IHK

Das IHK-Magazin für München und Oberbayern

wirtschaft

10/2026

www.ihk-muenchen.de/magazin

Labor der Zukunft

Was Oberbayern als Biotech-Standort stark macht – und was noch fehlt

30 GRÜNDUNG
Beratung und Netzwerke für Unternehmerinnen

55 E-COMMERCE
Mehr Erfolg mit dem richtigen Plattformmix

58 KAPITAL
So finden Firmen die passende Finanzierung

Hinterschwepfinger.de

Wie viel Zukunft steckt in Ihrem Standort?

Lesen Sie, wie bayerische Mittelständler

- Flächen effizienter nutzen
- Spielräume für Wachstum schaffen
- In Deutschland wettbewerbsfähig bleiben

Aufklappen & Praxisbeispiele entdecken →

Hinterschwepfinger

Vorwärts und Aufwärts

Foto: IHK/Hans-Rudolf Schulz

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

»Onward and Upward« – unter diesem Motto »Vorwärts und Aufwärts« schießt die 28 Meter lange »Spectrum«-Rakete am 5. September in den norwegischen Nachthimmel. Die »Spectrum« ist nicht nur die erste deutsche Trägerrakete, sondern auch die erste privat entwickelte Rakete, die vom europäischen Kontinent aus den Orbit erreicht: Nach knapp vier Minuten überschreitet sie die Flughöhe von 100 Kilometern – die Grenze zum Weltall. Dann fliegt die »Spectrum« weiter und setzt 500 Kilometer über dem Erdboden fünf wissenschaftliche Satelliten aus.

Mission erfüllt. Und europäische Raumfahrtgeschichte geschrieben! Unserem Start-up Isar Aerospace aus Ottobrunn ist ein technologischer und unternehmerischer Coup gelungen: Drei Studenten der Technischen Universität München (TUM) arbeiten an Raketentriebwerken, bauen nach der Gründung 2018 erste Prototypen mit Unterstützung der TUM, wachsen im bayerischen Innovations-Ökosystem und starten nunmehr in Parsdorf eine hoch automatisierte Serienfertigung für bis zu 40 Raketen im Jahr.

Tatkraft, Weitsicht und Durchhaltevermögen der Gründer von Isar Areospace sind bewundernswert. Ein Paradebeispiel für neues Unternehmertum »made in Bavaria«. Bayern und ganz Deutschland brauchen mehr davon. Die gute Nachricht: Genau das passiert gerade! Die technologischen Gründungen im Umfeld unserer Universitäten wachsen und gedeihen. In Rekordzeit entsteht eine neue Macher-Generation. Allein die TUM Venture Labs betreuen mehr als 1.000 zukunftsweisende wissenschaftliche Gründungen (»Deeptech«). Im ersten Halbjahr 2026 zählte Bayern 626 neue Start-ups, fast doppelt so viele wie im Halbjahr davor. Über 40 Prozent des in Deutschland investierten Wagniskapitals flossen 2026 in den Freistaat. Diese Start-ups sind ein Schlüssel für unsere technologisch-industrielle Wettbewerbsfähigkeit. Und für unser künftiges Wachstum.

Eine nachhaltige Volkswirtschaft funktioniert wie eine nachhaltige Forstwirtschaft: Wir müssen vitalen Boden erhalten, gesunde Bäume schützen und gleichzeitig Verjüngungsmaßnahmen einleiten – also neue, robuste Bäume pflanzen und die jungen Triebe pflegen. Deshalb begrüßen wir die Start-up-Strategie des Bundeswirtschaftsministeriums und die Hightech-Strategie des Bundesforschungsministeriums.

Aber das allein reicht nicht.

Damit es für alle Unternehmen in Bayern und Deutschland »Vorwärts und Aufwärts« geht, brauchen wir eine neue, moderne Leistungskultur: für bessere schulische Basiskompetenzen, für fleißige, qualifizierte Fachkräfte aus dem In- und Ausland, für flexible Beschäftigungsmöglichkeiten, für wettbewerbsfähige Steuern und Abgaben, für digitale und schnelle Verwaltungs-, Planungs- und Genehmigungsprozesse sowie für einen besseren EU-Binnenmarkt mit viel weniger Detailregulierungen und viel mehr unternehmerischen Freiheiten.

Dieses »Vorwärts und Aufwärts« ist mit einer offensiven Strategie des Aufbruchs und des Anpackens verbunden. Wer hingegen ein »Rückwärts« fordert und die angefangenen Reformen stoppen will, kann vielleicht Zeit gewinnen – wird aber niemals den Aufstieg schaffen.

Ihr

TOP-THEMEN

TITELTHEMA
BIOTECHNOLOGIE

Ein dichtes Netzwerk aus Forschung, Unternehmen, Gründerzentren und Investoren macht Oberbayern zu einem Biotech-Hotspot. Was den Standort auszeichnet – und wo es Nachholbedarf gibt.

Foto: kasto/Adobe Stock

UNTERNEHMEN + MÄRKTE
MARIE GÉRARD

Vor zehn Jahren ist Marie Gérard (Bild) in den elterlichen Wohnwagen- und Wohnmobilverkauf eingestiegen, seit fünf Jahren leitet sie die Geschäfte – und hat die Firma seither deutlich umgebaut.

Foto: Jan Schmiedel

BETRIEB + PRAXIS
KOMMUNIKATION

Ob Cyberangriff, Reklamation oder Werksunfall – Krisen können jedes Unternehmen treffen. Warum gute Vorbereitung entscheidend ist und welche Kommunikation im Ernstfall Vertrauen schafft.

Foto: LuxeShutter/peopleimages.com/Adobe Stock

INHALT

NAMEN + NACHRICHTEN

6 **HANDEL**
Andreas Bensegger, Chef des gleichnamigen Büroausstatters, über seinen prämierten virtuellen Showroom

11 **IHK AKTUELL**
DIHK-Umfrage Konfliktlösung

UNTERNEHMERPROFIL

12 **KARL WEINHOLD**
»Was es nicht gibt, muss man selbst machen«, findet der Gründer des Lichtspezialisten feno

TITELTHEMA

14 **BIOTECHNOLOGIE**
Warum die Branche in Oberbayern so erfolgreich ist – und wo noch Schwachpunkte liegen

19 **IHK AKTUELL**
KI im Steueralltag/Münchner Datenschutz-Tag/KI-Konferenz

STANDORTPOLITIK

22 **CORRATEC**
Firmenchef Konrad Irlbacher berichtet über Branchenkrisen, China-Konkurrenz und Erfolgsstrategien

25 **IHK AKTUELL**
Prüfungsberichte/Weiterbildungspflicht

26 **TRAM MÜNCHEN**
Von der Pferde-Tram bis zur Westtangente – ein Rückblick zum 150-jährigen Jubiläum

28 **BAUEN**
Welche Vorteile das neue Portal DiPlanung für Unternehmen und ihre Bauvorhaben hat

30 **GRÜNDERINNEN**
So unterstützen Beratung und Netzwerke Frauen beim Aufbau einer Firma

34 **ETS II**
Emissionshandel: was Unternehmen über das neue System ETS II wissen sollten

38 **FLUGHAFEN MÜNCHEN**
Von Passagieren über Luftfracht bis Innovationszentrum – was bestimmt das Geschäft des Airports? Und wo gibt es Nachholbedarf?

UNTERNEHMEN + MÄRKTE

42 **ALTE BRAUEREI STEGEN**
Die Verwandlung einer alten Brauerei zum innovativen Kulturzentrum

45 **IHK AKTUELL**
Brenner-Exkursion/Arbeitsverbote

46 **WOHNWAGEN GÉRARD**
Seit Marie Gérard ins Familienunternehmen eingestiegen ist, hat sich der Umsatz deutlich erhöht – wie ist ihr das gelungen?
48 **TRADE & CONNECT**
Zölle, Kriege und wacklige Lieferketten: Beratung und Austausch sind für Firmen wichtiger denn je

BETRIEB + PRAXIS

52 **KOMMUNIKATION**
Wie Unternehmen mit Krisen kommunikativ umgehen können
55 **E-COMMERCE**
Mit dem richtigen Plattformmix die Chancen im Vertrieb erhöhen
58 **FINANZIERUNG**
Liquidität und Wachstum sichern: ein Überblick über Finanzierungsformen
61 **EVENTS**
Wirtschaftsempfänge in Ingolstadt, Rosenheim und Weilheim-Schongau
64 **IHK AKTUELL**
Neue Erlaubnispflicht für Darlehensvermittler

RUBRIKEN

3 **EDITORIAL**
8 **FIRMENJUBILÄEN**
66 **IM RÜCKBLICK/IMPRESSUM**

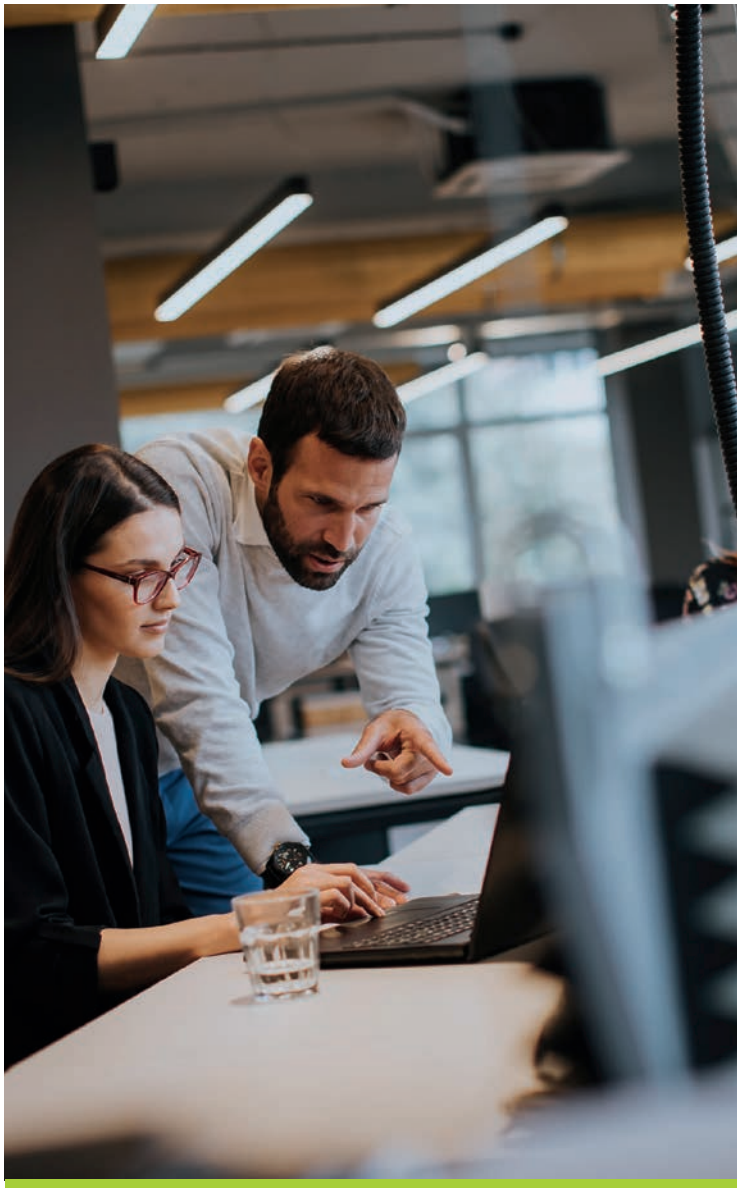
Sie bekommen mehrere IHK-Magazine oder lesen lieber digital?

Wenn Sie mit mehreren Firmen IHK-Mitglied sind, erhalten Sie auch das IHK-Magazin mehrfach. Wer Exemplare abbestellen möchte, kann dies über das Serviceportal »Meine IHK« erledigen:
meine.ihk-muenchen.de
Das IHK-Magazin digital gibt es hier:
www.ihk-muenchen.de/magazin

Beilagenhinweis:
AIGNER Immobilien (Teilbeilage), WEKO Wohnen Rosenheim (Teilbeilage), WORTMANN AG

linkedin.com/company/ihk-muenchen
fb.com/ihk.muenchen.oberbayern
@IHK_MUC

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



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 Kreativitäts-potenzials 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

Auszeichnung

Preis für Münchner Start-up

Das Münchner Start-up Nuno GmbH (Nuno Labs) hat gemeinsam mit der Lechwerke AG (LEW) aus Augsburg den Bayerischen Energiepreis 2026 erhalten. Bayerns Wirtschaftsminister Hubert Aiwanger verlieh die Auszeichnung in der Kategorie »Digitalisierung im Energiebereich« für das Projekt »Kurzfristige Einspeiseprognosen mit der Hardware und KI von Nuno Labs auf den Solarparks der Lechwerke«. Insgesamt wurden neun Projekte in sechs Kategorien prämiert.

Nuno Labs, ein Spin-off der TU München, hat sich auf kurzfristige präzise Prognosen für Solarparks spezialisiert: Mithilfe spezieller Himmelskameras und KI sagt es die Solarstrom-Einspeisung bis zu zwei Stunden voraus. Das erhöht die Wirtschaftlichkeit für die Akteure im Energiemarkt. Die Lechwerke AG, regionaler Energieversorger in Bayerisch-Schwaben und Teilen Oberbayerns, erprobte die Technologie im Netzbetrieb ihrer Solarparks.

Foto: StMWi/A. Heddergott

Ehrung – Bayerns Wirtschaftsminister Hubert Aiwanger (r.) mit den Preisträgern von Nuno und Lechwerken

»Die Energiewende wird nicht durch eine einzelne Technologie gewonnen, sondern durch viele innovative Lösungen aus Forschung, Wirtschaft und Kommunen«, betonte Aiwanger bei der Verleihung. Der Bayerische Energiepreis wird alle zwei Jahre vom Bayerischen Wirtschaftsministerium vergeben und würdigt herausragende Leistungen rund um Energieeinsparung und erneuerbare Energien.

www.stmwi.bayern.de/wettbewerbe/bayerischer-energiepreis

Handel

»VR ausprobieren und auf sich wirken lassen!«

Attraktiv bleiben – dank neuer Ansätze – das ist das Motto des Wettbewerbs »Digitale Champions im bayerischen Handel«. Das Bayerische Wirtschaftsministerium und die Unternehmensberatung ibi research haben mit der Günther Rid Stiftung für den bayerischen Einzelhandel kürzlich sechs Preisträger gekürt. Einer davon ist die Bensegger GmbH aus Rosenheim, ausgezeichnet für ihren virtuellen Showroom. Geschäftsführer Andreas Bensegger erläutert, warum er neue Technik wie virtuelle Realität (VR) sinnvoll findet.

Herr Bensegger, wofür nutzen Sie als Bürofachhändler vier VR-Brillen?

Für manche war es schon eine Überraschung, dass ich im 166. Firmenjahr plötzlich mit so was ankam *(lacht)*. Meine Vorfahren sind mit dem Buchhandel gestartet. Wir haben immer die Entwicklungen beobachtet und danach gehandelt. Heute haben wir 65 Mitarbeitende und statten insbesondere gewerbliche Kunden mit allem aus, was es im Büroalltag braucht. Speziell Möbel und Bürosysteme kann und will man sehen und ausprobieren, bevor man sie für Jahre anschafft.

Wie sieht das konkret aus?

Ein Kunde macht einen Termin in unserem virtuellen Showroom aus, bekommt zwei VR-Brillen zugeschickt. Dann wird er von einem Avatar online begrüßt. Diese Figur am Bildschirm steuert ein Vertriebskollege von uns. Er führt ihm Gerätevarianten vor, kann sogar Produktdaten aus Präsentationen live öffnen und vergleichen. Der Kunde kann etwa die Größe von Multifunktionsgeräten verändern oder Funktionen durchtesten.

Ist das nicht reine Spielerei?

Für mich nicht. Allein so etwas anzubieten, erleichtert uns die Kontaktanbahnung, macht neugierig und ist eine Vertriebsunterstützung. Außerdem können wir damit unsere Kunden zwischen Garmisch-Partenkirchen, München, Burghausen und dem Königssee besser betreuen. Nicht jeder kann für eine Produktvorführung nach Rosenheim kommen. Virtuell bieten wir eine zusätzliche Ebene der persönlichen Beratung. Auch im virtuellen Raum entsteht Verbundenheit. Es wurden schon erste Aufträge daraus.

Wie nimmt man das Team dafür mit?

Wir alle legen gerade eine steile Lernkurve hin. Ich sag immer: »Traut euch.« Klar fällt das den Jüngeren leicht, aber es macht wirklich Spaß. Man öffnet sich, auch ich mit 54. Im Ernst: Bis Jahresende werden sich weitere Kollegen dafür »warmlaufen«. Unsere IT unterstützt sie. Wir nutzen VR auch selbst, weil wir aktuell unsere Gebäude erweitern.

Haben Sie weitere Pläne zur Digitalisierung?

Wir wollen Trends erkennen, einen Wissensvorsprung haben und Mehrwert bieten. Der Kundendienst, Schulungen, auch von Herstellern, werden immer virtueller. Für mich zählt die Haltung: Ausprobieren, auf sich wirken lassen! Innovation geht auch in einem mittleren Familienbetrieb. (sche)

Foto: IHK

IHK Selbstständigentag

Impulse für Selbstständige

Wie lassen sich KI-Agenten sinnvoll im Arbeitsalltag einsetzen? Wie verändert sich digitale Sichtbarkeit? Was ist bei der E-Rechnung zu beachten? Und was bei aktuellen Änderungen zu Mutterschutz und Elterngeld? Antworten auf diese und viele weitere Fragen gibt der 5. IHK Selbstständigentag. Auf dem Programm steht eine Paneldiskussion zu den veränderten Herausforderungen für Selbstständige. Workshops und Deep Dives bieten vertiefendes Wissen und konkrete Anregungen für den unternehmerischen Alltag. Ab 19 Uhr können Teilnehmer beim Networking Kontakte pflegen.

Termin: 22. Oktober 2026, 16–19 Uhr
Ort: IHK für München und Oberbayern,
Max-Joseph-Straße 2, 80333 München
Infos: **www.events.ihk-muenchen.de/selbststaendigentag-2026**

Foto: Tobias Hase

Neues erfahren, Kontakte knüpfen – IHK Selbstständigentag

Messetickets

Medienmacher unter sich

2026 jähren sich die »MEDIENTAGE München« zum 40. Mal – vom 21. bis 23. Oktober finden sie unter dem Motto »Own it!« statt. 350 Experten nehmen digitale Souveränität, technologische Unabhängigkeit und den Einsatz von KI in den Fokus. IHK-Mitglieder erhalten zehn Prozent Rabatt auf den Dreitagespass im House of Communications und im umliegenden Münchner Werksviertel. Die vergünstigten Tickets gibt es nicht im Ticketshop, sondern auf:
www.ihk-muenchen.de/medientage (Code: mtm40_ihk_rabatt)
Mehr zum Programm der MEDIENTAGE: **www.medientage.de**

Rund 40.000

Jugendliche starteten im September in Bayern eine Ausbildung in Industrie, Handel und Dienstleistung – 4,5 Prozent weniger als 2025.

Quelle: BIHK

KURZ & KNAPP

Maschinenbau

Mehr Aufträge

Der bayerische Maschinen- und Anlagenbau meldet für Juni 2026 ein Auftragsplus von 52 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Die stärksten Impulse kamen dabei aus den Nicht-Euro-Ländern (plus 122 Prozent), während die Bestellungen aus den Euro-Ländern um 25 Prozent unter denen des Vorjahrs lagen. Insgesamt fiel das Auslandsgeschäft damit rund 70 Prozent stärker aus als im Vorjahr.
www.vdma.eu/de/bayern

Energie

Pitch vor Investoren

Der Energy Launchpad Award sucht Energie-Start-ups und Forschungsteams: Der Idea Energy Award richtet sich an Teams vor der Gründung, der Startup Energy Award an bereits gegründete Unternehmen. Ziel des Wettbewerbs ist es, wissenschaftsbasierte Energieinnovationen schneller in marktfähige Unternehmen zu überführen. Die Sieger erhalten Preisgelder von bis zu 5.000 Euro sowie Mentoring und Kontakte zu über 60 Investoren. Bewerbungen sind noch bis 13. Oktober 2026 möglich. Weitere Infos:
www.launchpad.energy/energy-award

Förderung

Kräftiges Plus

Die LfA Förderbank Bayern hat im ersten Halbjahr 2026 Darlehen in Höhe von 1,6 Milliarden Euro an die bayerische Wirtschaft zugesagt – eine Zunahme von 61 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Am stärksten gefragt war der Gründungs- und Wachstumskredit mit insgesamt rund 485 Millionen Euro, ebenso boomten Kredite für die digitale und energetische Transformation. So stieg zum Beispiel die Nachfrage nach Förderkrediten rund um Energieeffizienz und erneuerbare Energien auf insgesamt rund 375 Millionen Euro.
www.lfa.de

Firmenjubiläen

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

125 JAHRE

Sankt Michaelsbund

München

1901 gründete Prälat Georg Triller, Generalvikar im Bistum Eichstätt, den »Katholischen Preßverein« für Bayern, der später in Sankt Michaelsbund umbenannt wurde. Ziel war es, qualitätsvolle Literatur zu fördern. Mit verschiedenen Zeitungen und dem Aufbau von Büchereien sowie mit Bildungsveranstaltungen wurde er zu einem wichtigen bayerischen Bildungsverein. Heute ist der Michaelsbund ein katholisches Medienhaus, das Hörfunk-, TV- und Onlineredaktionen sowie eine Buchhandlung betreibt. Geleitet wird er von Stefan Eß.

Foto: Michaelsbund

Direktor Stefan Eß (r.) mit IHK-Hauptgeschäftsführer Manfred Gößl

Foto: IHK

Reinhard Häckl, stellvertretender Vorsitzender IHK-Regionalausschuss Landsberg am Lech, Inhaberin Alexandra Filgertshofer, Andreas Filgertshofer und Andreas Korn, Leiter IHK-Geschäftsstelle Weilheim (v.l.)

100 JAHRE

Hotel Gasthof Seefelder Hof

Dießen am Ammersee

Das traditionsreiche Hotel am Ammersee ist bereits seit drei Generationen im Besitz der Familie Filgertshofer. Zuletzt errichtete sie 2007 einen Neubau, der das bestehende Gebäude ergänzt. Neue Erweiterungen sind geplant. Die Inhaberin ist Alexandra Filgertshofer.

100 JAHRE

Chiemseer Dirndl & Tracht R. Ehrenleitner oHG

Übersee

Das Unternehmen geht auf einen kleinen Kramerladen zurück, den Josef Ehrenleitner und seine Frau Maria 1926 gründeten. Sie verkauften zunächst Lebensmittel, Kurzwaren und Werkzeuge. Nach dem Zweiten Weltkrieg hängte Maria selbst geschneiderte Dirndl und Kindertrachtenhosen ins Schaufenster – ein Verkaufserfolg. Wegen der steigenden Nachfrage erweiterten die Ehrenleitners allmählich die Dirndlfertigung, bis sie sich 1985 schließlich ganz auf das Geschäft mit der Tracht konzentrierten. Heute hat die Firma rund 30 Mitarbeitende. Die Geschäfte führt Marco Ehrenleitner.

Foto: IHK

Familie Ehrenleitner mit Geschäftsführer Marco Ehrenleitner (M.), Nikolaus Binder (r.), Vorsitzender IHK-Regionalausschuss Traunstein, und IHK-Regionalreferentin Nadja Kamieth (l.)

Sichere Telefonie geht auch einfacher

Unternehmenskommunikation sicher, integriert und zukunftsfähig gestalten

Unternehmenskommunikation umfasst heute weit mehr als die Funktionen einer klassischen Telefonanlage. Moderne IP-basierte Lösungen ermöglichen multimediale Kommunikationsplattformen, unabhängig von Endgerät und Standort. Ergänzt werden diese zunehmend durch cloudbasierte Dienste, die sich nahtlos in bestehende Kommunikationsumgebungen integrieren lassen. Das schafft Flexibilität und beschleunigt Prozesse, erhöht aber zugleich die Anforderungen an Sicherheit, Verfügbarkeit und den Schutz sensibler Unternehmensdaten.

Foto: Jamie Grill, M-net

Sicherheit als Grundlage

Kommunikation gehört zu den geschäftskritischen Anwendungen eines Unternehmens. Entsprechend hoch sind die Anforderungen an Datenschutz, Compliance und Ausfallsicherheit. Die Bedrohungslage wächst kontinuierlich, mit immer neuen Angriffsszenarien. Das zeigt: Vertrauenswürdige Kommunikationswege sind wichtiger denn je. Entscheidend ist das Zusammenspiel aus aktuellen Sicherheitsstandards, leistungsfähigen Netzwerken und Kommunikationssystemen.

Für viele Unternehmen liegt genau hier die Herausforderung: Die verschiedenen Komponenten selbst auszuwählen, aufeinander abzustimmen und dauerhaft zu betreiben erfordert Zeit, Ressourcen und spezialisiertes Know-how.

Alles aus einer Hand

Einfacher wird es, wenn die einzelnen Bausteine nicht separat beschafft und verwaltet werden müssen, sondern bereits Teil eines aufeinander abgestimmten Gesamtkonzepts sind. M-net bietet hierfür ein integriertes Portfolio aus Netz, Sprache und Service:

- (Redundante) Internetanbindung über das eigene Glasfasernetz
- Optionaler Voice-Only-Anschluss für Sprachdaten mit zusätzlich reduzierter Angriffsfläche
- BSI-konformer SIP-Trunk
- Optionaler SIP-Trunk mit Direct Routing für Microsoft Teams
- CloudCom: die cloudbasierte Kommunikationslösung von M-net
- Hohe Ausfallsicherheit und schnelle technische Reaktionszeiten

Verwurzelt in Bayern, verbunden mit der Welt

Als regionaler Telekommunikationspartner kennt M-net die Anforderungen bayerischer Unternehmen genau. Statt mehrerer Ansprechpartner erhalten Kunden einen persönlichen Ansprechpartner vor Ort, der Lösungen passend zur Unternehmensgröße plant und den laufenden Betrieb begleitet.

