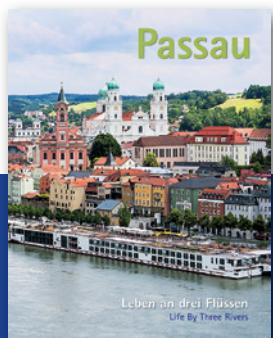
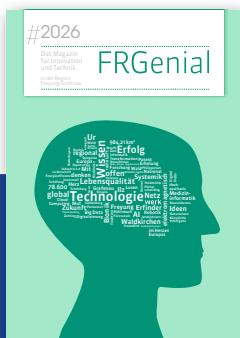


vbw Unternehmertag magazin

Interview:
**Dorothee
Bär**

**01
2026**

Herausgeber
Urheberrecht
 Schriftmuster
Tageszeitung
 Klammerheftung
Bildband
Fotos
Buch
Druck
Akquise
Farbe
Verlag
Magazine
 Lektor
 Cellophanierung
Broschüre
 Hardcover
Papier
 Workflow



Medien-Sales Bayern GmbH
 Medienstraße 5 94036 Passau
 Tel. 0851/802-594 www.pnp.de



MEDIEN-SALES BAYERN

Liebe Leserinnen und Leser,

2016 stimmten die Briten für den Ausstieg aus der Europäischen Union. Zehn Jahre ist das nun her. Wir alle fürchteten damals die wirtschaftlichen Verwerfungen und den absehbaren Wohlstandsverlust, den dieser aus unserer Sicht ungehörige Schritt verursachen werde. Tatsächlich ist der Brexit geradezu eine Lappalie – gemessen an Herausforderungen, die danach über uns hereinbrachen: die erste Amtszeit von Donald Trump, Corona, die Lieferketten-Verwerfungen, der Ukraine-Krieg, die Energie-Krise, die Wiederwahl von Trump, das US-Zoll-Regime, die Berliner Regierungs-Krise ... Und wer nun gehofft hatte, das neue Jahr 2026 starte besser, als das alte 2025 aufgehört hat, sah sich vermutlich auch getäuscht: Die Abkehr der USA von Europa, den gemeinsamen Werten und der regelbasierten Weltordnung wird immer unübersehbarer.

Verständlich, wenn man nun am liebsten den Kopf in den Sand stecken, abwarten und hoffen würde, dass es irgendwie besser wird. Aber wissen Sie, was? Abwarten war nur selten eine gute Strategie – und ist meine Sache ohnehin nicht.

Die Welt rüttelt sich gerade neu zurecht. Niemand weiß, wie sie in fünf oder zehn Jahren aussehen wird. Aber wir sind nicht zum Zusehen verdammt. Wir müssen nur mit unseren Pfunden wuchern – und wir halten nach wie vor einige in der Hand. Zum Beispiel gibt es erstmals in der deutschen Geschichte eine Bundesministerin für Raumfahrt – im Titelinterview (ab Seite 12) erläutert Dorothee Bär unter anderem, welche eigenständigen Chancen wir im Weltraum haben, ohne uns in Abhängigkeit anderer Mächte begeben zu müssen. Zugleich müssen wir unsere Resilienz erhöhen, um für mögliche (oder zumindest nicht unmögliche) Konflikte besser gewappnet zu sein, wie uns der CEO der Münchener Sicherheitskonferenz, Benedikt Franke, in der Rubrik „Eine letzte Frage ...“ (Seite 38) mahnt.

Mein Rat lautet, die Herausforderungen kraftvoll anzupacken. Denn eine Welt im Umbruch ist auch eine Chance – weil sich mehr gestalten lässt als sonst.



BERTRAM BROSSARDT, Herausgeber



6

GESUNDHEIT

Mit Lust aufs Gerät

Die Firma Icaros bringt Schwung in die Reha. Ziel: Das Training soll süchtig machen.



12

INTERVIEW

Disruption mit Ansage

KI, Quantentechnologie, Mikroelektronik, Biotechnologie, Fusionsforschung, klimaneutrale Energie und Mobilität – das Feld für die Bundesministerin für Forschung, Technologie und Raumfahrt, Dorothee Bär, ist immens.



18

POLITIK

Bayern ist Medienland

Die Herausforderungen sind enorm. Wie steht es um die privaten Medien im Freistaat?



22

BILDUNG

**Besseres Deutsch
für den Job**

In engem Austausch mit den Betrieben steuern die bfz Schulungen mit individuellem Sprachtraining.



26

PORTRÄT

Fendt baut Eigenheim für unterwegs

Der Caravan-Hersteller im schwäbischen Mertingen versteht sich als große Schreinerei. Neben den luxuriösen Modellen liegen immer mehr auch schlichte Wohnwagen im Trend.

**IMPRESSUM**

vbw Unternehmertmagazin 01/2026

HERAUSGEBER

vbw – Vereinigung der Bayerischen Wirtschaft e. V.
VR 15888 Amtsgericht München
Hauptgeschäftsführer: Bertram Brossardt
Max-Joseph-Str. 5, 80333 München
Büro des Herausgebers: Lena Grumann
E-Mail: unternehmertmagazin@vbw-bayern.de

HERAUSGEBERBEIRAT

Bertram Brossardt
Dr. Markus Born
Holger Busch
Michael Forster
Carola Kupfer
Stefan Satl
Thomas Schmid
Sandra Stenger
Dr. Peter J. Thelen

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, Melanie Bäumel-Schachtner, Thomas Vitzthum

GRAFIK: Silvia Niedermeier**KORRESPONDENTENBÜROS**

D – 10117 Berlin, Charlottenstraße 35/36,
Dr. Peter J. Thelen
B – 1000 Brüssel, Rue Marie de Bourgogne 58,
Dr. Manuel Schölles
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, Medien-Sales Bayern GmbH
Medienstraße 5, 94036 Passau
Tel.: 0851-802-594

Anzeigentechnik E-Mail: josef.feucht@vgp.de

TITELFOTO: Marc-Steffen Unger**DRUCK**

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

Das vbw Unternehmertmagazin erscheint sechsmal im Jahr mit einer Auflage von 65.000 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

SCHWERPUNKT REHA

Bewegen mit dem Traum vom Fliegen

Die **FIRMA ICAROS IN MARTINSRIED** bringt seit zehn Jahren Sportmuffel und Patienten auf Fitnessgeräte.

Ziel: Das Training soll süchtig machen.

Auf dem Weg zum Training liegt der Schwei- nehund. Er liefert Gründe dafür, warum ge- rade kein Workout möglich ist: Die Zeit na- türlich. Die ist immer knapp. Wer älter wird, verletzt oder krank ist, kämpft zudem mit Frust, weil Bewegung schmerzt, weil alles schwierig geworden ist. Jedenfalls fehlt die Motivation, die Lust.

Die Münchner Industrie-Designer Johannes Scholl und Michael Schmidt dagegen sind Sportler aus Leidenschaft. Aber sie erkannten das Problem, dass diese Begeisterung in der Gesellschaft zu wenig vorhanden ist. „Wir haben gesehen, dass es den meisten Men- schen schwerfällt, sich aufzuraffen“, erklärt Scholl. Gleichzeitig scheint eine große Zahl gebannt von Bildschirmen. Die einen lassen

Videospiele nicht mehr los, die anderen zo- cken viele Nächte lang durch. Zunehmend bot das Smartphone eine Vielzahl an Mög- lichkeiten, den Alltag zu vergessen. Social Media, Streaming, Clips und Reels wecken offenbar größeres Interesse als das Gerät im Fitness-Studio. Dieser Widerspruch brachte die Freunde auf die Idee: Die Leidenschaft zur schlechten Gewohnheit müsste doch auch in etwas Positives zu überführen sein. „Wir wollten ein Training, das motiviert, das vielleicht sogar süchtig macht“, erklärt Scholl ge- genüber dem vbw Unternehmernmagazin. Mit dem „Traum vom Fliegen“ glaubten sie zudem, viele Menschen abholen zu können. Sie designten und produzierten ein



Mit ausgefeilter Technik
bringen die Macher von Icaros
Erlebnis und Muskeltraining
zusammen.





Das I.S.T. Board ist eins der kleineren Geräte von Icaros.

Trainingsgerät, auf dem sie mittels Virtual-Reality-Brille einen Flug simulierten – und gründeten die Firma Icaros.

„We Make You Fly“ lautete der Slogan des jungen Unternehmens. Geräte für Fitness-Studios sollten besondere Erlebnisse bieten, mit Spielen Leidenschaft wecken – und vielleicht sogar süchtig machen. Die Firma entwickelte Systeme, die das Training mit Gamification und modernster Technologie kombinierten. Regelmäßige Übungen sollten für die Nutzer genauso effektiv wie unterhaltsam und motivierend sein.

die Technik an Patienten, die Fähigkeiten trainieren sollten, die nach einem Unfall oder einer Krankheit eingeschränkt waren: Koordination etwa oder Stabilität und Gleichgewicht.

Schlaganfall-Patienten wurden durch individuell angepasste Games nicht nur physisch, sondern auch kognitiv so gefordert, dass sich ihre Beweglichkeit erheblich verbesserte. Sie stellen sich zum Beispiel auf ein Balance-Board und begeben sich via VR-Brille auf einen Flug über die Alpen. Sie merken kaum, wie sie sich anstrengen müssen, wie sie die kleinen tiefen Muskeln trainieren und spielerisch ihre Reaktion verbessern. „Vorher war die Reha einfach nur mühsam – und deprimierend“, sagt ein Betroffener. „Aber hier bewege ich mich in einer Welt, in der ich meine Behinderung nicht spüre.“

Beim Flug über die Berge vergessen Patienten ihre Behinderung

„Wir sind sehr schnell sehr international bekannt geworden, haben an Fitnessstudios, an Hotels, Kreuzfahrtschiffe und später dann auch Privatleute geliefert“, erzählt Scholl. Ihre ausgefeilte Hard- und die Software made in Germany sorgte für Aufmerksamkeit. Sie könnte die Art und Weise, wie Menschen trainieren, revolutionieren. Icaros arbeitete zusammen mit Sportwissenschaftlern und erhielt zahlreiche Preise. Neben dem Fitnessmarkt wurden – durch vielfach geteilte Beiträge in den sozialen Medien – zunehmend Physiotherapeuten auf Icaros aufmerksam. Reha-Teams testeten

Julian Reich, der inzwischen CSO von Icaros ist, erzählt von seinem Schlüsselerlebnis: „Mein Vater war leidenschaftlicher Skifahrer. Jetzt ist er 87 Jahre alt, hat ein neues Knie, eine neue Hüfte.“ Mit dem Icaros-Gerät kann er wieder über die geliebten Pisten wedeln. Virtuell. Das macht ihm so viel Spaß, dass er es



Mit fußgesteuerten Bewegungen trainiert der Nutzer Balance, Reaktion, Koordination und Mobilität.



