarbeitende? Im internationalen Handel tätig? Wenn diese drei Kriterien erfüllt sind, sollten Unternehmen über eine Bewerbung nachdenken (s. Kasten unten). »Allein die Teilnahme zahlt sich aus«, betont Jessica de Pleitez, Ansprechpartnerin zum Exportpreis Bayern bei der IHK für München und Oberbayern. »Durch die Bewerbung werden die Kandidaten Teil eines exklusiven Netzwerks und können so wertvolle Kontakte knüpfen.« Auf jeden Fall erhöhe sich der Bekanntheitsgrad des Unternehmens – selbst wenn es am Ende nicht zu den Siegern gehören sollte.

Der Exportpreis wird 2026 zum 19. Mal vom Bayerischen Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie gemeinsam mit den bayerischen IHKs (BIHK), der Arbeitsgemeinschaft der bayerischen Handwerkskammern und in

Zusammenarbeit mit Bayern International an kleine und mittlere Unternehmen verliehen, die erfolgreich in Auslandsmärkten aktiv sind. Ziel ist es, durch Best-Practice-Beispiele andere Betriebe zu inspirieren. In diesem Jahr konnte die Kabeltronik Arthur Volland GmbH in der Kategorie Handel den Sieg mit nach Denkendorf nehmen (s. Firmenporträt S. 49). »Wir sind gespannt auf viele weitere Unternehmensgeschichten, die von Ausdauer, Kreativität und innovativen Strategien erzählen«, so IHK-Expertin de Pleitez. ●

IHK-Ansprechpartner Exportpreis

Jessica de Pleitez, Tel. 089 5116-1337
pleitez@muenchen.ihk.de
Dominic Lehmann, Tel. 089 5116-1473
lehmann@muenchen.ihk.de
Gabriele Vetter, Tel. 089 5116-1372
vetterg@muenchen.ihk.de

EXPORTPREIS BAYERN – DIE GEWINNER 2025

In den fünf Kategorien siegten folgende Unternehmen:

Industrie:

Buhmann Systeme GmbH,
Weiler im Allgäu

Handel:

Kabeltronik Arthur Volland GmbH,
Denkendorf

Dienstleistung:

Bühnenplanung Walter Kottke Ing. GmbH,
Bayreuth

Handwerk:

Martelleria Blechmanufaktur,
Forstern

Genussland:

Brauerei-Gasthof Kundmüller GmbH,
Viereth-Trunstadt

JETZT BEWERBEN FÜR 2026!

Der Exportpreis Bayern prämiert herausragende Erfolge im internationalen Geschäft. Unternehmen mit höchstens 100 Vollzeitbeschäftigten



Foto: Christoph Vohler/Photographie/Bayern International

können sich bewerben. Ihnen stehen fünf verschiedene Kategorien offen: Industrie, Handel, Dienstleistung, Handwerk und Genussland. Die Preisträger erhalten neben der Auszeichnung in Form einer Stele einen individuellen zweiminütigen Imagefilm über ihr Unternehmen in deutscher und englischer Sprache. Die Preisverleihung findet am 18. November 2026 in München statt. Ein Gewinn ist allen Teilnehmern sicher: Die eingereichte Bewerbung ermöglicht den freien Eintritt zur IHK Trade & Connect am 19. November 2026. Bewerbungen für den Exportpreis können Unternehmen bis zum 31. Juli 2026 online einreichen: www.exportpreis-bayern.de

Kabel für die Welt

Rund 40 Prozent des Umsatzes erzielt Kabeltronik Arthur Volland im Ausland. Wie sich der Exportpreis-Gewinner 2025 im internationalen Geschäft behauptet.

Von Daniel Boss



Foto: Kabeltronik Arthur Volland

W eiter weg geht nicht: Mit mehr als 18.000 Kilometern ist die Entfernung von Oberbayern nach Neuseeland kaum zu überbieten. Und genau dorthin, ans andere Ende der Welt, liefert die Kabeltronik Arthur Volland GmbH regelmäßig ihre Produkte. Nur ein wenig näher gelegen ist der Standort des wichtigsten Auslandskunden: »Das größte Volumen geht derzeit nach Vietnam«, berichtet Geschäftsführer Oliver Heberling. »Dort ist ›Made in Germany‹ ein wichtiges Kaufkriterium.« Etwa ein Drittel der Kunden von Kabeltronik kommt aus dem Ausland – sie sorgen für fast 40 Prozent des Umsatzes, sagt Heberling stolz.

Das Geschäftsmodell der Firma aus Denkendorf im Landkreis Eichstätt besteht im Handel mit Kabellösungen. Rot, Blau, Grün, Schwarz – im Lager herrscht eine bunte Ordnung. Hier sind rund 2.500 verschiedene Artikel vorrätig, beispielsweise Schaltdrähte und -litzen, Sensorkabel, Steuer- und Signalleitungen oder Audiokabel. Los geht es bei 100 Metern

Kabellänge, am anderen Ende der Skala stehen Rollen von mehreren Kilometern. »Wir liefern auf Wunsch auch in bedarfsgerechten Mengen – so, wie es unsere Kunden brauchen«, sagt Heberling. Das Spektrum der Anwender reicht vom Ein-Personen-Tonstudio bis zum global agierenden Konzern. Verwendung finden die Kabel unter anderem in der Mess-, Steuerungs- und Regelungstechnik, in der LED-Beleuchtung sowie bei Rundfunkanstalten. »Wir sorgen für exakt funktionierende Sensoren, das richtige Licht in der Sportarena oder den satten Sound bei Konzerten«, nennt der Geschäftsführer einige weitere Beispiele. Beliebt werden Endkunden ebenso wie Distributionspartner, mit denen Kabeltronik seit vielen Jahren erfolgreich zusammenarbeitet.

Das Unternehmen wurde 1983 von Arthur Volland gegründet. Der erste Standort befand sich in Lenting, doch schon zwei Jahre später zog Kabeltronik an den heutigen Firmensitz um. Parallel dazu entstand im Bayerischen Wald ein Kabelwerk, das bis heute einen wesentlichen Teil des Fertigungsprogramms bildet. Darüber hinaus arbeitet Kabeltronik mit ausgewählten, spezialisierten Herstellern zusammen. »Wir beziehen den größten Teil unserer Produkte aus Bayern – teils sogar aus Oberbayern – und nahezu alles aus Deutschland«, betont Geschäftsführer Heberling.

Die Nähe zur Fertigung ermöglicht es, effizient auf kundenspezifische Anforderungen zu reagieren. »Das ist einer unserer größten Vorteile im Wettbewerb«, betont Heberling. Gleichzeitig behält Kabeltronik den Markt genau im Blick: Das Unternehmen analysiert, welche Produkte gefragt sind oder neue Lösungen bieten – und erweitert sein Sortiment gezielt um solche Artikel. »Wir punkten mit Flexibilität und Schnelligkeit«, so der Geschäftsführer.

Wie schafft es ein mittelständisches Unternehmen, den Kontakt zu Kunden auf verschiedenen Kontinenten aufzubauen und zu halten? »Früher waren wir sehr aktiv auf Messen – so haben wir auch unseren vietnamesischen Großkunden kennengelernt. Inzwischen setzen wir aber mehr auf digitale Präsenz«, erläutert Heberling. »Wir legen Wert darauf, online gut sichtbar und leicht auffindbar zu sein – das gelingt bislang sehr gut.«

Bestellt werde nach wie vor überwiegend auf dem klassischen Weg, also per E-Mail. Selbst bei Sonderwünschen seien keine Dienstreisen in andere Länder nötig, sagt der Geschäftsführer. »Der Austausch funktioniert hervorragend – auch digital.«

Als ihn die Bewerbungsanfrage der IHK zum Exportpreis erreichte, war Heberling sofort dabei, obwohl ihm das Erreichen der Auszeichnung zunächst wie eine hohe Hürde erschien. »Wir Mittelständler neigen dazu, unser Licht unter den Scherfeln zu stellen«, sagt er. »Umso größer war dann die Freude, als wir tatsächlich gewonnen hatten.«

www.kabeltronik.de

Eintauchen und entspannen

Das Familienunternehmen Magic Horizons gestaltet virtuelle Welten zur Stressreduktion und Stärkung der Resilienz. Wie die Gründer das Geschäftsmodell entwickelt haben.



Von Margrit Amelunxen

Leise rauschen die Wellen, die sanft auf dem feinkörnigen Sandstrand auslaufen. Der Blick schweift über das türkisgrüne Wasser einer kleinen Bucht hin zu einer üppig bewachsenen Insel. Würde man die Beine nur ein kleines bisschen weiter strecken, könnte man das Wasser an den Füßen spüren.

So etwa fühlt es sich an, wenn man in eine der virtuellen Welten der Magic Horizons GmbH eintaucht. 2018 gründeten die Brüder Giorgio (62) und Martin Koppe-

hele (60) das Softwareunternehmen mit dem Ziel, Virtual Reality (VR) zur Stressreduktion, für mehr Resilienz und Entspannung einzusetzen. Dafür entwickelten sie ihre eigene Plattform.

Aktuell sind mehr als 100 Anwendungen dort verfügbar, jährlich kommen 15 bis 20 neue dazu. Neben Naturerlebnissen gibt es Fantasiereisen in magische Gärten und zum Mars. Dazu Meditationen, Entspannung mit sogenannten binauralen Beats oder interaktive Anwendungen. Das Gan-

ze im Abo-Modell, entweder als reines Softwarepaket oder als Bundle mit Software und VR-Brille.

Magic Horizons ist das jüngste Projekt der Koppehele-Brüder. Was Firmengründungen angeht, haben die beiden Erfahrung. »Unser erstes Unternehmen, die Avenue Music GbR, haben wir 1986 noch vor meinem Abi gegründet«, sagt Martin Koppehele. Die Brüder versuchten, sich als Band zu etablieren und in Songwriting und Musikproduktion Fuß zu fassen. »Da-

bei sind wir sehr schnell in der Industriemusik gelandet«, so Giorgio Koppehele. Für Imagefilme von Firmen gab es keine vorgefertigte Musik. Eine Nische, die das Duo besetzen konnte. Erste Aufträge kamen vom Technologiekonzern Siemens, später folgten die Autohersteller Audi und BMW als Kunden.

