

OBERFRÄNKISCHE WIRTSCHAFT

Das Magazin der IHK für Oberfranken Bayreuth

www.ihk.de/bayreuth



Erfolgsfaktor Design

Netzwerke und Praxisbeispiele
aus Oberfranken

Seite 26

USA und die Alternativen

Risikodiversifikation im
internationalen Handel

Hitzefrei am Arbeitsplatz?

Das gilt bei hohen
Temperaturen im Büro



für Oberfranken
Bayreuth



Kilowattweise Vorteile.

Watt für eine Gelegenheit: Erleben Sie die vollelektrischen Transporter von Mercedes-Benz und profitieren Sie von attraktiven Angeboten bei Ihrem Mercedes-Benz Partner Auto-Scholz®.

Electric is ON.

Jetzt Probe fahren



Mercedes-Benz

Anbieter: Mercedes-Benz AG, Mercedesstraße 120, 70372 Stuttgart

Partner vor Ort: Auto-Scholz® GmbH & Co. KG

Autorisierter Mercedes-Benz Verkauf und Service, 96052 Bamberg, Kärntenstraße 1, Tel. +49 951 9333-271, 95448 Bayreuth, Wolfsbacher Straße 10, Tel. +49 9209 10-551, 95326 Kulmbach, Adalbert-Raps-Straße 4, Tel. +49 9221 8200-16

E-Mail: verkauf@auto-scholz.de, www.mercedes-benz-auto-scholz.de

Design als Erfolgsfaktor – früher, heute und morgen

Wenn wir über Wettbewerbsfähigkeit, Innovationskraft und nachhaltigen Markterfolg sprechen, denken viele zuerst an Technik, Prozesse oder Qualität. Ein entscheidender Faktor wird dabei oft unterschätzt – Design. Und das, obwohl gerade in Oberfranken einige Unternehmen schon früh bewiesen haben, wie kraftvoll gutes Design wirken kann.

Unsere Region blickt auf eine beeindruckende Vergangenheit der Design-Exzellenz. Die Industriegeschichte zeigt, dass es schon im 18. Jahrhundert notwendig war, auf Design zu setzen: Unverwechselbarkeit schaffen und eine Nische finden, sei es in der Textilindustrie, bei Porzellan, Glas, Möbeln, aber auch im Maschinenbau – diese Spezialisierung wäre ohne Design nicht möglich gewesen.

Design ist kein Luxus und keine Spielwiese für Kreative. Es ist ein handfestes Werkzeug für Differenzierung und – nicht zuletzt – Wirtschaftlichkeit. Dabei geht es nicht nur um Produktdesign, sondern ebenso um Markenauftritt, Kommunikation und Nutzerführung – on- wie offline. Unternehmen, die Design als festen Bestandteil ihrer Wertschöpfung begreifen, sind erfolgreicher. Zudem trägt Design gerade in Zeiten des Wandels entscheidend zur Innovationskraft eines Unternehmens bei. Es fördert kreative Prozesse, unterstützt die Entwicklung neuer Produkte und Dienstleistungen und hilft, komplexe Sachverhalte verständlich zu

kommunizieren. Unternehmen, die Design als strategisches Instrument einsetzen, sind nachweislich widerstandsfähiger gegenüber Marktveränderungen.

Deshalb möchten wir Sie als Unternehmerinnen und Unternehmer in Oberfranken ermutigen, Design als strategischen Erfolgsfaktor zu begreifen. Holen Sie sich neue Impulse – von Beispielen aus der Region, von Designförderungen, von Agenturen und Netzwerken, die mit ihrem Know-how gerne zur Seite stehen.

Lassen Sie uns gemeinsam daran arbeiten, Designkompetenz in unserer Region weiter zu stärken – durch Offenheit, durch Austausch und durch den Mut, Gestaltung als strategisches Werkzeug zu nutzen. Für starke Produkte, starke Marken – und ein starkes Oberfranken.

Ihr



Jörg Lichtenegger

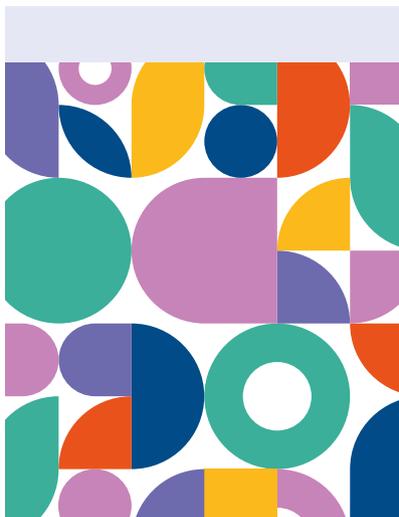
IHK-Vizepräsident
Geschäftsführender Gesellschafter
GMK GmbH & Co. KG
Vorsitzender IHK-Gremium Bayreuth

NACHRICHTEN

Oberfränkische Automobilzulieferer unter Druck	6
Oberfränkischer Innovationswettbewerb: Gewinner stehen fest	8
Ergebnisse des AHK World Business Outlook	10
Sparkasse Bamberg feiert 200. Geburtstag	12
Hans Thomann wird Ehrenbürger von Burgebrach	14
Neue Materialien Bayreuth GmbH feiert 25 Jahre Materialforschung	15
Klosterbrauerei Kreuzberg setzt auf KASPAR SCHULZ	16
Wela: Ein Jahrhundert Lebensmittelkompetenz aus Leidenschaft	17
Ernährungskompetenz in Kulmbach unter einem Dach vereint	18



Aktuelles aus den Unternehmen	19
--------------------------------------	-----------



TITELTHEMA

Erfolgsfaktor Design	26
Interview mit bayern design	27
Lauenstein Confiserie: Design mit Fingerspitzengefühl modernisiert	28
Rohleder GmbH: „Ohne Design würde es unser Unternehmen nicht mehr geben“	30
Coburger Designforum Oberfranken e.V.	31
Trends – wie man sie findet und wohin die Reise geht	32
Design und Nachhaltigkeit bei B2L	34

RATGEBER



Nachhaltigkeitspflichten – Was gibt es Neues bei CBAM und EUDR?	36
Risikodiversifikation im internationalen Handel: USA und die Alternativen	38
Der Clean Industrial Deal unter der Lupe	40
Hitzefrei am Arbeitsplatz? Das gilt bei hohen Temperaturen im Büro	43
KI im Unternehmen einsetzen – ein rechtlicher Überblick	44
KI-Serie: Warum macht Künstliche Intelligenz Fehler?	46
Lotsen: Wegweiser für Unternehmen	48
KI-Unterstützung für Handel und Tourismus	52
Abgrenzung zum Handwerk – aktualisierter Leitfaden	53
Entwurf eines Gesetzes für ein steuerliches Investitions-sofortprogramm	53
Newsletter Steuern Finanzen Mittelstand	53

Ausgabe
Juli 2025

BILDUNG

Auslandspraktikum in Irland: Eine Auszubildende berichtet	54
Aus Unternehmertum wird #Übernehmertum: Mitmachaktion für Ausbildungsbetriebe	56
Neu im DIHK-Verlag: aktualisierte Faltblätter zu Ausbildungsthemen	57

NETZWERKE

Förderung für „Zentrum für Transformation und Change-Management“ (TrafO)	57
--	----



Franken-Sachsen-Magistrale: Wirtschaft fordert zügige Umsetzung der Elektrifizierung	58
Impressionen vom IHK-Kleinstunternehmertag in Bamberg	61

EDITORIAL	3
IMPRESSUM	22
VERANSTALTUNGEN	62
BEKANNTMACHUNGEN	63
HANDELSREGISTER-RECHERCHE	63
BRANCHENVERZEICHNIS	63

» Immer informiert bleiben: IHK in den Sozialen Medien

Die IHK für Oberfranken Bayreuth ist in den Sozialen Medien präsent. Folgen Sie uns und bleiben Sie immer über aktuelle Themen und interessante Veranstaltungen auf dem Laufenden.

Sie finden uns auf LinkedIn, Instagram und Facebook als „IHK für Oberfranken Bayreuth“.





Oberfränkische Automobilzulieferer massiv unter Druck

Vor allem Exporte nach China brechen dramatisch ein

Die bayerischen Exporte von Kfz-Teilen nach China sind im ersten Quartal 2025 um mehr als die Hälfte eingebrochen. Noch drastischer ist der Rückgang bei Pkw: Hier gingen die Exporte sogar um über drei Viertel zurück. Bei der IHK für Oberfranken Bayreuth schrillen deshalb die Alarmglocken. IHK-Präsident Dr. Michael Waasner: „Aus der Transformation droht längst ein massiver Strukturwandel zu werden.“



Foto: moofushi - stock.adobe.com

Die deutschen Autobauer produzierten 2024 knapp 13 Prozent weniger Pkw als 2019, dem Vor-Corona-Jahr. Entsprechend stand der wichtigste Arbeitgeber Oberfrankens, die Automobilzulieferer mit über 200 Unternehmen und rund 35.000 Beschäftigten, in den vergangenen Jahren enorm unter Druck. Besonders betroffen sind Branchen mit hoher Wertschöpfung im Automobilbau, wie Hersteller von Kunststoffwaren, Metall-erzeugnissen, Textilien und Hersteller von Kfz-Teilen im engeren Sinne. Allein in diesen Branchen gingen in fünf Jahren fast 9.500 Arbeitsplätze verloren. „Der Beschäftigungszuwachs in Oberfranken seit 2019 ist fast ausschließlich auf die öffentliche Verwaltung zurückzuführen. Die Industrie dagegen hat spürbar Mitarbeitende abgebaut“, macht Dr. Waasner deutlich.

Dass die Automobilzulieferer enorm unter Druck stehen, ist nichts Neues, aber jetzt kommt eine ausgeprägte bayerische Exportschwäche hinzu. Nicht die USA sind primär Auslöser für die jüngste Negativentwicklung, sondern vor allem China. Um 140,1 Millionen Euro oder 53,1 Prozent auf 123,6 Millionen Euro ging der Wert der nach China exportierten Kfz-Teile im 1. Quartal zurück. Deutliche Einbrüche gab es auch beim Export nach Belgien (-23,7 Millionen Euro), Frankreich (-21,7 Millionen Euro) und Österreich (-18,7 Millionen Euro). Unter den zehn wichtigsten Abnehmerländern bayerischer Pkw-Teile verzeichnet lediglich der Export in die Slowakei und nach Ungarn eine positive Entwicklung.

Exporteinbruch bei Pkw nach China um über drei Viertel

Mit 6,6 Prozent fiel der Exportrückgang bei den Pkw im 1. Quartal etwas schwächer aus als bei den Pkw-Teilen, das gilt aber nicht für alle Zielländer. So sank der Wert der nach China exportierten Waren im Vergleich zum Vorjahr um 773 Millionen Euro oder 77,6 Prozent auf 222,8 Millionen Euro. Aber auch in die USA, nach Belarus, Australien, Frankreich und Taiwan ging der Export um dreistellige Millionenbeträge zurück. Trotz des Rückgangs der Exporte in die USA um 177 Millionen Euro oder 7,9 Prozent auf 2,05 Milliarden Euro bleiben die USA wichtigster Abnehmer bayerischer Pkw.

Damit es nicht zu einem Flächenbrand mit spürbar mehr Personalabbau kommt, müssen zum einen die europäischen und vor allem deutschen Pkw-Hersteller wieder zu ihrer alten Stärke zurückfinden. Ebenso sind die Zulieferer gefordert und müssen sich neue Abnehmer in anderen Branchen suchen, etwa der Medizintechnik, der Luft- und Raumfahrt oder der Verteidigungswirtschaft. „Das kann allein aufgrund der Vielzahl an Zulieferern aber gar nicht allen Kfz-Zulieferern gelingen“, macht Dr. Waasner deutlich. Es gehe auch um die Erschließung neuer Absatzmärkte. Hier kommt auch Initiativen wie der geplanten Zukunftagentur

der Metropolregion Nürnberg eine wichtige Rolle zu, die das Ziel hat, Unternehmen bei ihrer Transformation zu unterstützen, etwa durch einen niederschweligen Zugang zu Forschungseinrichtungen und Hochschulen, aber auch zu Fördermitteln. Dr. Waasner: „Wollen wir einen Strukturwandel verhindern wie in den 1990er und 2000er Jahren in der Textil-, Bekleidungs- und Keramikindustrie, sind jetzt alle gefordert. Ich kann nur hoffen, dass auch die Politik den Ernst der Lage erkannt hat.“

» Bei der Erschließung neuer ausländischer Absatzmärkte unterstützen auch die Außenhandlungsexpertinnen der IHK für Oberfranken Bayreuth. Immer wichtiger wird auch die Zusammenarbeit mit Forschungseinrichtungen und Hochschulen.

IHK-Ansprechpartnerinnen und -Ansprechpartner



Dr. Johanna Horzetzky

Leiterin Stabsstelle
International
☎ 0921 886-462
✉ horzetzky@bayreuth.ihk.de



Janina Kiekebusch

Europäischer Handel
und EU-Politik
☎ 0921 886-152
✉ kiekebusch@bayreuth.ihk.de



Stefanie Hader

Außenwirtschaft und Zoll
☎ 0921 886-156
✉ s.hader@bayreuth.ihk.de



Dr. Dominik P. Erhard

Innovation/Technologie/
Gewerbliche Schutzrechte
☎ 0921 886-247
✉ erhard@bayreuth.ihk.de



Moritz Protzner

Innovationslotse
☎ 0921 886-217
✉ protzner@bayreuth.ihk.de

Innovation „made in Oberfranken“

Gewinner des oberfränkischen Innovationswettbewerbs stehen fest

Der Innovationswettbewerb „Zeig uns deine Innovation“, den die Entwicklungsagentur Oberfranken Offensiv Ende 2024 ins Leben gerufen hat, hat seine Gewinner gefunden. Nach einer intensiven Bewertungsphase durch einen Fachbeirat stehen die fünf besten Innovationsprojekte fest. Diese haben sich gegen mehr als 80 Einreichungen durchgesetzt und zeigen eindrucksvoll die Innovationskraft Oberfrankens.

Bezirkstagspräsident Henry Schramm, Vorsitzender von Oberfranken Offensiv, zeigt sich begeistert: „Die Vielzahl an herausragenden Ideen beweist einmal mehr, welches Potenzial in unserer Region steckt. Die Gewinnerprojekte sind nicht nur zukunftsweisend, sondern auch inspirierend für die gesamte Innovationslandschaft Oberfrankens.“ Die fünf Gewinner haben gute Chancen

auf den Titel „Innovator des Jahres“ beim Wettbewerb des Informationsnetzwerkes „Die Deutsche Wirtschaft“ (DDW), der am 14. November 2025 in Berlin vergeben wird. Zudem werden die Siegerprojekte durch Oberfranken Offensiv in einer geplanten Marketingkampagne in Nordbayern integriert, um deren Innovationskraft vorzustellen.

➔ kommnacherfranken.de/innovation/innovationswettbewerb

Die fünf Gewinnerprojekte

Wirtschaft

Hochschule Coburg / Institut für Sensor- und Aktortechnik mit „KaliBot – Ein mobiles Messsystem zur Absolut-Kalibrierung von robotergestützten Fertigungszellen“

Mit dem KaliBot-System werden mehrere Roboter präzise in einem gemeinsamen Koordinatensystem kalibriert – mit einer Genauigkeit von unter 100 Mikrometern, feiner als ein menschliches Haar. Möglich wird dies durch hochentwickelte optische Messtechnologien wie Laserstrahlen, Photodioden und Lochblenden sowie intelligente Optimierungsalgorithmen. Entstanden ist das Projekt aus der engen Zusammenarbeit zwischen dem Institut für Sensor- und Aktortechnik (ISAT) der Hochschule Coburg und Brose.

Kultur und Tourismus

Posthotel ALEXANDER HERRMANN mit „Future Lab ANIMA“

Das Future Lab ANIMA ist die kreative Denkkentrale der Initiative #grenzenloseHEIMAT – ein Ort, an dem Tradition auf Innovation trifft und heimische Lebensmittel neu gedacht werden. Direkt in Zusammenarbeit mit den Landwirten und Erzeugern Oberfrankens begleitet das Future Lab gemeinsam mit Foodscout Joshi Osswald den gesamten Weg: von der Auswahl alter Gemüsesorten über Aufzucht und Reifung bis zur Verarbeitung auf höchstem Niveau. Das Ergebnis sind kulinarische Erlebnisse, die bewusstes Genießen mit nachhaltiger und ethischer Lebensmittelproduktion verbinden.



VOC-Advanced Breath Diagnostics GmbH mit „Indikator-Atemtest für das individuelle Dickdarmkrebsrisiko“

Dickdarmkrebs kostet jedes Jahr weltweit rund eine Million Menschen das Leben – oft, weil Vorsorgeuntersuchungen zu spät oder gar nicht wahrgenommen werden. Der neue Indikator-Atemtest von VOC-Advanced Breath Diagnostics GmbH setzt genau hier an: Er macht das individuelle Darmkrebsrisiko erstmals einfach und frühzeitig sichtbar – mit nur einem Atemzug. Der Test misst die Konzentration von Schwefelwasserstoff (H₂S) im Atem – einem Gas, das durch bakterielle Prozesse im Darm entsteht und eng mit dem Risiko für Darmkrebs verknüpft ist. Aktuell wird eine große, internationale Studie vorbereitet, um die Grenzwerte für das Ampelsystem wissenschaftlich zu definieren. In enger Kooperation mit Partnern aus der Medizintechnik wird zudem an der Serienfertigung der Kartuschen gearbeitet, um den Test breit verfügbar zu machen.



Über den Innovationswettbewerb

Der Innovationswettbewerb Oberfranken ist ein zentraler Bestandteil des Projekts „Innovative Heimat – Smartes Innovationsland Oberfranken 2035“, das vom Bayerischen Staatsministerium der Finanzen und für Heimat gefördert wird. In intensiver Auseinandersetzung mit den Einreichungen und orientiert an den Aspekten Einzigartigkeit der Innovationen, Stadium der Realisierung, Imagepotential der Innovationen für Oberfranken, Kernthemen sowie Relevanz der Innovationen für Neuansiedlungen und Existenzgründungen nominierte der Fachbeirat aus 25 Mitgliedern verschiedener Bereiche der Wirtschaft, Kommunalpolitik, Wissenschaft und Innovationszene fünf Gewinner in fünf Branchen-Kategorien. Für die Idee, einen solchen Innovationswettbewerb durchzuführen, wurde Oberfranken Offensiv Ende 2024 als „Innovationsort des Jahres“ ausgezeichnet.

Bildung und Wissenschaftstransfer

Otto-Friedrich-Universität Bamberg mit „KMU-KI-Erfahrungszentrum“

Das KMU-KI-Erfahrungszentrum unterstützt kleine und mittlere Unternehmen (KMU) in Oberfranken dabei, die Potenziale Künstlicher Intelligenz (KI) zu erkennen und gezielt für ihre Innovationsentwicklung zu nutzen. Mit einer Demonstratoranlage werden realitätsnahe Anwendungsszenarien aus verschiedenen Branchen erlebbar gemacht – und damit wird KI greifbar, verständlich und praxisorientiert vermittelt. Durch die Kombination mit maßgeschneiderten Workshop-Formaten wird der Zugang zu KI-Technologien erleichtert – insbesondere für Unternehmen, die bisher aufgrund begrenzter Ressourcen oder fehlender Fachkenntnisse zögerten. Diese niedrigschwellige Herangehensweise senkt die Einstieghürden und unterstützt den gezielten Transfer von KI in die Wirtschaft.

Hintergrundbild: kentoh - stock.adobe.com

Mobilität

Martin Ebner mit „SCUTTLE-Touren – für Menschen mit Behinderung“

Der SCUTTLE 2.0 ist der innovative Offroad-Rollstuhl, der es Menschen mit Behinderung ermöglicht, die Natur zu entdecken. Angetrieben von zwei starken Elektromotoren und einer 8kWh-Batterie bietet der SCUTTLE eine Reichweite von bis zu 50 Kilometern, ideal für Ausflüge in jedes Gelände. Seit Frühjahr 2024 werden SCUTTLE-Touren durch die Fränkische Schweiz angeboten, die Teilnehmer zu einmaligen Naturerlebnissen führen. Im „Inklusions MeetingPOINT“ in Muggendorf/Wiesental erhalten Menschen mit Einschränkungen hilfreiche Tipps für barrierefreie Unternehmungen. Ab 2025 kommen Freizeit-Exoskelette hinzu, um auch körperliche Defizite auszugleichen.





In den USA haben sich die Konjunkturerwartungen besonders deutlich eingetrübt

Ergebnisse des AHK World Business Outlook

Statt Aufbruch herrscht Ernüchterung: Deutsche Unternehmen im Ausland sehen sich in nahezu allen Weltregionen verschlechterten Rahmenbedingungen und wachsender Unsicherheit gegenüber. Besonders die handelspolitischen Umwälzungen durch die USA setzen die globale Konjunktur unter Druck. Das sind die Ergebnisse des aktuellen AHK World Business Outlook.

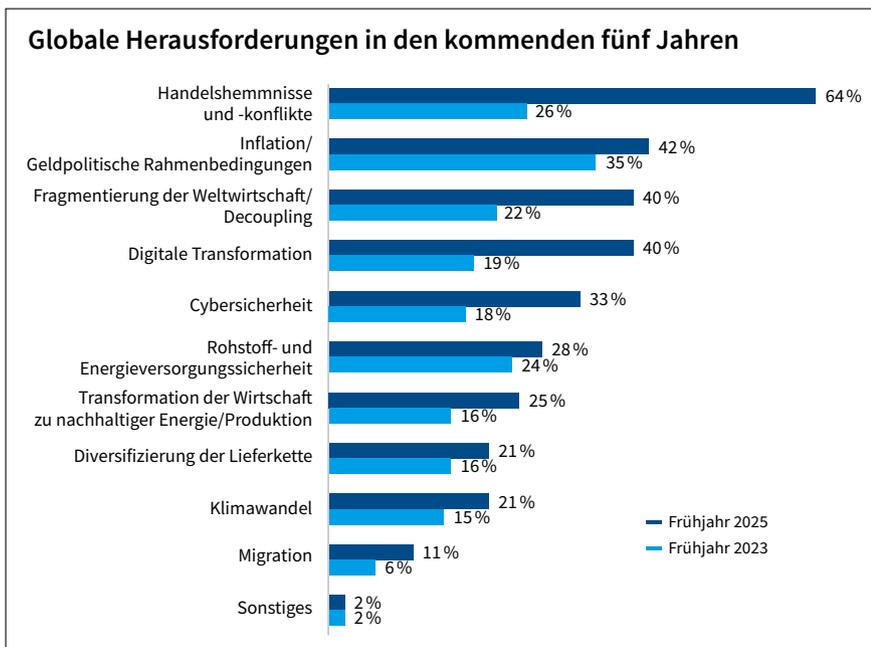
Der AHK World Business Outlook basiert auf den Rückmeldungen von rund 4.600 deutschen Unternehmen in über 90 Ländern, die zwischen dem 17. März und 14. April 2025 befragt wurden. Der Erhebungszeitraum fiel damit in eine Phase erheblicher geopolitischer Umbrüche – darunter Donald Trumps sogenannter „Liberation Day“ und dessen unmittelbare Folgen für die Handelspolitik. Die Stimmung ist weltweit eingetrübt: Nur noch 19 Prozent der international aktiven Unternehmen erwarten eine Verbesserung der lokalen Konjunktur – im Herbst waren es noch 27 Prozent. Der Anteil derjenigen, die mit einer Verschlechterung rechnen, steigt auf 33 Prozent.

