

Unternehmer
vbw magazin

Interview:

Angelique
Renkhoff-Mücke

01
2022

Wissen Sie, was Sie brauchen, um Lieblingsarbeitgeber zu werden?

Das da:



Die Betriebliche Gesundheitsförderung der Krankenkassen in Bayern auf einen Klick. Weil Firmen, die sich um ihre Mitarbeitenden kümmern, attraktiver sind als andere – so einfach ist das.



*Liebe Leserinnen
und Leser,*

das Experiment einer Berliner Regierungskoalition, die erstmals aus drei unterschiedlichen Parteien besteht, nimmt an Fahrt auf. Noch vermag niemand zu sagen, was uns dieses Experiment bringen wird: Kleinste Kompromisse – weil wegen der unterschiedlichen ideologischen Ausrichtungen der Partner nicht mehr drin ist? Neue Pfade – weil alte Denkstrukturen aufgebrochen werden? Aufbruch – weil sich alle großen gesellschaftlichen Schichten vertreten fühlen dürfen? Klar ist nur eines: Die Probleme, die dieses Land lösen muss, sind in den letzten Jahren nicht weniger geworden. In diesem Magazin möchten wir Ihren Fokus vor allem auf zwei Bereiche lenken, die für die Erhaltung unseres Wohlstandes maßgeblich sind: Im Titelinterview ab Seite 14 spricht die Unternehmerin Angelique Renkhoff-Mücke, die zugleich auch die Verhandlungsführerin der Metall- und Elektroarbeitgeber in Bayern ist, Klartext, was Spielräume bei der Lohnentwicklung und die mehr als überfällige Reform der Sozialsysteme angeht. Und ab Seite 20 lesen Sie, warum das Problem der fehlenden Fachkräfte immer drängender wird. In all diesen Fällen kommt es darauf an, dass die Politik nun kluge Entscheidungen trifft.

Bertram
Brossardt

BERTRAM BROSSARDT, Herausgeber



6

PORTRÄT

In der Pandemie auf Erfolgskurs

Der Kosmetikhersteller asambeauty mit Sitz in Unterföhring bei München wurde ausgerechnet in der Pandemie von der Nachfrage überrollt. Vom Wachstum in schwierigen Zeiten.



14

INTERVIEW

Wir brauchen mehr Freiraum

Unternehmerin Angelique Renkhoff-Mücke führt die Verhandlungen mit dem Tarifpartner. Von der Politik wünscht sie sich Maßnahmen gegen die steigenden Lohnnebenkosten.



20

ARBEITSMARKT

Nachwuchs gefragt

Der Mangel an Arbeitskräften trifft mittlerweile alle Branchen. Ein Mix an Maßnahmen ist nötig, um die Lücken zu schließen.



STANDPUNKT 11
 MACH(T)RAUM 12

EINE FRAGE NOCH ... 38

24

BILDUNG

Fit für die Arbeitswelt 4.0

Als Teil eines bundesweiten Netzwerks qualifiziert das bbw Bildungspersonal für den digitalen Wandel.



28

FEINKOST

Kohl veredelt

Sauerkraut gilt in der Welt als Nationalgericht der Deutschen. Eine Firma in Ingolstadt versteht sich seit mehr als hundert Jahren auf das Fermentieren der Spezialität.



IMPRESSUM

vbw Unternehmermagazin 01/2022

HERAUSGEBER

vbw – Vereinigung der Bayerischen Wirtschaft e. V.
 VR 15888 Amtsgericht München
 Hauptgeschäftsführer: Bertram Brossardt
 Max-Joseph-Str. 5, 80333 München

Büro des Herausgebers: Andreas Ebersperger
 E-Mail: unternehmermagazin@vbw-bayern.de

HERAUSGEBERBEIRAT

Bertram Brossardt
 Holger Busch
 Anna Engel-Köhler
 Michael Forster
 Klaus Lindner
 Thomas Schmid
 Dr. Peter J. Thelen
 Walter Vogg

GESAMTKOORDINATION

Dr. Peter J. Thelen
 Tel.: 089-551 78-333,
 E-Mail: peter.thelen@vbw-bayern.de

CHEFREDAKTEUR

Alexander Kain (V.i.S.d.P.)
 REDAKTION: Sandra Hatz

AUTOREN: Alexander Kain, Sandra Hatz,
 Katia Meyer-Tien, Michael Brandl

GRAFIK: Silvia Niedermeier

KORRESPONDENTENBÜROS

D – 10117 Berlin, Charlottenstraße 35/36,
 Dr. Peter J. Thelen
 B – 1000 Brüssel, Rue Marie de Bourgogne 58,
 Volker Pitts-Thurm
 USA – 10174 New York, The Chrysler Building,
 405 Lexington Ave, 37th Fl., Christoph Kolle

VERLAG

vbw – Vereinigung der Bayerischen Wirtschaft
 Projektgesellschaft mbH
 HRB 106556 Amtsgericht München
 Geschäftsführer: Klaus Kornitzer

KOOPERATIONSPARTNER · GESAMTABWICKLUNG · ANZEIGEN

Reiner Fürst, PNP Sales GmbH
 Medienstraße 5, 94036 Passau
 Tel.: 0851-802-237, Fax: 0851-802-772
 Anzeigentechnik E-Mail: josef.feucht@vgp.de

TITELFOTO: Astrid Schmidhuber

DRUCK

PASSAVIA Druckservice GmbH & Co. KG
 Medienstraße 5b
 94036 Passau
 Tel.: 0851-966 180-0

Das vbw Unternehmermagazin erscheint
 sechsmal im Jahr mit einer Auflage von
 70.000 Exemplaren.

ISSN 1866-4989

Nachdruck oder Vervielfältigung, auch
 auszugsweise, nur mit Genehmigung des
 Herausgebers. Für die Zusendung unverlangter
 Manuskripte oder Bilder wird keine Gewähr
 übernommen.

www.vbw-bayern.de



Marcus Asam hat das Unternehmen seiner Eltern, das sich seit 1963 auf die Produktion von Traubenkernölen spezialisierte, übernommen und eigene Marken aufgebaut.

ERFOLGSGESCHICHTE

Ein *Sprung* in der Pandemie

Der Kosmetikhersteller asambeauty mit Sitz in Unterföhring war zur richtigen Zeit richtig aufgestellt. Gerade in der Pandemie entwickelten sich seine Produkte zu Rennern. Eine Herausforderung

Fast doppelt so viele Jobs wie vor der Pandemie und dabei gar keine Masken oder Tests im Sortiment. Das kann passieren, wenn einer Firma die Umstände zwar in die Hände spielen, sie aber auch den Nerv ihrer Kunden trifft und ein ausgeklügeltes Marketing professionell darauf abstimmt. Zu den Werkzeugen gehören: ein eigener **Online-Shop, Influencer, Story-Telling, Fan-Gruppen und Live-streaming**. Das Unternehmen mit Sitz in Unterföhring bei München hat auf die richtigen Trends gesetzt. Der

Kosmetik-Hersteller steht auf Du und Du mit Usern auf allen sozialen Kanälen. Dabei baut das vor rund 60 Jahren gegründete Unternehmen auf eine fast 20-jährige Erfahrung im Teleshopping.

Es ist ja alles andere als einfach, in Sachen Kosmetik den Überblick zu behalten. Die Möglichkeiten, die eigene Schönheit zu erhalten oder gar noch zu verbessern, scheinen schier unendlich. Ein einfaches Prinzip ist da sehr willkommen: Wirkstoffe aus der Traube sollen dazu beitragen,

dass die Haut der süßen Frucht straff bleibt. Und Traubenkerne und Weinreben, das heißt das aus ihnen gewonnene OPC und Resveratrol, stehen im Mittelpunkt der Produktion in der Firmengeschichte der Asams – gepaart mit dem Ansatz, das Beste aus Natur und Wissenschaft in der Kosmetik zu verbinden. „Am Anfang war ich Kunde meines Vaters“, erzählt Geschäftsführer Marcus Asam. Die Familie besitzt Weinberge in der Pfalz. Ingrid und Erich Asam gründeten 1963 eine eigene Firma, die die



Im eigenen Labor in Unterföhring werden Texturen nach den Ideen der Entwickler bei asambeyuty gemischt und verschiedensten Bedingungen ausgesetzt. Schließlich müssen die Cremes viele Eigenschaften möglichst lange erfüllen. Die Mitarbeiter testen die Ergebnisse auch selbst.



Kosmetikbranche mit Wirkstoffen belieferte. Bis zu 600 Beschäftigte arbeiteten in dieser Lohnherstellung für sehr viele Marken. Sohn Marcus und seine Frau Mirjam setzten ab dem Jahr 2000 auf eine eigene Marke: M. Asam. Mirjam Asam arbeitete bei dem Münchner Teleshopping-Sender HSE24. „Das hat uns den Einstieg erleichtert, um die Marke zu platzieren. Wir starteten mit sechs eigenen Produkten.“ Die Pflege „made in Germany“ sorgte etwa auch in den USA sehr schnell für anhaltendes Interesse und entsprechende Nachfrage. Neben OPC und Resveratrol, den Wirkstoffen aus der Traube, feilte der Münchner Hersteller an einem Trägersystem. Hinter dem Geheimnis, wie sich Wirkstoffe noch besser und tiefer in die Haut hineinbringen lassen, stecke laut Marcus Asam eine spezielle „Transporttechnologie“. Hier habe die Firma ein Alleinstellungsmerkmal mit entsprechender Kompetenz und einigen Patenten. Einfach erklärt er das Verfahren so: „Der Wirkstoff wird in einer Lipidhülle eingekapselt und kann dadurch besser in die Haut eindringen und dort freigesetzt werden. Diesen Prozess navigiert ein Peptid, ein Eiweißprotein, das etwa Resveratrol in die Haut einschleust und die Hauterneuerung



verbessert.“ Neben den aktiven Wirkstoffen wie Hyaluronsäure, Retinol oder verschiedenen Vitaminen gehören pflanzliche Butter und Öle, UV-Filter und Pflanzenextrakte zu den insgesamt mehr als 1.200 Rohstoffen.

Im Labor in Unterföhring mixt die Mitarbeiterin eine schäumende zähflüssige Masse, die aussieht wie ein Mango-Lassi. Die Farbe komme, erklärt sie, von Bestandteilen wie Sanddorn und Karotenöl, die sie mit Ölen, Wasser und weiteren Inhaltsstoffen vermengt. Die Laborantinnen testen aus, was sich das Entwicklerteam ausgedacht hat. Sie untersuchen verschiedene Parameter wie Viskosität, Dichte, pH-Wert. Unter anderem werden die Mixturen verschiedenen Bedingungen ausgesetzt, damit sie später – etwa im Urlaub bei hohen Temperaturen – ihre Eigenschaften behalten.