Die Icaros-App liefert digital Erlebnisse auf den Bildschirm.

Johannes Scholl (l.) ist Industriedesigner und hat Icaros vor zehn Jahren gegründet. CSO Julian Reich kümmert sich seit 2025 um den Vertrieb.



sehr gerne regelmäßig macht und dabei – gefühlt nebenbei – Reaktionsvermögen und Beweglichkeit trainiert. Sein Sohn: „Man glaubt gar nicht, wie viel das ausmacht. Zweimal die Woche, 15 Minuten, und er ist im Alltag sehr viel fitter.“

Während des Trainings wedelt der Patient virtuell über die geliebten Pisten

Um optimale Wachstumsmöglichkeiten abzuklären, besuchte Julian Reich die Einsatzorte bislang installierter Geräte in aller Welt. Durch die Erfahrungen von Physiotherapeuten, Sportwissenschaftlern und Orthopäden wollte er abklopfen, wo die größten Wachstumschancen liegen. Das Unternehmen hatte bisher viele Ideen umgesetzt. Jetzt sollte es sich spezialisieren. Durch die Feedbacks kristallisierte sich beispielsweise heraus, dass Icaros-Geräte weltweit die einzigen sind, die es schaffen, Menschen nach Verletzungen oder Krankheit in die „Plank“ zu bringen. Die effektive Liegestützposition nämlich, in der Bauch, Rücken, Schultern, Arme und Po gestärkt werden, ist für jemand mit Einschränkungen eine beinahe kaum zu überwindende Herausforderung. Mit dem System „Icaros Health“ begeben sich die Patienten mit Unterstützung des Therapeuten auf das Gerät und lehnen sich dann nach vorne in die Waagrechte. Es ist eine wunderbare Ganzkörperübung, bei der in kurzer Zeit ganz viele kleine Muskeln aufgebaut werden. So eine Möglichkeit gab es bisher nicht. Die Firma entschied sich zur verstärkten Konzentration auf Rehabilitation. Der Slogan lautet jetzt „Vom Patienten zum Athleten“. Laut Scholl bedeute das einerseits, dass die Zielgruppe von Patienten bis zu (Hochleistungs-)Athleten reicht. „In jedem



Fall wollen wir die Motivation stetig verbessern.“

Und es gibt immer wieder neue Möglichkeiten, die Geräte im Dienste der Gesundheit einzusetzen. In den letzten Monaten arbeitete Icaros mit an einem Pilotprojekt der Deutschen Sporthochschule Köln, umgesetzt in der Kinder-Dialyse der Uniklinik Köln. Es geht um ein spezielles Bewegungsprogramm in der Dialyse. Die jungen Patienten hängen bis zu drei Mal die Woche an Maschinen zur Blutreinigung, was zwei bis drei Stunden dauern kann. Zusammen mit Wissenschaftlern entwickelten die Tüftler ein Produkt für das Training im Sitzen: Den Icaros Seated Trainer, auf dem die Kinder nun Dinos jagen oder Raumschiffe steuern – und dabei Muskeln trainieren, Haltung schulen und ein Stück Klinikalltag vergessen.

Im Sitzen könnten aber auch Erwachsene mit Handicap leichter trainieren und dabei noch einfacher eintauchen in die virtuellen Welten, die die Icaros-Software zu bieten hat, fliegen über Landschaften, die sie immer schon mal kennenlernen wollten.

Das Programm kann der Therapeut oder der Nutzer selbst wählen. Je nach Diagnose oder Trainingsziel stellt das System Pläne auf. Die Patienten sollen neugierig sein und Lust haben auf mehr. Sie bringen ihre Ideen und Wünsche ein. Scholl setzt auf das Feedback und freut sich über viele neue Ideen, mit der sie die Programme ausgestalten und weiterentwickeln. Icaros bietet etwa mittlerweile ein komplettes Zirkelsystem für Praxen und Physiozentren an, das aus verschiedenen Stationen besteht und kontinuierlich weiter ausgebaut wird.



„Ich bekomme von meiner Assistentin jedes Jahr einen neuen Glücksbringer, der dann das ganze Jahr auf meinem Schreibtisch steht. Wenn zum Jahreswechsel ein neuer Glücksbringer kommt, darf der alte zu seinen Vorgängern, die ich in einem Schub pfleglich aufbewahre. Bisher haben sie tatsächlich Glück gebracht.“



Die Preise für professionelles Portfoliomangement gab es unter anderem als beste Versicherung und bester Immobilien-Investor.

WOLFGANG REICHEL ist der **VORSTANDSVORSITZENDE DER LV1871**, also der Lebensversicherung von 1871 auf Gegenseitigkeit München, wie es ganz korrekt heißt. Reichel ist Diplomkaufmann, hat an der Ludwig-Maximilians-Universität München mit den Schwerpunkten Rechnungswesen, Steuern und Wirtschaftspravatrecht studiert. Seit 20 Jahren ist er im Unternehmen und seit 2010 Mitglied des Vorstands. Seit 2018 hat er als Vorstandsvorsitzender die Zügel bei der LV1871 in der Hand – und arbeitet daran, das Unternehmen auch für junge Kolleginnen und Kollegen attraktiv zu machen. Die Lage der Zentrale: altehrwürdig, am Münchner Maximiliansplatz (im Erdgeschoss war übrigens einmal das legendäre Restaurant „Aubergine“ des Jahrhundertkochs Eckart Witzigmann, das als erstes in Deutschland mit drei Michelin-Sternen ausgezeichnet wurde). Das Haus hat Reichel mit Millionenaufwand saniert und modernisiert und so attraktive, von jungen Arbeitnehmern heute geforderte moderne Arbeitsplätze geschaffen. Und: Im ganzen Unternehmen duzt man sich – vom Vorstand bis zum Azubi. „Das schafft ein tolles Klima im Umgang miteinander und steht den dennoch notwendigen kritischen Gesprächen trotzdem nicht im Weg“, findet Reichel. Und dass bei aller Lockerheit die Professionalität ganz oben steht, darauf legt Reichel höchsten Wert – immerhin liegt die Bilanzsumme des Versicherungsvereins auf Gegenseitigkeit, der unter anderem Lebens- und Berufsunfähigkeitsversicherungen anbietet, bei rund 10 Milliarden Euro; mit 550 Mitarbeitern werden rund 600.000 Versicherte verwaltet. Laut Reichel das Schöne an LV1871:

„Wir müssen keine Erwartungen der Börsen befriedigen – unsere Kunden sind unsere Aktionäre, die Gewinne gehören ihnen, es geht kein Geld aus dem System.“

Um das Büro von Wolfgang Reichel zu betreten, muss man nicht erst an einem Vorzimmer vorbei – es liegt am Ende eines Flurs, ein **Türschild** hängt an der Klinke: Komm rein. „Jeder kann jederzeit zu mir kommen, vom Vorstandskollegen bis zum Azubi“, sagt Reichel, der zudem darauf hinweist, dass sich bei LV1871 alle duzen, „ebenfalls vom Vorstand bis zum Azubi“.



Sie sind die Symbole der Börse: **Bulle** und **Bär**. Der Bulle, der für steigende Kurse steht, und der Bär, der eher die schlechteren Zeiten symbolisiert. „Der regelmäßige Blick auf die Marktentwicklungen ist ein bisschen ein Steckenpferd von mir. Unsere Experten hier im Haus verwalten rund 6 Milliarden Euro an Kundengeldern – und ich finde es wichtig, dass ich auch selbst immer informiert bin.“

Information für Sie in Bestform



Das vbw Unternehmertmagazin 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 Unternehmertmagazin 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 unternehmertmagazin@vbw-bayern.de



„Wir sind extrem kritisch – oft zu kritisch“

DOROTHEE BÄR ist BUNDESMINISTERIN FÜR FORSCHUNG, TECHNOLOGIE UND RAUMFAHRT. Mit ihrer Hightech-Agenda will sie Deutschland technologisch auf ein neues Level bringen. Doch vielerorts, so beklagt sie im Interview mit dem vbw Unternehmertmagazin, sei das Land gegenüber Neuem noch viel zu skeptisch.

Frau Bär, die klassischen Industriezweige wie Automobil, Chemie oder Stahl geraten zunehmend unter Druck. Kann Hochtechnologie diese Wert schöpfungsverluste überhaupt annähernd ausgleichen?

Gerade im Maschinenbau und in der Industrie insgesamt haben wir nach wie vor herausragende Unternehmen. Gleichzeitig erlebe ich derzeit sehr deutlich, dass ein Umdenken einsetzt. Das zeigt sich etwa im nordbayerischen Raum: Aus der Automobilzulieferindustrie erreichen uns zunehmend Anfragen, ob eine Verlagerung der Produktion in Richtung Raum-

fahrtzulieferung möglich ist. Nur noch auf das Auto zu setzen, reicht heute nicht mehr.

Denken die Unternehmen dabei vernetzt oder jedes für sich?

Wir sehen ganz deutlich, dass neue industrielle Cluster entstehen. Die Industrie- und Handelskammer Würzburg-Schweinfurt berichtet beispielsweise, wie durch die enge Zusammenarbeit mit der Universität Würzburg, der Technischen Hochschule Würzburg-Schweinfurt und regionaler Zulieferindustrie neue Technologiezweige entstehen, die es vor wenigen Jahren noch nicht gab.

Raumfahrt, Robotik, neue industrielle Anwendungen – all das eröffnet enorme Chancen.

