

Unternehmer vbw magazin

Interview:
Oliver Zipse

01
2023

Wissen auf den Grund gehen

Mit unseren digitalen Formaten gehen wir mit Wissenschaftler:innen in die Tiefe der Themen und ihrer Forschung.

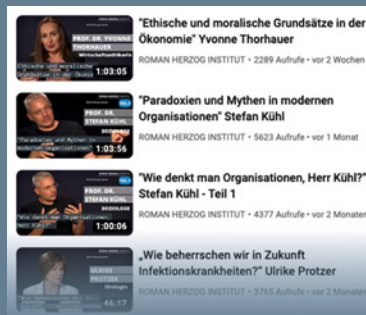


Prof. Randolph Rodenstock
Vorsitzender Roman Herzog Institut



RHI-Kontexte

Zeit für komplexe Zusammenhänge: Dr. Martin Lang im Interview mit Wissenschaftler:innen auf YouTube Roman Herzog Institut e.V.



RHI-Podcast

Tina Maier-Schneider im Gespräch mit der Person hinter der Forschung. Zu hören auf YouTube, Spotify, Apple Podcast u.a.:



Instagram und Social Media

Brücken bauen zwischen Wirtschaft, Gesellschaft und Politik

- instagram.com/rhi_institut
- twitter.com/rhi_institut
- youtube.com/@romanherzoginstitut
- linkedin.com/company/roman-herzog-institut-e-v

www.romanherzoginstitut.de

Aktuelle Publikationen

Wissenschaftliche Diskussionen und Studien

www.romanherzoginstitut.de/publikationen.html



Liebe Leserinnen und Leser

lange Jahre galt, dass wir im internationalen Wettbewerb mindestens um so viel besser sein müssen, wie wir bei den Lohn- und Sozialkosten teurer sind. Wollen wir im globalen Vergleich weiter mithalten, müssen wir künftig zusätzlich auch noch die teilweise enorm gestiegenen Energiekosten kompensieren. Machen wir uns nichts vor: Der Wirtschaftsstandort Deutschland steht unter heftigem Druck. In einer solchen Situation wäre es eigentlich nötig, uns von unnötigem Ballast zu befreien – von lähmender Bürokratie, überbordenden Vorschriften und den unnötigen Goldstandards, wie wir sie uns in diesem Land bisweilen leisten.

Leider habe ich nicht das Gefühl, dass in der Politik stets die richtigen Schlüsse gezogen wurden. Es scheint den Regierenden bisweilen reizvoller, dieses Land in ihrem Sinne umzugestalten, statt die drängenden Probleme zu lösen. Ich kann nur warnen: Falsche politische Weichenstellungen werden zu einer schleichenden Deindustrialisierung führen, in der Folge zu weniger qualifizierten Arbeitsplätzen und schließlich zu sinkendem Wohlstand.

Eine erfolgversprechende Möglichkeit, den Standort trotz der genannten Herausforderungen agil und attraktiv zu halten, ist Hightech. Ich meine damit nicht mehr nur Digitalisierung – wir sind bereits viele Schritte weiter. Es geht um die Anwendungen Künstlicher Intelligenz. Ich kann nicht oft genug darauf hinweisen, wie wichtig es ist, dass wir insbesondere am Standort Bayern unsere Chancen nutzen (Seite 20). Dass es von Vorteil ist, wenn man in dieser schwierigen Zeit voller Disruptionen einen klaren Kompass hat, zeigt unser Titel-Interview mit dem Vorstandsvorsitzenden von BMW, Oliver Zipse. Ich empfinde es als sehr wohltuend, dass Bayern über solche Persönlichkeiten verfügt, und kann Ihnen das Interview nur ans Herz legen (S. 14).



BERTRAM BROSSARDT, Herausgeber



6

PORTRÄT

Standort ist Teil der DNA

Die Hiltl Hosenmanufaktur GmbH in Sulzbach-Rosenberg will Schneiderkunst „made in Germany“ durch Hightech wieder bezahlbar machen.



14

INTERVIEW

„Wir hatten immer einen Plan“

Oliver Zipse, Vorsitzender des Vorstands der BMW AG, erklärt, wie sich der Automobilhersteller mit vorausschauendem Handeln den aktuellen Herausforderungen stellt. Von Verboten und Zwängen hält er nichts.



20

STANDORT

Ein Schlüssel zur Welt von morgen

Politik und Wirtschaft müssen Künstliche Intelligenz voranbringen, um im globalen Wettbewerb nicht den Anschluss zu verlieren. Bayern fördert Projekte in Schulen.



24

FAMILIE UND BERUF

Sorglos in
die Ferien

Mit dem Angebot „Sommerkinder“ hilft die Gesellschaft zur Förderung beruflicher und sozialer Integration (gfi) Eltern und Arbeitgebern bei der Ferienbetreuung.



Foto: Africa Studio - stock.adobe.com

28

WERKSTATTBESUCH

Die komplexe
Technik hinter
Tasten und Pfeifen

Orgelbauer Wolfgang Schober kommt, wenn das Instrument, das in keiner Kirche fehlen darf, nicht mehr richtig klingt. Die Ursache ist meist schnell gefunden, aber eine Restaurierung ist komplex.



IMPRESSUM

vbw Unternehmermagazin 01/2023

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
Stefan Satl
Thomas Schmid
Dr. Peter J. Thelen
Walter Vogt

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, Christiane Habrich-Böcker

GRAFIK: Silvia Niedermeier

KORRESPONDENTENBÜROS

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

VERLAG

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

KOOPERATIONSPARTNER ·
GESAMTABWICKLUNG · ANZEIGEN

Reiner Fürst, PNP Sales GmbH
Medienstraße 5, 94036 Passau
Tel.: 0851-802-594
Anzeigentechnik E-Mail: josef.feucht@vgp.de

TITELFOTO: Alexandra Beier

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
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

Hosen in allen Farbvarianten dekorieren den Showroom der Hiltl Hosenmanufaktur GmbH in Sulzbach-Rosenberg.

WERTE TRAGEN

Mit *Hightech* zu den Wurzeln der Schneiderkunst

Der **HERRENHOSENHERSTELLER HILTL** in Sulzbach-Rosenberg holt die Produktion samt aufwendiger Handarbeit zurück an den Gründer-Standort – Speziell programmierte Maschinen übernehmen den größten Teil von bis zu 3.000 Arbeitsschritten

Von der DNA ist beim Hosenhersteller Hiltl gerne die Rede. Von starken Wurzeln und Werten, die tragen. Die Voraussetzungen befinden sich in Sulzbach-Rosenberg im Oberpfälzer Landkreis Amberg-Sulzbach, etwa 50 Kilometer östlich von Nürnberg. Hier hat Schneidermeister Fritz Hiltl zusammen mit seiner Frau Hedwig 1955 die Herrenhosenmanufaktur gegründet und aufgebaut. Sein Motto: „Wir wollten nie die meisten Hosen verkaufen, sondern die besten.“ Dieses Ziel verfolgt das Unternehmen, das zwischenzeitlich Eigentümer wechselte und neue Investoren fand, auch heute, wenn die Verantwortli-

chen mit CEO Gerhard Kränzle an der Spitze den Ausbau zur Hightech-Manufaktur vorantreiben. Spannend fand er die Möglichkeit, Handwerk, also traditionelle Schneiderkunst, und Hightech, also programmierte Maschinen, zu vereinen.

An den Wurzeln nämlich, am Ursprungsstandort Sulzbach-Rosenberg, werden seit 2022 wieder hochwertige Hosen gefertigt. Die Herstellung der Hosen hatten die Eigentümer in den 1980er Jahren nach Osteuropa ausgelagert. Und Hiltl werde, betont der Geschäftsführer, dort auch weiterhin mit guten Partnern kooperieren. Zusätzlich jedoch arbeitet Hiltl daran,

„made in Germany“ mittels eines ausgefeilten Maschinenparks wieder bezahlbar zu machen. Kränzle erklärt: „Wir denken, dass es in dem Qualitätssegment, in dem wir arbeiten, interessant sein muss, wieder in Deutschland herzustellen.“

Um eine wettbewerbsfähige und gleichzeitig nachhaltige Produktion zu ermöglichen, hat das Unternehmen 3,1 Millionen Euro in eine neue Zentrale und modernste Technik gesteckt. „Wir sehen uns als Vorreiter einer allgemein als notwendig erkannten Re-Globalisierung. So machen wir uns unabhängig von fragilen Lieferketten und können künftig



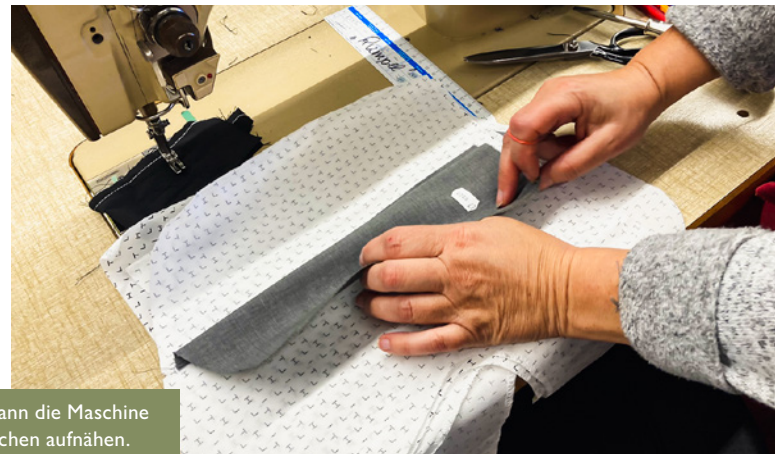
Alte Nähmaschinen für besondere Stiche hat das Hiltl-Team in den modernen Maschinenpark (Bild unten) integriert.
Die Auswahl von Schnitt, Garn und Stoff bestimmt die Qualität einer Hose.



noch flexibler auf die Nachfrage des Handels reagieren.“ Die Entwicklungszeit für den intelligent vernetzten Nähmaschinen-Park dauerte fast ein Jahr. Integriert wurden zum Beispiel Nähmaschinen, die sich der Hosenhersteller vor mehr als 50 Jahren patentieren ließ. Die alten Geräte, die etwa auf besondere Stiche spezialisiert sind, gehören so selbstverständlich zur Produktion wie Maschinen, die zusammen mit Schneiderinnen programmiert wurden. Sie übernehmen den Großteil der bis zu 3.000 Arbeitsschritte. Die Kombi soll Prozesse so beschleunigen, dass Zeit bleibt für aufwendige Handarbeit, etwa für besondere Nähte und andere Details. „So bekommen wir sicher nicht die günstigste Hose, aber wahrscheinlich die beste Hose,“ sagt Kränzle.

Eine Hiltl-Hose im Fachgeschäft kostet zwischen 139 und 699 Euro. Ab und an gibt es Serien mit Modellen für 1.000 Euro, die speziell nach Kundenwunsch mit Extras gefertigt sind. Egal welche Preiskategorie – die Hiltl-Hose erkennt man am Knopf. Der nämlich sitzt auf einem roten Stiel. Das Markenzeichen bringt eine Spezialmaschine auf dem Stoff an, umwickelt es mit rotem Garn und versiegelt es heiß. Deshalb gibt es auch keinen Ersatzknopf. Die Verarbeitung garantiert, dass der Knopf hält. Weitere Merkmale einer guten Hose: Das Augenknopfloch mit Querriegel, das den perfekten Sitz des Knopfes garantiert. Reißverschlüsse lässt Hiltl eigens anfertigen. Sie sind aus Metall und extra feinzahnnig. Der Verschlussschieber hat eine Stopperfunktion. Für die Nähte einer Hose werden insgesamt über 300 Meter Garn verarbeitet. Dekorativ, aber aufwendig in der Herstellung ist der spezielle Halbmonddriegel, mit dem die Schneiderinnen Vorder- und Gesäßtaschen versehen.

Diese besondere Liebe zum Detail bleibt in Teilen Handarbeit. Die Maschine kann zwar Taschen aufsteppen, aber nicht die menschliche Hand



Viele Arbeitsschritte kann die Maschine übernehmen, etwa Taschen aufnähen. Einige Stiche jedoch bleiben Handarbeit.

ersetzen, um zum Beispiel mit ein paar Stichen Gürtelschlaufen perfekt anzunähen.