So entsteht eine Kommunikationsinfrastruktur, die den heutigen Anforderungen gerecht wird und gleichzeitig Raum für zukünftige Entwicklungen bietet. Sie schützt sensible Geschäftskommunikation, stellt die kontinuierliche Erreichbarkeit sicher und schafft Vertrauen bei Kunden, Partnern und Mitarbeitenden.

„Moderne Unternehmenskommunikation muss heute drei Anforderungen gleichzeitig abdecken: Sie muss zuverlässig funktionieren, höchste Sicherheitsstandards erfüllen und sich flexibel an veränderte Geschäftsanforderungen anpassen."

Jörg Ahlers,
Senior-Produktmanager Business Solutions, M-net

Mit M-net an der Seite ist sichere Unternehmenskommunikation einfacher als gedacht.

Wir unterstützen Sie gerne!
Kontaktieren Sie uns für ein unverbindliches persönliches Beratungsgespräch.

Mehr zu sicherer Telefonie:
m-net.de/business-sicherheit

M-net Telekommunikations GmbH
Frankfurter Ring 158
80807 München
Tel.: 0800 7239848

Ein Unternehmen der SWM

Foto: Schreiner Group

Roland Schreiner mit IHK-Bereichsleiterin Elke Christian

75 JAHRE

Schreiner Group GmbH & Co.KG

Oberschleißheim

Margarethe und Theodor Schreiner starteten 1951 mit der »M. Schreiner – Spezialfabrik für geprägte Siegelmarken und Etiketten« in einer 45 Quadratmeter großen Garage im Münchner Stadtteil Laim. 1974 übernahm Sohn Helmut Schreiner die Geschäfte und entwickelte den Betrieb kontinuierlich weiter. Heute ist die Schreiner Group auf die Entwicklung und Produktion innovativer Funktionslabels, Kennzeichnungslösungen und Hightech-Etiketten spezialisiert und gilt als international erfolgreicher »Hidden Champion«. Roland Schreiner führt das Familienunternehmen seit 2012 in dritter Generation.

IHK-EHRENURKUNDE

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

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

65 JAHRE

BLOCK Hotel & Living

Ingolstadt

1961 eröffneten Richard und Elisabeth Scholze, die aus einer alten Hoteliersfamilie stammte, ein kleines Hotel in Ingolstadt. Ihre Tochter Renate, verheiratet mit dem Kaufmann Karl-Heinz Block, übernahm 1980 die Leitung des Hotels, erweiterte und modernisierte den Betrieb. Seit 2000 führt Gründerenkelin Carolin Block die Geschäfte. Ihre Tochter Victoria ist bereits ins Unternehmen eingestiegen.

Foto: Stefan Bösl

Geschäftsführerin Carolin Block (3.v.l.) mit ihrer Mutter Renate Block (2.v.l.), ihrer Tochter Victoria Block (r.) und Catherine Schrenk, Leiterin IHK-Geschäftsstelle Ingolstadt

30 JAHRE

Aerotech Peissenberg GmbH & Co.KG

Peissenberg

Das Unternehmen wurde 1970 als Werk zur Bauteileherstellung für Schiffsdieselmotoren von MTU Aero Engines gegründet und 1996 aus dem Konzern ausgegliedert. Ein Jahr später übernahm Robert Drosten das Unternehmen komplett und baute es zum international tätigen Zulieferer der Flugtriebwerksindustrie aus. 2011 kaufte MT Aerospace die Firma. Sie ist heute auf die Herstellung von Industriegasturbinen sowie von Bauteilen für Triebwerke spezialisiert.

Foto: Aerotech Peissenberg

Geschäftsführer Hans Jürgen Steininger (M.) mit Stefan Schleicher (r.), Vorsitzender Regionalausschuss Weilheim-Schongau, und Andreas Korn, Leiter der IHK-Geschäftsstelle Weilheim

DIHK-Umfrage

Wirtschaftliche Konflikte lösen: Ihre Erfahrungen sind gefragt

Wie gehen Unternehmen mit wirtschaftlichen Konflikten um? Welche Erfahrungen haben sie mit staatlichen Gerichten, Schiedsverfahren, Mediation und anderen Formen der Streitbeilegung gemacht? Und welche Anforderungen stellen sie an eine moderne und wirtschaftsnahe Rechtsdurchsetzung?

Die Deutsche Industrie- und Handelskammer (DIHK) und die Agentur Wegweiser führen hierzu eine bundesweite Unternehmensbefragung durch. Firmen aller Größen und Branchen können teilnehmen und ihre Erfahrungen und Einschätzungen einbringen.

Im Fokus stehen die Nutzung verschiedener Konfliktlösungswege, die Bedeutung von Faktoren wie Schnelligkeit, Kosten, Verlässlichkeit und wirtschaftlichem Sachverstand sowie Erfahrungen mit staatlichen Gerichten und Schiedsverfahren. Zudem werden neue Angebote wie Commercial Courts angesprochen. Eine weitere Frage zielt auf den Einsatz von künstlicher Intelligenz in der Rechtsarbeit etwa für Recherchen, Vertragsprüfungen, Compliance-Aufgaben oder die Vorbereitung von Streitfällen ab und darauf, welche Entwicklungen hier zu erwarten sind.

Konflikte lösen – wie Unternehmer wirklich vorgehen

Foto: Kim Schneider/Adobe Stock

Mit ihrer Teilnahme tragen Unternehmen dazu bei, ihre praktischen Erfahrungen und Anforderungen in die Diskussion über eine moderne, effiziente und wirtschaftsnahe Konfliktlösung einzubringen. Die Ergebnisse werden veröffentlicht und mit Vertretern aus Justiz, Politik, Wirtschaft und Technologie diskutiert.

Die Befragung dauert zehn bis zwölf Minuten.

Jetzt teilnehmen: **wegweiser.questionpro.eu/djmWirtschaftSyndikusanwaltschaft**

ADAC Pkw-Training

Mit dem ADAC Pkw-Training ist Ihr Team sicher unterwegs.

- Optimierung der Schadensbilanz und Ausfallzeiten
- Kosteneinsparung im Fuhrpark
- Wirtschaftliche und effiziente Fahrweise
- Bezuschussung durch viele Berufsgenossenschaften möglich

Erhalten Sie Ihr maßgeschneidertes Angebot unter 0800 89 800 88
(kostenfreie Buchungshotline)

adac-fahrtraining.de

ADAC

ADAC Fahrsicherheitszentren Augsburg, Kempten, Regensburg, Ingolstadt, Landshut

Ein Techniker, der Künstler versteht – Karl Weinhold mit der Lichtinstallation »Elliptical Glass« von James Turrell

Foto: Marion Vogel

Das Lichtprojekt

Spektakuläre Projekte mit Lichtkünstlern machten ihn bekannt. Heute liefert Karl Weinhold mit seiner Firma vor allem ausgeklügelte LED-Systeme für die Automobilindustrie.

Von Harriet Austen

Was es nicht gibt, muss man selbst machen.« Nach diesem Motto hat Karl Weinhold sein Lichttechnikunternehmen feno GmbH gegründet: In Eigenregie entwickelt er neuartige Steuergeräte, Leuchtmittel, Maschinen und Systeme.

»Ich war schon als Kind technikinteressiert und schrieb mit zwölf Jahren Software«, sagt der 58-Jährige. Hinzu kommen Kreativität und das Ziel, »etwas zu erschaffen, was ich anschauen kann«.

Zum Thema Licht sei er »wie die Jungfrau zum Kind« gekommen, sagt Weinhold. Für sein Maschinenbaustudium absolvierte er ein Praktikum bei einem Hersteller von Leuchtensystemen. Das verlief so erfolgreich, dass er ein ganzes Jahr blieb und gut verdiente. In die Uni kehrte er nicht mehr zurück.

Das entscheidende Erlebnis hatte er dann in seinem folgenden Job als Bühnen- und Fernsehbeleuchter: Zu seinem Leidwesen gab es auf dem Markt keine präzise, stufenlose Farbansteuerung ohne die Verwendung von Filterfolien. Er beschloss, das Bauteil selbst herzustellen und dafür die KWL-Lighting GmbH zu gründen. Fachwissen dafür hatte er in vier Semestern Maschinenbau ja gesammelt. Die nötige Steuerelektronik fertigte eine Firma nach seinen Plänen.

Das damals einmalige Produkt verkaufte sich gut. »Eigentlich aber wollte ich Leuchten herstellen«, so Weinhold. Die Gelegenheit dazu ergab sich, als er über eine neue Lichtsteuerung zur Allgemeinbeleuchtung kam – und zu einer einträglichen Kooperation mit dem österreichischen Lichttechnikunternehmen Tridonic und dem Leuchtenkonzern Osram. Weinholds Idee, farbige T5-Leuchtstofflampen herzustellen, wollte der Konzern allerdings nicht verfolgen. »Dann nehme ich das halt selbst in die Hand«, entschied der Unternehmer und fand dafür eine Partnerfirma in Sachsen. Er hatte seine Nische gefunden: Steuerungen und farbige Leuchtmittel, die es so auf dem Markt noch nicht gab.

Seine unkonventionelle Herangehensweise sprach sich herum. Renommierte Künstler wie Angela Bulloch, James Turrell oder Yves Peitzner und Leuchtendesigner wie Ingo Maurer kamen auf ihn zu, weil er ihre hochkomplexen Ansprüche in die Praxis umsetzen konnte. »Ich hätte nie gedacht, dass mein Traum, mit Künstlern zusammenzuarbeiten, schon nach fünf Jahren in Erfüllung geht«, so Weinhold. Vor allem mit James Turrell entstanden weltweit »fantastische Lichtkunstprojekte« wie die meditativen Skyspace-Installationen. »Ich bin ein Techniker, der Künstler versteht.«

Anfangs entwickelte, programmierte und baute Weinhold sämtliche Anlagen selbst. Dafür war eine eigene Fertigung nötig. Er schaffte die erforderlichen Geräte an, zog mit dem Betrieb in größere Räume und beauftragte eine Agentur, ein Marketingkonzept zu erstellen und einen griffigeren Firmennamen zu suchen. 2009 firmierte das Unternehmen in feno GmbH um, etablierte einen Vertrieb und warb auf dem Markt damit, ein tiefes Verständnis für jede Lichtanwendung zu haben und über künstlerisches Bewusstsein zu verfügen. Weinhold hatte eine wichtige Etappe geschafft: Die gesamte Prozesskette befand sich nun in Oberhaching bei München, wo in Premiumqualität und in Serie gefertigt werden konnte.

Sein nächstes Ziel: »Ich möchte den Qualitätsanspruch der Lichtkunst auf die Automobiltechnik übertragen.« Er und seine Mitarbeiter hatten begriffen, dass »die technischen Anforderungen der Lichtkunst in ihrer Präzision und Perfektion weit über alles hinausgehen, was wir bisher gemacht haben«. Geistige Flexibilität und die Befreiung von erlerntem Sehen und Denken seien dazu nötig.

Das Ergebnis: ungewöhnliche LED-Lichtsysteme für die neuen unden aus der Automobilindustrie – heute mit einem Umsatzanteil von 80 Prozent das größte Geschäft von feno. »Qualitativ wertvolles Licht im Fahrzeug kann so gesteuert werden, dass es für Wohlbefinden, Entspannung, Ruhe oder Aufmerksamkeit sorgt«, sagt Weinhold, der in einzigartigen Lichterlebnissen »ein Riesenpotenzial« sieht. Schon jetzt fertigt feno über sechs Millionen Baugruppen pro Jahr. Weitere Kunden kommen aus der Medizintechnik, der Architektur und den Reedereien für Yachten und Kreuzfahrtschiffe.

Dennoch hat er momentan anderes vor. »Ich suche nicht mehr mit Gewalt nach neuen Märkten. Mir ist wichtig, das Unternehmen von innen heraus in den Fokus zu rücken.« Das bedeutet für ihn, Prozesse, Qualitätsstandards und die Arbeitsumgebung zu optimieren. »Die Automatisierung ist für uns die größte Herausforderung, um wettbewerbsfähig zu bleiben«, sagt Weinhold. Versteht sich, dass feno die Maschinen dafür teilweise selbst baut. ●

www.feno.com

ZUR PERSON

Karl Weinhold, Jahrgang 1968, studierte kurz Maschinenbau, arbeitete bei einem Leuchtenhersteller und war als Bühnen- und Fernsehbeleuchter tätig, bevor er 1998 seine Firma KWL-Lighting GmbH in München gründete. Seit 2003 arbeitet der Unternehmer mit unterschiedlichen Lichtkünstlern zusammen. 2009 firmierte das Unternehmen in feno GmbH um und fertigt mit 75 Mitarbeitern immersive LED-Systeme.

Biotech-Forschung – bis zum marktreifen Produkt sind Geduld und Kapital gefragt

Foto: kasto/Adobe Stock

Ökosystem mit Anziehungskraft

Ein dichtes Netzwerk aus Forschung, Unternehmen, Gründerzentren und Investoren macht Oberbayern zu einem führenden Biotech-Hotspot. Was den Standort ausmacht – und wo es noch etwas zu tun gibt.

Von Sabine Hölper

Im Frühjahr hat der US-Pharmakonzern Gilead das 2019 gegründete Münchner Krebsforschungsunternehmen Tubulis GmbH für bis zu fünf Milliarden US-Dollar (ca. 4,3 Milliarden Euro) übernommen. Der großvolumige Einstieg gilt als bislang größte Biotech-Transaktion in Deutschland. Und mehr noch: Er unterstreicht die Bedeutung Bayerns und Oberbayerns im globalen Biotech-Markt. »Der Deal ist ein großartiger Erfolg, jetzt kommen vermehrt Großinvestoren, Private-Equity-Gesellschaften und Family Offices aus den USA nach Bayern«, sagt Ralf Huss (64), Geschäftsführer der BioM Biotech Cluster Development GmbH in Martinsried.

Bayern, vor allem Oberbayern, hat sich zu einem der führenden Standorte für innovative Biotech-Unternehmen in Europa entwickelt. Der Aufschwung begann bereits Mitte der 1990er-Jahre. Damals gaben Mittel aus der High-Tech-Offensive Bayern (HTO) der Bayerischen Staatsregierung den entscheidenden Schub.

1997 wurde BioM gegründet, die zentrale Netzwerkorganisation für Medizin- und Biotechnologie in Bayern mit dem eigenen Inkubator »MAxL« für Gründer. Bereits zwei Jahre zuvor, 1995, war das Innovations- und Gründerzentrum Biotechnologie IZB an den Start gegangen. In Planegg bietet es seither eine moderne Forschungsumgebung und Firmenräume mit aktuell 26.000 Quadratmetern Fläche – Labore, Konferenzräume, auch ein Hotel und Restaurant sind vorhanden. 50 Start-ups sind an mittlerweile zwei Standorten angesiedelt, mehr als 200 waren es insgesamt in den vergangenen gut 30 Jahren. IZB und BioM haben das Biotech-Ökosystem in Oberbayern entscheidend mitgeformt.

Das Ergebnis ist beeindruckend: Heute zählt Bayern rund 550 Unternehmen und fast 60.000 Beschäftigte in der Biotech-Branche. Zuletzt erreichten Finanzierungen von bayerischen Biotech-Unternehmen einen Rekordwert von mehr als 930 Millionen Euro. Hinzu kommt noch die Übernahme von Tubulis als herausragende Transaktion im Frühjahr 2026.

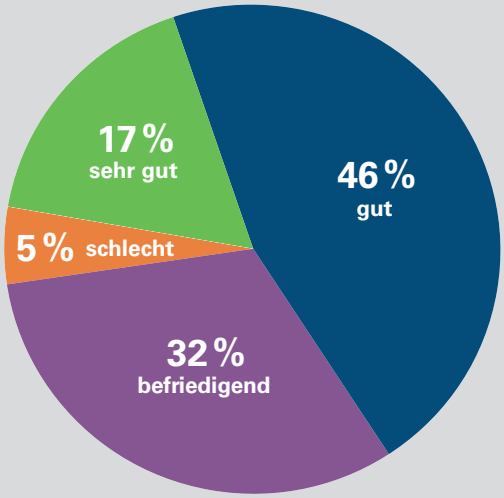
Betrachtet man die Branche in Bayern, zeigt sich ein vielfältiges Bild. München

ist einer der wichtigsten Hotspots. Eine Stärke der bayerischen Landeshauptstadt liegt in der Pandemieforschung, was nicht zuletzt der Pandemic Alliance Munich (PAM) zu verdanken ist. Sie ist auf Frühdiagnose und therapeutische Entwicklung fokussiert und will die Gesundheitsresilienz durch Innovationen, Dateninfrastruktur und nachhaltige Strategien verbessern. »Die Biotechnologie ist ein zentraler Innovationsmotor für die Gesundheitswirtschaft Bayerns mit einer jährlichen Bruttowertschöpfung von etwa einer Milliarde Euro und überdurchschnittlichen Wachstumsraten«, sagt Damaris Messer, Referentin Gesundheitswirtschaft bei der IHK für München und Oberbayern.

In Würzburg, Regensburg, Straubing und Nürnberg sitzen ebenfalls innovative Organisationen und Firmen. In Regensburg etwa der BioPark mit 85 Firmen und fast drei Milliarden Euro Umsatz, in Straubing der BioCampus.

MIT DER AKTUELLEN LAGE ZUFRIEDEN …

Wie beurteilen Sie die aktuelle Geschäftssituation Ihres Unternehmens? (Anteil der Unternehmen in Prozent)

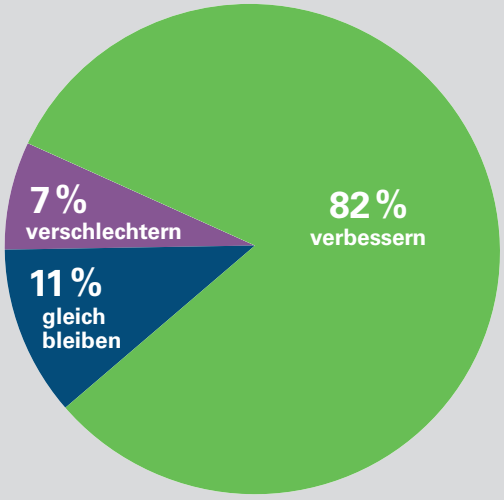


Mehr als die Hälfte der Biotech-Unternehmen schätzt die eigene Lage als gut oder sogar sehr gut ein.

Quelle: Biotech in Bavaria-Report 2025/26, Antworten von 75 Unternehmen

… FÜR DIE ZUKUNFT OPTIMISTISCH

Wie wird sich Ihrer Meinung nach die Lage Ihres Unternehmens in den nächsten drei bis fünf Jahren entwickeln? (Anteil der Unternehmen in Prozent)



Die große Mehrheit der Firmen sieht mittelfristig günstige Perspektiven für sich.

Quelle: Biotech in Bavaria-Report 2025/26, Antworten von 75 Unternehmen

Dicht vernetzt

Dass insbesondere München und Umgebung eine zentrale Rolle für die Biotech-Branche spielen, liegt unter anderem an dem dichten und vielfältigen Netzwerk in der bayerischen Landeshauptstadt: den Spitzenhochschulen Ludwig-Maximilians-Universität (LMU) und Technische Universität München (TUM), der starken Industrie, den modernen Kliniken, den zahlreichen Netzwerkinitiativen und Veranstaltungen, ferner renommierten Forschungseinrichtungen wie Fraunhofer, Helmholtz und Max Planck.

Die Max-Planck-Gesellschaft (MPG) etwa plant einen neuen Campus, der die beiden bestehenden Institute – das Max-Planck-Institut für Biochemie und das Max-Planck-Institut für biologische Intelligenz – ersetzen und Martinsried als international bedeutenden Life-Science-Forschungsstandort weiter stärken soll. Der Freistaat Bayern unterstützt das Leuchtturmprojekt mit bis zu 500 Millionen Euro.

Das sind nicht die einzigen Investitionen, die Wettbewerbsfähigkeit und Innovationen am Standort fördern. So hat zum Beispiel das Pharmaunternehmen Roche im Februar 2026 sein neues Diagnostik-Innovationszentrum in Penzberg eingeweiht, in das der Konzern rund 300 Millionen Euro investiert hat.

Die LMU wiederum will 63 Millionen Euro für das ICON-Forschungszentrum in Großhadern ausgeben. Die Liste lie-

Foto: Joshua Winkeljann

Schätzt die Top-Forschung am Standort – RNhale-Geschäftsführer Benjamin Winkeljann

Foto: Twogee Biotech

Starteten im BioM-Inkubator MAxL – die beiden Twogee-Biotech-Geschäftsführer Helge Jochens und ...

Foto: Twogee Biotech

... Frank Wallrapp gründeten ihr Unternehmen 2025 und sehen sich vom Münchner Ökosystem stark unterstützt

ße sich noch um viele andere Projekte ergänzen.

Die positiven Rahmenbedingungen ziehen Gründer an. Etwa Frank Wallrapp (46), der gemeinsam mit Helge Jochens Mitte 2025 die Twogee Biotech GmbH gegründet hat. Das junge Unternehmen entwickelt maßgeschneiderte Enzym- und Stammlösungen, um biogene Reststoffe der Industrie in nachhaltige Rohstoffe der zweiten Generation, genauer 2G-Zucker, umzuwandeln. Somit ermöglicht das Münchner Start-up Unternehmen, landwirtschaftliche Nebenprodukte und Abfälle wirtschaftlich in hochwertige, biobasierte Chemikalien oder Kraftstoffe zu transformieren.

Ein weiteres oberbayerisches Start-up ist die RNhale GmbH. Das 2023 gegründete Unternehmen um Mitgründer und Geschäftsführer Benjamin Winkeljann (34) entwickelt RNA-Medikamente zum Inhalieren, die mithilfe von als Trockenpulver formulierten Lipid-Nanopartikeln direkt in die Lunge gebracht werden sollen. Ziel sind neue Therapien für schwere Atemwegserkrankungen wie Asthma und die chronische Lungenerkrankung COPD.

Beide Start-ups konnten auch deshalb ihre Gründung realisieren und innerhalb kurzer Zeit Erfolge vorweisen, weil sie vom bayerischen Ökosystem profitiert haben. Twogee Biotech begann seine Selbstständigkeit im BioM-Inkubator MAxL und sitzt jetzt im Innovations- und Gründerzentrum Biotechnologie IZB. RNhale ist eine Ausgründung aus der LMU und arbeitet aktuell im IZB sowie im BioM-Inkubator MAxL. »Der Standort München ist sehr gut für unsere Branche, das Ökosystem hat uns stark unterstützt«, so Twogee-Geschäftsführer Wallrapp.

Sein Branchenkollege Winkeljann sieht das ähnlich: »Der Standort München bietet für die Biotechnologie ein dichtes Netz an Unternehmen, Universitäten und Instituten. Vor allem bezüglich der Forschung ist hier der Boden bereitet.« Er weist aber auch auf Nachholbedarf hin: »Insbesondere die Finanzierung ist noch nicht in der Breite angekommen. Das Kapital reicht nicht für die Masse.«

Denn Biotechnologie-Unternehmen brauchen enorm viel Kapital in der Frühphase. In der langen Anlaufphase bis zum Markteintritt vergehen viele Jahre, in denen hohe Kosten für Forschung und Entwicklung anfallen und es noch keine Umsätze gibt.

BioM-Geschäftsführer Huss bringt es folgendermaßen auf den Punkt: »Vor allem da, wo ein erhöhtes Risiko besteht, etwa bei frühen klinischen Studien, fehlt das Geld.« Die meisten Experten, darunter auch die IHK für München und Oberbayern, plädieren aus diesem Grund dafür, Investitionsanreize für institutionelle Anleger, Risikokapitalgeber und Private Equity aus dem In- und Ausland zu verstärken.

Damit aussichtsreiche Jungfirmen und Investoren schneller in Kontakt kommen,

SCALE-UPS AUS OBERBAYERN

Scale-ups sind aufstrebende Unternehmen, die den anfänglichen Firmenaufbau erfolgreich hinter sich gebracht haben. Sie haben das Potenzial, die Großunternehmen von morgen zu werden. Die IHK für München und Oberbayern unterstützt mit dem Scale-up Council zusammen mit Partnern aus dem Munich Innovation Ecosystem diese jungen, innovativen und schnell wachsenden Firmen. 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

haben zum Beispiel BioM und die LMU mit ihrem neuen Vizepräsidenten für Entrepreneurship im März 2026 eine Kooperation geschlossen. Als Unternehmer kennt Philipp Baaske beide Welten. 2008 startete er mit Stephan Duhr als LMU-Ausgründung die NanoTemper Technologies GmbH. Inzwischen ist sie weltweit erfolgreich mit biophysikalischen Messgeräten für die Grundlagenforschung, Biotechnologie sowie die Pharmaindustrie.

Huss: »Durch die enge Verzahnung von universitärer Spitzenforschung, klinischer Expertise und unserem spezialisierten Inkubator MAxL schaffen wir gemeinsam optimale Bedingungen für die nächste Generation von Biotech- und Healthtech-Start-ups in Bayern.« Die Unternehmen der Branche jedenfalls sind optimistisch, was ihre Entwicklung angeht. Das zeigt eine Umfrage aus dem Frühjahr 2026 (s. Grafiken S. 16). Darin bewertet nicht nur mehr als die Hälfte der befragten Firmen die aktuelle Lage als positiv. Die große Mehrheit erwartet außerdem, dass es in den nächsten drei bis fünf Jahren für sie weiter aufwärtsgeht. ●

Foto: BioM

»Jetzt kommen vermehrt Großinvestoren aus den USA nach Bayern.«

Ralf Huss,
Geschäftsführer BioM

IHK-Ansprechpartnerin zur Gesundheitswirtschaft
Damaris Messer, Tel. 089 5116-1693
messer@muenchen.ihk.de

Foto: Roche

HIGHTECH-ZENTRUM

Für das Pharmaunternehmen Roche ist das oberbayerische Penzberg ein bedeutsamer Teil seiner Investitionsstrategie. Von den mehr als 3,5 Milliarden Euro, die der Konzern seit 2020 in die deutschen Standorte steckte, floss rund die Hälfte nach Penzberg.