Im Studio ein paar Schritte weiter preisen zwei Kolleginnen aus dem Marketing-Team bei den Aufnahmen einer Instagram-Story die Vorzüge und die Angebote verschiedener Pflegeserien an. Das ist weniger Werbeclip, eher ein Treffen unter Freundinnen oder ein Video für gute Bekannte. Mehrmals wöchentlich gibt es zudem Verkaufsshows. In Livestreams werden Produkte vorgestellt und Geschichten erzählt – unter anderem auch über die Mitarbeiter oder die Familie Asam. Der Trend **Livestream-Shopping** kommt aus Asien. Asambeauty hat das Potenzial früh erkannt und setzt Livestream-Events mit einer eigenen Abteilung und einer Software um, die die Shows neben Social Media auch auf der eigenen Website zeigt. Das Ziel: innovativ auf die Menschen zuzugehen, um ihnen Werte und Philosophie des Unternehmens authentisch zu vermitteln. Marcus

Der größte Sprung der Firmementwicklung kam mit der Pandemie

Asam: „Eine Creme ist erstmal langweilig. Die Kunst besteht darin, das Ganze zu emotionalisieren, also Bindung zum Kunden aufzubauen. Wir wollen uns als Unternehmen erlebbar machen, wir wollen eine Story erzählen, Einblicke geben – behind the scenes – und dabei die Produkte vorstellen. Mit den Livestreams erreichen wir jetzt eine jüngere Zielgruppe.“ Die Durchschnittskundin sei derzeit 35 Jahre alt. Jung und älter tau-

schen sich in den **Fan-Gruppen** aus. Admins – also Gründer beziehungsweise Verwalter – der größten beiden Fan-Gruppen sind Marc Vierheller und Andrea Säger. Sie moderieren die geposteten Beiträge. Die Mitglieder informieren sich ganz nebenbei über neueste Schnäppchen. Der größte Sprung der Firmementwicklung kam mit der Pandemie. „Wir waren sehr gut aufgestellt und wurden dennoch überrollt von der starken Nachfrage“, erzählt Marcus Asam. Während Konkurrenten ihre Angebote über Amazon anboten, klingelte bei asambeauty im eigenen Internet-Shop die Kasse. Die vorhandene leistungsfähige Logistik samt vollautomatisiertem Lager sorgte für nahezu reibungslose Lieferungen. Außerdem basteln Spezialisten kontinuierlich an der Suchmaschinenoptimierung. Als dann die Nachfrage stieg, hätten sich, erklärt Marcus Asam, die Klicks im asambeauty-Shop multipliziert, wodurch der auf vielen Kanälen wie von selbst immer präsent wurde.

Die Mitarbeiterzahl in München hat sich in ein paar Monaten nahezu verdoppelt. Das war während des Lockdowns eine besondere Herausforderung. Die neuen Kollegen lernten sich schließlich zunächst nur online kennen. „Aber sie organisierten sich gut, arbeiteten zielgerecht, bildeten Teams und tauschten sich in Videokonferenzen aus“, freut sich der Chef. Und sie hatten und haben eine schlagkräftige Unterstützung: Hinter den Kulissen sorgt eine 40-köpfige IT-Abteilung für beste digitale Voraussetzungen. Die meisten Neueinstellungen gab es im Bereich IT, Marketing und Videocommerce. Kompliziert gestaltete sich auch die Erweiterung der Produktionskapazitäten. Der Geschäftsführer der Asam Betriebs GmbH, Frank Richter, hat ein Schichtenmodell eingeführt. In Spitzen müssen Lohnhersteller beauftragt werden.

Die seit der Firmengründung vorhandenen Produktionsstätten in Beilngries im Altmühltal sowie in Landau in der Pfalz hat die Firma seit der Gründung kontinuierlich erweitert. Ein Werk in Steinach bei Straubing sowie ein Logistikzentrum kamen dazu. „Wir sind der größte Beauty-Eigenmarken-Shop und damit stärkste Plattform in Deutschland“, unterstreicht Asam. Zudem setzt asambeauty inzwischen auch auf das Retail-Geschäft, bietet also seine Produkte in Theken der Drogeriemarktketten des stationären Handels an. Während asambeauty in der Hautpflege selbst auf jahrzehntelange Erfahrung baute und baut, hat das Unternehmen im Bereich Make-up Neuland betreten. Das Ziel: seine Skincare-Expertise in

ECKDATEN ASAMBEAUTY GMBH

STANDORT
Unterföhring

MITARBEITER ca. 500

JAHRESUMSATZ
2020: 106 Mio. Euro
2021: 140 Mio. Euro

VERSANDTE ARTIKEL
IM MONAT 2 Mio.

dekorative Produkte einfließen lassen. Damit sicherte sich das erste Produkt gleich den Rang des meistverkauften Make-ups im stationären Handel. Ein Riesenerfolg, so Asam, schließlich gehören zu den Konkurrenten prominente Namen. Als drittes Standbein kam schließlich der Bereich Haarpflege dazu. Die Marke heißt „ahuhu“ und gehört seit sieben Jahren zur Familie, die sich einen Friseurmeister als Spezialisten suchte und jetzt in allen drei Kernbereichen über eigenes Know-how verfügt.

Für den Kosmetikhersteller führt dabei kein Weg am Thema Nachhaltigkeit vorbei. Seit 2018 wurden nach Firmenangaben über 400 Tonnen Plastik gespart. Flaschen und Tuben aus Recyclingmaterial gehören zum Geschäft. Schon bald soll es auch Nachfüllbeutel und Refill Cups geben. „Gut ist nicht gut genug“, heißt

es dazu auf Instagram. An jeder Stelle der Wertschöpfungskette werde geschraubt, um den ökologischen Fußabdruck kontinuierlich zu verbessern. Der Hersteller betont zudem, dass

die Produktion des Produktsortiments und die Expansion im Ausland erreichbar sei. „Bisher haben wir auf Vertriebspartner gesetzt. Jetzt wollen wir selbst vertreten sein.“ Gleichzeitig werde

Die Firma will weiterhin in Deutschland produzieren und den Standort weiter ausbauen

der Großteil der Produkte vegan hergestellt werde. Angesichts der positiven Entwicklung blickt Marcus Asam sehr optimistisch in die Zukunft. „Wir planen mit einem durchschnittlichen Wachstum von 30 Prozent im Jahr.“ In fünf Jahren sind das fast eine halbe Milliarde Euro Umsatz, der durch die Erweite-

rung des Produktsortiments und die Expansion im Ausland erreichbar sei. „Bisher haben wir auf Vertriebspartner gesetzt. Jetzt wollen wir selbst vertreten sein.“ Gleichzeitig werde asambeauty weiterhin in Deutschland produzieren und den Standort weiter ausbauen. „Made in Germany“ zieht. Spezielle Produkte für den Mann hat asambeauty übrigens nicht im Sortiment, aber Unisex-Linien. Über zehn Prozent aller Einkäufe werden laut Asam durch Männer getätigt. Auch das: ein stark wachsender Sektor. ■

In Instagram-Stories oder Livestream-Events plaudern Mitarbeiter des Marketing-Teams – unter anderem – über die Vorzüge verschiedener Pflegeserien.



„Alle mitnehmen auf dem Weg in eine moderne, klimafreundliche Zukunft“

Vom Funkloch bis zur Verkehrswende: Diese Leitplanken wollen der neue **BUNDESMINISTER FÜR DIGITALES UND VERKEHR, VOLKER WISSING**, und die Ampel-Koalition einziehen

Modern, innovativ, digital und nachhaltig: So stelle ich mir Deutschland als Wirtschaftsstandort vor – mit leistungsfähiger Infrastruktur, klimafreundlicher Mobilität, schnellen digitalen Netzen und optimalen Bedingungen für Unternehmen. Ein Land, in dem Menschen sich und ihre Ideen frei entfalten können und motiviert die Zukunft gestalten.

Der Koalitionsvertrag der neuen Ampel-Regierung legt dafür die ideale Grundlage. Jetzt geht es darum, ihn schnell umzusetzen, denn es gibt viel zu tun. Zum Beispiel bei den digitalen Netzen, die unserer Wirtschaftskraft nicht gerecht werden. Wir brauchen Glasfaser und verlässlichen Mobilfunk überall dort, wo Menschen leben oder arbeiten. Hier ist Detailarbeit gefragt, denn für jedes Funkloch gibt es eine Erklärung, aber nicht für alle die gleiche. Das werden wir schnellstmöglich angehen. Denn klar ist: Analog vorzugehen ist ein Auslaufmodell, das uns zunehmend behindert. Digital ist besser – zumal für ein Land wie Deutschland, das auch weiter in der Topliga spielen soll.

Ein starker Standort zeichnet sich zudem durch moderne Verkehrswege aus. Sie sind Basis für Wachstum, Beschäftigung, Wohlstand – und damit zugleich Voraussetzung für unseren Sozialstaat und unsere Investitionskraft. Deshalb werden wir die Verkehrswege erhalten, erneuern und, wo

nötig, ausbauen. Dazu werden wir Planungen und Genehmigungen beschleunigen, damit Investitionen schnell Wirkung zeigen. Die Menschen sollen spüren, dass Dinge vorankommen und sich verbessern. Erstmals werden wir zudem mehr Geld in die Schiene als in die Straße stecken. Denn unsere Klimaziele werden wir nur erreichen, wenn wir deutlich mehr Verkehr auf die Schiene verlagern. Allerdings werden auch Lkw weiter eine wichtige Rolle im Güterverkehr spielen – doch zunehmend mit klimaneutralem Antrieb. Diesen Umstieg auf nachhaltige Mobilität wird die Politik unterstützen: mit guten Rahmenbedingungen und finanzieller Förderung. Dabei sind wir darauf angewiesen, dass Wirtschaft und Gesellschaft mitziehen. Klimaschutz kann nur funktionieren, wenn die breite Mitte ihn mitträgt. Deshalb

werden wir bei allem, was wir unternehmen, immer im Blick behalten: Unsere Gesellschaft besteht aus Menschen mit unterschiedlichen Bedürfnissen. In der Stadt lebt man anders als auf dem Land, Senioren haben andere Wünsche als Jugendliche, Familien andere als Singles, Unternehmer andere als Beschäftigte. Allen müssen wir Angebote machen, die sie als Fortschritt empfinden.

Genau da sehe ich eine große Chance in der neuen Ampel-Regierung. Wir bringen verschiedene Sichtweisen aus sehr verschiedenen politischen Blickwinkeln mit. Die neue Koalition kann so zu einer Art Clearingstelle für unsere Gesellschaft werden – damit wir alle mitnehmen auf dem Weg in eine moderne, klimafreundliche Zukunft.

Volker Wissing ist seit Dezember neuer Bundesminister für Digitales und Verkehr. Zuvor war der Jurist Generalsekretär der FDP.



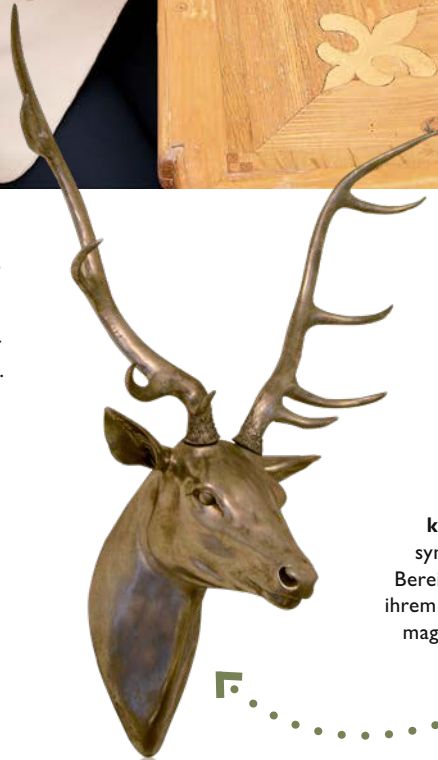
Foto: Laurence Chaperon



Fotos: Astrid Schmidhuber



Das abstrakte Gemälde ist eine Arbeit von Hubertus Wörner. Der war jahrelang Pressesprecher des Ministeriums und ist jetzt Leiter der Bayerischen Forstverwaltung.