500 Hosen pro Tag – im Premium-Segment – will Hiltl bald am Standort produzieren. Mittelfristig soll das noch mehr werden, bis ein signifikanter Anteil der gesamten Produktion wieder in Deutschland stattfindet.

Die Schneiderei, in der derzeit sieben Näherinnen dem Computer verschiedene Stiche und sonstige Feinheiten ihres Handwerks lernen, wurde in ein stylisches Atelier in einer ehemaligen Logistikhalle integriert. Auf rund 3.000 Quadratmetern Fläche gestaltete Hiltl ein Foyer, in dem sich um die 40 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus Produktion, Verwaltung, Marketing, Vertrieb und Design auf allen Wegen begegnen. Große Tische und Sitzmöbel unter anderem aus Stoffrollen laden zum Austausch umgeben von Kleiderständern voll froher Farbpaletten aus Herrenhosen.

Der Showroom ist offen. Jeder kann sehen, wenn Kunden Modelle begutachten. Hiltl bietet laut Kränzle etwa 50 verschiedene Modelle aus Wolle, Baumwolle, Leinen und Cord. In verschiedenen Passformen habe der Kunde 800 bis 1.000 Optionen. Barberis-Flanell preist Hiltl als den Porsche unter den Hosen an. Andere heißen Genua-Cord oder Master of Linnen. Zu den Farben der Saison gehören Gewürztöne (wie Salbei), Me-

talltöne (wie Messing) oder Aquatöne. Der Endverbraucher wird auf die Farbe und die Passform achten. Die Qualität, meint Kränzle, erkenne der Käufer nicht unbedingt, aber „ich glaube, dass er sie sehr gut spürt. Er wird sich's vielleicht nicht erklären können. Das Gefühl muss passen.“ Insgesamt verkauft Hiltl rund 400.000 Hosen im Jahr. Neben den hochwertigen Linien, die vor Ort geschneidert werden, setzt der Hosenhersteller mehr als früher auf Denim: „Die Jeans bauen wir gerade neu auf. Wir wollen mehr als die 40.000 und 60.000 Stück, die derzeit die Produktion verlassen.“ Für eine gute Hose, so der Geschäftsführer, müssten verschiedene Komponenten stimmen.

Kränzle, aber nichts über deren Alter und Qualität aussage. 50 bis 60 Prozent davon seien Jeans. Der Hiltl-Chef selbst verrät auf Nachfrage, er habe 60 Hiltl-Hosen im Schrank.

„Aber ich probiere auch sehr viele Kombinationen aus.“ Tatsächlich könnte er jederzeit als Modell über den Laufsteg gehen, so ausgewählt und stilsicher wirkt seine Garderobe. Kränzle war 30 Jahre im Einzelhandel und ist seit zwölf Jahren in der Industrie, seit drei Jahren bei Hiltl.

Während der Corona-Pandemie legte auch bei der Firma in Sulzbach-Rosenberg der Online-Handel stark zu. „Jetzt stellen wir jedoch fest, dass der Handel, der nah am Kunden ist, sich gut entwickelt“, bemerkt Kränzle. Un-

„DAS GEFÜHL MUSS PASSEN“

Die Schnitt-Technik: „Wie ist die Passform und welche Kontinuität können wir dort liefern. Das ist wie in der Architektur.“ Die Selektion der Stoffe ist ein wichtiger Part. Sie müssen für den jeweiligen Verwendungszweck richtig sein. Ein 19- bis 55-Jähriger habe, das weiß die Textilbranche aus Untersuchungen, in der Regel so 15 Hosen im Schrank, was, sagt

ternehmergeführte Läden mit Stammkundschaft, „die ihre Produkte zelebrieren“, würden sehr gute Geschäfte machen. Der Kunde genieße das Käuferlebnis offline. Wenn jemand dagegen schnell eine Ersatzhose brauche, dann mache er das eher online. Bei Hiltl selbst liege laut Kränzle der Anteil aller Online-Plattformen bei etwa zwölf Prozent. ►

ECKDATEN
GRÜNDUNG 1955
MITARBEITER 40
STANDORT
Sulzbach-Rosenberg
VERKAUFTE
HOSEN/JAHR
400.000

„Online wird eine wichtige Umsatzsäule sein, aber es wird uns nicht das Wachstum bringen. Wir brauchen den Händler, wir brauchen den Laden, wir brauchen die Nähe zum Kunden. Unser Produkt muss einfach erklärt werden. Auf Social Media ist Hiltl natürlich vertreten, aber: „Bei uns ist es eher so, dass junge Kunden kommen, die eine Hose auf dem Vintage-Markt gekauft haben und jetzt eine in Neu suchen.“

Von der Hosenherstellung ist die Firma nie abgewichen. „Um die Idee in der Kombi zu zeigen, produzieren wir mal ein Sakko oder einen Strickpulli dazu, suchen uns dafür aber Partner. Das dient dazu, den Produktmix abzurunden. Irgendwann denken wir vielleicht nochmal über eine gute Damenhose nach“, erwägt Kränzle. Aber Damenoberbekleidung – im Fachjargon DOB-Modelle – sei anders aufgebaut. „Wir produzieren in Europa und versuchen so, nah an unserem Markt zu sein, an dem, den wir beherrschen können. Mit unseren Partnern in Rumänien produzieren wir in der Regel seit 20 Jahren.

CEO Gerhard Kränzle hat viele Ideen eingebracht, damit unter anderem die neue Zentrale in einer früheren Logistikhalle jede Menge Raum lässt für Kreativität.

Wir wechseln nicht wegen ein paar Cent den Zulieferer, sondern bauen auf Kontinuität.“

Der Standort in der Oberpfalz ist nicht unbedingt ein Vorteil, wenn es etwa darum geht, neue Kollegen zu gewinnen. Trotzdem stand ein anderer nie zur Debatte. Kränzle erklärt es so: „Dort wo eine Marke ihren Ursprung hat, wo Wurzeln stark sind, da befindet sich die DNA und damit auch die Seele des Unternehmens. Sulzbach-Rosenberg war von Anfang an Gesetz. Das hat auch mit den Werten zu tun.“





CONTI
RESTAURANT

Leidenschaft.
Kreativität.
Genuss.



Wir lieben gute Produkte.

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

**Conti
Restaurant**

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

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



Lebensmotto:

Das Zitat von Umberto Eco: „Für jede komplexe Frage gibt es eine einfache Antwort ... und das ist die falsche“, steht für Franckenstein als Leitlinie, um von vorschnellen Entscheidungen abzuweichen.

Motivation:

Das Bild zeigt die Überlebenden der Rugby-Mannschaft aus Uruguay, die im Oktober 1972 auf 3800 Metern mit einer Turboprop abstürzten. Von den 45 Passagieren und Besatzungsmitgliedern waren zwölf während des Absturzes gestorben, darunter auch der Pilot, fünf Schwerverletzte überlebten die erste Nacht nicht. Das Bild steht für Franckenstein für Zuversicht in schwierigen Zeiten.

Tradition:

2019 hat die Bavaria Film ihren 100. Geburtstag gefeiert. Gegründet wurde das Unternehmen von Produzent Peter Ostermayr als Münchner Lichtspielkunst AG. Der kleine Pokal wurde im Zuge der Recherche für die Jubiläumsausstellung im Fundus entdeckt und ist für Franckenstein Ansporn für die Fortsetzung einer erfolgreichen Historie.



Information für Sie in Bestform

Um im Filmgeschäft erfolgreich zu sein, braucht es Mut, Weitsicht, Leidenschaft, Pragmatismus, Instinkt und vor allem starke Nerven. Eigenschaften, die **DR. CHRISTIAN FRANCKENSTEIN**, CEO der **BAVARIA FILM**, mitbringt. Er benötigt sie jeden Tag, vor allem während der Pandemie. In dieser Zeit steuerte der Kapitän der Produktionsfirma von „Das Boot“ den Mittelständler (Umsatz: 305,6 Millionen Euro) durch Lockdown und Neustart – mit Erfolg. Das Geschäftsjahr 2021/22 lief gut. Auch dank breiter Diversifizierung in vier Geschäftsfelder: Content, Rights & Distribution, Studios & Services sowie das Immobilien- und Vermietungsgeschäft auf dem Bavaria-Studiogelände. Doch darauf ausruhen kann sich der Westfale nicht. Denn nichts ist so sicher wie die Tatsache, dass das Film- und Fernsehgeschäft unsicher ist. Zwar sind mit den Streaming-Anbietern neue Kunden hinzugekommen, doch ein Garant für einen lang anhaltenden Erfolg der „Traumfabrik Bavaria“ ist das nicht. Jede Produktion kann Top oder Flop sein. Das entscheidet am Ende über das Wohl und Wehe des Unternehmens. Dazu addieren sich die aktuellen Herausforderungen durch Energiekrise und Inflation. Doch das scheint den Vorsitzenden der Geschäftsführung nicht aus der Ruhe zu bringen. Ihm spielt unter anderem in die Karten, dass die Bavaria seit Gründung 1919 in Geiselgasteig, also im Landkreis München, beheimatet ist. Die bayerische Landesregierung stärkt den Medienstandort und unterstützt die heimische Produktion von Serien, Kinofilmen und Streaming-Angeboten. Ein aktuelles Beispiel ist die Förderung zur Entwicklung einer innovativen virtuellen LED-Aufnahmetechnik für Filme und Serien. Die werden wir hoffentlich bald in vollen Kinos sehen. Denn diese müssen nach Ansicht des Bavaria-Chefs überleben: „Sie gehören unverrückbar zur gesellschaftlichen Kultur“, ist Franckenstein überzeugt.

Stoff:

Es gibt viel zu lesen und zu selektieren. Die richtige Antwort auf die Frage: „Welche Story kommt beim Publikum an?“, entscheidet über Blockbuster oder Flop.



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

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

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

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

INTERVIEW

„Zukunft gestaltet man nicht mit Verboten“

BMW-Chef **OLIVER ZIPSE** erklärt, wie der Motorenhersteller ohne Zwang und Überregulierung Klimaschutzziele erreicht und warum es wichtig ist, mit China in Kontakt zu bleiben

Wie sehr nerven Sie die Klimaaktivisten? Wie viel Verständnis, wie viel Unverständnis haben Sie einerseits für deren Anliegen und andererseits für die Protestform, die jene gewählt haben?

Der Grund des Protestes ist nachvollziehbar und verständlich. Denn der Klimawandel ist eine globale Bedrohung. Aber die Form des Protestes ist nicht immer in Ordnung. Das gilt aber übrigens auch für die teils marktschreierische Debatte um die Legitimität dieser Proteste, die daraus entbrannt ist. Ich finde, ein bisschen mehr Gelassenheit täte uns an einigen Stellen gut.

Aber BMW war selbst unmittelbar betroffen ...

Ja, auch in der BMW Welt in München haben Klimaaktivisten protestiert und Schäden verursacht. Wir haben ihnen angeboten, losgelöst von der Aktion gemeinsam in den Dialog zu treten, gerne auch zu kritischen Themen und mit kontroversen Ansichten. Aber bisher haben wir noch keine Nachricht bekommen. Da stellt sich schon die Frage: Geht es wirklich um den Diskurs oder nur darum, öffentlichkeitswirksam Bilder zu erzeugen?

Aber die Intention der Aktivisten greift: 2035 kommt das Verbren-

ner-Aus in der EU. Was bedeutet das für BMW? Wird Ihr Unternehmen trotzdem Verbrenner für den Weltmarkt entwickeln und produzieren? Und gegebenenfalls: Wo?

Wir können die unterschiedlichen Anforderungen der Regionen und Märkte punktgenau bedienen – unabhängig davon, ob sie nur auf Elektromobilität setzen oder technologieoffen agieren. Was BMW auszeichnet: Wir handeln vorausschauend. Ein Musterbeispiel ist die Transformation unseres Stammwerks in München: Wir haben bereits deutlich vor der EU-Entscheidung beschlossen, die





Produktion unserer Verbrennungsmotoren in München zu beenden und an unseren Standorten in Steyr und Hams Hall zu bündeln. Das geschieht bis 2024 – und zwar komplett ohne Jobverlust! An die Stelle der Motorenproduktion in München tritt dann eine neue Montage für vollelektrische Fahrzeuge. Damit wäre es in unserem Stammwerk möglich, ab 2026 ausschließlich vollelektrische Fahrzeuge zu bauen – wenn die Nachfrage das hergibt. Wir sind also vorbereitet. Aber ich kann hier nur für BMW sprechen.