Markus Söder zitiert in diesem Zusammenhang gern den früheren bayerischen Wirtschaftsminister Otto Wiesheu, der sinngemäß sagte: Man darf kein gutes Geld schlechtem hinterherwerfen, sondern muss entschlossen auf Disruption und neue Technologien setzen. Genau das tun wir – mit der Hightech Agenda Deutschland. Sie bündelt unsere Anstrengungen in sechs prioritären Schlüsseltechnologien: Künstliche Intelligenz, Quantentechnologien, Mikroelektronik, Biotechnologie,



Fusionsforschung, klimaneutrale Energieerzeugung und Technologien für klimaneutrale Mobilität.

Mit diesen Zukunftsfeldern schaffen wir neues Wachstum, Wertschöpfung und zugleich Resilienz und Sicherheit – für unser Land und für die Industrie von morgen.

Die Zukunft eines Automobilzulieferers liegt womöglich auch in der Rüstungsindustrie ...

Das Thema Dual Use, also die Nutzung von Technologien und Erzeugnissen sowohl für zivile als auch für militärische Zwecke, gewinnt deutlich an Bedeutung. Wer die Reden der finnischen Außenministerin oder des litauischen Präsidenten gehört hat, die Anfang Januar bei der CSU-Klausur in Seeon zu Gast waren, erkennt sofort: Länder, die geografisch näher an Russland liegen, haben schon immer eine andere sicherheitspolitische Perspektive.

Dort ist Industriepolitik längst Sicherheitspolitik – sie dient der Verringerung von Abhängigkeiten und der Stärkung der Verteidigungsfähigkeit. Bei uns hat dieser überfällige

Denkprozess nun auch begonnen – denn er ist zentral, wenn Europa seine Zukunft souverän gestalten will.

Lange wollten Unternehmen, aber auch Universitäten mit militärischer Forschung und Nutzung nichts zu tun haben.

Diese Trennung ist vorbei – oder sollte es definitiv sein. Wir können uns

„Können uns die Unterscheidung von ziviler und militärischer Perspektive nicht mehr leisten“

die Unterscheidung von ziviler und militärischer Perspektive nicht mehr leisten. Wehrfähigkeit bedeutet längst mehr als Wehrpflicht oder klassische Industriepolitik. Sie bedeutet technologische Souveränität. Dual-Use-Technologien sind ein zentraler Bestandteil davon. Das heißt nicht, dass

die klassische Automobilzulieferindustrie an Bedeutung verliert – im Gegenteil. Aber wenn sie sich künftig zweigleisig aufstellen und auch in sicherheitsrelevante Bereiche investieren will, dann müssen wir das gezielt fördern und begleiten.

Wenn wir nach vorn blicken: Was ist aus Ihrer Sicht „das nächste große Ding“? Wird es 2026 einen großen Innovationsprung geben?

Es wäre großartig, die Zukunft vorhersagen zu können (*lacht*). Aber mit der Hightech Agenda Deutschland haben wir sehr bewusst klare Schwerpunkte gesetzt, um Innovationen gezielt und zügig voranzubringen. Im vergangenen Jahr haben wir an 100 Jahre mathematische Formulierung der Quantenmechanik durch Werner Heisenberg erinnert – und gerade im Quantencomputing werden wir in sehr kurzer Zeit enorme Sprünge sehen.

Ähnlich ist es bei der Fusionsforschung: Vielleicht nicht schon 2026, aber sehr wahrscheinlich in den frühen 2030er Jahren. Ich tausche mich



regelmäßig mit exzellenten Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern, mit den Max-Planck-Instituten, unseren Start-ups und starken Partnern aus der Großindustrie aus. Viele von ihnen sind überzeugt, dass die Fusion weit früher gelingt, als die bisherigen Szenarien für das Jahr 2050 vorhersagen.

Auch international ist längst ein Wettkampf um den ersten funktionsfähigen Fusionsreaktor im Gange – und ich stehe klar hinter dem Ziel, dass dieser Reaktor in Deutschland entstehen soll.

Könnte 2026 das Jahr der Robotik werden? Werden Roboter den Lehrling mit dem Besen ersetzen?

Das findet doch längst statt. Viele haben heute schon einen Saug- oder Wischroboter zu Hause. Solche Technologien sind längst im Alltag angekommen. humanoide Roboter werden ebenfalls eine größere Rolle spielen. Natürlich wird es Berufe geben, die verschwinden. Mein Großvater war Betriebsleiter, damals gab es noch Saalkehrer und Brotzeitholer,

die das mehr oder minder den ganzen Tag gemacht haben. Die gibt es natürlich schon lange nicht mehr. Aber wenn KI die Dokumentation in der Pflege übernimmt, bleibt mehr Zeit für die Arbeit am Menschen. Das ist ein echter Gewinn.

Wo könnten wir schon weiter sein?

Im Verkehrsbereich beispielsweise, aber auch darüber hinaus, sehe ich vor allem eine Mentalitätsfrage, weniger eine technische. Autonomes Fahren ist ein gutes Beispiel: Maschinen werden nicht müde, sie rasen nicht,

noch so zurückhaltend sind. Und ganz ehrlich: Ein Roboter, der den Geschirrspüler ausräumt oder die Wäsche faltet, wäre für viele Haushalte ein echter Gewinn. Gerade mit Blick auf Care-Arbeit und den sogenannten Mental Load kann Technik helfen, Alltag und Arbeitsleben besser zu vereinbaren.

Glauben wir als Gesellschaft eigentlich schon an den Erfolg der Roboter?

Wir sind extrem kritisch – oft zu kritisch. Wenn ein humanoider Roboter bei einer Präsentation einen Fehler

„Wenn KI die Dokumentation in der Pflege übernimmt, bleibt mehr Zeit für die Arbeit am Menschen“

sie halten sich an Regeln. Die meisten Unfälle gehen auf menschliches Versagen zurück – da kann Technologie eine enorme Entlastung sein. Ich wundere mich, dass wir hierzulande

macht, reden alle darüber, was er nicht kann. Dass er zehn andere Dinge beeindruckend beherrscht, wird übersehen. Diese Haltung ärgert mich. Wir haben auf der

ESA-Ministerratskonferenz eine Rösterfrau erlebt, die in Echtzeit in jeder Sprache antworten konnte – egal, aus welchem Land der Fragesteller kam. Wow. Das ist beeindruckend. Trotzdem dominiert bei uns oft das Kleinreden. Und uns fehlt nach wie vor die Kultur des Scheiterns. Als Isar Aerospace im vergangenen Jahr die erste Rakete in Norwegen gestartet hat, hing sich jeder daran auf, dass

nehmen mit hohem Wachstumspotenzial, die bereits den ersten Schritt geschafft haben und jetzt wachsen wollen. Die bekommen aber oft nicht das Geld für den nächsten Schritt.

Warum tun wir uns damit so schwer?

Risikokapital ist ein entscheidender Hebel für Innovation und Wachstum. In Deutschland schrekt jedoch schon

äugt statt gefördert. Noch nicht alle Universitäten haben den Unternehmergeist verinnerlicht – ein positives Vorbild ist hier die TU München, wo Gründungen ein selbstverständlicher Bestandteil sind.

Auch ich erlebte anfangs Kritik: „Wie kann eine Forschungsministerin nur so wirtschaftsfreundlich sein?“ Geld mit guten Ideen zu verdienen, ist nicht verboten, sondern für unser Land von absoluter Notwendigkeit.

„Geld mit guten Ideen zu verdienen, ist nicht verboten, sondern für unser Land von absoluter Notwendigkeit“

der Start nach 30 Sekunden abgebrochen wurde und die Rakete kontrolliert abstürzte. Aber bereits 30 Sekunden auf einer geplanten Flugbahn zu bleiben, war für einen solchen Erststart ein großer Erfolg. Die Ingenieure lernen aus jeder Fehlfunktion und jedem Absturz. Leider scheinen wir gegenüber unseren eigenen Leuten besonders kritisch zu sein.

Ticken die Amerikaner beim Thema Scheitern wirklich so anders als wir?

Absolut. In den USA gilt jemand, der mit mehreren Start-ups gescheitert ist, als erfahren. Man sagt: Der weiß jetzt, wie es geht. Bei uns hingegen reicht oft ein einziges gescheitertes Projekt, um Vertrauen dauerhaft zu verspielen. Diese Mentalität macht uns vorsichtig. Beim Jugend-forsch-Bundeskampf hatten viele Siegerinnen und Sieger Ideen, die nicht wie geplant funktionierten. Aber sie entwickelten daraus etwas völlig Neues – und landeten beim Bundes-sieg. Der Gründergeist ist da, er darf nicht verloren gehen.

Der neue Deutschlandfonds will auch und gerade die unterstützen, die den Mut haben, Risiken einzugehen. Scale-ups – junge, innovative Unter-

der Begriff „Risiko“ viele ab. Dabei ist Kapital vorhanden – wir müssen es nur deutlich leichter zugänglich machen, für Unternehmen ebenso wie für Investoren. Bundeskanzler Friedrich Merz setzt ein klares Zeichen – Investoren werden direkt ins Kanzleramt eingeladen, um den entscheidenden Dialog zu führen und am Ende dann auch zu investieren. Als Forschungsministerium wollen wir insbesondere den Transfer von Wissen und Technologien aus Hochschulen und Forschungseinrichtungen in die Anwendung stärken. Noch entstehen viele der besten Ideen nicht während der Schul- oder Studienzeit in Deutschland, sondern im Auslandssemester – etwa in Großbritannien oder den USA, wo die Gründungskultur stärker verankert ist. Fragt man heute eine Schulklasse, wer später einmal Unternehmerin oder Unternehmer werden will, meldet sich oft nur ein Einziger.

Wie lässt sich diese Mentalität an Universitäten fördern, dass Studierende ihre Ideen in Unternehmen umsetzen?

Kollegialer Druck hemmt den Gründergeist: Wer gründet, wird oft von der Professorenschaft skeptisch be-

Früher hat man sich vor Spionage aus China gefürchtet. Sind die Chinesen heute nicht die, die wir ausspionieren müssten?