Der Besprechungstisch ist aus Altholz gefertigt, mit wunderbaren bayerischen Rauten und hellen Lilien als Intarsien – ein Fundstück, auf das Kaniber ganz stolz ist.

Das silberfarbene, künstliche Hirschgeweih symbolisiert für Kaniber den Bereich der Jagd, der ebenfalls zu ihrem Ministerium gehört. „Zudem mag ich halt Hirschmotive auch wahnsinnig gerne.“



Das Selbstbildnis hat Angerer der Jüngere gemalt, ein Künstler, der wie Kaniber aus Bad Reichenhall kommt. „Das Bild hing bei mir zu Hause. Viele der Herausforderungen meines Amtes, das ist mir später mal aufgefallen, sind symbolhaft darauf festgehalten. Deshalb habe ich es hier aufgehängt.“



Information für Sie in Bestform

LANDWIRTSCHAFTSMINISTERIN MICHAELA KANIBER hat keinen leichten Auftrag zu erfüllen – denn der Interessenausgleich zwischen Landwirten und Nahrungsmittel-Konsumenten lässt sich bisweilen nur schwer bewerkstelligen. Dabei will die gebürtige Bad Reichenhallerin mit Wurzeln in Kroatien und Bosnien-Herzegowina doch eigentlich für beide da sein.

Auf der einen Seite also die Landwirte: Rund 100.000 Betriebe gibt es in Bayern, und die sind hierzulande noch viel kleinteiliger als in anderen Regionen. Oft handelt es sich um Höfe, die von der gesamten Familie bewirtschaftet werden. Da muss sich jede (politisch gewollte) Investition in absehbarer Zeit rechnen – und zu einer gegebenenfalls anstehenden Unternehmensnachfolge passen.

Und auf der anderen Seite die Verbraucher – die es den Landwirten oft nicht einfach machen. Als Gesellschaft fordern sie ein größtes Maß an Nachhaltigkeit beim Umgang mit der Natur, maximales Tierwohl und möglichst natürliche pflanzliche Lebensmittel. Als Käufer aber sind viele nicht bereit, dann auch ohne weiteres die dafür fälligen Preise zu bezahlen.

Derlei auszutarieren und als friedliche gesellschaftliche Veränderung zu moderieren, ist durchaus nicht einfach. Doch bisher schlägt sich Kaniber ausgesprochen tapfer. Ihr Credo: Neben dem Erfordernis, grundsätzlich genügend Nahrungsmittel zur Verfügung zu stellen, müssen Bayerns Bauern Premium-Produkte produzieren, für die sich auf den heimischen Märkten und auf dem Weltmarkt auch Premium-Erlöse erzielen lassen.

Daneben ist Kaniber auch noch Jagd-Ministerin (ohne eigenen Jagdschein) und Forstministerin – und damit zuständig für das Versprechen von Ministerpräsident Markus Söder, 30 Millionen Bäume in Bayern zu pflanzen, gegen den Klimawandel.

Das Kreuz aus Glas

ist ein Geschenk des heutigen Oberbürgermeisters von Bad Reichenhall, Dr. Christoph Lung, die Weltkugel aus Glas bekam Kaniber von Barbara Scheitz, der Chefin der Molkerei Andechser, geschenkt und die Glasflasche enthält Weihwasser aus Medjugorje, einem Wallfahrtsort in Bosnien-Herzegowina, der für die gläubige Kaniber eine hohe Bedeutung hat.



Das Kinderbild

trägt den Titel „Die Dirndl-Ministerin“ – eine Anspielung darauf, dass ein Dirndl praktisch die Dienstkleidung Kanibers ist. Das Bild bekam sie während eines Besuches auf einem niederbayerischen Bauernhof vom Kind der Familie geschenkt. Jetzt hat es einen Ehrenplatz im Büro.



Das vbw Unternehmermagazin ist die **Premium-Publikation für Menschen aus der bayerischen Wirtschaft und Politik**. Das sind Unternehmer, Führungskräfte in den Betrieben, politische Meinungsbildner, Entscheider aus den Verbänden sowie Multiplikatoren gesellschaftlich relevanter Gruppen.

Wir wollen Ihnen mit dem vbw Unternehmermagazin alle zwei Monate **nutzwertorientierte Inhalte** geben, darunter Best-Practice-Beispiele aus bayerischen Unternehmen, Wirtschaftspolitik, Recht, Soziales, Forschung und Technik, Bildung und Lifestyle.

Wenn Sie auch zu diesem Leserkreis gehören wollen, bestellen Sie ein kostenloses Abonnement. Senden Sie uns einfach eine kurze E-Mail mit Ihren Adressdaten an unternehmermagazin@vbw-bayern.de

Ihre personenbezogenen Daten werden ausschließlich für die Zusendung des vbw Unternehmermagazins verarbeitet. Informationen zum Datenschutz gem. Art. 13, 14 DS-GVO finden Sie unter www.vbw-bayern.de/01dsv



Fotos: Astrid Schmidhuber

„Was wir jetzt brauchen, ist *Aufbruchstimmung*“

Die Sozialversicherungen stehen vor enormen strukturellen Herausforderungen. Es drohen erhebliche Beitragssteigerungen und damit ein Rückschlag für die Wettbewerbsfähigkeit des Standortes, warnt die **UNTERNEHMERIN ANGELIQUE RENKHOFF-MÜCKE**. Für die notwendige Reform der Sozialsysteme habe die neue Bundesregierung zwar noch kein Konzept – aber der neue Stil der Koalition, auch mal eingetretene Pfade zu verlassen, gefällt der **VERHANDLUNGSFÜHRERIN DER BAYERISCHEN METALL- UND ELEKTRO-INDUSTRIE** bisher ganz gut

Zum Jahreswechsel kündigten Experten wegen des zunehmenden Fachkräftemangels ein goldenes Zeitalter für Angestellte an – mit steigenden Löhnen und sinkenden Arbeitslosenzahlen. Halten Sie das für realistisch?

Wir bewegen uns jedenfalls auf einen Arbeitnehmermarkt zu, ja. Der Fachkräftemangel zieht sich ja bereits durch fast alle Berufe und Branchen, ob Pflege, Dienstleistung, Produktion, Gastronomie oder IT-Experten. Das ist eine extrem breite Spanne.

Das klingt ja tatsächlich nach einem goldenen Zeitalter für Arbeitnehmer ...

Ja. Doch das ist nur die eine Seite. Man muss aber auch die andere se-

hen: Wir erleben ja gerade eine historisch hohe Inflation. Steigen die Löhne, dann steigen bald auch die Preise – was die Inflation weiter anfeuern würde. Das würde eine Spirale in Gang setzen, die niemandem nutzt – nicht den Arbeitnehmern, nicht den Unternehmen, nicht dem Standort.

Aber die Arbeitnehmer werden sagen: Wir müssen längst mit steigenden Preisen klarkommen, beim Tanken, beim Heizen, beim Strom, bei der Krankenversicherung und demnächst vielleicht sogar beim Kauf von Fleisch – da brauche ich mehr, damit für mich alles gleich bleibt.

Sie haben recht. Aber andererseits darf man nicht ausblenden, dass wir

bereits eine sehr lange Phase haben, in der die Inflation sehr niedrig war, und es trotzdem zu substantiellen Lohnerhöhungen kam. So gesehen könnte man sagen: Das goldene Zeitalter für Arbeitnehmer dauert schon länger an. Die Frage ist nur: Setzt es sich fort? Oder riskieren wir es? Das hängt nun von den Tarifpartnern ab, aber auch von Politik und Gesellschaft.

Was erwarten Sie?

Ich schaue grundsätzlich positiv nach vorne. Aber jetzt die richtigen Entscheidungen zu treffen, ist eine ziemliche Herausforderung. Es gibt viele unterschiedliche Entwicklungen, die es miteinander in Einklang zu bringen gilt. ►



Wie viel Verständnis haben Sie dafür, dass die einzelnen Arbeitnehmer und die Gewerkschaften diese Situation für sich nutzen wollen?

Natürlich müssen die Gewerkschaften die Interessen ihrer Mitglieder vertreten. Und natürlich verstehe ich, wenn die einzelnen Arbeitnehmer wollen, dass angesichts steigender Preise ihre Einkommen steigen. Aber wenn wir nicht insgesamt moderate Lösungen finden, dann werden wir eine Spirale in Gang setzen, die nur Verlierer kennt.

Nun hat die neue Bundesregierung erklärt, den Mindestlohn auf zwölf Euro anheben zu wollen – und die Arbeitgeber erwägen, dagegen zu klagen ...

... was aber davon abhängt, was das entsprechende Gesetz genau vorsieht und wann bzw. ob es verabschiedet wird.

Jedenfalls können wir uns in Bayern bei zwölf Euro Mindestlohn entspannt zurücklehnen: Eine ordnungsgemäß angemeldete Putz-, Garten- oder Haushaltshil-

fe ist doch bei uns schon heute kaum mehr für weniger als zwölf Euro pro Stunde zu bekommen.

Der Ärger der Arbeitgeber dreht sich nicht um die zwölf Euro – sondern um die Frage, wie dieser Betrag zustande kommt. Das Versprechen der Politik lautete: Für die Festlegung des Mindestlohns sind – wie für die Gestaltung der Löhne – die Tarifpartner zuständig. Es wurde sogar extra eine

„Für die Festlegung des Mindestlohns sind – wie für die Gestaltung der Löhne – die Tarifpartner zuständig“

Mindestlohnkommission einberufen, die über die Anpassungen des Mindestlohns entscheiden sollte. Wenn die Politik nun selbst über den Lohn entscheidet, dann ist diese Kommission außer Kraft gesetzt. Das ist ein erheblicher Eingriff in die Tarifautono-

mie, ein Verstoß gegen das Grundgesetz. Und das lehnen wir als Arbeitgeber ab.

Mit dem Betrag von zwölf Euro kommen Sie also klar?

Die zwölf Euro sind zumindest aus Sicht der in Bayern besonders relevanten Metall- und Elektroindustrie kein allzu großes Problem. Aber: Mit den zwölf Euro würden viele andere Tarifverträge obsolet, bei denen gerade die Einstiegsgehaltsstufen zwar über dem derzeitigen Mindestlohn, aber unterhalb der zwölf Euro liegen.

Dass eine kleine Änderung, die die Mehrheit wahrscheinlich gar nicht schlecht findet, an anderer Stelle Probleme bereitet, das sieht man auch bei den Forderungen nach einer besseren Bezahlung in den Pflegeberufen: Da ist praktisch jeder dafür – aber für die Kosten aufkommen will keiner so richtig. Wie lässt sich so etwas lösen?

Das ist in der Tat ein Dilemma. Allerdings glaube ich, dass es den gerade jetzt in der Pandemie extrem belasteten Pflegekräften nicht nur um höhe-



re Löhne geht. Vielmehr leiden sie darunter, dass sie keine stabilen und berechenbaren Einsatzzeiten haben. Das ist eine zusätzliche Last, die man nicht unterschätzen darf. Das erleben wir auch in anderen Berufen und Branchen: Planbarkeit spielt eine ganz große Rolle.