Will heißen?

Für viele Zulieferer kann das Verbot des Verbrennungsmotors in der EU deutlich einschneidendere Folgen haben und die Industrielandschaft in Europa tiefgreifend verändern – mit noch nicht absehbaren negativen Konsequenzen. Grundsätzlich ist es richtig, als Gesetzgeber ambitioniert vorzugehen, insbesondere dann, wenn es um den Kampf gegen den Klimawandel geht. Aber einfach zu sagen, wir schalten eine so zentrale

Technologie 2035 ab, greift zu kurz und lässt viele Fragen offen.

Es gibt eine Review-Klausel: 2026 wird man sich das Verbrenner-Aus nochmal sehr genau anschauen.

„Wir hatten immer einen Plan für unterschiedliche Szenarien“

So ein Review 2026 ist ein wichtiger Haltepunkt. Spätestens dann brauchen wir Antworten auf die drängenden Fragen: Schafft man durch ein Verbot der Verbrennertechnologie neue Abhängigkeiten, gerade mit Blick auf die begrenzte Verfügbarkeit von Rohstoffen? Kommt der Ausbau der Ladeinfrastruktur im öffentlichen

Bereich und bei den Privathaushalten schnell genug voran? Welche Lösungen gibt es für die Bestandsflotte in Europa, die 260 Millionen Fahrzeuge mit Verbrennungsmotor umfasst? Und welches Angebot steht für die Kunden zur Verfügung, die – aus welchen Gründen auch immer – nicht auf Elektrofahrzeuge umsteigen? Im Worst Case werden dann Fahrzeuge mit jahrzehntealter Technologie weitergefahren. Für das Klima wäre das ein Bärendienst.

Was ist Ihre Erwartung? Ihre Sorge?

Zukunft gestaltet man nicht mit Verboten. Innovationen entstehen dann, wenn technologische Kompetenz auf freies Denken und Pioniergeist trifft – und idealerweise politisch gefördert wird. Denken Sie an den BMW i3, den wir 2013 auf den Markt gebracht haben, der ist ein perfektes Beispiel dafür. Oder die Befähigung unserer Werke für die Elektromobilität, die wir in den vergangenen Jahren – kaum beachtet von der Öffentlichkeit – umgesetzt haben. So etwas errei-



chen Sie mit mutigen unternehmerischen Entscheidungen – nicht mit Zwang und Verboten.

Wann wäre ein Ende des Verbrenners aus Ihrer Sicht realistisch?

Jede Nennung eines konkreten Datums wäre Spekulation. Entscheidend ist: Ohne eine leistungsfähige Ladeinfrastruktur und die globale Verfügbarkeit der entsprechenden Rohstoffe wird der weltweite Hochlauf der Elektromobilität an einem bestimmten Punkt ausgebremst. Wir sehen schon in Westeuropa, wie herausfordernd es ist, ein flächendeckendes Ladenetz aufzubauen. Wie soll das erst weltweit funktionieren? Wir werden noch viele Jahre lang ein Nebeneinander verschiedener Antriebstechnologien erleben – Benzin, Diesel, Plug-in-Hybride und vollelektrische Fahrzeuge. Auch Wasserstoff wird in der individuellen Mobilität der Zukunft eine wichtige Rolle spielen. Dafür bringen wir jetzt gerade unsere Kleinserie in den Markt, um einen möglichen Einsatz in der Zukunft vorzubereiten.

„Unter einer Krise verstehe ich, dass man nicht mehr weiß, was man tun soll. Und das war bei BMW zu keinem Zeitpunkt der Fall“

Einen Mangel an Krisen gab es zuletzt nun wirklich nicht: Erst die Corona-Pandemie, dann Russlands Krieg in der Ukraine, jetzt Rezession, Inflation und Energiemangel. Was hat das mit dem Unternehmen BMW gemacht?

Unter einer Krise verstehe ich, dass man nicht mehr weiß, was man tun soll. Und das war bei BMW zu keinem Zeitpunkt der Fall. Wir hatten hier immer einen klaren Plan für unterschiedliche Szenarien. Unser Geschäftsmodell wurde zwar herausgefordert, aber keineswegs zerstört. Was wir derzeit erleben, ist eine Überlagerung von Entwicklungen, die man vor fünf Jahren so nicht gesehen hätte. Und keine von ihnen wird einfach verschwinden: Niemand weiß, wann der Krieg in der Ukraine ein Ende

finden wird. Corona ist inzwischen endemisch, wird uns aber weiterhin beschäftigen. Die Versorgung mit Halbleitern ist weiter disruptiv. Generell bleiben die Versorgungsketten unter Druck. Eine solche Überlagerung, die gab es in den vergangenen Jahrzehnten nicht in diesem Ausmaß.

Auf was stellen Sie sich ein?

Anpassungsfähigkeit und Agilität werden noch wichtiger, um sich schnell auf neue Situationen einzustellen. Trotzdem bin ich optimistisch: BMW ist ein ausgesprochen agiles und reaktionsschnelles Unternehmen. Selbst in einem Jahr wie 2022 fertigen wir rund 2,4 Millionen Fahrzeuge, die eine hohe Nachfrage erfahren. Wir haben eine starke und hochmotivierte Belegschaft, die die richtigen Fähigkeiten hat, um auch

kommenden Herausforderungen erfolgreich zu begegnen. Dieser Faktor wird beim Blick von außen schnell unterschätzt – ist aber ein gewaltiger Wettbewerbsvorteil.

Lassen Sie uns auf China kommen: Mit wie viel Bangen lesen Sie jeden Tag die neusten Nachrichten aus und zu China? BMW hat dort starke Partner, große Werke, einen enormen Markt ...

„Miteinander sprechen ist besser als übereinander zu urteilen“

Und dieser Footprint wird auch in Zukunft ein wichtiger Pfeiler unseres Erfolgs sein. Ich halte es mit der Devise: Miteinander sprechen ist besser als übereinander zu urteilen. Deswegen bin ich sehr dankbar, dass ich die Gelegenheit hatte, Olaf Scholz im November 2022 auf seiner Reise nach China begleiten zu dürfen. Dieser Besuch des Deutschen Bundeskanzlers war für mich ein wichtiges Signal: Es ist unerlässlich, dass wir wieder an den intensiven Austausch anknüpfen, den wir vor den Corona-Restriktionen hatten. In Deutschland erleben wir im Moment eine risikofokussierte Sichtweise, während die Chancen der Kooperation zwischen Deutschland und China öffentlich zu wenig thematisiert werden. Und die öffentliche Diskussion über die Abhängigkeit von China ist zu eindimensional.

Inwiefern?

Die Abhängigkeiten sind nicht einseitig, sondern beidseitig. China ist der wichtigste Handelspartner Europas und Deutschland innerhalb Europas der größte Handelspartner von Chi-

na. Wir sollten nicht vergessen, was die Basis unseres Wohlstands ist: Gerade Deutschland profitiert überproportional vom weltweiten Handel, daran hängt ein wesentlicher Teil unserer Wertschöpfung. Ich wäre sehr dafür, dass wir weniger über Exit-Strategien sprechen, sondern über Entry-Strategien – also die Erschließung zusätzlicher Märkte. Also auch politisch in Chancen und Potenzialen zu denken. Denn natürlich können – und sollten – wir uns resilienter machen, indem wir auch mit anderen Partnern intensive Kooperationen auf Augenhöhe vereinbaren. Aber China dabei auszuklammern, ist weder denkbar noch zielführend. Hier ist auch die Politik gefragt, gerade mit Blick auf zentrale Aspekte wie faire Handelsbeziehungen und Lieferkettentransparenz. Was wir brauchen, ist eine klare und konsequente Strategie für Deutschland und Europa als Wirtschaftsstandort, die die richtigen Antworten gibt. Hier sehe ich noch Handlungsbedarf.

Lassen Sie uns die Dinge mal auf BMW herunterbrechen: Aus Russland hat sich BMW im Zuge des Angriffs auf die Ukraine zurückgezogen. Sollte China in Taiwan einfallen, wäre ein Rückzug aus dem chinesischen Markt nicht möglich?

gen ausgemacht. Wir beziehen als Unternehmen vergleichsweise wenige Rohstoffe aus Russland. Und auch die Refinement-Industrie ist in Russland nicht sonderlich ausgeprägt, die aus Rohstoffen Halbprodukte herstellt, die wir dann weiterverarbeiten. Was wir dort eingestellt haben, ist der Vertrieb – sonst gab es dort keine nennenswerten BMW-Aktivitäten. China hingegen ist ein wichtiger Lieferant sowie Produktions- und Entwicklungsstandort. Dort existiert eine ganz andere Dimension von Verflechtungen. Und ich möchte betonen: gegenseitiger Verflechtungen.

BMW ist einer der großen Wohlstands-Motoren für Bayern – als Wissenswerkstatt, Steuerzahler, Arbeitgeber und Ausbilder. Wird das auch in Zukunft so sein? Oder ist es damit auf absehbare Zeit vorbei?

Wir sind stark in Bayern verwurzelt – und das wird auch in Zukunft so sein. Wir haben acht Standorte in Deutschland, davon fünf hier in Bayern. Wir haben unser Forschungs- und Innovationszentrum hier in München, das wir weiter ausbauen. Wir haben 2022 in Deutschland Stellen aufgebaut, davon einen Großteil in Bayern. Und der Grund ist klar: Wir sind als Unternehmen auf Wachstumskurs und bleiben das

„Eine Überregulierung, die am eigentlichen Ziel vorbeigeht“

Ich werde nicht über geopolitische Szenarien oder deren mögliche Konsequenzen spekulieren. Klar ist, dass Russland eine vergleichsweise geringe Bedeutung für die gesamte Wertschöpfungskette hat. Der russische Markt hat 2021 weniger als zwei Prozent unserer weltweiten Auslieferung

auch. Und dieses Wachstum basiert auf Angebotsvielfalt – auch was die Antriebstechnologie angeht. Es mag Wettbewerber geben, die ihre Vielfalt eher beschneiden wollen und damit einen Schrumpfungskurs einschlagen. Da kann ich nur sagen: Das ist nicht unsere Idee.

Ihre Idee ist stattdessen?

Meine feste Überzeugung ist: Unternehmerischer Erfolg beruht auf Marktanteilen und Profitabilität. Deswegen ist es unser Ziel, im globalen Kontext Marktanteile zu gewinnen – und dabei hochprofitabel zu sein. Und zwar mit Produkten, bei denen der Kunde sagt, sie seien besser als

gulierung, die am eigentlichen Ziel vorbeigeht. Durch ihre Fokussierung auf Extremsituationen wie eine Fahrt im Gebirge bei -10 Grad Frost mit Anhänger und Dachbox würde sie wenig bis keine Wirkung für eine Verbesserung der Luftqualität in Städten entfalten – aber trotzdem sehr hohe Kosten mit sich bringen.

und globale Wettbewerbsfähigkeit? Wir brauchen einen realistischen und unverstellten Blick auf die Dinge: Unsere Wettbewerber – und damit meine ich nicht nur die in der Automobilindustrie, sondern quer durch alle Branchen – kommen aus Asien und Nordamerika. Und sie werden jede Chance nutzen, uns Marktanteile abzunehmen.

„Wir müssen uns in der EU wieder stärker fragen, wo wir unsere volkswirtschaftlichen Ressourcen eigentlich investieren sollten“

die der Wettbewerber. Dafür müssen wir dort präsent sein, wo unsere Kunden heute und in Zukunft sind. Wir sind jeweils ähnlich stark in den drei großen Weltregionen Europa, Asien und Amerika vertreten. Das zeichnet uns aus. Wir stellen aber auch fest, dass wir industriepolitisch gerade in Europa viel Gegenwind erfahren, der uns zunehmend Sorgen bereiten muss.

Zum Beispiel?