Die Gefahr der Spionage aus China ist noch immer ein großes Problem für unsere Sicherheit und unseren Wohlstand. Wir müssen da deutlich weniger naiv sein. Viele chinesische Studierende und Gastwissenschaftler kommen nach Deutschland, auch in sicherheits- und wettbewerbsrelevante Bereiche. Man darf davon ausgehen,

„Die Gefahr der Spionage aus China ist noch immer ein großes Problem für unsere Sicherheit und unseren Wohlstand“

dass staatliche chinesische Stellen Einfluss beispielsweise auf chinesische Studierende haben. Für mehr Forschungssicherheit haben wir uns Ende 2025 mit den Ländern und der Allianz der Wissenschaftsorganisationen auf Eckpunkte zum Aufbau einer Nationalen Plattform für Forschungssicherheit verständigt. Es braucht außerdem eine stärkere Zusammenarbeit mit vertrauenswürdigen Partnern, die unsere Werte teilen. Und auch die Zusammenarbeit innerhalb der EU wird immer wichtiger.

Und die USA? Spürt man die „MAGA-Ideologie“ von Donald Trump inzwischen in der Wissenschaft? Oder ist die weiter unpolitisch?

Mit dem 1.000-Köpfe-Plus-Programm holen wir die besten Forscher weltweit nach Deutschland – bisher 166 aus 25 Nationen seit Juli 2025. Davon auch einige aus den USA. Mehr als 600 Millionen Euro sind allein von 2025 bis 2029 dafür vorgesehen. Wir werben mit der im Grundgesetz garantierten Wissenschaftsfreiheit, das ist für Forscherinnen und Forscher aus den USA ein wichtiger Punkt. Und inzwischen ein Vorteil gegenüber einigen US-Universitäten, die Kürzungen in Bereichen wie Umwelt- oder Frauen-gesundheit erleben.

In der Raumfahrt laufen Kooperationen von NASA und ESA weiter hervorragend. Beispielsweise ist es uns tatsächlich gelungen, dass der erste Europäer, der zum Mond fliegt, ein Deutscher sein wird. Ohne das europäische Service-Modul aus Deutschland gäbe es keinen Artemis-Raketen-Start. Keine Mondmission funktioniert ohne uns. In Oberpfaffenhofen beispielsweise ist einer der zentralen deutschen Raumfahrtstandorte, wo das DLR Satellitenmissionen steuert und zukunftsweisende Projekte vorantreibt. Auch das Luna-Zentrum des DLR simuliert Mondbedingungen weltweit einzigartig. Hier sind die NASA-Astronauten auf uns angewiesen. America first oder gar America only – das gibt es in der Raumfahrt nicht.

Könnte man Kooperationen in der Raumfahrt mit China auf ähnlichem Niveau umsetzen?

In einem so sensiblen Bereich wie Raumfahrt muss jede Kooperation mit China sorgfältig geprüft werden. Derzeit gibt es keine bilateralen Kooperationen des BMFTR bei der Raumfahrt. Zahlreiche Sicherheitsaspekte verlagern sich derzeit in den Bereich der Raumfahrt. Wir konzentrieren uns auf Wertepartnerschaften: zum Beispiel Japan, Kanada, Australien, Neuseeland. Die Verschiebung der Weltordnung sorgt auch dafür, dass diese etablierten Verbindungen noch viel intensiver werden. Wir halten jetzt noch besser zusammen. Das war bei meinem Besuch in Kanada im Dezember sehr deutlich.

Ein Rückblick auf die Koalition 2025: Ihre Bilanz

In meinem Bereich gibt es nichts zu beanstanden (*lacht*). Aber im Ernst, die Zusammenarbeit zwischen den Häusern kann noch besser werden, mehr Miteinander. Ich biete jedem Zusammenarbeit an. Die Bürgerinnen und Bürger wollen, dass die Probleme gelöst werden, keine Streitigkeiten. Wir werden nur gemeinsam als Koalition erfolgreich sein. ■

**„Der erste Europäer,
der zum Mond fliegt,
wird ein Deutscher sein“**

Die CSU-Politikerin und Diplom-Politologin Dorothee Bär war von 2018 bis 2021 die für Digitales zuständige Staatsministerin im Bundeskanzleramt. Seit 2025 ist sie Bundesministerin für Forschung, Technologie und Raumfahrt.





Foto: Creativus Illustria - stock.adobe.com

Foto: wachiwit - stock.adobe.com

Foto: Atlas - stock.adobe.com

Foto: olekrigiyak3 - stock.adobe.com

MEDIENSTANDORT BAYERN

Das Geschäft mit den Geschichten

Bayern gilt als einer der führenden und vielfältigsten Medienstandorte Deutschlands und sogar Europas. Gleichwohl: Die digitalen Herausforderungen sind enorm: Aus dem dualen System aus öffentlich-rechtlichen und privaten Medien ist mit dem Auftauchen der BigTech längst ein triales System geworden.

EIN BLICK AUF DIE PRIVATEN MEDIEN IM FREISTAAT.

Ein Essay von Alexander Kain ☺

„Fakten, Fakten, Fakten! Und an die Leser denken!“ – mit diesem Slogan vermarktete Helmut Markwort als Chefredakteur lange Jahre sein Nachrichtenmagazin „Focus“ in TV-Spots. Die Neugründung des Münchner Burda-Verlags ging Anfang der 1990er Jahre ins Rennen und war mit einer Auflage von zeitweise rund 800.000 Exemplaren und enormen Anzeigenumfängen sehr schnell eine deutliche Ansage an die Hamburger Konkurrenz „Der Spiegel“ und „Stern“: Auch in Bayern weiß man, wie man politi-

sche Nachrichtenmagazine macht. Zwar hatte 1992 die bis dahin ebenfalls in München erschienene Illustrierte „Quick“ die Segel gestrichen. Dafür hatte Burda schon lange Jahre mit renommierten Zeitschriften wie etwa der „Bunten“ deutliche Zaunpfähle in den Grund der deutschen Medienlandschaft gerammt.

Zu jener Zeit herrschte medial eine enorme Aufbruchstimmung: Seit Anfang der 1980er Jahre etablierte sich neben den öffentlich-rechtlichen Sendern (also ARD, ZDF und in Bayern dem Bayerischen Rundfunk) zuneh-

mend auch der private Rundfunk in Deutschland. Bayern war mit dem aus München-Unterföhring bundesweit sendenden TV-Anbieter „Pro7“ im Rennen, der Münchner Medienunternehmer Leo Kirch hielt seit Ende der 1980er Jahre eine Beteiligung an Sat.1, obendrauf gründete er Mitte der 1990er Jahre einen digitalen Bezahlsender, der in gewisser Weise das Geschäftsmodell der heute weltweit erfolgreichen Streamingdienste vorwegnahm.

Kirch ist heute Geschichte, aus seinem Bezahlsender wurde zwischen-



:newstime Studio von ProSiebenSat.1 in Unterföhring

zeitlich „Premiere“, dann „Sky“, das heute – längst in anderer Hand – aus Unterföhring sendet. Und: „Pro7“ und „Sat.1“ wurden zur Unternehmensgruppe „ProSiebenSat.1“ mit Unternehmenssitz Unterföhring bei München. Zur Gruppe gehört neben den beiden Sendern „ProSieben“ und „Sat.1“ heute ein ganzes Konglomerat an weiteren Sendern (etwa „Kabel-Eins“ und „Sixx“), an Ablegern (wie „ProSieben Maxx“) und an Joint-Ventures (wie dem Streaming-Anbieter „Joyn“). Ebenfalls in München angesiedelt: der deutsche Disney Channel als Ableger der US-amerikanischen Mutter, der Discovery Channel und der deutsche Ableger des Streamingdienstes „DAZN“.

Im Privatfernsehbereich konnte und kann sich damit bestenfalls Köln als Hauptsitz des Privatsenders „RTL“ (-zur Gruppe gehören neben dem Sender „RTL“ unter anderem auch „VOX“ und „ntv“) mit den Bayern messen. Und selbst der Ableger „RTLZWEI“ hat seinen Sitz wiederum in München.

Zur Wahrheit gehört aber auch, dass die Branche im Wandel ist: Bei „ProSiebenSat.1“ stieg jüngst die Berlusconi-Familie ein, aus der „RTL“-Familie sind Stellenabbaupläne zu vernehmen.

Auch beim privaten Radio war Bayern von Anfang an vorne mit dabei: „Antenne Bayern“ sendet von dem nur einen Katzensprung von Unterföhring entfernten Ismaning bayernweit sein Programm und wird in der jährlich durchgeführten Radiostudie (ma 2025 Audio II) als „langjähriger Platzhirsch als größter Einzelsender“ bezeichnet, dem erst zuletzt ein anderer Privatsender den Spaltenplatz streitig machen konnte.

Deutschlandweit das größte Angebot an regionalen und lokalen Radio- und Fernsehprogrammen

Gleichwohl: Bayern verfügt deutschlandweit über das größte Angebot an regionalen und lokalen Radio- und Fernsehprogrammen, da sind sich Experten einig.

Und was Deutschlands größte Buchverlage angeht, die nicht nur Literatur verlegen, sondern unter anderem auch Fach- und Sachbücher, sind Bayern und speziell München ohne-

hin immer schon eine Hausnummer: Mit „Penguin Random House“, dem „C.H. Beck Verlag“ und „WEKA“ haben von den zehn im Jahr 2023 umsatzstärksten deutschen Verlagen gleich drei ihren Sitz in Bayern, zudem war München im Jahr 2023 laut Börsenverein des Deutschen Buchhandels quantitativ mit 105 Verlagen der zweitbeliebteste Verlagsstandort nach Berlin mit 156 Unternehmen. Obendrauf kommen traditionsreiche Verlage wie Piper, 1904 gegründet, und der deutsche Taschenbuchverlag (dtv), die praktisch jeder kennt und die in München ihren Sitz haben.

Kaum anders das Bild bei den Tageszeitungen mit der überregional erscheinenden „Süddeutschen Zeitung“ und zahlreichen starken Regionalzeitungsverlagen, etwa der „Augsburger Allgemeinen“, dem „Münchner Merkur“, den „Nürnberger Nachrichten“ oder der „Passauer Neuen Presse“, wobei Letztere zusammen mit dem „Donaukurier“ in Ingolstadt, der „Mittelbayerischen Zeitung“ in Regensburg und dem „Fränkischen Tag“ in Bamberg die „Mediengruppe Bayern“ bildet und in Gesamtheit die Auflage der „Süddeutschen Zeitung“ locker überflügelt. Letzteres dürfte Ausweis einsetzender Konzentrationsprozesse sein, verursacht durch die zunehmenden digitalen Herausforde-

rungen – eine Entwicklung, die Tageszeitungen bundesweit erfasst hat.