Es geht also auch um mehr Kräfte in der Pflege?

Klar. Wenn man unterbesetzt ist und jemand krank wird, dann erhöht das für die Übrigen das Dienst- und Arbeitspensum. Wenn das zum Dauerzustand wird, dann schreckt das wiederum viele ab, diesen Beruf zu ergreifen. Der Lohn für sich ist ein sogenannter Hygienefaktor – die Bezahlung muss stimmen, aber sie löst nicht alle Probleme. Damit ist aber auch klar: Höhere Löhne in der Pflege beziehungsweise mehr Mitarbeiter bedeuten höhere Ausgaben für die Pflegekassen – und damit höhere Sozialversicherungsbeiträge für Arbeitgeber und Arbeitnehmer. Und weil wir auch in der Krankenversicherung, der Arbeitslosenversicherung und der Rentenversicherung den Druck zu steigenden Beiträgen sehen, steht das

gesamte Land vor dem großen Problem, dass Lohn- und Lohnnebenkosten unsere Wettbewerbsfähigkeit bedrohen. Wir haben seitens der Arbeitgeber gefordert, bei den Sozialversicherungsbeiträgen die Grenze von 40 Prozent der Lohnkosten nicht zu überschreiten.

Aktuell sind es 39,95 Prozent ...

... und das auch nur, weil es extrem hohe Zuschüsse vom Staat gibt. Die Rentenversicherung ist durch den demografischen Wandel längst nicht

langfristig Bestand hat. Doch dafür sehe ich im Ampel-Koalitionsvertrag von SPD, Grünen und FDP keinen wirklichen Ansatz.

Zudem endet demnächst die zeitlich begrenzte Beitragssenkung bei der Arbeitslosenversicherung, die die GroKo noch beschlossen hatte. Experten haben kürzlich vorgerechnet, dass die Beitragsbelastung in sozialen Sicherungssystemen ohne Reformen auf 43,2 Prozent zum Ende

„Wir brauchen eine Lösung, die Beitragsstabilität und Generationengerechtigkeit garantiert – und die auch langfristig Bestand hat“

mehr stabil. Eine Absicherung der Rentenhöhe und zusätzlich eine Absicherung der 40-Prozent-Grenze bei den Sozialversicherungen wird der Staat nicht auf Dauer leisten können. Wir brauchen eine Lösung, die Beitragsstabilität und Generationengerechtigkeit garantiert – und die auch

dieser Legislaturperiode und sogar auf 45 Prozent bis 2030 steigen könnte. Welche Auswirkungen hätte das?

Die Unternehmen bekommen gerade von allen Seiten Feuer: Wir reden ja nicht nur über steigende Löhne und über steigende Sozialversicherungs-

beiträge, sondern auch noch über steigende Energiekosten und Materialkosten. Es gibt erste Unternehmen, die aufgrund steigender Energiepreise die Produktion einstellen, weil es sich für sie nicht mehr rechnet. Das würde bedeuten, dass Deutschland seine führende Position in Europa verlieren würde und wir wieder über ganz andere Themen reden müssten – etwa über steigende Arbeitslosigkeit. Viele Arbeitnehmer würden ihren Job verlieren. Politik und Gesellschaft können nicht die gesamte Last auf die

len gerne hierbleiben und schätzen auch die Infrastruktur in Bayern und all das Positive hier. Aber sie brauchen den Freiraum, um auf die Herausforderungen reagieren und so wettbewerbsfähig bleiben zu können.

Inwieweit sind Robotisierung und Automatisierung – ein Furchtthema unter den Arbeitnehmern – eine Lösung? Oder braucht es mehr Zuwanderung? Oder hilft am Ende gar nur noch die Verlagerung von Arbeitsplätzen?

Probleme hier am Standort – Zuwanderung ist dazu ein probates Mittel.

Gesellschaftlich bleibt Zuwanderung aber umstritten.

Wir brauchen eine Kultur der Zuwanderung. Viele von denen, die wir dringend brauchen könnten und die eigentlich wunderbar zu uns passen würden, drehen uns nach ein paar Jahren den Rücken zu, weil sie mit der Kultur bei uns nicht klarkommen. Wir schneiden uns damit ins eigene Fleisch. Qualifizierte Zuwanderer nehmen niemandem den Arbeitsplatz weg – sie sichern einen Arbeitsplatz.

„Qualifizierte Zuwanderer nehmen niemandem den Arbeitsplatz weg – sie sichern einen Arbeitsplatz“

Unternehmen abwälzen. Wir müssen schon darauf schauen, dass die Unternehmen das noch tragen können, ohne ihre Wettbewerbsfähigkeit zu verlieren.

Eine Studie gibt Ihnen recht: Demnach vergrößert sich der ohnehin hohe Kostennachteil des Standorts weiter, Bayern liegt mittlerweile auf dem vorletzten Platz.

Die Kraft der Unternehmen und der Unternehmer liegt darin, dass sie innovativ und kreativ sind. Sie suchen nach Lösungen. Genau das hat Bayern in den zurückliegenden Jahren stark gemacht: Dass wir offen waren für Neues, dass wir kreativ waren, dass wir die Herausforderungen angenommen haben, statt den Kopf in den Sand zu stecken. Das wird uns auch in Zukunft gelingen – wenn die Voraussetzungen stimmen.

Welche?

Wir brauchen Freiraum. Werden wir zu stark eingeeengt, egal wo, dann bleibt uns gar nichts anderes übrig, als zu gehen. Ich glaube, die allermeisten Unternehmen in Bayern wol-

Bei Automatisierung und Robotisierung geht es vor allem um Tätigkeiten, die entweder stupide oder aber körperlich sehr anstrengend sind. Die Mitarbeiter empfinden das in der Regel als Erleichterung. Was aber den Fachkräftemangel angeht, braucht es tatsächlich eine Kombination aus allem: Wir brauchen Automatisierung. Aber wir müssen das Arbeitskräftepotenzial am Standort noch besser ausschöpfen. Ich denke vor allem an Frauen, die oftmals noch in Teilzeit arbeiten. Um sie für einen Vollzeitberuf zu gewinnen, müssen wir Themen wie Kinderbetreuung weiter verbessern. Außerdem muss es Anreize geben, Frauen, die Kinder bekommen haben, möglichst schnell in den Beruf zurückzuholen. Das Thema Arbeitsplätze-Verlagerung indes ist heute gar nicht mehr so einfach: In vielen osteuropäischen Ländern besteht heute der gleiche Fachkräftemangel wie hierzulande. Wenn man will, könnte man sagen: Wir haben den Fachkräftemangel exportiert. Und wenn wir über Asien oder Südamerika reden, dann muss man das Thema der stark gestiegenen Transportkosten berücksichtigen. Am besten ist, wir lösen die

Wie wollen Sie es also anstellen?

Wir müssen als Unternehmen, in der Politik und auch in der Gesellschaft neue Wege gehen. Wir dürfen nicht immer nur zurückschauen und uns in den Positionen einmauern, die vor zehn oder 15 Jahren erfolgreich waren. Wir müssen den Mut haben, neue Lösungen auch mal auszuprobieren. Die ganze Welt und damit auch die Arbeitswelt hat sich doch in den letzten Jahren völlig verändert – zugunsten der Arbeitnehmer und teilweise auch durch einen gewissen Druck. Ich finde das Thema „Nudging“, das verhaltensökonomische „Anstupsen“, ganz interessant: Ich glaube, dass viele Veränderungen nicht von ganz alleine passieren – es bedarf eines gewissen Anstoßes. Die Pandemie, so schlimm sie ist, hat uns an vielen Stellen nach vorne gebracht – weil uns gar nichts anderes übriggeblieben ist, ob Homeoffice oder Digitalisierung. Ohne Corona wären wir bei weitem noch nicht da, wo wir heute sind. Daraus müssen wir ein Prinzip machen: Wir müssen das Anstupsen und manchmal auch den sanften Druck annehmen, um uns dadurch weiterzuentwickeln und die darin liegenden Chancen zu nutzen.

Womit wir wieder zu den goldenen Zeiten für Arbeitnehmer kämen, über die wir zu Beginn gesprochen haben. Was tun

Unternehmen, um ihre Mitarbeiter zu halten?

Ich finde, so viel wie nie zuvor. Denn es geht ja nicht immer nur um höhere Löhne. Unternehmen müssen ihren Mitarbeitern viel bieten, um attraktiv zu sein: Arbeits- und Rahmenbedingungen und Work-Life-Balance, da passiert gerade wahnsinnig viel.

Nicht nur was Arbeitskräfte angeht, ist die Lage aktuell angespannt: Unzählige Unternehmen berichten derzeit von Problemen bei den Lieferketten. Sie haben selbst ein Unternehmen, Warema, das Markisen, Sonnen- und Wetterschutz herstellt. Wie ergeht es Ihnen? Und welche Erkenntnisse für den Standort leiten Sie davon ab?

Eine Situation wie in den zurückliegenden anderthalb Corona-Jahren hat keiner, der heute in wirtschaftlicher Verantwortung ist, erlebt. Weltweit sind die Lieferketten zum Erliegen gekommen und fahren nur sehr mühsam wieder hoch. Das Schwierigste ist die Unberechenbarkeit: Die Preise explodieren und man kann sich oft kaum mehr auf Zusagen verlassen. Teilweise werden Mondpreise verlangt, etwa bei Computer-Chips. Teilweise wird eine Lieferung zugesagt, aber sie kommt nicht. Derlei kann die eigene Produktion ziemlich rasch zum Stillstand bringen. Wer

mit seinen Lieferanten nicht immer nur um den letzten Cent gerungen hat und stattdessen auf langjährige, vertrauensvolle Partnerschaften gesetzt hat, die beiden Seiten Möglichkeiten eröffnet, der steht meines Erachtens heute besser da. Das ist für mich durchaus ein Fazit aus dieser Situation, die uns zu denken geben

„Ich sehe darin nicht Schwäche, sondern Größe“

sollte. Umgekehrt darf man sich nicht der Vorstellung hingeben, dass man die Globalisierung jetzt wieder zurückdrehen könnte. Das wird nicht geschehen, dafür ist die Globalisierung mit ihren weltweiten Abhängigkeiten viel zu weit fortgeschritten.

Zum Schluss: Erfüllt Sie die Ampel-Koalition in Berlin eher mit Optimismus? Oder sehen Sie schwarz?

Ich habe ja schon angemerkt, dass ich es gut finde, wenn wir öfter mal

neue Wege gehen. Ich fand es deshalb einen großen Schritt in eine neue Art der Zusammenarbeit über politische Lager und Grenzen hinweg, was wir bei den Koalitionsverhandlungen erlebt haben. Ich kann nur hoffen, dass das im Tagesgeschäft der Regierung nicht langsam wieder verschwindet, nur, weil jeder wieder vermehrt auf seine eigene Klientel schießt. Auf viele große Herausforderungen – wir sprachen ja eben über Bereiche wie Lohnnebenkosten und Sozialversicherungen – hat die Ampel noch keine Antworten geliefert. Was wir jetzt brauchen, ist Aufbruchstimmung. Wir brauchen zukunftsorientierte Entscheidungen, die nicht nur stupid einer Parteilinie folgen, sondern zur besten Lösung führen: Wenn dabei jemand feststellt, dass der andere ziemlich gute, vielleicht sogar die besseren Argumente hat, dann sollte er auch mal nachgeben können. Ich sehe darin nicht Schwäche, sondern Größe. ■

Angelique Renkhoff-Mücke ist Unternehmerin, Verhandlungsführerin der bayerischen Metall- und Elektroindustrie bei Tarifverhandlungen und Vizepräsidentin der vbw – Vereinigung der Bayerischen Wirtschaft e. V.

