

Unternehmer  
**vbw** magazin



Interview:

Hans Jörg  
Bachmeier

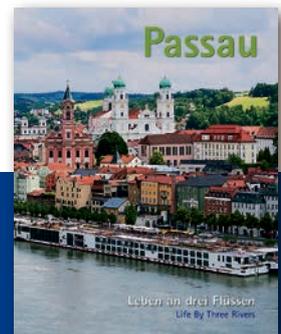
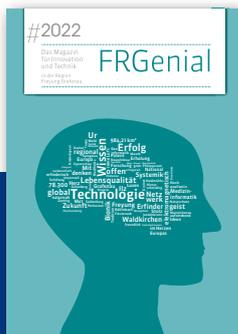
05  
2022

Herausgeber  
**Urheberrecht**  
 Schriftmuster  
**Tageszeitung**  
 Klammerheftung  
**Bildband**

Verlag  
**Magazine**  
 Cellophanierung  
**Broschüre**  
 Hardcover  
**Papier**  
 Workflow

Lektor  
 Autor

Druck  
 Akquise  
**Stoff**



**PNP Sales GmbH**

Medienstraße 5  
 Tel. 0851/802-594

94036 Passau  
 www.pnp.de

Passauer Neue Presse

---

*Liebe Leserinnen  
und Leser,*

unser Land geht einer harten Zeit entgegen. Die Hauptschuld für die Krise, daran gibt es keinen Zweifel, trägt Wladimir Putins verbrecherischer Krieg gegen die Ukraine, gegen Europa und gegen den Westen. Uns Putin zu widersetzen und seine Ideologie zu überwinden, ist unsere vordringlichste Aufgabe. Das wird uns allen erhebliche Opfer abverlangen und unseren gesellschaftlichen Wohlstand schmälern. Doch zum Erhalt unserer Demokratie, unserer Freiheit und unserer Werte gibt es keine Alternative.

Klar ist aber auch: Es darf im Windschatten dieses Konflikts keine Weichenstellungen geben, die unser Land aus ideologischen Gründen mehr belasten als zur Lösung der Russland-Krise notwendig. Wirtschaft und Arbeitnehmer sind die Urheber unseres Wohlstandes – sie sind nicht beliebig belastbar.

In Richtung Berlin sage ich klar und deutlich: Wer aus ideologischen Gründen Kernkraftwerke abschaltet und dafür in Kauf nimmt, dass er auch Betriebe und Unternehmen abschaltet, darf sich nicht wundern, wenn bald nichts mehr da ist, das man umverteilen könnte. Wer aus ideologischen Gründen Nichtarbeit fördert – Stichwort Bürgergeld –, darf sich nicht wundern, wenn sich viele für Nichtarbeit entscheiden. Wer aus ideologischen Gründen Leistung bestraft, hat irgendwann keine Leistungsträger mehr.

Wie sehr die Verwerfungen den Strukturwandel längst vorantreiben, erläutert beispielhaft der Münchner Gastronom, Fernsehkoch und Kochbuch-Autor Hans Jörg Bachmeier in unserem Titelinterview (S. 14). Er schildert eindrücklich, wie Fachkräftemangel und steigende Preise die Wirtshaus-Kultur und die Restaurant-Landschaft nachhaltig zu verändern drohen.

*Bertram*  
*Brossardt*

BERTRAM BROSSARDT, Herausgeber

---



# 6

## PORTRÄT

### In guter Tradition

Das kleine Städtchen Lindenberg galt als Klein-Paris mit einst 34 Hutfabriken. Die Firma Mayser gibt es heute noch – und sie behütet modebewusste Kunden in 50 Nationen.



# 14

## INTERVIEW

### Wie steht es um die Wirtshausküche?

Ein Gespräch mit dem Fernsehkoch Hans Jörg Bachmeier über die Herausforderungen in Küche und Gastronomie wie über eine besondere Kultur – und über Schamgrenzen auf der Speisekarte.



# 20

## POLITIK

### Mit voller Wucht

Die Energiekrise sorgt dafür, dass mitunter ungewöhnliche Innovationen interessant werden. Energiesparer, Selbstversorger und Pioniere bringen ihre Ideen ein.



Foto: Karoline Thalhofer - stock.adobe.com

STANDPUNKT 11  
 MACH(T)RAUM 12

LIFESTYLE 36  
 EINE FRAGE NOCH ... 38

# 24

## BILDUNG

### Chance für einen Neustart

Die Beruflichen Trainingszentren der bfz unterstützen Menschen nach einer persönlichen Lebenskrise auf ihrem Weg zurück in die Arbeitswelt.



Foto: Farknot Architect - stock.adobe.com

# 28

## GESELLSCHAFT

### Glückskekse ganz ohne China

Eine kleine Firma in Bad Abbach hat sich auf süße Give-aways spezialisiert, backt aber auch Verpackungen für Botschaften aller Art.



## IMPRESSUM

vbw Unternehmermagazin 05/2022

### 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 (Vi.S.d.P.)  
 REDAKTION: Sandra Hatz  
 AUTOREN: Alexander Kain,  
 Sandra Hatz, Katia Meyer-Tien

### 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, 37<sup>th</sup> Fl., Christoph Kolle

### VERLAG

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

### KOOPERATIONSPARTNER · ANZEIGEN

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

# PORTRÄT

**SPANNE GÄRBLETTE**  
 In den 1950er Jahren sind jugendliche Spannen in Mode. Diese Spanne ist aus Organza-Büsten gefertigt. Für ihre Schönheit sorgt ein Untergestell aus Draht.  
 Herstellung um 1950  
 Inv.Nr. 13.11.1

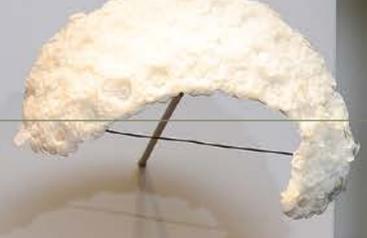
**SPANNE GÄRBLETTE**  
 Diese Spanne ist mit 8 natürlichen Seidenhaufen überzogen und hat ein weißes Seidenhaufen-Gestell. Es wird eingestrichelt geformt, auch der Haufen-Mechanismus besteht aus Seide.  
 Herstellung um 1950  
 Inv.Nr. 13.11.1

**SPANNE GÄRBLETTE**  
 Diese Kappe, die US-amerikanische Händlerrichtung und Kunst von Modista, macht die Spanne in den 1950er Jahren populär. Viele Damen käufte in mit eingestrichelten Modellen in eine Idee nach. Diese Spanne ist mit Seidenhaufen aus Glasfasern verziert.  
 Herstellung um 1950  
 Inv.Nr. 13.11.1

**SPANNE GÄRBLETTE**  
 Aufgefällige Muster oder Cartoons im Gehört zum Alltag. Nur eine Spanne aus verschiedenen Elementen und Materialien.  
 Herstellung um 1950  
 Inv.Nr. 13.11.1

**SPANNE GÄRBLETTE**  
 Diese Spannpangge besteht aus gestrickten Fäden, die aneinander gerast und ganzes Modell.  
 Herstellung um 1950  
 Inv.Nr. 13.11.1

**SPANNE GÄRBLETTE**  
 Diese Spanne ist die Form von 8 Strahlen. Die Strahlen sind aus Seide gefertigt.  
 Herstellung um 1950  
 Inv.Nr. 13.11.1



1960

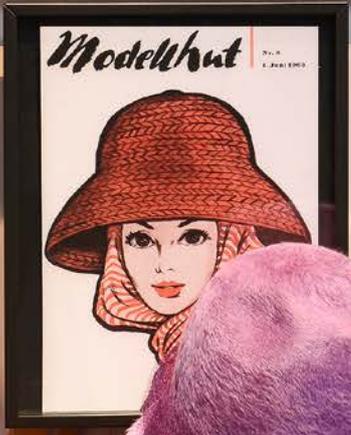
1970



**KAPPE CAP**  
 Ein besonders farbiges Modell ist die farbige Federkappe. Federkappen und Fahnenkappen sind in der 1960er Jahre populär.  
 Herstellung um 1960  
 Inv.Nr. 13.11.1

**BÄRMERHUT (Glockenhut)**  
 Einmal mehr: Derweil hat sich eine neue Farbe auf.  
 Herstellung um 1970  
 Inv.Nr. 13.11.1

**GLOCKENHUT (BELL-SHAPED HAT)**  
 Diese Glocke ist sehr schlicht und besteht aus einer weichen Zierstoffe.  
 Herstellung um 1970  
 Inv.Nr. 13.11.1



**GLOCKENHUT (BELL-SHAPED HAT)**  
 Eine Kappe, die aus einem weichen Stoff gefertigt ist.  
 Herstellung um 1970  
 Inv.Nr. 13.11.1

**GLOCKENHUT (BELL-SHAPED HAT)**  
 Diese Kappe ist sehr schlicht und besteht aus einer weichen Zierstoffe.  
 Herstellung um 1970  
 Inv.Nr. 13.11.1

**GLOCKENHUT (BELL-SHAPED HAT)**  
 Diese Kappe ist sehr schlicht und besteht aus einer weichen Zierstoffe.  
 Herstellung um 1970  
 Inv.Nr. 13.11.1



Das Deutsche Hutmuseum dokumentiert die Tradition eines selten gewordenen Handwerks in Lindenberg – dazu gehört auch die Geschichte der Marke Mayer.



HANDWERK

# Mehr als *gut geschützt*

In einer kleinen Stadt im Allgäu wird die Tradition des Hutmachens besonders hochgehalten – Das Unternehmen Mayser hat hier seine Zentrale, in der immer wieder neue Schnitte und Formen designt und gefertigt werden

Das Städtchen Lindenberg im Westallgäu galt einmal als das Klein-Paris der Hutmode. 34 Fabriken gab es hier. Als Hutstadt ist es immer noch bekannt. Die Huttradition der Stadt geht zurück bis ins 16. Jahrhundert. Es gibt ein Hutfest und eine Hutkönigin – und ein Hutmuseum. Daneben ist in Lindenberg noch Mayser als letzter Hutfabrikant und erfolgreiche Marke verblieben. Und das, weil sich Mayser immer wieder verändert hat und die Produktion dem Zeitgeist anpasste. „Wir positionieren uns mit Mayser genau in der Mitte“, sagt Michael Zechbauer, der

in siebter Generation die Geschäfte führt. Er meint „zwischen den kleinen Ateliers mit teils hochqualitativen Einzelanfertigungen und den Billigunternehmen“. Die Preise für einen Mayser-Hut liegen im Kern zwischen 120 Euro und 250 Euro. Doch es gibt auch den Panama-Hut Modell Montecristi ...

Die „Hutmacherey Mayser“ war 1800 in Ulm gegründet worden und kaufte 1929 die Strohhutfabrik J. Milz Cie in Lindenberg, um das Sortiment zu erweitern. Mit Filzhüten hatte sich das Unternehmen einen guten Namen gemacht. In Lindenberg sicherte sich

Mayser Kompetenzen im Flechten von Strohhüten, später zudem im Fertigen von hochwertigen Stoffhüten. 1963 siedelte Mayser auch mit der Zentrale über nach Lindenberg. Das Wirtschaftswunder Mitte des letzten Jahrhunderts hatte dem Unternehmen Mayser die besten Geschäfte beschert. Der Hut war gesellschaftlich en vogue. Im Rekordjahr 1963 verkaufte der Hersteller 3,5 Millionen Hüte. Heute sind es jährlich etwa 350.000 Kopfbedeckungen, die in 50 Ländern Kunden finden. Die Designer bei Mayser kreieren über 400 Hutmodelle pro Jahr. Die



Fotos: Pio Mars

In Lindenberg werden seit 400 Jahren vor allem Strohhüte gefertigt. Geschickte Hände flechten möglichst feines Stroh zu einer widerstandsfähigen Kopfbedeckung. Im Allgäu nennt man das „dredeln“.