Die spüren mittlerweile auch die anfangs bereits genannten Magazine wie „Der Spiegel“, „Stern“ und „Focus“, die heute bei weitem nicht mehr die analogen Auflagen erzielen wie vor 20 Jahren: Damals lag die Auflage der ersten beiden noch bei mehr als einer Million, heute sind es beim „Spiegel“ noch gut 640.000 Exemplare, beim „Stern“ rund 270.000 Exemplare und

unübersehbar – aber sie sind nicht völlig unbeherrschbar. Mit digitalen „Plus“-Angeboten generieren Nachrichtenportale zunehmend Einnahmen. Und mit der „Ippen-Digital-Zentralredaktion“ der Münchener Ippen-Gruppe hat laut Mediennetzwerk Bayern „Deutschlands größtes Redaktionsnetzwerk für regionale Nachrichten“ seinen Sitz im Freistaat.

„Bayern ist einer der führenden und vielfältigsten Medienstandorte in Deutschland und Europa“, konstatiert der bayerische Medienminister Florian Herrmann (CSU). Das und die Tatsache, dass Bayern politisch das Feld für die Zukunftstechnologie der Künstlichen Intelligenz (KI) bereitet, könnten für die Zukunft entscheidende Wettbewerbsvorteile sein: Ein agiles, Cluster-artiges Umfeld kann schneller auf Änderungen reagieren – oder sie sogar selbst vorantreiben.

Zudem: „Für eine lebendige Demokratie sind starke, unabhängige Medien unverzichtbar. Sie tragen mit qualitativ hochwertiger Berichterstattung entscheidend zur Meinungsbildung und Meinungspluralität bei.“ Gerade dies braucht es in einer sich rasant wandelnden Medienlandschaft mehr

denn je. „Mit BigTech und internationalen Plattformen hat sich das duale Mediensystem von privaten Medien und ÖRR heute in ein ‚triales‘ System gewandelt“, sagt Herrmann. Seine Einordnung: „Neben journalistischen Angeboten prägen heute globale Plattformen maßgeblich den Zugang zu Informationen und die Verbreitung von Inhalten sowie die Werbemärkte. Für private Medien bedeutet dieser tiefgreifende Transformationsprozess erhebliche Herausforderungen: Sie stehen unter massivem wirtschaftlichem Druck, da Werbeerlöse zunehmend zu Plattformen abwandern und KI-basierte Zusammenfassungen die direkte Nutzung journalistischer Angebote und damit Reichweite und darauf basierende Erlöse verringern.“

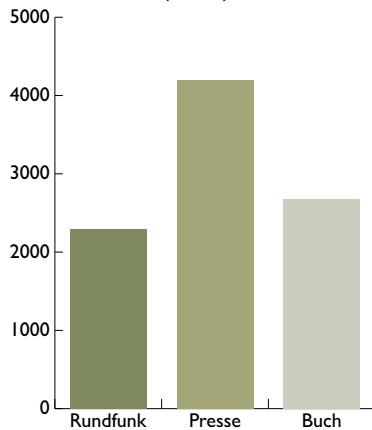
Klar sei mit Blick auf die öffentlich-rechtlichen Anbieter auch, dass private Medienanbieter faire und ausgewogene Wettbewerbsbedingungen benötigen, so Herrmann. „Deshalb bleibt es eine kontinuierliche Aufgabe, den Auftrag und die Rahmenbedingungen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks so auszugestalten, dass Raum für Vielfalt, Kooperation und wirtschaftliche Entwicklung aller Marktteilnehmer besteht.“ ■

Ein agiles, Cluster-artiges Umfeld kann schneller auf Änderungen reagieren – oder sie sogar selbst vorantreiben

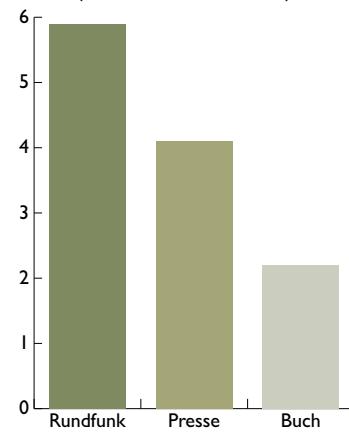
beim „Focus“ (dessen Zentralredaktion mittlerweile in Berlin sitzt) nur noch 224.000 Exemplare.

Die Herausforderungen des Digitalen für die Medienwelt sind damit zwar

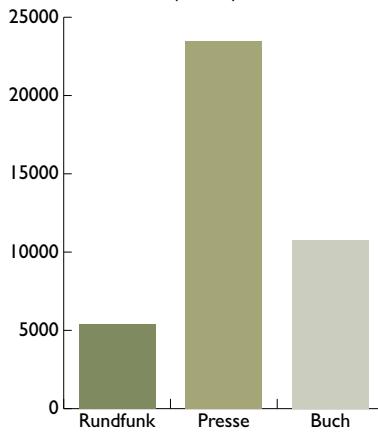
Unternehmen in den bayerischen Medienmärkten (2023)



Umsätze in den bayerischen Medienmärkten (2023, in Mrd. Euro)



Gesamtbeschäftigte in den bayerischen Medienmärkten (2024)





NEUES KURSFORMAT

Sprache als Schlüssel zur Integration in den Arbeitsmarkt



Foto: bbw

Schneller und einfacher in den Job:
Berufliche Sprachkurse erleichtern
eingewanderten und geflüchteten
Menschen die Arbeitsaufnahme.

Ein Job-Turbo für Deutschland: 2024 hat das Bundesamt für Migration und Flüchtlinge (BAMF) neue Berufssprachkurse (BSK) eingeführt. Damit sollen eingewanderte und geflüchtete Menschen schneller auf dem Arbeitsmarkt Fuß fassen. Trotz schwieriger wirtschaftlicher Lage suchen viele Branchen Arbeitskräfte. Die Beruflichen Fortbildungszentren der Bayerischen Wirtschaft (bfz) unterstützen genau an dieser Stelle mit den sogenannten „Job-BSK“ dabei, Sprachbarrieren zu überwinden.



Diane Schürmeier, bfz-Fachbereichsleiterin für Migration

Aufgaben verstehen, Verantwortlichkeiten klären, Dienstzeiten vereinbaren: Diese alltäglichen Abläufe können zum Problem werden. „Unzureichende Deutschkenntnisse werden von Betrieben als größte Barriere für eine Anstellung genannt“, erklärt Diane Schürmeier, bfz-Fachbereichsleiterin für Migration. Beim Planen von Betriebsabläufen oder im Kundenkontakt spielt Sprache eine besonders wichtige Rolle. „Manche Aufgaben bestehen sogar aus rein kommunikativen Tätigkeiten.“

Mit dem neuen Kursformat erweitern die bfz, die im Auftrag von Arbeitsagenturen oder Jobcentern Aus- und Weiterbildungen anbieten, ihr Angebot. Den vom BAMF geförderten „Job-BSK“ setzen die bfz derzeit bereits für zahlreiche Branchen um: Pflege, Transport und Verkehr, Einzelhandel, Logistik und Produktion. Die Kurse finden in Präsenz, hybrid oder online statt. Kernelement dabei ist der enge Austausch zwischen Betrieben und Kursträger – unter Steuerung der bfz. „Neben Organisatorischem wie Arbeits- und Schulungszeiten stimmen wir uns vor allem zum ganz konkreten Förderbedarf ab“, berichtet Schürmeier. „Zusätzlich unterstützen wir mit individuellem Sprachtraining.“ Voraussetzung für die Teilnahme sind Sprachkenntnisse auf Niveau A2 sowie eine entsprechende Berechtigung des BAMF. ▶

Gezielte Sprachförderung soll helfen, dringend benötigte Fachkräfte zu gewinnen und zu halten.



Hannes Leucht,
Prokurist bei
Schiller Fleisch in Hof



Foto: bbw

Investition in Qualität und Professionalität der Belegschaft

Den Kursstart koordinieren die bfz, dazu zählt auch eine Begehung des Arbeitsplatzes – so auch beim Lebensmittelhändler E. Schiller Fleisch GmbH im oberfränkischen Hof. Im Herbst 2025 startete dort eine Schulung mit zwölf Migranten. „Für uns ist wichtig, nicht nur die allgemeine Sprachkompetenz zu stärken, sondern auch Fachbegriffe und typische Situationen aus unserem Berufsalltag zu trainieren“, betont Hannes Leucht, Prokurist des Unternehmens. Er empfiehlt die Job-BSK weiter: „Diese Schulung erleichtert die Zusammenarbeit im Team, steigert die Lerneffizienz und reduziert Fehler. Für uns ist dies eine nachhaltige Investition in Qualität und Professionalität unserer Belegschaft“.

Die Stärke des Angebots: Der Job-BSK kann auf regionale Anforderungen, urban wie ländlich, eingehen. Wohnen die Kursteilnehmer beispielsweise weit verstreut, kann der Kurs online stattfinden, wie beim Stoffgroßhändler Otto Garne in Dietenheim. Seit Mai 2025 arbeitet der im Alb-Donau-Kreis ansässige Betrieb mit den bfz zusammen. Weil nicht jeder Teilnehmer über moderne Technik verfügt, steuern die bfz auch die Laptops für die 100 Unterrichtseinheiten bei. Personalreferentin Nicole Jechle zeigt sich von diesem Konzept überzeugt und zieht eine positive Bilanz: „Der Kurs verbessert das betriebliche Miteinander und reduziert die Fluktuation.“

Gezielte Förderung für Pflegekräfte

Bei der Asklepios-Klinik Lindau steht der Sprachkurs im Dienst der Pflege: Er soll helfen, dringend benötigte

Fachkräfte zu gewinnen und zu halten. Katrin Wittmann ist Integrationsbeauftragte der Einrichtung und begleitet internationale Angestellte. „Mir ist wichtig, dass die Kurse alltagsnah und unterstützend sind, sodass unsere Kolleginnen und Kollegen das Gelernte unmittelbar im Klinikalltag anwenden können.“ Aus Rückmeldungen weiß sie, welchen Einfluss die gezielte Förderung hat: Bessere Deutschkenntnisse entlasten und ermutigen Arbeitskräfte zugleich. „Sie treten selbstsicherer auf, kommunizieren offener und fühlen sich schneller als Teil des Teams.“ Das erleichterte die internen Abläufe und schaffte ein gutes Arbeitsklima.