Ihr Unternehmen Warema im unterfränkischen Marktheidenfeld, ein führender europäischer Hersteller für technische Sonnenschutzprodukte, beschäftigt weltweit etwa 5.300 Mitarbeiter und erzielt einen Umsatz von rund 700 Millionen Euro.





Auf dem Bau kennen Firmen das Problem seit langem: Doch Arbeitskräfte fehlen mittlerweile in allen Branchen.

Foto: bodu9 - stockadobe.com

Experten gesucht

Heizungsanlagen bauen, Wände streichen, Kinder und Kranke pflegen: **IN VIELEN BERUFEN FEHLEN DEUTSCHLAND SCHON JETZT NACHWUCHS UND FACHKRÄFTE**, der demografische Wandel verschärft das Problem noch massiv. Woran das liegt, was die neue Regierung plant und wo IW-Chef Michael Hüther einen „verborgenen Schatz“ liegen sieht

Von Katia Meyer-Tien 

Vielleicht müsste man seinen Beruf umbenennen, sagt Malermeister Ivo Fuhrmann. Maler, das klinge für viele nach langweilig weißen Rohbauten. Kaum einer wisse, wie spannend und abwechslungsreich seine Arbeit sein könne. Ob vielleicht eine Ausbildung zum „Oberflächenveredler“ mehr Leute interessieren würde? Fuhrmann lacht, als er das vorschlägt, aber hinter dem Scherz steckt die Ratlosigkeit. 40 Mitarbeiter hat Ivo Fuhrmann, der in Hohenbrunn bei München in vierter Generation den Malereibetrieb Sartori & Fuhrmann führt. Sechs bis sieben Azubis bildet er aus, 25 seiner Mitarbeiter sind Facharbeiter, und

mindestens drei weitere könnte er momentan problemlos einstellen. Wenn er denn könnte. Rund 900.000 offene Stellen für Fachkräfte, Spezialisten und Experten zählte das Kompetenzzentrum Fachkräftesicherung im Jahr 2021, mehr als 240.000 davon können rein rechnerisch gar nicht besetzt werden. In Bayern sind es fast vier von zehn offenen Stellen, für die qualifizierte Kräfte fehlen. So manches Start-up lobt inzwischen vierstellige Prämien aus für denjenigen, der einen qualifizierten IT-Experten empfehlen kann, im ganzen Land droht Kindergartengruppen die Schließung, weil Erzieher fehlen, und über die desolaten

Zustände in Pflegeheimen und Intensivstationen berichten Medien mittlerweile täglich.

Auch Markus Stumbaum aus Schöngeising könnte sofort 30 neue Arbeitskräfte einstellen. Schon jetzt beschäftigt er 95 Mitarbeiter. Auch sein Betrieb ist ein Traditionsbetrieb, im Familienbesitz seit mehr als 50 Jahren, Spezialist in Sanitär-, Heizungs- und Klimatechnik. Doch allein in dieser Branche fehlen bundesweit mehr als 11.000 Fachkräfte. „Der Markt ist extrem gewachsen“, sagt Stumbaum, die Heizsysteme und ihre Steuerung werden immer komplexer, die Wohnungsnot treibt das Bauvolumen, die Menschen investieren in

„Betongold“ und der demografische Wandel macht viele altersgerechte Umbauten notwendig. Bloß die Leute dafür, die fehlen. Und nun werben sich die Betriebe gegenseitig die guten Mitarbeiter ab, erzählt er. Die Löhne steigen – und damit auch die Preise für die Kunden, hinzu kommen lange Wartezeiten. Das Hauptproblem, sagt auch Stumbaum, ist das Image des Handwerks: „Unser Beruf ist extrem unpopulär. Wir müssen endlich weg vom Akademisierungswahn.“

„Chancenkarte“ soll Jobsuchenden aus dem Ausland Türen öffnen

Eine Einschätzung, die auch Professor Michael Hüther, Direktor des Instituts der deutschen Wirtschaft in Köln, teilt. Das beginne schon bei den Akademisierungsquoten, anhand derer die OECD den Bildungsstand eines Landes misst: „Wenn ich sage: X Prozent einer Gesellschaft sollen akademische Abschlüsse haben, dann sage ich damit auch: Das ist die richtige Hälfte. Da ist eine implizite Wertung drin.“ Das einzigartige duale Ausbildungssystem, mit dem in Deutschland hochqualifizierte Ab-

schlüsse erreicht werden können, werde damit ungerechtfertigterweise abgewertet: „Die duale Berufsausbildung ist unser Standort-Asset. Das zieht sich vom Berufsbild des Mechatronikers bis zum Hörgeräteakustiker. Das ist etwas, dafür braucht man in anderen Ländern ein Studium – wir haben da eine tolle, hoch digitalisierte Ausbildung.“

Das Bewusstsein für das Problem ist angekommen in der Politik. Etwas vage noch haben sich die Regierungsparteien im Koalitionsvertrag darauf geeinigt, das duale System der beruflichen Ausbildung zu stärken und die Ausbildung im Handwerk gezielt zu fördern, beispielsweise durch Ausbildungsbotschafter und eine Begabtenförderung. Frauen im Handwerk sollen gestärkt werden und ein Qualifizierungsgeld soll Anreize schaffen, sich aus- und weiterzubilden zu lassen.

Konkreter wird der Koalitionsvertrag im Hinblick auf die Arbeitsmigration. „Deutschland braucht mehr Arbeitskräfteeinwanderung“ heißt es dort. Tatsächlich warnen Experten, dass selbst mit moderaten Annahmen dem deutschen Arbeitsmarkt bis 2035 mehr als fünf Millionen Arbeitskräfte verloren gehen, hauptsächlich aufgrund des demografischen Wandels: Die zwischen 1955 und 1969 geborene Generation der Babyboomer erreicht das Rentenalter. Um die Zu-

wanderung von Fachkräften aus dem Ausland zu erleichtern, will die Regierung Scholz Bildungs- und Berufsabschlüsse aus dem Ausland leichter anerkennen und Bürokratie abbauen. Fachkräfte, die ein konkretes Jobangebot in Deutschland haben, sollen auch dann mit einer „Blue Card“ nach Deutschland kommen dürfen, wenn sie keinen Studienabschluss vorweisen können – bislang war diese Möglichkeit Akademikern vorbehalten. Und wer ohne konkretes Jobangebot zur Arbeitssuche nach Deutschland kommen will, dem soll dies – auf Basis eines Punktesystems, dem wohl Kriterien wie Sprachkenntnisse, Bildungsgrad, Berufserfahrung und Bedarf auf dem deutschen Arbeitsmarkt zugrunde liegen sollen – mit einer „Chancenkarte“ ermöglicht werden.

Bei der Bundesagentur für Arbeit begrüßt man all diese Initiativen grundsätzlich. Und bleibt doch vorsichtig skeptisch. Schon jetzt arbeite die Agentur über Partnerschaftsabkommen mit Ländern in Lateinamerika, Asien und Nordafrika zusammen, um dort vorzugsweise Pflegekräfte zu gewinnen und sie schon vor ihrer Einreise sprachlich und fachlich auf ihre Tätigkeit in Deutschland vorzubereiten, sagt Daniel Terzenbach, Vorstandsmitglied der Bundesagentur für Arbeit. Auch den Einreiseprozess mit den Visa- und Anerkennungsstellen begleite man umfassend. Allerdings: „Die Drittstaat-Rekrutierung ist ein notwendiger und lohnenswerter, aber auch langwieriger und oft schwieriger Prozess, der einen langen Atem erfordert. Und wir dürfen auch nicht vergessen, dass wir mit anderen klassischen Einwanderungsländern wie USA, Kanada oder Großbritannien um die besten Fachkräfte der Welt



Foto: Rawpixel.com - stock.adobe.com

Krankenhäuser und Pflegeheime bemühen sich um neue Kollegen aus aller Welt.

Zuwanderung ist eine Lösung, die dem Fachkräftemangel entgegenwirken kann. Der Gesetzgeber hat das erkannt und sie seit 2020 erleichtert.

werben. Auch Länder wie Japan, China und Südkorea oder andere europäische Länder suchen inzwischen weltweit Arbeits- und Fachkräfte.“ Zumal in der Diskussion um die Anwerbung ausländischer Fachkräfte ein Aspekt noch zu wenig im Fokus stehe: die soziale Integration der Einwanderer. „Die Organisation und die Finanzierung von Angeboten und Strukturen zur gesellschaftlichen und sozialen Integration sind bislang uneinheitlich und hängen in der Regel von der Region und dem Engagement einzelner Arbeitgeber ab“, sagt Terzenbach. „Damit die dringend notwendigen Fachkräfte auch dauerhaft in Deutschland bleiben, brauchen wir auch in der Gesellschaft mehr als eine Akzeptanzkultur – wir brauchen eine echte Willkommenskultur. Denn viele Fachkräfte verlassen Deutschland wieder. Ein Grund dafür könnte sein, dass die Integration nicht gut gelingt.“

Dass es möglich ist, den heutigen und zukünftigen Bedarf an Fachkräften durch Migration zu decken, das bezweifelt auch

IW-Direktor

Hüther. Schon seit

dem Inkrafttreten des Fachkräftewanderungsgesetzes am 1. März 2020 habe Deutschland ein sehr liberales Zuwanderungsrecht. Erstmals sei in dem Gesetz nicht mehr von Begrenzung, nur noch von Steuerung der Zuwanderung die Rede: Dass Deutschland Einwanderung brauche, sei nun endlich politischer Konsens.



Foto: visivanc - stock.adobe.com

„Ich bin aber sehr vorsichtig, weil man da ganz schnell auf sehr große Zahlen kommt“, sagt er: „Bei 200.000 Nettozuwanderern haben wir rund eine Million Menschen, die ins Land kommen, und 800.000, die das Land wieder verlassen. Die Bruttointegrationsleistung liegt also nicht bei 200.000, sondern eigentlich bei 800.000 Menschen. Wenn wir jetzt sagen: Wir wollen – wie 2018 – doppelt so viele, dann kommen vielleicht 1,4 Millionen, und eine Million geht wieder. Das heißt, wir sind bei einer ganz anderen Integrationsleistung. Ich weiß nicht, ob wir das politisch so einfach jährlich heben können.“ Sein Vorschlag: Die Erhöhung der Jahresarbeitszeit. „Hier liegt unter den praktisch schnell nutzbaren Maßnahmen ein verborgener Schatz“, sagt Hüther und verweist auf Schweden, wo über alle Erwerbstätigen hinweg etwa eine Stunde pro Woche mehr gearbeitet werde. In der Schweiz seien es sogar doppelt so viele. „Wenn man bei uns wie in der Schweiz die Wochenarbeitszeit um zwei Stunden erhöht – über Kürzung der Urlaubstage oder über die tatsächliche Wochenarbeitszeit – dann würden wir bis 2030 jedenfalls den Effekt der Alterung kompensieren können“, schlägt er vor.