Weltweit befürchten 60 Prozent der deutschen Unternehmen negative Auswirkungen der US-Handelspolitik auf ihre Geschäfte vor Ort. Besonders auffällig: Nach dem sogenannten „Liberation Day“ stieg der Anteil der Unternehmen, die mit negativen Auswirkungen rechnen, weltweit von 56 auf 69 Prozent. In den USA erwarten sogar 85 Prozent der dort aktiven deutschen Betriebe Einschränkungen durch die US-Handelspolitik – mehr als in jeder anderen Region weltweit.

Der generelle Stimmungsumschwung zeigt sich besonders deutlich in Nordamerika (USA, Mexiko, Kanada): Wo in den Vorjahren

oft ungetrübt Optimismus herrschte, brechen die Investitionspläne regelrecht ein. Die USA, traditionell ein starker Investitionsstandort, stechen dabei besonders negativ hervor: Dort planen (nach zuvor 37 Prozent) nur noch 24 Prozent der Unternehmen, ihre Investitionen auszuweiten – ein markanter Rückgang. Das Vorhaben, durch die neue US-Wirtschaftspolitik Investitionen ins Land zu ziehen, scheint nicht aufzugehen, im Gegenteil: 29 Prozent wollen ihre Budgets sogar kürzen.

Zum ersten Mal seit Jahren nennen die Befragten wirtschaftspolitische Rahmenbedingungen als das größte Geschäftsrisiko



Anteil der Nennungen in Prozent, Mehrfachnennung möglich.

(49 Prozent) – noch vor einer schwachen Nachfrage (46 Prozent). In den USA ist das Bild besonders dramatisch: Sieben von zehn Unternehmen sehen die Politik als Hauptproblem. Weitere Risikofaktoren sind der Fachkräftemangel (34 Prozent), steigende Arbeitskosten (33 Prozent) sowie neue Handelsbarrieren wie etwa die Bevorzugung inländischer Anbieter. Weltweit fühlen sich 26 Prozent der Betriebe davon betroffen – in den USA sogar 71 Prozent.

Die Zurückhaltung der Betriebe zeigt sich auch in ihren Investitions- und Personalplänen deutlich: Nur noch 28 Prozent der weltweit befragten Unternehmen wollen ihre Investitionen ausweiten – während 21 Prozent Kürzungen vorsehen. Auch bei der Beschäftigung dominiert Vorsicht: 31 Prozent planen zwar, Personal aufzubauen, doch 16 Prozent rechnen mit einem Abbau.

Die Unternehmen blicken nicht nur auf aktuelle Belastungen – sie sehen sich mit einer anhaltend schwierigen Gemengelage über mehrere Jahre hinweg konfrontiert. Vor allem Handelskonflikte und protektionistische Tendenzen (64 Prozent) gelten als zentrale Herausforderungen der kommenden fünf Jahre. Im Einzelnen sind das:

- Zölle und Gegenzölle: 77 Prozent sehen das als Hauptproblem
- Politische Einflussnahme auf Lieferketten: 63 Prozent

- Wettbewerbsverzerrungen durch Subventionen und Industriepolitik: 32 Prozent

Die Prognose des Internationalen Währungsfonds unterstreicht die wirtschaftliche Lage: Für 2025 wird ein globales Wachstum von lediglich 2,8 Prozent vorhergesagt – das liegt deutlich unter dem langjährigen Schnitt von 3,7 Prozent. Auch der Welthandel zeigt Schwächen: Die Handelszuwächse sollen 2025 nur noch bei 1,7 Prozent, 2026 bei 2,5 Prozent liegen – ein weiteres Indiz für die anhaltende Wachstumsschwäche der Weltwirtschaft. Für die exportorientierten oberfränkischen Unternehmen schwierige Voraussetzungen; sie benötigen dringend klare, verlässliche und investitionsfreundliche Rahmenbedingungen.

» **Weitere Informationen und alle Ergebnisse des AHK World Business Outlooks:** dihk.de/de/themen-und-positionen/internationales/wbo-fj-25

IHK-Ansprechpartnerin



Dr. Johanna Horzetzky
Leiterin Stabsstelle International
☎ 0921 886-462
✉ horzetzky@bayreuth.ihk.de



Premiere 2026

Im Jahr 2026 startet erstmals der Wettbewerb „Zukunftshändler der IHK für Oberfranken Bayreuth“. Der neue Preis fördert den starken Handel in Oberfranken – egal ob stationär, hybrid oder online. Gesucht werden innovative Händlerinnen und Händler, die mit modernen Konzepten, herausragendem Service und zukunftsweisenden Angeboten überzeugen. Das Besondere: Die Nominierung erfolgt direkt durch die Kundinnen und Kunden. Unterstützen auch Sie Ihren Lieblingshändler bzw. Ihre Lieblingshändlerin, indem Sie ihn oder sie für den Wettbewerb vorschlagen – und so die vielfältige Handelslandschaft in unserer Region stärken.

» **Die Nominierungsphase startet im Herbst 2025, die genauen Daten werden in Kürze bekanntgegeben.**

IHK-Ansprechpartnerin



Monika Kaiser
Handel, Tourismus und Wirtschaftsbeobachtung
☎ 0921 886-165
✉ m.kaiser@bayreuth.ihk.de

Verlässlicher Partner des Mittelstands

Sparkasse Bamberg feiert 200. Geburtstag

Die Sparkasse Bamberg feiert 2025 ihr 200-jähriges Bestehen. Was 1825 mit einer visionären Idee begann – Menschen sollten die Möglichkeit bekommen, ihre Ersparnisse zu sichern und somit auch im Alter Geld zu haben –, hat sich zu einer Erfolgsgeschichte entwickelt. An der Geschäftsphilosophie der Sparkasse Bamberg hat sich von damals bis heute nichts geändert: Kundennähe und gesellschaftliche Verantwortung stehen im Fokus, heißt es in einer Pressemitteilung.

Vorstandsvorsitzender Stephan Kirchner sagt: „Wir sind eine Kundensparkasse, das ist unsere DNA. Dafür wurden wir vor 200 Jahren gegründet. Wir bereichern unsere Region auf vielfältige Weise. Mein Dank gilt unseren Kundinnen und Kunden für ihr Vertrauen über viele Jahre – und unseren Mitarbeitenden für ihren täglichen Einsatz.“

Ein Blick zurück

Am 25. Juli 1825 fand die Gründung der ersten städtischen Sparkassenfiliale im Alten Rathaus statt, die als Vorläufer der Stadtparkasse Bamberg gilt. Ziel der Gründung der ersten Filiale war es, Menschen die Möglichkeit zu geben, ihr Leben selbst in die Hand zu nehmen. Die Geburtsstunde der Kreissparkasse Bamberg war am 8. März 1839 in Scheßlitz. Beide Sparkassen



Am 20. Juni 1948 wurde die Deutsche Mark eingeführt. Vor der Geschäftsstelle Kunigundendamm bildete sich damals eine lange Warteschlange.



Das Beratungs-Center Schönleinsplatz im Jahr 2025

haben am 30. Juni 2000 zur Sparkasse Bamberg fusioniert.

„In all den Jahren war die Sparkasse Bamberg an der Seite der Menschen in der Region Bamberg. Sie hat sie dabei unterstützt, Geld für die eigene Vorsorge anzulegen, hat die regionale Wirtschaft mit Kapital versorgt und hat sich mit Spenden und Sponsorings gesellschaftlich engagiert“, erklärt Vorstandsmittglied Thomas Schmidt.

Als zuverlässiger Partner des Mittelstands steht die Sparkasse Bamberg an der Seite der Firmen in der Region. So hat sie 2024 Kredite in Höhe von rund 282 Millionen Euro an Unternehmen und Selbstständige ausgereicht. Stephan Kirchner, langjähriges Mitglied im IHK-Gremium: „Für mich ist das Ehrenamt im IHK-Gremium ein Ausdruck gelebter Verantwortung – gegenüber unserer Region, allen Wirtschaftstreibenden und für eine lebenswerte Zukunft. Als verlässlicher Finanzpartner des Mittelstands seit 200 Jahren wissen wir, wie entscheidend Vertrauen, Engagement und Zusammenarbeit für nachhaltigen Erfolg sind. Darüber hinaus stehen wir bei vielen Themen, wie zum Beispiel dem dringend erforderlichen Bürokratieabbau, an der Seite des Mittelstands.“

Highlights im Jubiläumsjahr

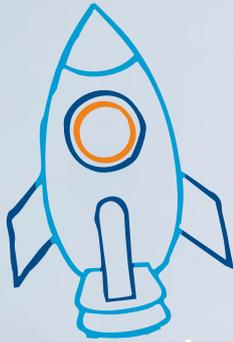
Die Kundinnen und Kunden der Sparkasse Bamberg können sich 2025 freuen auf Pro-

dukthighlights und Vorträge zur finanziellen Bildung, zum Beispiel „Erben und Vererben“ (9. Oktober). Die Vorträge finden teils in Präsenz und teils online statt. Mit der neuen Spendenplattform WirWunder möchte die Sparkasse Bamberg das ehrenamtliche Engagement in der Region weiter stärken. WirWunder bringt gemeinnützige Organisationen und Unterstützer zusammen. Mit der neuen „Stiftung Zukunft“ unterstreicht die Sparkasse Bamberg ihren nachhaltigen und zukunftsgerichteten Einsatz für die Stadt und den Landkreis Bamberg zum Wohle der hier lebenden Bürgerinnen und Bürger.

„Für mich ist das Ehrenamt im IHK-Gremium ein Ausdruck gelebter Verantwortung.“

Stephan Kirchner

Jetzt online:
www.ihk-bildungspreis.de
 Bis 8. August 2025 bewerben!



Sind Sie ein innovatives Kluge-Köpfe-Kraftwerk?

Die IHK-Organisation vergibt den IHK-Bildungspreis!

**JETZT
BEWERBEN!**

Setzen Sie ein Zeichen für Exzellenz in der Beruflichen Bildung! Der Wettbewerb um die besten Talente verlangt Ideen, Innovation und Investition. Ihr Unternehmen geht hier voran – mit kreativen Konzepten, starkem Engagement und einer klaren Vision für die Zukunft der Beruflichen Bildung?

Dann nutzen Sie Ihre Chance: Bewerben Sie sich JETZT! Machen Sie sichtbar, wie Sie die Berufliche Bildung gestalten – und schreiben Sie gemeinsam mit uns ZUKUNFT.

www.ihk-bildungspreis.de

IHK Bildungspreis 2026

Gestiftet durch die Otto Wolff Stiftung

Ideen, Innovation, Investition

Ein Leben für die Musik und die Region

Hans Thomann wird Ehrenbürger von Burgebrach

Hans Thomann ist zum Ehrenbürger von Burgebrach ernannt worden. Die Entscheidung wurde einstimmig vom Marktgemeinderat getroffen und würdigt ein Lebenswerk, das weit über die Grenzen der oberfränkischen Heimat hinausstrahlt. In einer herzlichen und ausgelassenen Atmosphäre wurde gemeinsam mit seiner Familie, Partnern, Mitarbeitenden und politischen Vertretern gefeiert. Sogar Simon Phillips, der weltbekannte Schlagzeuger, ließ es sich nicht nehmen, nach seinem Drum-Workshop am Campus in Treppendorf vorbeizukommen, um dem Geschäftsführer und CEO der Thomann GmbH persönlich zu gratulieren.

„Hier bin ich geboren, hier lebe ich, hier bleibe ich“

Mit der Verleihung der Ehrenbürgerwürde ehrt der Markt Burgebrach Hans Thomann als erfolgreichen Unternehmer, der in vielerlei Hinsicht zur positiven Entwicklung der Region beigetragen hat. Die Auszeichnung ist nicht nur eine Anerkennung für die unternehmerischen Verdienste von Hans Thomann, sondern auch für sein Engagement und seine Verbundenheit mit der Heimatgemeinde.

70 Jahre Thomann

„70 Jahre Thomann – das ist mehr als eine Zahl. Es ist eine Reise, die von einer tiefen Leidenschaft für Musik und einer stetigen Weiterentwicklung geprägt ist“, erklärt Johannes Maciejonczyk, Bürgermeister von Burgebrach. „Hans Thomann hat nicht nur

einen Laden aufgebaut, sondern eine Institution geschaffen, die Menschen rund um den Globus miteinander verbindet und die Musikszene maßgeblich beeinflusst hat.“ Als regionales Musikhaus von seinem Vater gegründet, hat Hans Thomann das Unternehmen zum weltweit größten E-Commerce-Unternehmen für Instrumente und Musik-Equipment gemacht. Mit seinem Mut, seiner Vision und seiner Leidenschaft führte er das Unternehmen in die Zukunft, ohne dabei seine Wurzeln zu vergessen. „Die Firma mag sich bis zur Unkenntlichkeit vergrößert haben, aber der Kerngedanke ist immer noch derselbe: Musik für Menschen erreichbar zu machen. Dass wir das bis heute schaffen – daran haben wir alle gearbeitet, und dafür danke ich euch von Herzen“, erzählte Hans Thomann in einer Rede vor den rund 150 Gästen.



Hans Thomann prägt die Region auf vielerlei Weise. Auch im IHK-Gremium Bamberg und in der IHK-Vollversammlung ist er engagiert.

Ein Unternehmer mit sozialer Verantwortung

Doch mit dem wirtschaftlichen Erfolg kommt auch die soziale Verantwortung. Mit der im Jahr 2017 gegründeten Hans-Thomann-Stiftung wird die musikalische Erziehung von Kindern und Jugendlichen unterstützt und die Leidenschaft für Musik in der nächsten Generation geweckt. Darüber hinaus hat Hans Thomann 2024 die Thomann-Unternehmensstiftung ins Leben gerufen, die durch ihre Struktur den langfristigen Fortbestand des Unternehmens sichert und gleichzeitig Arbeitsplätze für die Zukunft garantiert.

Der große Erfolg von Thomann liegt auch in der starken Verbundenheit mit den Mitarbeitenden. Über 1.800 Menschen finden hier nicht nur einen Arbeitsplatz, sondern auch ein Umfeld, in dem Innovation und Teamgeist gefördert werden. Wie Stefan Heimbred, Geschäftsführer der Stiftung Familienunternehmen, treffend an Hans Thomann gerichtet sagte: „Du hast mal zu mir gesagt, bei uns hat jede Abteilung eine eigene Seele. Aber die Seele im ganzen Haus, die bist du, lieber Hans.“

Hans Thomann und Gabriele Thomann mit dem Dritten Bürgermeister Peter Ludwig (l.) sowie dem Ersten Bürgermeister Johannes Maciejonczyk (r.)



Festakt für ein fränkisches Erfolgsprojekt

Neue Materialien Bayreuth GmbH feiert 25 Jahre erfolgreiche Materialforschung und eröffnet ein Technikum zur Erforschung des Kunststoffrecyclings

Mit über 150 Gästen feierte die Bayreuther Landesforschungseinrichtung ihr 25-jähriges Bestehen. Staatsminister Hubert Aiwanger bezeichnete in seiner Festrede die Neue Materialien Bayreuth GmbH als „eine tragende Säule der außeruniversitären Forschung“. Im Rahmen des Jubiläums wurde das neue Recycling-Technikum eröffnet.

Geschäftsführer Professor Holger Ruckdäschel bedankte sich für das große Engagement des Freistaats Bayern und seine verlässliche Unterstützung. Dies ermöglicht der NMB eine hochmoderne Ausstattung und ein stetiges Wachstum. So konnte sich die NMB als Ansprechpartner für die regionale Wirtschaft, aber auch für überregionale Unternehmen und internationale Konzerne fest etablieren. Holger Ruckdäschel verwies auf die Umsetzung der Strategie „NMB 2030“, durch die Themen wie Digitalisierung und Kreislaufwirtschaft zu Forschungsschwerpunkten wachsen.

„Die Neue Materialien Bayreuth ist seit einem Vierteljahrhundert eine tragende Säule der außeruniversitären Forschung in Bayern. Mit ihrer praxisnahen Ausrichtung, ihrer engen Vernetzung mit der bayerischen Industrie und ihrem klaren Fokus auf Zukunftstechnologien wie dem 3D-Druck leistet die NMB einen wertvollen Beitrag zur Innovationskraft des Wirtschaftsstandorts Bayern“, so Hubert Aiwanger, Staatsminister für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie. Die Eröffnung des neuen Werkzeugzentrums und des Technikums für mechanisches Kunststoffrecycling sei ein weiterer bedeutender Schritt, um Forschung und Entwicklung unter besten Bedingungen voranzutreiben. In seinem Grußwort nannte der Präsident

„Die Neue Materialien Bayreuth ist seit einem Vierteljahrhundert eine tragende Säule der außeruniversitären Forschung in Bayern.“

Hubert Aiwanger



Hier entsteht die Ressource von morgen: Staatsminister Hubert Aiwanger, Dr.-Ing. Katharina Krause (NMB-Expertin Nachhaltigkeit/Kreislaufwirtschaft) und NMB-Geschäftsführer Professor Holger Ruckdäschel eröffnen das Technikum zum Kunststoffrecycling.

der Universität Bayreuth, Professor Stefan Leible, die Kooperation zwischen beiden Einrichtungen „ein Paradebeispiel dafür, wie Grundlagenforschung und praxisorientierte Entwicklung optimal miteinander verknüpft werden“. Oberbürgermeister Thomas Ebersberger betonte für die Stadt Bayreuth als regionale Gesellschafterin der NMB die Bedeutung dieser Forschungseinrichtung für den Wirtschaftsstandort Bayreuth.

Im Anschluss an den Festakt eröffnete Staatsminister Aiwanger das NMB-Technikum zum mechanischen Kunststoffrecycling. Es schafft die Voraussetzung, um Wertstoffkreisläufe für Kunststoffrückläufe ökologisch und wirtschaftlich optimieren zu können. Für solche Untersuchungen ist die digital vernetzte Anlagentechnik gezielt zur Verarbeitung

kleiner und mittlerer Materialströme ausgelegt. Eine weitere Besonderheit ist die Möglichkeit, die Qualität des gewonnenen Rezyklats direkt prüfen zu können. Die Investition betrug insgesamt 1,1 Millionen Euro, wobei der Freistaat Bayern als Hauptgesellschafter der NMB mit 900.000 Euro den Löwenanteil übernahm.

Weiterhin übergab Staatsminister Aiwanger das neue Werkzeugzentrum der NMB, in dem die Verarbeitungswerkzeuge der NMB nun zentral gelagert werden, seiner Bestimmung. Das Investitionsvolumen des Erweiterungsbaus lag bei ca. 3 Millionen Euro mit einem Förderanteil von 2,8 Millionen Euro.

Die NMB wurde als Landesforschungseinrichtung im Jahr 2000 im Rahmen der High-Tech-Offensive des Freistaates Bayern gegründet. Gesellschafter sind neben dem Bayerischen Wirtschaftsministerium die Stadt Bayreuth, die Universität Bayreuth, die IHK für Oberfranken Bayreuth, die IHK zu Coburg und die Handwerkskammer für Oberfranken.

Klosterbrauerei setzt erneut auf KASPAR SCHULZ

Neues Sudhaus und modernste Brauereitechnik auf dem Kreuzberg

Das beliebte Ausflugs- und Wallfahrtsziel Kloster Kreuzberg erhält eine neue Brauerei. Immer mehr Gäste und Pilger zieht es auf den in der Rhön befindlichen Kreuzberg – den Heiligen Berg der Franken. Wie bereits Kardinal Faulhaber bei seinem Besuch vor über 100 Jahren reimte: „Den Berg hinauf wallt ein langer Zug, die meisten zum Kreuze, fast alle zum Krug.“ Die 1731 an das Franziskaner Kloster angegliederte Brauerei kann mittlerweile auf einen Bierausstoß von circa 8.500 Hektoliter blicken. Um die jährlich rund 500.000 Besucherinnen und Besucher zukunftsicher mit dem weit bekannten Kreuzberger Klosterbier zu versorgen, sind nun umfassende Sanierungsmaßnahmen von Nöten.

Die historische Brauerei, welche die höchstgelegene Brauerei Bayerns ist, wurde 1954 das erste Mal erneuert. Bereits das vergangene Sudhaus der Kreuzberger Klosterbrauerei lieferte der Bamberger Brauereimaschinenhersteller KASPAR SCHULZ. Nun erhält das Franziskanerkloster im Zuge eines umfassenden Sanierungskonzeptes in Höhe eines zweistelligen Millionenbetrags neben einem Neubau für die Brauerei auch ein neues und vollautomatisiertes Sudhaus aus Edelstahl. Dies kann bereits Mitte nächsten Jahres von den Besucherinnen und Besuchern durch die großen Glasfenster von außen bewundert werden. Des



Bei der Generalsanierung des Klosters Kreuzberg setzen die Verantwortlichen auf die Brauereitechnik von KASPAR SCHULZ.

Weiteren liefert KASPAR SCHULZ bei diesem Großprojekt die Schroterei, eine CIP-Anlage sowie den vollständigen Kellerbereich. Dieser wird ausgestattet mit vier offenen Gärbottichen mit einem Totalvolumen von 300 Hektoliter. Das Kreuzberger Klosterbier darf fortan in 20 neuen Lagertanks mit einem Gesamtfassungsvermögen von 1.150 Hektoliter reifen. Nachdem bereits Abrissarbeiten alter Gebäude durchgeführt wurden, fand im Mai der offizielle Spatenstich für den Bau des architektonisch

prägnanten Brauereigebäudes auf dem Kreuzberg statt. Nach der Beendigung der Rohbaumaßnahmen wird das neue Sudhaus inklusive Tanks von KASPAR SCHULZ eingebracht. Die Herstellung der Klosterbiere wird künftig über eine Besucherplattform hautnah und transparent erlebbar. Auf dem Dach der neuen Brauerei entsteht zudem ein Biergarten, in dem Gäste Speisen und vor allem das Bier bei herrlicher Aussicht genießen können.

ANZEIGE

MEHR KUNDEN erreichen!

+ Mit Ihrer Anzeige in der
Oberfränkischen Wirtschaft

☎ 09231 9601622

✉ udo.osterhage@hcs-medienwerk.de

Ein Jahrhundert Lebensmittelkompetenz

Wela in Ludwigsstadt feiert sein 100-jähriges Bestehen



In den Nachkriegsjahren baute Firmengründer Fritz Busch mit der Gründung der Nahrungsmittelwerk Frankenwald GmbH in Ludwigsstadt den süd-deutschen Markt auf.