Schnitte und Formen fertigen Spezialisten in den Ateliers in Lindenberg, in der hauseigenen Modellschreinerei und Gießerei.

Das Produktionswerk der Firma befindet sich im slowakischen Rožňava. „Eine eigene Manufaktur in Europa zu haben, war und ist uns wichtig, besonders um unserem Qualitätsanspruch gerecht zu werden“, sagt Zechbauer. Inzwischen arbeiten am Standort Rožňava rund 100 Menschen. Denn ohne Handarbeit geht auch heute nichts beim Hutmachen:

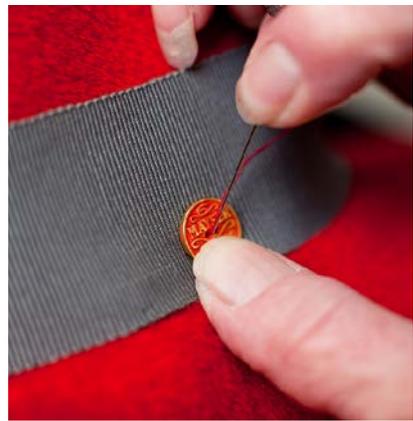
Das sehe laut Zechbauer trotz allen technischen Fortschritts aus wie vor 150 Jahren. Als eine der ältesten Hutfabriken der Welt und mittelständisches Familienunternehmen sei es ihm wichtig, dass Design und Produktion im Herzen Europas stattfinden – mit Nachhaltigkeit und gelebter Verantwortung. „Wir wollen bodenständig bleiben und Echtheit leben.“ Insgesamt 120 Mitarbeiter kümmern sich um Damen- und Herrenhüte und -mützen. Mit der jüngsten Kollektion „Michael Zechbauer by

Mayser“ – benannt nach dem Mayser-Gesellschafter – setzt das Unternehmen bewusst auf „PREMIUM“, will mit Wertigkeit, Lässigkeit und Individualität punkten.

Die „Schatzkammer“, wie mancher Mitarbeiter sie nennt, befindet sich in Lindenberg und ist eine Sammlung von 15.000 Kopfbedeckungen aus verschiedenen Jahrzehnten in Regalen, versehen mit Nummern, um sie schneller wiederzufinden. Hüte mit breiter Krempe, mit schmaler; Freizeitkappen neben feinen Melonen;



Ein Filzhut kommt als Stumpfen in die Hutmacherei, wo er über Dampf auf seiner Form zurechtgezogen und schließlich garniert, also etwa mit einem Band verziert wird.



## PORTRÄT

einfache und extravagante Mützen aus feinem Tuch, viele aus Filz. Klassische Hüte bestehen aus Filz, der aus Hasen- und Kaninchenhaaren gefertigt wird. „Durch ihre Konstruktion eignen sie sich am besten zum Filzen“, erklärt Zechbauer. Bei 300-facher Vergrößerung könne man erkennen, dass jedes einzelne Haar aussieht wie ein Tannenzapfen. Durch die kleinen Schuppen verhalten sich die einzelnen Haare bei der weiteren Verarbeitung untereinander, bis sie ein festes Gewebe ergeben. Zur Herstellung eines Hutes werden 100 bis 200 Gramm Haare benötigt. „Die Haarmischung wird in der sogenannten Fachmaschine auf einen perforierten Metallzylinder gesaugt, der sich dreht. Dadurch entsteht ein dünner Rohstumpen, der anschließend unter Einfluss von Wärme und Feuchtigkeit gewalkt und so auf ein Drittel seiner ursprünglichen Größe

Michael Zechbauer mit einem Zylinder aus seiner Kollektion Michael Zechbauer by Mayser

reduziert wird. Schließlich wird der Stumpen gefärbt und appretiert, also mit Stärke besprüht, wodurch er seine Formfestigkeit erhält. Der Stumpen wird ausgestoßen, Rand und Kopf werden vorgeformt.

Je nach Art braucht es für einen Hut bis zu 70 Arbeitsschritte. Zunächst muss für jedes Modell und jede Größe eine Form aus Aluminium gegossen werden. Die Stumpen in der passenden Farbe und aus dem gewünschten Material bringen die Hutmacher zusammen. Sie stülpen den Rohling über die Form und zie-

hen und pressen ihn passend. Oft nähen die Modisten ein Lederband ein, vielfach aber auch ein Stoffband, wenn der Hut weicher sein soll. Anschließend garnieren sie den Hut, nähen etwa ein Band außen auf. Je nach Stilrichtung wird der Filzhut eingefasst. ▶



Anzeige



# WIR FÖRDERN ENERGIESCHAFFEN UND ENERGIESPAREN

**ENERGIEKREDIT REGENERATIV  
FÜR INVESTITIONEN IN  
ERNEUERBARE ENERGIEN**

Bayerns Mittelstand ist stark in seiner Vielfalt. Als Förderbank für Bayern unterstützen wir Unternehmen darin, die Energieeffizienz ihrer Gebäude und Maschinen zu optimieren. Mit unserem Energiekredit Regenerativ fördern wir außerdem Investitionen in Ihre Selbstversorgung mit erneuerbarer Energie. Gerne beraten wir Sie kostenfrei. Tel. 089/21 24 - 10 00

[www.lfa.de](http://www.lfa.de)

Beratung.  
Finanzierung.  
Erfolg.

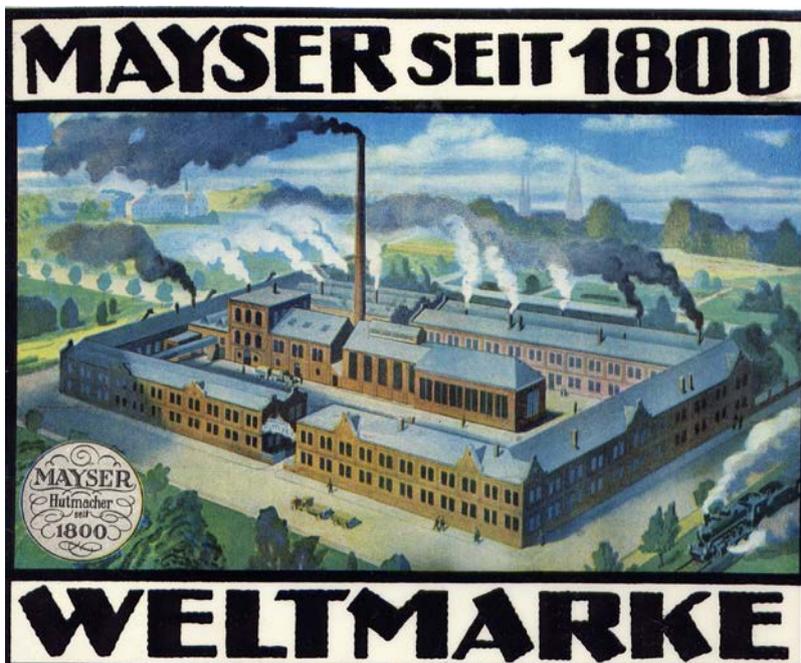
**LfA** Förderbank  
Bayern

Bei Wollfilzen ist der Grundstoff Schafwolle. Die Wolle wird gereinigt und teilweise mit Chemiefasern vermischt. „Die Mischung bestimmt die Qualität des Filzes“, erklärt der Hutmacher. Dann wird ein dünner Wollfilz hergestellt, der auf eine sogenannte Krempelmaschine aufgewickelt wird. Die weiteren Arbeitsgänge sind mit denen des Haarstumpens identisch. Guter Filz ist winddicht, wetterfest und atmungsaktiv.

Ganz anders läuft die Herstellung bei Strohhüten ab: Für eine hohe Qualität müssen die weiterhin geflochten werden – „dredeln“ heißt das im Allgäu. Der exklusivste Hut, der „Montecristi“, besteht aus feinem Toquillastroh. Er kostet um die 2.000 Euro. Zechbauer lässt ihn in Südamerika herstellen, unter anderem in Ecuador, wo es die besten Panama-Macher gebe. Das Flechten kann schon mal acht Monate dauern. „Je zarter und feinmaschiger das Stroh, desto hochwertiger der Hut und desto höher der Sonnenschutz“, erklärt Zechbauer. Der Hut wiegt kaum 50 Gramm. Re-

gen perlt einfach ab. Dass der Hut Panama heißt, sei laut Mayser dem Verschiffungsort geschuldet.

In Europa und den USA war eine Kopfbedeckung lange Zeit gesellschaftliches Symbol. Der feine Herr trug Zylinder, der Arbeiter eine Haube. Die Rolle als Statussymbol hat der Hut verloren. Heute hebt sich der Träger von der Masse ab. Hutträger gelten als besonders, manchmal extravagant. Vom prominentesten Hutträger Udo Lindenberg – er trägt nur zufällig den gleichen Namen wie das Eldorado der deutschen Hutherstellung – gibt es praktisch kein Foto ohne die markante Kopfbedeckung. Hüte und Mützen seien immer auch ein Ausdruck von Stil und Persönlichkeit. Und Hutmachen sei ein „unfassbar tolles Handwerk“, sagt Zechbauer. Das wolle er erhalten, gewissermaßen auch der Familiengeschichte zuliebe. „In siebter Generation bin ich es mir und meiner Familie schuldig und es ist großartig, dass der Hut derzeit wieder als wichtiges Accessoire ein modisches Highlight bei jedem Outfit setzt.“ ■



# Neue Chancen am Arabischen Golf

**OTTO WIESHEU** rät Deutschland und Europa, sich wieder stärker dem arabischen Raum zuzuwenden

Die arabischen Golfstaaten durchlaufen einen grundlegenden positiven Wandel. Das gilt hinsichtlich des Umbaus der Wirtschaft zu modernen hochtechnisierten industriellen Wissensgesellschaften. Die in überwältigender Mehrheit junge und akademisch gut ausgebildete Bevölkerung beschleunigt auch gesellschaftliche Öffnungen. Diversifizierung, Industrie 4.0, Smart Cities, Wissenschafts- und Technologieparks sind nur wenige Beispiele, wie sich die Volkswirtschaften für die Zukunft aufstellen. Die Gewinne aus dem Energiesektor werden nachhaltig reinvestiert. Hier eröffnen sich viele neue Möglichkeiten für deutsche Partner und attraktive Geschäftsfelder gerade für die bayerische Wirtschaft.

Mit der „Vision 2030“, ergänzt um die „Saudi Green Initiative“, hat z. B. Saudi-Arabien einen tiefgreifenden und nachhaltigen Modernisierungsprozess eingeleitet. Eine Wasserstoffpartnerschaft wurde 2021 vom damaligen Bundeswirtschaftsminister Peter Altmaier (CDU) initiiert, muss aber nachhaltig in die Tat umgesetzt werden.

Die großen Chancen, die sich hier für Europa – insbesondere Deutschland – ergeben, verlangen aber eine Begegnung auf Augenhöhe. Auch wenn die

arabischen Golfstaaten neben Gas und Öl mit ihren günstigen Bedingungen für Erneuerbare Energien (Solar und Wind) als Lieferanten von grünem Wasserstoff dauerhaft zur zukünftigen europäischen Energieversorgung beitragen können, darf die Region nicht auf eine Rolle als „globale Tankstelle“ reduziert werden.