Ich kann die Motivation für bestimmte regulatorische Eingriffe aus Brüssel nachvollziehen – etwa, wenn es um einen wirksamen Kampf gegen den Klimawandel geht. Aber was wir zum Beispiel beim Vorschlag der EU-Kommission für eine neue Abgasnorm EU7 sehen, ist eine Überre-

Wie lässt sich die Luftqualität denn sonst verbessern?

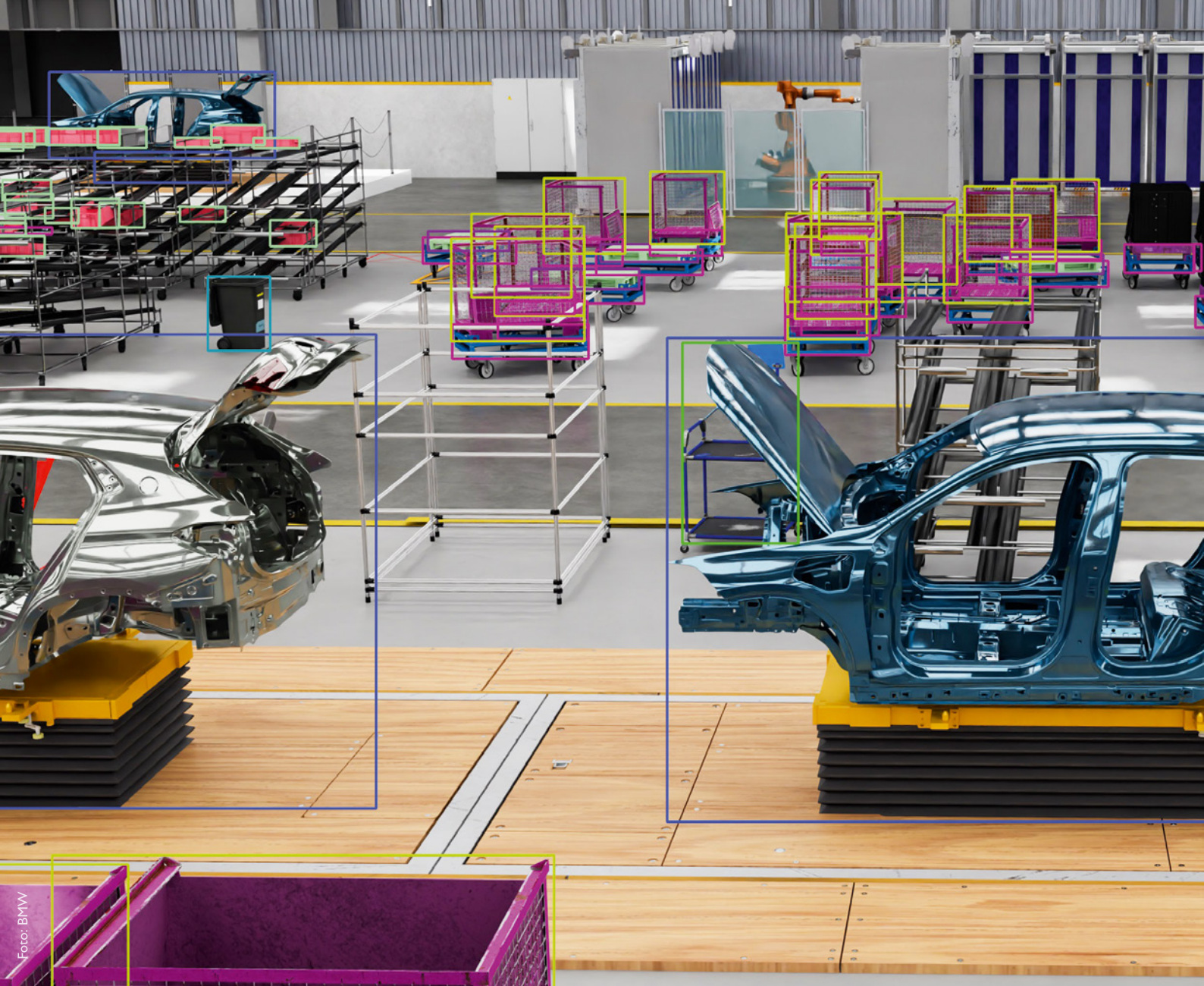
Es gab schon 2021 einen Vorschlag der Industrie, der deutlich strengere Grenzwerte im normalen Verkehr beinhaltet – worin der größte Hebel für die Luftqualität liegt. Wir müssen uns in der EU wieder stärker fragen, wo wir unsere volkswirtschaftlichen Ressourcen eigentlich investieren sollten: in Normen, die kaum Wirkung haben, oder in Wachstum

Und was schreiben Sie der Staatsregierung ins Stammbuch, damit der Standort Bayern ein guter Standort bleibt?

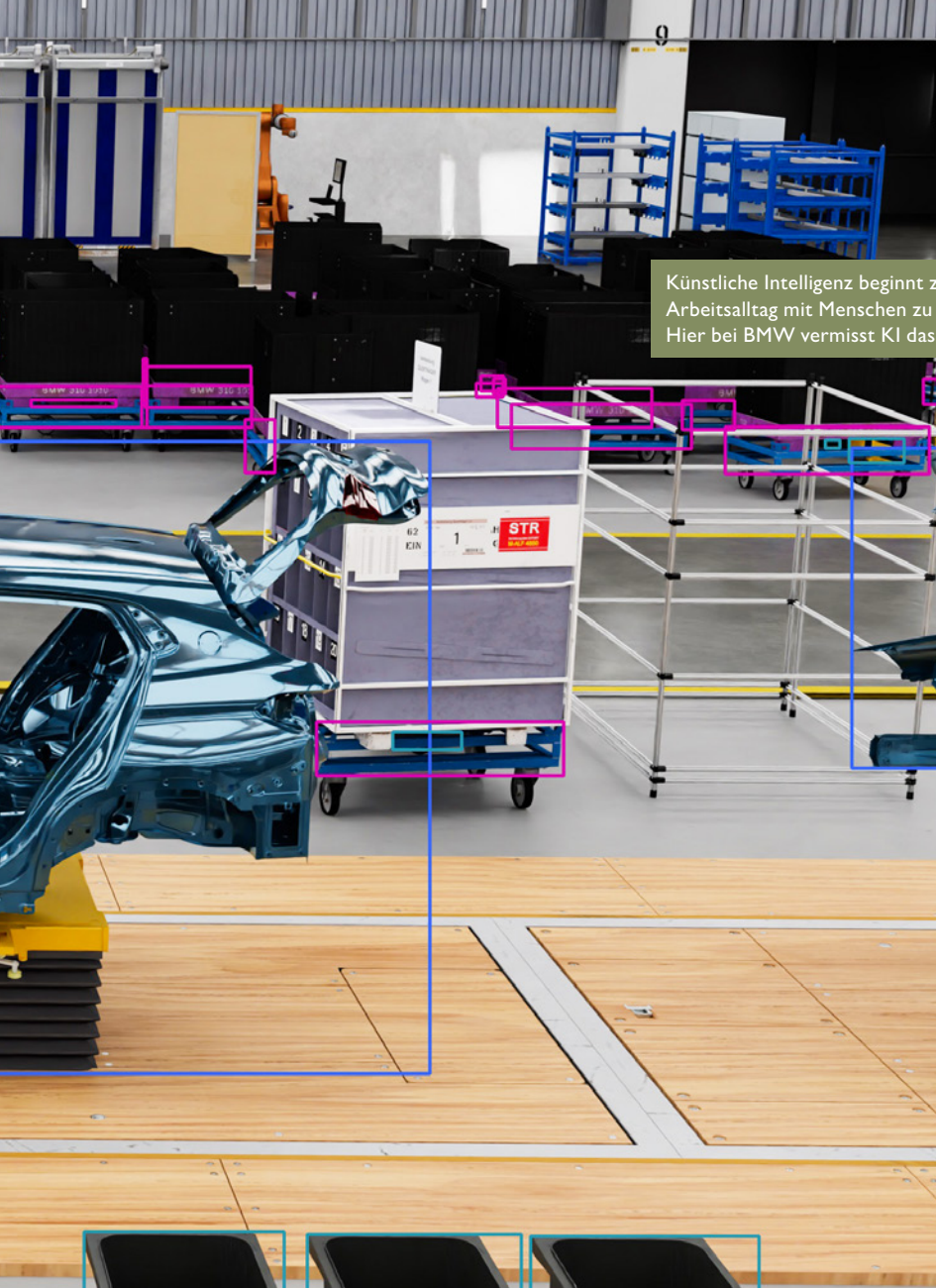
Bei der Industriepolitik erleben wir die Staatsregierung als wichtigen Partner. Beiden Seiten geht es darum, wirksamen Klimaschutz mit wirksamen Geschäftsmodellen zu verbinden, und zwar in Bayern und darüber hinaus. Da reicht es nicht, nur einen Aspekt in den Fokus zu nehmen – es muss immer ein ausgewogenes Zusammenspiel sein. Da erleben wir in Bayern häufig ein größeres Verständnis, dass es hier eine gesunde Balance braucht. ■

Oliver Zipse ist seit 2020
Vorsitzender des Vorstands
der BMW AG.





Leben 4.0



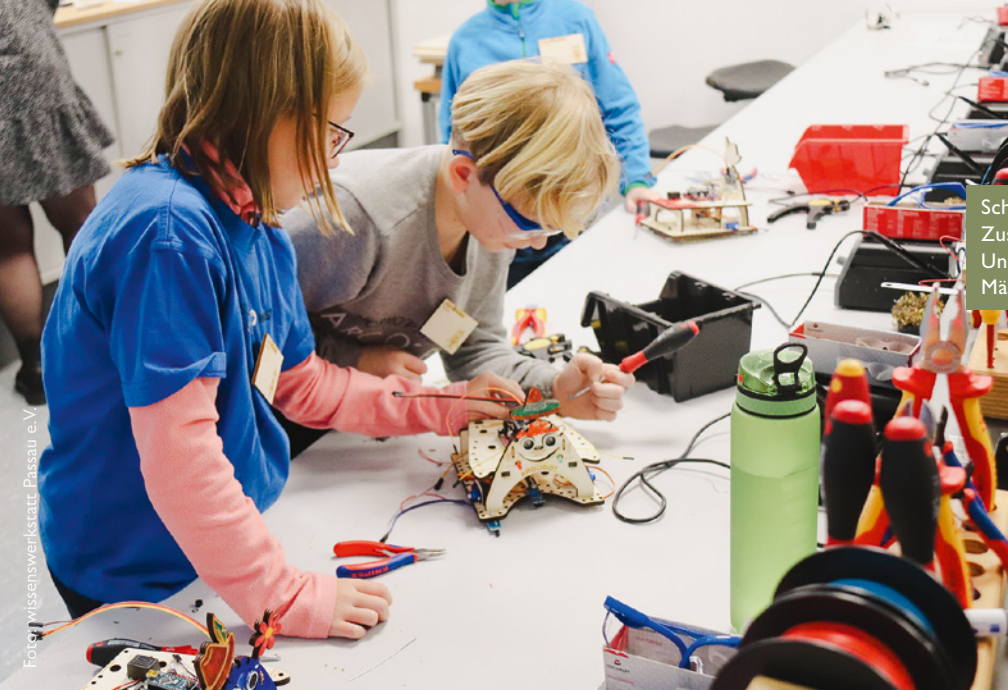
Künstliche Intelligenz beginnt zunehmend im Arbeitsalltag mit Menschen zu interagieren. Hier bei BMW vermisst KI das Arbeitsumfeld.

Dass kleine Container selbstständig durch die Werkshallen surren, um die richtigen Produktionsteile zur richtigen Zeit an den passenden Bandabschnitt zu bringen, ist längst nichts Neues mehr. Neu ist, dass der Prozess nicht mehr bis ins Detail vorausgeplant werden muss und die Loren nicht mehr auf festen Bahnen fahren, sondern völlig selbstständig ihren Weg wählen und dabei mit Hindernissen interagieren – etwa, indem sie mit großer Voraussicht die Menschen beachten, die ihre Bahnen kreuzen, und so größtmögliche Rücksicht nehmen. Das gelingt dank Künstlicher Intelligenz, ein Kern der Digitalisierung. Doch nicht nur in der Produktion, sondern auch im Alltag nimmt die Bedeutung dieser Technologien immer mehr zu.