Anfang des Jahres eröffnete dort eines der modernsten Entwicklungszentren für Diagnostik weltweit. Roche arbeitet in dem Neubau an innovativen In-vitro-Diagnostika zum Beispiel für Alzheimer, Multiple Sklerose und Infektionskrankheiten sowie an Testverfahren für die personalisierte Medizin. Herzstück des Gebäudes ist ein zentrales Lager für 2,5 Millionen biologische Proben als Grundlage neuer Entwicklungen. Das Atrium (Bild) verbindet den Labormit dem Bürogebäudeteil. Insgesamt investierte der Konzern rund 300 Millionen Euro in den Hightech-Neubau und setzte konsequent auf Digitalisierung, Automatisierung und Robotik.

Steuern und KI

Bürokratielast verringern

Künstliche Intelligenz verändert die Steuerwelt rasant. Doch welche Anwendungen bieten Unternehmen bereits heute einen konkreten Nutzen? Welche Auswirkungen hat KI auf steuerliche Prozesse, Betriebsprüfungen und auf die E-Rechnung? Wie könnte die Steuerwelt im Jahr 2030 aussehen? Diesen Fragen widmet sich der neue IHK Tax Talk »KI im Steueralltag – Praxis und Trends«. Experten aus Wirtschaft, steuerlicher Beratung, Finanzverwaltung und weiteren Institutionen beleuchten das Thema aus unterschiedlichen Perspektiven.
Die IHK-Veranstaltung ist kostenfrei und findet im hybriden Format statt. Sie richtet sich insbesondere an Geschäftsleitungen, Steuerverantwortliche sowie Fachkräfte aus Finanz- und Rechnungswesen und der IT.

Foto: putilov_denis/Adobe Stock

Termin: 26. November 2026, 15–18.30 Uhr
Ort: IHK für München und Oberbayern, Max-Joseph-Straße 2, 80333 München

Infos und Anmeldung:
www.events.ihk-muenchen.de/ihk-tax-talk

Münchner Datenschutz-Tag

Fit für die Digitalisierung?

Wie kann die Digitalisierung gelingen? Mit dieser Frage beschäftigt sich der 14. Münchner Datenschutz-Tag. Braucht es eine DSGVO 2.0, um Unternehmen zu entlasten? Wie kann die Wirtschaft rechtssicher Daten mit KI verarbeiten? Gibt es hierbei den europäischen Weg, der die Digitalisierung vorantreibt?
Die Antworten sind von entscheidender Bedeutung für die Wirtschaft. Die EU-Kommission will auf der Grundlage des Draghi-Reports für die Digitalisierung Weichen stellen. Hierbei steht sie vor der Herausforderung, die Anforderungen der DSGVO mit denjenigen der EU-Datenökonomie in Einklang zu bringen. Für Unternehmen in Europa ist es unabdingbar, digitale und innovative Geschäftsmodelle auf gesicherter rechtlicher Grundlage zu entwickeln.
Die Veranstaltung bietet eine Plattform, um diese praxisrelevanten und zukunftsweisenden Themen fundiert zu diskutieren.

Termin: 3. Dezember 2026, 13.30–18.30 Uhr
Ort: IHK für München und Oberbayern, Max-Joseph-Straße 2, 80333 München

Informationen und Anmeldung:
www.events.ihk-muenchen.de/14-muenchner-datenschutz-tag

KI-Konferenz

Künstliche Intelligenz für den Mittelstand

Künstliche Intelligenz eröffnet Unternehmen Chancen für effizientere Prozesse, innovative Geschäftsmodelle und nachhaltige Wettbewerbsvorteile. Viele Firmen stehen aber noch vor der Frage, in welchen Bereichen und wie sich KI konkret einsetzen lässt. Wie lassen sich Effizienzgewinne und Kosteneinsparungen erzielen? Welche Anwendungsfälle lassen sich heute schon in der Praxis finden? Die 7. KI-Konferenz »KI für den Mittelstand« bietet zu diesen Themen wichtige Impulse und konkrete Anwendungsbeispiele. Die Veranstaltung richtet sich insbesondere an kleine und mittelständische Unternehmen, die KI besser verstehen, Einsatzmöglichkeiten kennenlernen und sich mit Experten sowie anderen Unternehmen austauschen möchten.

Termin: 21. Oktober 2026, 13–18 Uhr

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

Informationen und Anmeldung:
www.events.ihk-muenchen.de/ihk/ki-mittelstand

FORD GEWERBEWOCHEN

Ford Transit Custom

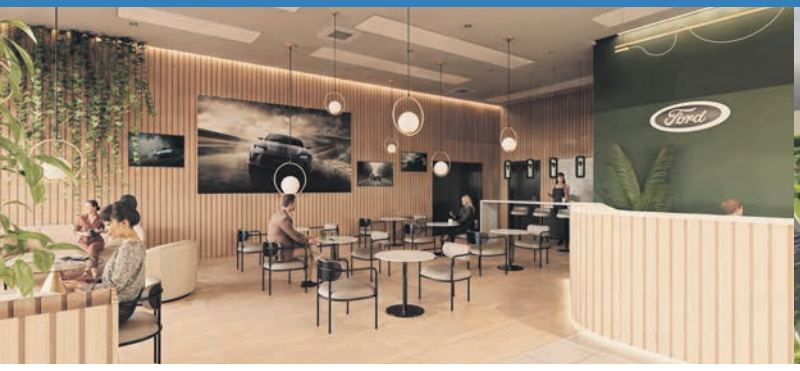
2,5 l Duratec (Benziner) PHEV mit 171 kW (233 PS), stufenloses Automatikgetriebe, FWD, u.a. mit Ford SYNC4 mit 13"-Multifunktionsdisplay, Verkehrsschild-Erkennung, Fahrspurhalte-Assistent, Park-Pilot vorn und hinten, Rückfahrkamera, Schiebetür rechts, Doppelflügelhecktür, Seitenwandverkleidung halbhoch, elektirscher Zuheizer, Klimaautomatik, u.v.m.

Günstig mit 47 mtl. Finanzierungsraten von

€269,-[1]

Unser Kaufpreis	42.195,62 € brutto
Überführungskosten	2.370,00 € brutto
Laufzeit	48 Monate
Sollzins p.a.	0,00 %
effektiver Jahreszins	0,00 %
Anzahlung	7.305,52 €
Nettodarlehensbetrag	37.260,09 € netto
Gesamtbetrag	37.260,09 € netto
47 Monatsraten á	269,00 €
Restrate	24.617,09 €

AB OKTOBER 2026: NEUER STANDORT BODENSEESTRASSE!



Ford Explorer Energieverbrauch (kombiniert): 16,4-15,4 kWh/100 km; CO_2-Emissionen (kombiniert): 0 g/km; CO_2-Klasse: A; Elektrische Reichweite: 410-444 km

Automobilforum Kuttendreier Just drive!

AUTOMOBILFORUM KUTTENDREIER GMBH • **ford-kuttendreier-muenchen.de**

Hauptbetrieb | Transit Center • Drosselweg 21 • 81827 München • 089 45 312 20
Moosach • Dachauer Straße 463 • 80993 München • 089 15 88 33 86 900
Solln | FORD STORE • Meglinger Str. 30-32 • 81477 München • 089 74 42 99 620
NEU: Aubing • Bodenseestr. 165 • 81243 München • 089 35 88 16 40

Beispielfotos. Die Ausstattungsmerkmale der abgebildeten Fahrzeuge sind nicht Bestandteil des Angebotes. Angebote gültig bis 31.10.2026.

JETZT 0% ZINS SICHERN

READY SET Ford™

Ford Kuga

1,5 l EcoBoost 110,6 kW (150 PS), 6-Gang-Schaltgetriebe, Frontantrieb, u.a. mit LED-Scheinwerfer, Titanium Body Styling Kit, getönte Scheiben, ISOFIX, Sportsitze vorn, Klimaautomatik, Park-Pilot hinten, Rückfahrkamera, Verkehrsschild-Erkennung, Toter-Winkel-Assistent inkl. Anhängererkennung, Geschwindigkeitsregler, Fahrspurhalte-Assistent, Ford SYNC4 mit 13,2"-Touchscreen u.v.m.

Günstig mit 47 mtl. Finanzierungsraten von

€179,-[1]

Unser Kaufpreis	28.867,66 € brutto
Überführungskosten	1.490,00 € brutto
Laufzeit	48 Monate
Sollzins p.a.	0,00 %
effektiver Jahreszins	0,00 %
Anzahlung	4.867,16 €
Nettodarlehensbetrag	25.490,50 netto
Gesamtbetrag	25.490,50 netto
47 Monatsraten á	179,00 €
Restrate	17.077,50 €

AB OKTOBER 2026: NEUER STANDORT BODENSEESTRASSE!

Ford Kuga Energieverbrauch (kombiniert): 6,4 l/100 km; CO_2-Emissionen (kombiniert): 145 g/km; CO_2-Klasse: E.

Wir sind für mehrere bestimmte Darlehensgeber tätig und handeln nicht als unabhängiger Darlehensvermittler. Beispielfoto von Fahrzeugen der Baureihe. Die Ausstattungsmerkmale der abgebildeten Fahrzeuge sind nicht Bestandteil des Angebotes.

[1]Ford Zielraten-Finanzierung, ein Angebot der Ford Bank GmbH, Henry-Ford-Str. 1, 50735 Köln. Angebot gilt für noch nicht zugelassene, für das jeweilige Zinsangebot berechtigte Ford Neufahrzeuge bei verbindlicher Kundenbestellung und Abschluss eines Darlehensvertrages und nur für Gewerbekunden (ausgeschlossen sind Großkunden mit Ford Rahmenabkommen sowie gewerbliche Sonderabnehmer wie z. B. Taxi, Fahrschulen, Behörden). Ist der Darlehensnehmer Verbraucher, besteht nach Vertragsschluss ein gesetzliches Widerrufsrecht nach § 495 BGB. Bitte sprechen Sie uns für weitere Details an. Das Angebot stellt das repräsentative Beispiel nach § 17 Preisangabenverordnung dar. Der angebotene Zinssatz setzt eine Anzahlung mindestens in Höhe der gesetzlichen MwSt. des individuellen Kaufpreises voraus.

»Passion für den Radsport« – Firmenchef Konrad Irlbacher im Showroom in Raubling

Foto: Thorsten Jochim

Ein brutaler Wandel

Was Konrad Irlbacher, Chef des Fahrradspezialisten corratec, über Branchenkrisen, Strategien, und China-Konkurrenz berichtet, sagt auch viel aus über die Lage der deutschen Wirtschaft.

Von Martin Armbruster

Jeder, der ernsthaft Fahrrad fährt, kennt das »Bow«-Design der Mountainbikes und Rennräder von corratec. Der Fahrradhersteller aus Raubling ist seit Langem auch auf Auslandsmärkten sehr aktiv und erfolgreich. Aber nun gibt es viele schlechte Nachrichten aus der Fahrradbranche. Wie Konrad Irlbacher, Gründer und Chef von corratec, die Lage erklärt, ist aufschlussreich – und sagt viel aus über die Lage der deutschen Wirtschaft insgesamt.

Herr Irlbacher, Insolvenzen, Jobabbau, Marken verschwinden – was ist los in Ihrer Branche? Haben die Deutschen keine Lust mehr auf ein gutes Fahrrad?
Daran liegt es nicht. Klar, wir hatten im Coronajahr 2020 ein Rekordhoch. Damals wurden in Deutschland fünf Millionen Fahrräder verkauft. In den Jahren danach ging es nur leicht zurück auf 4,3 Millionen, dann auf 4,2. Im deutschen Markt werden weiter jedes Jahr rund vier Millionen Fahrräder verkauft. Wir haben zum Glück einen relativ stabilen Markt – anders als bei der Autoindustrie, die mit Absatzeinbrüchen von bis zu 20 Prozent zu kämpfen hat.

Trotzdem hat die Fahrradbranche Probleme. Wie konnte das nach dem großen Boom passieren?
Das ist die Spätfolge der Coronazeit, in der der Markt wirklich verrücktspielte. In den Jahren 2020 bis 2021 gab es einen Nachfrageboom, wie wir ihn noch nie erlebt hatten. Irgendwann kam der Punkt, an dem fast nichts mehr ging. Der Handel war komplett ausverkauft, wir Hersteller konnten kaum noch produzieren, weil keine Lieferkette mehr funktioniert hat.

Was war denn so knapp?
Alles, wirklich alles. Rahmen, Schaltungen, Laufräder, E-Antriebe. Kosten und Preise stiegen, weil wir fast nichts mehr bekommen haben. Das war eine harte Zeit. Auch die Containerpreise explodierten, wir hatten die Blockade im Suezkanal, die alles noch verschlimmert hat.

Wie haben Sie darauf reagiert?
Natürlich haben auch wir versucht, uns die nötigen Teile zu beschaffen. Aus heutiger Sicht war es aber ein Glück, dass wir gar nicht erst versucht haben, alle Aufträge zu bedienen. Niemand wusste, wann wer wieder liefern kann. Der Handel hat panisch reagiert und bei den Herstellern viel zu viel bestellt. 2022 funktionierten die Lieferketten plötzlich wieder. Dann ist der Markt ins andere Extrem gekippt.

Vom Mangel ins Überangebot …
Ja, wir hatten eine Fahrradschwemme, die am Markt nicht abzusetzen war. Preise und Renditen rutschten in den Keller, die Rabattschlachten waren ruinös. Wenn der Handel 50 Prozent mehr Ware im Laden stehen hat, für die es keine Käufer gibt, bestellt er nichts nach. Das zieht die Hersteller mit nach unten. Dann leiden alle.

Müssen wir uns um corratec sorgen?
Zum Glück nicht. Wir haben im vergangenen Jahr sogar ein kleines Plus gemacht – und das in dem Marktumfeld! Das ist selten. Wir haben einen guten Plan für dieses Jahr. Der Markt hat sich wieder beruhigt. Wir haben tolle Produkte. Das stimmt mich zuversichtlich.

Im vergangenen Jahr haben Sie Stellen abgebaut. Ist das eine Folge der Krise?
Natürlich muss auch ich auf die Kosten schauen. Entscheidender war aber, dass wir es nicht geschafft haben, unsere Produktion hier in Raubling zu erweitern. Das ist gescheitert an den ewig langen Genehmigungsprozessen. Das hat uns viele Jahre gekostet. Als Konsequenz haben wir die Produktion nach Rumänien verlagert. Hier in Raubling haben wir derzeit 120 Mitarbeiter in der Produktion, in Rumänien, in Timisoara, sind es 250. Wir haben also insgesamt Beschäftigung aufgebaut.

Früher made in Raubling, jetzt made in Timisoara – bedeutet das nicht einen Qualitätsunterschied?
Wir stellen seit 2023 unsere gesamte Produktpalette in Rumänien her. An der Qualität unserer Räder hat das nichts geändert. Das wird auch durch die Tatsache belegt, dass wir in Rumänien Fahrräder für andere Hersteller bauen. Darunter sind bekannte Marken. Die vertrauen uns. Offenbar machen wir viele Dinge richtig.

Sie sind ein Familienunternehmen. Ist das ein Vorteil, wenn man schnell auf Umbrüche im Markt reagieren muss?
Leider sind nicht mehr viele Familienunternehmen übrig. Traditionsmarken gehören heute Konzernen, in der Boom-Phase sind Investoren in Fahrradfirmen eingestiegen. Das bringt Kapital, aber man handelt nicht mehr frei. Bei corratec

ZUR PERSON

Konrad Irlbacher (64) fing 1982 an, eigene Fahrräder zu bauen. 1990 gründete er corratec. »Passion of Cycling« – unter diesem Slogan leitet er mit seiner Frau Cielo das Unternehmen.
Corratec macht heute einen Umsatz von rund 110 Millionen Euro. Irlbacher hat sich von Beginn an im Rennsport engagiert, für seine Räder gewann er schon mehrere Designpreise.

geht es auch nicht nur um Zahlen. Wir stecken viel Leidenschaft und Herzblut in das Geschäft, wir haben echte Passion für den Radsport. Ich denke, dass unsere Kunden das schätzen.

Ihre ganze Familie ist in Ihrem Unternehmen aktiv. Funktioniert das reibungslos?
Ja, jetzt ist unsere dritte Generation am Werk. Das funktioniert sehr gut. Unsere jüngste Tochter Tessa leitet unsere beiden größten iko Sportläden, die wir in Raubling und Salzburg haben. Unser Sohn Johannes kümmert sich um IT und Finance, unser zweiter Sohn Konrad arbeitet in der Produktentwicklung. Und meine Frau ist natürlich die Oberchefin *(lacht)*. Sie ist jeden Tag hier und sorgt dafür, dass alles läuft.

Sie wurden in einer schwierigen Phase von einer Großbank im Stich gelassen. Wie steht es heute mit Ihrer Finanzierung?
Die ist eindeutig viel schwieriger geworden. Natürlich reagieren die Banken, wenn sie fast jeden Tag von der Insolvenz einer Radfirma lesen. Jeder Bankmitarbeiter hat die Angst, gegrillt zu werden, wenn er in dem Umfeld über Kredite entscheiden soll. Schnell geht da nichts mehr. Es werden Gutachten und Absicherungsinstrumente verlangt. Es zählt nicht mehr, wenn man sich seit Jahren gut kennt. Es geht nur um die reinen Zahlen.

Wie viele Fahrräder gehen ins Ausland?
Wir produzieren pro Jahr etwa 140.000 Räder, davon gehen rund 25.000 ins Ausland. Wir gehören zu den deutschen Marken, die international wirklich erfolgreich unterwegs sind. Wir liefern in ungefähr 40 Länder. Wichtige Märkte sind für uns Brasilien, Japan, Neuseeland, Polen und Tschechien.

Gibt es da Unterschiede bei den Kundenwünschen?
Das spüren wir schon auf dem deutschen Markt. Corratec war immer bekannt dafür, farbenfroh, modern und auch etwas polarisierend zu sein. In Hamburg oder an der Küste wollen die Kunden aber dunkle oder schwarze Räder. Im Norden wird das Damenrad eine Nummer größer als bei uns in Raubling gekauft, weil dort die Frauen mehr Komfort verlangen.

Welche Fahrradmodelle bringen Ihnen das meiste Geschäft?
Hier in Raubling sind es schon eher die E-Bikes. Die Brasilianer kaufen in erster Linie Rennräder oder teure Mountainbikes. Polen ist für uns spannend, da hat sich der Markt gedreht: Dort haben wir anfangs nur günstige Einstiegsräder und Auslaufmodelle verkauft. Heute gibt es in Polen eine kaufstarke Mittelschicht, die sehr sportaffin ist. Jetzt ist das ein Markt für unsere Spitzenmodelle.

Corratec gilt als sportliche Marke. Haben Sie den Sprung zum E-Bike rechtzeitig geschafft?
Radsportler haben anfangs über E-Bikes gelacht. Wir waren trotzdem einer der ersten Anbieter, die 2013 E-Bikes auf den Markt gebracht haben. Damals war das ein mutiger Schritt, für den wir viel investiert haben. Wir waren alle irgendwie getrieben, weil du in unserer Branche nur überleben kannst, wenn du schnell auf den Wandel im Markt reagierst. Diese Umwälzung geht weiter, sie ist noch lange nicht vorbei.

Ist das Gravelbike der neue Trend?
Das Gravelbike verändert den Markt nicht so radikal wie das E-Bike. Das Gravelbike ist in meinen Augen nur eine Entwicklung aus dem Rennrad. Man kann damit im Gelände fahren und hat mehr Sitzkomfort. Für wirklich umwälzend halte ich das, was sich beim E-Bike tut.

Was passiert denn da Neues?
Da hatten wir lange Zeit fast ein deutsches Monopol. Wir dachten alle: Beim E-Antrieb ist Bosch eine Bank. Bosch liefert zuverlässig höchste Qualität, Bosch hat den Markt im Griff. Davon waren alle überzeugt. Aber dann tauchten fast über Nacht zwei Konkurrenten aus China auf, die einfach innovativer waren. Darauf mussten und müssen wir Hersteller reagieren.

Was machen denn die Chinesen besser?
Schon wie die auf dem Markt aufgeschlagen sind! Eine Schubkraft von 85 Newtonmetern, die der Bosch-Antrieb lieferte, das galt als Maß der Dinge. Die Chinesen haben mit 150 Newtonmetern losgelegt. Das ist fast wie ein Rennen zwischen Traktor und Auto. Wenn ein Kunde auf dem Parkplatz Probe fährt, ist die Sache sofort entschieden: Da gewinnt China. Bosch hat jetzt nachgezogen. Der Kunde kann auf 120 Newtonmeter hochschalten. Aber die Reaktion kam spät. Ich hoffe, dass die noch die Kurve kriegen.

Aber Sie entscheiden doch, was Sie bei corratec-Bikes einbauen.
Wir müssen für das E-Bike das Rahmeninvestment bringen. Dafür lege ich 200.000 bis 300.000 Euro auf den Tisch. Das kann ich nicht ein halbes Jahr später noch einmal machen, wenn der deutsche Lieferant technisch nachgezogen hat. Das passt dann nicht mehr in die Finanzierung und Planung.

Spüren Sie schon die Konkurrenz chinesischer Kompletträder?
Für das, was aus China rausgeht, gelten extreme Zölle. Das bremst chinesische Marken noch aus. Die werden sich aber was einfallen lassen. Dann liefern sie über Vietnam oder andere zollfreie Länder. Es ist nur eine Frage der Zeit. Der Angriff wird kommen.

Wie könnte die Politik Sie unterstützen?
Wir brauchen eine bessere Stimmung im Land. So wie es jetzt ist, kann es nicht bleiben. Das lähmt uns alle. Ich habe noch die Hoffnung, dass wir das gemeinsam hinkriegen. Ohne Optimismus und Visionen kann man kein Unternehmen führen. ●

Bau- und Finanzbranche

Prüfungsberichte vorbereiten und einreichen

Das Jahresende naht – und damit für Finanzanlagenvermittler und Honorarfinanzanlagenberater sowie Bauträger und Baubetreuer die Notwendigkeit, ihre Tätigkeit prüfen zu lassen. Sie müssen Prüfungsberichte erstellen lassen, sofern erlaubnispflichtige Tätigkeiten (im Bereich des § 34f bzw. § 34h GewO bzw. § 34c Absatz 1 Satz 1 Nr. 3 GewO) im jeweiligen Berichtsjahr ausgeübt wurden.
Dabei müssen sie durch einen geeigneten Prüfer feststellen lassen, ob sie ihre Pflichten nach den Vorgaben der Finanzanlagenvermittlungsverordnung (FinVermV) beziehungsweise der Makler- und Bauträgerverordnung (kurz MaBV) erfüllt haben. Für das Berichtsjahr 2025 gilt der 31. Dezember 2026 als Abgabetermin.
Die IHK für München und Oberbayern ist zuständige Aufsichtsbehörde für ganz Bayern und bietet ein einfaches digitales Einreichungstool. Auch wer keine erlaubnispflichtigen Geschäfte getätigt hat, muss darüber eine Negativerklärung abgeben, ebenfalls bis zum 31. Dezember 2026.
Mehr Informationen sowie das Einreichungstool für Prüfungsberichte bzw. Negativerklärungen für Bauträger und -betreuer:
www.ihk-muenchen.de/berufszugang/gewerbeerlaubnisse/34c-berufspflichten
für Finanzanlagenvermittler und Honorarfinanzanlagenberater:
www.ihk-muenchen.de/berufszugang/gewerbeerlaubnisse/34f-34h-berufspflichten

---

Immobilienmakler

Weniger Aufwand, mehr Entlastung

Um die Wirtschaft partiell zu entlasten, ist die Weiterbildungspflicht für Immobilienmakler (§ 34c Absatz 1 Satz 1 Nr. 1 GewO) Ende Juli 2026 entfallen. Die Maßnahme reiht sich ein ins Gesetz zum Bürokratierückbau in der Gewerbeordnung und dem Energieverbrauchskennzeichnungsgesetz sowie anderen Rechtsvorschriften zur Aufhebung von Berichtspflichten.
Wichtig: Für Wohnimmobilienverwalter (§ 34c Absatz 1 Satz 1 Nr. 4 GewO) bleibt die Pflicht zur Weiterbildung hingegen bestehen. Sie müssen sich weiterhin in einem Umfang von 20 Stunden innerhalb von drei Kalenderjahren weiterbilden. Nachweise und Unterlagen darüber müssen nur drei statt fünf Jahre auf einem dauerhaften Datenträger oder in digitaler Form aufbewahrt werden.

Mehr Informationen: **www.ihk-muenchen.de/berufszugang/gewerbeerlaubnisse/34c-berufspflichten**

ANZEIGE

Glaubwürdiges Engagement
für Ihre Nachhaltigkeitsstrategie

AKTION ZUKUNFT+

Unterstützen Sie mit uns Klimaschutzprojekte in der Region und weltweit

aktion-zukunft-plus.de

Eine Initiative von Landkreis München
Projektpartner Landkreis Ebersberg
Im Rahmen der 29++ Klima. Energie. Initiative.
In Zusammenarbeit mit Energie Agentur Ebersberg – München
Mit freundlicher Unterstützung Kreissparkasse München Starnberg Ebersberg
Versicherungskammer

Foto: Archiv der Freunde des Münchner Trambahnmuseums

Mit einem PS – Pferde zogen die ersten Trambahnen in München, Platz war – je nach Modell – für bis zu 36 Personen

Der Erfolg der Elektrischen

Von der ersten Pferde-Tram bis zur Westtangente – die Münchner Straßenbahn feiert in diesem Jahr ihr 150-jähriges Jubiläum.