Sprache schafft Eigenverantwortlichkeit

Die Sprachkurse können auch berufsvorbereitend stattfinden – wenn Menschen bereits eine konkrete Tätigkeit in Aussicht haben.

Im oberfränkischen Lichtenfels startete im November dieses Angebot für Lager- und Logistikkräfte. Das Ziel: Zugewanderte sollen befähigt werden, nicht nur Anweisungen zu verstehen, sondern auch selbst schriftlich zu kommunizieren – beispielsweise, um Frachtaufträge zu erstellen. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer stammen aus der Ukraine, Syrien und Russland. Manche wollen in der Logistik arbeiten, andere später ins Transportgewerbe wechseln. Egal, ob „Schienenersatzverkehr“, „Monatskarte“ oder „Kurzstrecke“: „Im Kurs habe ich viele Begriffe gelernt, die ich hinter dem Steuer kennen muss“, freut sich beispielsweise der 37-jährige Syrer Ibrahim Ghineymi, der später als Busfahrer arbeiten wird.

Deutschkenntnisse sind der Schlüssel zur Integration – sowohl im Beruf als auch im Alltag. „Sie machen ein

selbstständiges und selbstbestimmtes Leben möglich“, erklärt Diane Schürmeier. Denn: „Angemessener Umgang mit Sprache – sowohl gegenüber Kundschaft als auch im Team – zeigt Professionalität und Fachwissen.“

Der Umkehrschluss führt oft zu Problemen – für den Einzelnen, aber auch die gesamte Gesellschaft: „Menschen mit mangelnden Deutschkenntnissen werden oft als fachlich inkompetent wahrgenommen, auch wenn diese Faktoren nichts miteinander zu tun haben.“ Schürmeiers Fazit: „Gute Sprachkenntnisse sind die zuverlässigste Variable, um den Erfolg von Migrantinnen und Migranten auf dem Arbeitsmarkt vorherzusagen.“ ■

Seit März 2024 haben die bfz in etwa 30 Kursen rund 250 Personen im „Job-BSK“ betreut und geschult. Dieser kann berufsbegleitend oder -vorbereitend erfolgen. Das Angebot richtet sich an diese Branchen: Technik, Hauswirtschaft, Hotellerie und Gastronomie, Lager und Logistik, Pflege, Einzelhandel, Transport und Verkehr sowie Produktion und Bürokommunikation. Ein Kurs für das Bauwesen ist in Planung. Der Unterricht erfolgt in Präsenz, hybrid oder online. Unterstützend finden individuelle Sprachcoachings statt. Das BAMF fördert die Kurse. Beschäftigte über einer bestimmten Verdienstgrenze tragen einen Eigenanteil von 50 Prozent. Der Arbeitgeber entscheidet selbst, ob er sich an den Kosten beteiligt.

Weitere Informationen: bfz.de/job-bsk

Die bfz gGmbH ist eine Gesellschaft der Unternehmensgruppe des Bildungswerks der Bayerischen Wirtschaft (bbw-Gruppe). bbw.de

Anzeige

PASSAVIA

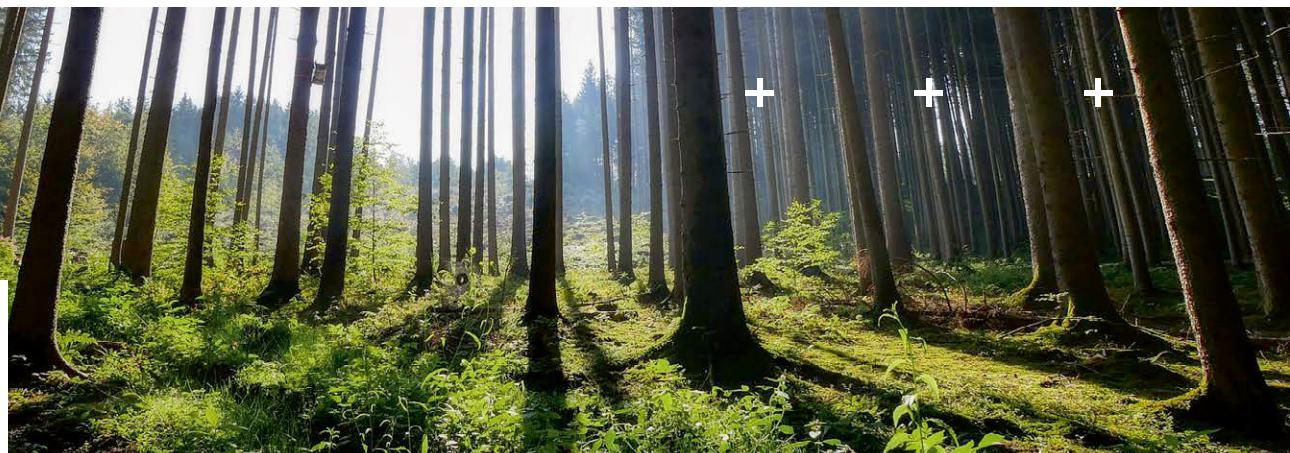
... die Druckerei dahoam.

+ Drucken Sie regional.

+ Drucken Sie bei uns!



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



Jetzt bewerben – job@passavia.de



Für verschiedene Ansprüche gibt es verschiedene Wohnwagen mit Ausstattung von schlicht bis luxuriös. Ohne aufwändiges Umbauen kann etwa ein Home-Office eingerichtet werden.

MOBILITÄT

Im Zuhause unterwegs

Als große Schreinerei versteht sich Europas zweitgrößter Caravan-Hersteller:
die **FIRMA FENDT** mit 750 Mitarbeitern im **SCHWÄBISCHEN MERTINGEN**.

Weg sein und sich dennoch ein wenig wie daheim fühlen – genau das ermöglicht das Reisen mit einem Wohnwagen. Das Unterwegs-Sein im eigenen Zuhause findet seit Jahren immer mehr Anhänger. Es gibt Menschen, die verkaufen ihr Haus, weil

sie etwa in der Rente ohnehin die meiste Zeit des Jahres durch die Welt reisen wollen. Der zweitgrößte Caravanbauer Europas fertigt seine Produkte in Mertingen im Landkreis Donau-Ries: Fendt-Caravan. Das Unternehmen mit rund 750 Mitarbei-

tern setzt bewusst auf hochwertige Fahrzeuge mit gehobener Ausstattung. Vieles von dem, was Camper im Inneren ihres rollenden Zuhauses vorfinden, ist tatsächlich handgefertigt. Hans Frindte, kaufmännischer Geschäftsführer von Fendt-Caravan, fasst die Firmenphilosophie auf seine eigene Art zusammen: „Wir sind eine große Schreinerei, die Urlaubsträume auf die Straße bringt.“

Schreiner und Maschinenführer, Fahrwerktechniker und Näher, Ingenieure, Elektriker und Karosseriebauer – Fendt-Caravan



Auf neue Ansprüche reagiert der Wohnwagen-Hersteller mit einem kleinen wendigen Modell – Next ist kompakt und reduziert auf das Wesentliche.



Für das Modell Apero gibt es sieben Grundrisse, die für bis zu fünf Personen reichlich Platz bieten.

beschäftigt Mitarbeiter aus einer Vielzahl unterschiedlicher Ausbildungsbereufe. Wer den Namen „Fendt“ hört, denkt dabei allerdings oft zunächst nicht an Wohnwagen, sondern an Traktoren und Mähdrescher. Tatsächlich war das Unternehmen früher eng mit dem Landmaschinenhersteller verbunden. Heute sind davon nur noch der Name und der Standort geblieben.

Eine Insolvenz brachte Wohnwagen zum Landmaschinenhersteller

Gegründet wurde Fendt-Caravan vor 56 Jahren. Den Ursprung bildete die Firma Lely-Deichenreiter, die für Fendt Landmaschinen fertigte. Ende der 1960er Jahre meldete der Zulieferer Insolvenz an und wurde von Fendt übernommen. Zum Portfolio gehörte damals auch der Wohnwagenbau – so kam der Traktorenhersteller sprichwörtlich wie die Jungfrau zum Kinde zur Fertigung von

Caravans. 1998 wurde Fendt schließlich an einen amerikanischen Konzern verkauft. „Der Chairman kam hierher, stolperte über die Wohnwagen und war der Meinung, dass er diese nicht bauen wollte“, erinnert sich Hans Frindte. Die Sparte wurde daraufhin veräußert, eine Zerschlagung war aus rechtlichen Gründen nicht möglich. Übernommen wurde sie von Caravan-Pionier Harald Striewski, dem Eigentümer der Firma Hobby Wohnwagenwerke und führenden Caravan Hersteller in Europa. Dieser errichtete in der unmittelbaren Umgebung ein neues Werk auf der grünen Wiese und übernahm die Mitarbeiter und den Namen Fendt-Caravan.

Bis zu 10.000 Wohnwagen werden heute in Mertingen gefertigt. Es könnten noch mehr sein, wenn die politischen Rahmenbedingungen klarer definiert wären und die Kunden bei Konsumgütern wieder weniger Zurückhaltung übten, kritisiert der Geschäftsführer. Jammern will er dennoch nicht. Mit Weitsicht und Maßhalten hat das schlank aufgestellte Management in familienunternehmerischer Manier den Betrieb sicher durch die Corona-Zeit geführt – eine

Phase, in der Camping plötzlich boomte und die Fahrzeuge reißenden Absatz fanden. Trotz verlockender Geschäftsaussichten ist man bewusst nicht jedem Trend nach Kapazitätsausbau gefolgt. Nach dem Boom platzte die Blase daher nicht, wie es bei manchem Mitbewerber der Fall war. Qualität hat bei Fendt-Caravan nach wie vor oberste Priorität. „Wir sind die Exzellenzmarke unter den Wohnwagenherstellern“, sagt Frindte. Wer einen der Fahrzeugtypen Apero, Bianco, Tendenza oder Diamant erwerben möchte, muss ab 24.990 und bis zu 57.350 Euro investieren, mit Sonderausstattung auch mehr. „Wir sind ein Premiumhersteller mit allen dazugehörigen Attributen und Qualität hat in der heutigen Zeit ihren Preis“, betont der Geschäftsführer.