Systeme, die auf der sogenannten Künstlichen Intelligenz (KI) basieren, geben die optimale Beladung von Spülmaschinen vor, parken Autos selbstständig ein. Intelligente Maschinen übernehmen mehr und mehr Routineaufgaben von den Menschen. Das gelingt dank Algorithmen, die dem System vorgeben, Muster und Gesetzmäßigkeiten zu erkennen und Lösungen zu entwickeln, sowie einer gigantischen, ständig anwachsenden Menge an Daten.

Das eröffnet der Wirtschaft viele neue Möglichkeiten. Es geht nicht mehr nur um Effizienz, sondern auch um neue Geschäftsmodelle, basierend auf Software und Daten. Digitale Ökonomie nennt man das. Selbstlernende Systeme schaffen den Raum für verbesserten und individualisierten Kundenservice und eine zielgenaue Ansprache. Schon heute kann ein

Die wahre digitale Revolution findet nicht mehr nur bei der Produktion, sondern in allen Bereichen der Unternehmen und im privaten Umfeld statt. Selbstregulierende und selbstlernende Systeme definieren unseren Alltag neu



Schon Kinder sollen Roboter programmieren. Zusammen mit dem Lehrstuhl für Informatik der Uni Passau macht die Wissenswerkstatt Passau Mädchen wie Buben neugierig auf Hightech.

Autokäufer sein Auto auf seine Bedürfnisse maßschneidern. Weitere Beispiele sind Handelsplattformen wie Zalando. Auf der Modeplattform können Stylisten gebucht werden, um das passende Outfit zu finden.

Dreistelliger Millionenbetrag dank KI gespart

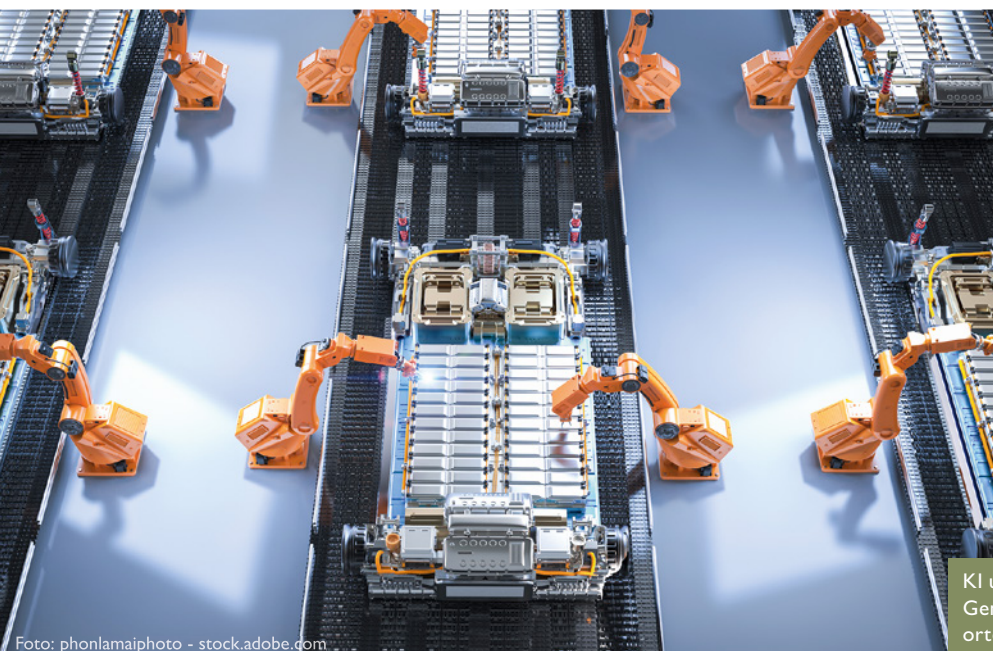
Künstliche Intelligenz (KI) oder auch Machine Learning sind ebenfalls beim Prüfungsprozess eine zuverlässige Unterstützung. Auch die Allianz

nutzt die Technologie, um eine zügige Schadenabwicklung zu gewährleisten und um Betrügereien auf die Spur zu kommen.

Die Anzahl der gemeldeten Schäden bei der Allianz Versicherungs-AG betrug im Geschäftsjahr 2021 2,3 Millionen Stück. Seit vergangenem Jahr werden die Schadenfälle mit geringer Komplexität vollständig KI-basiert kalkuliert“, teilt das Unternehmen mit. Dadurch können Schadenfälle unkompliziert abgewickelt werden. „KI in der Betrugsabwehr wird in der

Zukunft ein weiteres Medium, ein weiterer Baustein zur Erkennung eines dubiosen Vorgangs sein“, so eine Unternehmenssprecherin. Aufgrund vorhandener Daten, die ständig ergänzt werden, und Algorithmen, die nach einem zuvor festgelegten Schema programmiert wurden, sucht das System bei der Prüfung von Schadenfällen Ansatzpunkte, die auf einen Betrug hindeuten.

„Allerdings ist dies nur ein weiterer Indikator, um auf einen Vorgang durch einen Menschen näher draufzuschauen. Die Bewertung erfolgt nach wie vor vom Betrugsabwehrspezialisten und der Faktor Mensch wird auch in der Zukunft eine weitere wichtige Rolle spielen, um Einzelfallentscheidungen vorzunehmen“, so eine Unternehmenssprecherin. Identifiziert das System „Auffälligkeiten“, werden diese aber schon jetzt ausgesteuert und von einem Experten oder einer Expertin untersucht. Mit Erfolg. Von den Betrugsversuchen konnten 2021 gegenüber dem Vorjahr ein Fünftel mehr aufgedeckt werden. Das ersparte der Assekuranz einen dreistelligen Millionenbetrag. Die digitalen Möglichkeiten sind nicht neu und haben in den weltweiten Werkshallen bereits ganze Arbeit geleistet. Der Einsatz hat aber noch einen weiteren Effekt. Das Auslagern von Produktionsaufträgen ins Ausland dürfte zurückgehen. Denn mit Einzug der Roboter in die Werkshallen büßen Niedriglohnländer ihre Attraktivität ein. Die Standortfrage verliert also an Bedeutung und man



KI und Robotik bilden eine Gemeinschaft, die die Standortchancen deutlich erhöht.

kann aufgrund der Erfahrung aus Krise und Corona davon ausgehen, dass die Unternehmen Teile ihrer Fertigungen wieder „nach Hause“ holen, prognostiziert Dr. Thieß Petersen, Wirtschaftsexperte der Bertelsmann Stiftung. Im internationalen Wettbewerb stehen davon abgesehen die deutsche Regierung und die Wirtschaft noch vor großen Herausforderungen in Sachen Künstliche Intelligenz. Will der Standort Deutschland attraktiv bleiben, setzt das voraus, dass wir Kenntnis und Kompetenz aufbauen. Doch dass hier noch Luft nach oben ist, zeigen die neusten Zahlen zu Patentanmeldungen: In der Sparte Computertechnik, die vor allem auf KI und maschinelles Lernen setzt, liegen die USA im Jahresbericht 2021 des Deutschen Patent- und Markenamts mit 5.943 Patenten vorn, China folgt auf dem zweiten Platz mit 2.017 Anmel-

dungen. Deutschland rangiert mit 1.814 Patenten auf dem dritten Platz. Die Digitalisierung ist die größte Herausforderung seit Beginn der Industrialisierung. Dafür stellte die Bundesregierung Mittel zur KI-Förderung von bisher 2,9 Milliarden Euro bereit. Deutschlands Wirtschaft wird künftig nicht mehr produzieren, sondern programmieren. Das will gelernt sein. 204 Studiengänge mit KI-Schwerpunkt und 168 Studiengänge mit Data-Science-Schwerpunkt lehren in Deutschland Themen rund um die KI. Doch auch die Schulen müssen hier nachlegen. Zwar gibt es in elf Bundesländern einen verpflichtenden IT-Unterricht. Doch Bayern geht weiter.

Bayern macht Schule

Die Landesregierung startet den Modellversuch „KI@school“: 15 Schulen sollen dabei in den nächsten fünf Jah-

ren mit Unterstützung der vbw unter strenger Einhaltung der datenschutzrechtlichen Vorgaben verschiedene pädagogische Konzepte und Lernsettings entwickeln, in denen auf Komponenten der Künstlichen Intelligenz zurückgegriffen wird. Das Grundwissen wird über Lehrplattformen vermittelt. Kinder und Jugendliche wachsen also mit der Digitalisierung auf.

Kultusstaatssekretärin Anna Stolz: „Künstliche Intelligenz ist ein Schlüssel zur Welt von morgen. Wir alle nutzen sie, doch nur wenige wissen, wie sie eigentlich funktioniert.“ Um einen Platz unter den führenden Nationen zu sichern, sind die digitalen Technologien und Kompetenzen entscheidend. Das Thema gehört also oben auf die Tagesordnung von Wirtschaft und Politik. Ansonsten verlieren wir als Standort im globalen wirtschaftlichen Wettbewerb. ■

Anzeige

Die Druckerei der Fotografen.

PASSAVIA
passion for print

PASSAVIA ist die Qualitätsadresse internationaler Verlage, weltbekannter Museen und der besten Fotografen für Kunst- und Fotodruck „Made in Germany“. Als besonderes Privileg sehen wir die Bezeichnung „Die Druckerei der Fotografen“. In den vergangenen Jahren durften wir zahlreiche international renommierte Fotografen zum Andruck begrüßen – von den „Jägern des Lichts“ Ingo Arndt und Bernd Römmelt über Sebastião Salgado, Michael Martin, Stefan Moses (*) bis hin zu Anton Corbijn und Annie Leibovitz.



„KUNST KOMMT
VON KÖNNEN.“



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

Jetzt bewerben – job@passavia.de

ELTERN UNTERSTÜTZEN

Die „*Sommerkinder*“ – ein Angebot zur betrieblichen Ferienbetreuung



Für die „Sommerkinder“ der gfi gibt es während der Schulferien verschiedene Aktivitäten und Workshops.

Viele Arbeitgeber unterstützen ihre Beschäftigten mit Ferienprogrammen für deren schulpflichtige Kinder. Die Gesellschaft zur Förderung beruflicher und sozialer Integration (gfi) – ein Unternehmen des Bildungswerks der Bayerischen Wirtschaft – bietet Betrieben ein solches Betreuungsangebot an



Foto: Getty Images/iStockphoto

Die Urlaubsplanung stellt Unternehmen und Eltern oft vor Herausforderungen – insbesondere dann, wenn keine Familienangehörigen zur Verfügung stehen, die auf die Kinder aufpassen könnten. So ergeht es auch Stefanie Thompson. Ihre Tochter Lisa-May nahm bereits dreimal während der Schulferien am „Sommerkinder-Programm“ der gfi teil. „Für uns ist das eine sehr gute Betreuungsoption, da unsere Großeltern nicht

hier wohnen“, so die Angestellte der Audi AG in Ingolstadt. Bei dem Automobilhersteller sind die „Sommerkinder“ bereits seit über zehn Jahren ein fester Bestandteil im Angebot für seine Beschäftigten.

Dr. Ute Röding, Leiterin Corporate Citizenship bei der Audi AG, erklärt, welche Vorteile für das Unternehmen bestehen: „Im Bestfall gibt es zufriedene Eltern, die ihren Nachwuchs gut betreut wissen, und glückliche

Kinder, die an einem tollen und abwechslungsreichen Ferienprogramm teilnehmen können. Die Vereinbarkeit von Beruf und Familie ist schließlich eine gesamtgesellschaftliche Herausforderung. Audi übernimmt hier Verantwortung. Dies wirkt sich auch positiv auf die Wahrnehmung von Audi als familienfreundlichem Arbeitgeber aus.“ In Ingolstadt nahmen im letzten Jahr insgesamt 170 Kinder von

Audi-Angestellten das Angebot in Anspruch.

Regional und vielfältig unterwegs

Jedes Jahr arbeiten die Pädagogen der gfi ein neues Motto mit einem abwechslungsreichen Programm aus. Für die „Sommerkinder“ gibt es verschiedene Aktivitäten und Workshops – auch im Freien. So erkunden sie gemeinsam die Umgebung und besuchen regionale Attraktionen oder kulturelle Stätten. Spaß und spielerisches Lernen stehen dabei immer im Vordergrund. „Unsere Tochter Lisa-May liebt es, bei den ‚Sommerkinder‘ dabei zu sein. Sehr gut gefallen ihr immer die gemeinsamen Ausflüge, beispielsweise ins Stadtmuseum“, so Stefanie Thompson.