Die Vereinigten Arabischen Emirate (VAE) sind ein gewichtiger regionaler und überregionaler Akteur und verfügen über große Wirtschaftskraft. Bereits 2004 wurde eine „strategische Partnerschaft“ mit Deutschland vereinbart, die aber auch konkret genutzt werden muss. Es gilt, die Beziehungen auf allen Ebenen zum Wohle beider Partner zu vertiefen: politisch, kulturell, in Wissenschaft und Bildung sowie wirtschaftlich. Mit der EXPO Dubai zeigten die VAE auf beeindruckende Weise, dass ein vermeintlich

kleines Land internationaler Vorreiter sein kann: Drängendste globale Zukunftsfragen wurden thematisiert. Angesichts der sich zuspitzenden weltwirtschaftlichen Lage und der internationalen Situation – Russland und Ukraine-Krieg und vermehrte Spannungen im Pazifik – sollte Deutschland wieder verstärkt auf seine zumeist langjährigen Partner am arabischen Golf zugehen. Bestehende, aber phasenweise vernachlässigte Partnerschaften müssen mit neuem Leben gefüllt werden, bevor die Partner sich enttäuscht anderen zuwenden. Geschäftsentwicklung und Partnerschaft erfordern persönliche Präsenz vor Ort. Delegations- und Unternehmerreisen sind ein wichtiger Schritt dahin.

Dr. Otto Wiesheu ist Präsident der Deutsch-Arabischen Freundschaftsgesellschaft (DAFG). Zuvor war er Vorstandsmitglied der Deutschen Bahn AG, davor Bayerischer Staatsminister für Wirtschaft, Infrastruktur, Verkehr und Technologie.





Fotos: Astrid Schmidhuber

Die **Autogrammkarte von Markus Söder** trägt eine persönliche Widmung für Bernreiter. Sie stammt aus der Zeit, als Söder noch Umweltminister und Bernreiter noch Landrat war. Schon damals hatte Bernreiter kein Blatt vor den Mund genommen, wenn ihm etwas nicht gepasst hat – selbst, wenn das Parteifreunde und Mitglieder der Staatsregierung betraf. Söder vermerkte deshalb in der Widmung sinngemäß, wie sehr er Bernreiter schätze – auch wenn der das Lästern nicht lassen könne.



Das **Bild „Lusen“** des Künstlers **K. A. Flügel** ist eine Leihgabe des Landkreises Deggendorf für das Büro Bernreiter und zierte schon sein früheres Landrats-Büro. Einst war es ein Flohmarktfund, wurde vom Landkreis erworben und fachmännisch restauriert. Schon in seinem Büro als bayerischer Landkreispräsident hatte Bernreiter das Bild von der „**Donau bei Metten**“ eines unbekanntenen Künstlers.



Die **Ledertasche** ist 2002 in die Dienste des neuen Deggendorfer Landrats Bernreiter gekommen und hat ihn seitdem durch alle Stationen begleitet – bis jetzt an die Spitze des Münchner Ministeriums.



Der **Löwe in Gold** ist das Geschenk der bayerischen Landräte an Bernreiter – für vier Perioden als weiß-blauer Landkreispräsident.

# Information für Sie in Bestform

Kein bayerischer Minister ist der Staatskanzlei näher als **CHRISTIAN BERNREITER**. Sein **MINISTERIUM FÜR BAUEN, WOHNEN UND VERKEHR** liegt direkt gegenüber der weiß-blauen Machtzentrale am Münchner Franz-Josef-Strauß-Ring. Von dort aus kümmert sich Bernreiter, Niederbayer, studierter Diplom-Ingenieur und ehemaliger Metallbau-Unternehmer, um allerhand Baustellen im Freistaat – fast allesamt darf man sie als politische Baustellen bezeichnen: von der S-Bahn-Stammstrecke in München über die Neuausrichtung des Freistaats in Sachen Windkraft und den Bau neuer Wohnungen bis zur Frage, wie viel Photovoltaik auf Denkmalbauten sein soll. Zur Wahrheit gehört, dass Ministerpräsident Markus Söder gute Gründe gehabt haben dürfte, Bernreiter in sein Kabinett zu holen. Einer dieser Gründe ist, dass Bernreiter als langjähriger Deggendorfer Landrat genau die Erfahrungen von vor Ort hat, die im Münchner Politikbetrieb bisweilen auch mal fehlen. Ein weiterer Grund ist, dass es Bernreiter bereits des Öfteren als bodenständiger Krisenmanager zu bundesweiter Beachtung gebracht hat: Beim Jahrtausendhochwasser 2013 an der Donau leitete er souverän selbst vor Ort die Maßnahmen der Hilfskräfte an – und erwarb sich den anerkennenden Beinamen „Deichgraf“. Und ein zweites Mal, als 2015 die Flüchtlingskrise mit Tausenden Neuankömmlingen am Tag zum Stresserprobungstest erst für die Grenzregion und dann für das Land wurden, waren die Krisenfähigkeiten Bernreiters gefragt – was sich selbst in Berlin herumsprach, weshalb dem Vernehmen nach auch die damalige Bundeskanzlerin des Öfteren bei Bernreiter per Handy nach Rat fragte (ob sie seine Ratschläge auch beherzigte, ist eine andere Frage). Und nicht zuletzt dürfte Bernreiter als langjähriger Präsident des Landkreistages für Söder der perfekte Vermittler zwischen staatlichem Handeln der Staatsregierung und den konkreten Auswirkungen unter anderem bei seinen früheren Landratskollegen vor Ort sein. An seinem Besprechungstisch von geradezu putineskem Ausmaß (übernommen von seiner Amtsvorgängerin) kann Bernreiter nun als Minister tun, was er immer schon gut machte: Viele Beteiligte auf Augenhöhe zusammenbringen und die anstehenden Probleme lösen.



Die **Gummistiefel**, die ihren Platz nun in einer Ecke des Ministerbüros gefunden haben, waren beim Jahrtausendhochwasser 2013 an der Donau im Einsatz. Allerdings waren es nicht die Stiefel Bernreiters, sondern jene, welche extra für den Besuch des damaligen Ministerpräsidenten Horst Seehofer vor Ort beschafft worden waren – nicht einfach, bei dieser Schuhgröße, wie Bernreiter sich erinnert.



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](mailto: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](http://www.vbw-bayern.de/01dsv)



Fotos: Astrid Schmidhuber

# „Lehrjahre sind keine Herrenjahre“

Der Münchner Gastronom, Kochbuch-Autor und Fernsehkoch **HANS JÖRG BACHMEIER** sorgt sich um die bayerische Wirtshauskultur. Fachkräftemangel, hohe Mieten und steigende Preise für die Vorprodukte drohen die Branche tiefgreifend zu verändern. Wenn sich keine Jungen mehr finden, die das Handwerk von der Pike auf erlernen wollen, dann könnte sogar jahrhundertaltes kulinarisches Wissen um die Zubereitung von Speisen verloren gehen, warnt er im Interview mit dem vbw Unternehmermagazin

## **Fachkräftemangel gibt es neuerdings allerorten. Besonders spürbar ist er in der Gastronomie ...**

Definitiv. Ich erlebe es gerade wieder selbst und stand in den letzten Monaten überwiegend alleine in der Küche. Ich hatte zwar die Zusage von Köchen, die bei mir anfangen wollten. Sogar die Verträge waren schon verschickt. Aber dann waren sie wie vom Erdboden verschwunden und nicht mehr erreichbar. Da stehst du dann da und überlegst ...

## **Wo sehen Sie die Ursache?**

Zum einen haben wir in der Gastronomie kaum eine Lobby, die Berufe werden nicht attraktiv entwickelt. Zum anderen ist es auch eine Generationenfrage. Viele junge Leute sind

nicht mehr wirklich bereit, den Einsatz zu bringen und handwerklich zu arbeiten. Für manche scheint sogar alles wichtiger zu sein als die Arbeit. Und es wird oft so dargestellt, dass Arbeit im Homeoffice die moderne Welt ist. Wird es in einer Küche heiß? Jawohl! Kann es in einer Küche stressig werden? Jawohl. Aber früher hat man Berufe mit Überzeugung ausgeübt, auch mit Stolz. Mit Arbeit hat man sein Geld verdient. Wenn man fleißig war und gut, dann hat man sich einen Ruf aufgebaut – und damit den Grundstein für eine Karriere gelegt. Aber irgendwie scheint das heute nicht mehr in Mode zu sein.

## **Aber die Gastronomie als Branche ist auch ein hartes Pflaster ...**

Absolut richtig. Und seien wir ehrlich: Wir haben in der Gastronomie unsere Mitarbeiter nicht immer gut behandelt. Ich habe das als junger Koch noch selbst erlebt: 16- oder 17-Stunden-Tage, und das sechs Tage in der Woche. Und am Ende gab es nicht mal ein Dankeschön. Aber wir haben das einfach gemacht, weil wir uns etwas aufbauen wollten. Es gibt einen alten Spruch: Lehrjahre sind keine Herrenjahre. Den habe ich oft genug gehört. Aber ich finde, dass er richtig ist, vielleicht nur etwas mehr in die Jetztzeit gebracht werden muss. Wenn man heute jemanden ausbilden will, muss man viele Hürden nehmen. Auch die Einstellung der Eltern von Auszubildenden hat sich offenbar sehr verändert, Lehrer berichten ja



etwas Ähnliches. Heute muss man als Ausbildungsbetrieb vor allem juristisch sattelfest sein und alles wissen, das nimmt merkwürdige Formen an. Wir überregulieren uns in Deutschland. Wenn Deutschland so weitermacht, dann sterben wir in Leitz-Ordern.

**Wird sich vor diesem Hintergrund des Fachkräftemangels das Bild der Gastronomie ändern? Früher kam man in ein Restaurant und sofort sind fünf Leute um einen herumgeschwanzelt ...**

Damit ist es definitiv vorbei. Viele Restaurants werden sich spezialisieren. Die Öffnungszeiten werden sich minimieren. Ich überlege ja selbst auch, wie es weitergeht: Finde ich keine Köche, kann ich nur noch drei Tage in der Woche öffnen. Ob sich damit aber die Miete in München bezahlen lässt, die Leute, die Rohstoffe, das muss sich herausstellen. So geht es vielen Gastronomen. Und wir probieren es in der Branche mit Robo-

tern, die Teller abservieren, eine neue Welt.

**Wie stark ist die Inflation spürbar?**

Heftig! Ich kaufe Butter im Zehn-Kilo-Pack. Da macht es einen Unter-

---

**30 oder 35 Euro für ein Wiener Schnitzel?**  
– „Es gibt eine Schamgrenze in der Gastronomie“

---

schied, ob man 60 Euro ausgibt oder plötzlich 100 Euro. Da schluckt man schon. Butter ist ein Vorprodukt, das ich sehr häufig und sehr intensiv verwende. Oder nehmen Sie die Fischpreise oder die Fleischpreise: Was da aufgeschlagen wird, ist ungeheuer-

lich. Und die Gemüsepreise erst – aber klar, das muss in den Glashäusern beheizt werden, da spürt man die gestiegenen Energiekosten dann im Preis.

**Inwieweit kann man diese gestiegenen Vorkosten an die Gäste weitergeben?**

Es gibt eine Schamgrenze in der Gastronomie. Ein echtes Wiener Schnitzel aus bestem Kalbfleisch, perfekt gemacht – dafür kann man selbst hier in München höchstens 30 bis 35 Euro verlangen. Wer es mit 40 Euro versuchen will, wird die Reaktion der Gäste spüren. Aber: Wie soll ich auf die exorbitanten Mieten in München und die immer weiter steigenden Löhne reagieren, wenn ich das nicht an die Gäste weitergebe? Dabei wären höhere Löhne oft mehr als gerechtfertigt, wenn ich mir ansehe, welch großen Einsatz viele Mitarbeiter bringen, die noch mit einer ordentlichen Arbeitsmoral unterwegs sind. Die Gäste erleben beim eigenen



Einkauf die enormen Preissteigerungen – aber wenn sie essen gehen, soll alles sein wie bisher. Das wird nicht mehr funktionieren.