Und doch hat das Unternehmen sein Portfolio in diesem Jahr erweitert. Im März kam der „Next“ auf den Markt. „Damit haben wir eine Parallelwelt geschaffen“, erklärt Frindte. Dabei handelt es sich um eine neue Art von Wohnanhänger: so hochwertig wie möglich, zugleich aber leichter und einfacher. „Wir wollten einen kompakten Wohnwagen bauen – schlicht, aber mit vielen Ideen. Er hat alles

Für seine neueste Marke verzichtet Fendt auf unnötigen Luxus

drin, was man braucht, aber ohne überflüssigen Schnickschnack.“ Ziel war es, ein modernes und frisches Produkt zu entwickeln und dabei auf Trends wie Nachhaltigkeit, E-Mobilität, reduzierte Fahrzeuggewichte und einen teilweise minimalistischeren Lebensstil zu reagieren. Immer mehr Menschen möchten bewusst auf unnötigen Luxus verzichten und stattdessen kompakt und flexibel, aber dann doch mit einem Quäntchen Komfort reisen: „Deshalb haben wir uns entschieden, etwas für uns völlig Neues zu schaffen.“

Auf die gewohnten Qualitätsmerkmale wollte man dennoch nicht verzichten, auch hier gelten die bekannten Maßstäbe. Bewusst trägt der „Next“ nicht den Schriftzug „Fendt-Caravan“ – den Verantwortlichen war es wichtig, eine eigenständige Marke zu schaffen. Angesprochen werden soll ein jüngeres, zugleich preisbewussteres Publikum. Ist das bislang gelungen? „Einhundertprozentig, es läuft hervorragend“, freut sich Hans Frindte. „Wir haben den Anspruch, in der Gegenwart an die Zukunft zu denken.“ Gemeint ist damit unter anderem auch, dass durch den Einstiegspreis von 18.900 Euro eine neue Zielgruppe erreicht werden kann. „Es war ein Cut, den wir sehr bewusst gemacht haben. Wir sind nach wie vor mit unserer Zielgruppe erfolgreich unterwegs und sehr verbunden. Aber wir dürfen uns nicht zurücklehnen und dabei eine

Sehnenscheidenentzündung vom Däumchendrehen bekommen.“

Dass Camping weiterhin beliebt ist, liegt für den Geschäftsführer auf der Hand. „Wer mit dem Wohnwagen unterwegs ist, hat immer ein Stück Heimat dabei, entscheidet selbst, wann er abreist, reist weniger getaktet und muss sich nicht an Flug- oder Auscheck-Zeiten halten. Oft lässt sich nä-

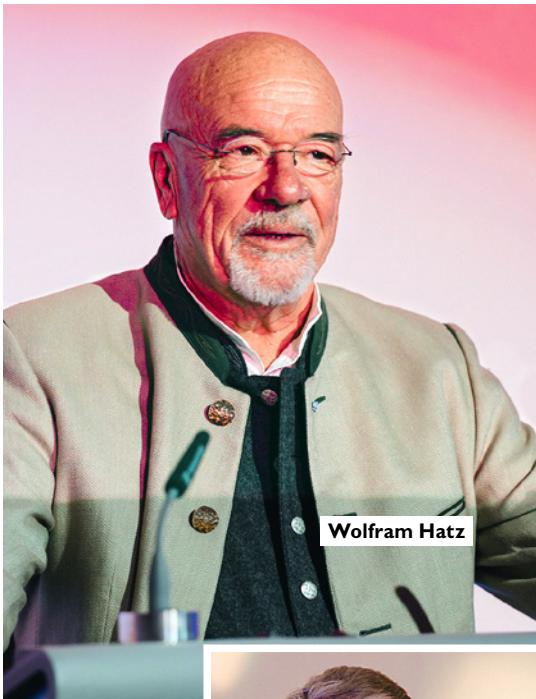
„Wir bauen keine Luftschlösser, sondern sind nah am Kunden“

her am Strand oder der Piste residieren, zudem steht das eigene Auto jederzeit für Tagesausflüge zur Verfügung.“ All das zählt Frindte zu den großen Vorteilen dieser Reiseform. Er selbst ist begeisterter Camper und nutzt diese Erfahrung bewusst, um zu erspüren, welche Bedürfnisse seine Kunden haben und was ein Wohnwagen leisten muss, um zu überzeugen. Für die Zukunft sieht er Fendt-Caravan gut gerüstet: „Wir bauen keine Luftschlösser, sondern sind nah am Markt und nah am Kunden. Mir ist trotz wirtschaftlicher Herausforderungen in Deutschland und Europa deshalb nicht bange.“ ■

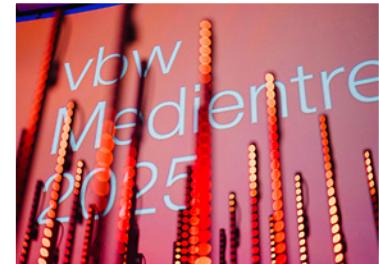


Insgesamt beschäftigt das schwäbische Unternehmen 250 Mitarbeiter in vielen Berufsfeldern. Dem Hauptsitz in Mertingen im Landkreis Donau-Ries ist das Unternehmen treu geblieben.





Wolfram Hatz



AUSTAUSCH BEIM MEDIENTREFF



Luise Kinseher,
Kabarettistin und
Schauspielerin



**Sat.1 Bayern Geschäftsführer
Alexander Stöckl und
Bertram Brossardt**



Roland Freund, dpa-Landesbüroleiter Süd Baden-Württemberg & Bayern

Zahlreiche Journalisten folgten der Einladung von vbw Präsident Wolfram Hatz und vbw Hauptgeschäftsführer Bertram Brossardt zum vbw Medientreff 2025. Wolfram Hatz dankte in seiner Begrüßungsrede den Medienvertretern für ihr Engagement, die Themen, die die bayerische Wirtschaft bewegen, so aufmerksam zu verfolgen. Für Unterhaltung sorgte die niederbayerische Kabarettistin Luise Kinseher. Humorvoll und hintergründig, bodenständig und weltoffen brillierte Kinseher mit Auszügen aus ihrem Programm „Die Kinseher kimmt“.



**Maximilian Neumair und
Martina Scheffler, Abendzeitung**



**BR-Intendantin Dr. Katja Wildermuth
(rechts) mit Andrea Kister, BR-Programmbereichsleiterin Politik und Wirtschaft**



**münchen.tv Chefredakteurin Marion Gehlert
mit Sat.1 Bayern Moderator Ralf Exel**



Symbolischer Akt:
Die Spitzes des Hauses
beim Durchschneiden
des Bandes am
Eröffnungsabend



Die Präsidentin des bayerischen Hotel- und Gaststättenverbandes DEHOGA e. V., **Angela Inselkammer**, mit **Jürgen Weingarten**, Geschäftsführer des Conti Restaurants.



Prof. Dr. Angelika Niebler MdEP und
vbw Ehrenpräsident **Alfred Gaffal** bei
der Besichtigung der neuen Küche

GASTFREUNDSCHAFT UND KULINARIK AUF HÖCHSTEM NIVEAU

Ein Highlight im hbw | Haus der Bayerischen Wirtschaft ist das Conti Restaurant, das nach umfangreichen Umbaumaßnahmen neu eröffnet wurde und das Begegnungen im hbw zu einem wahren Hochgenuss macht. Hier trifft kulinarische Exzellenz auf ein modernes und stilvolles Ambiente. Mit einer gelungenen Mischung aus zeitgemäßer Architektur und traditionellen Akzenten lädt das Conti seine Gäste zu einer außergewöhnlichen Gastronomie-Erfahrung ein. Die einzigartige Atmosphäre und die gehobene Küche machen das Restaurant zu einem beliebten Ort für Networking und den persönlichen Austausch.



vbw Ehrenpräsident **Prof. Randolph Rodenstock** und vbw Hauptgeschäftsführer **Bertram Brossardt**

Das neu gestaltete und wiedereröffnete Conti Restaurant im Haus der Bayerischen Wirtschaft



VBW STIFTUNG LEBENSGRUNDLAGEN BAYERN VERLEIHT IHRE ERSTEN FÖRDERPREISE

Carola Kupfer,
Präsidentin des
Bayerischen Landesver-
bands der Kultur- und
Kreativwirtschaft und
Mitglied im Stiftungs-
vorstand, im Gespräch
über Nachhaltigkeit



Die vbw Stiftung Lebensgrundlagen Bayern feierte ihre erste Preisverleihung. Höhepunkt des Abends war die Auszeichnung von 18 Projekten, die sich für die Lebensgrundlagen im Freistaat einsetzen. Die Stiftung hat unter anderem Projekte aus den Bereichen Bildung, Jugendhilfe, Wohlfahrt, Naturschutz, Tierschutz, Katastrophenversorgung, Heimatpflege und Sport prämiert. Die nächste Bewerbungsphase beginnt am 1. März 2026.



Stiftungsvorstand
Bertram Brossardt begrüßt
die Gäste der Preisverleihung.



ROHSTOFFVERSORGUNG LANGFRISTIG SICHERN

Die vbw hat im Rahmen einer Veranstaltung Handlungssätze für eine sichere Rohstoffversorgung erörtert. Dabei wurde die neue Studie „Rohstoffsituation der bayerischen Wirtschaft“ mit den aktuellen Vertiefungsthemen „heimische Rohstoffe“ und „Verteidigungsindustrie“ vorgestellt.



Im Gespräch: **Dr. Karl Lichtblau** (v. l.), Senior Berater bei IW Consult GmbH, und Staatsminister **Hubert Aiwanger, MdL**, Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie



Moderator **Johannes Geigenberger** (v. l.), Passauer Neue Presse, **Thomas Köhler**, Geschäftsführer, IABG Industrieanlagen-Betriebsgesellschaft mbH, **Dr. Bernhard Kling**, Geschäftsführer Bayerischer Industrieverband Baustoffe, Steine und Erden (BIV), vbw Hauptgeschäftsführer **Bertram Brossardt**, Staatsminister **Hubert Aiwanger, MdL**, **Georg Fetzer**, BIV-Präsident, und **Dr. Karl Lichtblau**



Fotos: vbw

STARKE WIRTSCHAFT – STARKE KOMMUNEN

Die vbw hat mit Vertretern aus Politik, Wirtschaft und Wissenschaft über die Weiterentwicklung lokaler Standortqualitäten und die Aufgaben der Kommunalpolitik diskutiert. Alle Beteiligten waren sich einig, dass eine gute Standortpolitik auch die Demokratie stärkt.