Doch auch dieser Vorschlag hat seine Tücken, befürchten die Handwerker

Ivo Fuhrmann und Markus Stumbaum. Schon jetzt, sagt Stumbaum, spiele für viele die Work-Life-Balance eine große Rolle – längere Arbeitszeiten könnten seinen Beruf noch unattraktiver wirken lassen. Eine Befürchtung, die Malermeister Ivo Fuhrmann teilt. Der bietet seinen Mitarbeitern schon jetzt flexible Teilzeitmodelle, um sie im Betrieb zu halten. Ebenso wie Stumbaum geht er aktiv in die Schulen, um Werbung für seinen Beruf zu machen, bildet Flüchtlinge aus und hofft, sie in Zukunft unbürokratischer übernehmen zu können. Vor allem aber fragt er sich, warum so viele Schüler im Praktikum lieber im Supermarkt Regale einräumen, statt sich einmal anzuschauen, wie spannend es sein kann, Wohn- und Arbeitsräume neu zu gestalten.

So sind Themenfelder wie Migration und Arbeitszeit letztlich wohl zwar wichtige Stellschrauben, in denen sich die Rahmenbedingungen noch verbessern lassen. Eine der Kernfragen, der sich die neue Regierung stellen muss, wird aber die sein, wie es gelingen kann, die Aus- und Weiterbildung und die Arbeit in den Mangelberufen grundsätzlich attraktiver zu machen. Für potenzielle Azubis in Deutschland wie auch im Ausland, für Menschen ohne Berufsabschluss und Quereinsteiger ganz genauso wie für Zuwanderer. ■

Michael Hüther



NETZWERK Q 4.0

Digital fit für die Zukunft



Dank des Projektes Netzwerk Q 4.0 kann das bbw Trainings für Ausbilderinnen und Ausbilder entwickeln, die digitale Fertigkeiten erwerben möchten.

Die Digitalisierung verändert die Berufsbilder und die Ausbildung von Fachkräften. Als Teil eines bundesweiten Qualifizierungsnetzwerks sorgt das Bildungswerk der Bayerischen Wirtschaft (bbw) dafür, das Bildungspersonal entsprechend den Anforderungen des digitalen Wandels zu qualifizieren

Webinare, Review- und Vertiefungsformate: Pascal Heimann hat die Zeit im vergangenen Sommer für seine berufliche Weiterbildung genutzt.

„Predictive Maintenance“ lautete das Training, das der Mitarbeiter von Siemens Energy beim Bildungswerk der Bayerischen Wirtschaft (bbw) belegte.

„Predictive Maintenance“ bedeutet vorausschauende Wartung und ist ein Verfahren, um Maschinen und Anlagen mithilfe von Sensoren und Daten effizienter zu betreiben. So lassen sich unerwartete Stillstände vermeiden – Kosten, aber auch CO₂-Emissionen senken. Zusammen mit einem Dutzend anderer Teilnehmer folgte Heimann mehrere Wochen den insgesamt 25 Unterrichtseinheiten.

„Durch das Seminar konnte ich mich sehr gut mit den Grundlagen der neuen Technologie vertraut machen“, sagt der 39-Jährige.

„Auftrag erfüllt!“, könnte man also beim bbw sagen. Denn das praxisnahe Weiterbildungsangebot soll die Fachkräftelücke füllen, die im Zeitalter der Digitalisierung immer größer wird:

„Im Bildungswerk der Bayerischen Wirtschaft greifen wir das Thema schon seit langem auf, denn die Digitalisierung ist der Schlüssel für die Zukunft unserer Unternehmen“, sagt Geschäftsführerin Anna Engel-Köhler. „Mit unseren Angeboten qualifizieren wir die von der Wirtschaft dringend benötigten Fachkräfte. Gleichzeitig erhalten die Beschäftigten genau das Handwerkszeug, um ihre beruflichen Herausforderungen der Zukunft sicher und souverän zu meistern.“

Für Pascal Heimann ist der Kurs in doppelter Hinsicht wichtig: Als Mitarbeiter eines Technologiekonzerns, der sich als Treiber der Digitalisierung in Deutschland versteht, kommt er verfahrenstechnisch auf den neuesten Stand. Außerdem ist Heimann einer von 20 Ausbildern am Standort Mülheim/Ruhr – und damit ein firmeninterner Multiplikator für neue digitale Inhalte. 52 Auszubildende macht er aktuell fit für ihre berufliche Zukunft. ▶

Digitalisierung verlangt neue Ausbildungsinhalte

Die Predictive-Maintenance-Qualifizierung steht beispielhaft für eine aktualisierte Berufsausbildung. Dafür hat sich das bbw im „Netzwerk Q 4.0 – Netzwerk zur Qualifizierung des Berufsbildungspersonals im digitalen Wandel“ bundesweit mit anderen Bildungsanbietern zusammengeschlossen. „Das ist sicherlich eines der spannendsten Projekte der letzten Jahre“, sagt Ralf Kunz, Leiter der Akademie bayern im bbw, der die Weiterbildung mitkonzipiert hat. „Die Digitalisierung verändert viele Berufsbilder und damit auch deren Ausbildungsinhalte.“

Waren die Bildungswerke bislang meist regional für ihre lokale Wirtschaft tätig, ändert sich dies durch die Digitalisierung: Die Angebote überschreiten mittlerweile die Landesgrenzen, da bundesweit viele Unternehmen die gleichen Weiterbildungsbedarfe haben. 2019 ist daher auf Initiative der Bundesregierung das Netzwerk Q 4.0 entstanden: Dabei koordiniert das Institut der deutschen Wirtschaft (IW) in Köln 16 Bildungsinstitutionen, um Formate und Inhalte für Berufsbildungspersonal gemeinsam weiterzuentwickeln.

„Gestartet haben wir mit Interviews in den Unternehmen, um deren konkreten Bedarf in Erfahrung zu bringen“, erklärt Kunz. In Workshops berichteten Ausbilderinnen und Ausbilder über neue Aufgaben und Anforderungen. Die Ergebnisse wurden anschließend im Netzwerk diskutiert und flossen in branchenbezogene Lösungen ein: „So haben wir mit dem Netzwerk Q 4.0 einen Weg gefunden, um Berufsausbildung flächendeckend und zugleich regional zu unterstützen“, sagt Kunz. Beispielsweise stehen nun beim neuen Berufsbild „Kaufmann/Kauffrau für e-Commerce“ bundesweit neue Inhalte wie „Online-Marketing“ auf dem Lehrplan. Für Teilnehmer aus der Metallindustrie wiederum stehen neue digitale Wartungsverfahren auf der Agenda. Auch dank dieser Kooperation kann das bbw mittlerweile eine Vielzahl von Trainings für Ausbilderinnen und Ausbilder anbieten, die digitale

Fertigkeiten erwerben oder erweitern wollen: Big Data, 3-D-Druck, Industrie-4.0-Grundlagen, Ausbildung mit Virtual Reality, Robotik-Grundlagen oder eben Predictive Maintenance. Aber auch Themen wie die Erstellung von Lernvideos oder Kompetenzcoaching gehören dazu.

Trainings und Materialien zur Weitervermittlung

Pascal Heimann hat sich jetzt schon für den Folgekurs eingetragen, denn er will die Erkenntnisse für die Ausbildung in seinem Unternehmen nutzen. Er ist überzeugt: „Der digitale Wandel ist eine Riesenaufgabe – wer sich hier auskennt, dem gehört die Zukunft.“

Die Akademie bayern ist eine Marke des Bildungswerks der Bayerischen Wirtschaft (bbw) gGmbH – einem Unternehmen des Bildungswerks der Bayerischen Wirtschaft (bbw).
www.bbww.de

Zu den buchbaren Trainings:
<https://netzwerkq40.de/de/aktuelles/veranstaltungen/>



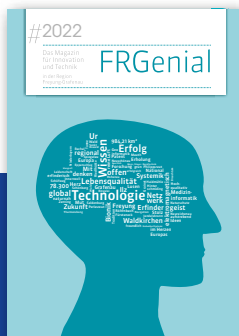
Beim bbw-Training „Predictive Maintenance – Vorausschauende Instandhaltung in der Ausbildung“ geht es um ein Verfahren, Maschinen mithilfe von Sensoren und Daten effizienter zu betreiben.

Foto: Blue Planet Studio - stock.adobe.com

Herausgeber
Urheberrecht
 Schriftmuster
Tageszeitung
 Klammerheftung
Bildband

Verlag
Magazine
 Lektor
 Cellophanierung
Broschüre
 Hardcover
Papier
 Workflow

Akquise
 Druck
 Stoff
 Autor



PNP Sales GmbH

Medienstraße 5
 Tel. 0851/802-594

94036 Passau
 www.pnp.de

Passauer Neue Presse



Maschinen schneiden die Kohlköpfe in feine Streifen. Die Firma Landes verarbeitet pro Ernte etwa 7.000 Tonnen.



Nach der Gärung in großen Silos wird das Kraut in Dosen gefüllt, bei 80 Grad im Wasserbad erhitzt und so pasteurisiert. Anschließend werden die Deckel mit dem Mindesthaltbarkeitsdatum und der Losnummer bedruckt. Jetzt kommt das Etikett um die Dose. Fertig ist das Sauerkraut.

Fotos: Cornelia Hammer

EINE DEUTSCHE DELIKATESSE

Vom Feld in die *Dose*

Vor allem in der kalten Jahreszeit ist **SAUERKRAUT** die wichtigste Beilage zu den traditionellen Bratwürsten und vielen deftigen Gerichten. Die Firma Landes in Ingolstadt stellt die **KOHL-SPEZIALITÄT NACH ALTEM REZEPT** her

Unterbrunnenreuth ist ein Ortsteil im Süden von Ingolstadt und Sitz der Krautfabrik Landes, die erst im März letzten Jahres ihr hundertjähriges Bestehen feierte. Das Sauerkraut, das hier traditionell nach altem Rezept hergestellt und unter dem Markennamen Heiss Delikatessen verkauft wird, ist in Supermärkten, Metzgereien und Hofläden in den Regalen zu finden. Bis heute fährt ein Krautwagen von Landes regelmäßig zum Wochenmarkt in Ingolstadt, um das Sauerkraut, aber auch Blaukraut, Essig, Öle, Senf, und Säfte aus eigener Herstellung zu verkaufen.

1921 gründeten die Eheleute Georg und Karoline Heiss aus einer Landwirtschaft heraus die Firma

Heiss-Sauerkraut. Das produzierte Frisch-Sauerkraut wurde in Holzfässern auf einem Pferdefuhrwerk nach Ingolstadt gebracht und dort verkauft. (Der Betrieb machte den Firmengründer zum wichtigsten Arbeitgeber im Dorf. Von 1930 an war er außerdem sechs Jahre Bürgermeister von Unterbrunnenreuth. Ein Schicksalsschlag zwang ihn zum Verkauf des Unternehmens. Sein Sohn Georg junior, der seine Nachfolge antreten sollte, fiel in den letzten Kriegstagen des Zweiten Weltkriegs.) Der aus dem nahen Niederfeld stammende Fuhrunternehmer Adolf Landes, der Großvater des heutigen Inhabers Simon Landes, und dessen Frau Frieda übernahmen den Betrieb

1949. Sie begannen 1956 mit der Konservenproduktion und füllten das Sauerkraut erstmals in Dosen ab. Der jetzige Inhaber Simon Landes führt das Unternehmen, die Landes GmbH, in vierter Generation. „Für unseren mittelständischen Familienbetrieb war es immer wichtig, nachhaltig zu wirtschaften. Nur so können wir seit 100 Jahren am Markt bestehen“, sagt Simon Landes. Veränderungen stehen dennoch ins Haus. In den kommenden Jahren will Landes den Betrieb aus Kapazitätsgründen ins nahegelegene Brautlach bei Ingolstadt umsiedeln. Die Krautfabrik bleibe aber weiter in Unterbrunnenreuth, versichert er.