**Was wird all das mit den Restaurants und Wirtshäusern machen?**

Da wird es Spreizungen geben: Fine Dining versus Selbstbedienung, echte Kochkunst versus Systemgastronomie. Interessanterweise stelle ich aber fest, dass Fine Dining gerade einen ziemlichen Aufwind verspürt, obwohl es natürlich auch dort den extremen Mitarbeitermangel gibt. Darauf wird reagiert, indem auch die sehr guten Restaurants und selbst Sternerestaurants nur noch an drei oder vier Tagen öffnen.

**Sie haben eben die Kochkunst angesprochen ...**

Ja, denn es sind Entwicklungen im Gange, die ich sehr, sehr schade finde. Und zwar nicht nur auf die Gastronomie bezogen, sondern auch, was die Metzger angeht, die Bäcker und die

Konditoren. Hier geht enormes Wissen verloren, weil heute nur noch so wenige – am liebsten würde ich sagen: keiner – mehr bereit sind, diese

lernen, praktizieren. Ich selbst habe meinen kulinarischen Feinschliff unter anderem bei Sterneköchen wie Eckart Witzigmann und Heinz

---

**Die Handwerkskunst des Kochens,  
„das ist ein Wissen, das über Generationen  
und über Jahrhunderte erworben wurde“**

---

Berufe von der Pike auf zu erlernen. Das ist ein Wissen, das über Generationen und über Jahrhunderte erworben wurde. Das Handwerk ist die Basis für die Handwerkskunst. In meinem Fall ist das die Kochkunst: Wie werden Soßen angesetzt? Wie wird eine Jus gekocht? Wie wird ein Teig geführt? Das lernt man nicht von heute auf morgen und schon gar nicht auf YouTube, wie mir ein ambitionierter Koch weismachen wollte. Und es bringt auch nichts, wenn es nur aufgeschrieben ist. Das muss man

Winkler bekommen. Die beiden haben beim französischen Jahrhundertkoch Paul Bocuse gelernt, dem wichtigsten Wegbereiter der Nouvelle Cuisine. Und Bocuse wiederum hat bei Eugénie Brazier gelernt, einer französischen Köchin, die sich als erste Frau überhaupt 1933 drei Michelin-Sterne erkocht hat. Verstehen Sie, was ich damit meine? Dieses Wissen wird verschwinden, wenn es nur noch darum geht, ein Soßen-Packerl ins Wasser zu kippen und umzurühren und tiefgefrorene Fertigwa-

re ins heiße Öl zu legen. Natürlich verstehe ich die Zwänge, die die Branche derzeit hat – wer soll es denn machen? Andererseits ist unglaublich schade, was da gerade passiert. Da geht eine kulinarische Kultur baden.

**Sind wenigstens die Lieferketten noch intakt? Wie sieht es aus mit Blauflossenthunfisch, brasilianischem Rindersteak, russischem Kaviar und französischem Champagner?**

gionen-Vielfalt ist riesig. Niederbayern zum Beispiel, wo ich herkomme, ist eine eher ärmliche, bescheidene Region gewesen. Da gab es viele Kraut- und Kartoffelgerichte. Wenn also am Sonntag der Schweinebraten mit Kartoffeln und Knödeln gemacht wurde, dann gab es am Montag ein Knödel-Gröstel aus den Resten, am Dienstag die restlichen Kartoffeln und zum Ende der Woche ein saures Kartoffelgemüse oder einen Kartoffelkäse.

---

### Der Wirtshausbesuch „als etwas Kulturelles, als etwas, das zu unserer Art zu leben dazugehört“

---

Den Champagner gibt es – aber er ist schwerer zu bekommen, denn er kann teilweise nicht abgefüllt werden, weil die Glasflaschen fehlen. Die kommen nämlich aus der Ukraine. Dann gab es zeitweise keine Europaletten, was den Transport von Gütern bisweilen fast unmöglich machte. Auch das notwendige Verpackungsmaterial ist gerne mal aus. Es gibt unsäglich viele Dinge, die miteinander verknüpft sind und von denen ich nie dachte, dass die mit der Ukraine zu tun haben – und dass das letztlich meinen Betrieb beeinflusst.

**Inwieweit lässt sich das kompensieren? Durch Heimat-Food? Da wird doch die bayerische Küche wieder richtig charmant ...**

Ich für meinen Teil habe immer schon versucht, vor allem regional einzukaufen. Das ist halt am Ende die Frage, was Sie unter bayerischer Küche verstehen. Landläufig ist bayerische Küche ja der Schweinebraten ...

**... den, wenn er richtig gut gemacht ist, viele ausgesprochen zu schätzen wissen.**

Ja schon, aber ich sehe die bayerische Küche ein bisschen weitläufiger. Die Re-

**Da hätten wir jedenfalls keine Lieferkettenprobleme.**

*(lacht)* Definitiv nicht, weil Kartoffeln haben wir genug. Kraut genauso. Wobei es ja oft die Frage ist, wie die Dinge verkauft werden: Den Jungen braucht man heute oft nicht mehr mit Krautsalat kommen. Aber wenn man sagt, das sei ein Cole Slaw nach US-amerikanischem Vorbild, dann ist das super. Man muss den Produkten offensichtlich das richtige Etikett und ein vernünftiges Marketing geben, dann läuft es. Hat mit der Rauke auch funktioniert: Die wollte erst auch keiner. Aber als italienischer Rucola wurde die deutsche Rauke plötzlich total trendy.

**Um nochmal auf die Auswirkungen der aktuellen Probleme auf die Gastronomie zurückzukommen: Wie wird die Spreizung der Branche aussehen – gehobene Restaurants, die sich nur noch Reiche leisten können, auf der einen Seite und Selbstbedienungsrestaurants mit Systemküche auf der anderen Seite?**

Was da auf uns zukommt, lässt sich noch nicht absehen. Ich erwarte erstens, dass es generell zu einer Markt-

bereinigung kommen wird, und zweitens, dass sich die Restaurants verändern. Aber wie stark dieser Prozess ausfällt, wird unter anderem davon abhängen, wie sich die Gäste verhalten werden. Geht es den Gästen in Zukunft darum, einfach nur satt zu werden? Dann wird die Systemgastronomie zulegen, der Imbiss, das Schnellrestaurant. Dort geht es um das Sättigen. Ich meine das gar nicht böse, das ist oft gut gemacht. Aber dort wird nicht mehr beim Essen verweilt. Sehen die Gäste den Besuch im Gasthaus hingegen als etwas Kulturelles, als etwas, das zu unserer Art zu leben dazugehört? Dann müssen wir uns Gedanken machen, wie wir dem Wirtshaussterben entgegenwirken. Oft überleben ja der Italiener, der Grieche und der Vietnameser, nicht das bayerische Wirtshaus. Aber wo wird denn sonst noch beisammengesessen, gegessen, geratscht und ein Schafkopf gespielt? Oder überwiegt am Ende das Sich-etwas-leisten-Wollen, der Eventcharakter des feinen Speisens – entweder im Sternerestaurant oder angelehnt an das Sterne-Niveau, wie ich es betreibe? Casual Fine Dining, bei dem ich bayerische Küche biete – aber angereichert um Ideen aus vielen Ländern, wie man die bayerische Küche ein bisschen moderner und weltläufiger machen kann.

---

**Alles muss schnell gehen – „viele Gäste verstehen uns Gastronomen nicht“**

---

**Ihr Tipp an die Gäste?**

Viele Gäste verstehen uns Gastronomen nicht. Man setzt sich hin, will sofort sein Brot haben, seinen Aperitif, und wenn die Vorspeise länger als eine Viertelstunde dauert, dann ist

„Land unter“. Aber die Zeiten haben sich geändert. Es kann dauern, dafür mache ich keinen Kompromiss bei der Qualität. Ich kann ein tolles Produkt bieten, das sensationell zubereitet wird. Aber das braucht halt seine Zeit. Wenn die Personalknappheit sich nicht positiv verändert, sondern Alltag wird, dann braucht es eine andere Lösung.

#### **Wie sähe die aus?**

Dann serviere ich ein Menü, Start um 19.30 Uhr, vier oder fünf Gänge. Durchorchestriert wie ein Theaterbesuch. Darauf könnte ich mich dann besser einstellen. Eigentlich würde ich das zwar gerne vermeiden. Denn ich liebe die kulinarische Individualität, die nur à la carte bietet. Aber wenn es nicht anders geht, dann hilft es nichts.

#### **Nun scheint es aber einen neuen Trend zu geben: Lunchen am Mittag ist wieder angesagt statt Dinieren am Abend.**

Stimmt. Ich bin selbst ein großer Fan des Lunchs. Inklusiv eines schönen Weins. Es gibt doch nichts Schöneres, als sich am Mittag hinzusetzen, wenn man weiß, es gibt an dem Tag nichts mehr zu tun. Nur stundenlang essen und genießen. Zugegeben, das ist in München nicht ganz realistisch. Die Spanier und die Italiener machen das fabelhaft. Am Abend hat man ja eigentlich nicht wirklich die Gelegenheit, das mit solcher Ruhe zu tun. Wenn das Dinner um 20 Uhr losgeht, bleibt man ja üblicherweise nicht bis 2 Uhr nachts. Oder wenigstens in den allersehrsten Fällen. Und trinken darf man dann auch nicht zu viel, weil man ja am nächsten Morgen wieder fit sein muss.

#### **Und wie sieht es mit dem Businesslunch aus? Kommt der wieder? Oder wurde der von den strengen Zeiterfassungssystemen kaputt gemacht?**

Der ist ziemlich tot. Wenn es nicht die Zeiterfassung war, dann spätestens das Homeoffice. Eines darf man dabei nicht vergessen: Als sich die Leute zum Businesslunch trafen und dabei nicht nur miteinander gegessen, sondern auch wichtige Dinge besprochen haben, haben sie die Mittagspause im Grunde für die Arbeit genutzt. Heute sitzen sie vor dem Monitor, essen aus der Dose – und schreiben sich eine Stunde Mittagspause gut. Grauslich. ■

Hans Jörg Bachmeier hat das Kochen im elterlichen Betrieb in Eggenfelden von der Pike auf gelernt und sich bei den Großen der Zunft den Feinschliff geholt. Dass er mittlerweile selbst zu den Herausragenden gehört, bestätigen Gault-Millau, Michelin, Falstaff, Feinschmecker und viele andere. Sein Wissen gibt er als Fernsehkoch ebenso weiter wie mit seinen Kochbüchern. Sein Stil: „Schnörkelloser Genuss mit klarem Bezug zu Bayern“





Foto: Hörl & Hartmann

ENERGIE

# Sonne, Wind und Biomüll

Ein betriebseigenes  
Windrad versorgt die  
Dachauer Ziegelei Hörl  
& Hartmann mit Energie.