Die Mitarbeiter der gfi bauen zudem die betrieblichen Möglichkeiten ins Programm mit ein: In Ingolstadt lernten die Kinder beispielsweise die Arbeit der Audi Werkfeuerwehr kennen. Bereits jetzt steht die Planung für den Sommer 2023: Die „Sommerkinder“ werden eine Fantasiereise unternehmen, jede Ferienwoche hat einen anderen Schwerpunkt: Mär-

chen und Zauber, Abenteuer, Filmmusik und das Weltall.

Gute Ferienbetreuung ermöglicht Arbeit der Eltern

Über diese Angebotsvielfalt freut sich Viktoria Bürle, Angestellte beim Handelsunternehmen MediaMarktSaturn: „Unsere Kinder lieben die verschiedenen Bastel-, Spiel- und Ausflugsmöglichkeiten und vor allem die ‚coole Party‘ zum Abschluss. Wenn ich sie am letzten Tag abhole, bekomme ich immer gleich zu hören, doch bitte sofort für das nächste Jahr zu buchen.“

Die Mutter von zwei Schulkindern schildert, wie schwierig es ist, die Betreuung in den Schulferien zu gewährleisten. „Die Urlaubstage reichen einfach nicht aus. Deswegen ist es für uns als in Vollzeit berufstätiges Elternpaar sehr hilfreich, das Angebot der gfi in den Sommerferien zu nutzen.“

Knapp 40 Kinder wurden 2022 bei der Elektronikfachmarktkette in der Ingolstädter Zentrale betreut.

Viktoria Bürles Kinder sind bereits seit vier Jahren Teilnehmer. „Ich bin dankbar, dass dieses tolle Angebot zudem von meinem Arbeitgeber bezahlt wird.“

Iris Prüfer, verantwortlich bei der MediaMarktSaturn Retail Group, betont die Motive des Unternehmens: „Ohne diese organisatorische und finanzielle Unterstützung könnten unsere Mitarbeiter diese Zeit nicht so gut überbrücken. Die Vereinbarkeit von Beruf und Familie ist ein zentrales Element unserer familienbewussten Personalpolitik und das Programm ‚Sommerkinder‘ am Standort Ingolstadt spielt hierbei eine wesentliche Rolle. Die positiven Rückmeldungen unserer Mitarbeiter sind der beste Beweis dafür.“

Nah an den Bedürfnissen der Beteiligten

Seit 2004 existiert bayernweit das betriebliche Ferienbetreuungsangebot der gfi für Sechs- bis Zwölfjährige. Im Jahr 2022 wurden rund 700 Kinder an acht gfi-Standorten in rund 60 Unternehmen betreut. „Seit vielen Jahren bieten wir den Unternehmen und ihren Mitarbeitern ein pädagogisches Betreuungsangebot. Dabei versuchen wir den Bedürfnissen der Eltern entgegenzukommen – unter anderem durch eine Betreuungsdauer nach Bedarf“, so Uwe Worbach, Leiter des Fachbereichs „Eltern und Schule“ der gfi.

2023 werden die Ferienprogramme der „Sommerkinder“ vom 31. Juli bis zum 25. August stattfinden. Betriebe, die Interesse haben, wenden sich direkt an die gfi unter: info@die-gfi.de.

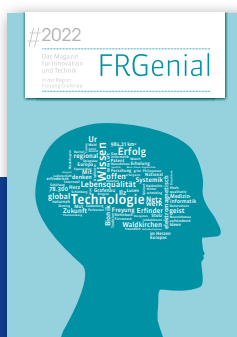
Die Gesellschaft zur Förderung beruflicher und sozialer Integration (gfi) ist ein Unternehmen des Bildungswerks der Bayerischen Wirtschaft (bbw-Gruppe). bbw.de

Zur Webseite der gfi geht es unter die-gfi.de



Die „Sommerkinder“ im August 2022 zu Besuch bei der Audi Werkfeuerwehr in Ingolstadt.

Verlag
Magazine Lektor
 Herausgeber
Urheberrecht Cellophanierung **Autor**
 Schriftmuster **Broschüre**
Tageszeitung Hardcover **Papier**
 Klammerheftung **Workflow**
Bildband



PNP Sales GmbH

Medienstraße 5
 Tel. 0851/802-594

94036 Passau
www.pnp.de

Passauer Neue Presse

Schon die Pfeifen einer Orgel
beeindrucken. Richtig spannend
wird die Technik im Inneren.

HANDWERK

Mit Freude am Außergewöhnlichen

ORGELBAUER WOLFGANG SCHOBER ist Spezialist für die komplexe Mechanik hinter dem perfekten Klang des Instruments, das in keiner Kirche fehlen darf

Wolfgang Schober ist kein Musiker. Er hat nie ein Instrument gelernt. Schober widmete seine Freizeit dem Training als Leichtathlet, war als junger 100-Meter-Läufer Mitglied im C-Kader. Ein spezielles musikalisches Gespür hat er sich dennoch angeeignet. Beruflich durchdringt er das komplizierteste aller Instrumente, die Orgel. Schober und seine Frau Anita bauen, restaurieren, hegen und pflegen die Kirchenorgeln – und sind dazu das ganze Jahr unterwegs – mitunter an den höchsten Feiertagen. Auf ihre Fertigkeit vertrauen rund 200 Pfarreien.

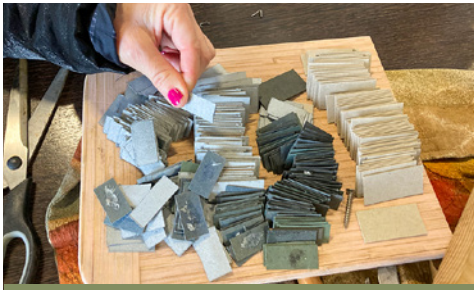
Natürlich kommt es vor, dass sich Organisten kurz vor Feiertagen melden, weil ihre Orgel nicht so klingt wie ge-

wohnt. Anita und Wolfgang Schober ließen schon die eigenen Vorbereitungen an Heiligabend sausen, um zu einer Orgel in einer Pfarrei auszurücken, die wichtige Töne nicht mehr richtig traf. Die Ursache war schnell gefunden. Der Frauenbund war in der Woche zuvor mit dem Aufbau des Christbaums beschäftigt und hatte kräftig eingeheizt. In der Folge trockneten die Membranen aus, die Luftzufuhr und -abfluss regeln. Sie sind aus Leder. Also stellte das Ehepaar auf der Empore Wassereimer auf, lagerte nasse Lappen und Tücher, wischte den Holzboden nass, damit das Leder in hoher Luftfeuchtigkeit wieder geschmeidig wurde ... Jedenfalls konnte die Orgel den Gesang der

Mettenbesucher am Ende harmonisch begleiten.

Orgeln beeindruckten mit ihren mannshohen Pfeifen, den Registern, und Pedalen und der oft aufwendig und künstlerisch gestalteten Zierde. Richtig spannend aber, sagt Wolfgang Schober, wird es im Inneren. Da nämlich wirkt ein komplexes Zusammenspiel von Luftflüssen, die über Bälge, Ventile, Filter, Membranen, Kegel, Gewichte, Kanäle und Spiralen dirigiert werden. Alles ist aufeinander abgestimmt. Ist in einem der Teile nur ein Millimeter verstellt, dann gilt die Orgel als verstimmt.

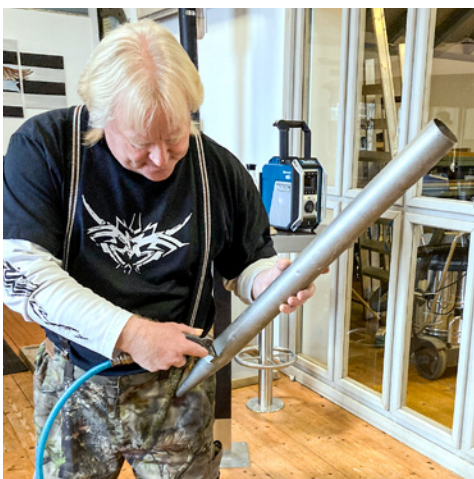
Die Organisten behelfen sich, indem sie in der Regel eben einfach nicht alle Register ziehen. Weil die äußeren Ein-



Kleine Lederteile werden zurechtgeschnitten – für die Membranen, die die Luftzufuhr steuern.



Die Metallpfeife hat ein Hütchen mit rotem Filz, das sich auf und ab bewegt. Der Stoff kann verrutschen oder schadhaft sein.



Tausende von Pfeifen reinigt das Ehepaar Schober jedes Jahr.

flüsse gerade in einer Kirche enorm sind, ist das häufig der Fall. Im Winter ist es kalt, im Sommer heiß. Das macht nicht nur den Holzteilen zu schaffen. Manchmal setzen zudem Mäuse den Orgeln zu. Auch Marder oder Fledermäuse. Vögel verirren sich ins Innere und schaden mit ihrem Kot selbst den Metallteilen. Am häufigsten ist jedoch der Wurm drin: der „gemeine Nagekäfer“ oder der Holzbock. Dann nimmt Schober die betroffenen Holzteile mit. In seiner Werkstatt in Plattling breitet er die Einzelteile aus, reinigt oder baut sie nach.

„Das Außergewöhnliche hat mich schon immer gefreut“, sinniert Wolfgang Schober. Und zur Orgel und dem Handwerk des Orgelbaus kam er zwangsläufig. Sein Ausbildungsbetrieb befand sich nahe dem Elternhaus. Trotz seiner Begabung für das Handwerk verpflichtete er sich nach der Lehre für die Sportkompanie der Bundeswehr. Doch in der Kompanie hat er seinen Beruf schnell vermisst: Die Ruhe in der Kirche, das ungestörte Arbeiten, die konzentrierte Puzzlearbeit und den perfekten Klang, mit dem die Mühe belohnt wird.

Der junge Mann absolvierte nur die Pflichtzeit und widmete sich wieder dem Orgelbau. 1985 war er der jüngste Orgelbaumeister in Deutschland – und strebte in die Selbstständigkeit. Nachts ging er zur Schicht in den nahen Industriebetrieb, tagsüber wälzte er stapelweise Telefonbücher, um die Pfarreien abzu telefonieren und sich als Orgelbauer vorzustellen. „Im ersten Jahr nach der Gründung hatte ich 6.000 D-Mark Umsatz“, erzählt Schober. Die Werkstatt befand sich anfangs in der Garage der Eltern. Doch die hartnäckige Akquise und eine anschließend zuverlässige Auftragsabwicklung sorgten dafür, dass sich eine Mundpropaganda in Gang setzte, von der Schober bis heute profitiert. Pfarrer, Mesner, Organisten und sogar Bayerns oberste Denkmalpfleger empfahlen und empfehlen den Orgelbauer weiter.