Über 150 Teilnehmer diskutierten bei dem gemeinsamen Kongress mit dem Bayerischen Staatsministerium für Digitales über die Gefahren von Desinformation und die Möglichkeiten, sich dagegen zu schützen.

FÜR EINE WEHRHAFFE DEMOKRATIE UND GEGEN DESINFORMATION





RINGEN UM GÜNSTIGE ENERGIE

Auf einem Kongress der vbw haben Politik und Wirtschaft eine erste Zwischenbilanz zur Energiepolitik der neuen Bundesregierung gezogen. Im Fokus standen bezahlbare Energiepreise, ein tragfähiges Strommarktdesign und ausreichende Reservekapazitäten.



DIE EIGENMITTEL- STRATEGIE DER EU

Die vbw warnte in Brüssel vor Vorstellungen, die Finanzlage der EU durch neue Steuern und mit schwieriger Lenkungswirkung verbundene Zugriffe auf Mittel der Mitgliedstaaten zu verbessern. vbw Hauptgeschäftsführer Bertram Brossardt betonte: „Europa braucht nicht mehr Regulatorik, sondern mehr Wachstum.“





In Kooperation mit dem Landeskommmando Bayern hat die vbw auf die aus der aktuellen Bedrohungslage resultierenden verteidigungspolitischen Notwendigkeiten geblickt. Die Podiumsteilnehmer waren sich einig, dass jetzt in die richtigen Technologien investiert und die Zeitenwende in den Köpfen der Menschen verankert werden muss.

BAYERN UND DIE NEUE VERTEIDIGUNGSPOLITISCHE REALITÄT



Nico Lange



**Brigadegeneral
Thomas Hambach**



**Bertram Brossardt
mit Martin Karkour**

BR-KOOPERATION ZUKUNFT DER ARBEIT – WIE DIE JUGEND TICKT

Bei der 16. Kooperationsveranstaltung von vbw und BR haben Vertreter aus Wirtschaft, Wissenschaft und Gesellschaft unter anderem diskutiert, welche Erwartungen Jugendliche und Wirtschaft an die Zukunft der Arbeit haben. Die Podiumsteilnehmer stellten einstimmig fest, dass sich Unternehmen intensiv mit den Generationen Z und Alpha auseinandersetzen müssen.



Bertram Brossardt mit Silvia Renauer,
Leiterin des Ressorts Wirtschaft Bayerischer Rundfunk, und **Thomas Hinrichs**, Programm-

Fotos: vbw



Ingo Leven (l.), Studienleiter Shell Jugendstudie Verian, und **Norbert Nagy**, Geschäftsführer SocialNatives GmbH



Annette Kraus (Mitte), Executive Vice President Social & Industrial Relations und People & Organization Siemens AG und Vizepräsidentin bayme vbm, Moderator **Sebastian Hanisch** (l.), Redaktion Wirtschaft Bayerischer Rundfunk, und **Bertram Brossardt**, vbw Hauptgeschäftsführer

Zeit für Brot



Brot braucht Zeit und Hingabe. Immer mehr Menschen widmen sich dem besonderen Lebensmittel mit Ausdauer und Leidenschaft. Sie setzen Sauerteig an und umsorgen ihn. Oder sie stellen sich in die Schlange vor der Backstube. Der Münchener Julius Brantner etwa ist einer, der durch die Besinnung auf die wichtigste Zutat – die Zeit – überzeugt. Er und Kollegen, die sich auf das alte Handwerk besinnen, haben in Zeiten von Schnell-Back-Automaten



Manufactum hat bereits vor mehr als 20 Jahren die Tochtermarke „Manufactum Brot & Butter“ etabliert. Produkte zum Thema gibt es vor Ort in München und im Versand: Holzbefeuelter Brotofen für draußen: 1.249 Euro; Brotform aus Peddigrohr: 32 Euro; Buch zum Thema: 29,95 Euro



enormen Zulauf. Über den freuen sich auch Anbieter von Brotbackkursen wie die Backschule Lieblingsbrot von Julia Peylo in Dietmannsried nahe Kempten. Ihr wichtigster Tipp an die Teilnehmer: „Finger weg von komplizierteren Rezepten. Selbstgebackene Sauerteigbrote sollten in jedem Fall alltagstauglich sein.“



Der Rohrdorfer (Landkreis Rosenheim) Online-Shop Roggenwolf hat sich auf Zubehör spezialisiert. Gründerin Alicia Freska backt am liebsten ein kräftiges Roggensauerteigbrot und empfiehlt folgende Produkte:
Hirnholz-Schneidebrett Eiche: 119 Euro;
Brotbacktopf aus Gusseisen: 99 Euro;
Wire Monkey's Goose Dame Bäckermesser: 49 Euro



... HERR FRANKE, haben wir die Zeitenwende wirklich begriffen?

Seit der Zeitenwende-Rede des damaligen Bundeskanzlers Olaf Scholz im Februar 2022 ist viel passiert. Insbesondere in der Bundeswehr tut sich einiges – von den verabschiedeten Sondervermögen und dadurch stark steigenden Verteidigungsbudgets über wichtige Strukturonscheidungen wie der mittlerweile konsequent gedachten Rückkehr von Friedenseinsätzen hin zum Kernauftrag der Landes- und Bündnisverteidigung bis zum Wehrdienst-Modernisierungsgesetz. Die Ergebnisse all dieser Entscheidungen kommen allmählich auch spürbar in der Truppe an. Die Bundeswehr ist damit unzweifelhaft dabei, die Zeitenwende nicht nur zu begreifen, sondern auch konkret umzusetzen.

Wer aber Zeitenwende nur militärisch denkt, der denkt (viel) zu kurz. Denn mindestens genauso wichtig ist die gesamtgesellschaftliche Zeitenwende. Auch wenn sich vereinzelt erste Maßnahmen zu Punkten wie der Steigerung der staatlichen und gesellschaftlichen Resilienz, der Reduzierung von einseitigen Abhängigkeiten, dem Schutz kritischer Infrastruktur und der Abwehr hybrider Bedrohungen abzeichnen, so besteht doch weiterhin enormer Nachholbedarf. Nicht nur, aber auch insbesondere in der Wirtschaft.

Wie häufig drehen sich Gespräche in Ihren Unternehmen um Fragen, wie sicher und krisenfest die eigenen Lieferketten sind? Wie abhängig der eigene wirtschaftliche Erfolg von einzelnen, möglicherweise bedrohten Märkten ist? Wie sehr die eigenen geopolitischen Risiken erkannt und

angegangen wurden? Ob es Pläne gibt, falls China tatsächlich Taiwan angreifen sollte – und wie diese aussehen? Wie viele Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter eigentlich Reservisten der Bundeswehr sind oder Blaulichtorganisationen angehören und während eines Krieges nicht zur Verfügung ständen? Und inwiefern das eigene Geschäft überhaupt in Krisenzeiten funktionieren kann und muss? Viele Unternehmen setzen bei all diesen Fragen oft auf das Prinzip Hoffnung. Hoffnung, dass es nicht zu einer Ausweitung der aktuellen Kriege kommt. Hoffnung, dass darüber hinaus keine neuen Konflikte ausbrechen. Hoffnung, dass das Völkerrecht schon hält und die internationale Ordnung nicht noch weiter fragmentiert. Das sind alles eherne Wünsche, aber sicher keine Grundlage für vorausschauende und verantwortungsvolle Planung. Hoffnung ist und bleibt wunderschön, aber eine furchtbar schlechte Strategie.

Genauso schlecht ist es, die Verantwortung ständig bei anderen zu verorten. In der Vergangenheit hat sich die Bundesregierung zu oft auf die Kräfte des freien Markts und der Markt zu oft auf den Schutz und die Unterstützung der Bundesregierung verlassen. Wenn wir die Zeitenwende konsequent begreifen und vor allem umsetzen wollen, muss sich auch das ändern. Wirtschaft und Politik müssen sich gegenseitig befähigen, die Grundpfeiler unserer Gesellschaft und unseres Wohlstands nachhaltig zu verteidigen. Dazu gehört auch, dass wir uns das ein oder andere von unse-

ren Nachbarn abschauen. Ob zur vielfizierten Einbindung der Bevölkerung im Sinne der sog. „totalen Verteidigung“ in Finnland oder zur Schaffung eines eigenen Ministeriums für zivile Verteidigung in Schweden, es gäbe viel für uns zu lernen. Wir täten gut daran, das ein oder andere davon auch bei uns umzusetzen, wenn wir die Zeiten wirklich zu Ende wenden wollen. Noch sind wir weit davon entfernt.



Benedikt Franke ist Stellvertretender Vorsitzender und CEO der Münchner Sicherheitskonferenz (MSC). Davor war er persönlicher Referent des ehemaligen Generalsekretärs der Vereinten Nationen und Nobelpreisträgers Kofi Annan.



CONTI

Endlich wieder Conti! Freuen Sie sich auf den neu gestalteten und lichtdurchfluteten Gastraum, einen Blick in die offene Küche und einfallssreiche kulinarische Kompositionen aus besten Produkten.

CONTI GASTRONOMIE GMBH
IM HAUS DER BAYERISCHEN WIRTSCHAFT
MAX-JOSEPH-STR. 5, 80333 MÜNCHEN

RESERVIERUNG:
TELEFON: 089 551 78-546
INFO@CONTI-RESTAURANT.DE





SPRACHE SCHAFFT CHANCEN.

Fehlende Deutschkenntnisse, Verständigungsprobleme,
Unsicherheit im Beruf?

Unsere berufsbezogene Sprachförderung unterstützt
Ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter dabei, diese
Hürden zu überwinden!

Gefördert durch das Bundesamt für Migration
und Flüchtlinge (BAMF).

Lassen Sie sich gern von uns beraten!

Ihre Ansprechpartnerin:
Diane Schürmeier (diane.schuermeier@bfz.de)

**Jetzt
informieren!**



Bundesamt
für Migration
und Flüchtlinge