Von Katia Meyer-Tien ↔

„Wir versuchen alles, um den Betrieb für die nächste Generation haltbar zu machen“, sagt Matthias Hörl, Geschäftsführer der Hörl & Hartmann Ziegeltechnik GmbH, die seit 1896 im oberbayerischen Landkreis Dachau Ziegelsteine produziert. Die größte Herausforderung dabei momentan: die Sicherung der Energieversorgung zu bezahlbaren Preisen. Der Familienbetrieb mit 340 Mitarbeitern ist dabei eigentlich schon lange auf einem guten Weg: Seit 2010 produzieren Photovoltaikmodule auf den Dächern des Betriebes Strom, seit 2017 dreht sich auf dem Betriebsgelände eine eigene Windkraftanlage. Jährlich produzieren die Anlagen rund 8,5 Millionen Kilowattstunden, wodurch der Jahresstrombedarf des Unternehmens gedeckt ist. Nur der Gasbedarf der Produktion von rund vier Millionen Kubikmetern, der macht dem Familienbetrieb angesichts der enorm gestiegenen Preise auf dem Energiemarkt momentan noch schwer zu schaffen. Ein Grund für die Dachauer, ganz neue Wege zu gehen.

Die Frage, wie es gelingen kann, trotz der enormen Verwerfungen auf den Energiemärkten die Produktion aufrechtzuerhalten und die Kostenexplosion einzudämmen, treibt wohl alle Unternehmen in Bayern derzeit um. So bereitet sich die BMW Group, deren Energiebezug zu zwei Dritteln von Erdgas abhängig ist, einem Bericht der Wirtschaftswoche zufolge „aktiv auf einen möglichen Gasmangel vor“ und prüft „verschiedene Maßnahmen, um den Energieverbrauch zu senken“. Auch die Volkswagen-Tochter Audi rechnet

Medienberichten zufolge mit Einsparpotenzialen von rund 20 Prozent beim Gasverbrauch durch „technische und organisatorische Lösungen“.

Beim Chemiekonzern Wacker arbeite man bereits seit Februar an Lösungen für unterschiedliche Szenarien, so ein Sprecher: Man sehe „gewisse Möglichkeiten“, die Folgen geringerer Gaslieferungen zu kompensieren. So arbeite man „mit Hochdruck“ an technischen Lösungen, um im Notfall kurzfristig Gas teilweise durch Heizöl ersetzen zu können. Wacker nutzt Gas hauptsächlich zur Strom- und Dampferzeugung, was dem Unternehmen – dessen eigenes Kraft-Wärme-Kopplungs-Kraftwerk als systemrelevant eingestuft ist – eine gewisse Flexibilität ermöglicht: Sollten Gaslieferungen vermindert werden, könnte das Unternehmen höhere Strommengen am Markt einkaufen und das Gas vor allem für den für den Produktionsablauf unabdingbaren Prozessdampf einsetzen.

In Dachau wollen Matthias Hörl und seine Mitarbeiter noch einen Schritt weiter gehen. Sie wollen sich langfristig ganz unabhängig von Gaslieferungen machen. Ihr Plan: Gemeinsam mit dem Peißenberger Start-up blue-Flux Energy AG eine eigene dezentrale Energieerzeugungsanlage auf dem Werksgelände bauen, die aus organischen und biogenen Stoffen – Gülle, Klärschlamm, Mist oder auch Lebensmittelabfällen – mit Druck und Hitze zunächst Kohle und Wasserdampf erzeugt und dieses in einem zweiten Schritt zu wasserstoffhaltigem Synthesegas vergast. Dieses Gas soll dann das Erdgas im Ziegelherstellungsprozess ersetzen. Ein ganz neues Verfahren, das Maßstäbe set-

Die Energiekrise trifft bayerische  
Unternehmen mit voller Wucht.  
Die reagieren mit teils erstaunlichen  
Innovationen: ein Text über  
Energiesparer, Selbstversorger  
und Pioniere



Foto: Münch Energie

Freiflächen-PV-Anlage von Leonhard Kurz in Sulzbach-Rosenberg, die Anlage ist im Vordergrund und das Unternehmen unmittelbar hinter der PV-Anlage.

zen und überall dort zum Einsatz kommen könnte, wo thermische Energie benötigt wird, sagt Hörl. Schon für das kommende Frühjahr ist der Baubeginn für die Demonstrationsanlage geplant, die zunächst 80 Prozent des Gasbedarfs der Ziegelei decken könnte. 14 Millionen Euro kostet der Bau, das Projekt wird vom Bayerischen Wirtschaftsministerium gefördert.

### Eigener Strom als „unschätzbarer Wettbewerbsvorteil“

Einen anderen Weg geht der Fürther Spezialist für Oberflächenveredelung Leonhard Kurz: Eine Photovoltaik-Anlage nicht auf dem eigenen Firmengelände, sondern auf 8,5 Hektar Freifläche unweit der Produktionsanlagen in Sulzbach-Rosenberg versorgt den Standort über eine eigene Leitung direkt mit einem Viertel des dort benötigten Stroms: 13 Millionen Kilowattstunden produziert die Anlage, die seit März in Betrieb ist. Von einem der „Leuchtturmprojekte in unserer Nachhaltigkeitsstrategie“ spricht Ralph Hopfensitz, Mitglied der Geschäftsleitung von Kurz. Im Hinblick auf die extrem hohen Strompreise sei die Anlage zudem eine „wichtige Entlastung“. Installiert hat die Anlage das fränkische Unternehmen Münch Energie.

Strom unmittelbar aus eigenen Anlagen zu bekommen, sei insbesondere momentan ein „unschätzbarer Wettbewerbsvorteil“, sagt Sven Hammer, Vertriebsleiter des Unternehmens. Der Projektierer von Freiflächen-PV-Anlagen setzt auf ein ganz besonderes Modell: Er sucht geeignete Flächen und pachtet diese, meist von Landwirten. Die Landwirte haben so feste Erträge und können die Flächen weiterhin nutzen, beispielsweise um dort Hühner, Schafe oder Kühe weiden zu lassen. „Wir wollen mit unseren Anlagen der Landwirtschaft keine Flächen entziehen“, so Hammer. Der erzeugte Strom wird im Normalfall nicht ins öffentliche Netz eingespeist, sondern direkt an Unternehmen oder auch Kommunen geliefert, die sich entweder direkt finanziell an den Betreibergesellschaften der Anlagen beteiligen oder nur den erzeugten Strom abnehmen können. Zu Preisen, die momentan weit unter denen des Strommarktes liegen. „Wir waren schon immer gut nachgefragt“, erzählt Hammer, „aber eine eigene Photovoltaik-Anlage war für viele energieintensive Firmen lange eher ein ‚Nice-to-have‘. Jetzt ist der Druck viel größer geworden.“ Den Druck spürt auch Angélique Renkhoff-Mücke, Vorstandsvorsitzende der unterfränkischen Warema

Gruppe. Der Hersteller von Sonnenschutzsystemen mit rund 5.200 Mitarbeitern ist dringend auf Prozessenergie angewiesen, beispielsweise für die Pulverbeschichtung der einzelnen Produkte. Das lief bisher nur mit Gas. „Seit Beginn des Jahres“, erzählt Renkhoff-Mücke, „haben wir eine massive Kostenerhöhung, die sich nicht an den Markt weitergeben lässt. Zusätzlich entstanden Kosten durch Investitionen in die Nutzung alternativer Energieträger, wie zum Beispiel durch den Einsatz von Zweistoffbrennern zur Aufrechterhaltung des Betriebs in der Pulverbeschichtung.“ Wo möglich, setzt auch Warema auf Eigenerzeugungsanlagen: Am neuen Logistik- und Produktionszentrum in Wertheim-Bettingen beispielsweise deckt das Unternehmen durch eine Photovoltaikanlage und ein eigenes Blockheizkraftwerk weit mehr als die Hälfte des eigenen Strombedarfs. Der Bedarf am Standort Dillberg am Marktheidenfelder Firmensitz wird nachhaltig durch Hackschnitzelheizungen und Fernwärmeverbindungen gedeckt.

### Der einzige Weg: Energieverbrauch reduzieren

Fast wichtiger noch aber ist Renkhoff-Mücke die Unternehmenskultur: „Wir setzen sehr stark auf Energieeffizienzsteigerung, immer

gemeinsam mit allen Mitarbeitenden.“ Im ganzen Unternehmen seien Energiescouts unterwegs, und im Rahmen eines „zentralen Ideenmanagements“ könne jeder Mitarbeiter Ideen zur Energieeinsparung einbringen. So sei beispielsweise die Routine eines „digitalen Frühjahrsputzes“ entstanden, bei dem durch Updates und Datenbereinigung die Energieeffizienz der Laptops, Computer und Server gesteigert wird. „Jeder kann seinen Beitrag leisten“, betont Renkhoff-Mücke. Die Lkw-Fahrer würden bereits seit Jahren auf energiesparendes Fahren geschult, das Travel Management achte beim Buchen von Reisen auf Nachhaltigkeit. Im Jahresverlauf wurde auch die Lüftung und Raumtemperatur auf den Prüfstand gestellt und angepasst. Seit September werden die Werbetafeln nicht mehr beleuchtet.

Viele kleine Maßnahmen, von denen sich das Unternehmen insgesamt aber ein Einsparpotenzial von zehn bis zwölf Prozent beim Gas- und Stromverbrauch erhofft. „Das ist der einzige Weg: Energieverbrauch reduzieren“, sagt Renkhoff-Mücke. Die Zeiten seien „enorm schwierig und herausfordernd“, aber sie setze auf das Innovationspotenzial der Unternehmen: „Die Politik kann nicht alles abfedern.“ Wünschen würde sie sich aber, dass die Politik zumindest alles unterlässt, was Unternehmen in der derzeitigen Situation noch weiter belastet.

Ein Wunsch, der einem quer durch alle Branchen begegnet. Darüber hinaus: weniger Bürokratie und schnellere Genehmigungsverfahren für den Bau von Windkraftanlagen und für Erneuerbare-Energien-Projekte allgemein. So könne er, sagt der Dachauer

Ziegeleibetreiber Matthias Hörl, nicht nachvollziehen, warum es gerade in der derzeitigen Situation für innovative Modellprojekte wie seine Hydrolyseanlage keine beschleunigten Genehmigungsverfahren geben kann: Momentan sei die Projektplanung „sehr mühselig“, und das in einer Zeit, in der schnell neue Lösungen gefunden werden müssten. Schließlich sind es nicht nur die Energiekosten, die für die Unternehmen rasant gestiegen sind, sondern auch die Kosten aller Vorprodukte – im Fall der Ziegelei zum Beispiel Paletten, Sägemehl oder Verpackungsmaterialien: All das Kosten, sagt Hörl, die man nicht einfach auf den Kunden umlegen könne. Er kenne Betriebe, die in diesem Jahr die Produktion gar nicht aufgenommen hätten, weil sie sich nicht rentiere: „Das alles trifft uns gerade wirtschaftlich sehr.“ ■

Anzeige

## Print for Packaging.

**PASSAVIA**  
passion for print

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!**



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

Jetzt bewerben – [job@passavia.de](mailto:job@passavia.de)



# Chance für einen Neustart

Eigene Stärken fördern und dadurch neue Perspektiven für Menschen mit psychischen Beeinträchtigungen schaffen: Das ist das Ziel der Beruflichen Trainingszentren.

Foto: goodluz - stock.adobe.com

**In den Beruflichen Trainingszentren der bfz entwickeln Menschen mit einer psychischen Beeinträchtigung eine neue Perspektive – eine Chance für die Betroffenen, aber auch für Unternehmen auf der Suche nach Fachkräften**

Irgendwann ging es einfach nicht mehr. Die Doppelbelastung als Projektingenieurin in einem großen Unternehmen und als alleinerziehende Mutter zweier Kinder trieb Stephanie Salveter in ein Burnout. Es folgte die Behandlung in einer psychologischen Tagesklinik, im Anschluss wurde ihr eine berufliche Rehabilitation empfohlen. „Das hat erst mal den Druck von mir weggenommen, sofort wieder einen Job finden zu müssen“, berichtet die 46-Jährige.