Am 21. Oktober 1876 ging es los: Mit sechs Pferdewagen für je 36 Fahrgäste startete die Tram auf ihrer ersten, 2,8 Kilometer langen Linie vom Promenadeplatz über Stachus und Bahnhof bis zur Stadtgrenze in der Nymphenburger Straße. 390.000 Fahrgäste waren im ersten Jahr mit der Tram unterwegs. Zum Vergleich: München hatte damals 200.000 Einwohner. Schnell wurde das Netz ausgebaut. Bis Ende 1964 wuchs es auf knapp 135 Kilometer – seine bis heute größte Ausdehnung. Mit dem S- und U-Bahn-Bau ab den 1960er-Jahren jedoch begann der Rückbau vieler Straßenbahnlinien.

Foto: Archiv der Freunde des Münchner Trambahnmuseums

Die Schaffner im Waggon waren unverzichtbar – dann kam der Fahrkartenautomat. 1975 wurden die letzten Trambahnschaffner in München verabschiedet

Foto: Archiv der Freunde des Münchner Trambahnmuseums

Bis nach Olympia 1972 in der Stadt unterwegs – rund 60 Wagen der Baureihe D hatten den Zweiten Weltkrieg überstanden und waren Mitte der 1950er-Jahre modernisiert worden

Foto: Archiv der Freunde des Münchner Trambahnmuseums

Ab 1895 wurde die Tram elektrisch – hier im Depot an der Schäftlarnstraße

In den 1990er-Jahren erlebte die Tram eine Renaissance als nachhaltiges, platzsparendes Verkehrsmittel mit hoher Kapazität. Der Großteil der Züge war zu diesem Zeitpunkt jedoch 25 Jahre alt und älter, das Netz war auf 65 Kilometer mehr als halbiert worden. Also wurden moderne niederflurige Fahrzeuge angeschafft, die das Einsteigen ohne Stufen ermöglichten. Während mit dem U-Bahn-Ausbau an den Außenästen weitere Tramabschnitte eingestellt wurden, reaktivierte die Stadt im Zentrum wieder Tramlinien.

Heute gibt es 173 Haltestellen auf 82 Streckenkilometern. In den nächsten Jahren soll das Netz um mehr als 15 Kilometer wachsen – die Straßenbahn ist wichtiges Element des öffentlichen Nahverkehrs und auch für die Mobilität von Mitarbeitern der Münchner Firmen unverzichtbar. Im Bau ist zum Beispiel die Westtangente von Neuhausen-Nymphenburg bis nach Obersendling, die 2028 komplett in Betrieb gehen soll. Die Tram Johanneskirchen soll das Verkehrsangebot im Münchner Nordosten verbessern, für den Norden sind ebenfalls neue Verbindungen geplant. ●

IHK-VERANSTALTUNGSTIPP

Die Tram feiert ihr Jubiläum

Im Oktober 2026 wird die Münchner Tram 150 Jahre alt. Zum Jubiläum finden zahlreiche Veranstaltungen statt, etwa am 17. Oktober eine Parade historischer und moderner Trambahnen. Am 18. Oktober öffnet der Trambetriebshof in der Einsteinstraße 148 zum Tag der offenen Tür.
Einen Überblick über die Jubiläumsevents gibt es unter:
www.mvg.de/tram150

Foto: Archiv der Freunde des Münchner Trambahnmuseums

Mitten durch die City – bis 1968 fuhr die Tram direkt am Rathaus vorbei

Foto: Archiv der Freunde des Münchner Trambahnmuseums

Comeback der Tram – in den 1990er-Jahren wurde das Streckennetz wieder ausgebaut und neue Züge mit einem bequemen Niederflur-Einstieg angeschafft

Foto: MVG/Wolfgang Wellige

Mit zwei, drei oder vier Wagenteilen durch München – die Trambahnen des Typs Avenio machen heute das Gros der Züge in der Stadt aus

Damit es schneller geht

Bayerns Städte und Gemeinden steuern ihre Bauleitpläne künftig digital über das Portal DiPlanung. Für Firmen, die ihren Standort erweitern oder verlegen wollen, ein klarer Vorteil.

Vier Jahre bis zum Stadtratsbeschluss – geplante Konzertarena in Freising

Visualisierung: SWMUNICH

Von Stefan Bottler

Bauleitplanungen können sich über Jahre hinziehen. Das musste die SWMUNICH Real Estate GmbH in Freising erfahren. Rund vier Jahre dauerten die Verfahren für die neue Konzert- und Eventhochburg MUNICH ARENA, die der Projektentwickler für knapp 400 Millionen Euro unmittelbar neben dem Flughafen bauen will. Wie bei jeder Bauleitplanung wurden unter anderem 30 Träger öffentlicher Belange (TöB), darunter auch die IHK für München und Oberbayern, gehört. Vor allem gegen Flächengestaltung und Verkehrsanbindung äußerten mehrere Stellen Einwände.

In Zusammenarbeit mit Verkehrsplanern, Landschaftsarchitekten und anderen Experten modifizierte die Stadtverwaltung von Freising das ursprüngliche Konzept mehrfach. So werden jetzt unmittelbar neben der Halle mit 20.000 Sitzplätzen ein Hotel mit rund 200 Zimmern und ein Parkhaus gebaut. Im Juni 2026 beschloss der Freisinger Stadtrat den Bau mehrheitlich. »Die Qualität eines Projekts entsteht auch im Verfahren«, wirbt Barbara Schelle (60), Stadtbaumeisterin und Referatsleiterin Planen, Bauen und Liegenschaften, um Verständnis für die lange Dauer.

Bei dem ambitionierten Vorhaben in Freising hatte die Öffentlichkeit offenbar dieses Verständnis. Der neue Konzerttempel, der nach den Plänen eines Londoner Architekturbüros errichtet wird, soll laut Projektentwickler ein »kulturelles und wirtschaftliches Leuchtturmprojekt« werden, wie Geschäftsführer Lorenz Schmid sagt. Bei neuen Wohnvierteln und Gewerbegebieten führt es jedoch zu Befremden, wenn sich Planverfahren gerade im Großraum München wiederholt über mehrere Jahre erstrecken, ohne dass die ursprünglichen Entwürfe spürbar verändert werden. Aber auch Planungen für kleine Bauvorhaben können sich in die Länge ziehen. »Weniger als ein Jahr dauert kaum ein Verfahren«, sagt IHK-Referent Andreas Fritzsche. »Wir brauchen daher vollständig digitale Prozesse: Sie können Bauleitplanungen deutlich beschleunigen.«

Das Bayerische Staatsministerium für Wohnen, Bau und Verkehr strebt dieses Ziel in mehreren Schritten an. 2023 verpflichtete es Städte und Gemeinden

auf den Datenstandard XPlanung: Jede Kommune speichert Dateien in einem einheitlichen Format ab. Das beschleunigt den Austausch von Daten spürbar. Als eines der ersten Bundesländer führte 2025 das Staatsministerium die Plattform DiPlanung ein. Auf ihr können Städte und Gemeinden unter anderem Flächennutzungs- und Bebauungspläne vollständig digital steuern und alle intern und extern Beteiligten integrieren, die ihre Rückmeldungen und Stellungnahmen ebenfalls digital dort abgeben.

Mehr als 40.000 Nutzer

DiPlanung ist ein bundesweites Projekt auf Basis des Onlinezugangsgesetzes (OZG). Neben Bayern beteiligen sich bisher sechs Bundesländer an dem Portal. Ab 1. November 2026 ist als nächster großer Schritt die Teilnahme an DiPlanung für alle Städte und Gemeinden Pflicht. Über 40.000 Akteure werden dann die Plattform nutzen, schätzt das Ministerium. Hinzu kommen Planungsbüros, die über Schnittstellen angeschlossen werden.

Die IHK für München und Oberbayern gibt bereits seit 2025 Stellungnahmen über DiPlanung ab, wenn die jeweilige Kommune die Plattform ebenfalls nutzt. Als Träger öffentlicher Belange wird die IHK zu jedem Bauleitplan, den die rund 500 Städte und Gemeinden in Oberbayern ausarbeiten, gehört. »Jährlich fallen rund 1.600 Stellungnahmen an«, sagt IHK-Referentin Theresa Piras. Das Spektrum der eingereichten Bauvorhaben reicht von sozialen Einrichtungen wie Kindergärten über Großprojekte wie die Freisinger Konzertarena bis hin zu kompletten Wohn- und Gewerbegebieten.

Bei jeder Stellungnahme analysiert Piras mögliche Auswirkungen auf Unternehmen, die jetzt oder in Zukunft von den Plänen der Gemeinden betroffen sein können. Jedes Planverfahren bedarf dabei einer Einzelfallbetrachtung. Der Blickwinkel ist eine Gesamtinteressenvertretung, die Interessen aller gewerblichen Firmen würdigt. Wenn nötig, holt die Referentin bei den IHK-Geschäftsstellen oder bei betroffenen Unternehmen zusätzliche Informationen ein. Die IHK hat ihre Empfehlungen zur Bauleitplanung im »Leitfaden zur Standortsicherung« (www.ihk-muenchen.de/ihk/documents/IIIA2/Leitfaden-zur-Standortsicherung.pdf) zusammengefasst. »Mit DiPlanung werden Gemeinden die städtebaulichen Auswirkungen ihrer Planungen noch besser erfassen können«, prognostiziert Fritzsche.

Das sehen Kommunen, die bereits mit dem Portal arbeiten, ähnlich. »Mit DiPlanung können die einzelnen Verfahrensschritte rechtssicher und nachvollziehbar dokumentiert werden«, sagt Alexander Weiß, Bauamtsleiter von Chieming am Chiemsee. »Auch die Beteiligung der TöB und weiterer Institutionen lässt sich über die Plattform übersichtlich erfassen und dokumentieren: Das schafft Transparenz und erleichtert die Bearbeitung.«

Weiß hat bislang zehn Verfahren auf DiPlanung betreut. Darunter waren Pläne für einen Lebensmittelmarkt sowie ein Misch- und Gewerbegebiet. »Weil die gesetzlich vorgeschriebenen Auslegungs- und Beteiligungsfristen weiterhin einzuhalten sind, ist eine grundsätzliche Beschleunigung der Verfahren nur eingeschränkt möglich«, warnt der Beamte.

Schneller gehen soll es trotzdem. So rechnet die Landeshauptstadt München mit einem »spürbaren Effizienzschub in der Verfahrenssteuerung« durch das Portal. »Vor allem bei der frühzeitigen Behebung von Verfahrenshemmnissen, bei Projektübergaben infolge von Personalwechseln sowie beim Datenmanagement, etwa bei der Verteilung an die Prozessteilnehmer, bietet das System erhebliche Vorteile«, heißt es aus dem Referat für Stadtplanung und Bauordnung. Von solchen Verbesserungen wird wohl jedes Unternehmen profitieren, dessen Standorte Gegenstand von neuen Flächennutzungs- und Bebauungsplänen sind. ●

Infos zu Bauleitplanung und DiPlanung gibt es auf der IHK-Website unter:
www.ihk-muenchen.de/politik/standortmanagement/standortsicherung-bauleitplanung

IHK-Ansprechpartner zur Bauleitplanung
Theresa Piras, Tel. 089 5116-2008
piras@muenchen.ihk.de

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

Foto: InnoCollab

Mit Leidenschaft – und Beratung

Frauen sind erfolgreiche Unternehmerinnen, gründen aber anders als Männer. Wie Beratung und Netzwerke sie unterstützen können.

Von Gabriele Lüke

Anastasia Frühauf ist mit Begeisterung selbstständig. Bereits mit knapp 25 Jahren gründete sie das erste Mal – in der Gastronomie mit ihrem damaligen Ehemann. »Es war großartig, auch herausfordernd, denn ich hatte zwei kleine Kinder. Zugleich hatte ich mein Lebensmodell gefunden«, erinnert sie sich.
Nach der Scheidung 2022 zog sie sich aus dem gemeinsamen Geschäft zurück und arbeitete als Büroangestellte. »Schnell fühlte ich mich dort jedoch gefangen. Mir wurde klar: Ich will nicht nur umsetzen, sondern wieder selbst gestalten.«
Dies ermöglicht ihr heute die Agentur Mary Poppins, ein Franchiseunternehmen, das Personal für Privathaushalte vermittelt. Sie bewarb sich als Franchisepartnerin, eröffnete 2025 die Agenturniederlassung für Ingolstadt und Regensburg und begann, den Markt zu erschließen. Mit ihrem Lebensgefährten bereitet Frühauf zudem eine weitere Gründung vor. Gemeinsam wollen sie Hausbesitzern einen Immobilien-Concierge-Service anbieten.
Frühauf beweist ohne Zweifel Gründerelan. Gesamtwirtschaftlich betrachtet, sind Frauen, die ein Unternehmen starten, allerdings in der Minderheit. Laut KfW-Gründungsmonitor lag der Frauenanteil unter Gründenden 2025 bundesweit bei 35 Prozent. Bei den technologieorientierten Start-ups waren es sogar nur knapp 19 Prozent, so der Female Founders Monitor 2025.

BERATUNG UND NETZWERKE FÜR GRÜNDERINNEN

Für Frauen, die ein Unternehmen starten, gibt es zahlreiche Angebote, um Unterstützung zu erhalten und Kontakte zu knüpfen. Eine Auswahl:

Umfangreiche Infos für Gründer bietet die IHK-Website: **www.ihk-muenchen.de/service-beratung/alles-fuer-gruender**

Die IHK-Gründungsberatung ist erreichbar unter:
Tel. 089 5116-0
beratung@muenchen.ihk.de

Die Unternehmenswerkstatt Deutschland ist eine gemeinsame Plattform der teilnehmenden IHKs und begleitet Unternehmen bei ihrer Gründung sowie der gesamten Unternehmensplanung: **www.uwd.de**

Speziell im Bereich Sozialunternehmen aktiv sind:
Agentur für soziale Innovationen Social Impact gGmbH: **socialimpact.eu**
Forschungsstiftung Social Entrepreneurship Akademie (SEA): **seakademie.org**

Zugleich gründen Frauen anders als Männer. »Sie sind risikoaverser, starten kleiner, oft im Nebenerwerb und ohne Mitarbeitende, finanzieren eher aus eigenen Mitteln oder Fördermitteln, gründen später im Leben, achten oft auf gesellschaftlichen Impact«, erklärt IHK-Gründungsberaterin Cornelia von Kapff.
Die strukturellen Voraussetzungen sind ebenfalls anders als bei männlichen Gründern. So stellte der Female Founders Monitor fest, dass »zu wenige Impulse im Bildungssystem, Herausforderungen bei der Vereinbarkeit von Care-Arbeit und Beruf sowie fehlende Zugänge zu relevanten Netzwerken« Frauen den Weg in die Selbstständigkeit erschweren. Auch die Finanzierung, insbesondere mit Risikokapital, ist oft eine Hürde. Laut der Unternehmensberatung EY ging in Deutschland gerade einmal ein Prozent des Risikokapitals 2025 an rein weibliche Gründungsteams. »Und dann stehen Frauen sich manchmal auch selbst im Weg«, beobachtet IHK-Ex-

Foto: Anna Saruba

pertin von Kapff. »Manchen Frauen fehlt das letzte Quäntchen Selbstbewusstsein.« Anstatt einfach durchzustarten, wollten sie ihre Planungen immer weiter perfektionieren. »Dabei gründen Frauen erfahrungsgemäß ebenso erfolgreich wie Männer, sie dürfen und sollten sich trauen.«

Durch das Zögern gehe der Wirtschaft viel Potenzial, Kompetenz und Innovationskraft verloren, findet Marlene Eder, IHK-Referentin Business Women. »Wir als IHK ermutigen die Frauen explizit, zu gründen und dabei auch größer zu denken. Wir unterstützen sie mit guter Beratung, mit Role Models und Netzwerkveranstaltungen, arbeiten dafür auch mit anderen Netzwerkern und Anbietern zusammen.«

Unternehmerin Frühauf hat sich ebenfalls beraten lassen. Den Businessplan und die Finanzierung diskutierte sie mit den AktivSenioren in Ingolstadt. Darüber hinaus nahm sie Kontakt zur Ingolstädter Servicestelle Frauen – Beruf – Gründung auf. »Wertvolle Ratschläge lieferte zudem die IHK-Geschäftsstelle in Ingolstadt – ich hatte mich für den Gründerpreis beworben. Damit ging die Beratung bei der IHK einher. Und sichtbar wurde mein Geschäft durch die Bewerbung auch.«

Bislang ist sie mit ihrer Selbstständigkeit sehr zufrieden: Sie hat einen stabilen Kundenstamm, einen Pool passender Fachkräfte, zieht bald in ein größeres Ladenlokal um, die Zeichen stehen auf Wachstum. »Allerdings fürchte ich auch keine Niederlagen. Wenn ein Plan nicht aufgeht, ist das Lebenserfahrung«, bleibt sie gelassen. »Selbstständigkeit ist keine Komfortzone.«

Schneller mit externer Hilfe

Eigene Wege gehen zu wollen, war auch für Kate McGraphery der Antrieb, sich selbstständig zu machen. Die promovierte Biotechnologin sammelte viel Erfahrung in der Wissenschaft, im Innovationsmanagement und zuletzt in der Unternehmensberatung. »Dabei habe ich gesehen, wie wichtig es ist, unterschiedliche Welten zusammenzubringen: wissenschaftliche und technische Expertise auf der einen Seite, Strategie und Umsetzung auf der anderen«, erklärt sie.

Mit der InnoCollab GmbH in Allershausen, die sie 2025 mit einem Geschäftspartner gründete, setzt sie nun dort an. »Wir bringen die richtigen Experten und Organisationen zusammen und helfen Unternehmen, komplexe Herausforderungen in klare, umsetzbare Lösungen zu übersetzen.«

McGraphery holte sich in der Gründungsphase ebenfalls externe Unterstützung. Sie sprach mit ihren wissenschaftlichen Mentoren, mit UnternehmerTUM, dem Gründer- und Innovationszentrum der Technischen Universität München, und der IHK-Geschäftsstelle in Mühldorf. »Als Gründerin muss ich mich neben meiner Kernkompetenz mit sehr vielen unterschiedlichen Themen beschäftigen – von Rechtsformen und Fördermöglichkeiten über Buchhaltung bis Marketing«, sagt sie. »Gerade von der IHK bekam ich viele Informationen und Orientierung. Ich musste das Rad nicht neu erfinden. Zugleich hat die externe Expertise den Gründungsprozess beschleunigt.«

Was sie ebenfalls zu schätzen weiß, ist Networking. Schon vor dem Start hatte McGraphery ein breites Netzwerk in Wissenschaft und Wirtschaft aufgebaut. Während der Gründung besuchte sie Netzwerkveranstaltungen wie etwa die Veranstaltung »SheStartup – Frauen gründen« (s. IHK-Veranstaltungstipp S. 33).

»Ich war überzeugt, dass die Selbstständigkeit der richtige Weg für mich ist«, sagt sie. Trotzdem gab es Momente, in denen man sich fragte, ob alles funktionieren werde. »Die vielen inspirierenden Frauen und Vorbilder auf den Veranstaltungen haben mich begeistert, mich in meinem Mut und meinen Zielen bestärkt – und mir auch die letzten Zweifel genommen.«

Inzwischen blickt sie zufrieden auf das erste Geschäftsjahr: Das Unternehmen wächst und beschäftigt bereits fünf Mitarbeitende. Als Dozentin und Mentorin beim UnternehmerTUM-Programm »Women Startup« gibt sie ihre Leidenschaft für die Selbstständigkeit an junge Gründerinnen weiter: »Ich möchte Frauen darin bestär-

ken, ihre Expertise und ihre Ideen mit Selbstvertrauen in unternehmerisches Handeln umzusetzen und ihren eigenen Weg zu gehen.« ●

IHK-Ansprechpartnerinnen zu Gründung:
Cornelia von Kapff,
Tel. 089 5116-2042
kapff@muenchen.ihk.de
zu Unternehmerinnen:
Marlene Eder, Tel. 089 5116-1174
ederm@muenchen.ihk.de

IHK-VERANSTALTUNGSTIPPS

SheStartup – Frauen gründen

Von Businessplan über Finanzierung bis Netzwerke – die kostenfreie Veranstaltung bietet Frauen, die in den unternehmerischen Anfangsjahren sind oder den Schritt in die Selbstständigkeit wagen wollen, nutzwertige Infos und die Möglichkeit, neue Kontakte zu knüpfen.

Termin: 13. November 2026, 9–13.30 Uhr
Ort: IHK für München und Oberbayern, Max-Joseph-Straße 2, 80333 München

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

Women Startup Award

Die IHK für München und Oberbayern unterstützt als Partnerin des Women Startup Award von UnternehmerTUM gezielt Start-up-Gründerinnen. Die Gewinnerinnen des Wettbewerbs werden Mitte November 2026 bei der Award Pitch Night gekürt.

Termin: 19. November 2026
Ort: Munich Urban Colab, Freddie-Mercury-Straße 5, 80797 München

Weitere Informationen:
events.unternehmertum.de/WOMEN-STARTUP-AWARD-NIGHT-2026

*Start in die **nächste Phase***

Ab 2028 löst das europäische System ETS II den nationalen Emissionshandel für den Gebäude- und Verkehrssektor ab. Was Unternehmen wissen sollten.

ETS II: Ausweitung auf Gebäude und Verkehr

Foto: Ingo Bartussek/Adobe Stock

Von Gabriele Lüke

Hitzewellen, Brände, Dürren und niedrige Flusspegel haben es in diesem Sommer erneut gezeigt: Das Klima ist aus dem Gleichgewicht geraten. Das europäische Emissionshandelssystem ETS (Emission Trading System) soll gegensteuern und die CO_2-Emissionen senken. Es wurde bereits 2005 eingeführt und gilt als das zentrale Klimaschutzinstrument der EU.

Mit dem ETS I nahm die EU zunächst energieintensive Industrieanlagen und große Kraftwerke, später den Luft- und Seeverkehr in die Pflicht. Mit dem ETS II kommen ab 2028 nun die Sektoren Gebäude und Verkehr hinzu. Tatsächlich sind die CO_2-Emissionen im Anwendungsbereich des ETS I seit dem Startjahr in Deutschland um 49 Prozent und in Europa um 51 Prozent gesunken, so die Deutsche Emissionshandelsstelle (DEHSt) im Umweltbundesamt in Berlin.

Mit ETS II sollen zusätzliche Anreize zur Emissionsminderung in den Sektoren Gebäude und Verkehr gesetzt werden – sie hinken bisher europaweit den Klimazielen hinterher. ETS II wurde im Rahmen des Green-Deal-Pakets »Fit for 55« entwickelt und beschlossen. ETS I und ETS II werden bis auf Weiteres unabhängig voneinander organisiert, aber aufeinander abgestimmt. ETS II ist kein neuer Anwendungsbereich des bisherigen ETS I, sondern ein eigenständiges Emissionshandelssystem mit eigener Zertifikatemenge und eigenen Marktmechanismen.

»In der Praxis sind ETS I und II weit mehr als ein klimapolitisches Instrument«, betont Fanny Meierhofer, IHK-Referentin Klimapolitik und Klimaschutz. »Es beeinflusst zentrale unternehmerische Entscheidungen, wirkt sich auf Kostenstrukturen, Investitionen und langfristige Standortstrategien aus. Die Wirtschaft muss handeln.«

Worauf müssen sich die Unternehmen einstellen?* Grundsätzlich arbeitet das Emissionshandelssystem mit marktwirtschaftlichen Anreizen. Betroffene Firmen ersteigern für jede Tonne CO_2, die sie verursachen, Emissionsberechtigungen. Deren Preis bildet sich durch Angebot und Nachfrage. Im ETS I liegt er aktuell um die 80 Euro. Zugleich senkt die EU die CO_2-Obergrenze beziehungsweise die Höchstmenge an Zertifikaten jedes Jahr. Im Gegensatz zum ETS I müssen beim

*Stand August 2026; die Ausgestaltung des ETS II befindet sich weiter im europäischen und nationalen Umsetzungsprozess. Einzelne Regelungen, insbesondere zur Marktstabilisierung, zu nationalen Begleitmaßnahmen sowie zu Förderinstrumenten, können sich noch ändern.

ETS II die Emissionsrechte bereits von den Inverkehrbringern von fossilen Heiz- und Treibstoffen, wie Importeuren, Händlern oder Raffinerien, erworben werden. Sie alle müssen erstmalig bis Mai 2029 rückwirkend für das Geschäftsjahr 2028 Emissionszertifikate abgeben.

»Keine Zertifikate brauchen sie für nachhaltige biogene Kraftstoffe«, sagt Fabian Schmid, Experte der DEHSt. »In der europäischen Rechtsgrundlage für das ETS II ist zudem etwa Diesel für Loks und die Landwirtschaft ausgenommen.« Nationale Erweiterungen sind zwar möglich. Der Koalitionsvertrag sieht jedoch vor, dass die deutschen Brennstoffemissionen in der Landwirtschaft nicht Teil des ETS II sein sollen.

Einstellen auf ETS II müssen sich grundsätzlich alle Nutzer fossiler Brennstoffe: »Mitbetroffen sind die privaten Haushalte, Speditionen, Busunternehmen, Wohnungsbaugesellschaften, Vermieter von Büro- und Gewerbeflächen, aber auch Industrie- und Verarbeitungsunternehmen, die nicht unter das ETS I fallen«, so Schmid. Sie müssen mit höheren Treibstoff- und Energiepreisen oder Nebenkosten rechnen. So wie zum Beispiel Nico Schoenecker, Geschäftsführer der AutobusOberbayern GmbH (s. Kasten unten).