Seit 100 Jahren steht der Name Wela für hochwertige Lebensmittel, persönliche Beratung und ein starkes Miteinander. Was 1925 mit der Herstellung von Fleisch- und Hühnerbrühe in Würfelform in einem kleinen Betrieb in Hamburg begann, ist heute ein erfolgreiches mittelständisches Unternehmen mit einem vielfältigen Sortiment und tiefen Wurzeln in der Region Oberfranken.

Von der Brühe im Glas zur Vielfalt

Die Geschichte von Wela ist geprägt von Pioniergeist, unternehmerischer Weitsicht und kontinuierlicher Weiterentwicklung. Bereits in den 1930er Jahren setzte das Unternehmen mit dem Direktvertrieb unter der neuen Marke „Wela“ Maßstäbe – eine Nähe zum Kunden, die bis heute Markenkern ist. In den Nachkriegsjahren baute Firmengründer Fritz Busch mit der Gründung der Nahrungsmittelwerk Frankenwald GmbH in Ludwigsstadt den süd-deutschen Markt auf. Die Übernahme von F. Trognitz & Co. erweiterte das Angebot

gezielt um Großgebilde und Spezialitäten für Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung. In den darauffolgenden Jahrzehnten wächst das Unternehmen kontinuierlich, investiert in moderne Produktionsanlagen, entwickelt über 2.000 eigene Rezepturen und baut den Vertrieb konsequent aus – national wie international. Durch die Zulieferung von Würze-Grundprodukten und die kompetente Beratung zur Ausbildung von Geschmacksprofilen in Lebensmitteln wird Wela dabei ein verlässlicher Partner der weiterverarbeitenden Lebensmittelindustrie. Heute reicht das Wela-Sortiment von Brühen, Würzen, Suppen und Saucen bis hin zu süßen Desserts – als Trockenprodukt, Paste, Konserve oder Tiefkühlprodukt. Pflanzenbasierte Produkte und allergenfreie Produkte bedienen dabei Ernährungstrends und Marktanforderungen.

Mit der Zertifizierung nach FSSC 22000 erfüllt der Wela-Standort Ludwigsstadt höchste Standards in der Lebensmittelproduktion

und -sicherheit. Ein klares Qualitätsmanagement, nachhaltige Investitionen in Technik und Logistik sowie der respektvolle Umgang mit Mitarbeitenden und Ressourcen zeichnen das Unternehmen aus, heißt es in einer Pressemitteilung. Der persönliche Kontakt zum Kunden – ob in der Großküche, am Point of Sale oder am Telefon – bleibe dabei ein unverrückbares Fundament.

Ein Blick nach vorn

Wela verkauft heute in über 20 Länder weltweit und bringt Geschmack in Profiküchen und private Haushalte rund um den Globus. Dabei bleibt eines immer gleich: der Anspruch, Menschen mit besten Lebensmitteln zu begeistern – auch in den nächsten 100 Jahren. „Wela bedeutet für uns Verantwortung, Beständigkeit und Nähe zum Kunden. Unser Jubiläum ist nicht nur ein Anlass zum Feiern, sondern auch ein Auftrag für die Zukunft“, so Wolfgang Vetter und Beate Seifert, Geschäftsführung der Wela-Trognitz-Gruppe.

Ernährungskompetenz unter einem Dach vereint

Kompetenzzentrum für Ernährung (KErn): Spatenstich für das Grüne Zentrum in Kulmbach



Foto: Juli Architekten

Neben ca. 100 Arbeitsplätzen für die vier Mieter sind im viergeschossigen Gebäude ein großer Veranstaltungssaal und eine grüne Dachterrasse geplant.

Der Spatenstich für das Grüne Zentrum markiert eine neue Ära am Lebensmittelstandort Kulmbach: Das Kompetenzzentrum für Ernährung (KErn) erhält nicht nur eine neue Heimat, sondern erstmalig werden damit vier führende Akteure im Ernährungssektor örtlich vereint: Das Grüne Zentrum bündelt das Kompetenzzentrum für Ernährung (KErn) an der Bayerischen Landesanstalt für Landwirtschaft (LfL), das Amt für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten (AELF) Coburg-Kulmbach, die Bayerische Kontrollbehörde für Lebensmittelsicherheit und Veterinärwesen (KBLV) und den Bayerischen Bauernverband (BBV) unter einem Dach. „Das Grüne Zentrum bietet die besten Voraussetzungen zur interdisziplinären Zusammenarbeit und schafft ein Umfeld für eine noch engere Verzahnung von Wissenschaft und Praxis. So kann das KErn seine Funktion als Drehscheibe und Netzwerkbildner der Ernährung in der Region in Zukunft noch besser ausfüllen“, sagt Christine Röger, Leiterin des KErn.

Starkes Signal für den Lebensmittelstandort Kulmbach

Das Grüne Zentrum steht sinnbildlich für den Wandel Kulmbachs: von der Industriestadt hin zu einem modernen, nachhaltigen und vernetzten Lebensmittelstandort, der

Tradition und Innovation miteinander verbindet. Die Ansiedlung des Zentrums mit einem Projektvolumen von 25 Millionen Euro setzt ein starkes Signal, heißt es dazu in der Pressemitteilung des KErn.

„Der Neubau unterstreicht die Bedeutung von Kulmbach als wichtigen Standort im

Lebensmittelsektor. Damit wird das KErn für alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter noch attraktiver und hilft uns dabei weitere Fachkompetenz in die Region zu holen. Zudem können wir hier unserem Team eine moderne Arbeitsumgebung bieten mit viel Raum zum kreativen Austausch – auch mit externen Kooperationspartnern“, so Christine Röger.

Neben ca. 100 modern ausgestatteten Arbeitsplätzen für die vier Mieter sind im viergeschossigen Gebäude ein großer Veranstaltungssaal und eine grüne Dachterrasse geplant. Unter dem Gebäude entstehen zudem großzügige Tiefgaragen sowie auf den Außenflächen überdachte Fahrradstellplätze.

Fertigstellung im Frühjahr 2027 geplant

Die Pläne für das Grüne Zentrum stammen von den Juli Architekten aus Kulmbach um Tino Heß, der auch den Rückbau der alten Mälzerei verantwortet. Bereits im Frühjahr 2025 begannen die Abrissarbeiten. Die Arbeiten am Rohbau haben planmäßig im Juni 2025 begonnen. Die Fertigstellung des Großprojekts ist im Frühjahr 2027 geplant.



Foto: KErn

Spatenstich für das Grüne Zentrum am Lebensmittelstandort Kulmbach.

LAMILUX

Auszubildende starten ersten Umwelttag



Die Auszubildenden griffen selbst zu Müllsäcken und Zangen und sammelten rund um die LAMILUX-Standorte Abfälle ein.

Mit Eigeninitiative und Umweltbewusstsein haben die Auszubildenden des Rehauer Familienunternehmens LAMILUX ein starkes Zeichen gesetzt: Erstmals organisierten sie

einen betrieblichen Umwelttag – von der Idee bis zur Umsetzung. Das Projekt soll künftig fester Bestandteil des Ausbildungsprogramms werden. Den Auftakt bildete

ein Vortrag der Nachhaltigkeitsmanagerin Dr. Karolina Ewers, die die jungen Mitarbeitenden für die ökologischen Herausforderungen der Gegenwart sensibilisierte. „Dass unsere Auszubildenden von sich aus die Initiative ergriffen haben, macht mich besonders stolz“, betonte Ewers. Anschließend griffen die Azubis selbst zu Müllsäcken und Zangen und sammelten rund um die LAMILUX-Standorte Abfälle ein – mit großem Einsatz und sichtbarer Begeisterung. „Der Umwelttag entstand aus unserem eigenen Anstoß – das zeigt, wie sehr LAMILUX uns Azubis vertraut“, sagte Luna Pappenberger, Auszubildende zur Mediengestalterin. Auch Ausbildungsleiter Sebastian Pawletta lobte das Engagement der Jugendlichen: „Ausbildung heißt bei uns auch, gesellschaftliche Verantwortung zu übernehmen.“ Ein Besuch im Abfallverwertungszentrum der Willy Böhme GmbH & Co. KG rundete den Aktionstag ab und gab den Teilnehmenden praxisnahe Einblicke in moderne Abfallaufbereitung.

Überall nur noch KI?

Nicht überall, aber viele Unternehmen sind sich der enormen Vorteile bewusst, die der Einsatz von KI bringen kann. Wir als ProComp begleiten Sie auf dem Weg zum digitalisierten Unternehmen und sind Ihr professioneller Ansprechpartner rund um Künstliche Intelligenz.

Wissensmanagement mit [KI]tty®-Chatbot

Die Firma EICHNER Organisation GmbH & Co. KG profitiert seit einiger Zeit von unserem eigen entwickelten Chatbot für Wissensmanagement. Statt des Durchwühlens ellenlanger Dokumente nach der richtigen Information, liefert der Chatbot präzise Antworten in Sekundenschnelle. [KI]tty® ist ein lokaler Bot – somit ist der Datenschutz immer gewährleistet und Kundendaten sind sicher. Ein Wissensbot ist auch in anderen Un-

ternehmensbereichen sinnvoll. Als digitaler Assistent kann er Onboardings und Einarbeitungen effizienter gestalten, indem relevante Informationen strukturiert bereitgestellt werden. Durch die zentrale Verwaltung bleibt Unternehmenswissen erhalten und geht mit ausscheidenden Mitarbeitenden nicht verloren.

Mehr KI wagen mit ProComp

Wir stehen Ihnen in sämtlichen Unternehmensbereichen zur Seite. Entdecken Sie beispielsweise unseren KI-Belegleser mit massiver Zeitersparnis. Moderne KI-gestützte Kameras schützen Ihr Unternehmen zuverlässig vor physischen Gefahren – während der Sophos AI-Assistent sich um Ihre digitale Sicherheit kümmert. Profitieren Sie außerdem von den neuesten Notebooks und der eingebauten Künstlichen Intelligenz.


ProComp
Digital. Experts.

There's KI inside!

**Ihr Ansprechpartner für
smarte Digitalisierung - mit KI.**

▶

KI WISSENSBOT



▶

DOKUMENTEN-
ERFASSUNG MIT KI



▶

CYBER-SECURITY
SOPHOS AI ASSISTANT



▶

KI NOTEBOOKS



▶

KI-GESTÜTZTE
KAMERAS & VMS





ProComp Professional Computer GmbH
Industriellee 1 | 95615 Marktredwitz



www.procomp.de

ANZEIGE

OBERFRÄNKISCHE WIRTSCHAFT – Das Magazin der IHK für Oberfranken Bayreuth – Juli 2025

19

SOMMER

Großauftrag für eines der größten Infrastrukturprojekte Europas



Meilenstein für SOMMER: Projektaufakt für den 75-Millionen-Euro-Großauftrag in Großbritannien.

Die SOMMER Fassadensysteme – Stahlbau – Sicherheitstechnik GmbH & Co. KG hat einen weiteren Großauftrag im Wert von rund 75 Millionen Euro für das britische Kernkraftwerk Sizewell C erhalten. Wie das Unternehmen mitteilt, wird das derzeit in Planung befindliche Kraftwerk in den nächsten zehn Jahren bis 2035 mit hochsicheren Türen, Toren, Gittern, Druckstoßklappen und Berstscheiben aus Döhla im Landkreis Hof ausgestattet. Der Auftrag markiert einen weiteren Meilenstein in der langjährigen Zusammenarbeit mit EDF (Électricité de France), einem der weltweit führenden Energieversorger und Betreiber zahlreicher Kernkraftwerke. Die enge Zusammenarbeit bei Projekten wie dem Kernkraftwerk Hinkley Point C habe das Vertrauen in die Sicherheitslösungen von SOMMER gestärkt und sei ein entscheidender Faktor für den Erhalt dieses neuen Auftrags gewesen. „Wir sind besonders stolz darauf, dass bei solchen sensiblen Sicherheitsthemen wie der Hochsicherheitstechnik für Kernkraftwerke auf unsere Expertise gesetzt wird“, so Marco Wendler, Bereichsleiter Hochsicherheitstechnik bei SOMMER. Als eines der größten Infrastrukturprojekte Europas werde Sizewell C eine entscheidende Rolle bei der Energiegewinnung für rund sechs Millionen Haushalte in Großbritannien spielen. Es sei ein wichtiger Schritt hin zu einer nachhaltigeren und sichereren Energieversorgung und trage maßgeblich zur Erreichung der langfristigen Energiestrategie des Landes bei. „Dieser Großauftrag ist nicht nur ein Erfolg für uns als Unternehmen, sondern auch ein starkes Signal in einer wirtschaftlich herausfordernden Zeit“, erklärt Geschäftsführer Oliver Sommer. „Er zeigt, dass wir auch in unsicheren Zeiten stabile Arbeitsplätze und langfristige Perspektiven bieten können. Gleichzeitig stärkt der Auftrag den Standort Döhla und bekräftigt unser Engagement, als verlässlicher Arbeitgeber eine zukunftsfähige und nachhaltige Entwicklung voranzutreiben.“

REUTER Management Training

Unternehmen feiert 30-jähriges Bestehen

Das Unternehmen REUTER Management Training feiert 2025 sein 30-jähriges Bestehen. Tausende Fach- und Führungskräfte wurden seit der Gründung in den Seminaren des Bamberger Weiterbildungsanbieters mit Fokus auf Projektmanagement, Change-Management und Leadership-Kompetenz qualifiziert. Gründer und Geschäftsführer Guido Reuter: „Mit einer fundierten Ausbildung im Projektmanagement lassen sich Prozesse standardisieren, Ressourcen gezielter einsetzen und damit echte Effizienzgewinne erzielen.“ Was früher oft „on the job“ improvisiert wurde, ist heute ein professionelles Berufsfeld – und eine Schlüsselqualifikation für moderne Unternehmen. „Projekte sind längst die zentrale Arbeitsform geworden“, so Reuter. „Doch ohne das nötige Know-how laufen viele dieser Vorhaben ins Leere.“ Umso wichtiger sei es, dass Fachkräfte über eine anerkannte Projektmanagement-Zertifizierung verfügen. „Sie ist der konkrete Nachweis, dass jemand Projekte methodisch sauber und zielorientiert leiten kann.“ Trotz zahlreicher digitaler Angebote und deutschlandweiter Trainings bleibt der Unternehmensstandort in Bamberg ein zentraler Anlaufpunkt: „Wir sind fest in der Region verwurzelt“, betont Guido Reuter.



Guido Reuter hat das Unternehmen REUTER Management Training vor 30 Jahren gegründet.

Kulmbacher Gruppe

Wachstum in rückläufigem Markt



Aufsichtsrat und Vorstand stoßen auf ein gutes Geschäftsjahr 2024 der Kulmbacher Gruppe an (von links): Martin Brümmerhoff, Vorstandssprecher Dr. Jörg Lehmann, Jörg Biebernick, Hans Albert Ruckdeschel, Sebastian Strobl, Vorstand Finanzen und Technik Mathias Keil, Martina Weber und Thomas Gillich.

Die Kulmbacher Gruppe entwickelte sich im Geschäftsjahr 2024 entgegen dem Trend. In einem rückläufigen und wettbewerbsintensiven Markt verzeichnete das Unternehmen beim Gesamtgetränkeabsatz ein Plus von 2,0 Prozent. Der Umsatz stieg von 282,0 auf 290,9 Millionen Euro. Diese positive Entwicklung führte Vorstandssprecher Dr. Jörg Lehmann bei der 128. ordentlichen Hauptversammlung auf die Kombination aus erfolgreichen Marken, einem starken Vertrieb, Kostendisziplin und Innovationskraft zurück.

Mönchshof mit weiterem Absatzzuwachs

Wachstumstreiber der Kulmbacher Gruppe ist erneut die Brauspezialitätenmarke Mönchshof. Die Nummer Eins im Segment der Bügelverschlussbiere gewann weitere Marktanteile hinzu und wuchs insgesamt um 4,9 Prozent. Im weiterhin schrumpfenden Biermarkt behauptete sich Kulmbacher mit einem deutlichen Zuwachs von 7,4 Prozent. Die alkoholfreien Erfrischungsgetränke von Bad Brambacher leisteten ebenfalls einen wichtigen Beitrag zur guten Geschäftsentwicklung der Kulmbacher Gruppe. Während die Mineralbrunnenbranche mit 1,5 Prozent einen leichten Absatzzuwachs verzeichnete, stieg das Absatzvolumen von Bad Brambacher um 5,3 Prozent. Als besonders beliebt erwiesen sich erneut die vier Sorten der

Garten-Limonade mit einem Plus von 19,4 Prozent. Um weiterhin wettbewerbsfähig zu bleiben, investierte die Kulmbacher Brauerei Aktien-Gesellschaft im Jahr 2024 auch in Digitalisierung und Automatisierung. Ein einheitliches, intelligentes IT-System in der Produktion und eine innovative Anlage zur Rückgewinnung von Bier aus Überschusshefe unterstützen die Unternehmensgruppe bei einem ressourcenschonenden und nachhaltigen Braubetrieb.

Ausblick 2025

Für das laufende Geschäftsjahr geht Lehmann von einem weiter schwierigen Marktumfeld aus. Als Gründe nannte er die wirtschaftliche Lage, eine anhaltend angespannte Kostensituation, das veränderte Kaufverhalten sowie den demografischen Wandel und den kontinuierlich sinkenden Alkoholkonsum. „Dieses herausfordernde Marktumfeld als Chance zu begreifen, ist Bestandteil der DNA unserer Kulmbacher Unternehmensgruppe“, versicherte Lehmann. Das breitgefächerte und qualitativ hochwertige Sortiment orientiere sich am Geschmack der Kunden. Damit könne man auch die aktuellen Trends zu Hellbieren, Biermischgetränken sowie alkoholfreien Bieren und Biermischgetränken bedienen. Für das Geschäftsjahr geht der Vorstandssprecher von einer leichten Steigerung bei Absatz und Umsatz aus.

Englischsprachige Ausgabe von „Wirtschaft und Tatkraft“ verfügbar

Die Publikation „Wirtschaft und Tatkraft. IHK – wieso, weshalb, warum?“ ist ab sofort in englischer Sprache unter dem Titel „Economy and Dynamism. Chamber of Commerce and Industry“ erhältlich. Sie kann über den DIHK-Verlag unter www.dihk-verlag.de bestellt werden. „Wirtschaft und Tatkraft. IHK – wieso, weshalb, warum?“ gibt Einblicke in die Organisation der IHKs, zeigt auf, wie Unternehmen aktiv die Wirtschaft mitgestalten können, und erläutert, wie ihre Interessen auf kommunaler, nationaler und europäischer Ebene vertreten werden. Mit der englischsprachigen Version wird die Zielgruppe nun erweitert, um auch internationale Interessenten anzusprechen.



Volks- und Raiffeisenbanken

Lage beim Wohnungsbau bleibt angespannt

Die Volks- und Raiffeisenbanken in Oberfranken blicken auf ein erfolgreiches Geschäftsjahr zurück. In einem von Unwägbarkeiten geprägten Umfeld haben die Kreditgenossenschaften das Jahr 2023 mit leichtem Wachstum abgeschlossen. Das Betriebsergebnis stieg nach vorläufigen Zahlen von 101 Millionen Euro auf 122 Millionen Euro. Die positive Entwicklung sei auf das nach wie vor gute Kundengeschäft und eine weitere Verbesserung in der Kosteneffizienz zurückzuführen.



Joachim Hausner

Zurückhaltung bei Privathaushalten und Unternehmen

Die Ausleihungen stiegen um 3,2 Prozent beziehungsweise 240 Millionen Euro auf 7,7 Milliarden Euro. Sowohl bei den kurz- und mittelfristigen wie auch bei den langfristigen Ausleihungen ist ein Plus zu verzeichnen. Das hohe Kreditwachstum aus den zurückliegenden Ausnahmejahren wird jedoch nicht erreicht. „Die Banken spüren die Zurückhaltung bei Privathaushalten und Wirtschaft“, sagte Joachim Hausner, Bezirkspräsident für Oberfranken beim Genossenschaftsverband Bayern, bei der Vorstellung

der Zahlen. Das Geschäft mit Immobilienkrediten, ein wesentliches Geschäftsfeld der Volks- und Raiffeisenbanken, hat sich abgekühlt. Das private Wohnbaukreditgeschäft stieg mit 4,3 Prozent weiterhin an, auf ein Volumen von 3,9 Milliarden Euro. Die Rekordzuwächse der zurückliegenden Jahre wurden jedoch nicht mehr erreicht.

Die Zinswende wirkt sich positiv auf das Ergebnis der Volks- und Raiffeisenbanken in Oberfranken aus. Der Zinsüberschuss stieg um 15 Prozent auf 230 Millionen Euro.

„Nach der Negativzinsphase sind die Banken wieder in der betriebswirtschaftlichen Normalität angekommen. Geld hat wieder einen Preis“, kommentierte der stellvertretende Bezirkspräsident Christian Senff. Die Provisionserträge erhöhten sich leicht um 0,9 Prozent auf 95 Millionen Euro.

Forderung nach Bürokratieabbau

Das harte Kernkapital der Banken ist um 2,3 Prozent auf 1,3 Milliarden Euro gewachsen. Die harte Kernkapitalquote liegt damit bei 17,0 Prozent. Die Anzahl der Volks- und Raiffeisenbanken in Oberfranken ist durch eine Fusion von 17 auf 16 Banken gesunken. „Die Erfüllung der Regulierungsanforderungen bindet immer mehr Fachkräfte in der Bank. Der Regulierungsdruck erhöht auch den Fusionsdruck“, betonte Joachim Hausner. Er plädierte dafür, Fachkräfte weniger stark mit administrativen Aufgaben zu beschäftigen: „Der Bürokratieabbau muss in der Praxis umgesetzt werden. Wir sollten unsere Kräfte in der Wirtschaft mehr auf die Transformation und auf Wachstum richten und uns von unnötigem Papierkram verabschieden.“

Wirtschaftsberichterstattung: Unternehmer schätzen Vielfalt und Qualität

Deutschlands Unternehmerinnen und Unternehmer haben ein hohes Informationsbedürfnis. Dafür nutzen sie eine breite Vielfalt an Medien. Dies geht aus einer aktuellen Online-Befragung des Institutes Forsa im Auftrag des IHK-Preises für Wirtschaftsjournalismus „Ernst Schneider“ hervor. Die Auswertung von 1.530 Online-Interviews zeigt, dass Unternehmer die Wirtschaftsberichterstattung vor allem in den überregionalen Medien schätzen. Die Ergebnisse der Befragung unterstreichen auch die wachsende Bedeutung sozialer Medien als zentrale Informationsquelle für die Wirtschaft. „Unternehmerinnen und Unternehmer informieren sich gezielt, umfassend und vielseitig, um wirtschaftliche Entscheidungen fundiert zu treffen“, erklärt Achim Dercks, stellvertretender Hauptgeschäftsführer der Deutschen Industrie- und Handelskammer.