Seit April hilft das Berufliche Trainingszentrum (BTZ) in Passau Stephanie Salveter dabei, sich zu stabilisieren und wieder den Weg zurück in eine Beschäftigung zu finden. In Bayern und Baden-Württemberg betreiben die Beruflichen Fortbildungszentren der Bayerischen Wirtschaft (bfz) – ein Unternehmen der bbw-Gruppe – sechs Einrichtungen (in München, Nürnberg, Würzburg, Kempten, Passau und Radolfzell). Die Idee dahinter: Menschen mit psychischen Beeinträchtigungen oder Störungen aus dem Autismus-Spektrum werden psychologisch, pädagogisch und bei Bedarf medizinisch unterstützt.

„Oft liegen bei den Betroffenen mehrere Diagnosen vor“, berichtet Catharina Raubal, Leiterin Produktmanagement Rehabilitation bei den bfz. „Am häufigsten haben wir es mit

Depressionen zu tun. Aber auch Psychosen, Angststörungen, Essstörungen, Süchte oder Autismus führen dazu, dass Menschen zu uns in ein BTZ kommen.“ Dort erwarten sie multiprofessionelle Teams, die gemeinsam mit den Teilnehmerinnen und Teilnehmern neue Perspektiven für die Wiedereingliederung in den Arbeitsmarkt entwickeln.

### **An den Fähigkeiten der Betroffenen ansetzen**

Im Mittelpunkt stehen dabei immer die Ressourcen der Betroffenen: Die BTZ-Experten knüpfen an den Stärken dieser Menschen an. Dadurch fördern sie gezielt das Selbstvertrauen und setzen neue Kräfte frei. „Neben der Unterstützung beim Vorstellungsgespräch haben mir die psychologischen Gespräche mit meiner Betreuerin und die Persönlichkeitstests sehr geholfen“, so Salveter. „Dabei wurden mir meine Stärken wieder bewusst und ich habe erkannt: Ich bin in der Lage, Leistung zu bringen.“

Das BTZ ist eine Vollzeiteinrichtung, in denen sich die Teilnehmerinnen und Teilnehmer normalerweise acht Stunden am Tag aufhalten. Bei geringerer Belastbarkeit ist auch eine angepasste Stundenzahl möglich. Das tägliche Programm besteht aus Einzelbetreuung und Aktivitäten in kleinen Gruppen. „Viele haben anfangs



Jedes Jahr durchlaufen rund 170 Menschen das Programm der Beruflichen Trainingszentren. Die Vermittlungsquote in einen neuen Beruf liegt dabei im Schnitt bei 85 Prozent.

Berührungsgänge“, erklärt Raubal. „In den Gruppen blühen sie dann häufig auf.“

### Verschiedene Tätigkeiten erproben

Zu Beginn durchlaufen die Menschen in einem BTZ eine dreimonatige Orientierungsphase. Gemeinsam werden Kompetenzen ausgearbeitet und analysiert. Darauf aufbauend wird eine neue Arbeitsperspektive entwickelt. „In dieser Zeit können die Teilnehmerinnen und Teilnehmer bei uns in den BTZ verschiedene Tätigkeiten erproben, zum Beispiel in den Bereichen IT und Medien oder im technisch-gewerblichen beziehungsweise kaufmännischen Bereich. Denn oft hat der alte Beruf zur akuten Krise beigetragen. Darum ist eine Rückkehr dorthin in vielen Fällen nicht mehr möglich“, berichtet Raubal.

Auf die Orientierungs- folgt die Qualifizierungsphase, die in der Regel vier bis sechs Monate dauert. Ziel hierbei ist die Steigerung der individuellen Belastbarkeit und das Erwerben berufsspezifischer Fertigkeiten und Kenntnisse. Praktische Phasen in Unternehmen dienen zur Vertiefung der

neuen Kompetenzen. Salveter hat bereits zwei Praktika absolviert. „Dabei konnte ich ohne Druck neue Arbeitsumgebungen kennenlernen“, sagt sie. Möglicherweise ergibt sich aus einem der Praktika sogar ein Jobangebot. In der abschließenden Integrationsphase steht in den BTZ die Arbeitsaufnahme im Mittelpunkt. „Unsere Teilnehmerinnen und Teilnehmer werden bei der Suche nach einer passenden Arbeit unterstützt“, so Raubal. Als letzter Schritt auf dem Weg zurück in die Arbeitswelt folgt die Nachbetreuung, die in der Regel sechs Monate dauert. Hier erhalten die Betroffenen weiterhin Unterstützung, durch die beispielsweise akute Krisen aufgefangen werden können.

### Vermittlungsquote im Schnitt bei 85 Prozent

Pro Jahr durchlaufen rund 170 Menschen das Programm. „Je nach Zeitpunkt und Einrichtung erzielen wir Vermittlungsquoten von 75 bis 85 Prozent, manchmal sogar 100 Prozent“, berichtet Raubal. Eine erfolgreiche Wiedereingliederung ist aber nicht nur ein wichtiger Schritt für die Teilnehmerinnen und Teilnehmer –

auch Unternehmen können davon profitieren. „Wir setzen uns dafür ein, die Bedenken gegenüber der Einstellung von Menschen mit psychischen Beeinträchtigungen zu mindern. Sie sind oftmals sehr loyale und wertvolle Fachkräfte. Dieses Potenzial sollten die Firmen noch stärker nutzen.“ Stephanie Salveter wird voraussichtlich noch bis März 2023 im BTZ bleiben. Schon jetzt hat sie erkannt, in welche Richtung es danach gehen soll. „Ich möchte meinen Beruf als Ingenieurin auch weiterhin ausüben“, erklärt sie. „Aber das gesamte Umfeld muss sich ändern – weniger Schreibtischjob, stattdessen mehr Tätigkeiten im Freien. Außerdem würde ich gerne die Fachrichtung wechseln und künftig im Bereich Umwelttechnik arbeiten.“ Und noch eines weiß sie sicher: „Das BTZ war genau das Richtige für mich.“

Die Beruflichen Fortbildungszentren der Bayerischen Wirtschaft sind ein Unternehmen des Bildungswerks der Bayerischen Wirtschaft (bbw). [bbw.de](http://bbw.de) Zur Webseite der Beruflichen Trainingszentren geht es unter [btz.bfz.de](http://btz.bfz.de)

The background of the top half of the page is a photograph of an industrial setting. It shows several people working at a workstation with various machines and cables. A large, semi-transparent red triangle is overlaid on the left side of the image, pointing towards the center. The text 'SIND SIE FIT FÜR INDUSTRIE 4.0?' is written in large, white, bold, sans-serif capital letters across the red area.

# SIND SIE FIT FÜR INDUSTRIE 4.0?

Nutzen Sie die Chancen der Digitalisierung – mit einem qualifizierten Team!  
In der Produktion von morgen sind Expert\*innen gefragt, die Roboter und intelligente  
Maschinen bedienen können.

Das Bildungswerk der Bayerischen Wirtschaft (bbw) bietet in seiner Digitalen  
Lernfabrik Schulungen und Workshops zu den Berufen der Zukunft an.

Mit unseren Angeboten begeistern Sie Ihre Mitarbeiter\*innen für Industrie 4.0  
und machen sie startklar für die neuen Herausforderungen.





Zwoa Hoibe sa  
a Leberkassem

GLOBAL UNABHÄNGIG

# Mit allen *Sinnen*

Ein Familienunternehmen im niederbayerischen Bad Abbach hat die Produktion von Glückskekzen perfektioniert – Autofirmen nutzen sie für Gewinnspiele – Verliebte für Heiratsanträge

Glückskekse gibt es nicht nur mit Weisheiten bestückt vom Asiaten. Auch ein Dialektverein hat damit schon auf sich aufmerksam gemacht.

nd a  
mmel.

Eine gute Nachricht: Von der Volksrepublik China ganz und gar unabhängig ist der Westen, wenn es um den Nachschub an Glückskekse geht. Denn mit Ausnahme darin möglicherweise enthaltener Weisheiten, die dem dort beheimateten Lehrmeister Konfuzius zugeschrieben werden, hat und hatte China mit dem kleinen Gebäck nie wirklich etwas zu tun. Recherchen verschiedener Medien haben ergeben, dass die Wurzel aller Glückskekse, wie wir sie heute kennen, wohl eher in den USA zu finden ist. Legenden erzählen zwar, dass Chinesen in der Zeit der Besetzung

durch die Mongolen geheime Botschaften in Kuchen transportierten. Das allerdings soll auch in Japan immer wieder mal der Fall gewesen sein. Dort zumindest war es auch üblich, Wahrsagungen auf Papierstreifen zu verbreiten. In jedem Fall wurde es Anfang des letzten Jahrhunderts in den chinesischen Restaurants der USA populär, mit der Rechnung Glückskekse zu servieren, was heute dort noch genauso verbreitet ist wie in Europa. In China hingegen nicht. Sei's drum. – Abgesehen davon, dass es im Netz geradezu wimmelt von Tutorials, also Anleitungen, nach de-

nen jeder Glückskekse einfach selber backen kann: Bayern hat auch das Potenzial einer eigenen industriellen Fertigung, ist also diesbezüglich vollkommen autark. Die Firma Schäfer in Bad Abbach nämlich verfügt über ausreichend Kapazitäten und Know-how, um die Versorgung aufrechtzuerhalten. Das kleine Unternehmen verkauft mehrere Millionen Glückskekse im Jahr.

Die Backmaschine und ihre ausgefeilte Technik erklärte dem vbw Unternehmernmagazin Raphael Schäfer, der die Firma „Bavarian Lucky Kekes by Schäfers Süße Werbung“, die er von

## GESELLSCHAFT



Raphael Schäfer hat die Geschäfte von seinem Vater Ralph übernommen. Ein jüngerer Clou: der XXL-Glückskekse, der sehr persönliche Botschaften beinhalten kann.

### WAS STEHT DRIN?

Zu 90 Prozent bestimmt der Kunde selbst, was drinsteht. „Wir haben etwa für ein großes Möbelhaus oder für eine Fastfood-Kette Mitarbeiter-Motivationskekse geliefert. Da stand manchmal einfach nur ein Danke auf dem Zettelchen.“

### EINIGE DER ORIGINELLSTEN BOTSCHAFTEN:

Raphael Schäfers Corona-Spruch: Es wird nicht leichter, aber du wirst besser.

Der Anspruch auch an sich selber:  
Wer rastet, der rostet.

Für den Förderverein Bairische Sprache und Dialekte e.V. in München hat Schäfer schon Glückskekse produziert. Vorne ein Spruch auf Bairisch, hinten auf Hochdeutsch.

Pechkekse – Du bist leider nicht so geil, wie du meinst.

seinem Vater Ralph Schäfer übernommen hat, führt. Als der – es muss um 2000 gewesen sein – bei der Bank um einen Kredit für diese Anschaffung nachfragte, herrschte erst mal Ratlosigkeit. Investitionen in die Ausstattung von kleinen Unternehmen, etwa einen Friseursalon, sind oft einfach zu kalkulieren. Aber wie bitte erstellt man einen Business-Plan für eine Glückskeksebackanlage?