Im eigenen Tonstudio in Neufahrn produzierten die beiden ab den 1990er-Jahren zusammen mit ihren Ehefrauen Suna und Gabi Koppehele Musik unter anderem für Kinder und Jugendliche, machten Film-musik für Serien oder Zeichentrickfilme. Mit der Sängerin Nicole arbeiteten sie rund 20 Jahre lang als Songwriter und Produzenten.

Als die Blu-ray-Disc auf den Markt kam, waren die Koppeheles sofort mit dabei: Sie richteten das Konzeptalbum »Ambräa« mit dem Dokumentarfilmer Gogol Lobmayer so optimal auf die neuen Sound- und Bildmöglichkeiten aus, dass Elektronikhändler es in den Geschäften für die Präsentation der neuen Blu-ray-Geräte einsetzen.

Ihre große Technologieaffinität ist der rote Faden, der sich durch das Unternehmerleben der Koppeheles zieht. Inspiriert von den ersten 3D-Filmen, entstand ab 2010 das Musikprojekt Lichtmond mit virtuellen dreidimensionalen Welten, hoch platziert in den Charts und ein wirtschaftlicher Erfolg. Mit dem Planetarium Hamburg produzierten die Brüder drei 360-Grad-Shows um die Lichtmond-Welten, die teilweise immer noch laufen.

In dieser Zeit kam mit Oculus Rift die erste VR-Brille für Endkunden auf den Markt. »Da gab es nur Zombies und Monster«, erinnert sich Giorgio Koppehele, »und dann hat es klick gemacht bei mir: Wenn man damit Stress auslösen kann, muss doch auch das Gegenteil möglich sein. Wie wäre es, wenn wir alles, was wir können, in so eine Brille packen?«

Für ihr VR-Projekt Magic Horizons bereiteten die Brüder 2018 aus Eigenmitteln eine Demoversion für ein Treffen mit Kapitalgebern vor. Das Konzept überzeugte, Geld floss, die Produktion startete, für März 2020 war die Veröffentlichung geplant.

Doch dann kam Corona. Die Pandemie verhinderte, dass der Markteintritt statt-



**Verbinden Technik und Musik –
Giorgio (l.) und Martin
Koppehele in ihrem Tonstudio**

Foto: Magic Horizon

finden konnte. Aber bekanntlich steckt in jeder Krise eine Chance. Die Vereinsamung älterer Menschen in den Heimen während der Pandemie brachte das Team auf die Idee, den Senioren die VR-Brillen kostenlos zur Verfügung zu stellen. »Gar nicht mit Business-Hintergedanken, sondern schlicht, um zu helfen«, sagt Martin Koppehele und berichtet, wie er und seine Frau mit dem Wohnmobil quer durch Deutschland fuhren, um Brillen zu übergeben.

VR für Senioren unter therapeutischen Aspekten ist heute ein wichtiges Geschäftssegment für Magic Horizons. Außerdem kommen die VR-Lösungen in Unternehmen zum Einsatz. Sie sollen die mentale Gesundheit von Beschäftigten fördern, Stress und Anspannung lösen.

In München stellen unter anderem BMW, der japanische Pharmakonzern Daiichi Sankyo und der IT-Riese Microsoft ihren Mitarbeitenden die Magic-Horizons-Angebote zur Verfügung. Zum Kundenkreis gehören auch die Krankenkasse AOK Bayern und die ERGO Versicherung. Zahlreiche Kliniken arbeiten ebenfalls mit den VR-Lösungen, da diese als CE-zertifiziertes Medizinprodukt Klasse 1 (MDR) zur Schmerz- und Angstreduktion gelistet sind.

Für die Verbreitung und den Erfolg von Magic Horizons ist Sichtbarkeit wichtig.

Dafür sorgen die Unternehmer durch Präsenz auf Veranstaltungen als Aussteller, Redner oder auch nur als Teilnehmer. So entstanden zum Beispiel Kontakte zur Humboldt-Universität zu Berlin, bei der das Unternehmen 2018 zum Geschäftsstart eine Metastudie in Auftrag gab.

Sichtbarkeit schafft auch die Website, auf die jeder stoßen soll, der zum Thema recherchiert. Das funktioniert offenbar gut. 2022 ging zum Beispiel eine E-Mail-Anfrage der bekannten Mayo Clinic ein und löste erst einmal ungläubiges Staunen beim zehnköpfigen Kernteam des Unternehmens aus. Der renommierte US-Klinikverbund bestellte erst eine Testbrille, das führte zu einem größeren Auftrag und zum Markteintritt in die USA.

Und noch ein Meilenstein ist der guten Auffindbarkeit im Netz zu verdanken. Über das Internet kam das Neufahrner Unternehmen in Kontakt mit der Veterans Health Administration. Sie ist das größte Gesundheitssystem der Vereinigten Staaten und kümmert sich um die medizinische Versorgung von Veteranen der US-Streitkräfte. Heute ist Magic Horizons als Produkt zur Stressreduktion für Veteranen gelistet und wird bei posttraumatischen Belastungsstörungen verschrieben.

www.magic-horizons.com/de



Foto: Bayern International

Zugang zu neuen Märkten – Bayerischer Gemeinschaftsstand beim Smart City Expo World Congress in Barcelona

»Das bringt Geschäft«

Mit Messeauftritten, Delegationsreisen und -besuchen können Firmen ihr internationales Geschäft ankurbeln – wie die Programme des Freistaats sie dabei unterstützen.

Von Gabriele Lüke

Die Betreuung sei wirklich ausgezeichnet, findet Tim Erben, Marketingleiter der auf Datenmanagement spezialisierten roosi GmbH in Rosenheim. Aber nicht nur deshalb bucht das Unternehmen bei Auslandsmessen regelmäßig eine Fläche am bayerischen Gemeinschaftsstand. »Das senkt den Organisationsaufwand und die Kosten enorm«, sagt Erben.

Für den Marketingexperten sind Auslandsmessen ein wirkungsstarkes Instrument, um weltweit Präsenz zu zeigen und das internationale Geschäft auszubauen. »Ich sehe hier sogar einen doppelten Effekt:

Einerseits knüpfen wir neue internationale Kontakte, andererseits treffen wir dort auch viele unserer deutschen Partner und Wettbewerber.« Erben wählt die Messen daher gezielt aus, terminiert die Treffen mit bestehenden und potenziellen neuen Partnern im Voraus und kündigt die Messeteilnahme in den sozialen Medien an, um so weitere Interessenten zu erreichen. »Messen ermöglichen auf einfachste Weise persönliche Vernetzung – weltweit«, betont er. »Das ist ihr größter Vorteil und bringt am Ende auch Geschäft.« Das sehen viele deutsche Unternehmen trotz oder gerade wegen der ange-

spannten Lage in der Weltwirtschaft, der sprunghaften Zollpolitik oder sich verändernder Lieferketten wohl ähnlich. Aktuell wollen 57 Prozent ihre Messepräsenz beibehalten, 21 Prozent sogar erhöhen, so der Verband der deutschen Messewirtschaft AUMA. Dabei sei das Messegeschäft auch in Zukunft international.

»Die direkte persönliche Begegnung ist für eine erfolgreiche internationale Wirtschaft wichtig – beim Erstkontakt wie bei langjährigen Geschäftsbeziehungen«, bestätigt IHK-Messeansprechpartner Hannes Aurbach. »Messen oder auch Delegationsbesuche und -reisen sind das

FACHSEMINAR

 Patch.Work,
Seeon-Seebruck

13. März 2026

Details & Anmeldung:
regnauer.de/fachseminar



Bauen für die Zukunft

VITALE GEBÄUDE – ZUKUNFTSORTE AUS HOLZ
FÜR ARBEIT, WOHNEN UND GESUNDHEIT

Exklusiv für Entscheider aus der Wirtschaft:
Experten für Arbeiten 4.0 beleuchten aktuelle
Entwicklungen und zeigen **realisierte Projekte**
für innovative Arbeits- und Lebensräume.
Freuen Sie sich auf **Austausch & Networking!**


REGNAUER
Bauen für den Erfolg.

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

Mittel der Wahl.« Der Freistaat unterstützt insbesondere kleinere und mittlere Unternehmen dabei organisatorisch und finanziell.

Erste Anlaufstelle ist Bayern International, die landeseigene Bayerische Gesellschaft für Internationale Wirtschaftsbeziehungen mbH. Mit ihrem Bayerischen Messebeteiligungsprogramm, das sie zusammen mit Wirtschaftspartnern wie den bayerischen IHKs durchführt, bringt sie jährlich bis zu 50 Gemeinschaftsstände auf Messen unterschiedlichster Branchen in rund 30 Ländern. Durchschnittlich zwölf Unternehmen teilen sich den Stand, es können aber auch einmal 60 Firmen sein.

Die Teilnahme hat handfeste Vorteile: Bayern International bietet Unternehmen eine finanziell geförderte Messeteilnahme, übernimmt die komplette Planung, organisiert den Aufbau des Stands, die Verpflegung der Aussteller und vieles mehr. »Es gibt einen Ansprechpartner für alles. Im Grunde müssen die Teilnehmer nur die Mitnahme von Ausstellungsstücken beziehungsweise Marketingmaterial sowie die Reise selbst organisieren«, sagt Sebastian Zettelmeier, Senior Manager Messen & Konferenzen bei Bayern International.

Die Teilnehmer können zwischen unterschiedlich großen Standpaketen wählen. Wer einen neuen Markt erst einmal nur »beschnuppern« möchte, kann auch eine sehr kleine Fläche buchen. Auf der Messe selbst unterstützt Bayern International die teilnehmenden Unternehmen zum Beispiel mit Dolmetschern, einer Lounge oder kleinen Empfängen mit bayerischen

Schmankerln, oft auch mit einem vereinfachten Zugang zu den begleitenden Konferenzangeboten oder Besuchen der örtlichen Auslandshandelskammer. »So erleichtern wir die Vernetzung«, sagt Zettelmeier. »Vielfach ergeben sich auch unter den Teilnehmenden am Gemeinschaftsstand schon interessante und dauerhafte Geschäftskontakte.«

Neben den Messen fördert Bayern International das Auslandsgeschäft bayerischer Unternehmen außerdem mit Delegationsbesuchen. Dafür gibt es das Programm »Bayern – Fit for Partnership (BFP)«. Pro Jahr holt BFP mit 13 bis 15 Delegationen rund 200 Führungskräfte aus Mittel- und Osteuropa, Zentralasien und Nordafrika in den Freistaat – immer zu einem bestimmten Thema. Bayerische Unternehmen können die sorgfältig ausgesuchten Delegationsteilnehmer auf einer von BFP organisierten, kostenlosen Hausmesse kennenlernen oder als Gastgeber fungieren und sie zu einem Besuch im eigenen Betrieb einladen.