Die Familie errichtet im Gewerbegebiet ein Wohnhaus und eine Werkstatt, die als ansprechender Gewerbebau ausgezeichnet wurde. Ein erster Auftrag für den Bau einer neuen Orgel war eine Leihorgel für die Diözese Passau, die für den Transport von Einsatzort zu Einsatzort auseinander- und wieder zusammengebaut werden musste. Sie bestand aus drei Pfeifenreihen mit jetzt 56 Pfeifen. Jede der Zinnpfeifen war eine Einzelanfertigung. Für die Pfeifen hat Schober sich einen Partner gesucht – den Pfeifenbauer Meisinger in Simbach am Inn. Ein Orgelbauer, sagt Schober, habe nicht nur ein Handwerk gelernt, sondern sei Schreiner, Schlosser, Elektriker, technischer Zeichner, versteht etwas von Pneumatik. Und man lerne eigentlich nie aus. Jede Orgel ist außergewöhnlich, jeder der Erbauer hat seine spezielle Handschrift hinterlassen. Eine Besonderheit war für Wolfgang Schober, dass er an der Ausstattung des Orgelmuseums Kelheim mitwirken durfte. Das einmalige Projekt hat der ehemalige Oberkonservator des Bayerischen Landesamts für Denkmalpflege, Sixtus Lampl, vorangetrieben. Der Historiker und Musikwissenschaftler kannte Schober. „Er hat mir ganz freie Hand gelassen.“ Zu Anschauungszwecken konstruierte er drei verschiedene Orgeln. Hinter Plexiglas ist zu sehen, was passiert, wenn der Instrumentalist ein Register zieht oder die Tastatur für ein hohes C einhakt, das sich dann mit weiteren Tönen mischt. An der pneumatischen Anlage wiederum kann der Besucher verfolgen, wie sich die Membranen aus Leder heben und senken und Kegel bewegen und so den Zu- und Abstrom der Luft steuern, die schließlich in die Pfeife strömt und dort den Ton erzeugt, in den kleinen die hohen Töne, in den großen die tiefen. Ein drittes Museumsmodell, „eine vollautomatische Schleifladenanlage“, zeigt den Mechanismus, der beim Drücken der Taste ausgelöst wird und am Tonventil endet. Die drei Modelle sind, um auch das anschaulich zu machen,

mit verschiedenen Arten von Blasebälgen ausgestattet, die für die Luftzufuhr sorgen: Ein großer Magazinbalg mit Steinen als Gewicht, ein stehender Blasebalg mit Trapezfedern sowie ein über Kopf eingebauter hängender Balg.

In heißen Sommern sind die Schobers gefordert. Blasebälge befinden sich häufig unter dem Kirchendach, wo sie bei Temperaturen von 45 Grad leicht Risse bekommen. Derzeit liegen in Schobers Werkstatt Hunderte kleiner Ledermembranen. Sie gehören etwa zur Kirche St. Ulrich in Obergangkofen nahe Landshut, sind bis zu hundert oder mehr Jahre alt und müssen erneuert werden. Dazu schneiden Anita und Wolfgang Schober Leder mit Schablonen zu Blättchen. Außerdem bauen sie Taschenmembranen nach. Die sind so groß wie Zündholzschachteln. Die von einer der fast 500 Membranen ausgelöste Pneumatik sorgt dafür, dass sie sich aufblasen und wieder zusammenfallen und Federspiralen bewegen, die wiederum Ventile öffnen oder schließen beziehungsweise die Einstellung bei gezogenem Register halten.

Orgelpfeifen aus Zinn und Blei reinigt Schober mit Pressluft, prüft dann den Ton, indem er selber hineinbläst. An der Öffnung der Pfeife befindet sich ein Röllchen, das vibriert, wenn die Luft hindurchströmt. „Ich muss es oft nur minimal verstellen, dass der Ton wieder passt.“ Und wenn Schober die sogenannte Stimmkrücke nach unten schiebt, gibt das einen höheren Klang und umgekehrt. Für die Zungenpfeifen überprüft er eine dünne Metallzunge im Pfeifeninneren. Deren Schwingung erzeugt den Ton. Den Zungenregistern muss der Orgelbauer die meiste Aufmerksamkeit widmen. „Sie sind verstimmt“, heißt es oft. „Das ist streng genommen falsch. Die Metallteile behalten immer die gleiche Form. Verstimmt dagegen sind alle anderen Teile, zu denen die Zungenpfeifen dann nicht mehr passen.“ Das passiert oft – nach Unwettern etwa, wenn sich die Temperatur schnell ändert. Wenn dann ein Konzert ansteht, muss erstmal der Orgelbauer anrücken und die Harmonie der komplexen Mechanik wiederherstellen. ■



In der Werkstatt bereiten Anita und Wolfgang Schober Details für die Restaurierung vor, schneiden etwa das Leder für die Membranen zurecht.

Fotos: Sandra Hatz

Das Orgelmuseum Kelheim zeigt restaurierte Orgeln – und solche, die demonstrieren, wie die Technik funktioniert. Wolfgang Schober hat dafür alte Instrumente restauriert und neue gebaut.

Eines der Hauptprobleme, das den Orgeln zusetzt, ist der Wurm.



Fotos: Regina Wagner-Hopfe



Prof. Dr. Michael Piazzolo MdL, Bayerischer Staatsminister für Unterricht und Kultus



Bertram Brossardt, vbw Hauptgeschäftsführer



Katharina Schulze MdL, Fraktionsvorsitzende Bündnis 90/Die Grünen im Bayerischen Landtag

BILDUNGSPOLITIK IN BAYERN AUF DEM PRÜFSTAND

Auf dem hybriden Kongress diskutierte die vbw gemeinsam mit dem Bayerischen Kultusminister Professor Dr. Michael Piazzolo MdL und Parteivertreterinnen und -vertretern aus dem Bayerischen Landtag über aktuelle Herausforderungen in der bayerischen Bildungspolitik. Die vbw forderte, das enorme Potenzial digitaler Bildung in allen Bildungsstufen zu nutzen.



Die Diskussion mit Politikern und Experten konnten Interessierte on- und offline verfolgen.



Moderatorin **Jeanne Turczynski**, Redakteurin Bildung und Wissen, Bayerischer Rundfunk, mit den Podiumsteilnehmern **Florian von Brunn MdL**, Vorsitzender der SPD-Landtagsfraktion, **Matthias Fischbach MdL**, bildungspolitischer Sprecher der FDP-Fraktion im Bayerischen Landtag, **Katharina Schulze MdL**, Fraktionsvorsitzende Bündnis 90/Die Grünen im Bayerischen Landtag, **Thomas Kreuzer MdL**, Fraktionsvorsitzender der CSU im Bayerischen Landtag, Staatsminister **Prof. Dr. Michael Piazzolo MdL** und **Bertram Brossardt**



Moderator **Wolfram Weltzer**, Bayerischer Rundfunk, Staatsministerin **Ulrike Scharf MdL**, **Lorenz Siegel**, Quabi-Preisträger, Industriemechaniker, Wanzl GmbH & Co. KGaA, **Bertram Brossardt**

Im Rahmen der Eröffnung der Berufsbildungsmesse in Nürnberg nahm vbw Hauptgeschäftsführer Bertram Brossardt zusammen mit Staatsministerin Ulrike Scharf MdL, Staatsministerium für Familie, Arbeit und Soziales, an einem Messerundgang teil. Der vbm – Verband der Bayerischen Metall- und Elektro-Industrie e. V. ehrte dabei gemeinsam mit Staatsministerin Ulrike Scharf die zwei besten Auszubildenden in der bayerischen Metall- und Elektro-Industrie für ihre hervorragenden Leistungen mit dem Quabi-Preis.



v. l. n. r.: **Dr. Marc Beise**, Moderator der Podiumsdiskussion, Süddeutsche Zeitung, **Zoltan Elek**, Geschäftsführer, Landwärme GmbH, **Daniel Föst** MdB, bau- und wohnungspolitischer Sprecher der Bundestagsfraktion, FDP, **Dr.-Ing. Stephan Herrmann**, Lehrstuhl für Energiesysteme, TUM und Reverion GmbH, **Markus Hümpfer** MdB, Berichterstatter der SPD-Bundestagsfraktion für Bioenergie im Ausschuss für Klimaschutz und Energie, **Martin Stümpfig** MdL, Sprecher Energie und Klimaschutz, stv. Vorsitzender Ausschuss für Wirtschaft, Landesentwicklung, Energie, Medien, Digitalisierung, Bündnis 90/Die Grünen, **Christine Völzow**, Leiterin der Abteilung Wirtschaftspolitik, vbw – Vereinigung der Bayerischen Wirtschaft



Bertram Brossardt,
Hauptgeschäftsführer der vbw

BIOMETHAN – DIE CHANCE FÜR ENERGIEVERSORGUNGSSICHERHEIT

Die vbw diskutierte mit Expertinnen und Experten über das Potenzial von Biomethan als nachhaltige Energiequelle und wie der Ausbau der Ressource beschleunigt werden kann. Die Teilnehmer des Kongresses warben für ein klares Bekenntnis der Politik zu Biomethan sowie den Abbau regulatorischer Hürden.

KLIMAPOLITIK NACH SHARM EL SHEIKH

Vertreterinnen und Vertreter aus Politik und Wirtschaft diskutierten auf einem vbw Kongress über die Ergebnisse der 27. UN-Klimakonferenz in Sharm El Sheikh und deren Folgen für die europäische und nationale Klimapolitik sowie die Wirtschaft. Die Podiumsteilnehmer waren sich einig, dass Klimaschutz, Versorgungssicherheit und wettbewerbsfähige Energiepreise miteinander in Einklang gebracht werden müssen.



Stefanie Hiesinger, Mitglied des Kabinetts des Executive Vice President Frans Timmermans, Europäische Kommission, Brüssel



Dr. Uwe Lauber, Vorsitzender des Vorstands, Technologievorstand, MAN Energy Solutions SE, Augsburg



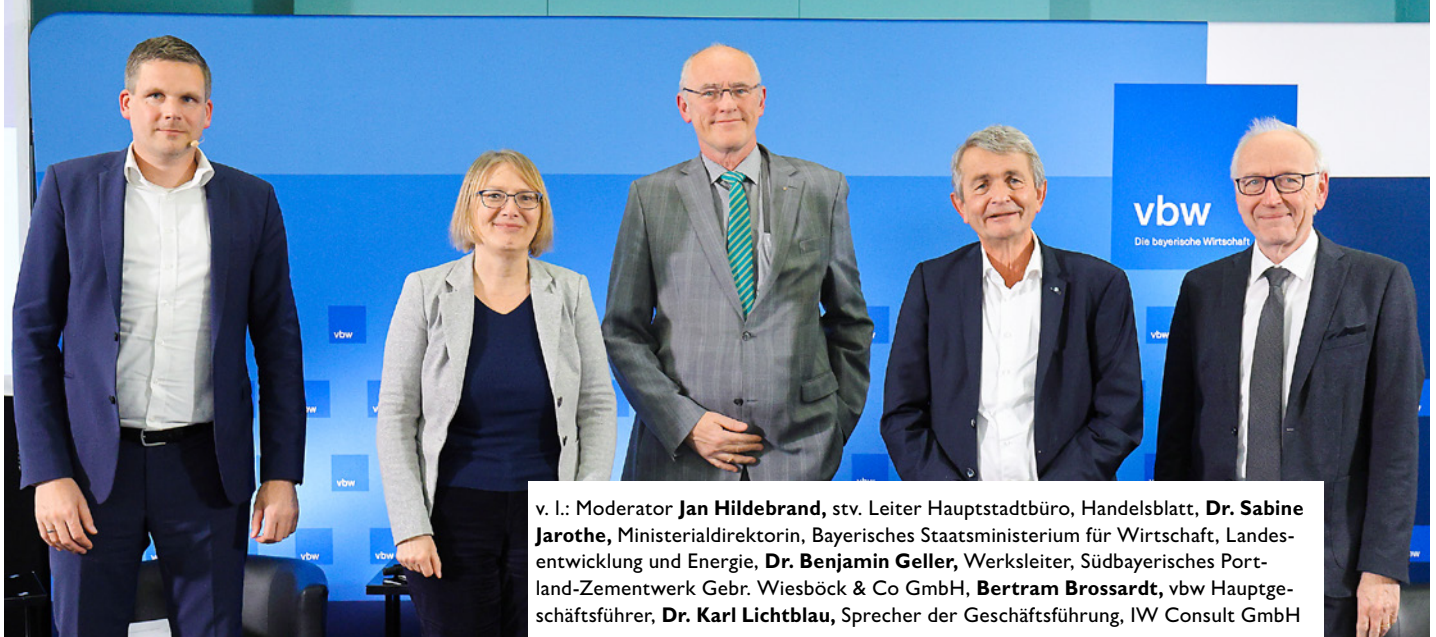
v. l.: **Dr. Uwe Lauber**, **Stefanie Hiesinger**, **Rainer Häring**, Direktor Energie, UPM GmbH, Augsburg, **Christine Völzow**, Moderator **Dr. Marc Beise**, Leiter der SZ-Wirtschaftsredaktion, Süddeutsche Zeitung



Christine Völzow, Geschäftsführerin und Leiterin der Abteilung Wirtschaftspolitik, vbw – Vereinigung der Bayerischen Wirtschaft e. V., München

ROHSTOFFVERSORGUNG LANGFRISTIG SICHERN

Auf ihrem Kongress erörterte die vbw mit Experten Wege zu einer sicheren Rohstoffversorgung. Im Rahmen der Veranstaltung stellte der Verband auch die aktualisierte vbw Studie „Rohstoffsituation der bayerischen Wirtschaft“ vor.



v. l.: Moderator **Jan Hildebrand**, stv. Leiter Hauptstadtbüro, Handelsblatt, **Dr. Sabine Jarothe**, Ministerialdirektorin, Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie, **Dr. Benjamin Geller**, Werksleiter, Südbayerisches Portland-Zementwerk Gebr. Wiesböck & Co GmbH, **Bertram Brossardt**, vbw Hauptgeschäftsführer, **Dr. Karl Lichtblau**, Sprecher der Geschäftsführung, IW Consult GmbH

ENERGIEWENDE: VERFAHREN AUF ALLEN EBENEN BESCHLEUNIGEN

Die vbw hat zum elften Mal eine Zwischenbilanz zum Stand der Energiewende vorgelegt. Dr. Almut Kirchner, Direktorin von Prognos, präsentierte die Ergebnisse des 11. Monitorings. Kirchner und vbw Hauptgeschäftsführer Bertram Brossardt waren sich einig, dass der Ausbau der Netze und der Erneuerbaren Energien konsequenter vorangetrieben werden muss. Planungs- und Genehmigungsverfahren müssen auf allen Ebenen beschleunigt werden.



v. l.: Moderator **Dirk Vilsmeier**, Wirtschaftsredakteur, BR, **Dr. Almut Kirchner**, Direktorin/Partnerin, Prognos AG, **Bertram Brossardt**, vbw Hauptgeschäftsführer



Dr. Ann-Kristin Stenger, Hauptgeschäftsführerin, Verband der Privatkrankenanstalten in Bayern e. V.