Konkret äußerten sich knapp zwei Drittel (63 Prozent) der Befragten „zufrieden“ oder „sehr zufrieden“ mit der Wirtschaftsberichterstattung überregionaler Medien. Die Berichterstattung in den lokalen Medien bewerteten 47 Prozent positiv, während sich 44 Prozent mit dieser „weniger“ oder „gar nicht zufrieden“ zeigten.

Die Untersuchung ergab ferner, dass soziale Medien (64 Prozent) und lokale Tageszeitungen (62 Prozent) die am häufigsten genutzten Informationsquellen für Unternehmer sind, dicht gefolgt von Fachmagazinen (50 Prozent), Wirtschaftsmagazinen (48 Prozent) und überregionalen Tageszeitungen (37 Prozent).

» Die Umfrage wurde von Forsa zwischen Oktober 2024 und Januar 2025 durchgeführt.

Impressum

OBERFRÄNKISCHE WIRTSCHAFT –
Das Magazin der Industrie- und
Handelskammer für Oberfranken Bayreuth

Verantwortlich für Herausgabe und Inhalt:
Industrie- und Handelskammer für Oberfranken Bayreuth
95444 Bayreuth, Bahnhofstraße 25, www.bayreuth.ihk.de

Redaktionsleitung:
Sandra Peter, Telefon: 0921 886-109, E-Mail: peter@bayreuth.ihk.de

Der Bezug der IHK-Zeitschrift erfolgt im Rahmen der grundsätzlichen Beitragspflicht als Mitglied der IHK. Mit Namen oder Initialen gezeichnete Berichte geben nicht unbedingt die Meinung der IHK wieder.

Haftung: Der Inhalt dieses Heftes wurde sorgfältig erarbeitet. Dennoch übernehmen Autoren, Herausgeber, Redaktion und Verlag für die Richtigkeit von Angaben, Hinweisen und Ratschlägen sowie für eventuelle Druckfehler keine Haftung.

Verlag und Herstellung:
HCS Medienwerk GmbH, Steinweg 51, 96450 Coburg
Telefon: 09561 850-300, E-Mail: kontakt@hcs-medienwerk.de
www.hcs-medienwerk.de

Druck:
MÖLLER PRO MEDIA GmbH, Zeppelinstraße 6, 16356 Ahrensfelde

Ausgabedatum: 9. Juli 2025

Grafik: HCS Medienwerk GmbH, Julia Frankenberger

Titelbild + S.26/27: Yelyzaveta - stock.adobe.com

Anzeigenleitung (verantwortlich):
Stefan Sailer, Geschäftsführer HCS Medienwerk GmbH

Mediaberatung:
Udo Osterhage, Telefon: 09231 9601622
E-Mail: udo.osterhage@hcs-medienwerk.de



Gedankenschmiede

German Brand Award für das 360°-Markenportal für HARO



Christian Hofmann und Christina Jäger

Die Bayreuther Markenagentur Gedankenschmiede wurde beim German Brand Award 2024 gleich doppelt ausgezeichnet. Prämiert wurde das 360°-Kundenportal für den Kunden HARO, einer der führenden Hersteller für Parkett und Bodenbeläge. Das ausgezeichnete Projekt wurde von der Bayreuther Digital-Agentur konzipiert, gestaltet und technisch umgesetzt. Das Portal ist mehr als ein digitales Tool – es ist die kommunikative Schaltzentrale zwischen Vertrieb und Handel. Mit direkter SAP-Anbindung, datenbankgestützten Werbemitteln und personalisierten Verkaufsunterlagen bietet es einen Mehrwert für den Fachhandel. Die durchdachte User Experience überzeugte auch die Jury des German Brand Award.

Kommunikationsportal überzeugt vier Fachjürs

Neben der Auszeichnung mit dem German Brand Award und der Mention in der Kategorie „Brand Experience of the Year“ überzeugte das HARO-360°-Portal ebenfalls beim German Design Award 2024, räumte den Deutschen Agenturpreis 2023 ab und gewann die Kategorie B2B-Webdesign beim German Marketing Award 2023. „Wir sind sehr stolz darauf, dass auch Fachjürs sehen, welchen Ansatz wir verfolgen und honorieren, wie gut uns das gelungen ist“, freut sich Christian Hofmann, Geschäftsführer der Gedankenschmiede. „Ich arbeite seit über 15 Jahren für HARO und freue mich, dass wir gemeinsam dieses Projekt so erfolgreich umsetzen konnten.“

Die Basis dieses Erfolgs: eine fundierte Markenstrategie, fundiertes Know-how in Verkaufspsychologie und Neuro-marketing – belegt durch die TÜV-Zertifizierung der Gedankenschmiede in genau diesem Bereich. Damit zählt die Agentur nach eigenen Angaben bundesweit zu den wenigen Anbietern, die wissenschaftlich fundierte Methoden mit kreativer Markenentwicklung verbinden.

Aktionswochen „Menschen in Arbeit – Fachkräfte in den Regionen“

Vom 15. bis 28. September organisiert die Initiative Neue Qualität der Arbeit (INQA) ihre diesjährigen Aktionswochen „Menschen in Arbeit – Fachkräfte in den Regionen“. Unternehmen, Netzwerke, Kammern und weitere Arbeitsmarktakteure können sich mit kostenfreien, öffentlich zugänglichen Veranstaltungen beteiligen. Thematische Schwerpunkte reichen von Berufsorientierung über Weiterbildung und Digitalisierung bis hin zur Integration internationaler Fachkräfte. Die Anmeldung ist bis zum 9. September möglich; alle Veranstaltungen werden auf [inqa.de](https://www.inqa.de) veröffentlicht.

Weitere Informationen und Materialien für die Öffentlichkeitsarbeit, etwa Logos und Sharepics, stehen ebenfalls dort bereit. Für Fragen oder Unterstüt-

zung ist das INQA-Netzwerkbüro per Mail unter netzwerkbueero@inqa.de oder telefonisch unter 030 20619-546 erreichbar.

Hinter der vom Bundesministerium für Arbeit und Soziales ins Leben gerufenen Initiative steht ein überparteiliches und sozialpartnerschaftliches Netzwerk. Zu den 14 Institutionen im Steuerkreis der Initiative gehört auch die Deutsche Industrie- und Handelskammer. Ziel der INQA ist es, durch regionale Veranstaltungen Lösungsansätze für Fachkräftesicherung und den Wandel der Arbeitswelt sichtbar zu machen und zu fördern.

»» [Weitere Informationen unter inqa.de](https://www.inqa.de)

ANZEIGE

SELZ
Qualität für Generationen

Qualität aus Stahl
Industrie- & Gewerbehallen
Planung | Produktion | Montage
Infos unter www.selz-fertigbau.de
Tel. 09161 88 42 0

NEU!

Jetzt auch mit PV-Anlage /Dachbegrünung

SELZ GmbH
Karl-Eibl-Straße 54
91413 Neustadt a. d. Aisch
info@selz-fertigbau.de

Ofa Bamberg GmbH

Stephan Börner neuer CEO



Die neue Geschäftsleitung der Ofa Bamberg GmbH seit Juli 2025: Stephan Börner (CEO) und Dr. Fabian Bohnen (COO).

Um die strategische Weiterentwicklung der Ofa Bamberg GmbH voranzutreiben, verstärkt Stephan Börner seit Juli 2025 die Geschäftsführung und wird das Unternehmen gemeinsam mit Dr. Fabian Bohnen leiten, der Ofa Bamberg seit Jahresbeginn in kompletter Verantwortung geführt hat.

Mit Stephan Börner wurde ein erfahrener Geschäftsführer aus der Healthcare-Branche gefunden, der frische Perspektiven und internationale Führungserfahrung mit nach Bamberg bringt, teilt das Unternehmen mit. „Als gebürtiger Oberfranke freue ich mich besonders darauf, in meine Heimatregion zurückzukehren und gemeinsam mit Dr. Fabian Bohnen und dem gesamten Team die Ofa Bamberg GmbH in Zusammenarbeit mit unseren Marktpartnern weiterzuentwickeln – international wie national“, so Börner.

Zuvor war Stephan Börner Geschäftsführer bei der MCM Klosterfrau Vertriebsgesellschaft mbH mit Stammsitz in Köln. Nach Stationen unter anderem bei Glaxo Smith Kline, Merck und Procter & Gamble übernahm er im April 2022 zunächst die Stelle des Sales Director beim Traditionsunternehmen Klosterfrau, um kurz darauf zum Managing Director berufen zu werden. Bei Ofa verantwortet er nun als CEO die Bereiche Marketing, Vertrieb, Finanzen, HR und Strategie. Dr. Fabian Bohnen wird sich als COO schwerpunktmäßig auf die Bereiche Produktion, Logistik, Entwicklung und IT konzentrieren. „Stephan Börner bringt umfassende internationale Expertise im Bereich Business Development, Prozess- und Produktinnovationen sowie Marketing und Sales Excellence mit. Ich freue mich darauf, gemeinsam mit ihm und unserem Management-Team innovative Lösungen zu entwickeln und die Zukunft zu gestalten“, so Bohnen.

Gedikom GmbH

Kaufleute meets Handwerk 2.0

Ein außergewöhnliches Zusammenspiel von Handwerk, Kaufmannsgeist und kulinarischer Kreativität verwandelte den Ökologisch-Botanischen Garten der Universität Bayreuth in eine Bühne für regionale Genusskunst: Im Rahmen des Projekts „Kaufleute meets Handwerk 2.0“ traten erneut sechs Teams, bestehend aus angehenden Bäcker- und Konditormeisterinnen und -meistern der Handwerkskammer für Oberfranken sowie kaufmännischen Auszubildenden der Gedikom GmbH, in einem spannenden Wettbewerb gegeneinander an.

Im Rahmen des Projektes, welches von Gedikom-Prokurstin Annegret Schnick und Ronny Vogel, Fachbereichsleiter für das Bäcker- und Konditorenhandwerk der HWK, vergangenes Jahr ins Leben gerufen wurde, steht die Förderung regionaler kulinarischer Genüsse im Mittelpunkt. Sechs Teams nutzen die Vielfalt der Kräuter des Ökologisch-Botanischen Gartens, um ein Produkt inklusive Rezept zum Nachmachen und durchdachter Marketingstrategie zu entwickeln. Entstanden sind Köstlichkeiten, die nicht nur die Besucherinnen und Besucher begeisterten, sondern auch eine fünfköpfige Fachjury überzeugten. Der Spenderlös in Höhe von 1.200 Euro kommt dem Förderkreis des Botanischen Gartens zugute und wird für die Anschaffung einer neuen Sitzbank verwendet.

Die Jury, bestehend aus Konditormeisterin Julia Grommes, Norbert Heimbeck (Geschäftsführer der Genussregion Oberfranken e.V.), Prof. Dr. Sebastian Fefas (HWK), IHK-Hauptgeschäftsführer Wolfram Brehm sowie Dr. Robert Weigel (Direktor des Botanischen Gartens), war sich einig: Das Projekt „Kaufleute meets Handwerk“ bot den Teilnehmenden die Möglichkeit, handwerkliches Können und kaufmännisches Wissen mit regionalen Zutaten zu verbinden.



Das Projekt „Kaufleute meets Handwerk“ verband die Talente von kaufmännischen Auszubildenden der Gedikom GmbH und angehenden Bäcker- und Konditormeisterinnen und -meistern zu besonderen kulinarischen Köstlichkeiten.

Brauerei Kundmüller

Weiherer Rauch gewinnt Gold beim World Beer Cup 2025

Bei der Preisverleihung des World Beer Cups 2025 wurde das Weiherer Rauch als bestes Rauchbier der Welt mit der Goldmedaille ausgezeichnet. „Das ist der absolute Wahnsinn“, freut sich Brauereichef und Braumeister Roland Kundmüller. Sein Bruder Oswald, Geschäftsführer und Biersommelier, ergänzt: „Nach dem Riesenerfolg vom letzten Jahr, als unser Weiherer Kräusen Hell zum weltbesten Kellerbier gekürt wurde, hätten wir uns eine solche Auszeichnung nicht nochmal träumen lassen. Wir sind überwältigt und bedanken uns bei unserem großartigen Brauer-Team.“



Das Brauerei-Team um Roland und Oswald Kundmüller freut sich über die Auszeichnung und stößt gemeinsam auf den Erfolg an.

Die Brauerei Kundmüller wurde 1874 in Weiher gegründet. Seitdem hat sich viel getan: Aus nur einem Bier, dem Lager Hell, wurden über 30 Sorten, darunter Klassiker, Sonder- sude, alkoholfreie, Bio- und internationale Spezialitäten. Der Ausstoß hat sich weit mehr als verzehnfacht, das Unternehmen erstrahlt in neuem Glanz – mit renoviertem

Gasthof und Gästehaus und einem moder- nen Sudhaus von Kaspar Schulz, Bamberg.

Der World Beer Cup ist der größte Bierwet- tbewerb der Welt, heißt es in der Pressemit- teilung. Heuer nahmen 1.761 Brauereien teil

und reichten 8.375 Biere aus 49 Ländern ein. In jeder der insgesamt 112 Kategorien konn- te eine Gold-, Silber- und Bronzemedaille vergeben werden. Die 265 internationalen Juroren bewerteten die Biere in einem stren- gen Verfahren über mehrere Tage hinweg.

fürdeinWerk®

bringt Ihre Workwear

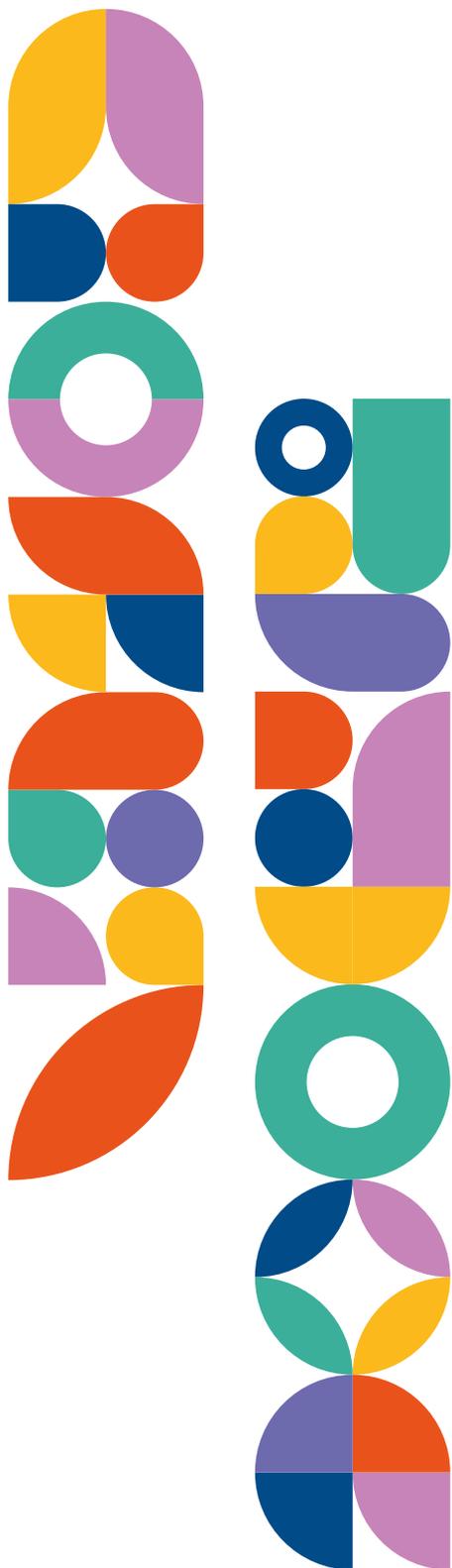
fürdeinWerk ist eine Marke der Proline Werbearbeitel e.K.
Bösendeck 21 · 95482 Gefrees · Tel. 092254 32667-66
Unverbindlich mobilen Showroom buchen unter www.furdeinwerk.de.

Arbeitskleidung einfach & anders einkaufen!

JETZT mobilen Showroom buchen!

Und unser Berater kommt mit Berufsbekleidung „live“ vor Ihren Betrieb!

ANZEIGE



Mehr als nur schön

Erfolgsfaktor Design: Netzwerke, Praxisbeispiele und Erfolgsrezepte aus Oberfranken

Design ist weit mehr als nur ein optisches Schönheitsmerkmal. Es geht darum, ein Produkt oder eine Dienstleistung so zu gestalten, dass es gut funktioniert, ansprechend ist und die Bedürfnisse des Nutzers effektiv erfüllt. Für Unternehmen ist Design ein Schlüsselfaktor, um sich im Wettbewerb von Mitbewerbern zu differenzieren. In Oberfranken haben das viele Unternehmen erkannt. Im Zusammenspiel mit Institutionen hat sich so ein umfangreiches oberfränkisches Netzwerk etabliert und die Region sich zum anerkannten Standort für Innovation und Gestaltung entwickelt. Die IHK fungiert dabei als Ansprechpartner für alle Branchen der Wirtschaft. Es geht darum, die Marktteilnehmer zusammenzubringen und den Nutzen von Design verstärkt im Bewusstsein zu verankern. Auf den folgenden Seiten finden Sie daher Netzwerke, Praxisbeispiele und Einblicke rund um das Thema Design.



IHK-Ansprechpartner



Thomas Zapf
 Leiter Bereich Standortpolitik
 ☎ 0921 886-104
 @zapf@bayreuth.ihk.de



Frau Vicentini, was genau ist eigentlich Design?



Im Freistaat ist bayern design der zentrale Knotenpunkt, wenn es um das Thema Design geht. Im Interview haben wir Geschäftsführerin Nadine Vicentini gefragt, was bayern design den Unternehmen anbietet und warum das Thema für die Wirtschaft wichtig ist.

Was ist Design eigentlich genau?

Das Verständnis und die Definition von Design haben sich in den letzten Jahrzehnten laufend erweitert. Vom gelungenen Zusammenspiel von Form und Funktion ausgehend, reicht Design heute weit über die ästhetische Gestaltung von Produkten und Dienstleistungen hinaus. Wir bei bayern design verwenden einen erweiterten Designbegriff: Design umfasst für uns die Entwicklung von Handlungen und Nutzungen ebenso wie die Gestaltung von Systemen und Produkten, Identitäten und kulturellen Mustern – aber auch die Kommunikation und Vermittlung der großen Transformationsthemen ist eine Facette des Designs, wie wir es verstehen.

Was sind die Aufgaben von bayern design?

Wir haben die Aufgabe Wissen über Design zu vermitteln und Netzwerke aufzubauen: Wir klären darüber auf, was Design ist und was es kann, und verschaffen dem Thema so eine starke Positionierung im Freistaat; wir bringen Akteurinnen und Akteure auf Messen und in Diskussionspanels zusammen und fördern den Austausch. bayern design wird vom Bayerischen Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie sowie vom Trägerverein bayern design forum e.V. unterstützt. Im Verein engagieren sich Unternehmen, Designagenturen, Hochschulen sowie Industrie- und Handelskammern.

Warum ist Design für Unternehmen so wichtig?

Es gibt Studien, die zeigen: Unternehmenserfolg und Designverständnis sind miteinander verknüpft. Für Unternehmen ist Design ein wichtiger Aspekt der Markengestaltung und wichtig, um sich im Wettbewerb zu differenzieren. Auch ergeben sich über das Design häufig unkonventionelle Ideen und Lösungsansätze.

Gute Gründe für Unternehmen, sich mit Design zu beschäftigen.

Wie ist das Bewusstsein ausgeprägt?

Das ist extrem vielschichtig und nicht an bestimmten Branchen oder Unternehmensgrößen festzumachen. Grundsätzlich besteht zwar noch Luft nach oben, aber immer mehr Unternehmen haben Design als strategischen Faktor des Unternehmenserfolgs verstanden.

Wie können sich Unternehmen dem Thema annähern?

Auf unserer Website sind kurze Artikel zu finden, die Wissen über das Thema Design vermitteln – immer im Kontext zu anderen relevanten Themen, wie Nachhaltigkeit oder Inklusion. Mit dem „Design Fitness Check“ haben wir ein kostenfreies Online-Tool entwickelt, das in weniger als 20 Minuten aufzeigt, wie es um die „Designfähigkeit“ im Unternehmen bestellt ist, ob die Rahmenbedingungen stimmen und wo man sich verbessern kann. Der Check kann aber auch von Kreativen genutzt werden, um die Stärken und Schwächen der Auftraggeberinnen und Auftraggeber aufzudecken und mit ihnen ins Gespräch zu kommen. Wir empfehlen außerdem den Austausch mit Agenturen oder mit Gleichgesinnten in unserem Trägerverein, um Anregungen zu bekommen, wie andere das Thema Design angehen.





Bei der jährlichen „Limited Edition“ ist das Verpackungsdesign der Lauenstein Confiserie bunter und auffälliger.

Mit Fingerspitzengefühl

Die Lauenstein Confiserie hat ihr Design behutsam modernisiert – und trotzdem kreative Spielwiesen geschaffen

Die Verpackung ist das, was der Kunde zuerst sieht, und regt zum Zugreifen an. Aber der Inhalt muss den Erwartungen entsprechen: Das gilt ganz besonders für Produkte wie die Pralinen und Schokoladen der Lauenstein Confiserie in Ludwigsstadt im Landkreis Kronach. Verpackung oder Inhalt sind also gleichermaßen wichtig, sagt Geschäftsführer Maximilian Kaub. „Was drin ist, muss zur Hülle passen.“ Und andersherum. Und so legt das Unternehmen bei beidem gleichermaßen Wert auf das Design und hat hier in den vergangenen Jahren eine neue Richtung eingeschlagen.



Eine dezente Neugestaltung haben die Stammprodukte der Lauenstein Confiserie hinter sich – jedoch so, dass das Design erkennbar bleibt.

Pralinen seien ein eher konservatives Geschäft, doch gleichzeitig wollte die Lauenstein Confiserie neue, jüngere Zielgruppen erschließen und den E-Commerce ausbauen, ohne dabei die Stammkundschaft zu verprellen. „Dazu sind wir zum einen die Geschmacksrichtungen angegangen“, erzählt Maximilian Kaub, der vor sieben Jahren in das Familienunternehmen eingestiegen ist. Einst zu rund 90 Prozent alkoholhaltig, enthält das Sortiment heute rund zur Hälfte alkoholfreie, oft fruchtige Kreationen. Die Verpackungen wurden sanft modernisiert, tragen als Erkennungsmerkmal nun allesamt ein dezentes Kakaoblütenmuster. „Dazu haben wir für die unterschiedlichen Kreationen einen Farbspiegel eingeführt“, so Kaub. Das alles behutsam, sodass das Verpackungsdesign zwar frischer

wirkt, aber erkennbar bleibt. Die jährliche „Limited Edition“ nutzt die oberfränkische Confiserie hingegen, um sich auch beim Design auszutoben. Diese Verpackungen sind bunter, auffälliger. Sie zierte zuletzt zum Beispiel ein farbenfrohes florales Muster oder ein Kolibri, passend zum fruchtigen Inhalt. „Hier greifen wir auch Trend-Themen auf“, so Maximilian Kaub, „das wird sehr gut angenommen.“ Auch in den neu aufgebauten Themenwelten, etwa einer „Herzklopfen“-Linie zum Valentinstag, darf das Design etwas vom

klassischen Lauenstein-Look abweichen. „Das passiert alles inhouse in unserer eigenen Grafikabteilung“, so der Geschäftsführer. Um Ideen zunächst grob zu visualisieren, kommt dort auch Künstliche Intelligenz zum Einsatz.