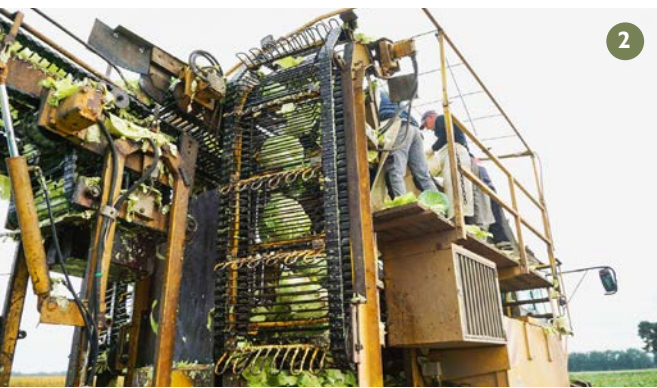


Jedes Jahr im September ist es so weit: Auf den Feldern des Landwirts Franz Wöhrl in Unsernherrn und Umgebung beginnt die Kohlernte.

1 | Die Erntemaschine (ein Eigenbau der Firma Wöhrl) hebt den Krautkopf zunächst an und führt ihn dem Sägemesser zu. Hier wird der Strunk vom Kopf abgetrennt. Die äußeren Blätter fallen dadurch weg. Drehbewegungen, die anschließend auf der Putzwalze ausgeführt werden, befreien die Krautköpfe von der zweiten Schicht äußerer Blätter.

2 | Es geht mit dem Aufzug zu den Erntehelfern auf den Wagen. Hier werden die Köpfe per Hand ein weiteres Mal geputzt und vorsortiert. Danach erfolgt das Beladen auf den Transportanhänger. Nun geht es in die Krautfabrik.

Sind die Krautköpfe bei der Firma Landes angekommen (S. 28), werden sie abgeladen und in die Krautfabrik befördert. Im ersten Produktionsschritt bohren Mitarbeiter manuell den Rest des Strunks aus den Kohlköpfen und zerkleinern ihn. Die Vitamin-C-reichen Stücke bleiben im Kraut.



3 | Der Kohl wird maschinell in Fasern geschnitten. Diese Arbeit erledigen scharfe Krautmesser. Das Ergebnis sieht aus wie Krautsalat. Anschließend werden die Fasern auf dem Förderband gesalzen.

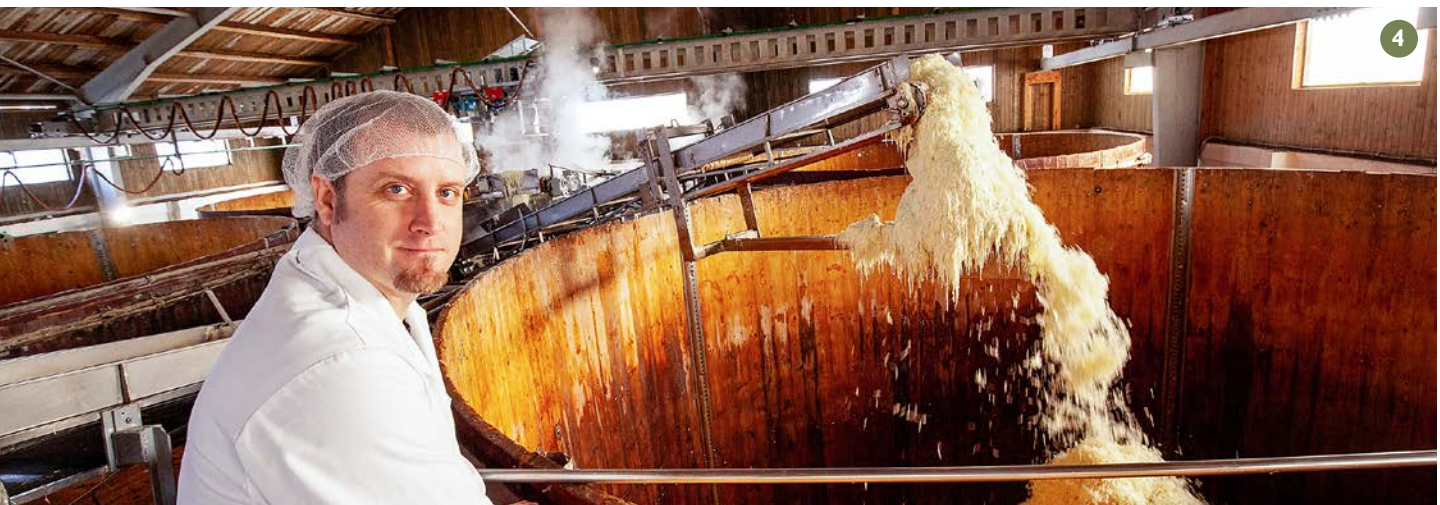
4 | Vier Silos mit je 150 Tonnen Fassungsvermögen und drei Silos mit je 80 Tonnen Inhalt stehen in der Halle der Krautfabrik. Hier hinein werden die gesalzenen Krautfasern mit einem Förderkran transportiert. Sind die Silos gefüllt, werden sie mit einer Plane abgedeckt. Nun beginnt die Fermentation, auch spontane Gärung genannt. Die im Kraut enthaltenen natürlichen Milchsäurebakterien verwandeln den krauteigenen Zucker in Milchsäure und CO₂.

Ist die Gärung abgeschlossen, liegt das Kraut buchstäblich im eigenen Saft. Ein Krautkopf besteht zu etwa 90 Prozent aus Wasser. Jetzt holt der Entnahmekran das Kraut aus den Silos und befördert es weiter.



Nun wird es im eigenen Saft bei 80 bis 85 Grad schonend blanchiert. Bei dem Vorgang kommt es zur Abtötung der Mikrobiologie. Das ist wichtig. Die verschlossenen Dosen würden wegen des entstehenden Gases sonst explodieren. Beim Produkt handelt es sich laut Landes um ein vollwertiges und vitaminreiches Lebensmittel.

5 + 6 | Die Luft in der Fabrik ist erfüllt mit dem typischen Aroma von mildem, dampfendem Sauerkraut. Das blanchierte Kraut wird nun maschinell in Dosen abgefüllt. Diese werden anschließend sofort verschlossen.





Im September und Oktober wird auf den Feldern rund um Ingolstadt der Kohl geerntet. Das Gemüse gilt wegen seines hohen Gehalts an Vitamin C, der Mineralstoffe und Milchsäure als besonders gesund. Eine typisch deutsche Spezialität, die daraus zubereitet wird, ist das Sauerkraut. Zwischen 6.000 und 7.000 Tonnen Rohware verarbeitet die Krautfabrik Landes in Unterbrunnenreuth bei Ingolstadt in zwei Monaten zu Sauerkraut. Ein Produktionsdurchgang dauert ungefähr eine Stunde. Dabei laufen zwischen 5.000 und 6.000 Dosen Kraut vom Band. Produziert wird in unterschiedlichen Größen. Für den privaten Kunden kommt das milde Sauerkraut etwa in 850-Milliliter-Dosen in den Handel, für die Gastronomie stellt Landes Dosen mit einem Fassungsvermögen von zehn Litern her. Durch regionalen Vertragsanbau sind die Transportwege kurz und die Rohware, die laut Landes vollständig aus Bayern stammt, bleibt bis zur Verarbeitung frisch. Der Weißkohl-Anbaubetrieb Wöhr in Unsernherrn und Landes in Unterbrunnenreuth sind sogar Nachbarn. Die beiden Ortsteile im Süden von Ingolstadt liegen unweit voneinander entfernt. ■

Anzeige

Print for Packaging.

Mit der Druckmaschine Heidelberg XL 162 mit 5 Farben plus Dispersionslackwerk deckt die PASSAVIA seit Mai 2018 auch den Bereich Lohndruck für Verpackungshersteller ab. Wir verwenden hierfür Farben, welche die Voraussetzungen für die Produktion von Lebensmittelprimärverpackungen durch Geruchsarmut, Swellingsarmut und Migrationsarmut erfüllen. Dabei machen kürzeste Rüstzeiten durch optimale Automatisierung und parallele Prozesse auch kleine Auflagen wirtschaftlich erfolgreich.

Testen Sie uns!



PASSAVIA
passion for print



Medienstraße 5b
94036 Passau
+ 49 851 966 180 0
info@passavia.de
www.passavia.de



Podiumsdiskussion: **Bertram Brossardt, Dr. Michael Böhmer, Stephan Mayer, Moderator, BR, Christian Schulz, Simon Kendall, v. l.**

BESTANDSAUFNAHME NACH DEM BREXIT: VERWALTUNGSaufWAND MINIMIEREN

Auf dem OnlineKongress wurden die Wirtschaftsbeziehungen zwischen Bayern und dem Vereinigten Königreich ein Jahr nach dem britischen Austritt aus der EU analysiert. vbw Hauptgeschäftsführer Bertram Brossardt betonte: „Oberstes Ziel muss die Einhaltung des Austrittsabkommens sowie des Handels- und Kooperationsabkommens sein.“ Einigkeit herrschte unter den Podiumsteilnehmern darüber, dass der durch den Brexit entstandene Verwaltungsaufwand minimiert werden muss – besonders bei Produktvorschriften.



Dr. Michael Böhmer,
Partner Prognos AG, bei der
Vorstellung der Studie „Die
bayerische Wirtschaft ein Jahr
nach dem Brexit“



Christian Schulz, Regional
Chairman Bayern, British
Chamber of Commerce



Bertram Brossardt,
vbw Hauptgeschäftsführer



Simon Kendall,
Britischer Generalkonsul

ROHSTOFFVERSORGUNG LANGFRISTIG SICHERN

Beim vbw OnlineKongress wurden Wege zu einer sicheren Rohstoffversorgung erörtert und die aktualisierte vbw Studie „Rohstoffsituation der bayerischen Wirtschaft“ vorgestellt. Risiken bestehen beispielsweise bei Rohstoffen für Batterien und Wasserstoffproduktion. Neben einer zielgerichteten Innovationspolitik sind das Offenhalten der Rohstoffmärkte sowie die Entwicklung von Substitutions- und Recyclingstrategien wesentliche Bestandteile einer langfristigen Rohstoffsicherung.

Fotos: vbw



vbw Hauptgeschäftsführer
Bertram Brossardt



Moderator **Dirk Vilsmeier**, Wirtschaftsjournalist, Bayerischer Rundfunk, **Bertram Brossardt**, Prof. Dr. **Anke Weidenkaff**, Dr. **Sabine Jarothe**, **Matthias Binder**, Volkswirtschaft, Rohstoffe und Energiemärkte, BMW Group, und Dr. **Karl Lichtblau**, Sprecher der Geschäftsführung, IW Consult GmbH, v. l.