»Eine Präsentation des Unternehmens, ein Blick in die Produktion und ein kleiner Snack – mehr müssen Gastgeber nicht tun«, sagt Maria Schmid Bragagnollo, Senior Managerin Delegationsreisen, Delegationsbesuche & BFP bei Bayern International. »Die bayerischen Unternehmen profitieren davon, dass der Veranstaltungsort Bayern ist und somit Reiseaufwände entfallen; für bayerische Unternehmen gibt es zudem keine Teilnahmekosten.«

Wer fremde Märkte dagegen vor Ort kennenlernen möchte, kann sich an Delega-

tionsreisen beteiligen: Mit ihnen bringt Bayern International rund 15-mal im Jahr rund 300 Vertreter bayerischer Unternehmen in unterschiedlichste Märkte in aller Welt – 2026 geht es zum Beispiel nach Mexiko und nach Japan.

Bayern International übernimmt bei den Reisen die Programmgestaltung und die Logistik. Die Teilnehmenden zahlen nur für Flug, Hotel und Visum selbst. Das Angebot umfasst Gespräche mit Ministerien, Verbänden, Botschaften und den Auslandshandelskammern sowie den Besuch von Firmen.

»Der Aufwand für die bayerischen Unternehmen ist dabei jeweils gering, der Effekt dagegen groß«, betont Schmid Bragagnollo von Bayern International. Wie bei den Messen sei der größte Vorteil auch hier die persönliche Vernetzung. »Die Besuche und Reisen öffnen Türen: Gerade kleine und mittlere Unternehmen kommen in kürzester Zeit mit vielen Entscheidungsträgern der jeweiligen Länder in den direkten Austausch. Die Delegati-

Foto: Bayern International



Der größte Vorteil ist die persönliche Vernetzung.«

Maria Schmid Bragagnollo, Senior Managerin Bayern International

onsbesucher bringen oft schon konkrete Anliegen mit.«

Ob Delegationsreisen, -besuche oder Messeauftritte – die BIOWORKS Verfahrenstechnik GmbH in Putzbrunn nutzt alle drei Formate, um ihr internationales Geschäft weiter auszubauen. Das Unternehmen ist in der Abwasserbehandlung weltweit aktiv. »Wir erschließen uns über die Programme auch Zukunftsmärkte«, sagt Area Sales Managerin Verena Salzbrenner.

Delegationsreisen ermöglichen die Erstkontakteaufnahme mit Akteuren vor Ort in einem neuen Markt und auch die Vernetzung der Teilnehmer untereinander. »Zu-

gleich sind wir auch gern Gastgeber von Delegationsbesuchen«, ergänzt sie. »Wir stellen unser Unternehmen vor, gehen auf Bedürfnisse im jeweiligen Zielland ein und organisieren, wenn es die Zeit zulässt, auch die Besichtigung von Kläranlagen mit unserer Technik. Im Nachgang halten wir den Kontakt zu den Gästen, konsolidieren die Beziehungen.«

Vor allem aber setzt das Unternehmen auf internationale Messen. Für die Stammesmesse ihrer Branche, die IFAT für Umwelttechnologien in München, hat das Unternehmen einen eigenen Stand. Ansonsten beteiligt es sich oft an bayerischen Gemeinschaftsständen. »Der umfassende

Service erleichtert die Organisation«, sagt die Vertriebsmanagerin. Betreut wird der Stand im Ausland entweder durch einen hiesigen Mitarbeiter oder durch einen Kooperations- oder Handelspartner, der bereits vor Ort für BIOWORKS aktiv ist. Salzbrenner: »So präsentieren wir unsere Marke und Innovationen, steigern unsere internationale Bekanntheit, treffen Partner und Kunden persönlich. Und das ist gut fürs Geschäft. ●

MIT »GO INTERNATIONAL« IN NEUE MÄRKTE

Das Förderprogramm »Go International« unterstützt kleine und mittelständische Unternehmen (KMU) mit Sitz in Bayern dabei, neue Zielmärkte im Ausland zu erschließen. Teilnehmende Firmen erhalten eine Finanzierung von maximal 60.000 Euro aus Mitteln des Freistaats Bayern und des EFRE-Förderprogramms der EU. Förderfähig ist die Erschließung von zwei neuen Ländern. Der Förderzeit-

raum pro Land beträgt zwölf Monate. Das Programm ist ein Projekt der bayerischen IHKs und Handwerkskammern, um die Internationalisierungsstrategien von KMU zu unterstützen.

Mehr Infos, auch zu Delegationsreisen und -besuchen sowie zur Messeförderung, gibt es unter:

[www.ihk-muenchen.de/
aussenhandelsfoerderung](http://www.ihk-muenchen.de/aussenhandelsfoerderung)

IHK-Ansprachpartner zur Außenhandelsförderung

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

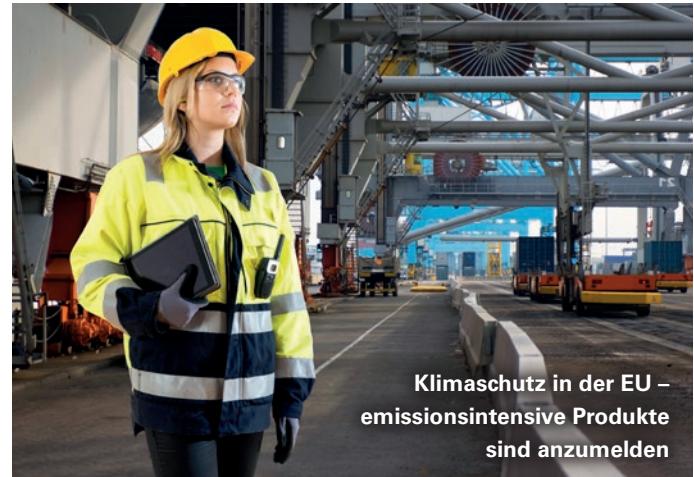
EU-Importe

Jetzt Zulassung als CBAM-Anmelder beantragen

Rund um globale Liefer- und Wertschöpfungsketten stellen neue Gesetze Unternehmen vor Compliance-Herausforderungen. Überwachungs- und Berichtspflichten nehmen zu. Nun ist seit 1. Januar 2026 die Regelphase für den europäischen CO₂-Grenzausgleichsmechanismus (Carbon Border Adjustment Mechanism/CBAM) gestartet.

Bereits seit Oktober 2023 galt die Übergangsphase, in der eine quartalsweise Berichtspflicht bestand. Seit Jahresbeginn 2026 dürfen nur noch Unternehmen mit einem Status als zugelassener Anmelder CBAM-pflichtige Waren in die EU importieren.

Der CO₂-Grenzausgleichsmechanismus verlangt die Abgabe einer CO₂-Steuer auf emissionsintensive Produkte, die im Ausland produziert und in die Europäische Union importiert werden. Betroffen sind Waren aus Zement, Eisen und Stahl, Aluminium, Düngemittel, Wasserstoff und Strom ab einem Gewicht von 50 Tonnen pro Einführer und Jahr. Falls noch nicht geschehen, müssen Unternehmen den Zulassungsantrag als CBAM-Anmel-



Klimaschutz in der EU –
emissionsintensive Produkte
sind anzumelden

Foto: corepics/Adobe Stock

der zeitnah über das EU-Zollportal stellen – eine Einreichung ist bis spätestens 31. März 2026 möglich.

Mehr Informationen: www.ihk-muenchen.de/cbam

IHK-Ansprechpartnerin

Fanny Meierhofer

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

**SPIELBANK
GARMISCH-
PARTENKIRCHEN**

JEDES EVENT BRAUCHT
HAUPTDARSTELLER.

VERSCHENKEN
SIE GLÜCK:



Jederzeit mobil und nachhaltig

FINN will Mobilität mit dem Auto möglichst flexibel und einfach gestalten. Mit seinem Abo-Modell hat das Unternehmen ein beeindruckendes Wachstum hingelegt.



»Wir gewähren die längste Probefahrt der Welt.«

Maximilian Wühr,
Geschäftsführer FINN

Foto: FINN

Von Sabine Höpfer

Die Mobilitätswende lässt sich nur erreichen, wenn an mehreren Stellschrauben gedreht wird. Zum Beispiel, indem Verbrenner nach und nach von nachhaltigeren Elektrofahrzeugen abgelöst werden – davon ist Maximilian Wühr überzeugt. Mit seinem Unternehmen FINN GmbH arbeitet der 30-Jährige auch aktiv daran. »Unsere Fahrzeugflotte besteht zu etwa 35 Prozent aus Elektrofahrzeugen«, sagt der Geschäftsführer des 2019 gegründeten Unternehmens. Bis 2028 sollen es 80 Prozent sein. FINN bietet mit seinem Auto-Abo eine flexible Möglichkeit, jederzeit mobil zu sein ohne langfristige Verpflichtungen wie beim Kauf oder Leasing: Kunden zahlen eine monatliche fixe Rate für die Nutzung

eines neuwertigen Wagens. Abgesehen vom Sprit beziehungsweise Strom, sind alle Kosten wie Zulassung, Versicherung, Wartung, Kfz-Steuer, Hauptuntersuchung und sogar eine CO₂-Kompensation im Preis enthalten. »Die Kunden erhalten ein Rundum-sorglos-Paket und können sich somit aufs Autofahren konzentrieren«, verspricht Wühr. Sich nicht um lästigen Papierkram und Termine kümmern zu müssen, war auch sein Antrieb, FINN zu gründen. Wühr war im Rahmen seines Studiums sechs Monate lang an der US-amerikanischen Westküste. Um mobil zu sein, schaffte er sich für wenig Geld ein Auto an: »Die Erfahrung war schrecklich. Ich habe mich mehr ums Auto als ums Studium gekümmert.«

Einige Jahre später und längst zurück in München, zahlten sich die Erlebnisse aus. Wühr wollte sich selbstständig machen, »da habe ich an die Erfahrungen in den USA zurückgedacht«, erzählt er. Die Idee zu FINN war geboren.