Gelangt man zum Inhalt, ist dort natürlich der Geschmack wichtig, aber auch die Form. Beides muss zueinander passen. Das beste Beispiel: Bei den Teeschokoladen, einer Kreation der Confiserie aus Schokolade und Tee, haben die Pralinen die Form von Teeblättern. Für das Produkt wurde das Unternehmen mit einem Innovationspreis ausgezeichnet, berichtet Maximilian Kaub stolz. Oberste Prämisse allerdings: „Das, was drin ist, muss geschmacklich top sein.“

80 Prozent der Produkte tragen heute bereits das neue Design. „Es gibt wenig, was noch so aussieht wie vor ein paar Jahren.“ Kaub fasst die Strategie nochmals zusammen: eine vorsichtige Modernisierung der Stammprodukte, dazu die gezielte Schaffung von Produktwelten, die sich in Form und Farbgebung abheben dürfen. „Der größte Fehler wäre, alles für alle machen zu wollen und sich von der Angst lähmen zu lassen, zu verlieren, was man hat“, so Kaub. „Das hemmt den Mut, Dinge auszuprobieren.“

Mit Gespür für Tradition und Zeitgeist zeigt die Lauenstein Confiserie, wie sich Handwerkskunst weiterentwickeln lässt, ohne sich selbst zu verlieren, sondern vielmehr mit jedem neuen Design, jeder neuen Idee und jedem mutigen Schritt das eigene Profil zu schärfen.



Maximilian Kaub ist vor sieben Jahren in das Familienunternehmen eingestiegen.

„Ohne Design würde es unser Unternehmen nicht mehr geben“

Interview mit Leni Rohleder, Rohleder GmbH, Konradsreuth

Die Rohleder GmbH in Konradsreuth stellt Möbelbezugsstoffe und Heimtextilien in allen Variationen her. Als Gastgeber der „Erfolg durch Design“-Reihe des Coburger Designforums Oberfranken teilte die Weberei als „Best Practice“ erst kürzlich ihre Erfahrungen mit anderen Unternehmen sowie Designerinnen und Designern. Leni Rohleder, im Unternehmen verantwortlich für die Themen Change Management und Nachhaltigkeit, berichtet im Interview, welche Bedeutung das Thema Design dort hat.

Welche Rolle spielt Design bei der Rohleder GmbH?

Design hat für uns einen essenziellen Stellenwert. Ich würde sogar so weit gehen und sagen: Ohne Design würde es unser Unternehmen heute nicht mehr geben. Einst war unsere Region eine absolute Textilhochburg. Mit dem Strukturwandel wurde es immer relevanter, sich eine Nische zu suchen. Für uns war dies das Thema Design. Wir

beschäftigen neun Inhouse-Designerinnen und -Designer, für ein Unternehmen unserer Größe ist die Abteilung immens groß. Somit können wir besonders gut auf Kundenwünsche eingehen, was Farben, Strukturen und Muster betrifft. Das ist, zusammen mit der Vielfalt an Webeinstellungen, unsere Daseinsberechtigung.

Sie sind sowohl im B2B- als auch im B2C-Geschäft tätig. Unterscheiden sich die Herangehensweisen beim Thema Design?

Unser Stammgeschäft ist, dass wir Meterware an Großkunden liefern. Hier treten wir als Dienstleister auf, geben dabei auch die Rechte an den Designs ab. Im B2B-Bereich vergehen oft ein bis zwei Jahre von der ersten Design-Idee bis zu dem Zeitpunkt, zu dem der Stoff im Geschäft landet. Das heißt, wir müssen Trends und Farbrichtungen lange im Voraus denken. Seit 2018 haben wir mit unserer Home Collection unter unserem Namen zusätzlich ein Sprachrohr zum Endverbraucher. Vor allem für letztere arbeiten wir oft auch mit externen Künstlern und Designern zusammen, bringen so eine andere Handschrift rein. Das ist extrem spannend.

Leni Rohleder

Zudem können wir im B2C-Geschäft schneller agieren, mutiger designen und auch mal ganz verrückte Sachen machen. Die Stückzahlen sind kleiner und der Endverbraucher traut sich eher, mal ein Sofakissen in wilden Farben oder Mustern zu kaufen, als gleich ein ganzes Sofa im gleichen Design.

Wie entstehen Ihre Designs?

Wir sind auf vielen Messen unterwegs, lassen uns von der Mode, der Kunstwelt und anderen kreativen Sphären inspirieren. Uns gibt es seit 1946, das heißt, wir haben sehr, sehr viele Stoffe im Archiv, die ebenfalls eine Inspirationsquelle für uns sind. Diese Stoffe haben häufig Charme und große historische Tiefe, und es macht Spaß, alte Stoffe anzuschauen, sie weiterzuentwickeln, etwa alte Muster mit neuen Farben, und so etwas Neues zu schaffen. Oft finde ich dort auch Muster von meiner Mutter aus den 80er und 90er Jahren.





Coburger Designforum Oberfranken e.V.

Der Verein Coburger Designforum Oberfranken e.V. möchte vor allem eines: machen. „Seit über 20 Jahren setzen wir uns umsetzungsorientiert für das Thema Design ein“, so Geschäftsführerin Sylvia Endres.

Nachdem sich seit 1988 die jährlich stattfindenden Coburger Designtage Schritt für Schritt zu einer erfolgreichen Veranstaltung etabliert hatten, folgte die Idee zur Gründung des Vereins. Und nach dem Beschluss des Freistaates Bayern, Design als einen entscheidenden Wirtschaftsfaktor zu unterstützen, legte das Coburger Designforum Oberfranken im Mai 2001 richtig los. Design bekam eine zentrale Rolle in ganz Oberfranken. Die Region – seien es Unternehmen, Nachwuchs oder Kommunen – über die Bedeutung von Design zu informieren, zu begeistern und zu unterstützen, ist die zentrale Aufgabe des Vereins.

Einige Beispiele: Die Coburger Designtage, das Flaggschiff des Coburger Designforum Oberfranken e.V., haben heuer im 37. Jahr stattgefunden. Mit dem Format „Wege zum Design“ vermittelt der Verein jungen Menschen, wie man auch ohne Studium in den Bereich einsteigen kann. „Auch mit der Wirtschaft setzen wir gemeinsame Projekte um“, so Endres, etwa die Reihe „Erfolg durch Design“, die seit vielen Jahren direkt in den Unternehmen stattfindet. „Wir blicken hinter die Kulissen und diskutieren ihre Designstrategien sowie die entscheidenden Erfolgsfaktoren.“

In den Veranstaltungen greift der Verein aktuelle Themen auf, etwa Nachhaltigkeit oder Künstliche Intelligenz – letzteres ein Thema, das laut Endres gerade für Designerinnen und Designer mit viel Unsicherheit und der Sorge, von der KI ersetzt zu werden, behaftet ist. In einem Workshop ging es darum, wie Designerinnen und Designer Künstliche Intelligenz als Sparringspartner nutzen können. Damit greifen die „Designdays“ ein breites Spektrum auf: von Unternehmensbesuchen in Oberfranken bis hin zu praxisnahen Vorträgen und Workshops.

» Mehr zum Coburger Designforum Oberfranken e.V.:

➔ [c-d-o.de](https://www.c-d-o.de)



Foto: Yevheni Kuhl - stock.adobe.com

Trends – wie man sie findet, was hinter ihnen steckt und wohin die Reise geht

Seit über 20 Jahren stehen Trends im Zentrum der Arbeit von Gabriela Kaiser, Inhaberin der TRENDagentur in Landsberg am Lech – von Megatrends bis hin zu konkreten Strömungen im Design, das sich über Farbe, Material, Muster, Oberfläche und Formensprache definiert. Warum wir Trends folgen und wie man sie aufspürt, wie Megatrends sich im Design widerspiegeln und welche Trends im Kommen sind, darüber haben wir mit der Referentin bei den Coburger Designtagen gesprochen.

Frau Kaiser, warum ist es überhaupt wichtig, dass Design sich an Trends orientiert?

Bei Design steht immer der Kunde im Mittelpunkt des kreativen Schaffens – das ist der Unterschied zur Kunst, wo es um den Künstler geht. Designer sollten daher wissen, was ihre Kunden bewegt und was ihnen gefällt, denn dann kommt ein Design gut an.

Woher kommen Trends?

Trends können ganz unterschiedliche Ursprünge haben – etwa ein Kinofilm oder eine Serie, die vielen gefällt. Wenn das die Menschen anspricht, möchten sie sich etwas davon in ihr Leben holen. Trends folgen häufig einer Wellenbewegung: Die meisten Menschen sehnen sich nach Abwechslung und dem, was sie gerade nicht haben. Nach einer Phase mit vielen gemusterten Dingen, folgt eine Zeit, bei der es in Sachen Mustern ruhiger wird.

Wie spüren Sie Trends auf?

Im Design spürt man Trends auf durch Beobachtungen auf Social Media, Fachmessen, Designmessen, hippen Läden, trendigen Zeitschriften. Ganz wichtig ist dabei die Verfolgung der Entwicklungen. Eine Momentaufnahme hilft da nicht weiter. Ich muss wissen, was vorher zu sehen war. Sonst weiß ich nicht, ob das neu ist oder schon seit zehn Jahren zu sehen ist. Und diese Farbe, das Material, die Optik müssen ein paar Mal auftauchen – am besten an verschiedenen Orten und im besten Fall in verschiedenen Kontexten, damit es wirklich ein Trend ist. Wenn ich es nur einmal irgendwo gesehen habe, ist es erst einmal nur interessant, aber noch kein Trend.

Können Sie uns ein paar Beispiele für Designtrends geben, die Ihrer Meinung nach 2026 im Kommen sind?

Kontraste werden aus meiner Sicht wichtiger, Materialkontraste, Farbkontraste und das Spiel damit – zum Beispiel matt neben hochglänzend, weiß neben schwarz, Holz zusammen mit Chrom. Auch Second Hand wird ein wichtiger Einfluss, Retro- und Vintage-Looks – Dinge, die wie vom Flohmarkt aussehen, auch, wenn sie es vielleicht gar nicht sind.



Gabriela Kaiser

Wie spiegeln sich Megatrends im Design wider?

Megatrends sind Trends, die uns ca. 20 bis 50 Jahre begleiten. Es wird viel über die Urbanisierung gesprochen, also dass auf der Erde mehr Menschen in Städten wohnen als auf dem Land. Das hat natürlich Auswirkungen auf das Design. Wohnflächen in Städten sind kleiner als auf dem Land, unter anderem, weil der Quadratmeter-Preis höher ist. In den vergangenen Jahren wurde viel über Micro-Living gesprochen – also das Wohnen auf kleinstem Wohnraum. Da passen große Couchlandschaften nicht hinein, sondern multifunktionale Möbel sind gefragt, die mehrere Aufgaben erfüllen. Glastische passen dann zum Beispiel auch besser – nicht nur, weil Glas als Material urbaner wirkt, sondern auch, weil die Transparenz des Materials einen Raum optisch nicht so auffüllt wie ein schwerer Holztisch. Zu Trends gibt es aber immer auch Gegentrends: in dem Fall den Trend zur Natürlichkeit – mit viel Holz und viel Grün, Stichwort „Urban Gardening“.

Sie sagen: Trends reflektieren unsere Wünsche und Bedürfnisse, und Design setzt diese dann in Farbe, Material, Muster, Oberfläche und so weiter um. Können Sie diesen Zusammenhang näher erläutern?

Farben, Materialien und Muster lösen bestimmte Assoziationen in uns aus. So wirken Pflanzenmotive meist natürlich und grafische Muster technisch. Wenn Sie an Holz denken, dann denken Sie an ein warmes Material und bei Chrom an eine kühle Optik. Am stärksten ist es bei Farben, die wir direkt mit Emotionen verbinden. Wenn Sie Rosatöne sehen, denken Sie wahrscheinlich an weich und zart und bei bläulichem Türkis an Frische und Erholung, weil es uns an

das Meer erinnert. Bei Farben und Mustern spielt unsere Kultur, in der wir aufwachsen, eine wichtige Rolle, aber teils sind es auch angeborene Reaktionsmuster. Aber nochmals: Es gibt nicht den einen Trend, sondern stets verschiedene, die nebeneinander existieren und unterschiedliche Gruppen mit unterschiedlichen Bedürfnissen ansprechen. Manches sieht man zwar häufig – zum Beispiel Leo-Muster –, aber trotzdem werden Sie damit nicht jeden ansprechen können. Deshalb ist es so wichtig, dass ein Unternehmen seine Zielgruppe kennt. Alles für alle machen zu wollen, funktioniert meist nicht. Ein Unternehmen, das auch beim Design seine Nische gefunden hat, ist meist viel erfolgreicher.



Von der Rettungsweste zum Rucksack

Die Marke BAG TO LIFE verbindet Design und Nachhaltigkeit

Bei der B2L GmbH & Co. KG in Lichtenfels werden Materialien aus der Luftfahrtbranche, die sonst entsorgt werden würden, unter der Marke BAG TO LIFE in hochwertige Designprodukte verwandelt. Angefangen mit Rettungswesten, aus denen Taschen und Rucksäcke produziert werden, fertigt B2L inzwischen auch Einrichtungsgegenstände und Möbel. Upcycling heißt das Stichwort, bei dem Design und Nachhaltigkeit eine spannende Beziehung eingehen.

Gründerin und Geschäftsführerin ist Kerstin Rank. Im Flugzeug bei der Vorführung der Rettungswesten fragte sie sich einst, warum diese eigentlich nicht wieder verwertet werden. Nach den Luftfahrt-Bestimmungen müssen sie regelmäßig ersetzt werden. Jetzt entstehen ressourcenschonend aus nicht mehr benötigten Materialien die Produkte von B2L: Seit 15 Jahren designt das Lichtenfelser Unternehmen aus originalen Luftfahrtmaterialien neue Dinge. Design hat für

das Unternehmen dabei von Anfang an eine große Rolle gespielt.

Das Prinzip des Upcyclings bedingt eine ganz bestimmte Herangehensweise an das Produktdesign, erläutert Kerstin Rank: „Wir haben das Material im Fokus. Wir gehen vom Ursprungsmaterial aus und bringen es von Anfang an ins Design ein.“ Im Gegensatz dazu sei ein Designer beim Entwerfen einer „konventionellen“ Tasche völlig frei: Ob diese aus Stoff, Leder oder Plüsch ist, rot, gelb, grün oder gemustert, ist ihm selbst überlassen. Beim Upcycling ist das Material vorgegeben. Rettungswesten zum Beispiel haben stets bestimmte Piktogramme und einen bestimmten Schnitt – und natürlich die gelbe Farbe. „Darauf müssen wir uns einstellen und für jedes Material das passende Produkt entwerfen - und genau genommen ist das unser kreativer Ansporn“, so Kerstin Rank. Neben den Rettungswesten verwendet B2L unter anderem Fallschirm- und Ballonseide, Sitzbezüge, Flugzeugschnallen und -gurte, die Aluminiumhülle und die Innenverkleidung von Flugzeugen oder deren Fenster, um daraus Uhren herzustellen.

Der Anspruch sei, Upcycling-Design auf höchstem Niveau zu betreiben, das mit konventionellem Design mehr



als nur mithalten kann – auch in Sachen Funktionalität und Langlebigkeit. Dass das gelingt, zeigte bereits ein Jahr nach der Unternehmensgründung die Auszeichnung mit dem FORM#-Award, später unter anderem die Auszeichnung mit dem German Brand Award und die Nominierung für den German Design Award. 2021 mischte B2L beim Deutschen Nachhaltigkeitspreis in der Kategorie Textil vorne mit.

Design ist für Kerstin Rank ein Mittel, um den Menschen das Thema Nachhaltigkeit, das ihr sehr am Herzen liegt, auf eine positive Art und Weise nahezubringen. „Ich versuche selbst auch nachhaltig zu leben und finde es gut, wenn sich im Kleinen etwas bewegt.“ Nachhaltigkeit kann Spaß machen, mit schönen Produkten verbunden sein – das möchte B2L vermitteln und vermeidet deshalb den „erhobenen Zeigefinger“ im Marketing.

Kerstin Ranks Wunsch: Dass noch viel mehr Designerinnen und Designer auf der Welt das Thema Nachhaltigkeit von Beginn an beim Produktdesign mitdenken. „Bei uns steht Nachhaltigkeit mit am Anfang eines neuen Produktes“, sagt sie. „Am Schluss ‚nur‘ noch schnell eine Verpackung aus recyceltem Material zu entwerfen, ist nicht genug.“



Kerstin Rank



„Beim Upcycling-Design müssen wir uns auf das Material einstellen. Das ist unser kreativer Ansporn.“

Kerstin Rank

**Jetzt
machen
statt zögern.**



**Wir verdoppeln unsere Darlehen. Für ein starkes Bayern.
Für einen starken Mittelstand.**

Infos und Konditionen unter
zukunft.lfa.de

Der Kredit, der anders tickt.



Förderbank
Bayern

Nachhaltigkeitspflichten – Was gibt es Neues bei CBAM und EUDR?

Sowohl beim Carbon Border Adjustment Mechanism (CBAM) als auch bei der EU Deforestation Regulation (Entwaldungsverordnung, EUDR) gab es einige Neuerungen oder es stehen wichtige Meilensteine im Umsetzungsprozess an, die unbedingt zu beachten sind. Wir informieren über beides.

CBAM

Anmeldung als zugelassener CBAM-Anmelder

Um ab dem 1. Januar 2026 CBAM-Waren einführen zu können, benötigen Unternehmen den Status eines zugelassenen CBAM-Anmelders. Seit dem 31. März 2025 kann ein Antrag auf Zulassung im CBAM-Register gestellt werden. Die Dauer der Antragsbearbeitung wird voraussichtlich maximal 120 Tage betragen, wenn Sie Ihren Antrag nach dem 15. Juni 2025 stellen (Artikel 4, Absatz 5 Zulassungs-DVO). Bitte beachten Sie, dass eine frühere Antragstellung nicht zwangsläufig zu einer schnelleren Zulassung führen wird. Die Deutsche Emissionshandelsstelle empfiehlt daher, sich für die Antragstellung genügend Zeit einzuräumen, um sicherzustellen, dass alle Angaben korrekt sind und Sie alle erforderlichen Dokumente vorliegen haben. Dadurch kann die abschließende Bearbeitung Ihres Antrags beschleunigt werden.

Bitte beachten Sie:

Wie bereits berichtet, hat die Europäische Kommission am 26. Februar 2025 mit dem Omnibus-Paket I umfassende Änderungen an der CBAM-VO vorgeschlagen. Parlament und Rat haben im Grundsatz zugestimmt, aber jeweils kleinere Änderungen vorgeschlagen. Als nächster Schritt stehen Verhandlungen dazu an (Stand 12. Juni). Sollten diese Änderungen in Kraft treten, könnte eine Mengenschwelle von jährlich 50 Tonnen CBAM-Waren eingeführt werden, welche Anmelder mit Einfuhren unter dieser Schwelle von der CBAM-Verpflichtung befreit.

Wo und wie können Sie den Antrag auf Zulassung stellen?

Den Zulassungsantrag müssen Sie im CBAM-Register stellen. Zugang zum CBAM-Register erhalten Sie – wie bisher auch zum CBAM-Übergangsregister – über das Zoll-Portal. Wenn Sie bereits im CBAM-Übergangsregister registriert sind, müssen Sie nichts weiter tun: Ihr Zugang zum CBAM-Register wird automatisch durch den deutschen Zoll freigeschaltet.

Die Informationen, die Sie für die Anmeldung benötigen:

Name, Anschrift und Kontaktangaben	EORI-Nummer
In der Union ausgeübte Hauptgeschäftstätigkeit	Bescheinigung der Steuerbehörde darüber, dass gegen den Antragsteller keine Einziehungsanordnung wegen Steuerschulden in seinem Land anhängig ist
Ehrenwörtliche Erklärung darüber, dass der Antragsteller in den fünf Jahren vor dem Jahr der Antragstellung an keinen schwerwiegenden oder wiederholten Verstößen gegen die zoll- und steuerrechtlichen Vorschriften oder die Marktmissbrauchsregeln beteiligt war und keine schweren Straftaten im Rahmen seiner Geschäftstätigkeit begangen hat	Nachweise über die finanzielle und operative Leistungsfähigkeit des Antragstellers zur Erfüllung der Pflichten der CBAM-VO
Geschätzter Geldwert und geschätztes Volumen der Wareneinfuhren in das Zollgebiet der Union nach Warenart im Kalenderjahr der Antragstellung und im darauffolgenden Kalenderjahr	Namen und Kontaktangaben der Personen, in deren Namen der Antragsteller handelt, falls zutreffend

» Weitergehende Informationen, auch zu den Dokumenten, die Sie dem Antrag beifügen müssen, erhalten Sie auf der Seite der Deutschen Emissionshandelsstelle: dehst.de/DE/Themen/CBAM/CBAM-Zulassung-Regelphase/cbam-zulassung-regelphase_node.html



Foto / Illustration: anjaz / j.mel / stock.adobe.com



EUDR

Im April hat die EU-Kommission Maßnahmen zur Vereinfachung der Umsetzung der EUDR verkündet:

- Große Unternehmen können bestehende Sorgfaltserklärungen wiederverwenden, wenn Waren, die bereits auf dem EU-Markt waren, erneut eingeführt werden. Dies bedeutet, dass weniger Informationen im IT-System übermittelt werden müssen;
- Ein Bevollmächtigter kann nun im Namen von Mitgliedern von Unternehmensgruppen eine Sorgfaltserklärung vorlegen;
- Die Unternehmen können jährlich eine Sorgfaltserklärung vorlegen, anstatt für jede Lieferung oder Charge, die auf den EU-Markt gebracht wird;
- Klärung des Begriffs „Feststellung“, dass die Sorgfaltspflicht erfüllt wurde, sodass große Unternehmen im nachgelagerten Bereich von vereinfachten Verpflichtungen profitieren (es gilt nun eine minimale rechtliche Verpflichtung, Referenznummern der Sorgfaltserklärungen (SE) von ihren Lieferanten zu erheben und diese Referenzen für ihre eigenen SE-Einreichungen zu verwenden).

Damit einher gehen neue FAQs sowie eine aktualisierte Version der Leitlinien, die die Kommission veröffentlicht hat, beides abrufbar auf der Seite der Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung:

FAQs:

➔ ble.de/DE/Themen/Wald-Holz/Entwaldungsfreie-Produkte/FAQs/FAQs_node.html

Leitlinien:

➔ ble.de/DE/Themen/Wald-Holz/Entwaldungsfreie-Produkte/Leitfaden/Leitfaden_node.html

Risiko-Benchmarking

Die Europäische Kommission veröffentlichte am 22. Mai ihre lang erwartete Liste der Länder, die als Hoch- bzw. Niedrigrisiko in Bezug auf Entwaldung gelten.