Die Konsequenz: »Das ETS II steigert den Investitionsdruck für die Wirtschaft«, sagt IHK-Immobilienreferentin Chiara Wahler. »Aber es gibt auch erprobte Hebel.« Wer auf Energieeffizienz, Dekarbonisierung, energetische Sanierung und technische Innovationen setzt, für neue Gebäude geothermiefähige oder fernwärmenahe Standorte wählt, kann Risiken begrenzen und zukünftige Kosten sparen. »Er sichert sich damit zugleich Wettbewerbsvorteile, Wirtschaftlichkeit und Zukunftsfähigkeit oder kann einen positiven Business Case generieren, weil seine Gebäude, Anlagen oder Produkte mit wenig fossilen Energien oder ohne auskommen«, betont Wahler.

Der deutsche Gebäude- und Verkehrssektor startet nicht ohne Erfahrung in das ETS II: Seit 2021 gibt es bereits das nationale Emissionshandelssystem (nEHS). Es umfasst neben dem Anwendungsbereich des ETS II zusätzlich etwa auch Diesel für den Schienenverkehr und die Landwirtschaft. Im nEHS wurden die Emissionszertifikate zunächst zu Festpreisen verkauft. Seit 2026 werden sie innerhalb eines Preiskorridors von 55 und 65 Euro versteigert.

»Dieser Korridor soll nach den Plänen der Bundesregierung auch noch für das Übergangsjahr 2027 gelten«, sagt Schmid. Zugleich wissen die deutschen Unternehmen bereits, wie sie über ihre Emissionen berichten müssen. Denn das tun sie schon seit dem Berichtsjahr 2021 an die DEHSt – zunächst für das nEHS, seit 2024 parallel auch für das ETS II.

»Kunden fordern Nachhaltigkeit ein«

Für Nico Schoenecker, Geschäftsführer der AutobusOberbayern GmbH in München mit derzeit 450 Bussen, geht es aktuell vor allem um höhere Kraftstoffpreise, die durch den Iran-Krieg verursacht werden. »Aber auch Vorgaben wie das nationale Emissionshandelssystem oder dann das ETS II verändern natürlich die Marktbedingungen für alle – wir werden höhere Preise für Treibstoffe zahlen und diese an die Kunden weitergeben müssen. So wird die Nachfrage partiell sinken, wir werden Geschäft verlieren.«

Zugleich ist er sicher, dass er das ETS II meistern wird. »Nachhaltigkeit ist für uns schon länger ein Faktor: aus Überzeugung, aber auch weil die Kunden sie einfordern. Wenn wir an Ausschreibungen für Linienverkehre teilnehmen, sind wir mit immer höheren Anforderungen an den Klimaschutz konfrontiert.« So nehme er gern neue technologische Entwicklungen auf: »Wenn sie sich rechnen, gehören wir stets zu den Pionieren – zehn Prozent unseres Bestands sind inzwischen Elektrobusse.« Der große technologische Schub stehe zudem erst bevor: »Elektrobusse mit wirklich hoher Reichweite durch leistungsstarke Batterien, die auch günstiger sind, kommen ja erst noch auf den Markt«, so Schoenecker. Sein Fazit: »Eine Klimawende über den CO_2-Preis – planbar und sozial – ist grundsätzlich sinnvoll. Wir sehen uns als Unternehmen auf dem richtigen Weg.«

Foto: AutobusOberbayern

Höhere Preise in Sicht – Nico Schoenecker, Geschäftsführer AutobusOberbayern

»Das nEHS war ein nationaler Alleingang«, betont Ernst Riehle, IHK-Referent Mobilität. Mit dem ETS II gelten künftig europaweit einheitliche CO_2-Bepreisungsregeln für Gebäude und Verkehr.
Dennoch gibt es Knackpunkte: »Neben dem fossilen Treibstoff gibt es beim Straßengüterverkehr zusätzlich einen Aufschlag auf die Maut, um CO_2-Emissionen zu kompensieren«, sagt Riehle. Die Transportbranche zahlt daher doppelt. Die IHK setzt sich dafür ein, den CO_2-Aufschlag auf die Lkw-Maut abzuschaffen. Ein weiteres Beispiel betrifft die Vorschriften zur Gebäudemodernisierung. Auch hier dürfe es laut Riehle nicht zu doppeltem Investitionsdruck kommen.
Zudem könnten Kriege in Ölregionen oder Niedrigwasser auch in Zukunft zu zusätzlichen finanziellen Belastungen führen. Zumal aktuell nicht abzusehen ist, wie sich der ETS-II-CO_2-Preis überhaupt entwickeln wird. Da manche Mitgliedsländer fossile Heiz- und Treibstoffe sehr intensiv einsetzen und viele Zertifikate brauchen, könnte der Preis in die Höhe schnellen. Mehr als 100 Euro pro Tonne bis 2030 scheinen möglich, wobei sich die Preisentwicklung des ETS II schwer abschätzen lässt.
»Die EU-Kommission hat hier Vorsorge getroffen«, meint Experte Schmid. Die EU hat für die Einführungsphase Preisstabilisierungsmechanismen vorgesehen, um außergewöhnlich starke Steigerungen zu begrenzen. Davon abgesehen, sollen über den neuen Europäischen Klima-Sozialfonds beziehungsweise die entsprechenden nationalen Klimasozialpläne vulnerable soziale Gruppen, Kleinstunternehmen und Verkehrsteilnehmer Förderungen erhalten. Der Fonds ist mit 65 Milliarden Euro ausgestattet.
Mit ihren nationalen Auktionserlösen sollen die Mitgliedsstaaten zudem nationale Maßnahmen zur Förderung des Klimaschutzes, der Energiewende und der sozialen Flankierung finanzieren. Die Erlöse aus dem nEHS – 2025 rund 16 Milliarden Euro – fließen über den Klima- und Transformationsfonds bereits in diese Bereiche. »Zudem will die EU mit der ETS II Frontloading Facility über die Europäische Investitionsbank EIB schon jetzt drei Milliarden Euro zur Verfügung stellen, damit die Mitgliedsstaaten Investitionen in die Dekarbonisierung und soziale Unterstützung vorfinanzieren können«, ergänzt Schmid. ●

IHK-Ansprechpartner
für Klimapolitik und Klimaschutz:
Fanny Meierhofer, Tel. 089 5116-1797
meierhofer@muenchen.ihk.de

für Standortberatung und Immobilienwirtschaft:
Chiara Wahler, Tel. 089 5116-1805
wahler@muenchen.ihk.de

für Mobilität und Wirtschaftsverkehr:
Ernst Riehle, Tel. 089 5116-1241
riehle@muenchen.ihk.de

»Wir haben in die Gebäude investiert«

Markus Niedermeier, Geschäftsführer der LHI Leasing GmbH in Pullach, sieht dem ETS II gelassen entgegen. LHI bietet strukturierte Finanzierungen und Anlageprodukte in Immobilien, Infrastruktur und Energie an. »Wir unterliegen den Sustainable-Finance-Regeln der EU, Nachhaltigkeit ist für uns ein wichtiges, aber kein neues Thema«, erklärt er. »Wir arbeiten mit einem eigenen ESG-Scoringmodell, orientieren uns zudem an den Standards der Deutschen Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen.«
Damit kann LHI auch das ETS II stemmen, wie Niedermeier an den geschlossenen Immobilienfonds von LHI zeigt. »Mittlerweile haben wir den Gebäudebestand der Fonds mehrheitlich ESG-konform ausgetauscht oder in die Gebäude investiert, sie etwa mit Fernwärme, Geothermie, Wärmepumpen oder Biogas ausgestattet.« Das reduziert nicht nur die CO_2-Last. »Durch die Maßnahmen sind die Bewirtschaftungskosten schon jetzt gesunken. Wir erhalten so zudem den Wert der Immobilie, stellen die Gebäude und uns zukunftsorientiert auf.« Der Immobilienmarkt habe von Leerstand bis zu volatilen Preisen aktuell viele Herausforderungen. »Das ETS II kommt nun dazu«, meint er. »Aber man konnte auch seine Hausaufgaben machen und sich vorbereiten.«

Foto: Leonie Lorenz

»Wichtiges, aber kein neues Thema« – Markus Niedermeier, Geschäftsführer des Finanzdienstleisters LHI Leasing

SW//M
Stadtwerke München
Isarvorstadt
15:39 Uhr
Der Puls der Stadt
München ist, was wir draus machen.
MVG
M·net
muenchen.de

Der Airport wächst weiter – der neue Terminal 1-Pier

Foto: Flughafen München

Tor zur Welt

Als internationales Drehkreuz spielt der Flughafen München eine besondere Rolle für die bayerische Wirtschaft. Was bestimmt das Geschäft? Und wo gibt es Nachholbedarf?

Von Daniel Boss

Der Deutschlandsitz von Amazon trägt konzernintern nicht von ungefähr den Namen »MUC«. Der US-Riese benennt seine Dependancen weltweit nach dem Code des örtlichen Flughafens – internationale Verbindungen sind für den Konzern eben essenziell. Das gilt nicht nur für Amazon. Die Nähe zu einem leistungsfähigen Airport gehört für viele Unternehmen in Bayern zu den entscheidenden Standortkriterien. »Als zentrale Verkehrsinfrastruktur sichern wir die internationale Anbindung der Region und stärken deren Wettbewerbsfähigkeit«, beschreibt Geschäftsführer Jost Lammers diese wichtige Rolle des Airports. Zugleich agiert der Flughafen auch als Unternehmen mit vielfältigen Geschäftsbereichen – von der Immobilienvermarktung bis zum Innovationszentrum. Wie gelingt es dem Flughafen angesichts internationaler Krisen, wachsender Sicherheitsanforderungen und Kostendruck, sich erfolgreich weiterzuentwickeln?

Derzeit bereitet sich der Flughafen München auf eine langfristig wachsende Nachfrage vor. Mitte April 2026 wurde ein neuer Flugsteig eröffnet: »Unser neuer Terminal 1-Pier erhöht die Kapazität um bis zu sechs Millionen Passagiere jährlich«, erklärt Lammers. Doch damit nicht genug: Gemeinsam mit Lufthansa wird bereits ein weiterer Ausbau vorbereitet. Die geplante Erweiterung des Terminal 2-Satelliten soll zusätzliche Kapazitäten von bis zu zehn Millionen Passagieren pro Jahr schaffen und mehr Langstreckenverkehr bei zugleich höherer Servicequalität ermöglichen. Mit der vorausschauenden Weiterentwicklung der Infrastruktur wolle man Engpässen bewusst vorbeugen, so Lammers.

Den Passagierzahlen gilt wegen der Rolle des Flughafens als bedeutendes Drehkreuz für Tourismus und Geschäftsreisen meist besondere öffentliche Aufmerksamkeit: 2025 nutzten rund 43 Millionen Passagiere den Flughafen München. Das sind

Foto: Detzer Aircargo Service

»Die eingeschränkten Öffnungszeiten zwingen dazu, oft über andere Flughäfen abzufliegen.«

Sven Zelmer, Geschäftsführer Detzer Aircargo Service

1,8 Millionen mehr als im Jahr davor, aber immer noch weniger als vor Corona. 2019 zählte der Münchner Flughafen knapp 48 Millionen Fluggäste (s. Grafik S. 40).

Zur hohen wirtschaftlichen Bedeutung des Standorts trägt entscheidend auch die Luftfracht bei. Hier gibt es ein deutliches Wachstum. Nach Angaben des Flughafens wurden rund 340.000 Tonnen Luftfracht 2025 umgeschlagen – ein Plus von zehn Prozent gegenüber dem Jahr zuvor. Treiber sind vor allem Langstreckenverbindungen und fünf reine Frachtfluggesellschaften.

In diesem Umfeld agieren zahlreiche Logistikunternehmen. Zu ihnen gehört die Airtruck Befrachtungsgesellschaft mbH mit ihren rund 100 Mitarbeitenden: »Unser wirtschaftlicher Erfolg ist mit der positiven Entwicklung des Flughafens seit dem Umzug von Riem ins Erdinger Moos unmittelbar verbunden«, sagt Geschäftsführer Alexander Doden. Das Geschäftsmodell habe sich in dieser Zeit komplett von einem »Trucking-Geschäft zu einem Handling-Geschäft« gewandelt: Ging es früher eher darum, Fracht per Lkw zwischen verschiedenen Flughäfen oder Logistikzentren zu transportieren, liegt der Schwerpunkt heute auf der eigentlichen Abfertigung der Luftfracht am Flughafen – verbunden mit Dienstleistungen wie etwa Sortieren, Lagern, Zollabwicklung, Sicherheitskontrollen.

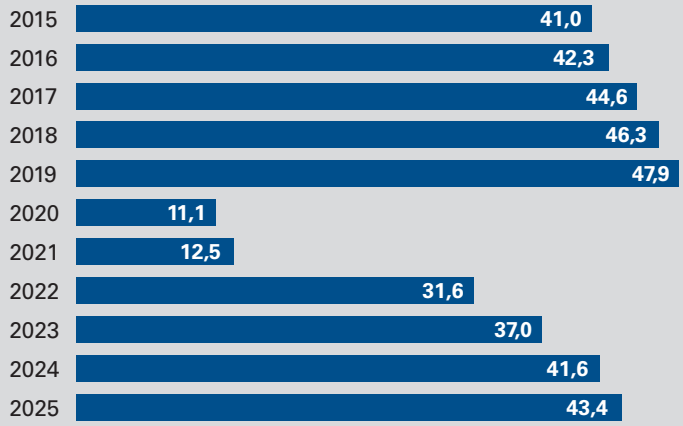
»Die hohe Anzahl an internationalen Flugfrequenzen sorgt dafür, dass wir nicht nur erheblich mehr Fracht als früher aus dem Wirtschaftsraum München, sondern insbesondere auch von anderen europäischen Hubs abziehen können«, so Doden. »Der Umschlag am MUC zeichnet sich durch sehr kurze Umschlagszeiten und preisliche Attraktivität aus.«

Doch der Logistikunternehmer schlägt auch kritische Töne an: »Insbesondere im Frachtbereich besteht ein erheblicher Bedarf an Renovierungs- und Instandhaltungsmaßnahmen, um die grundsätzlich gute Infrastruktur langfristig zu erhalten und einen reibungslosen Betrieb sicherzustellen«, sagt Doden. Darüber hinaus fehlten ausreichende Ladeinfrastruktur für die Elektromobilität sowie gut angebundene Park- und Warteflächen für Lkws.

Auch im Bereich der reinen Frachtfluggesellschaften (»Cargo Airlines«) sieht er deutlichen Nachholbedarf: »Hier liegt der Flughafen München im Vergleich zu führenden europäischen Luftfrachtstandorten wie dem Frankfurt Airport und dem Flughafen Lüttich noch deutlich zurück.«

STETIGES WACHSTUM

Passagiere (in Millionen)

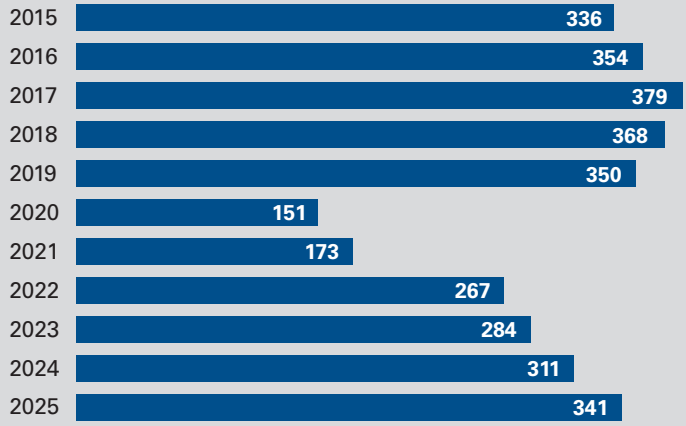


Die Zahl der Fluggäste steigt – aber das Vor-Corona-Niveau ist am Flughafen München noch nicht wieder erreicht.

Quelle: Flughafen München

MEHR GÜTER IN DER LUFT

Cargo-Umschlag (Luftfracht und -post in Tausend Tonnen)



Deutliches Plus – die Luftfracht legte im Vorjahr erkennbar zu.

Quelle: Flughafen München

Ähnlich äußert sich Sven Zelmer, Geschäftsführer der Detzer Aircargo Service GmbH mit rund 120 Mitarbeitenden: Einerseits sei der Flughafen zweifellos eine »Jobmaschine« und auch sein Unternehmen profitiere von Umschlag und Abfertigung der Luftfracht. Andererseits sei der Ausbau von Lagerkapazitäten unsicher und dauere viel zu lange. »Die Erweiterung der Fracht ist auch nur begrenzt möglich, da kein Platz mehr vorhanden ist«, meint Zelmer. »Alle angedachten Ausweichflächen sind eher als Krücke zu verstehen, werden aber langfristig sehr viele Schwierigkeiten bereiten.«

Umso wichtiger findet er, »dass wir am Standort Flughafen keine weitere Sanktionierung durch Behörden oder Servicepartner des Flughafens erfahren«, sagt Zelmer und nennt unter anderem das Thema Öffnungszeiten. Seiner Meinung nach könnten über Nacht mehr Frachten in München von verschiedenen Außenstationen wie beispielsweise den Airports Stuttgart oder Nürnberg angeliefert werden, die dann von München aus auf die Reise gehen.

»Die eingeschränkten Öffnungszeiten zwingen aber die Außenstationen, oft über andere Flughäfen – zum Beispiel Frankfurt – abzufliegen«, so Zelmer. Zudem sollte »die Komplexität der Frachtabfertigung« im Auge behalten werden: »Es gibt schließlich nicht nur Luftfracht. Die intelligente Vernetzung von Verkehrsträgern wie Lkw und Bahn ist immens wichtig.«

Die Schiene rückt auch bei der Personenbeförderung in den Fokus. Eine Anbindung des Airports an das Fernbahnnetz wäre aus Sicht des Airports ein Meilenstein. »Eine Fernbahnanbindung hat

Foto: Das Kraftbild

> Unser wirtschaftlicher Erfolg ist mit der positiven Entwicklung des Flughafens unmittelbar verbunden.«
>
> **Alexander Doden, Geschäftsführer Airtruck**

große strategische Bedeutung für die langfristige Entwicklung des Standorts«, betont Flughafenchef Lammers. Als Luftverkehrsdrehkreuz würde der Flughafen München von einem erweiterten Einzugsgebiet profitieren und wäre für Passagiere, Mitarbeitende und Unternehmen noch besser zu erreichen.

Dafür müssten aber wohl neue Gleise verlegt werden. Denn eine Behelfslösung, bei der ICEs auf der bestehenden Trasse für S-Bahnen und Regionalzüge fahren können, hält die Deutsche Bahn nach einer Prüfung für nicht sinnvoll umsetzbar. Sie erklärte im Juni 2026, dass die Auslastung der aktuellen Gleise dafür zu hoch sei.

Dass Wachstum alles andere als selbstverständlich ist, zeigt auch der Blick auf die globale Lage. »Geopolitische Krisen wie der Krieg im Iran wirken sich spürbar auf den weltweiten Luftverkehr und damit auch auf den Flughafen München aus«, sagt Geschäftsführer Lammers. Gesperrte Lufträume über Iran, Russland oder der Ukraine machen Flugrouten länger und erhöhen die Kosten. Zwar könne München zeitweise profitieren, wenn andere internationale Drehkreuze ausfielen. Insgesamt würden die aktuellen Krisen die Entwicklung des Passagierverkehrs jedoch bremsen.

Auch die Logistikunternehmen beurteilen die Lage zurückhaltend. Viele Warenströme verändern sich derzeit, Planbarkeit ist kaum gegeben. Langfristige Prognosen sind schwierig bis unmöglich. Das Geschäft am Boden könnte hier als stabilisierender Faktor wirken: »Die Bereiche Einzelhandel, Gastronomie, Hotellerie und das Parken am Flughafen sind für uns wichtige Einnahmequellen neben dem reinen Aviation-Geschäft«, betont der Flughafenchef.

Besonders große Erwartungen verbindet der Airport mit dem LabCampus auf dem Gelände. Noch im laufenden Jahr wird zum Beispiel die Technische Universität München (TUM) hier neue Forschungszentren eröffnen, darunter das weltgrößte Trainingszentrum für kognitive Robotik RoboGym und das TUM LivingLab für künftige Arbeits- und Lebenswelten. Auf diese Weise soll sich das Innovationsquartier zum eigenständigen Wirtschaftsstandort entwickeln – als weiterer zukunftsträchtiger Baustein im Geschäftsmodell Flughafen München. ●

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

inncon-bau.de

INNCON Baugesellschaft mbH

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

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

»Einen Traum erfüllt« – Unternehmer Daniel Betz in seinem Konzert- und Theatersaal

Foto: Thorsten Jochim

Multimedia *in Stegen*

Eine alte Brauerei wird zum innovativen Kulturzentrum – das lockt nicht nur TV- und Musikstars an den Ammersee.

Von Sebastian Schulke

Eine schmale Eisentreppe führt an einem gemauerten Kessel vorbei auf eine Empore, die von eisernen Pfählen getragen wird. Von dort geht es über eine weitere Stiege noch etwas höher. Früher hat es in dem Sudhaus gedampft und nach Malz gerochen, haben sich Braumeister um die Maische gekümmert. Doch die roten Backsteine, aus denen der Kessel vor über 130 Jahren gebaut wurde, sind kalt und mit weißer Farbe überstrichen.

Auch wenn der Duft von Malz hier und da noch dezent in der Luft liegt, Bier wird hier nicht mehr gebraut. Statt um Braukünste dreht sich alles um Kultur und Technik – die Brauerei Stegen am Ammersee hat sich in ein kulturelles und multimediales Zentrum verwandelt.

»Ich habe mir hier einen Traum erfüllt«, sagt Daniel Betz (45), der an dem alten Sudkessel vorbeiläuft und direkt dahinter den Konzert- und Theatersaal betritt. Auf der Bühne steht ein Bösendorfer-Flügel, daneben vier Mikrofone, die noch eingerichtet werden müssen. Früher habe Betz immer von einem »House of Music« geträumt. Dass sich dies nun in einer alten Brauerei realisiert habe, sei ein glücklicher Zufall.

Ein kurzer Blick zurück: Die Brauerei wurde 1892 von Ottmar Schreyegg erbaut, einem Braumeister aus dem zehn Kilometer entfernten Seefeld. 1923 übernahm Hacker die Privatbrauerei, die den Gebäudekomplex bis 1972 vor allem als Lager nutzte. 20 Jahre lang tat sich dann gar nichts. Die Brauerei verfiel immer mehr. Bis im März 1993 Paul Schneider, ein Rechtsanwalt aus Starnberg, das alte Gemäuer kaufte, aufwendig sanierte und einen Ort für Kultur, Gastronomie, Arbeiten und Wohnen daraus schuf, ohne den ursprünglichen Charakter der Brauerei zu verändern.

Jazzabende, Kabarett, Ausstellungen, Lesungen und Theateraufführungen werden in dem alten Gemäuer inszeniert. Unten im Keller befindet sich in den Gewölben ein Kino, da, wo früher die Bierfässer gelagert wurden. Seit 2012 wird dort sogar wieder Bier gebraut, verbunden mit einem Wirtshaus und Biergarten.

Damit hat Daniel Betz allerdings nichts zu tun. Auch nicht mit den Wohnungen, die sich vorn in dem Gebäudekomplex befinden. Dafür jedoch mit den Konzerten, TV-Aufzeichnungen und -Produktionen sowie den legendären Partys auf dem Brauereigelände, zu denen Betz schon

Foto: Thorsten Jochim

als Jugendlicher ging – und die er nun selbst veranstaltet. »Ich bin in Schondorf aufgewachsen, das sind nur ein paar Kilometer. Außerdem hat mein älterer Bruder Alexander bereits Anfang der 2000er-Jahre, also nach der Sanierung der alten Brauerei, hier Räume angemietet und seine IT-Firma gegründet. Ich kenne mich mit Stegen, den Partys und der Brauerei also ganz gut aus.«

Seit 2020 ist Betz nun mit seinem Unternehmen in der Brauerei Stegen, der Groundlift Media GmbH, die für TV-Sender, Produktionsgesellschaften, Musiklabels und Künstler verschiedenste Formate produziert. Seinen älteren Bruder hat es nach München gezogen, er ist jedoch als Gesellschafter und Berater noch mit dabei.

»Ein kleines Tonstudio hatte ich schon als Schüler in meinem Zimmer«, erzählt Daniel Betz. »Erst mit Musik, dann mit Hörbüchern und Hörspielen – später auch mit Produktionen fürs Fernsehen.« Zuletzt befand sich sein Studio im Keller seines Hauses in Schondorf.

Seine Frau Jamil machte ihn dann vor gut sechs Jahren darauf aufmerksam, dass in der Brauerei ein neuer Mieter für Theater und Sudhaus gesucht werde. »Das war die Chance, meinem Traum näher zu kommen«, sagt Betz. »Wir mussten noch viel Zeit und Arbeit in das alte Gemäuer stecken – eingezogene Wände und Altlasten der Vormieter entfernen.« Doch die Grundstruktur der Räume und Gewölbe sei sehr gut, dank der gelungenen Sanierung in den 1990ern. So hätte daraus ein hochmodernes Multimedia-Haus entstehen können.

Heute gibt es neben dem Sudhaus mit Bar, Konzert- und Theatersaal sowie Tonstudio noch einen Raum für die Videoregie mit Schnittplätzen und Live-Schalte-System. Die daran angrenzende »Lounge« eignet sich für private oder geschäftliche Events. Im Keller befindet sich neben den zwei Kinosälen ein smartes Podcast-Studio, das sich um Ton und Schnitt selbst kümmert. Das spare, laut Betz, viel Zeit, Aufwand und Kosten.