Insgesamt sechs Gründer waren damals an Bord, darunter auch Kenner der Automobilbranche. Ihr Ziel: das Autofahren so bequem wie möglich zu machen und den Nutzern größtmögliche Flexibilität zu bieten. Die Kunden mieten ihr gewünschtes Modell für sechs bis 24 Monate. Im Schnitt liegen die Laufzeiten laut Wühr bei unter einem Jahr. Somit können die Nutzer verschiedene Fahrzeuge testen. Das ist insbesondere für Fahrer interessant, die mit einem E-Auto liebäugeln, aber aus

SCALE-UPS AUS OBERBAYERN

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

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

Mangel an eigener Erfahrung und wegen der recht hohen Anschaffungspreise den direkten Kauf eines Batteriefahrzeugs scheuen. »Wir gewähren die längste Probefahrt der Welt«, sagt Wühr.

Der Bequemlichkeitsfaktor des Abonnements liegt zusätzlich darin, dass die Bestellung mit wenigen Klicks in etwa fünf Minuten abgeschlossen ist. Nach ein paar Tagen erhält der Kunde das gewünschte Fahrzeug vor die Tür gestellt.

FINN hat mit diesem Angebot offenbar einen Nerv getroffen. Die Oberbayern zählen aktuell etwa 35.000 Abonnenten und eine Flotte von etwa ebenso vielen Fahrzeugen. Ein Drittel davon sind Elektroautos. Verglichen mit den Zulassungen insgesamt, ist das ein relativ hoher Anteil. In ganz Deutschland hatte im November 2025 rund ein Fünftel der Neuzulassungen einen elektrischen Antrieb. FINN-Kunden können aus etwa 125 verschiedenen Modellen von mehr als 30 Marken wählen – vom Toyota Aygo X ab 109 Euro im Monat bis zur BMW 7er Limousine mit einer monatlichen Rate von rund 1.590 Euro.

Alle genannten Zahlen entwickeln sich äußerst dynamisch. Es ist noch kein Jahr her, da lag die Zahl der Fahrzeuge und der Abos bei 25.000. Auch die Bandbreite der zur Wahl stehenden Kraftfahrzeuge wächst. So sind in den vergangenen Monaten vor allem weitere Modelle von Mercedes und BMW hinzugekommen.

Im Sommer 2025 schlossen die Oberbayern außerdem eine strategische Partnerschaft mit dem chinesischen Unternehmen BYD, dem weltweit führenden Hersteller von elektrifizierten Fahrzeugen. Vereinbart wurde die Lieferung von bis zu 5.000 Fahrzeugen bis Frühjahr 2026. Damit kommt FINN seinem selbst gesteckten Ziel, den Elektroanteil der eigenen Flotte immer weiter zu erhöhen, einen großen

Schritt näher. Die Zuwächse bei Flotte und Kunden spiegeln sich auch in den Zahlen wider. Das Unternehmen setzt laut Wühr aktuell mehr als 200 Millionen Euro pro Jahr um. Das entspricht einem Umsatzplus

von 50 Prozent. Das Onlineportal Sifted, eine Tochter der britischen »Financial Times«, kürte FINN nicht ohne Grund im vergangenen Oktober zum am schnellsten wachsenden Start-up in Europa.

FINN beschäftigt mittlerweile mehr als 300 Mitarbeiter. Gleichzeitig wächst die Effizienz. Ein Grund dafür ist der Fokus auf Technologie. »Wir automatisieren, wo es geht«, sagt Wühr. Den Erfolg seines Unternehmens führt er auf das sehr klare Produkt zurück, das Kundenprobleme löse. Wühr: »Wir hören den Kunden zu und setzen um, was sie wünschen.«

Das Ergebnis sind laufend neue Angebote: So weihte das Unternehmen im September 2025 die erste Abholstation »FINN Station« im Münchner Werksviertel ein. Für die Kunden bedeutet das im Vergleich zur Lieferung vor die Haustür geringere Kosten. Und auch für FINN vermindert sich der Aufwand für die Bereitstellung der Fahrzeuge. Daher plant das Unternehmen je nach Resonanz weitere Abholstationen.

Außerordentlich erfolgreich ist auch die Variante »JobAuto«, die vor gut anderthalb Jahren auf den Markt kam. Mittlerweile haben sich rund 300 Unternehmen mit zirka 35.000 Mitarbeitern angeschlossen, etwa 750 Beschäftigte nutzen das Angebot bereits. Ihr Vorteil, sofern sie sich für ein E-Auto-Abo von FINN entscheiden: Sie bekommen es im Rahmen einer Gehaltsumwandlung um bis zu 40 Prozent günstiger. Aber auch die teilnehmenden Unternehmen profitieren: Sie müssen keine Dienstwagen anschaffen

und »beim JobAuto fallen für sie keine Kosten oder Risiken an«, so Wühr. Auch in diesem Segment ist FINN nach eigenen Angaben der »mit Abstand größte Anbieter« in Deutschland.

Potenzial für weiteres Wachstum ist vorhanden. Derzeit ist das Unternehmen ausschließlich in Deutschland aktiv. Das soll eine Weile noch so bleiben, sagt Wühr. Er wolle erst alle Optionen hierzulande ausschöpfen.

Danach aber könnte das Unternehmen über die Grenzen hinaus expandieren. Womöglich ist das für die »Financial Times« dann der Anlass, erneut über das erstaunliche Scale-up aus der bayerischen Landeshauptstadt zu berichten. ●

www.finn.com/de-DE/about-us

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

IHK-Ansprechpartner zum Thema Scale-ups

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

zum Thema Mobilität

Ernst Riehle, Tel. 089 5116-1241
riehle@muenchen.ihk.de



Foto: Bayer. Staatsministerium für Umwelt und Verbraucherschutz

Nachhaltig mit großer Wirkung

Wenn wirtschaftlicher Erfolg und ökologische Verantwortung Hand in Hand gehen: Zwei Firmen aus Oberbayern haben den Bayerischen Ressourceneffizienzpreis 2025 erhalten.

Von Daniel Boss

Die bayerischen Betriebe und Unternehmen haben eine Schlüssel-funktion für nachhaltige Lösungen. »Sie sind Antreiber für eine moderne Kreislaufwirtschaft. Ideen wie die der Preisträger bringen den Ressourcen-

schutz in Bayern kraftvoll voran. Mit dem Ressourceneffizienzpreis honorieren wir die Kreativität und Innovationskraft der Unternehmen und wollen zum Mitmachen anregen.« Mit diesen Worten verlieh Bayerns Umweltminister Thorsten Glau-

ber (FW) in Nürnberg den Bayerischen Ressourceneffizienzpreis 2025. Ausgezeichnet wurden neben einer Firma aus Niederbayern die oberbayerischen Unternehmen CORDIAL (Kurzporträt siehe S. 59) und meplan (siehe S. 60). Die beiden zeigen exemplarisch: Der effiziente Einsatz von Ressourcen spart Kosten, steigert die Wettbewerbs-fähigkeit, verringert die Abhängig-keit von Importen und trägt gleich-zeitig zum Umwelt- und Klimaschutz bei.

DER BAYERISCHE RESSOURCENEFFIZIENZPREIS

Die Auszeichnung würdigt Unternehmen, die sich mit herausragenden, zukunftsweissen Leistungen für einen nachhaltigen Einsatz von natürlichen Ressourcen einsetzen und damit eine Vorreiterrolle einnehmen. Vergeben wird der Preis vom Bayeri-

schen Staatsministerium für Umwelt und Verbraucherschutz in Zusammenarbeit mit dem Ressourceneffizienz-Zentrum Bayern (REZ).

www.stmuv.bayern.de/themen/ressourcenschutz/ressourceneffizienzpreis

IHK-Ansprechpartnerin zu Ressourceneffizienz

Alisa Prock, Tel. 089 5116-1816
prock@muenchen.ihk.de



SCHRAUBTEC
EINFACH GUTE VERBINDUNGEN

CORDIAL GmbH

Wirtschaftlich und ökologisch

Die CORDIAL GmbH aus Dachau bei München ist seit nunmehr 30 Jahren auf Kabel für die Event- und Installationstechnik sowie für Musikinstrumente spezialisiert. Das Unternehmen mit rund 30 Mitarbeitenden beliefert weltweit Distributoren und Händler dieser Branchen. Dabei geht es nicht ausschließlich um den optimalen Klang: 2023 wurde das Gitarrenkabel ECOHEMP aus der innovativen und möglichst nachhaltigen ECOCORD-Produktlinie bereits mit dem German Innovation Award Gold für besondere Produktneuerungen und mit dem Red Dot Award für exzellentes Design ausgezeichnet.

Der nun verliehene Bayerische Ressourceneffizienzpreis freut Geschäftsführer Wolfgang Schwarz ganz besonders: »Er ist für uns Bestätigung und Ansporn zugleich.« Der Preis zeige, dass nachhaltige Innovation eine tatsächliche Option sei – »sowohl für ökologischen als auch für ökonomischen Fortschritt mit Wirkung«. Laut Schwarz profitieren davon die Bran-

che, die Menschen, die diese Produkte nutzen, und die Umwelt.

Seit Beginn der ersten Planungsgespräche bis heute ist Produktmanager Stefan Felbermeir federführend für ECOCORD. Alle Kabel dieser Produktlinie verzichten auf PVC. Ihr Außenmantel besteht aus sogenanntem TPE-V, »einem umweltfreundlichen Material, das flexibel, langlebig und recyclingfähig ist«, erklärt Felbermeir. Für die Herstellung werden weniger Ressourcen und Energie benötigt. Zudem kommt es ohne Weichmacher, Halogene und Schwermetalle aus.

Das prämierte Gitarrenkabel gehe aber noch einen Schritt weiter, so Felbermeir. »Es ist zusätzlich von einem zu 100 Prozent recycelbaren Hanffasermantel umhüllt, der auf die Tauglichkeit innerhalb typischer Einsatzszenarien getestet und zertifiziert wurde.« Durch ein spezielles »Low-Speed-Verfahren« im Prozess des Webens entstehe ein Kabel, »das höchste technische Ansprüche erfüllt und gleichzeitig die Umwelt schont«. Verpackt wird das Produkt in recycelter Graupappe ohne Plastik.