Das Dokument ist ein zentrales Element der EUDR. Importe aus Hochrisikoländern unterliegen strengeren Kontrollen, während Unternehmen mit Lieferketten aus Niedrigrisikoländern vereinfachte Sorgfaltspflichten anwenden können. Allerdings müssen Unternehmen auch beim Handel mit Produkten aus „Niedrig“- oder „Standardrisiko“-Ländern nachweisen, dass ihre Lieferketten frei von Entwaldung und Menschenrechtsverletzungen sind.

Deutschland, alle EU-Mitgliedsstaaten sowie insgesamt 140 Länder wurden als Nied-

rigisiko-Staaten eingestuft. Als Hochrisiko gelten hingegen lediglich vier Länder: Belarus, Nordkorea, Russland und Myanmar. Staaten, die weder als Hoch- noch als Niedrigrisiko klassifiziert wurden, fallen automatisch in die Kategorie Standardrisiko – das betrifft 50 Länder, darunter Brasilien, Argentinien, Indonesien und Malaysia.

Da beide Nachhaltigkeitspflichten in der Umsetzung sehr komplex sein können und sich auch immer noch Änderungen ergeben können, werden wir im zweiten Halbjahr mit Informationsveranstaltungen dazu informieren. Diese finden Sie dann unter:

➔ ihkofr.de/veranstaltungenint

» *Sollten Sie bereits jetzt Fragen zu CBAM und EUDR haben, kommen Sie gerne auf uns zu!*

» **Veranstaltungstipp:**

Webinar zur EU-Entwaldungsverordnung (EUDR)

Mittwoch, 16. Juli 2025,

10:00 bis 11:00 Uhr

Anmeldung: ➔ ihkofr.de/eudr0725

IHK-Ansprechpartnerin



Dr. Johanna Horzetzky

Leiterin Stabsstelle

International

☎ 0921 886-462

✉ horzetzky@bayreuth.ihk.de



USA und die Alternativen

Risikodiversifikation im internationalen Handel

In einer zunehmend volatilen globalen Wirtschaftslage – geprägt von Lieferkettenstörungen und wirtschaftlicher Fragmentierung – stehen auch oberfränkische Unternehmen aktuell unter erheblichem Anpassungsdruck.

Der russische Angriffskrieg gegen die Ukraine, Spannungen zwischen China und den USA, zunehmender Protektionismus und die Folgen der Pandemie haben die internationalen Lieferketten und Absatzmärkte grundlegend verändert. Für exportorientierte Volkswirtschaften wie Deutschland bedeutet das: Die bisherige Konzentration auf bewährte Märkte muss kritisch hinterfragt und um alternative, strategisch relevante Zielregionen ergänzt und erweitert werden. Die USA bleiben dabei ein zentraler Anker – doch Alternativmärkte wie Kanada, Mexiko, Ghana und Vietnam rücken zunehmend ins Blickfeld.

Die USA: Starker Partner mit wachsender Volatilität

Nach wie vor sind die Vereinigten Staaten von Amerika für deutsche Unternehmen der bedeutendste außereuropäische Handelspartner. Sie bieten Innovationskraft, Kapitalstärke, Marktkapazität und hohe Kaufkraft. Gerade in zukunftsrelevanten Branchen wie dem Hightech-Sektor, der Bio- und Gesundheitstechnologie, der Digitalisierung und der Energie- und Verteidigungsindustrie bestehen sehr gute Marktchancen.

Doch die politische Polarisierung, zunehmender Protektionismus, eine Vielzahl an Strafzöllen sowie geopolitische Rivalitäten – insbesondere mit China – stellen immer größere Herausforderungen dar und sorgen für Unsicherheiten bei Exporteuren und Investoren. Die US-Handelspolitik bleibt zudem stark von innenpolitischen Faktoren geprägt, was die langfristige Planung für oberfränkische Unternehmen zusätzlich erschwert. Unternehmen, die in den USA tätig sind,

müssen ihre Strategien daher überdenken und entsprechend anpassen: durch lokale Produktionsanteile, stärkere regionale Integration und flexiblere Logistikmodelle. Gute Kenntnisse der regulatorischen Anforderungen und der Marktmechanismen sind daher unerlässlich geworden.

Kanada: Verlässlichkeit, Marktöffnung und Nähe zu den USA

Kanada entwickelt sich zunehmend zu einem attraktiven Alternativ- oder Ergänzungsmarkt für exportorientierte oberfränkische Unternehmen. Das Land gilt als politisch stabil, wirtschaftlich offen und innovationsfreundlich. Mit dem umfassenden Freihandelsabkommen CETA zwischen der EU und Kanada bestehen exzellente Bedingungen für den bilateralen Handel – inklusive Zollfreiheit für viele Produkte und Investitionsschutz.

Zudem profitiert Kanada von seiner geografischen Nähe zu den USA, bietet aber ein weniger aufgeheiztes politisches Klima und einen ausgeprägten Multilateralismus. Insbesondere in den Bereichen Umwelttechnologien, Wasserstoffwirtschaft, Bergbau, Gesundheit sowie Künstliche Intelligenz ergeben sich dynamische Entwicklungsmöglichkeiten. Die deutsch-kanadische Wasserstoffallianz etwa zeigt, wie durch strategische Partnerschaften neue Märkte erschlossen und technologische Führungspositionen gesichert werden können.

Mexiko: Industriekompetenz, Reformbereitschaft und Nähe zu den USA

Mexiko profitiert in besonderem Maße vom geopolitischen Wandel und dem Nearsho-

ring-Trend. Trotz der aktuell bestehenden Herausforderungen mit den USA machen deren geografische Nähe, ein wettbewerbsfähiger Industriesektor und umfassende Freihandelsabkommen (USMCA mit USA und Kanada, Partnerschaftsabkommen mit der EU) Mexiko zu einem zentralen Knotenpunkt in den globalen Lieferketten und somit zu einem Alternativmarkt mit großem Potenzial.

Mexiko ist besonders attraktiv für Branchen wie Automobilbau, Elektronik, Maschinenbau und die Pharmaindustrie. Gleichzeitig zeigen politische Reformen erste positive Wirkungen, etwa im Bereich Energieversorgung und Digitalisierung. Herausforderungen bestehen allerdings weiterhin in Bezug auf Rechtssicherheit, Korruptionsbekämpfung und Defizite in der Infrastruktur. Vor einer Markterschließung ist daher eine fundierte Risikoanalyse und eine lokale Netzwerkstrategie zu empfehlen.

Lateinamerika: Rohstoffe, Reformen und regionale Integration

Auch in Lateinamerika gibt es zahlreiche Alternativen für exportierende oberfränkische Unternehmen. Neben Mexiko treten Länder wie Chile, Kolumbien, Brasilien und Peru zunehmend als reformorientierte Volkswirtschaften mit wachsenden Mittelschichten in Erscheinung. Die Nachfrage nach hochwertigen Industrie- und Konsumgütern steigt ebenso wie das Interesse an Umwelttechnologien und digitaler Infrastruktur. Weiter



Illustration: CarryLove - stock.adobe.com



machen der Zugang zu Rohstoffen und Freihandelsabkommen mit der EU die Region äußerst attraktiv. Chile etwa ist führend in der Förderung von Lithium und Kupfer – Schlüsselrohstoffe für die Elektromobilität. Kolumbien investiert in Infrastruktur und Digitalisierung, während Brasilien als größte Volkswirtschaft der Region mit seiner enormen landwirtschaftlichen Produktionskraft punkten kann. Peru zeichnet sich durch Bergbau, Landwirtschaft und Fischerei aus. Die politische Unsicherheit bleibt allerdings ein wiederkehrendes Thema, ebenso wie institutionelle Schwächen in Teilen der Region. Eine sorgfältige Marktanalyse und flexible Strategieansätze sind daher essenziell.

Afrika: Wachstumsmarkt mit langfristigem Potenzial

Der afrikanische Kontinent gilt als einer der am stärksten wachsenden Wirtschaftsräume der kommenden Jahrzehnte. Bis 2050 wird Afrika mehr als zwei Milliarden Menschen beherbergen – mehr als ein Viertel der Weltbevölkerung. Das bedeutet: enorme Potenziale in Konsum, Infrastruktur, Digitalisierung, Gesundheit, Bildung und Energie. Gleichzeitig entstehen mit regionalen Wirtschaftsgemeinschaften wie der Afrikanischen Freihandelszone (AfCFTA) neue Binnenmärkte. **Südafrika, Ghana, Kenia, Ruanda** und **Nigeria** zählen zu den aufstrebenden Volkswirtschaften, die durch zunehmend stabile

politische Strukturen, technologische Offenheit und wirtschaftsfreundliche Reformen auffallen. Deutsche Unternehmen finden hier sowohl Absatzmärkte als auch Kooperationspartner – beispielsweise im Maschinenbau, der Landwirtschaftstechnologie, dem Gesundheitswesen und im Bereich der Erneuerbaren Energien.

Allerdings erfordert der Markteintritt in Afrika kulturelle Sensibilität, langfristiges Engagement und oft auch eine enge Zusammenarbeit mit Entwicklungsinstitutionen oder lokalen Stakeholdern. Programme wie das „Wirtschaftsnetzwerk Afrika“ des BMWK (Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz) oder die „KfW Entwicklungsbank“ bieten hier wertvolle Unterstützung für den Einstieg. Auch die bayerischen IHKs sind mit ihrem Bayern-Netzwerk Afrika in der Beratung sehr aktiv.

Südostasien: Wachstumsmotoren mit strategischer Bedeutung

Die „ASEAN-Region“ ist längst mehr als ein Produktionsstandort. Länder wie **Vietnam, Indonesien, Thailand, Malaysia** und die **Philippinen** kombinieren wirtschaftliches Wachstum mit wachsender Kaufkraft und zunehmend innovationsgetriebener Industriepolitik. Vietnam gilt als „Rising Star“ unter den asiatischen Volkswirtschaften – eine stabile Regierung, gezielte Investitionsförde-

rung, geringe Lohnkosten und eine strategische Position im regionalen Lieferkettennetz machen das Land attraktiv; sowohl für die Produktion als auch für den Vertrieb. Besonders der „China-Plus-One“-Ansatz vieler westlicher Unternehmen stärkt die Rollen Vietnams und Indonesiens als ergänzende oder alternative Standorte zum chinesischen Markt. Infrastrukturprojekte, zunehmende Urbanisierung und ein technologieaffines Konsumverhalten öffnen neue Geschäftsfelder, etwa in Smart-City-Technologien, E-Mobilität, Medizintechnik und bei Konsumgütern. Zusätzlich erleichtern Freihandelsabkommen wie das EU-Vietnam-Freihandelsabkommen (EVFTA) den Marktzugang erheblich.

Fazit: Global denken, regional handeln

Die gegenwärtige Weltlage erfordert von Unternehmen neue Denkweisen im internationalen Geschäft. Der Fokus auf einen einzigen Hauptmarkt ist angesichts globaler Risiken nicht mehr zukunftsfähig. Stattdessen sollten oberfränkische Unternehmen eine mehrgleisige Internationalisierungsstrategie verfolgen, die etablierte und weiterhin unverzichtbare Märkte wie die USA mit aufstrebenden Alternativen kombiniert.

Kanada, Mexiko, Lateinamerika, Afrika und Südostasien bieten dabei nicht nur neue Absatzchancen, sondern auch strategische Optionen zur Stärkung der Lieferkettenresilienz, zur Sicherung von Ressourcen und zur Erschließung neuer Technologien. Eine kluge Kombination aus Marktkenntnis, Risikobewertung und lokaler Anpassungsfähigkeit bildet somit die Basis für nachhaltigen internationalen Erfolg – in den USA und darüber hinaus.

IHK-Ansprechpartnerin



Stefanie Hader

Außenwirtschaft und Zoll

☎ 0921 886-156

✉ s.hader@bayreuth.ihk.de



INNOVATION.UNTERNEHMENSFÖRDERUNG

Wie Dekarbonisierung und Wettbewerbsfähigkeit vereinen?

Der Clean Industrial Deal unter der Lupe

Angesichts großer Herausforderungen am Standort Europa und eines intensiven internationalen Wettbewerbs hat die EU-Kommission einen „Deal für eine saubere Industrie“ vorgelegt, mit dem der CO₂-Ausstieg zum Wachstumsmotor für die europäische Wirtschaft werden soll. Viele der darin beschriebenen Initiativen fassen die richtigen Ziele ins Auge, doch bei der Umsetzung gibt es noch Fragezeichen.

Die Attraktivität des Standorts Europa hat gerade in den Augen der Industriebetriebe in den letzten Jahren abgenommen. Dies bestätigten 66 Prozent der Industriebetriebe im IHK-Unternehmensbarometer zur EU-Wahl. Ob steigende Energiekosten, bürokratische Belastungen oder eine fehlende Infrastruktur – viele der Herausforderungen, von denen Unternehmen berichten, hat Mario Draghi 2024 in seinem umfassenden und in vielen Teilen analytisch richtigen Bericht zur Wettbewerbsfähigkeit der EU dargelegt. Basierend darauf hat die EU-Kommission nun mit dem Clean Industrial Deal (CID) Maßnahmen angekündigt, die Industriebetrieben in Europa wettbewerbsfähige Rahmenbedingungen bieten sollen. Die Kommission hebt hervor, dass „Europas industrielle Basis zentral für Wohlstand und essenziell für

die europäische Wettbewerbsfähigkeit ist“. Demnach sollen die jetzt angekündigten Maßnahmen die Dekarbonisierung zu einem potenziellen Wachstumsmotor für Europa machen und den „Business Case“ des Green Deals in den Fokus rücken.

Wird der Clean Industrial Deal wie versprochen die Themen Wettbewerbsfähigkeit und Dekarbonisierung besser vereinen können als der Green Deal selbst? Viele Initiativen des CID verfolgen die richtigen Ziele, die konkrete Umsetzung bleibt jedoch noch sehr vage.

Aus Sicht der deutschen und europäischen Wirtschaft muss nun die Ausgestaltung der Maßnahmen mit Bedacht, technologieoffen und zielgerichtet erfolgen, um positive



Impulse setzen zu können. Zusätzliche Belastungen durch neue kleinteilige Regulierungen, die unternehmerische Kapazitäten binden und Kosten erhöhen, sollte die Politik dagegen vermeiden. Die zentrale Botschaft eines DIHK-Impulspapiers zum Thema: Eine gute Standortpolitik für die Breite der Wirtschaft ist die beste Industriepolitik.

Zunächst fokussiert sich der CID auf zwei Sektoren: die energieintensiven Industrien und den Clean-Tech-Sektor. Erstere sind laut CID hohen Energiekosten und Überkapazitäten aus Drittstaaten ausgesetzt. Von dem Clean-Tech-Sektor erhofft sich die Kommission eine Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit und der Dekarbonisierung Europas. Inwiefern der CID dabei gesamte Wertschöpfungsketten berücksichtigt, ist noch offen. Ein ganzheitlicher Ansatz sollte bei der Fortentwicklung der Maßnahmen jedoch unbedingt maßgeblich sein, um die industrielle Basis in der Breite langfristig und Innovationen über den Clean-Tech-Sektor hinaus zu stärken. Nicht nur einzelne Branchen sollten perspektivisch durch die Initiativen Verbesserungen erfahren, sondern das gesamte industrielle Ökosystem mit seinen Kunden, Zulieferern und Dienstleistern.

Ansätze für niedrige Energiepreise und „grüne“ Produkte

Der CID ist bisher nur eine Ankündigung der Kommission, in verschiedenen Handlungsfeldern aktiv zu werden. An erster Stelle steht das Ziel, die Energiepreise zu senken. Die Kommission hat daher zeitgleich mit dem CID den sogenannten „Aktionsplan für bezahlbare Energie“ vorgelegt. Dieser Plan soll bis zum Jahr 2040 zu massiven Gesamteinsparungen, bis zu 260 Milliarden Euro, bei den Energienutzern führen.

Auch darüber hinaus soll er finanziell die Transformationsrisiken minimieren, beispielsweise durch eine Zusammenarbeit mit der Europäischen Investitionsbank (EIB) bei Garantieübernahmen für Direktstromvermarktungen (PPAs). Langfristig zielt der Aktionsplan auf eine Vertiefung der Energieunion ab. Initiativen hierzu umfassen ein legislatives Paket zum Ausbau der Netze zwischen den Mitgliedsstaaten, Übertragungs- und Verteilernetzen, eine strategische Ausrichtung von Energieimporten, insbesondere bei LNG-Gas, und die zukünftige Überarbeitung der Governance-Verordnung zur Energieunion. Kurzfristige Entlastungen sind von diesem Aktionsplan allerdings we-

niger zu erwarten, denn die Umsetzung liegt bei den Mitgliedstaaten, beispielsweise bei der Senkung der Energiesteuern auf das gesetzlich europäische Minimum. Hier ist der Spielraum noch nicht ausgeschöpft – das gilt auch bei der Beschleunigung von Maßnahmen wie bei den Planungs- und Genehmigungsverfahren. Um wettbewerbsfähig zu bleiben, müssen Deutschland und Europa hier schneller werden. Der von der EU-Kommission angekündigte Industrial Decarbonisation Accelerator Act – der die energieintensive Industrie bei der Dekarbonisierung unterstützen und bis Ende 2025 vorgestellt werden soll – sollte daher maßgeblich zur Beschleunigung beitragen.

Mithilfe von Leitmärkten möchte die Kommission zudem Anreize für grüne Investitionen setzen. Das Ziel ist die Schaffung von Märkten für grüne Produkte. Die Kommission plant, nichtpreisliche (beispielsweise Nachhaltigkeits-, Resilienz- oder Cybersicherheits-) Kriterien bei der öffentlichen Beschaffung einzuführen und so die Nachfrage zu stärken. Gleichzeitig erwägt sie, solche Kriterien in einschlägige Produktvorschriften aufzunehmen.

Aus Sicht der deutschen Wirtschaft sind strategische Vergabevorgaben zur Förderung grüner Leitmärkte nur dann mit Wirtschaftlichkeit und Wettbewerb vereinbar, wenn qualitative Kriterien auftragsbezogen sind und wenn sie vom öffentlichen Auftraggeber einfach kontrolliert beziehungsweise vom Anbieter einfach dokumentiert werden können. Die Einführung von zwingenden Vorgaben im Vergaberecht im Sinne von strategischer Beschaffung wäre aus DIHK-Sicht unnötig, da öffentliche Auftraggeber schon jetzt die Möglichkeit haben, auftragsbezogene Vorgaben zu machen. Local- beziehungsweise European-Content-Anforderungen sollten dabei grundsätzlich nicht zu Markteintrittsschranken führen. Für alle Vorhaben gilt, die Betriebe nicht durch weitere komplexe Regulierungen mit Kosten und Bürokratie zu belasten wie durch die Aufnahme von Kriterien in Produktvorschriften, sondern im Gegenteil, sie zu entlasten.

Initiativen für „klimaneutrale“ Investitionen

Ein großes Ziel des CID ist die Mobilisierung von privaten und öffentlichen „klimaneutralen“ Investitionen. Insgesamt hat die Kommission einen Bedarf von 480 Milliarden Euro pro Jahr für die Bereiche Energie,



Thorben Petri, Referatsleiter Europäische Wirtschaftspolitik bei der DIHK

industrielle Innovation, Wachstum („Scale up“) und Transportsysteme errechnet. Im Rahmen des nächsten mehrjährigen Finanzrahmens (MFR) soll es daher einen Wettbewerbsfähigkeitsfonds geben. Kurzfristig sollen aus dem derzeitigen MFR noch eine Milliarde Euro an Garantien verfügbar gemacht werden. Ein weiterer Vorschlag ist die Einführung einer „Industrial Decarbonisation Bank“, die sich auch durch Einnahmen des ETS finanzieren soll.

Bei der Einrichtung einer solchen Institution ist es wichtig, dass der Abruf von Mitteln auch für kleine und mittlere Unternehmen (KMU) möglich ist und diese nicht durch komplizierte und bürokratische Verfahren de facto ausgeschlossen werden. Das Motto für die Initiativen muss lauten: „Think small first!“

Darüber hinaus stellt die oberste EU-Behörde die Etablierung eines CID-Beihilferahmens in Aussicht, der den Mitgliedsstaaten und Unternehmen mehr Planungssicherheit geben soll als es zuletzt beim Krisen-, Klima- und Energiebeihilferahmen der Fall war.

Grundsätzlich sind öffentliche Ausgaben zur Verbesserung der allgemeinen Standortbedingungen gegenüber Subventionen für einzelne Unternehmen vorzuziehen. Im Sinne eines effizienten Mitteleinsatzes sollten Unterstützungsmaßnahmen allenfalls langfristige wirtschaftspolitische Ziele in der Anfangsphase unterstützen, quasi als Anschubfinanzierung. Sie müssen wirksam in der Zielerreichung sein. Beides sollte bei einem potenziellen CID-Beihilferahmen fortlaufend evaluiert und Subventionen sollten möglichst mit der Zeit zurückgefahren werden.

Förderung von Kreislaufwirtschaft und Rohstoffen

Eine zentrale Rolle soll laut CID der Kreislaufwirtschaft zukommen. Das Ziel ist, bis

2030 einen Anteil von 24 Prozent an zirkulären Materialien zu erreichen und so Nachhaltigkeit, wirtschaftliche Unabhängigkeit und hochwertige Arbeitsplätze zu fördern. Bei der Umsetzung der vorgeschlagenen Initiativen sollte der Gesetzgeber Technologieoffenheit – wie zum Beispiel mit Blick auf das chemische Recycling oder die Aufbereitung von biobasierten Kunststoffen – und Bürokratiereduzierung immer mitdenken. Entsprechend gilt daher auch für den Circular Economy Act und die Vorgaben der Ökodesign-Verordnung die Unternehmen und insbesondere KMU nicht in ihrer Innovationsvielfalt oder durch administrative Hürde zu behindern!

Die Perspektive von KMU sollte auch bei den Rohstoff-Initiativen immer Berücksichtigung finden – gerade was den von der Kommission vorgeschlagenen gemeinsamen Einkauf angeht. Maßnahmen von Seiten des Staates, wie beispielsweise Vorgaben zur Lagerhaltung, würden aus Sicht der gewerblichen Wirtschaft über das Ziel hinausschießen. Klar ist daher auch, dass eine gelungene und an den Bedürfnissen der Unternehmen ausgerichtete Umsetzung des Critical Raw Materials Act wichtig ist. Die Beschleunigung von Genehmigungsverfahren innerhalb des Acts sollte zügig in die Praxis umgesetzt werden und zum Standard für alle Projekte werden.