Raphael Schäfer kann heute darüber lachen: „Mein Bruder, mein Vater und ich standen da und hatten keine Ahnung vom Backen. Anfangs gab es natürlich auch Pannen. Wir haben etwa das falsche Mehl benutzt. Da stimmte der Kleberanteil nicht. Mit Hammer und Meißel mussten wir die Backen wieder auseinanderhauen.“ So etwas passiert dann aber nie wieder. „Bald haben wir an die 2.000 Kekse am Tag gebacken“, erzählt Schäfer. Das Know-how hat sich die Familie hart erarbeitet. Aber die Prozessoptimierung ist gelungen. Heute schafft dieselbe Anlage 20.000 in einer Schicht“, berichtet Schäfer.

### Aber wie kommt der Zettel in den Teig?

Es geht ein bisschen wie Pfannkuchen backen. Die Anlage in Bad Abbach verfügt über 102 Pfannen. Der

flüssige Teig wird darauf etwa dreieinhalb Minuten gebacken, bevor er von kleinen Tellern angesaugt und mit dem Zettel bestückt wird. Dabei darf die Masse nicht zu feucht sein, weil sonst alles verklebt. Ist sie wiederum zu trocken, lässt sich der Kuchen nicht falten. 135 kleine Kekse entstehen in der Minute und werden in Folie verpackt, die den Kekse knusprig und frisch hält und die auch über ein Mindesthaltbarkeitsdatum verfügt. Die Backanlage ist ein Tausendsassa, aber gerade seit diesem Jahr auch ein Sorgenkind des Betriebs. Sie kann bislang nur mit Gas betrieben werden. Alle anderen Maschinen der Fabrik versorgt Schäfer über eine Photovoltaik-Anlage mit Energie. „Wir suchen nach einer Alternative.“

Die Wurzeln der Firma wuchsen 1986 in einem Gartenhäuschen nahe Bad Abbach. Schäfer begann mit Werbebonbons. Schnell tauchte er ein in den Werbemittelsektor und entwickelte sich stetig weiter. Um die Jahrtausendwende siedelte sich der Betrieb im neuen Industriegebiet von Bad Abbach an. Raphael Schäfer und sein Bruder Daniel waren schon als Kinder involviert.

Für den süßen Inhalt baute sich Schäfer schon damals ein regionales Netzwerk auf. Bonbons von Edel in



Rund 20.000 Glückskekse schafft die Backmaschine in einer Schicht.

Fotos: Sandra Hatz



Donauwörth, Gummibärchen von Trolli in Fürth. Schäfer legte Wert darauf, dass das Geld möglichst in der Region blieb, er kam also am liebsten mit bayerischen Produzenten ins Geschäft.

Während der Sohn in BWL in der Realschule von günstigen Produktionsstätten in China mit entsprechend guten Deckungsbeiträgen lernte, konnte der Vater mit dem globalen Markt nicht unbedingt etwas anfan-

„Es gibt keine Zielgruppe, die wir nicht beliefern“, verrät Schäfer. Produziert werde Just-in-time, je nach Bestellung. Lotto und Eurojackpot etwa bieten über die Kekse mögliche Zahlenkombinationen an. Politiker werben um Wählerstimmen. Zu weiteren Kunden gehören der FC Bayern genauso wie die AOK, Ministranten oder Kommunen. Chefs wollen ihre Mitarbeiter bei Laune halten. Kekse werden bei Messen oder anderen

Anzeige



### Schäfer: „Der Keks muss gut riechen und darf nicht nach Pappe schmecken“

gen. Das war zuletzt ein Glücksfall. Natürlich gebe es auch Dinge, die es in der Region nicht gibt. Vanille-Sirup etwa. Doch das meiste – von der Kartonage über die Paletten bis zum Weizenmehl – kommt alles aus einem Umkreis von 150 Kilometern. Die Lieferanten-Treue habe sich bewährt. Mittlerweile arbeitet bereits die zweite Generation gut zusammen. Laut Raphael Schäfer geht es der Familie nicht darum, die Produktionsgröße zu steigern. Die Stärke der Firma liegt anderswo. „Wir sind eher aufgestellt in der Variabilität.“

Der Hersteller von Dessous hat Schäfer auf die Idee mit den Glückskekse gebracht. Der Kunde wollte Käufer seiner Produkte mit besonderen Weisheiten überraschen. Der Vater recherchierte. Wie macht man Glückskekse, wie verpackt man sie usw.? Es war Neuland.

Ein Glückskeks lebt besonders stark von der Haptik. Vom Visuellen. Eigentlich sind alle Sinne beteiligt. Wer ihn in die Hände bekommt, muss damit etwas machen. Die Folie wird geöffnet. Es muss knacken. Der Keks muss gut riechen und darf nicht nach Pappe schmecken. Dazu kommt die Neugier auf den Spruch.

Veranstaltungen verteilt. Deshalb legte die Corona-Pandemie auch die Firma in Bad Abbach lahm: Termine waren abgesagt und Werbemittel wurden als Erstes gestrichen. Die neun Mitarbeiter konnte Schäfer mit der Produktion von Masken halten. Doch in diesem Jahr ging es gleich wieder bergauf. Das Geschäft mit den Glückskekse macht wieder 60 bis 70 Prozent des Umsatzes aus. 20 bis 25 Prozent sind es Fruchtgummis, Schäfer bietet Sonderformen in der Verpackung. Zu zehn bis 15 Prozent verdient Schäfer mit Lohnabpackung dazu.

Mittlerweile bestellen aber auch immer mehr Privatkunden Kekse, um darin Botschaften zu überbringen. Einen Heiratsantrag etwa. „Dieses Jahr brachten wir den XXL-Keks auf den Markt und haben dafür extra eine Maschine entwickelt.“ Der eine Keks wird individuell gestaltet und in einer passenden Box verpackt. Die Idee für den XXL-Keks lag viele Jahre in einer Schublade. „Wir haben Kekse auf Messen gebacken. Einer dauert etwa fünf Minuten – die Besucher standen Schlange. Wir haben noch Schubladen voller Ideen. ■

## Fit for Work

Förderung von betrieblichen  
Ausbildungsstellen

### Fit for Work – Chance Ausbildung

mit diesem Ausbildungsplatz-  
Förderprogramm unterstützen  
wir bayerische Ausbildungs-  
betriebe, die jungen Menschen  
eine Chance geben!

#### Sie haben Interesse?

Weitere Informationen finden Sie im Internet unter dem Stichwort „Fit for Work – Chance Ausbildung“.

#### Noch Fragen?

Wenden Sie sich telefonisch an das Zentrum Bayern Familie und Soziales. Die Hotline 0921 60 53 388 ist vormittags besetzt.

Oder senden Sie eine E-Mail an [esf@zbf.s.bayern.de](mailto:esf@zbf.s.bayern.de).



vbw Präsident **Wolfram Hatz** zapft an!

## VBW MEDIENTREFF 2022

Zahlreiche Journalisten folgten der Einladung von vbw Präsident Wolfram Hatz und Hauptgeschäftsführer Bertram Brossardt zum vbw Medientreff 2022. Hatz freute sich in seiner Begrüßungsrede, nach zwei Jahren Corona-bedingter Pause an die Tradition des Medientreffs wieder anknüpfen zu können, und bedankte sich bei den Journalisten für die gute Zusammenarbeit. Für feinsinnige Unterhaltung sorgte der Kabarettist Bruno Jonas, der mit Auszügen aus seinem Programm „Meine Rede“ das Publikum gleichzeitig zum Nachdenken und zum Lachen brachte.



V. l.: BR-Chefredakteur **Christian Nitsche** mit **Roland Freund**, Leiter des Landesbüros Bayern der dpa, und **Andrea Kister**, Programmbereichsleiterin Politik und Wirtschaft des BR



BR-Informationsdirektor **Thomas Hinrichs** und vbw Hauptgeschäftsführer **Bertram Brossardt**



V. l.: **Carsten Hoefler**, dpa, und **Mike Schier**, stellvertretender Chefredakteur des Münchner Merkur



vbw Präsident **Wolfram Hatz** würdigte die Arbeit der Journalisten in schwierigen Zeiten



**Bruno Jonas** unterhielt mit Auszügen aus seinem Programm „Meine Rede“



V. l.: **Katja Schlendorf-Elsäßer**, Geschäftsführerin der ibw – Informationszentrale der Bayerischen Wirtschaft e. V., mit **Georg Thanscheidt**, Textchef der BUNTEN

Der vbw Medientreff im Haus der Bayerischen Wirtschaft





Von links: **Bernhard Seidenath** MdL, CSU, **Bertram Brossardt**, **Klaus Holetschek**, **Wolfram Hatz**



vbw Hauptgeschäftsführer **Bertram Brossardt**



**Klaus Holetschek** und **Bertram Brossardt**

## BAYERN SOLL REHA-LAND BLEIBEN

Zusammen mit dem Bayerischen Staatsminister für Gesundheit und Pflege, Klaus Holetschek MdL, hat die vbw zu einem Reha-Gipfel geladen. Bayern ist Reha-Land Nummer eins, das soll auch in Zukunft so bleiben. Aktuell sehen sich jedoch viele Reha- und Vorsorgekliniken mit existenziellen Herausforderungen durch steigende Energiekosten und die Inflation konfrontiert. Zudem kommt es bedingt durch Corona noch immer zu Minderauslastungen. Beim Reha-Gipfel wurden mit Vertretern der Reha-Kliniken, der Politik sowie der Renten- und Krankenversicherung Lösungsansätze diskutiert. Im Vorfeld des Reha-Gipfels haben vbw Präsident Wolfram Hatz und der bayerische Gesundheitsminister gemeinsam eine Reha-Klinik in Bad Gögging besucht, um sich vor Ort ein Bild von der Lage zu machen.

Fotos: vbw



**Dr. Irmgard Stippler**,  
Vorstandsvorsitzende AOK Bayern



In Bad Gögging informierten Ärzte und Beschäftigte im Reha-Bereich vbw Präsident **Wolfram Hatz** und Gesundheitsminister **Klaus Holetschek** über die aktuelle Situation.





Das vbw Festivalorchester beim Festival der Nationen

**Bertram Brossardt**, vbw Hauptgeschäftsführer, Mitglieder des vbw Festivalorchesters, Stargeigerin **Julia Fischer**, **Wolfram Hatz**, vbw Präsident, Staatsminister **Klaus Holetschek** MdL, Bayerisches Staatsministerium für Gesundheit und Pflege, **Franz Josef Pschierer** MdL, Staatsminister a. D.



Junge Talente

**Bertram Brossardt**, vbw Hauptgeschäftsführer, Stargeigerin **Julia Fischer**, Staatsminister **Klaus Holetschek** MdL, Bayerisches Staatsministerium für Gesundheit und Pflege, **Wolfram Hatz**, vbw Präsident



## KONZERT DES VBW FESTIVALORCHESTERS

Beim Festival der Nationen in Bad Wörishofen bestritt das vbw Festivalorchester bereits zum 13. Mal einen eigenen Konzertabend. Der talentierte Nachwuchs spielte gemeinsam mit Geigerin Julia Fischer Werke von Jean Sibelius, Felix Mendelssohn Bartholdy und Antonín Dvořák. Mit ihrem Engagement fördert die vbw bei den herausragenden Talenten Leistung, Teamgeist und Kreativität.

Fotos: Bernd Feil



vbw Hauptgeschäftsführer  
**Bertram Brossardt**



**Dr. Claudia Major**, Forschungsgruppenleiterin Sicherheits- und Verteidigungspolitik, Stiftung Wissenschaft und Politik



**Joanneke Balfourt**, Director Security and Defence Policy, European External Action Service

## DISKUSSION ÜBER SICHERHEIT NACH DER ZEITENWENDE

Fotos: vbw

Präsident Putin hat mit seinem Angriffskrieg die europäische Sicherheitsordnung in ihren Grundfesten erschüttert. Im Fokus des vbw Kongresses stand die sicherheitspolitische Zeitenwende – nicht nur auf deutscher, sondern besonders auf europäischer Ebene. Das Podium war sich einig, dass Verteidigung europäisch und komplementär zur NATO gedacht werden muss. Kein EU-Land ist in Fragen der Sicherheit souverän.