Für jedes verkaufte Kabel lässt die Firma zudem über die internationale Non-Profit-Organisation »Trees for the Future« (TREES) einen Baum in Subsahara-Afrika pflanzen, flankiert von Entwicklungs- und Schulungsprogrammen für die dort ansässigen Kleinbauern. »Damit entstehen nicht nur neue Wälder, sondern auch Perspektiven für lokale Gemeinschaften durch nachhaltige Landnutzung und Wissensaufbau.«

Nach Felbermeirs Ansicht erzählt die nachhaltige Produktlinie stellvertretend die Geschichte von CORDIAL: »Wir verstehen uns als Unternehmen, das technische Präzision, ästhetische Details und nachhaltiges Denken vereint. Wirtschaftlicher Erfolg und ökologische Verantwortung können Hand in Hand gehen.«



Foto: CORDIAL

Technik, Design und Nachhaltigkeit vereinen – Produktmanager Stefan Felbermeir

Die regionale Fachmesse für Schraubverbindungen



Die SchraubTec kommt auch in Ihre Region

In praxisnahen Vorträgen und der Ausstellung stärken Sie Ihr Fachwissen und Ihre Fertigkeiten für sichere Schraubverbindungen in der Industrie.

www.schraubtec.com

25. JANUAR 2026
10:00 - 16:30 UHR
Literaturhaus München, 3. OG



Mehr Informationen zu
Privatschulen, Internaten &
Summer Camps.

www.bildungstage-muenchen.de



@bildungstagemuenchen



meplan GmbH

Mehr als ein Trend

Mit einem besonderen Messestand-System hat es die meplan GmbH aufs Siegerpodest des Ressourceneffizienzpreises geschafft. Unter dem Namen woodi bietet die 1986 gegründete Tochter der Messe München mit rund 120 Mitarbeitenden »flexible, modulare und individualisierbare Gesamtlösungen, die auf Nachhaltigkeit ausgelegt sind«. So wird jede Komponente hinsichtlich ihres klimaschonenden Potenzials geprüft. Zum Einsatz kommen unter anderem Stahl, Holz, recyceltes PET und Aluminium.

Der kreative Kopf hinter dieser Idee ist Key-Account-Manager Sebastian Hoppe. Als die Messebranche während der Coronapandemie zum Stillstand kam, nutzte der gelernte Schreiner und studierte Objektdesigner die Gelegenheit, seine Vision einer systemisch gedachten Designlösung auf Basis transparenter Nachhaltigkeit zu realisieren. Damit war das neue Standkonzept geboren. Laut Hoppe soll woodi »eine aktive Kommunikationsrolle übernehmen – einerseits, um offen darzustellen, wo Prozesse noch nicht ideal laufen. Und andererseits, um zu zeigen, dass Veränderung möglich ist, wenn man bereit ist, sie umzusetzen.«

Überzeugungsarbeit ist nach wie vor erforderlich, denn die meplan-Kunden begegnen dem Thema Nachhaltigkeit je nach Branche, Tätigkeitsfeld und eigener Priorisierung sehr unterschiedlich. »Viele reagieren noch eher zurückhaltend, besonders dann, wenn ökologische Aspekte bislang keine große Rolle in ihrer strategischen Planung gespielt haben. Deshalb ist es wichtig, Orientierung zu geben, Zusammenhänge verständlich zu machen und Schritt für Schritt Vertrauen in nachhaltige Lösungen aufzubauen«, sagt Hoppe.

Grundsätzlich sei Nachhaltigkeit für die Messebranche kein vorübergehender Trend, sondern eine strategische Notwendigkeit, wie das Unternehmen be-



Foto: meplan

**Entwickelte das prämierte
Standkonzept – Key-Account-Manager
Sebastian Hoppe**

tont. Der bereits bestehende Rahmen, den sich die Messe-Planungsspezialisten gegeben haben, soll in den kommenden Jahren erweitert werden – unter anderem um transparente Darstellungen zu Wasser- und Energieverbrauch, Abfallmengen, CO₂-Emissionen und Kosten. Bis 2028 sollen alle eingesetzten Materialien in einen funktionierenden Kreislauf überführt werden. Dabei hilft die vollständige Digitalisierung aller Artikel: Durch deutlich präzisere und schnellere Datenvergleiche lassen sich ökologische und ökonomische Auswirkungen besser bewerten und nachhaltige Alternativen gezielt fördern. Was das für die Kunden der Agentur bedeutet, fasst Hoppe so zusammen: »Reduzierte Umweltauswirkungen bei der Planung und Umsetzung ihrer Messeauftritte. Ganzheitliche Nachhaltigkeit, die wirtschaftliche, ökologische und soziale Aspekte gleichermaßen berücksichtigt. Kurz: ein glaubwürdig umgesetztes Nachhaltigkeitsengagement.«

GUTER KAFFEE WERTSCHÄTZUNG
FAMILIENGEFÜHRTE SEMINARHOTELS
FLEXIBILITÄT TAGEN IM GRÜNEN INSPIRATION
RUHE KREATIVE LÖSUNGEN DENKEN
BRAUCHEN EIN ENTSPANNTES UMFELD ABFAHRT A1

MODERNSTE SEMINARTECHNIK REGIONALER GENUSS WESTAUTOBAHN
GUTE ÖPNV-ANBINDUNG TEAM
10 KM VOR SALZBURG-STADT LÄCHELN
WOHLFÜHLEN



MOMENTE, DIE BLEIBEN.

**EUGEN
DÖRF**

* Gültig für die Tagungspauschale zu einem Termin in 2026, ohne Hotelübernachtung. Buchungscode: »#warmwelcome26« bei der Buchung im Hotel angeben.





Für den Teamgeist – After-Work-Party
in der »Macherei«



Büros mit hohem Wohlfühlfaktor

Vom Conciergedienst über Fitness bis zu Urban Gardening – damit Mitarbeitende wieder gern ins Büro kommen, stattet Projektentwickler neue Gebäudekomplexe mit immer mehr Zusatzservices aus.

Von Sabine Höpfer

Vor vier Jahren hat das forschende Pharmaunternehmen MSD Sharp & Dohme GmbH seine Deutschlandzentrale mitsamt etwa 650 Mitarbeitern nach Berg am Laim verlegt, genauer: in »Die Macherei«. Die Macherei München ist ein innovatives Stadtquartier, das laut Website »zukunftsweisende Arbeitswelten mit zahlreichen Komplettärnutzungen verbindet: Vielseitige und flexible Flächen für Büros, Coworking, Konferenzen und Events werden kombiniert mit Fitness, Hotel, Wohnen, Gastronomie und Nahversorgung.«

MSD entschied sich aus mehreren Gründen für den Einzug. Einer der wichtigsten: »Wir wollen, dass unsere Mitarbeitenden gern ins Büro kommen«, sagt Ariane Malferttheiner (44), Direktorin Kommunikation. Sind die Büros attraktiv, gelinge das besser.

In den Coronajahren lernten Arbeitnehmer das Homeoffice kennen und größtenteils auch schätzen. Als die Pandemie vorbei war, kehrten viele deshalb auch nicht mehr wie früher jeden Tag in die Büros zurück. Hybridmodelle mit Homeof-

fice sind in zahlreichen Firmen die Regel, man vereinbarte 50/50-Lösungen oder ähnliche Varianten. Zum Teil war und ist das für die Arbeitgeber von Vorteil. Denn nun können sie einen Teil ihrer Büroflächen abstoßen oder untervermieten – und somit immense Kosten sparen.

Allerdings bringt weniger Präsenz auch Schwierigkeiten mit sich. Der Teamgedanke und das Zugehörigkeitsgefühl leiden. Wichtige Meetings, bei denen die Hälfte der Teilnehmer per Video zugeschaltet ist, verlieren an Intensität. Zudem fehlt der spontane Austausch in den Gemeinschaftsräumen.

Das Resultat dieser Beobachtungen: Die Unternehmen versuchen, wieder mehr Mitarbeiter in die Geschäftsräume zurückzuholen. Deshalb entwerfen Projektentwickler immer modernere Offices mit immer mehr Annehmlichkeiten von Dachgärten bis hin zum Reinigungsservice.

»Man kann es mit der Entwicklung von Autos vergleichen«, sagt Oliver Vogt (52), Geschäftsführer beim Immobilienunternehmen WÖHR + BAUER GmbH: »Früher waren die Klimaanlage oder das Navi Zu-

satzangebote, heute sind sie Standard.« Genauso verhalte es sich bei Büroimmobilien: Eine hochwertige technische Ausstattung ist schon seit Längerem die Norm, ebenso wie das Integrieren diverser Services. Das gelte vor allem für Gebäude in mittleren Lagen, die anders als solche in der Innenstadt kein Fitnessstudio und kein Restaurant in unmittelbarer Nähe haben.

Also etwa für das Büro- und Gewerbequartier am Frankfurter Ring 71 in München, das sich im Bau befindet. Hier integriert die WÖHR + BAUER beispielsweise

Gastronomie, einen Reinigungsservice, Flächen für Yogakurse, Lesungen oder After-Work-Zusammenkünfte.

Ferner gibt es im Erdgeschoss Räume für Fahrräder, kostenlos zu nutzende Werkzeugsets und – für jene mit weniger handwerklichem Geschick – einen Reparaturdienst, der sich vor Ort kümmert. Für die radelnden Mitarbeitenden, die verschwitzt ins Büro kommen, stehen zudem Duschen »in Spa-Qualität« zur Verfügung, inklusive Handtüchern, Shampoo und Spülungen. »Das alles kostet nicht viel, bringt aber einen großen Nutzen«, sagt Vogt. »Die Mitarbeitenden kommen wieder gern ins Büro und der dadurch entstehende persönliche Austausch ist der Nährboden für eine erfolgreiche Unternehmensentwicklung.«

Die Frage, ob sich solche Zusatzangebote rechnen, stellt sich kaum noch jemand. Wer qualifizierte Fachkräfte, insbesondere jüngere, gewinnen will, muss ihnen etwas bieten, so die allgemeine Überzeugung. Dennoch, so Vogt, sollte man es nicht übertrieben mit den Extras. Eine Tartanbahn oder ein Schwimmbad auf dem Dach, wie es sie vereinzelt gibt, seien in Relation zum Nutzen zu teuer, sagt er.

Um den Geschmack der Nutzer zu treffen, betreibt WÖHR + BAUER Feldforschung: Das Unternehmen befragt potenzielle Mieter nach ihren Wünschen und setzt diese entsprechend um. Zu den Mietern gehören sowohl größere Unternehmen wie das Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsunternehmen KPMG AG als auch kleinere Firmen mit weniger als 50 Mitarbeitern.