Prof. Dr. Anke Weidenkaff,
Geschäftsführende Institutsleiterin, Fraunhofer IWKS



Ministerialdirektorin Dr. Sabine Jarothe,
Amtschefin, Bayerisches Staatsministerium für
Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie

IM DIALOG ÜBER LIEFERKETTEN

Zusammen mit der Vertretung des Freistaats Bayern bei der Europäischen Union hat die vbw im Rahmen eines Politischen Dialogs online diskutiert, welche Auswirkungen die angestrebten EU-Vorhaben zu nachhaltigen Lieferketten für die Unternehmen in der Praxis haben.

vbw Hauptgeschäftsführer **Bertram Brossardt**, **Ulrich Schäfer**, Moderator, Süddeutsche Zeitung, **Roland Weigert**, Staatssekretär im Bayerischen Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie, v. l.



VIELSCHICHTIGE DEBATTE UM LANDESENTWICKLUNG

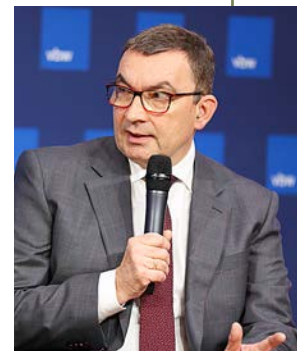


Bertram Brossardt,
vbw Hauptgeschäftsführer

Ein OnlineKongress widmete sich den notwendigen Änderungen auf den drei zentralen Handlungsfeldern Landesentwicklung, Klima und neue Mobilität. vbw Hauptgeschäftsführer Bertram Brossardt machte deutlich, dass sich Bayerns Entwurf zur Revision des Landesentwicklungsprogramms (LEP) an den Erfordernissen der ökologischen und digitalen Transformation orientieren und dafür klare Ziele vorgeben muss. Zudem forderte er deutlich schnellere Planungsprozesse. In der anschließenden Podiumsdiskussion trafen vielfältige Interessen aufeinander. Einig war sich das Podium, dass die LEP-Novelle wichtige Entwicklungsimpulse setzen, Planungen dazu erleichtern und das öffentliche Verständnis für notwendige Entwicklungen stärken muss.



Walter Heidl, Präsident des Bayerischen Bauernverbandes



Peter Meier, Vorstand, NÜRNBERGER Versicherung



Hubert Aiwanger MdL,
Staatsminister, Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie



Thomas Schmid, Hauptgeschäftsführer, Bayerischer Bauindustrieverband



Dr. Markus Litpher,
Vorstand, Lechwerke AG



Norbert Rossmeißl, Leiter der Steuerabteilung, Bayerisches Staatsministerium der Finanzen und für Heimat, **vbw** Hauptgeschäftsführer **Bertram Brossardt**, **Martin Greive**, Stellvertretender Leiter des Hauptstadtbüros des Handelsblatts, **Georg Geberth**, Director Global Tax Policy, Siemens AG, München, **Dr. Alexander Linn**, Steuerberater, MBR, Partner der Deloitte GmbH, München, v. l. Weitere Online-Teilnehmer waren (nicht im Bild): **Dr. Othmar Karas** MdEP, Vizepräsident, Europäisches Parlament; **Bernardus Zuijendorp**, Generaldirektion Steuern und Zollunion, EU-Kommission; **Joachim Schuster** MdEP



Georg Geberth

RINGEN UM EIN GERECHTES STEUERSYSTEM IN DER EU

Die vbw diskutierte auf einem OnlineKongress über die EU-Steuerpolitik. Für deren wachstums- und binnenmarktgerechte Ausrichtung forderte vbw Hauptgeschäftsführer Bertram Brossardt, sich auf die Harmonisierung der Mehrwert- und der Körperschaftsteuer zu konzentrieren. Zur sachgerechten Umsetzung der internationalen Mindeststeuer in der EU präsentierte die vbw eine eigene Studie. Einig waren sich die Diskutanten, dass steuerliche Lasten und Bürokratie die Wirtschaft nicht bremsen dürfen.

DIGITALER AUSTAUSCH

Die vbw hat den 6. Deutsch-amerikanischen Datenschutztag in Kooperation mit dem Generalkonsulat der Vereinigten Staaten von Amerika in München und dem Bayerischen Landesamt für Datenschutzaufsicht veranstaltet. Die vbw forderte, dass der Datentransfer in die USA rechtssicher möglich bleiben muss. vbw Hauptgeschäftsführer Bertram Brossardt mahnte hier praxisgerechte Lösungen an, um die Innovationskraft der Digitalwirtschaft nicht abzuwürgen.

Fotos: vbw



Julie Brill, Corporate Vice President, Chief Privacy Officer and Deputy General Counsel von Microsoft



Dr. Axel Keßler, LL.M., Datenschutzbeauftragter der Siemens AG, **Michael Will**, Präsident des Bayerischen Landesamtes für Datenschutzaufsicht, v. l.



Timothy E. Liston, Generalkonsul, Generalkonsulat der Vereinigten Staaten von Amerika in München, **Joachim Herrmann** MdL, Staatsminister, Bayerisches Staatsministerium des Innern, für Sport und Integration, **Bertram Brossardt**, Hauptgeschäftsführer der vbw, v. l.

KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT ALS TREIBER VON INNOVATIONEN



Carola Kupfer, Präsidentin, Bayerischer Landesverband der Kultur- und Kreativwirtschaft e. V. (BLVKK)

Im Rahmen des OnlineMedienkongresses stellte die vbw Impulse für ein Leitbild der Kultur- und Kreativwirtschaft vor, da die Bedeutung der Branche deutlich unterschätzt wird. „Es ist Zeit, dies zu ändern“, so vbw Hauptgeschäftsführer Bertram Brossardt. Jan Knikker aus Rotterdam stellte Beispiele einer kreativen Städteplanung vor.



Jan Knikker, Partner und Director vom niederländischen Architekturbüro MVRDV aus Rotterdam



Dorothee Bär MdB, ehemalige Staatsministerin im Bundeskanzleramt, Beauftragte der Bundesregierung für Digitalisierung

NEUES ENERGIEWENDEMONITORING VORGESTELLT

Die vbw legte zum zehnten Mal eine Zwischenbilanz zum Stand der Energiewende vor. Dr. Almut Kirchner von Prognos präsentierte die zentralen Ergebnisse der Studie. Während die Klimaziele noch ambitionierter geworden sind, haben sich wichtige Indikatoren verschlechtert.



Moderator Thomas Sigmund, Ressortleiter Politik und Leiter Hauptstadtbüro, Handelsblatt



Dr. Almut Kirchner, Direktorin/ Partnerin, Prognos AG



vbw Hauptgeschäftsführer Bertram Brossardt



vbw Hauptgeschäftsführer **Bertram Brossardt** und **David Schmitt**, Leiter Abteilung Sozial- und Arbeitsmarktpolitik, DGB Bayern, v. l.

ARBEITSMARKT IN BAYERN: ZWISCHEN FACHKRÄFTEBEDARF UND STRUKTURWANDEL

Bayerns Unternehmen stecken in einem tiefen Umbruch: Dekarbonisierung, Digitalisierung und demografischer Wandel haben weitreichende Auswirkungen auf den bayerischen Arbeitsmarkt. Über die Frage, wie künftig der Fachkräftebedarf gedeckt und Beschäftigung gesichert werden kann, diskutierte die vbw mit Vertretern aus Politik, Staatsregierung, Arbeitsverwaltung und Gewerkschaften.



Dr. Michael Böhrer, Chefvolkswirt, Prognos AG, **Klaus Beier**, Geschäftsführer Operativ, ständiger Vertreter des Vorsitzenden der Geschäftsführung der Regionaldirektion Bayern, Bundesagentur für Arbeit, **Eva Lettenbauer MdL**, Bündnis 90/Die Grünen, **Bertram Brossardt**, **Ingrid Kaindl**, Leiterin Abteilung I – Arbeit, berufliche Bildung, Arbeitsschutz, Bayerisches Staatsministerium für Familie, Arbeit und Soziales, v. l.

FINANZIERUNG FOR FUTURE

Die Frage, wie eine nachhaltige Finanzierung der Sozialversicherung insbesondere im Gesundheitswesen gelingen kann, hat die vbw zusammen mit Vertretern der privaten Krankenversicherung, der gesetzlichen Krankenversicherung und der Wissenschaft diskutiert.

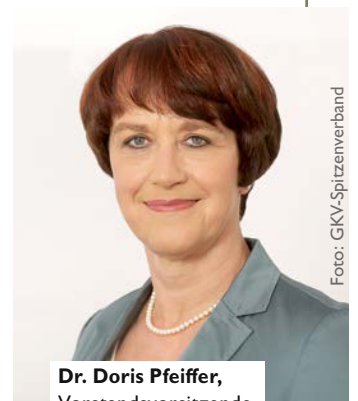
Fotos: vbw



Dr. Florian Reuther, Verbandsdirektor, PKV-Verband, **Bertram Brossardt**, vbw Hauptgeschäftsführer, v. l.



Dr. Florian Reuther, Verbandsdirektor, PKV-Verband, **Bertram Brossardt**, **Jan Hildebrand**, Moderator, Handelsblatt, **Prof. Dr. Thiess Büttner**, Lehrstuhl für Volkswirtschaftslehre, insbesondere Finanzwissenschaft, Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg, v. l.



Dr. Doris Pfeiffer, Vorstandsvorsitzende, GKV-Spitzenverband

Foto: GKV-Spitzenverband

... HERR KERNER, was ist das Besondere an einem handgeschriebenen Brief?

Ein handgeschriebenes Grief hat eine besondere Bedeutung für mich, weil ich dann für den Moment gedanklich ganz beim Adressaten bin.

Eigentlich verschenke ich beim Schreiben ein Stück Zeit von mir an den Empfänger und im Idealfall wird es dort auch als Geschenk empfunden.

Eine zeitversetzte Verbindung ist in diesen unruhigen Zeiten vielleicht etwas besonderes, es muß ja nicht alles immer sofort und im "Echtzeit" geschehen. Im übrigen macht es mich einfach Spaß. Nicht mehr und nicht weniger.



Johannes Baptist Kerner (geb. 1964 in Bonn) ist deutscher Fernsehmoderator, Journalist und ehemaliger Fußballkommentator.



Foto: Kirsten Nijhof



CONTI
RESTAURANT

Leidenschaft.
Kreativität.
Genuss.



Wir lieben gute Produkte.

Genießen Sie die fantasievolle Küche von Jürgen Weingarten
und seinem Team.

**Conti
Restaurant**

Max-Joseph-Straße 5
80333 München
info@conti-restaurant.de

Tel: 089 . 551 78-684
Fax: 089 . 551 78-681
www.conti-restaurant.de

A photograph of a woman with glasses and a man in a plaid shirt working together at a computer. The woman is pointing at the screen while the man looks on. A large red diagonal overlay covers the left side of the image, containing the main headline.

IT-QUALIFIZIERUNG FÜR MORGEN BEGINNT HEUTE

Nutzen Sie das vielfältige Bildungsangebot der it akademie bayern des Bildungswerks der Bayerischen Wirtschaft und erweitern Sie den digitalen Kompetenzbereich Ihrer Mitarbeiter*innen. Dabei profitieren Sie von unseren praxisnahen und individuell auf Ihr Unternehmen abgestimmten Weiterbildungskursen.