Sicherstellung von fairem Handel und Fachkräften

Die Kommission möchte zukünftig sogenannte Clean Trade Investment Partnerschaften (CTIPs) mit Drittstaaten einführen, um Abhängigkeiten zu verringern und den Zugang zu Rohstoffen, sauberer Energie und Technologien zu verbessern. Die CTIPs sollen die regulatorische Zusammenarbeit mit Partnern fördern, um nachhaltige Wertschöpfungsketten zu fördern. Entsprechend könnten CTIPs den europäischen Privatsektor stärken und bei der Markterschließung

unterstützen, wenn sich die Partnerschaften als praxisnah, zielgerichtet und unbürokratisch erweisen. Dafür sollten die Wirtschaft in die Ausgestaltung miteinbezogen und die CTIPs mit klaren Projekten unterlegt werden. Nur wenn konkrete Business Cases sowie einfacher Zugang zu den – an die Partnerschaft geknüpften – Projekten für Unternehmen entstehen, können CTIPs zur Wettbewerbsfähigkeit Europas beitragen und als Katalysator für engere wirtschaftliche Kooperation mit Partnerländern dienen. Zentral dabei ist eine klare und transparente Kommunikation!

Bei der Anwendung der im CID erwähnten handelspolitischen Schutzmaßnahmen sollten sich sicherheitspolitische Bedenken und das Anliegen, einen attraktiven Investitionsstandort zu schaffen, die Waage halten. Beide Aspekte gilt es daher angemessen zu berücksichtigen, wenn es darum geht, sich für eine handlungsfähige WTO einzusetzen, eine ambitionierte Handelspolitik voranzutreiben und neue Märkte zu erschließen.

Das Themen wie Ausbildung und Weiterbildung eine zentrale Rolle bei der Transformation spielen, steht außer Frage. Bei den angekündigten Initiativen wie der Union of Skills, der Skills Portability Initiative und der Quality Jobs Roadmap ist jedoch stets darauf zu achten, dass das in den Verträgen verankerte Prinzip, dass Bildung Kompetenz der Mitgliedstaaten ist, gewahrt bleibt.

Ausblick: Ein erster Schritt – nicht mehr, aber auch nicht weniger

Der CID legt die Grundlage für eine Reihe an zukünftigen Initiativen, die langfristig den Standort in Europa stärken können. Für diese Pläne müssen die Grundsätze der Technologieoffenheit, der reduzierten Bürokratie und Praxistauglichkeit oberstes Credo sein, um tatsächlich eine Turbowirkung bei den Unternehmen zu erzielen, nur dann kann der CID langfristig seine Wirkung entfalten.

Thorben Petri,
Referatsleiter Europäische
Wirtschaftspolitik bei der DIHK

IHK-Ansprechpartner



Johannes Neupert
Energie/Dekarbonisierung
☎ 0921 886-202
✉ neupert@bayreuth.ihk.de



Hitzefrei am Arbeitsplatz?

Das gilt bei hohen Temperaturen im Büro

Heiße Sommertage verbringt man am liebsten im Freibad oder im Urlaub – zum Arbeiten ist die Hitze jedoch lästig. Gibt es eine Temperaturgrenze, ab der es im Büro hitzefrei geben muss? Die Antwort lautet ganz klar: nein. Ein generelles Hitzefrei am Arbeitsplatz gibt es nicht.



Foto: New Africa - stock.adobe.com

Rücksichtnahme ist geboten für schutzbedürftige Beschäftigte wie Schwangere oder chronisch Erkrankte.

Steigen die Temperaturen im Büro über 35 Grad, so ist der Arbeitsplatz ohne besondere Maßnahmen, wie beispielsweise Pausen in kühlen Räumen, in der Regel nicht mehr zum Arbeiten geeignet.

Wie sieht es im Homeoffice aus?

Das hängt davon ab, ob es sich um Telearbeit oder mobiles Arbeiten handelt. Bei der Telearbeit ist der Arbeitgeber für den Arbeitsschutz und damit auch für die richtige Temperatur zuständig, da es sich um einen von ihm eingerichteten Arbeitsplatz handelt. Anders beim mobilen Arbeiten, denn dabei ist es den Beschäftigten überlassen, wo sie arbeiten. Dementsprechend sind sie selbst auch für die Rahmenbedingungen verantwortlich.

Fazit:

Arbeitgeberinnen und Arbeitgeber sollten die Wetterlage im Sommer aufmerksam verfolgen, um im Falle einer Hitzewelle rechtzeitig Maßnahmen ergreifen zu können. Flexible Lösungen für die Mitarbeitenden können dazu beitragen, den Betrieb auch während einer Hitzewelle aufrechtzuerhalten, ohne die Gesundheit der Belegschaft zu gefährden. Das Bereitstellen von erfrischenden Getränken oder auch ein Eis für die Belegschaft können die Stimmung im Büro an heißen Tagen heben.

Regeln für den Umgang mit hohen Temperaturen lassen sich aber aus der Fürsorgepflicht des Arbeitgebers sowie den Vorschriften zum Arbeitsschutz ableiten.

Temperatur in den Büroräumen

Die Arbeitsstättenverordnung gibt vor, dass in Büroräumen eine „gesundheitlich zuträgliche Raumtemperatur“ herrschen muss. Konkret bedeutet dies nach den „Technischen Regeln für Arbeitsstätten ASR A3.5“, dass die Raumtemperatur 26 Grad nicht überschreiten soll, hierbei handelt es sich jedoch nur um eine arbeitswissenschaftliche Empfehlung. Steigt die Außenlufttemperatur über 26 Grad, sollen bei einer Raum-

temperatur von 26 bis 30 Grad Maßnahmen ergriffen werden. Bei einem weiteren Anstieg auf über 30 Grad besteht für Arbeitgeberinnen und Arbeitgeber dann die Pflicht, geeignete Maßnahmen zum Schutz der Mitarbeitenden zu ergreifen. Dazu werden Beispiele in der ASR A3.5 aufgeführt. Mögliche Maßnahmen sind das Bereitstellen von Ventilatoren, um die Luftzirkulation zu verbessern, oder die Flexibilisierung von Arbeitszeiten. Ein früherer Arbeitsbeginn und vermehrte Pausen können die Arbeit an heißen Sommertagen angenehmer machen. Jalousien oder Vorhänge können zudem vor der Sonneneinstrahlung schützen. Außerdem sollte genügend Trinkwasser zur Verfügung stehen. Besondere



IHK-Ansprechpartnerin



Sandra Nützel

Arbeits- und
Wettbewerbsrecht

☎ 0921 886-213

✉ nuetzel@bayreuth.ihk.de

§ RECHT UND STEUERN

KI im Unternehmen einsetzen – ein rechtlicher Grobüberblick

Ein Gastbeitrag von Dr. Florian Skupin

KI-Tools erfreuen sich in Unternehmen großer Beliebtheit zur effizienten Bearbeitung repetitiver Standardaufgaben – KI-Textzusammenfassungen, KI-Datenextraktionen und KI-Chatbots im Kundenservice sind heute keine Seltenheit mehr. Mit der rasanten technischen Fortentwicklung sowie dem Inkrafttreten der europäischen KI-Verordnung stellen sich jedoch auch verschiedene rechtliche Fragen, die der Beitrag skizziert.

Europäische KI-Regulierung

Die im August 2024 in Kraft getretene (jedoch mit weitreichenden Übergangsfristen versehene) KI-Verordnung folgt einer risikobasierten Regulierung von KI-Systemen: Während einige KI-Praktiken in der EU gänzlich verboten sind, unterliegen KI-Systeme in einigen Einsatzbereichen (etwa: Arbeitsrecht) als sog. Hochrisiko-KI speziellen Regulierungsanforderungen. Im Übrigen sind für einige KI-Systeme Transparenzpflichten vorgesehen.

Daneben müssen Unternehmen beim Betrieb von KI-Systemen nach Art. 4 KI-VO Kompetenzanforderungen beachten. Als Betreiber von KI-Systemen – gem. Art. 3 Nr. 4 KI-VO jeder, der ein KI-System (etwa: ChatGPT) in eigener Verantwortung verwendet – müssen Arbeitgeber sicherstellen, dass alle Angestellten, die KI-Systeme bei der Arbeit nutzen, über ein ausreichendes

Maß an KI-Kompetenz verfügen, wofür KI-Schulungen zu empfehlen sind.

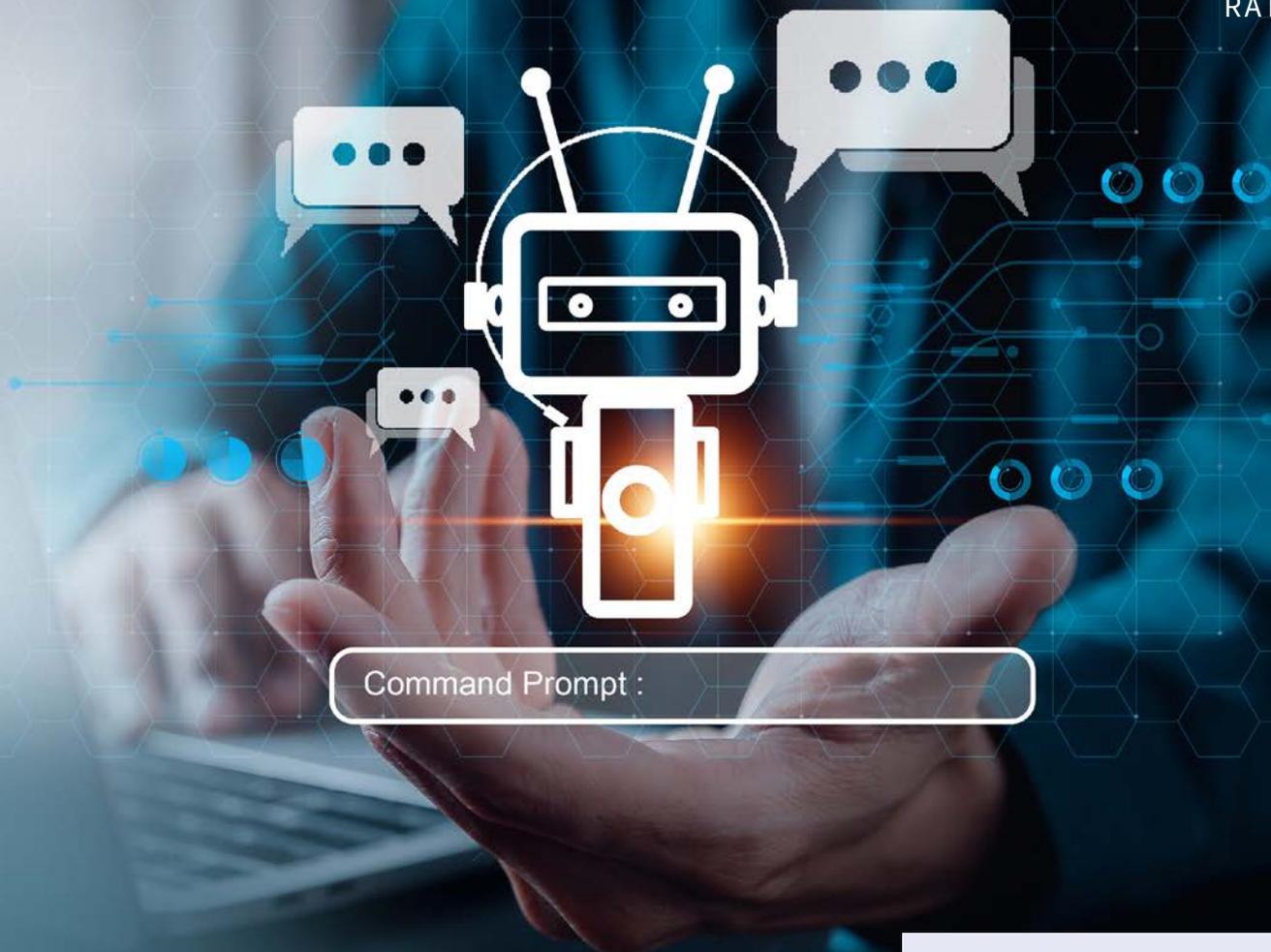
KI und Urheberrecht

Urheberrechtliche Fragen stellen sich im KI-Kontext sowohl auf der Input- als auch auf der Output-Ebene: Für die Input-Ebene relevant ist etwa die Frage, welche Dokumente als Trainingsdaten für eigenes Large-Language-Model-Training verwendet werden dürfen. Dies ist insbesondere relevant, wenn ein LLM-Training nicht mit gemeinfreien Dokumenten wie Urteilen (vgl. § 5 UrhG) erfolgen soll, sondern mit Dokumenten Dritter, die nicht in urheberrechtliche Vervielfältigungshandlungen eingewilligt haben. Auf der Output-Ebene ist zu beachten, dass KI-generierte Medieninhalte (die gem. Art. 50 KI-VO zu kennzeichnen sind) mangels persönlich geistiger Schöpfung urheberrechtlich zwar nicht geschützt sind (vgl. § 2 II UrhG), unter Umständen jedoch



Zur Person

Dr. Florian Skupin hat bei unserem Webinar „Rechtliches rund um die Nutzung von KI im Unternehmen“ am 13. Mai 2025 referiert. Er ist Partner der Kanzlei Heldt | Zülch Rechtsanwälte und leitet die Zweigstelle in Bayreuth. Zudem ist er Leiter des Center for Legal Technology and Data Science an der Bucerius Law School in Hamburg. Er ist vornehmlich in den Bereichen Urheberrecht, IT-Recht und gewerblicher Rechtsschutz tätig.



Command Prompt :

trotzdem Rechte Dritter verletzen können, wenn der KI-Output einem vorbestehenden Werk zu ähnlich ist.

KI und Datenschutz

Datenschutzrechtlich stellt sich im KI-Kontext insbesondere die Frage, welche personenbezogenen Daten in KI-Systemen verarbeitet werden dürfen, ohne gegen die DSGVO zu verstoßen. In einem Eilverfahren hat das OLG Köln hier jüngst entschieden, dass der Meta-Konzern, gestützt auf das berechnete Interesse nach Art. 6 I f DSGVO, seine Nutzerdaten für das KI-Training verwenden darf. Bei der Nutzung von KI-Systemen ist unter anderem darauf zu achten, in welche Länder personenbezogene Daten übermittelt werden. Bei Nutzern, die spezifischen Berufsgeheimnissen unterliegen (zum Beispiel Rechtsanwälte, Steuerberater, Ärzte), ist bei einem Fremdhosing der KI-Systeme ferner auf den Abschluss von

Berufsgeheimnisträgervereinbarungen zu achten.

KI und Arbeitsrecht

Aus arbeitsrechtlicher Sicht stellt sich häufig die Frage, inwiefern der Arbeitgeber die Einführung und Nutzung von KI-Systemen im Unternehmen eigenständig und ohne vorherige Mitwirkung des Betriebsrats, vgl. die Mitbestimmungsrechte in § 87 BetrVG, beschließen kann. Nach einer Entscheidung des ArbG Hamburg hat der Arbeitgeber beim Einsatz von ChatGPT über private Accounts der Mitarbeitenden kein Mitbestimmungsrecht. Gleichwohl kann die Etablierung einer KI-Richtlinie zum Einsatz von KI im Unternehmen auch in gemeinsamer Zusammenarbeit mit dem Betriebsrat von Vorteil sein. Denn zu berücksichtigen ist auch: KI-Implementierung im Unternehmen ist nicht nur ein rechtliches Thema, sondern vor allem auch ein Change-Management-

Die drei wichtigsten Schritte für die KI-Implementierung im eigenen Unternehmen

1. Klassifikation der genutzten KI-Systeme entsprechend der KI-Verordnung vornehmen (lassen)
2. KI-Richtlinie erstellen (lassen) und implementieren
3. KI-Schulungsangebote für Mitarbeitende zur Verfügung stellen

Thema, wo eine koordinierte Einführung Widerstände abbauen kann.

KI und Haftungsrecht

Zentral ist schließlich die Frage, wer für fehlerhafte beziehungsweise rechtsverletzende KI-Erzeugnisse haftet. Das LG Kiel hat in einem Verfahren, in dem es um KI-generierte Falschinformationen in Wirtschaftsinformationsportalen ging, den Portalbetreiber als Verwender der Software als unmittelbaren Störer angesehen und ihm richtigerweise die Haftung für rechtsverletzende Inhalte auferlegt.

Warum macht Künstliche Intelligenz Fehler?

2016 hat Amazon ein Rekrutierungstool auf der Basis von KI entwickelt, das Bewerbende automatisch filtern sollte. Nach einem Testlauf wurde festgestellt, dass das Tool nur noch Männer eingestellt hat. Doch auch neuere KI-Systeme machen Fehler: ChatGPT erfindet (halluziniert) manchmal Zitate oder Fakten und Gemini generierte zeitweise historisch inakkurate Bilder.

Wie Menschen machen also auch KI-Systeme Fehler oder „handeln“ nicht immer fair. In manchen Fällen liegen diesen Fehlern sogar ähnliche Ursachen zugrunde. In diesem Beitrag erfahren Sie mehr über die Ursachen der Fehler und wie Sie die Fehler entdecken und analysieren können.

KI-Modelle werden grundsätzlich nach dem Training, das in den letzten Beiträgen beschrieben wurde, noch auf anderen Daten getestet. Somit wird überprüft, dass das gelernte Modell nicht nur die Trainingsdaten auswendig lernt, sondern auch auf andere Daten generalisiert, und es wird analysiert, welche Fehler es macht. In den meisten Fällen wird am Ende eine Genauigkeit der Ergebnisse zwischen 95 und 99 Prozent erreicht, was für viele Anwendungen ausreichend ist. Wenn Sie sich aber vorstellen, dass ein Auto in einem von 100 Fällen eine Ampel oder Personen auf einem Zebrastreifen nicht korrekt erkennt, ist eine solche Fehlerrate viel zu groß und kann zu schweren Konsequenzen führen. Für solche Fälle muss demnach eine sehr viel höhere Genauigkeit erreicht werden.

Aber woher kommen überhaupt diese Fehler?

Viele menschliche Fehler werden auf Biases zurückgeführt. Das sind systematische Fehler, die zu Verzerrungen beim Wahrnehmen, Erinnern,



Generierte Bilder von Googles Gemini auf die Anfrage „Senatoren der USA des 18. Jahrhunderts“ (übersetzt aus dem Englischen, Original von Adi Robertson / The Verge 2024).

Denken und Urteilen führen. Dass Amazon bei der Einstellung von Mitarbeitenden bei gleicher Qualifikation Männer bevorzugte, wird beispielsweise Gender-Bias genannt. Bei KI-Systemen können Fehler durch unerwünschte Biases in den Daten entstehen.

Biases in den Daten

Amazon trainierte sein Rekrutierungstool mit historischen Bewerbungsdaten, die bereits voreingenommen waren und männliche Bewerber systematisch bevorzugten. Da das Tool auf diesen Daten trainierte

Lesen Sie in der kommenden Ausgabe:
Kann man KI vertrauen?



Beispiel einer Bildererkennung: Links wird ein Auto korrekt erkannt, ein Stoppschild in der Mitte auch. Rechts wurde das Stoppschild mit Bildbearbeitung modifiziert, sodass es von dem Modell als Ball erkannt wird, Menschen erkennen aber weiterhin das Stoppschild (Chen S.T. u.a. 2019).

niert wurde, wurde der Gender-Bias vom Modell übernommen und sogar verstärkt. Bei kleineren Datenmengen können Biases durch Gewichtung der Daten ausgeglichen werden. Bei Texten sind solche Biases aber nur mit sehr viel manuellem Aufwand festzustellen, daher ist dieser Ansatz bei großen Sprachmodellen wie ChatGPT nicht möglich. Wenn das Modell dagegen im Nachhinein gezwungen wird, verschiedene Merkmale von Menschen wie Hautfarbe oder Geschlecht gleich häufig zu erstellen, entstehen Probleme wie mit den historisch inakkuraten Bildern bei Gemini.

Biases im Lernalgorithmus

Neben Verzerrungen, die zu unfairen oder fehlerhaften Ausgaben führen, gibt es aber auch notwendige Verzerrungen. Der sogenannte Induktive Bias ist Voraussetzung dafür, dass Menschen und Computer überhaupt lernen können. Das sind Annahmen, mit denen entschieden wird, welche Informationen in Daten wichtig oder unwichtig sind. So lernen Kinder zum Beispiel, wie die Vergangenheitsform eines Verbs gebildet wird: tanzen → getanzt, machen → gemacht. Bei Verben, die sie noch nicht kennen, wenden sie die gelernte Regel an: gehen → gegangen. Durch Korrektur von Erwachsenen lernen sie, dass es auch unregelmäßige Verben gibt.

Die Anwendung von gelernten Regularitäten auf neue Eingaben kann also zu Übergeneralisierung führen – das Gelernte wird auch auf Eingaben angewendet, die an-

ders behandelt werden müssten. Wenn Sprachmodelle wie ChatGPT halluzinieren, beispielsweise nichtexistierende Zitate erfinden, ist dies auch eine Form von Übergeneralisierung.

Fehler, die bei Menschen und KI verschieden sind

Wenn KI-Modelle eine Ausgabe berechnen, geben sie immer noch eine Einschätzung über ihre Genauigkeit mit. Diese Einschätzung ist aber – anders als bei Menschen, die dafür Erfahrungen nutzen oder explizite Analysen durchführen würden – nicht nachvollziehbar und hat mit der tatsächlichen Genauigkeit des Modells nichts zu tun. So kann es passieren, dass ein Modell mit einer 85-prozentigen Sicherheit einen Ball erkennt, es aber eigentlich ein Stoppschild ist. Im Gegenzug können KI-Modelle aber keine Flüchtigkeitsfehler machen, die bei Menschen sehr häufig passieren. Da KI-Modelle nicht ermüden können, werden sie mit gleichbleibender Genauigkeit Probleme lösen.

Was bedeutet es, dass KI Fehler macht?

Um korrekt mit KI-Systemen umzugehen ist zu berücksichtigen, dass und auch welche Fehler sie machen. Alle Ergebnisse – insbesondere in Anwendungsfällen wie der Informationssuche oder in der medizinischen Diagnose – sollten kritisch geprüft und nicht direkt als objektive Wahrheit hingenommen werden. Diese Beurteilung ist in vielen Fällen aber nur mit genügend Fachexpertise möglich.

Es ist wichtig sich bewusst zu sein, dass KI-Systeme nie neutral sind, auch wenn sie oft so wirken. Sie sind immer nur so neutral wie die Daten und Algorithmen, mit denen sie trainiert wurden. Inwiefern kann oder sollte man dann also KI vertrauen? Um diese Frage wird es im nächsten Artikel gehen.

Felix Haase, Universität Bamberg

Klaro!KI

» Die Beitragsreihe wurde im Kontext des Verbundprojekts *klaro!KI* der Universität Würzburg und Universität Bamberg vom Bundesministerium für Justiz und Verbraucherschutz gefördert.

Mehr Informationen und weitere Angebote finden Sie unter klaro-ki.de.