Auch das Pharmaunternehmen MSD hat sich für zahlreiche Services entschieden. Nach vielen Gesprächen und Begehungen vor Ort sind Räume »mit farbenfrohen Teppichen und verschiedene Zonen für aktivitätsbasiertes Arbeiten« herausge-

kommen. Die insgesamt drei Geschosse beinhalten unter anderem ein Spieleszimmer, einen Eltern-Kind-Raum, eine Barista-Bar, große Räumlichkeiten für Meetings mit mehr als 100 Personen, Urban-Gardening-Flächen im Hof und Bienenstöcke auf der Dachterrasse. »In der Mittagspause schauen wir von hier oben auf die Berge«, schwärmt MSD-Managerin Malfertheiner. Ein zusätzlicher Gewinn sei das Hotel im Nebengebäude. »Viele unserer deutschlandweit 1.200 Mitarbeiter sind im Außen Dienst und kommen daher ab und zu in unsere Zentrale nach München.« Da seien kurze Wege von Vorteil.

»Die Unternehmen fragen tendenziell etwas weniger, aber dafür hochwertige und flexibel nutzbare Flächen nach«, sagt Niklas Baldauf (40), Direktor für das kaufmännische Asset Management bei Accumulata REAL ESTATE, Projektentwickler der Macherei. Das bedeutet neben einer ansprechenden, modernen Architektur mit hohen Decken und vielen Freiflächen vor allem die Bereitstellung von Gastronomie, die laut Baldauf »hochwertig und bezahlbar ist« und als besonders wichtig gilt. Ferner Fitnessangebote, Supermarkt, Kindertagesstätte, Tiefgarage.

In der Macherei München setzt man außerdem auf Events: Im Winter findet ein Weihnachtsmarkt statt, im nächsten Sommer zur Fußball-Weltmeisterschaft Public Viewing. In unregelmäßigen Abständen gibt es zudem After-Work-Partys und Konzerte lokaler Bands.

Die Angebote sind für die Nutzer kostenlos, oder anders ausgedrückt: im Quadratmeterpreis enthalten. Sie sind für alle Angestellten der sechs Gebäude, können aber ebenso von Interessierten aus der Umgebung besucht werden. Baldauf: »Das stärkt den Zusammenhalt zwischen Kollegen und bringt die Firmen mit der Nachbarschaft zusammen.«

HALLEN

Industrie – Gewerbe – Stahlbau



Wolf System GmbH
94486 Osterhofen



09932 37-0
mail@wolfsystem.de
www.wolfsystem.de

Was ändert sich 2026?

Im neuen Jahr gibt es wieder einige Neuerungen in der Steuergesetzgebung auf EU-, Bundes- oder Landesebene. Eine Auswahl der Änderungen*.

Welche Neuerungen gibt es bei der elektronischen Abgabe der Steuererklärung?

»RABE« ist eine neue Möglichkeit im Onlineportal ELSTER, mit der sich direkt bei der Erstellung der Einkommensteuererklärung Belege hinterlegen lassen, auf die das Finanzamt automatisch zugreifen kann. Wie genau dies funktioniert und wie der Steuerpflichtige über den Abruf informiert wird, erklärt der IHK-Ratgeber »Elektronische Steuererklärung«:

www.ihk-muenchen.de/ratgeber/steuern/finanzverwaltung/elektronische-steuererklarung

Was ändert sich bei der elektronischen Bescheidbekanntgabe?

Ab dem 1. Januar 2026 soll die elektronische Bekanntgabe auch im Vorsteuer-Vergütungsverfahren über die Nichtweiterleitung eines Antrags durch das Bundeszentralamt für Steuern ohne Zustimmung des Unternehmens gelten.

Welche Veränderungen gibt es für die Gastronomie bei der Umsatzsteuer?

Ab 1. Januar 2026 soll der Umsatzsteu-



Foto: contrastwerkstatt/Adobe Stock

Jahreswechsel bringt viele Neuerungen

ersatz für Speisen dauerhaft auf sieben Prozent gesenkt werden. Für Getränke gilt dies jedoch nicht, hier bleibt der Steuersatz bei 19 Prozent.

Was gilt für die Entfernungspauschale?

Die Entfernungspauschale für Mitarbeitende soll ab dem 1. Januar 2026 auf 38

Cent ab dem ersten gefahrenen Kilometer erhöht werden.

Was ändert sich bei der Kassenführung?

Ab 2026 rückt die Meldung elektronischer Kassensysteme nach § 146a Abs. 4 AO in den Fokus der Finanzverwaltung. Alle elektronischen Kassen müssen seit Januar 2025 über MeinELSTER gemeldet werden, inklusive Seriennummer, Angaben zur technischen Sicherheitseinrichtung (TSE) und Datum der Inbetriebnahme.

Da diese Daten künftig automatisch mit den tatsächlichen Kassen im Betrieb abgeglichen werden können, ist damit zu rechnen, dass Prüfer die Kassenführung häufiger und deutlich genauer kontrollieren. Firmen sollten daher sicherstellen, dass ihre Kasse technisch einwandfrei eingerichtet ist, die TSE korrekt läuft und die Meldung vollständig und fristgerecht erfolgt.

Aktuelle Infos zu den Steueränderungen

gibt es auf der IHK-Website:

www.ihk-muenchen.de/ratgeber/steuern/aenderungen-jahreswechsel

*Stand bei Redaktionsschluss 9.12.2025

17. MÜNCHNER AUTOTAGE

GRÖSSTE AUTO-VERKAUFMESSE DEUTSCHLANDS

PKW &
Nutzfahr-
zeuge!

18.–22. FEBRUAR 2026
Messe München / Halle C6

www.muenchner-autotage.de



Der Automobilsalon von
Münchner Merkur
Münchner Zeitung



Nähe herstellen – mit authentischen
Geschichten aus dem Betrieb

Foto: rawpixel.com/Adobe Stock

Packend statt spröde

Auch Unternehmen haben spannende Geschichten zu erzählen: wie Firmen mit Storytelling sichtbarer werden und sich unverwechselbar machen.

Von Josef Stelzer

Der Geschäftsführer des Familienbetriebs aus Ingolstadt weiß, worauf es ankommt. »Mit Fotos und Videoclips erzählen wir interessante Geschichten über Menschen, über unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, unsere Produkte, Serviceleistungen oder Werte.«

Die Inhalte entstehen aus dem Unternehmen heraus, aus der Werkstatt, dem Verkauf sowie aus den Firmenstandorten. Es sind Erlebnisse aus dem Arbeitsalltag, Interessantes über Firmenevents oder aus der langjährigen Geschichte des Familienunternehmens. Auch Privates kann dabei sein. Platziert werden die Beiträge

vorwiegend auf Instagram, aber auch auf TikTok und Facebook, eine interne Social-Media-Managerin kümmert sich darum.

Alle Beschäftigten können sich dabei einbringen, vom Geschäftsführer bis zu den Auszubildenden. »Hinter jeder Marke stehen Menschen. Wenn man die Gesichter im Storytelling zeigt, entstehen bei den Followern Nähe, Vertrauen und Identifikation«, ist der Firmenchef überzeugt.

Das Ziel ist klar: Das Unternehmen will als Arbeitgeber und regional verankerter Mittelständler besser sichtbar werden. Die Zahl der Follower auf Instagram ist bereits gewachsen. Das zahlt sich kon-

kret aus: Es gehen zunehmend mehr Bewerbungen auf Stellenausschreibungen beim Unternehmen ein.

Beim Storytelling entsteht im Internet eine Art virtuelle Kaffeeküche. »Im Unternehmen ist die Kaffeeküche der Raum, in dem man sich kurz begegnet, Persönliches erzählt – und das funktioniert auch online«, erläutert Claire Nizeyimana (44), Digitalstrategin und Content-Expertin in München. Hier tauschen Menschen ihre Geschichten mit Texten, Bildern oder Videos aus und schildern ihre Erlebnisse. »Das schafft emotionale Nähe und wirkt einfach sympathisch«, so Nizeyimana. Zu ihren Kunden gehören Autohäuser,

Einzelhandelsunternehmen, aber auch Konzerne, Arztpraxen und Handwerksbetriebe.

»Show – don't tell, also zeigen, statt nur zu behaupten«, so beschreibt sie den Kern erfolgreichen Storytellings, das die Follower in den Bann zieht. »Nicht einfach sagen, dass man zum Beispiel ein tolles Team ist, sondern es beweisen – mit echten Einblicken, Texten, Bildern und Videos.«

Nizeyimana empfiehlt, intern sogenannte Corporate Influencer auszuwählen, »die authentisch nach außen zeigen, wie das Unternehmen arbeitet, denkt und fühlt«. Die Digitalexpertin ist überzeugt: »Mit gutem Storytelling gewinnt man Kunden und passende Bewerber.«

Wie das in der Praxis aussehen kann, zeigt Manuela Heintze (50). Sie betreibt seit mehr als drei Jahren in der Münchner Innenstadt das Ladengeschäft Nica's Cosmos samt Onlineshop. Zum breit ge-

getroffene Waren oder persönliche Erlebnisse. Auch Restaurantempfehlungen können dazugehören. »Die News und Storys schreibe ich ganz nach Gefühl«, sagt die Unternehmerin und freut sich über mittlerweile fast 3.000 Follower, Tendenz steigend.

»Storytelling bewährt sich bestens für die Neukundengewinnung wie auch für die Kundenbindung und hat uns sogar im Fernen Osten bekannt gemacht«, berichtet sie. Nachdem ihr Geschäft in einer chinesischen Travel-App empfohlen worden war, »haben Reisende aus Asien auffallend häufig bei uns im Laden eingekauft«.

Auch Annette Gushurst (56), Geschäftsführerin der cute stuff GmbH in Berg, setzt auf Storytelling. In ihrem Onlineshop bietet sie unter anderem Kaschmirpullover, -mützen und -schals sowie diverse

Webinarreihe Onlinemarketing

»Womit Ihr Unternehmen wirklich anfangen sollte« – so lautet der Titel des Einführungstermins der dritten BIHK-Webinarräder zum Onlinemarketing. Die Webinare richten sich an kleine und mittelständische Firmen und vermitteln Grundlagen. Die Einführung ins Onlinemarketing behandelt unter anderem Onlinefirmenprofil und Website, einen 90-Tage-Plan für die ersten Schritte sowie nützliche Kennzahlen und den Einsatz von KI mit Praxisbeispielen. Storytelling ist Thema des zweiten Webinars der Reihe.