Der Konzert- und Theatersaal liegt im früheren Kühlschiff der Brauerei. Der sechs Meter hohe Raum mit den alten, unebenen und porösen Backsteinwänden besitzt eine beeindruckende Akkustik, die ein selbst entwickeltes dreidimensionales Soundsystem (»immersive Audiotechnik«) noch verbessert: 46 Lautsprecher befinden sich unter der hohen Decke, jeder wird mit einem im eigenen Haus entwickelten Algorithmus einzeln angesteuert und erzeugt einen dreidimensionalen Klang. Dazu nehmen Kameras mit Gesichtserkennung das Geschehen auf, können sich entsprechend eigenständig bewegen. Das Licht ist ebenfalls darauf abgestimmt und programmiert.

Die ausgefeilte Technik wissen auch Stars zu schätzen, die nach Stegen kommen und am Rande des Ammersees in ihre Musik förmlich eintauchen und diese aufnehmen können. Künstler wie Jonas Kaufmann oder Shirin David haben im Studio der alten Brauerei bereits aufgezeichnet. »Wir haben anfangs nicht gedacht, dass das so gut funktioniert«, meint Betz.

Ausgetüftelt und die Steuerungstechnik konstruiert hat der Technische Leiter und Entwickler Julius Drescher (37). Er hat in Graz Elektrotechnik und Toningenieur studiert und kam eher zufällig zu Groundlift. »Auf einem Musikfestival haben sich unsere Wege vor vielen Jahren gekreuzt«, erzählt er. »Daniel und ich sind gute Freunde, spielen einfach gut zusammen. Als er mir damals die alte Brauerei zeigte, hatten wir genau die gleichen Ideen und Visionen vor Augen.«

Das war im Juni 2020. Gut einen Monat zuvor hätte eigentlich schon die Eröffnungsfeier der neuen Brauerei stattfinden sollen. Doch dann stand plötzlich Corona vor der Tür. Die Feier musste abgesagt werden. Nichts ging mehr. Aufgeben war für Betz allerdings keine Option. Und so kam Drescher ins Spiel beziehungsweise in die Brauerei.

»Corona hätte uns fast das Genick gebrochen«, sagt Betz. »Mit Kultur allein kommt man nicht mehr über die Runden. Wir mussten umplanen, umdenken, neue Schwerpunkte setzen und dafür Wege finden.« Das gelang. Die alte Brauerei bringt nun Kreativität mit neuester Technologie zusammen – für Kulturevents, kleine Fachmessen, private Veranstaltungen, Medien- und Kunstschaffende sowie Businessveranstaltungen.

»Wir sind sehr breit und innovativ aufgestellt«, findet Betz, »und verfügen über das Werkzeug, das neue Möglichkeiten, Räume und Perspektiven schafft.« Hier in Stegen, in der alten Brauerei, am Rande des Ammersees. ●

www.groundlift.de

Verkehr

Exkursion für Unternehmer zum Brenner

Der Brenner Basistunnel ist der längste Eisenbahntunnel der Welt, das Herzstück im europäischen Transitverkehr von Nord nach Süd und die zentrale Verbindungsachse zur Querung des Alpenbogens. Mit der geplanten Inbetriebnahme Anfang der 2030er-Jahre werden sich die Reisezeiten verkürzen und die Transportkapazitäten entscheidend steigen. Bis zu eine Million Lkw-Ladungen sollen dann von der Straße auf die Schiene verlagert werden.

Auf einer IHK-Exkursion können sich Unternehmer selbst ein Bild von dem Großprojekt und dessen Fortschritten machen. Auf dem Programm stehen unter anderem eine Führung durch die Tunnelbaustelle und eine Besichtigung der Bahnverladung Straße/Schiene in Wörgl.

Termin: 29. Oktober 2026
Kostenbeitrag: 36 Euro

Weitere Informationen und Anmeldung:
www.events.ihk-muenchen.de/ihk/brennerkorridor-exkursion

Sichtbare Fortschritte im Basistunnel

Foto: IHK/Leitner

Arbeitsmarkt

Neue Arbeitsverbote für geduldete Personen

In der EU gelten seit Ende Juli 2026 strengere Regeln für den Arbeitsmarktzugang für Menschen mit Duldungsstatus aus weiteren sogenannten sicheren Herkunftsstaaten nach Vorgaben des Gemeinsamen Europäischen Asylsystems (GEAS). Neben den bereits erfassten Herkunftsländern (Westbalkan-Staaten, Georgien, Ghana, Moldau und Senegal) gilt das Beschäftigungsverbot seitdem auch für geduldete Personen aus Ägypten, Bangladesch, Indien, Kolumbien, Marokko, Tunesien und der Türkei. Kommen Mitarbeitende aus diesen Ländern, sollten Unternehmen zunächst den Aufenthaltsstatus und die Anwendbarkeit der Übergangsregelung prüfen.

Nicht betroffen vom neuen Beschäftigungsverbot sind Personen, die

- bereits am 6. Mai 2025 mit Duldung in Deutschland gelebt haben oder
- am 11. Juni 2026 über eine gültige Beschäftigungserlaubnis verfügten.

Für diese Personen bleibt die Beschäftigung weiterhin möglich.

Weitere Infos: **www.ihk-muenchen.de/migration**

Das kostenfreie Webinar »Vom Arbeitsmarktzugang zur Bleibeperspektive« gibt einen kompakten und praxisnahen Überblick über die rechtlichen Rahmenbedingungen für Unternehmen, die Menschen mit Fluchthintergrund beschäftigen wollen.

Termin: 25. November 2026, 10–11.30 Uhr, online

Mehr Informationen und Anmeldung:
www.events.ihk-muenchen.de/ihk/arbeitsmarktzugang-bleibeperspektive

Foto: Jan Schmiedel

Investierte massiv in Portfolio, Mitarbeitende und Gebäude – Firmenchefin Marie Gérard

Rollende Hotels

Vor zehn Jahren ist Marie Gérard ins elterliche Unternehmen eingestiegen, seit fünf Jahren leitet sie die Geschäfte – und hat den Umsatz seither fast verdreifacht.

Von Sabine Hölper

Für Camping war die Pandemie eine absolute Boom-Phase. Die Peißenberger Wohnwagen Gérard GmbH war da schon 54 Jahre auf dem Markt. Willi Gérard hatte das Unternehmen, das Wohnwagen und -mobile verkauft, verleiht und repariert sowie im eigenen Shop Zubehör anbietet, 1966 gegründet. Nun profitierte es von der gestiegenen Nachfrage, höheren Preisen und vom verbesserten Image des Campingurlaubs.

Genau in dieser speziellen Zeit erfolgte der Generationswechsel. Marie Gérard übernahm das Unternehmen und die Geschäftsführung von ihrem Vater. »Eigentlich war die Übergabe für 2020 geplant«, sagt die 38-Jährige. »Wegen der Pandemie haben wir sie auf 2021 verschoben.« Seit fünf Jahren ist sie geschäftsführende Gesellschafterin.

Dabei war lange unklar, ob sie überhaupt ins Unternehmen einsteigen wird. Nach ihrem Medienmanagement-Studium arbeitete sie erst acht Jahre lang für den Musiker Peter Maffay. Sie war bei der Bühnenshow Tabaluga-Tour dabei und baute die dazugehörige Tabaluga Enterprises GmbH mit auf, es machte ihr Spaß.

Nach acht Jahren als Angestellte spürte sie aber auch den Wunsch, selbstständig zu sein. Schließlich war sie auf dem Firmengelände groß geworden, jobbte ab und zu im Betrieb. »Wenn man so auf-

wächst, prägt das. Da liegt der Wunsch, etwas Eigenes auf die Beine zu stellen, nahe«, sagt Marie Gérard und fügt hinzu: »Unternehmer haben eine besondere Art zu leben.« Sie tragen viel Verantwortung, können aber auch vieles selbst gestalten. Die endgültige Entscheidung fürs Familienunternehmen fiel 2015, als sie ihren Vater zur Münchner Reise- und Freizeitmesse f.re.e begleitete. Hier erlebte sie ein paar Tage lang die Begeisterung der Camper – und die steckte sie an. »Ich habe da viel Potenzial gesehen«, sagt sie.

Kurz darauf trat sie ins Unternehmen ein. Allerdings nicht gleich in eine leitende Position. Sie fand, dass ihr Studium, »eine Art BWL mit Medienschwerpunkt«, zwar eine gute Grundlage geschaffen hatte. Auch ihre Erfahrungen als Angestellte waren hilfreich. Aber Gérard wollte mehr lernen, noch sicherer werden. Schließlich hatte sie wenig Ahnung vom Caravaningmarkt. Und Chefin sein will ebenfalls gelernt werden.

Drei Jahre lang durchlief sie daher das Förderprogramm »Unternehmensführung im Handel« der Münchner Günther Rid Stiftung, absolvierte im Anschluss weitere Seminare. 2021 wagte sie dann den entscheidenden Schritt: Sie wechselte in die Geschäftsführung, die sie sich seither mit Klaus Ostenrieder, der seit vielen Jahren im Unternehmen in verantwortungsvoller Position tätig ist, teilt.

Gérard hat das Erbe ihres Großvaters angetreten, eines begeisterten Campers und eines Mannes mit ausgeprägtem Geschäftssinn. Hauptberuflich führte er einen Lebensmittelladen, nebenher baute er, Schritt für Schritt, einen Wohnwagenhandel auf. Es war die Zeit, als auf den Campingplätzen Zelte vorherrschten, der zunehmende Wohlstand aber den Wunsch nach mehr Komfort weckte. Willi Gérard erkannte den Wandel und die sich daraus ergebenden Chancen. Die ersten Wagen veräußerte er zum Teil direkt auf dem Campingplatz.

Es folgte eine typische Aufstiegsgeschichte. Neun Jahre nach der Gründung zog das Unternehmen an den heutigen Standort. Der Patriarch stellte seinen Betrieb breit auf, bot Wohnmobile und Wohnwagen an. Aber er kümmerte sich auch früh um einen Nachfolger, der schnell gefunden war. Sohn Klaus-Wilhelm Gérard übernahm 1982 die väterliche Firma, in der er schon als Schüler mitgearbeitet hatte.

Vier Jahrzehnte später führt nun die dritte Generation die Geschäfte. Marie Gérard hatte insofern einen leichten Start, als Campingurlaub zur Zeit ihres Antritts von uncool auf cool wechselte – im Rekordtempo. Aus Billigurlaub wurde teuer. Aus Spießer-Reisen wurde Freiheit. Oder wie die Unternehmerin es ausdrückt: »Campingurlaub wurde normal.«

Der Boom bescherte Gérard Caravaning eine hohe Nachfrage. »Wir haben profitiert«, sagt sie. Allerdings nicht ganz so, wie mancher sich das denken mag. Denn es gab zu wenige Fahrzeuge, die man hätte verkaufen oder vermieten können. »Ich habe 50 bestellt und zwölf bekommen«, sagt die Oberbayerin. Zudem fand sie einen Betrieb vor, der jahrelang Innovationen verschleppt hatte. Folglich hat die neue Eigentümerin in Gebäude, Mitarbeiter und Portfolio investiert.

Sie schaffte mehr Wohnmobile an, während vorher der Fokus auf Wohnwagen lag. Außerdem baute sie das Vermietungsgeschäft aus. Hatte Gérard Caravaning 2016 erst 20 Fahrzeuge in der Vermietung, waren es 2025 schon 60. »Aktuell sind es 40 Fahrzeuge, jedoch mit einer höheren Auslastung, sodass wir auf den gleichen Umsatz kommen, aber effektiver geworden sind«, sagt die Unternehmerin. Auch die Werkstatt baute sie aus, da Service für die Kunden immens wichtig ist. Sie stellte neue Leute ein, insgesamt ist die Belegschaft deutlich gewachsen. Doch sie musste sich ebenso von Mitarbeitenden verabschieden, zum Teil durch Renteneintritt, aber auch über Entlassungen. Marie Gérard steht, anders als ihr Vater, für einen modernen Führungsstil, erwartet Eigenverantwortung von den Angestellten.

Mit ihren Maßnahmen hat sie in wenigen Jahren den Umsatz annähernd verdreifacht – auf rund elf Millionen Euro. Und das in einem nach Corona schwieriger gewordenen Markt. Daher, so sagt sie, befinde sie sich immer noch am Anfang der Umstrukturierung.

Diesen Weg geht sie konsequent weiter. Auf eine charmante Art: Um nah am Betrieb zu sein, hat sie sich mit ihrem Ehemann, der auch im Unternehmen arbeitet, einen Wohnwagen auf dem Firmengelände ausgebaut – als Domizil für die Wochentage. Ihre Hauptwohnsitze in Starnberg und München seien zu weit weg vom Geschäft mit den rollenden Hotels. ●

www.wohnwagen-gerard.de

Die Welt zu Gast in München

20 Jahre IHK Trade & Connect: Zölle, Kriege und wacklige Lieferketten machen die Beratung und den Austausch dort für bayerische Unternehmen wichtiger denn je.

Infos aus erster Hand – Besucher auf der Trade & Connect

Foto: Lennart Preiss

Von Natascha Plankermann

Für einen Tag wird München zum Treffpunkt internationaler Märkte: Die IHK Trade & Connect feiert 2026 ihr 20-jähriges Jubiläum. Aus einem überschaubaren Beratungsformat wurde der wichtigste Termin für bayerische Unternehmen im Auslandsgeschäft. Experten der Auslandshandelskammern (AHK) aus mehr als 60 Ländern nehmen am 19. November Platz an den Gesprächstischen – gegenüber sitzen Unternehmer, die wissen wollen, wie es um ihre Märkte wirklich steht.

»Die Bedeutung der Veranstaltung wächst mit der Unsicherheit des Weltgeschehens«, sagt Gabriele Vetter, stellvertretende Bereichsleiterin International bei der IHK für München und Oberbayern. Unternehmen müssen fortlaufend neue Entwicklungen einordnen – egal ob es um die Handelspolitik in Europa oder in den Kernmärkten USA und China geht. Bei der Trade & Connect informieren sie sich aus erster Hand, wie im Zeitraffer: Wo produziere ich künftig? Welche Exportmärkte bieten die größten Chancen? Wie sichere ich Importe und Lieferketten? Wie gehe ich mit hohen Energie- und Transportkosten um?

Kaum einen Markt trifft die neue Unwucht so deutlich wie die USA. Christoph Schemionek, Leiter der Delegation der Deutschen Wirtschaft in Washington D.C.: »Die

Fundamente des deutsch-amerikanischen Handels sind nach wie vor bemerkenswert stark.« Dennoch fehle es an Planungssicherheit – die politischen Dynamiken unter »Trump II« sorgen dafür. Laut dem German American Business Outlook 2026 spüren 86 Prozent der Unternehmen negative Effekte der US-Zollpolitik, vor allem administrativen Mehraufwand. Erstmals überholen politische Unsicherheit und die Zollfolgen in der Umfrage den Fachkräftemangel als größte Herausforderung.

Die deutsche Wirtschaft bleibt dem Markt dennoch treu: 67 Prozent wollen ihre US-Investitionen weiter ausbauen, 57 Prozent haben KI-Projekte umgesetzt – doppelt so viele wie im Vorjahr. Mit mehr als 680 Milliarden Dollar Direktinvestitionen ist Deutschland drittgrößter ausländischer Investor in den USA, mehr als 6.000 deutsche Unternehmen sichern dort rund eine Million Jobs, viele in der Fertigung.

Trumps Ziel der Reindustrialisierung eröffnet Geschäftschancen, etwa in Rüstung, Auto- und Maschinenbau, Luft- und Raumfahrt sowie beim Bau von Rechenzentren. Zugleich bringt der Aufbau von Produktionskapazitäten Hürden mit sich: Bürokratie, langwierige Genehmigungsprozesse und Zölle, die auch Vorprodukte verteuern können.

Schemionek beschreibt das Klima als unternehmensfreundlich, betont aber, dass Expansion klare Strategie und sorgfältige Navigation der Regularien erfordert. Wer einsteigen wolle, dem rät er zu klarer Fokussierung – notfalls zunächst mit einem virtuellen Büro. Das AHK-Netzwerk mit Standorten in Atlanta, Chicago, New York, San Francisco und Washington sei der beste Startpunkt.

Wie ein Rückhalt aussehen kann, weiß Matthias Klaholt von der Euler Hermes Aktiengesellschaft, die im Auftrag des Bundes die Exportkreditgarantien verwaltet. »Die größte Herausforderung ist der Umgang mit geopolitischen Risiken wie Kriegen, Sanktionen und Protektionismus. Selbst etablierte Geschäftsbeziehungen können dadurch kurzfristig beeinträchtigt werden«, sagt Klaholt. Daneben blieben klassische Zahlungsausfälle wegen wirtschaftlicher Schwierigkeiten von Kunden ein zentrales Thema.

Klaholts Rat: Risiken schon in der Angebotsphase mitdenken. Neben Bonitätsprüfungen, Anzahlungen, Akkreditiven oder Bankgarantien spielen Exportkreditversicherungen eine wichtige Rolle – bei anspruchsvollen Märkten sind die Exportkreditgarantien des Bundes, die Hermesdeckungen, oft das Mittel der Wahl.

Für den Mittelstand interessant sei die Fabrikationsrisikodeckung: Sie greift schon während der Produktion, falls ein Exportgeschäft vor Lieferung platzt. Ergänzend erleichtert die Avalgarantie des Bundes Anzahlungs-, Leistungs- oder Gewährleistungsbürgschaften – ein Wettbewerbsvorteil.

Besonders interessant sind laut Klaholt Projekte in Energie, Infrastruktur, Rohstoffen und industrieller Transformation, rund um erneuerbare Energien, Wasserstoff und strategische Rohstoffe. Zu den wichtigsten Zielländern zählen die Türkei, Indien und Saudi-Arabien – Märkte mit großen Chancen, die professionelle Risikoabsicherung erfordern, ebenso wie einen »sauber ausgearbeiteten, anwaltlich geprüften Vertrag mit klar geregeltem Recht, Gerichtsstand und Zahlungsbedingungen«.

Die IHK blickt zudem über etablierte Märkte hinaus. Neben den USA und China rückt für Vetter Indien in den Fokus, wo das frisch unterzeichnete Handelsabkommen mit der EU noch auf seine Ratifizierung wartet. Auch Lateinamerika sei seit dem Mercosur-Abkommen attraktiver, das gelte nicht nur für Brasilien, sondern auch für Argentinien, Paraguay oder Uruguay.

»Wer im Ausland investieren möchte, profitiert enorm vom Wissen der AHK-Expertinnen und -Experten vor Ort«, sagt Vetter. Das Matchmaking mache die Trade & Connect wertvoll: Teilnehmende lernen voneinander und finden gemeinsam Lösungen. Vetter: »So bleibt der Standort Bayern die sichere Basis – und bietet zugleich das Sprungbrett in die Welt.« ●

IHK-Ansprechpartner zur Trade & Connect
Gabriele Vetter, Tel. 089 5116-1372
vetterg@muenchen.ihk.de

Johannes Weidl, Tel. 089 5116-1456
weidl@muenchen.ihk.de

IHK-VERANSTALTUNGSTIPP

IHK Trade & Connect 2026

Die Jubiläumsausgabe der IHK Trade & Connect bietet wie gewohnt Informationen und Beratung zu allen Aspekten rund um das internationale Geschäft sowie Angebote zum Netzwerken. Die Veranstaltung wendet sich an alle Unternehmen, egal welcher Größe und internationalen Erfahrung.
Termine für die 20-minütigen Einzelgespräche mit den Experten der Außenhandelskammern buchen Teilnehmer am besten vorab online über das Registrierungsportal.

Termin: 19. November 2026, ab 9 Uhr
Ort: IHK für München und Oberbayern, Max-Joseph-Straße 2, 80333 München
Teilnahmegebühr: 55 Euro

Alle Infos und Anmeldung, auch zu den Einzelgesprächen:
www.ihk-muenchen.de/trade-connect

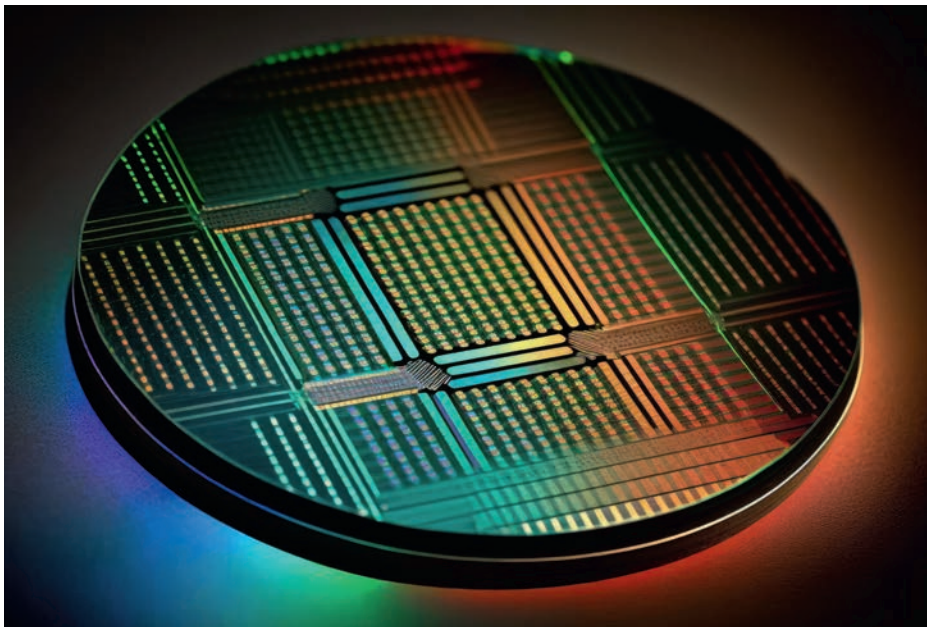
Immobilieninvestitionen mit nachhaltigem Wert:

Experten zeigen Wege zu besserer Rendite, Energieautarkie und Steuervorteilen

München, 2. Oktober 2026 – Steigende Energiekosten, neue ESG-Anforderungen und veränderte Marktbedingungen stellen Immobilienbesitzer und Investoren vor wichtige Zukunftsentscheidungen. Welche Immobilien werden in zehn bis zwanzig Jahren die höchste Nachfrage, die beste Vermietbarkeit und den größten Wertzuwachs erzielen und mit welchen Immobilien kann ich bereits heute Steuervorteile erzielen?

Mit dieser Frage beschäftigt sich die Veranstaltung **„Zukunftssicher & rentabel investieren in Immobilien“**, die am **30. November 2026 um 18 Uhr im Münchener Herrenclub** stattfindet. Hochkarätige Experten aus den Bereichen Immobilien, Energie und Steuern geben Einblicke in die entscheidenden Erfolgsfaktoren für nachhaltigen Vermögensaufbau mit Immobilien.

Den Auftakt macht **Sven Keussen von ROHRER Immobilien**. In seinem Vortrag beleuchtet er die langfristigen Perspektiven von Bestandsimmobilien und Neubauten und zeigt, welche Maßnahmen künftig den größten Einfluss auf Wertentwicklung, Vermietbarkeit und Rendite haben werden.



Ein besonderer Höhepunkt des Abends ist der Vortrag von **Prof. Dipl-Ing. Timo Leukefeld**, einem der bekanntesten Experten für energieautarkes Wohnen in Deutschland. Im Mittelpunkt stehen innovative Energiekonzepte, die Immobilien unabhängiger, attraktiver und wirtschaftlich erfolgreicher machen und das in über 1800 Einheiten bereits in der Realität dokumentieren. Dabei zeigt er mit Praxisbeispielen auf, wie Energieautarkie, Energieflatrates und moderne Gebäudetechnik zu einem entscheidenden Wettbewerbsvorteil werden.

Im dritten Vortrag erläutern die Experten von **MSW PARTNERS** Wirtschaftsprüfer | Steuerberater | Rechtsanwalt, wie Investoren und Bestandshalter steuerliche Gestaltungsmöglichkeiten im Rahmen von bereits bestehendem Immobilienvermögen als auch mit neuen Immobilieninvestments optimal nutzen können.

Im Fokus stehen aktuelle Fördermöglichkeiten, Abschreibungspotenziale zur nachhaltigen Renditesteigerung sowie die langfristige Steueroptimierung.

Zum Abschluss diskutieren die Referenten in einer Podiumsrunde die Zukunft des Immobilienmarktes. Neben den Fachvorträgen bietet der Abend Gelegenheit zum persönlichen Austausch mit den Referenten und weiteren Branchenvertretern.

Veranstaltung: Zukunftssicher & rentabel investieren in Immobilien
Veranstalter: ROHRER Immobilien GmbH, 3lectrify, MSW PARTNERS mbB
Datum: 30. November 2026
Uhrzeit: 18:00 Uhr
Ort: Münchener Herrenclub, Brienner Straße 13, 80333 München
Eintritt: geladene Gäste kostenfrei, in der Reihenfolge der Anmeldungen (begrenzte Anzahl an Sitzplätzen, Damen erlaubt)
Anmeldung unter: https://rohrer.immobilien/tickets
Kontakt: Angelika Ellinger, Tel. 089 54304-145, ellinger@rohrer-immobilien.de

MONTAG
30.11.2026
18:00 UHR

IM MÜNCHENER HERRENCLUB

ZUKUNFTSSICHER & RENTABEL INVESTIEREN IN IMMOBILIEN

ROHRER Immobilien GmbH

Die ROHRER Immobilien GmbH zählt zu den traditionsreichsten Immobilienunternehmen Münchens und begleitet seit über 100 Jahren Eigentümer, Investoren und Nutzer in allen Bereichen der Immobilienwirtschaft. Das inhabergeführte Familienunternehmen bietet umfassende Leistungen in den Bereichen Beratung, Bewertung, Vermittlung und Immobilienmanagement. Langjährige Marktkenntnis, persönliche Betreuung und maßgeschneiderte Lösungen prägen die Arbeit von ROHRER.