**Jacint Soler Matutes**, Director for International Relations, PIMEC Barcelona, **Miklós Horváth**, Mitglied des Vorstands, MGYOSZ – Confederation of Hungarian Employers and Industrialists, Ungarn, **Bertram Brossardt**, **Alexander Hagelükén**, Leitender Redakteur Wirtschaftspolitik, Süddeutsche Zeitung, **Dr. Claudia Major**, **Dr. Josef Negri**, Direktor, Unternehmerverband Südtirol, Italien



**Matthias Beer**, Leiter der Abteilung Sustainability – Ressource Efficiency & Disclosure, Siemens AG, **Hep Monatzeder** MdL, Bündnis 90/Die Grünen, vbw Hauptgeschäftsführer **Bertram Brossardt**



Zugeschaltet war unter anderem Staatsminister **Georg Eisenreich**, MdL

Foto: Bayer, Staatsministerium für Justiz

## STANDARDS ZUR NACHHALTIGKEITSBERICHTERSTATTUNG

Die derzeit auf europäischer Ebene diskutierten Standards zur Nachhaltigkeitsberichterstattung standen im Fokus eines OnlineKongresses, den die vbw zusammen mit der Vertretung des Freistaats Bayern bei der Europäischen Union durchgeführt hat. Ziel der Veranstaltung war es, auf praxistaugliche Lösungen – insbesondere für mittelständische Unternehmen – hinzuwirken.

# Zieht euch warm an!

Niemand weiß, wie kalt der Winter wird, der uns bevorsteht. Grund genug, vorzusorgen und sich schon jetzt ein paar Dinge zuzulegen, die im Zweifelsfall die kalte Zeit ein bisserl erträglicher machen. Wir haben uns ein wenig umgesehen und präsentieren ein paar Ideen.



1



2



3



5



7



9



4



6



8



10



11



13



15



12



14

16



17

1 + 2 dekorative Wärmflaschen, etwa von Hollert, 55 Euro · 3 „Feet Heater“ mit integriertem Carbon-Heizelement, globetrotter, um die 140 Euro · 4 Kaschmir-Mütze von Peter Hahn, 80 Euro · 5 Kamikaze – Mütze mit Kunstfell, globetrotter, 45 Euro · 6 Lammfellweste „Texas“, der-fellmann.de, 270 Euro · 7 Bunter Hingucker – Pulli von Peter Hahn, 220 Euro · 8 Handwärmer, Peter Hahn, 80 Euro · 9 Lammfell-Muff, Torquato, 316 Euro · 10 Lammfellhausschuhe, der-fellmann.de, 50 Euro · 11 USB-Handwärmer: Powerbank mit beidseitigen Wärmeplatten, globetrotter, ca. 45 Euro · 12 Fondueset Staub, gesehen bei Zwilling, 190 Euro · 13 feine Teesorten in der Geschenkbox „Wilder Kaiser“, 70 Euro · 14 Sirup Ingwer-Zitrone, edel-werk.com, 10,50 Euro · 15 Ur-tyt: Stanley Vakuüm-Isolierflasche, 50 Euro, Torquato · 16 Isolierbecher WMF Impulse, 32 Euro · 17 „Thermomax!“ von Bioteaque, 40 Euro · 18 „Alpenkandl!“ – Teekannen aus Gusseisen von Bioteaque, 39,90 Euro



18

## ... FRAU PROFESSOR RUMP: Corona und Ukraine-Krieg, Energiekatastrophe – ist für die *Generation Z* jetzt die Party vorbei?

Bis Anfang 2020 wuchs die Generation Z wohlbehütet, in vergleichsweise großem Wohlstand und in einer Gesellschaft der vielen Optionen und Perspektiven auf. Meist sozialisiert in Ein-Kind- oder Zwei-Kinder-Familien wurden ihnen viele Wünsche erfüllt. Zudem war der Erziehungsstil durch eine immerwährende Diskussionskultur gekennzeichnet. Mit den Eltern im Supermarkt an der Kasse stehend wurde darüber diskutiert, ob nun die Bonbons gekauft werden und welche Konsequenzen dies haben würde. In der Schule besuchten in regelmäßigen Abständen Betriebe die Klassen, um für den Ausbildungsberuf und die Ausbildung zu werben. Botschaft war: Du hast die Wahl, du bist das „knappe Gut“, der gesuchte Nachwuchs, du kannst dich selbst verwirklichen, nutze deine Chancen!

Von jetzt auf gleich hat sich im März 2020 die Welt verändert. Statt Multi-optionalität stand Alternativlosigkeit durch Lockdown auf der Agenda. Zwischen März 2020 und Mitte 2021 drehte sich zudem der Arbeitsmarkt von einem Arbeitnehmermarkt wieder in die „altbekannte“ Variante des Arbeitgebermarktes. Obwohl diese Entwicklung nur vorübergehend war, hat das dennoch bei der Generation Z Spuren hinterlassen. Darüber hinaus wirkt die drohende Gefahr einer ökonomischen Instabilität oder gar Rezession. Auch hier gilt es sich bewusst zu machen, dass Generation Z bis zu diesem Zeitpunkt nur die Situation der „ökonomischen Party“ gekannt hat.

Die Generation Z hat wieder Sicherheit als Wert entdeckt, nicht zuletzt weil sich für viele Jüngere zum ersten Mal im Leben der Arbeitsmarkt (zumindest vorübergehend) als ein Arbeitgebermarkt dargestellt hat. Damit haben sie nicht gerechnet, umso schockierter reagierte die jüngere Generation auf die plötzliche, krisenbedingte Veränderung. Darüber hinaus hinterlässt die Disruption des Krisenverlaufs Spuren. Der Generation Z wird bewusst, dass der alleinige Sicherungsanker ihre Employability/ihre Beschäftigungsfähigkeit ist. Aufgrund der digitalen Transformation bereits vermutet, wird es nun in der Corona-Krise zur Gewissheit. Dies spiegelt sich heute dann auch in der Wunschliste wider, wenn es um die Attraktivität als Arbeitgeber geht.

So, wie die Corona-Krise Spuren hinterlässt, beeinflusst auch die geopolitische Krise die junge Generation in ihrer Sozialisation. Während sich die ältere Generation derzeit an ihre Kindheit und Jugend erinnert fühlt – eine Zeit, die durch den Kalten Krieg, die Teilung Deutschlands, das Auf- und Wetrüsten und das damit verbundene Wording und Gebaren gekennzeichnet war –, stehen nicht wenige der Generation Z der Ukraine-Krise und dem Krieg fassungslos, ängstlich und/oder gelähmt gegenüber. Das zeigt sich auch darin, dass im Moment eher die Älteren diejenigen sind, die versuchen, die Balance zu halten und Gelassenheit zu signalisieren. „Great Resignation“ wird dieses Phänomen genannt, welches sich insbesondere bei den Jüngeren zeigt.

Dr. Jutta Rump ist Professorin für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre mit Schwerpunkt Internationales Personalmanagement und Organisationsentwicklung an der Hochschule für Wirtschaft und Gesellschaft Ludwigshafen. In zahlreichen Unternehmen und Institutionen ist sie als Projekt- und Prozessbegleiterin tätig.

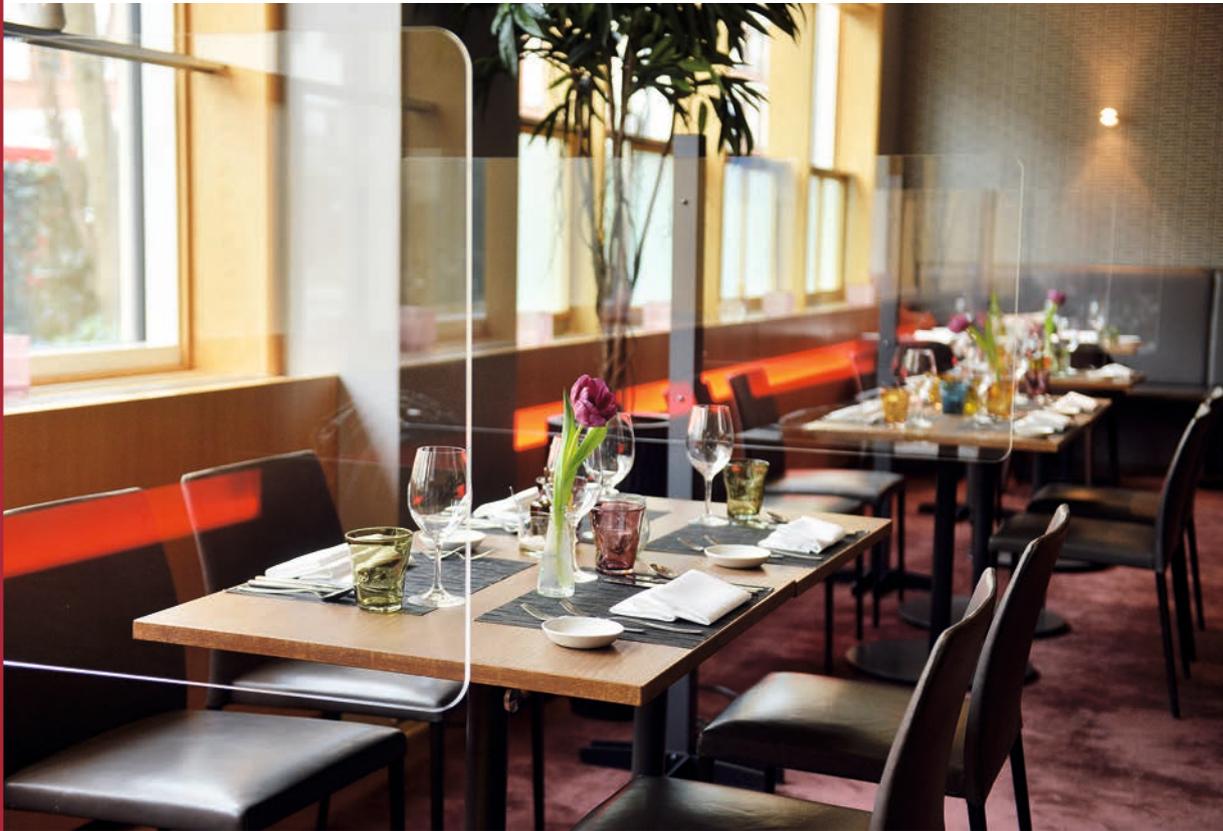


Foto: Simon Wegener



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](mailto:info@conti-restaurant.de)

Tel: 089 . 551 78-684  
Fax: 089 . 551 78-681  
[www.conti-restaurant.de](http://www.conti-restaurant.de)

# RE:THINK RE:DUCE RE:USE RE:CYCLE

**Unser Anspruch: Nichts weniger als ein Paradigmenwechsel.**

Der Einsatz von Grünstrom ist nur ein erster Schritt zu einem klimafreundlichen Fahrzeug. Wir bei der BMW Group gehen weiter und denken ganzheitlich. Unsere Fahrzeuge sollen durch und durch nachhaltig werden – vom Rohstoffeinsatz über die Herstellung bis zum Recycling. Darum setzen wir auf Zirkularität und geben Sekundärmaterial den Vorrang.

**PREMIUM DURCH VERANTWORTUNG.**

**BMW  
GROUP**



**ROLLS-ROYCE**  
MOTOR CARS LTD