Einführung ins Onlinemarketing

Termin: 21. Januar 2026, 14–15 Uhr, online

Digital Storytelling 2026

Termin: 28. Januar 2026, 14–15 Uhr, online

Weitere Termine, Infos und Anmeldung: www.bihk.de/onlinemarketing

wir auf ein harmonisches Zusammenspiel von Texten, Bildern sowie Emotion.« Gushurst berichtet auf Social Media ebenso über ihre regelmäßigen Besuche bei den nepalesischen Kleinbetrieben, mit denen sie seit mehr als zehn Jahren zusammenarbeitet. Sie erzählt von gemeinsamen Mahlzeiten mit den Gastgebern und Gesprächen über Privates. »Diese Nähe zu den Kaschmirherstellern mit der gegenseitigen Wertschätzung bildet die Basis unseres Unternehmens und spiegelt sich im Storytelling wider«, betont die Firmenchefin.

Storytelling sieht sie nicht als direkten Umsatztreiber, sondern als Weg, um Beziehungen zu ihren Kunden aufzubauen und zu festigen. Gushurst: »Authentische Inhalte kommen zwar gut an, führen aber nicht unweigerlich zu mehr Umsatz. Sie bewirken aber, dass sich die Kunden an uns erinnern und sich für cute stuff interessieren.«

IHK-Ansprechpartner zu Digitalisierung

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



Mit gutem Storytelling gewinnt man Kunden und passende Bewerber.«

**Claire Nizeyimana,
Digitalstrategin und Content-Expertin**



Foto: Christian Köster

fächerten Angebot gehören Kinder- und Damenmode, Plüscherzeugnisse, Spielsachen und Accessoires.

Auf der Website erzählt Heintze die Gründungsgeschichte, zeigt Fotos aus dem Ladengeschäft und beschreibt ihre Produkte. Auf Instagram platziert sie täglich Neuigkeiten mit Fotos, etwa über neu ein-

Accessoires an. Auf Instagram platziert sie hierzu kurze Storys, Videoclips oder Fotos. Hinzu kommen Pflegetipps samt Stylingideen.

»Mit den Geschichten zeigen wir, dass in unseren Kaschmirprodukten viel Liebe, Handwerk und Verantwortung steckt«, sagt die Shopinhaberin. »Dabei achten

Gewerbetreibende nach §§ 34c, 34d, 34f, 34h und 34i GewO

Zuständigkeit ausgeweitet



Foto: Kzenon/Adobe Stock

Die IHK für München und Oberbayern ist nun die für ganz Bayern zuständige Erlaubnis-, Aufsichts- und gegebenenfalls Registrierungsbehörde für Gewerbetreibende nach §§ 34c, 34d, 34f, 34h und 34i Gewerbeordnung (GewO). Mit Wirkung vom 1. Januar 2026 an übernimmt sie von der IHK Aschaffenburg die Erlaubnis- und Aufsichtszuständigkeit für Gewerbetreibende mit einer Erlaubnispflicht nach § 34c GewO (Immobilienmakler, Darlehensvermittler, Bauträger, Baubetreuer und/oder Wohnimmobilienverwalter), nach § 34d GewO (Versicherungsvermittler und -berater), nach §§ 34f und 34h GewO (Finanzanlagenvermittler und Honorar-Finanzanlagenberater) sowie nach § 34i GewO (Immobilien- und Darlehensvermittler). Die IHK für München und Oberbayern ist seit 1. Januar 2026 auch zuständig für die Registrierung dieser Gewerbetreibenden im Vermittlerregister, sofern die Gewerbetreibenden einer Registrierungspflicht unterliegen.

Die IHK für München und Oberbayern verfügt über langjährige Erfahrung in der Erteilung gewerberechtlicher Erlaubnisse und der Aufsicht über die genannten Gewerbetreibenden. Beginnend mit der Einführung der Erlaubnis- und Registrierungspflicht für Versicherungsvermittler und -berater 2007, hatte sie im Rahmen einer Verbundlösung für alle bayerischen Kammern mit Ausnahme der IHK Aschaffenburg diese Tätigkeiten übernommen.

Die wichtigsten Informationen zum Thema finden Unternehmen in den Fragen und Antworten unten.

IHK-Ansprechpartnerinnen

Sonja Rosenhammer, Tel. 089 5116-1154
rosenhammer@muenchen.ihk.de
Christine Schmaus, Tel. 089 5116-1158
schmaus@muenchen.ihk.de

Welche Aufgaben hat die IHK für München und Oberbayern als Erlaubnisbehörde?

Die IHK für München und Oberbayern berät Gewerbetreibende aus der Finanzdienstleistungs-, Versicherungs- und Immobilienbranche in der Gründungsphase zu erlaubnispflichtigen Tätigkeiten beziehungsweise zu Abgrenzungsfragen. Sie nimmt Erlaubnisanträge von Gewerbetreibenden nach §§ 34c, 34d, 34f, 34h und 34i GewO aus ihrem Zuständigkeitsbereich entgegen, prüft die Erlaubnisvoraussetzungen und erteilt bei Vorliegen aller erforderlichen Voraussetzungen die jeweilige Erlaubnis.

Erlaubnisanträge können bequem online eingereicht werden. Den Link zum Online-Antragsverfahren gibt es auf der IHK-Website unter: www.ihk-muenchen.de/gewerbeerlaubnisse

Sofern sich bei bestehenden Erlaubnisinhabern Änderungen zum Beispiel des Namens, der Firma, der betrieblichen Anschrift, ein Wechsel in der Geschäftsführung oder eine Änderung bei den registrierungspflichtigen Personen ergeben haben, sind diese Än-

derungen der IHK für München und Oberbayern aktiv zu melden. Auch hierfür steht ein Onlineservice zur Verfügung unter: www.ihk-muenchen.de/gewerbeerlaubnisse

Sofern Gewerbetreibende auf eine bestehende Erlaubnis verzichten wollen, weil sie beziehungsweise ihr Unternehmen diese Tätigkeit nicht mehr ausüben, ist eine Verzichtserklärung erforderlich. Gut zu wissen: Eine Gewerbeabmeldung bei der zuständigen Gewerbebehörde führt nicht automatisch zum Er-

löschen der Erlaubnis. Die IHK für München und Oberbayern nimmt entsprechende Verzichtserklärungen entgegen und bestätigt den Erlaubnisverzicht.

Formulare für den Erlaubnisverzicht gibt es auf der IHK-Website unter: www.ihk-muenchen.de/gewerbeerlaubnisse

Sollten Erlaubnisvoraussetzungen nach Erlaubniserteilung entfallen, ist die IHK für München und Oberbayern auch für eine gegebenenfalls erforderliche Aufhebung der Erlaubnis zuständig.

Welche Aufgaben hat die IHK für München und Oberbayern als Vermittlerregisterbehörde?

Gewerbetreibende nach §§ 34d, 34f, 34h und 34i GewO sind verpflichtet, sich – und gegebenenfalls auch ihre Angestellten – unverzüglich nach Aufnahme ihrer Tätigkeit in das öffentlich einsehbare Vermittlerregister (www.vermittlerregister.info) einzutragen zu lassen. Die IHK für München und Oberbayern nimmt diese Registrierungen im Vermittlerregister auf Antrag der Ge-

werbetreibenden vor. Zu den Aufgaben der IHK gehört es außerdem, erforderliche Registeränderungen vorzunehmen. Das ist zum Beispiel der Fall bei Änderung der betrieblichen Anschrift beziehungsweise bei Löschungen im Vermittlerregister, etwa nach einem Erlaubnisverzicht oder einer Aufhebung der Erlaubnis.

Welche Aufgaben übernimmt die IHK für München und Oberbayern als Aufsichtsbehörde?

Finanzanlagenvermittler und Honorar-Finanzanlagenberater mit einer Erlaubnis nach §§ 34f beziehungsweise 34h GewO sowie Bauträger und Baubetreuer nach § 34c Absatz 1 Satz 1 Nummer 3a und 3b GewO trifft eine jährliche Prüfungspflicht nach § 24 FinVermV beziehungsweise § 16 MaBV. Prüfungsberichte beziehungsweise Negativerklärungen sind bis spätestens 31. Dezember des Folgejahrs einzureichen. Sie können bei der IHK für München und Oberbayern bequem online eingereicht werden unter: www.ihk-muenchen.de/gewerbeerlaubnisse

Für Immobilienmakler und Wohnimmobilienverwalter besteht zudem eine regelmäßige Weiterbildungspflicht im Umfang von

jeweils 20 Stunden innerhalb von drei Kalenderjahren. Auch Versicherungsvermittler und -berater müssen sich in einem Umfang von 15 Stunden je Kalenderjahr weiterbilden.

Die IHK für München und Oberbayern überprüft die Einhaltung der Weiterbildungsverpflichtung für Gewerbetreibende aus ihrem Zuständigkeitsbereich.

Achtung: Betroffene Gewerbetreibende sollen Weiterbildungserklärungen und -nachweise nicht unaufgefordert einreichen. Die IHK für München und Oberbayern fordert die Dokumente gezielt an.

Wo finden Antragsteller und Gewerbetreibende nach §§ 34c, 34d, 34f, 34h und 34i GewO weitergehende Informationen?

Die IHK für München und Oberbayern informiert auf ihrer Internetseite über die Erlaubniserteilung und die zu beachtenden Pflichten für Gewerbetreibende nach §§ 34c, 34d, 34f, 34h und 34i GewO: www.ihk-muenchen.de/gewerbeerlaubnisse

Die IHK stellt (Online-)Formulare für die Antragstellung, Checklisten und Merkblätter zur Verfügung. So können sich Gewerbetreibende nach §§ 34c, 34d, 34f, 34h und 34i GewO, die einen

Internetauftritt haben, zum Beispiel im Merkblatt »Internet-Impressum« über die erforderlichen Impressumangaben, unter anderem zur zuständigen Aufsichtsbehörde, informieren. Das Merkblatt enthält auch Beispiele für das Internet-Impressum. Auch für die Erstinformation von Versicherungsvermittlern und -beratern nach § 15 VersVermV sowie von Finanzanlagenvermittlern und Honorar-Finanzanlagenberatern nach § 12 FinVermV steht ein Merkblatt mit Formulierungshilfen zur Verfügung.

Wirtschaftsempfang Altötting – Mühldorf

Rund 650 Gäste besuchten den Wirtschaftsempfang der Landkreise Altötting und Mühldorf am Inn sowie der IHK für München und Oberbayern und der Handwerkskammer.