REHA-GIPFEL ZUR ZUKUNFT DES STANDORTS BAYERN

Reha- und Vorsorgekliniken sehen sich mit existenzbedrohenden Problemen konfrontiert. Insbesondere die gestiegenen Energie- und Wärmekosten belasten den Sektor. Die vbw hat daher zusammen mit dem bayerischen Gesundheitsminister Klaus Holetschek erneut zum Reha-Gipfel geladen und diskutiert, wie die Einrichtungen zielgerichtet unterstützt werden können.



Wolfram Hatz (l.), vbw Präsident, begrüßt Bayerns Gesundheitsminister **Klaus Holetschek**, MdL.

FOLGEN DER MIDTERMS AUF DIE WIRTSCHAFT

Nach den Zwischenwahlen in den USA, bei denen große Teile des Kongresses neu gewählt wurden, traf sich die vbw zum Austausch mit Amerika-Experten, um die Folgen auf die Wirtschaft und auf die transatlantische Partnerschaft zu erörtern. Im Fokus der Veranstaltung stand die transatlantische Partnerschaft nach den Midterms. Das Podium forderte, dass die EU und die USA bei handels- und industriepolitischen Differenzen wie dem Inflation Reduction Act nach gemeinsamen Lösungen im Trade and Technology Council suchen.

Fotos: vbw



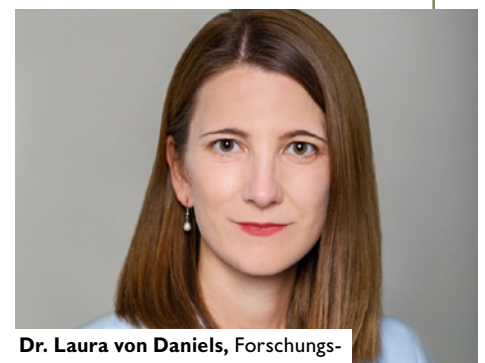
Dr. Christoph Schemionek, Präsident und Geschäftsführer Delegation der Deutschen Wirtschaft in Washington



Sebastian Mackensen, President & CEO BMW of North America



Moderator **Andreas Bachmann** (BR), **Dr. Meike Zwingenberger**, Geschäftsführerin des Amerikahauses München, und **Bertram Brossardt**, Hauptgeschäftsführer vbw



Dr. Laura von Daniels, Forschungsgruppenleiterin Amerika, Stiftung Wissenschaft und Politik

DIALOG ZU CHINESISCHER SUBVENTIONSPOLITIK



v. l.: **Dr. Michael Böhmer**, Partner, Prognos AG, **Martin Greive**, stellvertretender Leiter des Hauptstadtbüros, Handelsblatt, **Tanja Jursa**, Geschäftsführerin Stahlwerk Annahütte, **Bertram Brossardt**, vbw Hauptgeschäftsführer



Maria Martin-Prat, stellvertretende Generaldirektorin, DG Trade, EU-Kommission

Die vbw beleuchtete, inwieweit die Subventionspraxis Chinas zu Wettbewerbsverzerrungen in globalen hochtechnologischen Märkten führen wird. Die Ergebnisse der Studie „Effekte der chinesischen Subventionspolitik auf Deutschland“ deuten auf klar negative Auswirkungen auf die deutsche Bruttowertschöpfung hin.

LÖSUNGEN FÜR GÜTERVERKEHR ÜBER DEN BRENNER GESUCHT

Auf einem vbw Kongress haben Fachleute Wege für einen nachhaltigen Güterverkehr über den Brenner erörtert. Entscheidend seien, so der Konsens, klima- und umweltgerechte Lösungen. Sie müssten dem Mobilitätsbedarf gerecht werden, also Infrastrukturausbau, Informationen und Innovationen statt Verkehrsbeschränkungen.



v. l.: Moderator **Christian Nitsche**, Chefredakteur des Bayerischen Rundfunks, **Dr. Petra Seebauer**, Geschäftsführerin, LKZ Prien GmbH, **Dr. Josef Negri**, Direktor, Unternehmerverband Südtirol, **Bertram Brossardt**, vbw Hauptgeschäftsführer



Foto: Bundesregierung/Steffen Kugler

Michael Theurer MdB, Parlamentarischer Staatssekretär, Bundesministerium für Digitales und Verkehr



Markus Ferber MdEP, Europäisches Parlament (EVP)



**vbw Hauptgeschäftsführer
Bertram Brossardt**



**Dr. Sabine Jarothe, Ministerial-
direktorin, Bayerisches
Staatsministerium für Wirtschaft,
Landesentwicklung und Energie**



**Valentina Daiber,
Vorstand, Telefónica**



**Wolfgang Bauer, Leiter der Abteilung
Digitales, Bayerisches Staatsministerium
der Finanzen und für Heimat**

DIGITALE INFRASTRUKTUR AUF GUTEM WEG

Auf dem Kongress „Digitale Infrastruktur für Bayern“ diskutierte die vbw den Stand und die Strategie für die weitere Entwicklung der digitalen Netze im Freistaat. Tenor der Veranstaltung: Die Digitalisierung der bayerischen Unternehmen schreitet voran, und damit steigen auch die Ansprüche an die digitalen Netze. Die Infrastruktur entwickelt sich in Bayern gut, bis zur flächendeckenden Versorgung mit Glasfaser und 5G-Mobilfunk ist es allerdings noch weit. vbw Hauptgeschäftsführer Bertram Brossardt sieht die Staatsregierung dafür mit ihrer Förderpolitik und dem „Pakt digitale Infrastruktur“ auf dem richtigen Weg, allerdings bleibt auch der Bund gefordert. Das unterstreicht auch die aktuelle vbw Studie zum Versorgungsgrad der digitalen Netze in Bayern, die Dr. Karl Lichtblau, Geschäftsführer der IW Consult GmbH, vorstellte.

Fotos: vbw

MEDIENSTANDORT BAYERN – IMPULSE FÜR DIE ZUKUNFT

Bei dem 11. Medienkongress hat sich die vbw mit dem Medienstandort Bayern und seiner Entwicklung in den letzten zehn Jahren auseinandergesetzt. Die Studie Medienstandort Bayern – Impulse 2024+ zeigt auf, wie Medienunternehmen in Bayern bestmöglich gestärkt und der Standort in eine weiterhin erfolgreiche Zukunft geführt werden können. Hauptgeschäftsführer Bertram Brossardt erklärte: „Das Mediengeschäft wird technologieintensiver. Künstliche Intelligenz und Extended Reality spielen eine immer größere Rolle.“



Bertram Brossardt, vbw Hauptgeschäftsführer, begrüßte **Prof. Dr. Otfried Jarren**, Kommunikationswissenschaftler, Universität Zürich, **Sigrid Diewald**, Vize-Präsidentin des Bayerischen Landesverbands der Kultur- und Kreativwirtschaft (BLVKK), **Prof. Dr. Thomas Hess**, Direktor des Instituts für Digitales Management und Neue Medien, Ludwig-Maximilians-Universität München, und **Dr. Karl Lichtblau**, Sprecher der Geschäftsführung, IW Consult GmbH.



Dr. Karl Lichtblau



Prof. Dr. Thomas Hess

FRAU SCHARF, warum sind Sie für flexiblere Arbeitszeiten?

Der Beruf, die Arbeit ist mehr als Broterwerb. Arbeit bedeutet auch soziale Teilhabe, die Möglichkeit, das eigene Leben gestalten zu können: Arbeit bringt nicht nur Geld, sie ist auch sinnstiftend. Aus meiner Erfahrung und den vielen Gesprächen mit Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern und auch der Arbeitgeberseite weiß ich: Wir brauchen mehr Flexibilität. Die aktuellen Regeln stammen größtenteils aus den Neunzigerjahren. Die Menschen sollen nicht mehr arbeiten, sondern nur flexibler einteilen können, wann sie arbeiten – innerhalb der geregelten Wochenarbeitszeit. Viele wünschen sich das, ich bekomme viele positive Rückmeldungen. Natürlich wird nicht jeder in jeder Branche sagen, dass das für sie oder ihn ein passendes Modell ist. Deswegen wollen wir auch die Möglichkeit für mehr Flexibilität schaffen. Wenn jemand heutzutage in Teilzeit arbeitet, zum Beispiel 24 Stunden, dann wäre es flexibel möglich, diese Stunden an zwei Tagen abzarbeiten – und die Arbeitnehmerin bzw. der Arbeitnehmer hätte mehr Freizeit am Stück. Diese kann man zum Beispiel für Familie und Kinder oder für die Betreuung von pflegebedürftigen Angehörigen nutzen. Das größte Pflegeheim ist ja nicht die Einrichtung, sondern das Zuhause – in Bayern werden

rund 80 Prozent der Menschen, die pflegebedürftig sind, daheim betreut. Mehr Flexibilität würde für viele Menschen hier mehr Entlastung bedeuten! Diese Flexibilität und die Vereinbarkeit von Beruf und Familie sind wichtige Instrumente gegen den Fachkräftemangel. Auch Unternehmen profitieren von einer Flexibilisierung der Arbeitszeiten. Innovative Wege in eine neue Arbeitswelt werden geschaffen – ein Gewinn für die Betriebe, aber auch für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Modelle wie beispielsweise die Vier-Tage-Woche werden weiterentwickelt und die Attraktivität verschiedenster Berufsfelder erhöht sich.

Wir müssen die Arbeitszeitgesetze endlich den Lebensrealitäten der Menschen anpassen. Ich bin mir sicher: Ein moderneres Arbeitszeitgesetz wird auch eine große Chance für eine höhere Beschäftigungsquote bei Frauen sein! Wir müssen offen über eine längere Arbeitszeit an einzelnen Tagen von bis zu zwölf Stunden und eine Wochenarbeitszeit von 48 Stunden diskutieren – flexibel und auf freiwilliger Basis der Beschäftigten. Die Einhaltung des Arbeitnehmer- und Gesundheitsschutzes hat für mich dabei oberste Priorität. Fest steht für mich aber auch: Wir brauchen in einer modernen Berufswelt eine Reform beim Arbeitszeitgesetz.



Ulrike Scharf ist
Bayerische Staats-
ministerin für Familie,
Arbeit und Soziales.

Foto: Elias Hassos

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

Das da:



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





SIND SIE FIT FÜR INDUSTRIE 4.0?

Nutzen Sie die Chancen der Digitalisierung – mit einem qualifizierten Team!
In der Fabrik 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.