ROHRER IMMOBILIEN SEIT 1919

Wir behandeln Ihre Immobilie wie unsere eigene.

www.rohrer-firmengruppe.de

MSW PARTNERS Wirtschaftsprüfer | Steuerberater | Rechtsanwalt

MSW PARTNERS Wirtschaftsprüfer | Steuerberater | Rechtsanwalt berät Unternehmer, Investoren und Immobilienbesitzer in steuerlichen, rechtlichen und wirtschaftlichen Fragestellungen. Die interdisziplinäre Kanzlei verbindet langjährige Erfahrung mit modernen Beratungskonzepten und entwickelt individuelle Lösungen für Vermögensaufbau, Unternehmensentwicklung und Immobilieninvestitionen. Dabei stehen strategische Planung, Transparenz und Wertschöpfung im Mittelpunkt.

MSW PARTNERS

Wirtschaftsprüfer · Steuerberater · Rechtsanwalt

www.mswpartners.de

Prof. Dipl.-Ing. Timo Leukefeld

Energieexperte, Visionär und Honorarprofessor mit langjähriger Erfahrung in der Entwicklung energieautarker Gebäude und nachhaltiger Versorgungskonzepte. Als Berater von Unternehmen, Kommunen und der Immobilienwirtschaft beschäftigt er sich mit den Fragen des zukünftigen Wohnens und Bauens. In seinem Vortrag zeigt er praxisnahe Wege zu mehr Energieunabhängigkeit, Ressourceneffizienz und nachhaltiger Wertschöpfung auf.

Timo Leukefeld

www.timoleukefeld.de

3lectrify

3lectrify ist ein Unternehmen mit Sitz in Sauerlach, das Investoren, Bauträger und Immobilieneigentümer bei der Entwicklung und Umsetzung vollelektrischer Gebäudekonzepte unterstützt und begleitet. Durch die Kombination von Photovoltaik, moderner Gebäudetechnik und intelligenten Energielösungen entstehen wirtschaftliche und zukunftsfähige Immobilien. Das Ziel: Wir erhöhen für unsere Kunden die Rendite und schaffen signifikante Mehrerlöse zusätzlich zur Kaltmiete.

3LECTRIFY®

ALL ELECTRIC BUILDING

www.3lectrify.com

WEITERE INFORMATIONEN ZUR VERANSTALTUNG
UND KOSTENLOSES TICKET SICHERN UNTER
https://rohrer.immobilien/tickets
ODER SCANNEN SIE DEN QR CODE.

Wer spricht fürs Unternehmen? Aufgaben im Krisenfall lassen sich vorab festlegen

Foto: LuxeShutter/peopleimages.com/Adobe Stock

Wer schweigt, *verliert*

Ob Cyberangriff, Reklamation oder Werksunfall – Krisen können jedes Unternehmen treffen. Warum gute Vorbereitung entscheidend ist und welche Kommunikation im Ernstfall Vertrauen schafft.

Von Lisa Priller-Gebhardt

Plötzlich war da diese E-Mail im Postfach: Ein Investigativ-Redakteur eines öffentlich-rechtlichen Senders stellte Fragen zu einer ehemaligen Mitarbeiterin, die Arbeitslosengeld beantragt hatte. Das Problem war, dass für den Redakteur nicht klar war, ob die Verzögerung bei der Weitergabe der nötigen Dokumente vom Unternehmer an das Arbeitsamt entstanden war oder ob die Bearbeitung beim Arbeitsamt einfach so lange gedauert hatte. Dies ging aus der Mail nicht hervor.

»Wir waren natürlich erst einmal geschockt und wussten überhaupt nicht, wie wir mit dem Redakteur umgehen sollten. Niemand wollte direkt dort anrufen und Stellung beziehen«, sagt Eugenio Manzano, Geschäftsführer der Global GSRM GmbH, eines Dienstleisters im Bereich Abfertigung am Flughafen München.

Krisen, die eine schnelle Reaktion erfordern, entstehen oft von jetzt auf gleich. Dass muss nicht immer gleich der große Chemieunfall oder Flugzeugabsturz sein. Krisen können auch durch vermeintlich kleine Auslöser, Kommentare oder Presseanfragen entstehen. Dabei kann es jedes Unternehmen treffen, vom Selbstständigen bis zum etablierten Mittelständler. »Es ist leichtfertig zu glauben, dass schon nichts passieren wird«, sagt Matthias Burkard, der Unternehmen bei der Krisen- und Change-Kommunikation unterstützt. Er hat vor elf Jahren als Pressesprecher von Germanwings den schlimmsten denkbaren Notfall kommunikativ begleitet: den bewusst herbeigeführten Absturz des Flugzeugs durch den Piloten mit 150 Todesopfern.

Seiner Erfahrung nach ergibt sich heute die Dringlichkeit in Sachen Krisenkommunikation vor allem aus zwei Faktoren: »Erstens durch Social Media, wo sich schlechte Nachrichten rasend schnell verbreiten. Zweitens, weil auch Mitarbeitende Google Alerts für ihr Unternehmen eingerichtet haben und so in Echtzeit erfahren, welche Probleme bei ihrem Arbeitgeber auftreten«, sagt der Kommunikationsexperte.

Manchmal reicht dafür beispielsweise schon eine Gesetzesänderung, durch die einem Solarbetrieb die Fördermittel gestrichen werden. Dann sei es laut Berater entscheidend, dass die Geschäftsleitung nicht abtaucht, sondern die Mitarbeitenden informiert – zum Beispiel darüber, dass ihre Arbeitsplätze zunächst sicher sind, weil ausreichend Aufträge für das laufende Jahr bestehen.

Doch wie bereitet sich ein Gewerbebetrieb, ein Versicherungsbüro oder ein Softwaredienstleister auf den Ernstfall

vor? Der Profi empfiehlt, zunächst mögliche Krisenszenarien systematisch zu sammeln. In einem Brainstorming lassen sich die wahrscheinlichsten Risiken identifizieren. Sein Tipp: die KI nach denkbaren Krisensituationen fragen.

Außerdem rät der Kommunikationsexperte dazu, sich einen halben Tag Zeit zu nehmen und den schlimmsten Fall durchzuspielen. »Sich gedanklich in eine akute Krise zu versetzen und den gesamten Ablauf zu simulieren, hilft dabei, im Ernstfall souveräner zu reagieren«, so der Berater. Er habe die Erfahrung gemacht, dass eine solche Übung zudem den Zusammenhalt im Team stärke. Darüber hinaus zeige sich dabei, wer besonders besonnen handele und im Ernstfall als Wortführer geeignet sei. Diese zwei Säulen sind laut Burkard entscheidend:

Technische Vorbereitung: Wer ist wann erreichbar? Wer hat alle wichtigen Kontaktdaten – auch für Urlaubszeiten oder das Wochenende? Wer kann kurzfristig eine Telefonkonferenz organisieren? Gibt es einen aktuellen Presseverteiler?

Inhaltliche Vorbereitung: Wer aus dem Kernteam kann Stellungnahmen formulieren? Ist es sinnvoll, die Mitarbeitenden in einem Townhall-Meeting zu informieren? Wer kümmert sich um Social Media und die Medienbeobachtung? »Erstellen Sie Checklisten, Formulierungsbeispiele und Textbausteine, die Sie im Bedarfsfall schnell ergänzen können«, rät der Krisenberater. In einer vorbereiteten Pressemitteilung, die gleichzeitig auch auf der Unternehmenswebsite veröffentlicht werden kann, sollte zudem festgehalten sein, wer für Anfragen von Journalisten oder Kunden erreichbar ist. Laut Burkard müsse es ein direktes und persönliches Gesprächsangebot geben. Entscheidend seien »konsequent einheitliche Formulierungen und Botschaften an allen Stellen des Unternehmens«.

Deutungshoheit behalten

Im Krisenfall gilt eine klare Reihenfolge: intern vor extern. Zunächst müssen die Mitarbeitenden informiert werden. Ebenso wichtig ist es, sie darauf vorzubereiten, wie sie auf Presseanfragen reagieren. Eine klare Antwort kann beispielsweise lauten: »Dazu kann ich keine Auskunft geben. Ich verbinde Sie gern mit unserem Geschäftsführer oder Pressesprecher.«

Das Wichtigste ist jedoch: Es darf kein Kommunikationsvakuum entstehen. »Zu schweigen ist die schlechteste aller Lösungen«, sagt der Kommunikationsexperte. Er empfiehlt, aktiv zu kommunizieren. »Wer von einer Krise überrascht wird, macht nichts falsch, wenn er offen sagt: ›Ja, es gibt Probleme und wir kümmern uns darum.‹ Das signalisiert Kompetenz und Handlungsfähigkeit.« Wurden Menschen durch eigenes Verhalten verletzt, sollte das Unternehmen dies ebenfalls klar benennen: »Wir haben Fehler gemacht und kümmern uns darum.«

Bei einem Sturm der Entrüstung im Netz kommt den eigenen Mitarbeitenden eine wichtige Rolle zu. Im besten Fall springen sie ihrem Unternehmen zur Seite und schildern ihre eigenen positiven Erfahrungen: »Den Fall, den Sie hier beschreiben, habe ich so noch nicht erlebt«, könnten sie beispielsweise entgegnen.

»Das ist die Königsklasse, wenn Mitarbeitende oder sogar Kundinnen und Kunden öffentlich für ihr Unternehmen Partei ergreifen«, sagt der Experte. Und auch wenn es schwerfalle, sollte Kritik laut Burkard nicht gelöscht werden – es sei denn, Kommentare sind beleidigend oder persönlich. Eine angemessene Antwort auf negative Reaktionen könne lauten: »Wir verstehen Ihre Kritik, arbeiten an einer Lösung und bitten Sie, uns trotzdem eine Chance zu geben.«

Doch Kritik kommt nicht immer nur von außen. Auch Mitarbeitende äußern sich mitunter öffentlich, etwa mit Kommentaren wie: »Wir stehen kurz vor der Insolvenz.« In solchen Fällen empfiehlt der Spezialist das direkte Gespräch. Entscheidend sei herauszufinden, was den Mitarbeitenden zu dieser Aussage veranlasst hat. Doch wie viel Offenheit ist angebracht? »Halbe Informationen untergraben das Vertrauen. Besser ist es, ehrlich zu sein und die wesentlichen Fakten transparent zu machen«, rät er.

Und wie ging es bei Global GSRM weiter? »Letztlich standen gar nicht wir im Kreuzfeuer, sondern das Arbeitsamt, das die Bearbeitung des Vorgangs verschleppt hatte«, sagt Manzano, der sich Unterstützung von Krisenberater Burkard geholt hatte. ●

IHK-Ansprechpartnerin zum Thema Kommunikation
Dorothee Murfeld, Tel. 089 5116-1854
murfeld@muenchen.ihk.de

KRISENKOMMUNIKATION: ZUSCHUSS VOM STAAT

Kleine und mittlere Unternehmen (KMU) können sich über die BAFA-Förderung für Unternehmensberatungen einen Zuschuss zur Krisenkommunikation holen. Das Bundeswirtschaftsministerium erstattet bis zu 80 Prozent der Beratungskosten.

Die Förderung gibt es zweimal im Jahr, bis zu einer maximalen Summe von 3.500 Euro. Das Geld soll Unternehmen mit bis zu 250 Mitarbeitenden dabei unterstützen, ihre Firmenkommunikation krisenfest auszurichten. Das Programm kann auch für Beratungen zu Unternehmensführung, Finanzen oder Personal verwendet werden:
www.bafa.de/DE/Wirtschaft/Beratung_Finanzierung/Unternehmensberatung/unternehmensberatung_node.html

Ein IHK-Webinar mit Matthias Burkard gibt es hier: **www.youtube.com/watch?v=4YohuARdMbM&t=306s**

Mehr Infos zu Krisenkommunikation bietet die IHK-Website: **www.ihk-muenchen.de/krisenkommunikation**

Social Media – als Vertriebskanal zunehmend gefragt

Foto: Fahng/Adobe Stock

Der richtige Mix

Im E-Commerce ergänzen Social-Media-Plattformen längst den eigenen Webshop oder Onlinemarktplätze. So können Unternehmen ihre Vertriebsmöglichkeiten erweitern.

Von Gabriele Lüke

Als Händler da zu sein, wo die Kunden ihre Zeit verbringen – das heißt für Karin Elsperger, Inhaberin der gleichnamigen Modeagentur in München, auf Social-Media-Plattformen präsent zu sein: »Vor allem mit Live-Shopping-Events auf Instagram mache ich gute Erfahrungen.« Dabei ist die Unternehmerin eigentlich nicht im Endkundengeschäft tätig. Sie verkauft ausgefallene Damenmode italienischer Hersteller an ausgewählte deutsche Einzelhändler. »Inzwischen werden die stationären Händler, also meine eigentlichen Kunden, aber immer weniger frequentiert«, erklärt sie. »Die Menschen shoppen lieber vom Sofa aus.« Daher hat sie sich mit den Einzelhändlern zusammengetan. »Gemeinsam gehen wir online, präsentieren die Mode, erläutern und beraten live, pushen und verkaufen so die Waren.« Sie betont: »Das ist Win-win für alle. Für mich persönlich sind Social-Media-Plattformen inzwischen ein relevantes Vertriebs- und Umsatzstandbein.«

Mit ihrem Konzept ist Elsperger am Puls der Zeit. Nicht nur dass E-Commerce an sich immer wichtiger wird. Seit der Coronakrise hat der Onlineverkauf seinen Anteil am Einzelhandel ausgebaut und liegt aktuell bei 13,5 Prozent, so der Handelsverband Deutschland HDE. Zugleich verändert sich der Onlinehandel auch selbst: Händler vertreiben nicht mehr nur über den eigenen Webshop oder Marktplätze wie Amazon & Co., sondern zunehmend auch über Social-Media-Kanäle. Dieser Social Commerce kommt bei den Verbrauchern offensichtlich gut an: Knapp 30 Prozent aller deutschen Internetnutzer kaufen bereits über soziale Netzwerke ein, unter den jüngeren (16 bis 29 Jahre) sind es sogar 48 Prozent, ermittelte der Digitalverband Bitkom e.V. 2025.

»Onlinevertrieb heißt heute, einen strategisch klugen Plattformmix, der Onlineshop, Marktplätze und soziale Netzwerke umfasst, aufzubauen«, sagt IHK-Handels-

»Der Plattformmix bringt unsere Marke voran. Daher bleiben wir auf mehreren Kanälen aktiv.«

Moritz Köllinger, Marketingchef GirlGotLashes

Foto: GirlGotLashes

referent Peter Groten. »Wer auf einen Mix setzt, erreicht seine Zielgruppen da, wo sie sind, erweitert sie aber auch, weil er über seine übliche Blase hinausgeht – zumal sich die Plattformen wechselseitig ankurbeln«, ergänzt Susanne Dierl, Senior Consultant bei ibi research an der Universität Regensburg GmbH. Sie unterstützt im Rahmen des Projekts »Erfolgreich handeln« des Bayerischen Wirtschaftsministeriums kleine und mittlere Händler bei Social-Media-Kampagnen. »Wer umgekehrt nicht auf mehreren und unterschiedlichen kommerziellen wie sozialen Plattformen aktiv ist, verliert an Sichtbarkeit für Kunden, Suchmaschinen und künstliche Intelligenz«, so Dierl.

Die Marktplätze und Social-Media-Portale haben sich für den Plattformmix bereits aufgestellt. Der Marktplatz kaufland.de zum Beispiel unterstützt Händler nicht nur mit Service und Support, technischen Tools und automatisiertem Marketing. Über Kaufland Global Marketplace ermöglicht er ihnen überdies Zugang zu acht weiteren europäischen Märkten und verschafft ihnen so Reichweite im In- wie Ausland. Zuletzt kamen die Niederlande und Spanien hinzu. Die Plattform, die als einer der am schnellsten wachsenden Marktplätze Europas gilt, positioniert sich zudem ausdrücklich als sichere europäische Alternative zu chinesischen Anbietern wie Shein und Temu, aber auch zu Amazon.

Der US-amerikanische Marktplatz Amazon wiederum ermöglicht Händlern inzwischen den Verkauf in zehn EU-Stores. Im preisgünstigen Segment gibt es seit 2025 mit Amazon Haul auch in Europa eine Alternative zu Shein und Temu. Mit Amazon Live steht ein Streamingdienst für Produktwerbung zur Verfügung, allerdings bislang nur in den USA und Indien.

Die Social-Media-Plattformen sind ebenfalls aktiv: Instagram etwa eröffnet mit Instagram Shopping einen In-App-Verkauf, leitet zum Bezahlen aber an externe Websites weiter. TikTok bietet mit TikTok Shop seit 2021 in Großbritannien und seit 2025 auch in Deutschland medienbruchfreies Einkaufen an: Der In-App-Verkauf funktioniert vom Aussuchen bis zum Bezahlen ohne Wechsel der Plattform. Der Kunde klickt auf ein Produkt im Reel, im Foto oder beim Live-Shopping und kann es direkt bestellen und bezahlen.

Die Angebote zu nutzen, heißt aber mehr, als nur Präsenz zu zeigen. »Jede Plattform hat ihre eigene Logik, die die Händler aktiv zu bedienen haben, damit sie erfolgreich sind«, sagt ibi-research-Beraterin Dierl. Klassische Onlineshops oder Marktplätze setzen vor allem auf den Pull-Effekt: Die Käufer nutzen sie, wenn sie gezielt nach einem bestimmten, bekannten Produkt oder einer Funktionalität suchen. Hier braucht es auf Händlerseite Marken, aussagekräftige Titel, Beschreibungen und Fotos.

»Social Media zielt hingegen auf den Push-Effekt: Algorithmen und Likes spielen die Produkte in die Feeds. So können Bedürfnisse geweckt, Produkte und Marken entdeckt werden«, erklärt die Expertin. »Wir sprechen hier auch von Discovery Commerce.« Wichtig sei, dass die Social Media für die Nutzer nicht nur eine weitere Beschaffungsplattform sind. »Das sind sie genau nicht«, betont Dierl. »Und deshalb dürfen sie auch für die Verkäufer nicht nur eine weitere Art von Werbeauftritt sein.« Die Performance müsse den Nutzererwartungen entsprechen, müsse

VERKAUFEN ÜBER SOCIAL MEDIA – WAS IST WAS?

Social Commerce: Kaufanbahnung und Verkauf über soziale Netzwerke, zum Beispiel über Produkt-Tags, Creator-Posts, Reels, Stories, Direktnachrichten oder Live-Formate.

Discovery Commerce: Produkte werden nicht primär über Suchanfragen gefunden, sondern durch algorithmische Empfehlungen, Creator, Videos, Trends und Community-Inhalte entdeckt.

In-App-Kauf: Der Kaufprozess findet ganz oder teilweise innerhalb einer Plattform-App statt. Bei TikTok Shop ist der Kaufabschluss direkt in der App Teil des Konzepts; bei Instagram ist der Kaufabschluss mit externen Websites verbunden.

Live-Shopping: Produkte werden in einem Livestream vorgestellt, erklärt oder demonstriert – ähnlich wie beim Teleshopping. Zuschauer können Fragen stellen, Angebote sehen und direkt kaufen.

Creator/Influencer: Sie bewerben für den Händler und Hersteller die Produkte und stützen so den Verkauf – oft auf Provisionsbasis.

kommunikativ, interaktiv, persönlich, nahbar sein, alle typischen Social-Media-Formate vom Product-Tag über Reels bis zum Influencer-Auftritt einbringen. »Der Höhepunkt sind Live-Events – was in Deutschland im Gegensatz zu Asien aber noch in den Kinderschuhen steckt.«

Was dabei nicht unterschätzt werden darf: Insbesondere die Content-basierten Social-Media-Aktivitäten führen dauerhaft zu Aufwand. »Die Profile dürfen nicht brachliegen, es muss mehrmals in der Woche, wenn nicht gar täglich, Aktion stattfinden«, weiß Dierl. Händler sollten prüfen, inwieweit sie die Zeit, Ideen und Personalkapazitäten haben – und auch die Lagerbestände, wenn ein Produkt durch virale Empfehlungen mal durch die Decke geht. »Allerdings lässt sich ein viraler Hit nicht vorhersehen«, sagt Dierl. »Es geht also darum, sich klarzumachen, auf wie viele und welche Plattformen man zunächst geht, damit man seine Kunden erreicht, sich aber auch nicht überfordert.«

Am Beispiel TikTok Shop lässt sich zeigen, wie Social und Discovery Commerce in der Praxis funktionieren: »Tatsächlich entdecken mehr als 80 Prozent der Nutzer über TikTok neue Produkte, mehr als 70 Prozent neue Marken«, nennt Max Burianek, Leiter TikTok Shop Deutschland, Ergebnisse einer firmeneigenen Erhebung. »Aufmerksamkeit bringen vor allem Storytelling über Influencer oder Creator und ergänzend guter eigener Content der Anbieter. Dabei geht es stets um Authentizität. Videos sind das Format, das die User am meisten schätzen. Doch auch Live-Shopping wird immer attraktiver.«

TikTokShop unterstützt die Verkäufer mit Beratung und Schulungen, wie sie den Shop am besten nutzen, sowie mit Kontakten zur Creator- beziehungsweise Influencer-Community. »Dabei steht Content-basierter Commerce nicht für sich allein«, betont Burianek. Er strahle immer auch auf die anderen Kanäle ab und erhöhe dort die Verkäufe.

Das 2021 gegründete Start-up GirlGot Lashes GmbH in Grünwald ist gleich mit einem Plattformmix gestartet. Das Unternehmen hat einen sogenannten Aktivator entwickelt, der Wimpernextensions mehrere Tage am Augenlid haften lässt; es verkauft importierte Wimpern gemeinsam mit dem Aktivator sowie weitere Beauty-Accessoires. Zielgruppe sind Frauen zwischen 25 und 45 Jahren, zudem sogenannte Best Agers. »Unsere Kundinnen haben bestehende Kauf- und Onlinepräferenzen, fühlen sich auf verschiedenen Plattformen wohl. Um möglichst viele zu erreichen, um Stammkundinnen zu bedienen und Neukundinnen zu gewinnen, müssen wir sie also auch auf verschiedenen Plattformen ansprechen«, erläutert Marketingchef Moritz Köllinger. Die Kundinnen können die Wimpernsets daher im stationären Einzelhandel, im firmeneigenen Onlineshop, auf amazon.com und kaufland.de, über YouTube, Instagram und TikTok Shop erwerben.

»Die Präsenz auf TikTok Shop hat uns einen großen Schub an Aufmerksamkeit und Abverkauf gegeben«, sagt Köllinger. »So entstand hier auch schnell ein Schwerpunkt unserer Marketingaktivitäten.« Um über TikTok Shop noch erfolgreicher zu sein, hat das Unternehmen in ein eigenes Studio investiert und eine Moderatorin fest angestellt. Sie präsentiert viermal in der Woche vier Stunden Live-Shopping. Es gibt Tage, da erreicht sie mehrere 10.000 Menschen. Außerdem arbeitet das Unternehmen noch mit professionellen Influencern zusammen.

Foto: ibi research

»Social Commerce ist Aufwand, braucht gute Geschichten, auch Spontaneität«, betont Köllinger. »Wir müssen die Nutzerinnen in ihrer Lebenssituation abholen, ihnen nahekommen, dabei auch persönlicher werden, von uns selbst erzählen. Unsere Moderatorin und die Influencer beherrschen das gut.« Das Unternehmen profitiere vom Plattformmix. »Er bringt unsere Marke voran. Daher bleiben wir auch in Zukunft auf mehreren Kanälen aktiv. Social Media bringen uns jedoch eine besondere Aufmerksamkeit.« ●

IHK-Ansprechpartner zum Thema Handel
Peter Groten, Tel. 089 5115-2066
groten@muenchen.ihk.de

Sorgfältig rechnen – wie hoch ist der Kapitalbedarf tatsächlich?

Foto: onephoto/Adobe Stock

Mit Plan finanziert

Die richtige Finanzierung sichert Unternehmen Liquidität und Wachstum. Doch welche Finanzierungsform kommt in welcher Situation infrage? Ein Überblick.

Von Eva Müller-Tauber

Ein Unternehmen aufzubauen und langfristig erfolgreich zu führen, das schafft nur, wer kontinuierlich in sein Geschäft investiert: Know-how, Herzblut und natürlich Geld.

Fachwissen und Leidenschaft bringt Anton Schuster in jedem Fall mit. Der Münchner gründete mit gerade einmal 20 Jahren die SLS Digitalization UG, die Mittelständler bei der digitalen Transformation berät. Jetzt, sechs Jahre später, steht eine große Investition an. Der Plan: Schuster will in einem bestehenden Unternehmen, das breit gefächerte Beratungsdienste anbietet, die Nachfolge antreten und seine IT-Consulting-Firma ins neue Unternehmen integrieren. Ob er dieses Vorhaben umsetzen kann, hängt entscheidend von der passenden Finanzierung ab. Denn sei es bei Firmenkauf, Gründung, Neuanschaffung, Wachstumsfinanzierung oder Krisenpolster: Eine Musterlösung, wie ein Kapitalbedarf sich in dieser oder jener Situation am besten decken lässt, gibt es nicht. Aber es gibt bewährte Schritte, wie Firmen das zu ihnen passende Finanzierungskonzept finden.