Mahnte für die Wirtschaft gute Rahmenbedingungen an – Max Heimerl, Landrat des Landkreises Mühldorf am Inn



Wie können Wirtschaft und Gesellschaft zusammenwirken? Philipp Lahm, DFB-Ehrenspielführer, Unternehmer und Stifter, hielt die Festrede



Prominenter Guest – Ex-Fußballspieler Philipp Lahm (3.v.l.) mit Thomas Kürn (l.), Geschäftsführer der IHK Akademie München und Oberbayern, IHK-Hauptgeschäftsführer Manfred Gößl und IHK-Vizepräsidentin Ingrid Obermeier-Osl



Diskutierten über ehrenamtliches Engagement – Kai Röpke, Erster Vorsitzender VfL Waldkraiburg, der CSU-Bundestagsabgeordnete Stephan Mayer, Ingrid Obermeier-Osl, IHK-Vizepräsidentin und Vorsitzende IHK-Regionalausschuss Altötting-Mühldorf, sowie Ex-Fußballer Philipp Lahm mit Moderatorin Caroline Voit (v.l.)

Wirtschaftsempfang Garmisch-Partenkirchen

Inspirierende Impulse, gute Gespräche – im Kongresshaus Garmisch-Partenkirchen trafen sich Gäste aus Wirtschaft, Politik und Gesellschaft zum Austausch.



Foto: Christian Kröck

Klare Worte – der frühere Top-Skispringer Sven Hannawald sprach über Leistung, seine eigenen Erfahrungen mit Burn-out und psychische Gesundheit im Betrieb



Foto: Christian Kröck

Am Podium – Garmisch-Partenkirchens Landrat Anton Speer



Foto: Christian Kröck

Eröffnete den Abend – Katrin Eißler, Vorsitzende des IHK-Regionalausschusses Garmisch-Partenkirchen



Foto: Christian Kröck

Neue Perspektiven – das Publikum verfolgte Reden und Gespräche im Kongresshaus Garmisch-Partenkirchen mit großer Aufmerksamkeit



Foto: Christian Kröck

Gut vernetzt – die Gäste nutzten den Abend zum intensiven Austausch und knüpften neue Kontakte

Jubiläen des Monats

40 JAHRE

Foto: Sonnen-Apotheke Wolfratshausen



v.l.: Monika Häfner-Schermann (Inhaberin der Sonnen-Apotheke Wolfratshausen), Jubilarin Christine Dirscherl neben Ingeborg Häfner (vormals Inhaberin)

Hartmut Seiffert
Braun Entsorgung GmbH, Manching

Reinhart Benker
Gesellschaft für Anlagen- und Reaktorsicherheit (GRS) gGmbH, Garching b. München

Josef Leitner
L. Kriechbaum GmbH, Audi Zentrum Rosenheim, Rosenheim

25 JAHRE

Robert Kläger
Autohaus Hornung GmbH & Co. KG, Garmisch-Partenkirchen

Georg Donislreiter
Bayern-Chemie Gesellschaft für flugchemische Antriebe mit beschränkter Haftung, Aschau a. Inn

Leonhard Liepold
Braun Entsorgung GmbH, Manching

Regine Pleßl, Vera Rapf
BY die Bayerische Vorsorge Lebensversicherung a.G., München

Mathias Löwe
Dr. Ing. Heinrich Wolff GmbH & Co. KG, München

Helmut Fleischmann
DS Packaging Deutschland Stiftung & Co. KG, Traunreut

Anita Alberter, Cemil Benlice
Getränke Hörl GmbH, Vohburg a. d. Donau

Josef Gahbauer
Gienger Logistik KG, Markt Schwaben

Andreas Schubertowski
Hausbank München eG, München

Karl-Heinz Graef
Henry Schein Dental Deutschland GmbH, Unterschleißheim

Hannes Kiener
Josef Gschwendtner GmbH & Co. KG, Kiefersfelden

Michael Eckstaller, Roman Maurer
L. Wallner GmbH Volkswagen Zentrum Rosenheim, Rosenheim

Manfred Gruber, Robert Hochreiter, Andreas Hunklinger, Hans-Jürgen Mehringer, Bernhard Öllinger (30 Jahre), Franz Schauhuber (30 Jahre), Josef Stieger (35 Jahre), Werner Untermayer (30 Jahre)
Lampersberger GmbH, Chieming

Johann Hocker, Harald Schmidt, Günter Wolsperger (30 Jahre)
Lampersberger Logistik GmbH, Chieming

Thomas Moos
Lampersberger Umwelt GmbH, Nußdorf/Aising

Manuela Binzer-Maier, Günther Negele
Maier Walzen GmbH, Waldkraiburg

Roland Zwittnig
Moosleitner GmbH, Saaldorf-Surheim

Claus Saul
Salus Haus Dr. med. Otto Greither Nachf. GmbH & Co. KG, Bruckmühl

Thomas Kern, Gerhard Kranz, Thomas Wiegand
SCHATTDECOR SE, Rohrdorf

Adrian Auer, Patricia Auer
Sempt-Elektrizitäts-Werke GmbH & Co. KG, Erding

Markus Loibl
SEW Stromversorgungs-GmbH, Erding

Iris Hagen
TRETTER-SCHUHE Josef Treter GmbH & Co. KG, München

Guido Bayer, Ines Klinghammer, Birgit Schwarz
WWK Lebensversicherung a.G., München

MITARBEITERJUBILÄEN

IHK-Ehrenurkunde

- Verleihung ab 10-jähriger ununterbrochener Betriebszugehörigkeit (15, 20, 25 Jahre usw.)
- Versand oder Abholung bei der IHK
- auf Wunsch namentliche Veröffentlichung der Jubilare bei 25-, 40- oder 50-jähriger Betriebszugehörigkeit

● Urkunde ab 30 Euro
(35,70 Euro inkl. 19 % MwSt.)
Antragsformulare und weitere Infos:
www.ihk-muenchen.de/ehrenauszeichnung
IHK-Anprechpartnerin
Monika Parzer, Tel. 089 5116-1357
parzer@muenchen.ihk.de

EU-Richtlinie

Recht auf Reparatur

Reparieren statt wegwerfen – diese Idee steht hinter der EU-Richtlinie »Recht auf Reparatur«, die im April 2024 verabschiedet wurde. Die neuen Regelungen müssen alle Mitgliedstaaten bis 31. Juli 2026 in nationales Recht umsetzen. Dann können Verbraucher bei bestimmten Produkten auf einer Reparatur bestehen. So soll die Lebensdauer von Geräten verlängert und Abfall reduziert werden. Die Regelung betrifft sowohl Hersteller als auch Händler.

Worauf müssen sich Unternehmen einstellen? Beim Warenverkauf ist künftig Folgendes zu beachten:

- Verbraucher können für ausgewählte Produktgruppen eine Reparatur zu angemessenen Kosten verlangen, wenn außerhalb der Kaufvertraglichen Gewährleistungszeit ein Mangel auftritt. Die Kosten für die Reparatur muss der Käufer übernehmen.
- Zeigt sich während der Gewährleistungszeit ein Mangel, soll das schon bestehende Recht auf Reparatur für den Verbraucher attraktiver werden.

Die Vorgaben betreffen ausgewählte Produktgruppen, die im Anhang II der Richtlinie geregelt sind. Das sind unter anderem Haushaltsgeräte (z.B. Haushaltswaschmaschinen und -trockner, Kühlgeräte, Staubsauger), elektronische Geräte (z.B. Smartphones,



Foto: Jenko/Ataman/Adobe Stock

Tablets, Displays) sowie Fahrzeuge mit Batterien (z.B. E-Scooter, E-Bikes). Künftig könnten weitere Produktgruppen hinzukommen.

Ausführliche Infos zum neuen Recht auf Reparatur gibt es auf der IHK-Website unter:

www.ihk-muenchen.de/de/Service/Recht-und-Steuern/Vertragsrecht/recht-auf-reparatur
sowie www.ihk-muenchen.de/krw

MARKTTEIL

SANIERUNGSArbeiten am / im gebäude

FUGENSANIERUNG • SCHIMMEL

Max Sommerauer GmbH

Telefon: 089/42 71 52-10 • E-Mail: info@max-sommerauer.de

Badezimmer • Dusche • Schwimmbad • Küche • Treppenhaus • Balkon

PODCAST

Podcast – Kompetenz aus einer Hand
zentiMEDIA.de/podcast



Merkur.de

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

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 anzu rufen um ein unverbindliches Angebot anzufordern.

UNIFY
OpenScape Business / 4000

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

Alcatel-Lucent
OMNI - PCX

Im Rückblick

Schätze aus dem Bayerischen Wirtschaftsarchiv



Foto: BWA

»Starke Männer« bei der Paulaner-Salvator-Thomasbräu AG (»PST!«) 1953. Mit Schnurrbart, Ringelhemd und Anker auf dem Oberarm posieren Mitarbeiter für den Fotografen, bevor es auf die Faschingsfeier der Brauerei geht.

IMPRESSUM

Wirtschaft –
Das IHK-Magazin für München und Oberbayern
82. Jahrgang, 7. Januar 2026
www.ihk-muenchen.de/magazin
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, Margrit Amelunxen, Harriet Asten, Daniel Boss, Stefan Bottler, Uli Dösch, Eva Elisabeth Ernst, Dr. Gabriele Lüke, Eva Müller-Tauber, Natascha Plankermann, Melanie Rübartsch, Josef Stelzer

Redaktion Berlin: Sabine Höpfer

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

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

Anzeigendisposition:
Telefon: 089 139284231
E-Mail: wirtschaft@mup-verlag.de

Produktion: adOne,
Tengstraße 27, 80798 München,
Telefon 089 1392842-0, Fax 089 1392842-28
www.adone.de

Projektleitung: Philip Esser
Grafik: Ulrich Wassmann
Druck: Möller Pro Media GmbH
Zeppelinstraße 6
16356 Ahrensfelde OT Blumberg
Titelbild: littlewolf1989/Adobe Stock

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

Bekanntgabe nach § 8 (3) des Gesetzes über die Presse: Inhaber ist die Industrie- und Handelskammer für München und Oberbayern, eine Körperschaft des öffentlichen Rechts.

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: 114.103 (IVW III. Quartal 2025)
Zurzeit gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 82
vom 1.1.2026

SECRET SALE

– Der Premium-Service für
besondere Immobilien!



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



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

(089) 17 87 87 - 0



HYBRIDE ARBEIT

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

Am besten Sie schauen sich das mal an.



BUSINESSCAMPUS.DE

DER
STANDORT

Business Campus 

EIN UNTERNEHMEN DER DV IMMOBILIEN GRUPPE