Der IHK-Finanzierungsexperte Wolfgang Wadlinger rät Unternehmern, das Thema selbst in die Hand zu nehmen: »Das Grobkonzept einer realistischen Finanzierungsvariante einer Investition kann und sollte sich jeder Unternehmer selbst erarbeiten.« Fürs Feintuning sei dann oft ergänzend externe Unterstützung sinnvoll – etwa von der betriebswirtschaftlichen Beratung der IHK. »Im Einzelgespräch können wir klären, was tatsächlich möglich und sinnvoll ist«, sagt der IHK-Experte. »Wir haben einen guten Überblick über das aktuelle Fördermittelangebot und können auf Punkte hinweisen, die es noch zu beachten gilt.«

Und wie starten Unternehmen am besten? Erster wichtiger Punkt ist eine realistische Kapitalbedarfsplanung. Wie viel Geld brauche ich tatsächlich, um die Firmengründung oder den -kauf bezie-

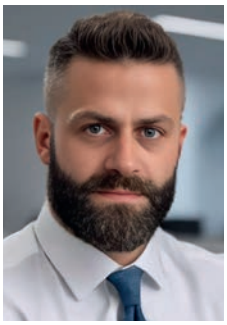


Foto: privat

»Ich rate jedem Gründer, sich von einem Fachmann beraten zu lassen. Das spart Zeit und letztlich Geld.«

Kâşif Koyuncu, Unternehmensgründer

hungsweise eine Investition zu finanzieren? Bei der Schätzung lohnt sich Sorgfalt. »Ist der Bedarf zu hoch angesetzt, lässt er sich vielleicht nicht zu den erhofften Konditionen realisieren. Ist er zu niedrig angesetzt, muss ich beispielsweise die Bank um einen weiteren Kredit bitten«, erläutert Wadlinger. Das macht nicht nur einen schlechten Eindruck, möglicherweise lehnt das Institut ein weiteres Darlehen auch ab, sodass eine Finanzierungslücke entsteht.

Ebenso wichtig: eine gründliche Standortbestimmung, die die jeweilige Branche berücksichtigt. Bin ich etwa ein Firmengründer in Gastronomie oder Handel, brauche Startkapital und muss vieles neu anschaffen, Räume anmieten? Oder bin ich technologiegetrieben und habe ein neues, innovatives Produkt, das ich schnell skalieren will, weil ich als Erster damit auf den Markt will oder muss?

»Hier bieten sich ganz unterschiedliche Finanzierungsmöglichkeiten an«, erklärt der IHK-Experte. Sofern nicht genügend Eigenkapital vorhanden ist, kann ein Gründer das Kapital für eine Theke im neuen Lokal beispielsweise über Crowdfunding einwerben. Dabei stellen viele Unterstützer kleinere Beträge zur Verfügung und erhalten im Gegenzug eine nicht finanzielle Gegenleistung, etwa Freigetränke, Einladungen zur Eröffnungsfeier oder andere exklusive Vorteile.

Wer aus der Arbeitslosigkeit heraus gründet, kann unter bestimmten Voraussetzungen zudem einen Gründungszuschuss erhalten. Für die Erweiterung seines Außenbereichs in guter Lage bekommt ein etablierter Gastronom vielleicht einen Bankkredit, weil der Ausbau einen höheren Ertrag erwarten lässt. Vorausgesetzt, die anderen Konditionen stimmen und es gibt zum Beispiel genügend Personal für die Bewirtung der zusätzlichen Gäste. Ein aufstrebendes Technologie-Start-up wiederum wirbt besser um Risikokapital bei Investoren, die am möglichen Erfolg seiner Innovation teilhaben wollen. Schließlich ist die Entwicklung eines Produkts bis zur Serienreife sehr kostspielig.

Dreh- und Angelpunkt bei der Unternehmensgründung, aber auch bei größeren Investitionsvorhaben ist ein detaillierter Businessplan mit Liquiditätsplanung sowie Umsatz- und Ertragsvorschau. Die Liquiditätsplanung zeigt auf, wie es um die Zahlungsfähigkeit eines Unternehmens bestellt ist. Die Umsatz- und Ertragsvorschau berücksichtigt darüber hinaus auch nicht zahlungswirksame Positionen wie Abschreibungen. Außerdem sollte der Businessplan sowohl ein Best-Case- als auch ein Worst-Case-Szenario enthalten.

Dies alles interessiert auch externe Geldgeber, »sowohl Banken als auch stille Gesellschafter oder Business Angels«, so Wadlinger. Denn wer nicht genügend Eigenkapital mobilisieren kann, muss auf andere Finanzierungsvarianten zurückgreifen.

Neben Banken, stillen Gesellschaftern oder Business Angels können unter Umständen auch private Darlehensgeber aus dem Familien- oder Freundeskreis zur Finanzierung beitragen. Darüber hinaus stehen je nach Vorhaben öffentliche Förderprogramme zur Verfügung, darunter Zuschüsse, die nicht zurückgezahlt werden müssen.

Oft sind Investitionen nur mit Fremdkapital zu realisieren. »Dann brauche ich gerade bei Banken ausreichend Sicherheiten, um überhaupt einen Kredit zu bekommen«, sagt Finanzierungsexperte Wadlinger. »Andernfalls kann die Aufnahme von Beteiligungskapital erforderlich werden. Damit erhalten Investoren häufig Mitspracherechte bei strategischen Entscheidungen.« Manchmal sind auch alternative Finanzierungsmodelle wie Leasing sinnvoll, etwa bei Maschinen oder Geschäftsautos.

Wichtig: »Der Businessplan ist ein lebendes Dokument, das der Unternehmer immer wieder an die aktuelle Entwicklung und Situation seines Unternehmens anpassen muss«, sagt der Experte.

UNTERNEHMENSWERKSTATT DEUTSCHLAND

Die Unternehmenswerkstatt Deutschland ist die gemeinsame Plattform der teilnehmenden Industrie- und Handelskammern und begleitet Unternehmen bei ihrer Gründung sowie der gesamten Unternehmensplanung. Sie verbindet digitale Angebote – etwa einen Krisen- und Nachfolgecheck, Mustervorlagen, Erklärvideos – mit regionalen Beratungsangeboten der jeweils zuständigen IHK.

Weitere Informationen: **www.uwd.de**

IHK-VERANSTALTUNGSTIPPS

Webinar
Finanzierung & Förderung für Gründer und KMU

Die IHK für München und Oberbayern bietet für Gründer sowie kleine und mittlere Unternehmen (KMU) einmal im Monat ein kostenfreies Webinar, das Einblicke in die Eigen- und Fremdkapitalfinanzierung, Finanzierungsmöglichkeiten für betriebliche Erweiterungen sowie Investitions- und Wachstumsstrategien bietet. Darüber hinaus zeigt es relevante Fördermöglichkeiten und gibt praxisnahe Hinweise.

Nächster Termin:
22. Oktober 2026, 16–17 Uhr
Kostenfrei, jedoch anmeldepflichtig

Informationen, weitere Termine und Anmeldung unter:
www.ihk-muenchen.de/ratgeber/unternehmensfuehrung/finanzierung-und-foerderung

Podcast
Wie finanziere ich mein Unternehmen? Kredit, Eigenkapital und Förderung

Investitionen sind oft der Schlüssel für Wachstum. Doch wie finanziert beispielsweise ein Café einen neuen Kühlschrank, eine Theke und zusätzliche Außenfläche? Und welche Fördermöglichkeiten gibt es überhaupt? IHK-Berater Wolfgang Wadlinger erklärt in dieser Folge des IHK-Podcasts »Wirtschaft für Zukunft«, warum eine gute Investitionsentscheidung wichtiger ist als der günstigste Kredit. Er spricht über Eigenkapital, Darlehen, Fördermittel und gibt praktische Tipps für die Vorbereitung auf das Bankgespräch.

Alle IHK-Podcasts »Wirtschaft für Zukunft« gibt es auf Spotify, Apple Podcasts, Audible und Amazon Music sowie auf der IHK-Website:
www.ihk-muenchen.de/podcast

Schließlich änderten sich auch die Marktbedingungen – und mitunter auch die strategische Ausrichtung des Unternehmens.
Wie gehen Firmen nun in der Praxis vor? Unternehmer Schuster, der KI-Tools speziell für den Bereich Corporate Finance entwickelt und damit berufsbedingt auf ein solides Finanzwissen zurückgreifen kann, hat bereits verschiedene Varianten durchgespielt: Den Unternehmenskauf ausschließlich aus Eigenmitteln zu realisieren wie bei der Gründung seiner Firma, kommt für ihn nicht infrage. Auch einen klassischen Kredit schließt der 26-Jährige aus. »Denn bei jungen Unternehmern prüfen Banken Finanzierungen häufig besonders sorgfältig, vor allem wenn noch keine lange Unternehmenshistorie vorliegt«, so seine Erfahrung.
Er dachte zunächst an eine Mischfinanzierung. Nach Rücksprache mit der betriebswirtschaftlichen Beratung der IHK kristallisiert sich nun aber ein neuer Ansatz heraus: eine Kombination aus Bankkredit sowie unterschiedlichen Förderkrediten von LfA und KfW in Kombination mit der Bürgschaftsbank Bayern. »Letztere hatte ich tatsächlich nicht auf dem Schirm«, freut sich Schuster über den Tipp aus der Beratung. Derzeit ist der Unternehmer dabei, alles Notwendige für eine gesicherte Finanzierung in die Wege zu leiten. Sollten dabei noch Fragen auftauchen, will er »gern nochmals die IHK-Beratung in Anspruch nehmen«.
Kâşif Koyuncu hat ebenfalls die persönliche Beratung der IHK genutzt – und darüber hinaus auch das digitale Angebot, das die IHKs im Rahmen der Unternehmenswerkstatt Deutschland (UWD) bieten (s. Kasten S. 59). In der Türkei hatte der Projektmanager bereits Gründererfahrung gesammelt, hierzulande jedoch noch nicht. Also suchte er nach hilfreichen Informationen, um seine Geschäftsidee – den Aufbau einer Mixed Martial Arts (MMA)-Kampfsportschule und den Ausbau seiner Kooperation mit dem Bavarian MMA Center München sowie Marketing vor allem für traditionelle Kampfsportschulen – samt Finanzplan auszuarbeiten.
Er probierte mehrere Gründerplattformen aus und stieß schließlich auf die UWD. Deren zahlreiche Vorlagen und Tools sowie die Kombination von Online- und Offlineangebot überzeugten den 45-Jährigen. Vor Kurzem erstellte er seinen Business- und Finanzplan über das Portal. Er hat dort alle relevanten Dokumente in einem geschützten Raum hinterlegt und kann sie dort nun mit ausgewählten externen Partnern, etwa Banken oder dem Steuerberater, teilen.
Hilfreich fand Koyuncu auch die Erklärvideos – und den persönlichen Austausch mit den IHK-Beratern. Sein Resümee: »Auch wenn die Plattform sehr umfangreich und einfach zu nutzen ist: Ich kann jedem Gründer nur raten, seinen Business- und Finanzplan nicht ausschließlich allein im stillen Kämmerlein auszuarbeiten, sondern sich von einem Fachmann beraten zu lassen. Das spart Zeit und letztlich auch Geld.« ●

Weitere ausführliche Informationen bietet der IHK-Ratgeber »Finanzierung und Förderung« unter:
www.ihk-muenchen.de/ratgeber/unternehmensfuehrung/finanzierung-und-foerderung

IHK-Ansprechstelle zu Finanzierung
Unternehmensberatung, Tel. 089 5116-0
beratung@muenchen.ihk.de

Wirtschaftsempfang in Ingolstadt

Rund 350 Gäste aus Wirtschaft, Politik und Gesellschaft trafen sich beim IHK-Wirtschaftsempfang im Ingolstädter Congress Centrum. Das zentrale Thema bei diesem Event: richtig entscheiden, auch unter Druck.

Foto: Stefan Bösl

Wir brauchen positiven Spirit, den Willen anzupacken – Franz Schabmüller, Sprecher des IHK-Forums für die Region Ingolstadt und IHK-Vizepräsident

Foto: Stefan Bösl

Forderte Mut zu Entscheidungen – IHK-Hauptgeschäftsführer Manfred Gößl

Foto: Stefan Bösl

Begeisterte das Publikum – der frühere Bundesliga-Schiedsrichter Patrick Ittrich sprach über Wege zur richtigen Entscheidung

Foto: Stefan Bösl

Gute Gespräche – die Gäste ließen den Abend auf der Dachterrasse des Maritim Congress Centrum ausklingen

Wirtschaftsempfang in Rosenheim

Rund 250 Gäste aus Wirtschaft, Politik und Gesellschaft kamen zum IHK-Wirtschaftsempfang ins Kesselhaus in Kolbermoor. Viel diskutiertes Thema dabei: der Wandel – in jeder Form.

Foto: Andreas Jacob

Diskutierten über die wirtschaftlichen Chancen in der Region – Andreas Bensegger (l.), Vorsitzender des IHK-Regionalausschusses Rosenheim, und Rosenheims Oberbürgermeister Abuzar Erdogan

Foto: Andreas Jacob

Impulse aus dem Sport für die Wirtschaft – Trailrunning-Sportlerin Gela Allmann berichtete, wie sie sich nach einem 800-Meter-Sturz zurück ins Leben kämpfte

Foto: Andreas Jacob

Unter den Gästen – Otto Lederer, Landrat des Landkreises Rosenheim

Foto: Andreas Jacob

Austausch in Kolbermoor – die Gäste genossen das entspannte Networking im Freien

Wirtschaftsempfang in Weilheim-Schongau

Beim zweiten gemeinsamen Wirtschaftsempfang von IHK und Handwerkskammer standen die Chancen des Standorts, die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen und die Cybersicherheit im Mittelpunkt.

Foto: Christian Kröck

Begrüßte die Gäste – Stefan Schleicher, neuer Vorsitzender des IHK-Regionalausschusses Weilheim-Schongau

Foto: Christian Kröck

Angriffe auf Daten und Netze von Unternehmen sind Alltag – IT-Sicherheitsexperte Rüdiger Trost informierte über Gefahren und Gegenmaßnahmen

Foto: Christian Kröck

Wie wird die Wirtschaft im Landkreis zukunftsfit? Wirtschaftstalk mit Bernhard Kux (IHK), Handwerkspräsident Franz Xaver Peteranderl, Landrat Johann Bertl, IHK-Regionalausschussvorsitzendem Stefan Schleicher und Andreas Korn von der IHK-Geschäftsstelle Weilheim (v.l.)

Foto: Christian Kröck

Gut besucht – rund 150 Gäste kamen zum Empfang in die Peißenberger Tiefstollenhalle

Achtung, Darlehensvermittler

Neue Erlaubnispflicht ab 20.11.2026

Ab 20. November 2026 gibt es für Darlehensvermittler eine neue Erlaubnis- und Registrierungspflicht nach § 34k Gewerbeordnung (GewO). Die bisherige Erlaubnispflicht für Darlehensvermittler nach § 34c GewO entfällt.

Wer ist von den Neuregelungen betroffen?

Unter die neue Erlaubnispflicht nach § 34k GewO fallen Gewerbetreibende, die

- den Abschluss von Allgemein-Verbraucherdarlehensverträgen und entsprechenden Finanzierungshilfen – mit Ausnahme von Immobiliar-Verbraucherdarlehensverträgen im Sinne von § 34i GewO – vermitteln,
- die Gelegenheit zum Abschluss solcher Verträge nachweisen,
- Dritte zu solchen Verträgen beraten oder
- in anderer Weise beim Abschluss eines solchen Vertrages behilflich sind.

Die gewerbsmäßige Vermittlung von **Unternehmerdarlehensverträgen** zwischen gewerblichen Unternehmen ist ab 20. November 2026 hingegen nicht mehr erlaubnispflichtig.

Achtung, kreditvermittelnde Warenverkäufer und Dienstleister

Erlaubnispflichtig nach § 34k GewO sind unter bestimmten Voraussetzungen auch Darlehensvermittler, die lediglich zur Finanzierung der von ihnen abgeschlossenen Warenverkäufe oder zu erbringenden Dienstleistungen den Abschluss von Verträgen über Darlehen vermitteln. Für sie galt bislang eine Ausnahme von der Erlaubnispflicht nach § 34c GewO.

Künftig müssen auch diese Gewerbetreibenden die Erlaubnis nach § 34k GewO einholen, jedoch nur dann, wenn sie mindestens 250 Beschäftigte und entweder einen Jahresumsatz von mehr als 50 Millionen Euro oder eine Jahresbilanzsumme von über 43 Millionen Euro haben.

Kleinstunternehmen sowie kleine und mittlere Unternehmen (KMU) sind weiterhin von der Erlaubnispflicht ausgenommen.

Was ist zu beachten, wenn Sie eine Tätigkeit nach § 34k GewO ab dem 20. November 2026 neu aufnehmen?

Wenn Sie eine Tätigkeit als Darlehensvermittler nach § 34k GewO neu aufnehmen möchten, benötigen Sie ab dem 20. November 2026 eine Erlaubnis nach § 34k GewO.

Zudem müssen Sie sich und Personen, die für die Vermittlung und Beratung in leitender Position verantwortlich sind, im Vermittlerregister nach § 11a GewO **(www.vermittlerregister.info)** eintragen lassen.

Welche Erlaubnisvoraussetzungen werden geprüft?

Für die Erteilung einer Erlaubnis nach § 34k GewO müssen

- die persönliche Zuverlässigkeit,
- geordnete Vermögensverhältnisse sowie
- die erforderliche Sachkunde

nachgewiesen werden.

Der Sachkundenachweis wird grundsätzlich durch eine erfolgreich abgelegte Sachkundeprüfung bei der Industrie- und Handelskammer erbracht. Für den Sachkundenachweis sieht das Gesetz unter gewissen Voraussetzungen auch die Möglichkeit der Delegation auf sachkundige Angestellte vor. Einzelheiten zur Sachkundeprüfung und zu Berufsqualifikationen, die der Sachkundeprüfung gleichgestellt sind, werden in der Darlehensvermittlungsverordnung geregelt.

Was gilt für Gewerbetreibende, die über eine vor dem 20. November 2026 erteilte Erlaubnis als Darlehensvermittler nach § 34c GewO verfügen?

Für Gewerbetreibende, die vor dem 20. November 2026 eine Darlehensvermittler-Erlaubnis nach § 34c Absatz 1 Satz1 GewO erhalten haben und ihre Tätigkeit fortsetzen möchten, wird es ein **vereinfachtes Erlaubnisverfahren** geben. Sie müssen

- bis spätestens 31. Mai 2027 eine Erlaubnis nach § 34k GewO beantragen und
- sich nach der Erlaubniserteilung im Vermittlerregister nach § 11a GewO registrieren lassen.

Bei diesen Gewerbetreibenden erfolgt in der Regel keine Prüfung der Zuverlässigkeit und der geordneten Vermögensverhältnisse.

Bis zur Entscheidung über den Erlaubnisantrag, längstens jedoch bis zum 19. November 2027, gilt die bisherige Darlehensvermittler-Erlaubnis nach § 34c GewO als Erlaubnis nach § 34k GewO fort.

Wird bis zum 31. Mai 2027 kein Antrag gestellt, erlischt die bisherige Erlaubnis nach § 34c GewO für die Darlehensvermittlung mit Ablauf des 19. November 2027.

Gibt es Erleichterungen beim Sachkundenachweis für langjährig tätige Darlehensvermittler?

Für langjährig tätige Darlehensvermittler mit einer vor dem 20. November 2026 bestehenden Darlehensvermittler-Erlaubnis nach § 34c GewO gelten Erleichterungen beim Sachkundenachweis (sogenannte Alte-Hasen-Regelung). Sofern diese Ge-

werbetreibenden den Nachweis erbringen können, dass sie seit dem 1. Januar 2021 ununterbrochen selbstständig oder unselbstständig als Darlehensvermittler tätig waren, müssen sie keine Sachkundeprüfung ablegen, wenn sie den Antrag auf Erteilung der § 34k-Erlaubnis bis spätestens 31. Mai 2027 stellen.

Gelten besondere Voraussetzungen für die bislang nicht erlaubnispflichtigen kreditvermittelnden Warenverkäufer und Dienstleister?

Für die künftig nach § 34k GewO erlaubnispflichtigen Darlehensvermittler, die lediglich zur Finanzierung der von ihnen abgeschlossenen Warenverkäufe oder zu erbringenden Dienstleistungen den Abschluss von Verträgen über Darlehen vermitteln und die nicht unter die Ausnahmeregelung für Kleinstunternehmen und KMU fallen, gibt es ebenfalls eine Übergangsregelung für die Beantragung der Erlaubnis und Erleichterungen beim Sachkundenachweis:

- Die Erlaubnis nach § 34k GewO muss erst bis zum 31. Mai 2027 beantragt werden.
- Bei rechtzeitiger Antragstellung darf die Tätigkeit bis zum Abschluss des Erlaubnisverfahrens weiter ausgeübt werden.
- Die sogenannte Alte-Hasen-Regelung zum Nachweis der Sachkunde gilt für diese Gewerbetreibenden entsprechend.

Ab wann ist die Beantragung der Erlaubnis nach § 34k GewO möglich?

Die Beantragung einer Erlaubnis nach § 34k GewO ist erst ab dem 20. November 2026 möglich. Es ist vorgesehen, dass die IHK für München und Oberbayern auch für Gewerbetreibende nach § 34k GewO zuständige Erlaubnis-, Aufsichts- und Registrierungsbehörde in Bayern sein wird. Aktuelle Informationen zur neuen Erlaubnis- und Registrierungspflicht nach § 34k GewO finden Sie auf unserer Internetseite über folgenden Link:
www.ihk-muenchen.de/darlehensvermittler
Hier haben Sie ab dem 20. November 2026 auch die Möglichkeit, den Erlaubnis- und Registrierungsantrag nach § 34k GewO online zu stellen. ●

IHK-Ansprechpartnerinnen
Christine Schmaus, Tel. 089 5116-1158
schmaus@muenchen.ihk.de

Sophia Schira, Tel. 089 5116-1465
schira@muenchen.ihk.de

MARKTTEIL

PODCAST

Podcast – Kompetenz aus einer Hand
zentiMEDIA.de/podcast

Merkur.de

wirtschaft Das Heft online
Das IHK-Magazin für München und Oberbayern

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

TELEFONANLAGEN

Ihr Kommunikationsserver vom Fachmann
mehr als 50 Jahre Erfahrung – kompetente Beratung
Individuelle Lösungen wie CTI/Cordless/VoIP/UMS/Voicemail/Komf.-Geb.Erfassung u.a.m.
Zögern Sie nicht uns anzurufen um ein unverbindliches Angebot anzufordern.
UNIFY OpenScape Business / 4000

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

Im Rückblick

Schätze aus dem Bayerischen Wirtschaftsarchiv

Foto: BWA

Jahrhundertprojekt im Bau – diese gigantischen Röhren sind Teil des Walchenseekraftwerks, das 1924 fertiggestellt wurde. Durch sie stürzt das Wasser vom Walchensee hinab zu den Turbinen im tiefer gelegenen Maschinenhaus am Kochelsee. Die Stromerzeugung heute: 300 Gigawattstunden pro Jahr.

IMPRESSUM

Wirtschaft –
Das IHK-Magazin für München und Oberbayern
82. Jahrgang, 2. Oktober 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, Harriet Austen,
Daniel Boss, Stefan Bottler, Uli Dönch,
Eva Elisabeth Ernst, Dr. Gabriele Lüke,
Eva Müller-Tauber, Natascha Plankermann,
Melanie Rübartsch, Sebastian Schulke,
Josef Stelzer

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

Anzeigenleitung (verantwortlich) & Vertriebsleitung:
MuP Verlag GmbH, Tengstraße 27,
80798 München – Christoph Mattes, GF
Telefon 089 1392842-20
E-Mail: christoph.mattes@mup-verlag.de

Anzeigendisposition:
Telefon 089 1392842-31
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:
ryanking999/Adobe Stock
Schlussredaktion: Lektorat Süd,
Hohenlindener Straße 1, 81677 München
www.lektorat-sued.de

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

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

Druckauflage: 111.870 (IVW II. Quartal 2026)
Zurzeit gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 82
vom 1.1.2026

Martin Steinbeiß,
Leitung Vertrieb

Ann-Kathrin Kafitz,
Immobilienvertrieb

Lukas Rauch,
Leitung Büro Schwabing,

Christian Moosbauer,
Immobilienvertrieb

Maximilian Deischl,
Leitung Büro Nymphenburg

Jenny Steinbeiß,
Geschäftsführerin

Kathrin Schachtner,
Mitglied der Geschäftsleitung

Isidor Neumeyer,
Leitung Vermietung

Thomas Aigner, Geschäftsführer

Lisa Hartauer,
Leitung Büro Starnberg

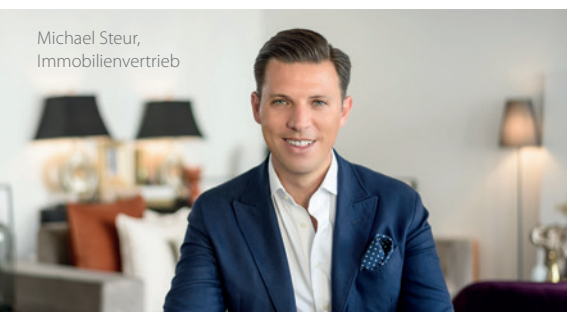
AIGNER IMMOBILIEN

NIEMAND IN MÜNCHEN VERMITTELT MEHR IMMOBILIEN

Der Immobilienmarkt wird komplexer – wir machen es Ihnen einfach. Wer heute in München erfolgreich verkaufen möchte, braucht einen starken Partner an seiner Seite. Um alles richtig zu machen und das beste Ergebnis zu erzielen, vertrauen zahlreiche Kunden auf unsere Expertise. Als langjähriger Experte im Großraum München bieten wir Ihnen Sicherheit und Erfolg: 98 % unserer Kunden sind hochzufrieden und empfehlen uns weiter. Das Ergebnis spricht für sich: Niemand in München vermittelt mehr Immobilien!

Profitieren auch Sie von 35 Jahre Markterfahrung und unserer ausgezeichneten Dienstleistungsqualität. Rufen Sie uns an – wir nehmen uns gerne Zeit für Sie!

Tel. (089) 17 87 87 - 0


Michael Steur,
Immobilienvertrieb

Thomas Hagn
Leitung Büro Dachau

Samuel Kovac,
Stellv. Büroleitung Nymphenburg

ECHTER TEAMSPIRIT

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

Am besten Sie schauen sich das mal an.

DER STANDORT

Business Campus

BUSINESSCAMPUS.DE

EIN UNTERNEHMEN DER DV IMMOBILIEN GRUPPE