» Unterstützen Sie die Forschung mit einer Umfrage unter

klaro-ki.de/u4



Lotsen: Wegweiser für Unternehmen

Die Welt wird immer komplexer, auch für Unternehmen. Sei es im Dschungel aus Fördermitteln, auf dem Weg zur Innovation oder im Transformationsprozess – manchmal ist es gut, wenn jemand einem den Weg weist. In Oberfranken gibt es hierfür Lotsinnen und Lotsen, an die Unternehmen sich wenden können. Auch die IHK versteht sich als erste Adresse für Unternehmerinnen und Unternehmer, die auf der Suche nach einem passenden Ansprechpartner für ihr Anliegen sind. Auf diesen Seiten stellen wir Ihnen drei Lotsen vor: den IHK-Innovationslotsen, die Förderlotsin der Regierung von Oberfranken und den Transformationslotsen von Bayern Innovativ.



Von links:
Transformationslotse Dirk Maaß,
Förderlotsin Sophia Schießl und
Innovationslotse Moritz Protzner.

Lotse durch den Transformationsprozess

Dirk Maaß von Bayern Innovativ

Ein Lotse ist eigentlich ein Seemann, der Schiffe sicher durch ein Gewässer geleitet. Der Transformationslotse von Bayern Innovativ hingegen führt durch die Untiefen sich wandelnder Unternehmen. Er setzt die Segel, indem er den Zugang zu Förderung, Zukunftsthemen und Kooperationspartnern ermöglicht und Unternehmen so auf Kurs in Richtung Transformation bringt. So beschreibt Bayern Innovativ die Aufgabe von Dirk Maaß.

Transformation ist mehr als der Wandel von Verbrennertechnologien zu alternativen Antriebsformen. Vielmehr geht es darum, alle Aspekte zu identifizieren, die von der Transformation betroffen sind: Produkte und Dienstleistungen, Prozesse, Maschinen und Anlagen, Geschäftsmodelle, Märkte, Mitarbeiter und Kompetenzen. Im Auftrag der Bayerischen Staatsregierung unterstützt der Transformationslotse insbesondere kleine und mittelständische Unternehmen, aber auch Global Player in Bayern bei ihrer technologischen und strategischen Weiterentwicklung – etwa, wenn es darum geht, das Geschäftsmodell zu ändern oder Produktionsketten umzustellen.

„Besonders kleine und mittelständische Firmen sind im Rahmen der Transformation auf Impulse von außen angewiesen:

Kontakte und Innovationsdienstleistungen, Kompetenzen und Netzwerke, Fördermöglichkeiten, Zugang zu anderen Branchen. Gemeinsam KMU fit für die Zukunft zu machen, das liebe ich an meiner Arbeit als Transformationslotse“, so Dirk Maaß.

Dafür sind Dirk Maaß und sein Team laufend unterwegs, besuchen Unternehmen vor Ort und unterstützen diese im Transformationsprozess. „Es geht darum, die Unternehmen und ihre Vorhaben kennenzulernen; zu verstehen, an welchem Punkt sie gerade stehen. Gemeinsam entwickeln wir dann kurz-, mittel- und langfristige Unterstützungsangebote, stellen den Kontakt zu Partnern, Experten, Clustern und Netzwerken her. Unsere Aufgabe ist es dabei vor allem, Impulse zu geben.“

Denn wie der Name schon sagt, hilft der Transformationslotse Unternehmen zwar auf den richtigen Kurs, kommt aber nicht mit einem fertigen Patentrezept in den Betrieb und nimmt ihnen damit sämtliche Arbeit ab. Vor einem ersten Orientierungsgespräch können und sollten Unternehmen daher mit dem „Transformations-Check“ von Bayern Innovativ bereits sich selbst reflektieren. „Wo stehen wir jetzt? Wo wollen wir hin? Welche Motivation, welchen Druck haben wir, um dieses Transformationsprojekt umzusetzen? Welche Kompetenzen und welches Wissen haben und benötigen wir? Ist das Commitment des Top-Managements gegeben und sind die betroffenen Abteilungen und Bereiche eingebunden? Das sind nur einige der Fragen, die Unternehmen sich zum Beginn eines Transformationsprozesses stellen sollten“, so Dirk Maaß. Der Check dient als Leitfaden für ein erstes Gespräch, für das Unternehmen ganz einfach online einen Termin vereinbaren können.

➔ bayern-innovativ.de/de/seite/ihr-lotse-durch-den-transformationsprozess/

Kontakt

Dirk Maaß

Leiter Transformationslotse

☎ 0911 20671-739

✉ dirk.maass@bayern-innovativ.de





Das Angebot des IHK-Innovationslotsen auf einen Blick:

- Unterstützung bei der Suche nach den optimalen Kooperationspartnern für die Bedarfe Ihres Entwicklungsprojekts
- Vernetzung mit passenden Forschungseinrichtungen aus der Region (oder darüber hinaus)
- Unterstützung bei Fragen zu den Themen F&E-Fördermittel, Technologietransfer und aktuelle Technologietrends

Potenziale im Innovations- ökosystem entfalten

Der IHK-Innovationslotse

Das Innovationsökosystem in Oberfranken ist groß – man könnte aber auch sagen, zuweilen unübersichtlich. Insgesamt umfasst es ganze 76 Organisationen – sechs Cluster und Kompetenzinitiativen, acht Hochschulstandorte, neun Innovations- und Gründerzentrum, 13 technologieorientierte Vereine, Verbände und Wirtschaftskammern, 19 Einrichtungen für den Wissens- und Technologietransfer und 21 Einrichtungen aus Politik, Verwaltung und Wirtschaftsförderung. Welche ist da die richtige erste Adresse für innovationsfreudige Unternehmen? Die IHK für Oberfranken Bayreuth hat genau vor diesem Hintergrund die Position des Innovationslotsen geschaffen.

IHK-Innovationslotse ist seit 2024 Moritz Protzner. Schon während seines Wirtschaftsstudiums begeisterte ihn das Thema Innovation, das ihn seither durch verschiedene Stationen seiner beruflichen Laufbahn begleitet hat. Nach Tätigkeiten bei einem mittelständischen Unternehmen, einer anwendungsorientierten Forschungseinrichtung und einem international agierenden Konzern, ist er nun bei der IHK für Oberfranken Bayreuth tätig. Protzner ist in dieser Position Brückenbauer zwischen Unterneh-

men, Forschung und Technologie, um Innovationen gezielt zu fördern, Hindernisse zu überwinden und den richtigen Weg von der Idee bis zur Marktreife effizient zu gestalten. Als Netzwerkknoten für die Themen Innovation und Technologietransfer erleichtert er den Zugang zu Technologiepartnern und Fördermitteln, und macht die Hightech-Agenda Bayern für oberfränkische Unternehmen konkret greifbar.

„Der Zugang zu Innovationspartnern ist dabei entscheidend, denn Innovationen werden heutzutage nicht mehr nur von einem Unternehmen allein entwickelt“, beschreibt Protzner eine der Herausforderungen für KMU. Hinzu kommt, dass begrenzte personelle und finanzielle Ressourcen die Innovationstätigkeit erschweren, und die bereits angesprochene Intransparenz des oberfränkischen Innovationsökosystems, das Protzner für die IHK-Mitgliedsunternehmen durchschaubar macht.

IHK-Ansprechpartner



Moritz Protzner
Innovationslotse

☎ 0921 886-217

@ protzner@bayreuth.ihk.de

Veranstaltungstipp

**Kooperationsforum
Innovation Pulse Oberfranken –
KI in der Innovation
29. Oktober 2025,
12:30 bis 18:00 Uhr,
Turbine Kulmbach
(Alte Spinnerei)**

Themen:

- Best-Practice-Beispiele
- KI in der Ideengenerierung und Ideenbewertung
- KI in der Markt- und Trendanalyse
- KI im Innovations-Marketing und Vertrieb
- Rechtliche Fragestellungen zu KI in der Innovation

» **Anmeldung und Informationen:**

➔ ihkofr.de/ipo

Der Weg zur Förderung

Förderlotsin Sophia Schießl unterstützt Unternehmen

Sophia Schießl ist Förderlotsin bei der Regierung von Oberfranken. Diese ist als staatliche Bündelungsbehörde für eine Vielzahl von Förderverfahren in Oberfranken zuständig. Sie ist quasi die staatliche „Förderagentur“ des Freistaates Bayern in Oberfranken. Das Fördervolumen erreicht jährlich einen mittleren dreistelligen Millionenbetrag aus EU-, Bundes- und bayerischen Mitteln.

Was macht eine Förderlotsin?

Als Förderlotsin stehe ich als erste Anlaufstelle für Förderanfragen zur Verfügung. Privatpersonen, Vereine, Kommunen und Unternehmen können sich mit ihrem Anliegen an mich wenden. Einen ersten Überblick über die zahlreichen Förderprogramme, für die die Regierung von Oberfranken zuständig ist, liefert auch unsere Website unter der Rubrik Service – Förderungen. Dort sind die Förderprogramme alphabetisch und nach Themenbereichen sortiert aufgelistet. Neben detaillierten Beschreibungen der Förderprogramme findet man auch die jeweiligen Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartner. Können Förderanfragen nicht eindeutig einem der Themenfelder zugeordnet werden, unterstütze ich als Förderlotsin gerne. Die umfangreichen und vielfältigen Förderverfahren im Bereich der Wirtschaftsförderung betreut, begleitet und vollzieht ein eigenes Fachsachgebiet an der Regierung von Oberfranken (Sachgebiet 20 – Wirtschaftsförderung).

Welche Herausforderungen sehen Sie für Unternehmen angesichts einer großen Zahl an Förderprogrammen?

Zunächst einmal ist es ja sehr begrüßenswert, dass Bund, Land und EU unterschiedlichste Förderzwecke mit Fördergeldern unterstützen möchten. Doch natürlich ist es nicht einfach, sich bei der Vielzahl der staatlichen Förderprogramme sowie den unterschiedlichen Förderstellen zu rechtzufinden. Manche Förderrichtlinien beschreiben auch detaillierte Voraussetzungen, die ohne genauere Kenntnis nicht immer sofort zu verstehen sind. Teilweise müssen auch verschiedene Fördermöglich-

keiten verglichen werden, um die jeweils passende Unterstützung zu finden. Die Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartner der Regierung von Oberfranken sowie der anderen Förderbehörden helfen hier gerne. Das spart Zeit und Ressourcen, die besser für das Kerngeschäft des Unternehmens genutzt werden können.

Wie finden Unternehmen einen Einstieg in das Thema Förderung und können sich einen Überblick verschaffen?

Eine erste Anlaufstelle sind die Websites der Förder- sowie Beratungsstellen, die umfassende Informationen bereitstellen. Wichtige persönliche Unterstützung bieten häufig die kommunalen und regionalen Wirtschaftsförderungen sowie die Vertreter der Kammern. Zudem geben Verbände und Netzwerke wertvolle Hinweise und fördern den Austausch mit anderen Unternehmen, um einen guten Überblick über die verfügbaren Fördermöglichkeiten und deren Abwicklung zu erhalten.

Ist das Thema Förderung für alle Unternehmen relevant?

Ja, unabhängig von ihrer Größe, Branche oder Region. Die Unternehmensfinanzierung ist eine Form der Förderung. Darüber hinaus profitieren Unternehmen direkt

und indirekt auch von anderen Formen der Förderung, zum Beispiel der Technologieförderung (für Forschungseinrichtungen), Bildungsförderung und Außenwirtschaftsförderung.

Welche Förderprogramme spielen für Unternehmen eine besonders große Rolle?

Die Stärkung der regionalen, wirtschaftlichen Eigenkraft ist ein besonderes Anliegen der bayerischen Wirtschaftsförderung. So werden durch die gewerbliche Regional- und Tourismusförderung der Regierung von Oberfranken einzelbetriebliche Investitionen gefördert, um die konsequente und kontinuierliche Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit unserer Unternehmen zu unterstützen und so Einkommen und Beschäftigung in der Region zu sichern. Der Digitalbonus. Bayern der Regierung von Oberfranken unterstützt speziell kleine Unternehmen der gewerblichen Wirtschaft. Er fördert Unternehmen, wenn sie ihre Produkte, Prozesse und Dienstleistungen digitalisieren und ihre IT-Sicherheit verbessern.

» Ausführliche Informationen finden sich auf der Internetseite des Bayerischen Staatsministeriums für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie unter der Rubrik Förderungen – Regionalförderung bzw. Förderungen – Digitalbonus Bayern.



Kontakt

Sophia Schießl

☎ 0921 604-1499

@sophia.schiessl@reg-ofr.bayern.de

 **STANDORTPOLITIK**

Knappe Zeit, leere Seiten?

KI-Unterstützung für Handel und Tourismus

Viele Unternehmen aus Handel und Tourismus kennen die Herausforderung: Ob Social-Media-Beiträge, Produktbeschreibungen, Website-Texte oder Gästekommunikation – überzeugende Inhalte erfordern Zeit, Kreativität und ein Gespür für die Zielgruppe. Genau hier kann der Einsatz Künstlicher Intelligenz (KI) sinnvoll unterstützen – etwa durch textgenerierende Anwendungen wie ChatGPT.

KI als Impulsgeber für Text und Kommunikation

Mit Hilfe von KI lassen sich innerhalb weniger Sekunden individuelle Textentwürfe erstellen – in unterschiedlichen Tonlagen, Längen und Formaten. Das spart wertvolle Zeit und liefert gleichzeitig neue Ideen für die tägliche Kommunikation mit Kundinnen und Kunden.

Textgenerierende KI basiert auf umfangreichen Datensätzen, die es ermöglichen, sprachlich und inhaltlich überzeugende Texte zu erzeugen. Über sogenannte „Prompts“ – also präzise Anweisungen – geben Sie dem System klare Vorgaben. In einem dialogähnlichen Austausch lässt sich der Text anschließend weiterentwickeln und verfeinern, bis das Ergebnis Ihren Erwartungen entspricht.

Typische Anwendungsfelder im Unternehmensalltag

Für Handelsbetriebe:

- Produktbeschreibungen für Onlineshops
- Werbeanzeigen oder Schaufenstertexte
- Newsletter-Inhalte
- Slogans oder Claim-Ideen

Für touristische Anbieter:

- Beschreibungen von Angeboten und Erlebnissen
- Veranstaltungsankündigungen
- Hotel- oder Gastronomietexte
- Antworten auf Gästebewertungen

Für alle Bereiche:

- Inhalte für Social Media (zum Beispiel Facebook, Instagram)
- Pressemitteilungen
- Skripte für Kurzvideos
- Werbetexte



Illustration: iDoPixBox - stock.adobe.com (KI generiert)

Einfach starten – digital präsent bleiben

Text-KI wie ChatGPT ist direkt im Browser nutzbar und lässt sich mit etwas Übung schnell in den Arbeitsalltag integrieren. Sie ersetzt dabei nicht die menschliche Kreativität, kann aber als effektives Werkzeug den Einstieg in die Texterstellung erleichtern. Der erste Entwurf kommt von der KI, die finale Anpassung bleibt in Ihrer Hand – oder auch umgekehrt.

So nutzen Sie ChatGPT effizient

Je klarer Ihre Anweisung, desto besser das Ergebnis. Ein guter Prompt enthält:

- Ziel und Format: Soll ein Fließtext, eine Liste, ein Dialog oder ein Werbeslogan entstehen?
- Zielgruppe: Wen wollen Sie ansprechen – Gäste, Kundschaft, Familien, Senioren oder Kinder?
- Ton und Stil: Suchen Sie einen sachlichen, freundlichen, werblichen oder kreativen Ton? Über die Sprachtemperatur lässt sich dies auf einer Skala von 0 bis 1 steuern.
- Inhaltliche Eckdaten: Ort, Zeit, Angebot, Besonderheiten – alles, was für den Text relevant ist.
- Textlänge und Struktur: Möchten Sie eine kompakte Darstellung oder einen ausführlichen Text?

Fazit: Mehr Effizienz, mehr Sichtbarkeit

Gerade kleine und mittlere Unternehmen im Handel und Tourismus profitieren von digitalen Werkzeugen wie textgenerierende KI. Denn gute Texte erhöhen die Sichtbarkeit – und Sichtbarkeit bringt Gäste, Kundschaft und Umsatz.

Ob zur Unterstützung bei der Ideensammlung, zur Erstellung professioneller Inhalte oder zur Überarbeitung schwieriger Formulierungen, etwa bei Reklamationen oder negativen Bewertungen: KI-gestützte Textsysteme können die Qualität der Kommunikation deutlich verbessern. Entscheidend bleibt, dass die finalen Inhalte immer durch menschliche Kontrolle und Branchenwissen geprüft und angepasst werden.

>> Weiterführende Informationen:

- ➔ stmwi.bayern.de/wirtschaft/mittelstand/handel/
- ➔ digitalzentrumhandel.de
- ➔ digitalzentrum-tourismus.de

IHK-Ansprechpartnerin



Monika Kaiser

Handel, Tourismus und
Wirtschaftsbeobachtung
☎ 0921 886-165

✉ m.kaiser@bayreuth.ihk.de

§ RECHT UND STEUERN

Abgrenzung zum Handwerk – aktualisierter Leitfaden

Ob eine Tätigkeit dem Handwerk, der Industrie, dem Handel oder der Dienstleistungsbranche zuzuordnen ist, ist oft nicht auf den ersten Blick erkennbar. Die richtige Einordnung ist dabei zum einen für die Frage entscheidend, ob für die selbständige Ausübung eine handwerkliche Qualifikation benötigt wird. Zum anderen hängt auch die Kammerzugehörigkeit hiervon ab.

Eine Orientierungshilfe für die Beurteilung bietet der Leitfaden Abgrenzung, der von der Deutschen Industrie- und Handelskammer (DIHK) und dem Deutschen Hand-

werkskammertag (DHKT) gemeinsam herausgegeben wird und zuletzt grundlegend überarbeitet wurde. Der aktualisierte Leitfaden kann neben weiteren Merkblättern zur Abgrenzung auf der Internetseite der IHK für Oberfranken Bayreuth abgerufen werden (Dok.-Nr.: 4399998).

IHK-Ansprechpartnerin



Susanne Göller

Gewerbe- und
Wirtschaftsverwaltungsrecht,
Datenschutz
☎ 0921 886-218
✉ goeller@bayreuth.ihk.de

§ RECHT UND STEUERN

Entwurf eines Gesetzes für ein steuerliches Investitionssofortprogramm



Foto: vegefox.com - stock.adobe.com

jährlich einen Prozentpunkt von derzeit 15 Prozent auf zehn Prozent ab 2032

- Absenkung des Thesaurierungssteuersatzes für nicht entnommene Gewinne
- Abschreibung von 75 Prozent der Anschaffungskosten für neue Elektrofahrzeuge im Anschaffungsjahr
- Anhebung der Bruttolistenpreisgrenze auf 100.000 Euro bei der Dienstwagenbesteuerung von Elektrofahrzeugen
- Ausweitung der Forschungszulage
- Anmerkung: Das Gesetz kann nur in Kraft treten, wenn Bundestag und Bundesrat zustimmen.

Der Gesetzesentwurf ist aus Sicht des IHK-Steuerreferenten Andreas Wandner ein wichtiges und positives Signal, aber noch kein Befreiungsschlag. Er führt aus: „Dazu sind weitere Maßnahmen erforderlich – zum Beispiel einfachere Steuererhebung und praxisgerechte Digitalisierung des Besteuerungsverfahrens. Insbesondere bei der Gewerbesteuer sollten Belastungen für die hiesigen Unternehmen reduziert werden.“

- Wiedereinführung und Aufstockung der degressiven Abschreibung in Höhe von 30 Prozent für bewegliche Wirtschaftsgüter des Anlagevermögens
- Schrittweise Senkung des Körperschaftsteuersatzes ab dem 1. Januar 2028 um

IHK-Ansprechpartner



Andreas Wandner

Steuern, Finanzen,
Handelsregister
☎ 0921 886-225
✉ wandner@bayreuth.ihk.de

Newsletter

Steuern | Finanzen | Mittelstand

Der monatliche Newsletter befasst sich mit folgenden Themen:

- Beginn Gewerbesteuerpflicht bei Ein-Objekt-Personengesellschaft
- BFH: atypische Beteiligung nicht organschaftsschädlich
- Betriebsstätten begründen keine Arbeitgebergemeinschaft i. S. v. Doppelbesteuerungsabkommen (DBA)
- Schenkung von Gesellschaftsanteilen zwecks Unternehmensnachfolge
- Aktuelle Steuerschätzung prognostiziert langsameren Zuwachs bei den Einnahmen
- Steuereinnahmen stiegen im März kräftig
- Länderfinanzausgleich 2024 vorgelegt
- Mehr Geld für die Rüstungsfinanzierung
- Aufbau- und Resilienzfähigkeit keine geeignete Blaupause für MFR
- EU-Mindeststeuer: Rat nimmt neue Amtshilferichtlinie an
- Innovative Start-ups beleben die Start-up-Szene

» Der aktuelle Newsletter enthält Beiträge zu oben genannten Themen und ist abrufbar beim Bereich Recht:

Jasmin Hübner

☎ 0921 886-211
✉ huebner@bayreuth.ihk.de

oder im Internet unter:

➔ [bayreuth.ihk.de/
Steuern-Finanzen-Mittelstand](https://bayreuth.ihk.de/Steuern-Finanzen-Mittelstand)

Erfahrungen im Auslandspraktikum

Illustration: pingebat - stock.adobe.com

Neben Studierenden können auch Auszubildende Erfahrungen im Ausland sammeln. Wer als Azubi für eine begrenzte Dauer in einem ausländischen Betrieb arbeitet, lernt neue Arbeitsweisen kennen, erweitert sein berufliches Netzwerk, erwirbt interkulturelle Kompetenz und verbessert seine Fremdsprachenkenntnisse. In der vergangenen Ausgabe der „Oberfränkischen Wirtschaft“ haben wir über Voraussetzungen und Programme informiert. Nun berichtet eine Auszubildende von ihren Eindrücken: Celine Lehnert ist Auszubildende zur Kauffrau für Marketingkommunikation bei der NKD Group GmbH und hat erst kürzlich einen Auslandsaufenthalt in Irland absolviert.

Im Zeitraum vom 30. März bis zum 19. April 2025 nahm ich, zusammen mit 15 Mitschülerinnen der Staatlichen Berufsschule III Bamberg Business School, an einem dreiwöchigen Auslandspraktikum in Dublin, Irland, teil. Ziel des Aufenthalts war es, unsere beruflichen Kompetenzen im internationalen Umfeld zu erweitern, unsere Sprachkenntnisse zu vertiefen und interkulturelle Erfahrungen zu sammeln. Das Praktikum war in zwei Teile gegliedert: Eine Woche intensiver Sprachunterricht am ADC-

College sowie zwei Wochen praktisches Arbeiten in unterschiedlichen Unternehmen.

In der ersten Woche erhielten wir gezielten Englischunterricht, der besonders auf berufliche Kommunikation, Small Talk und Bewerbungssituationen ausgerichtet war. Neben dem Unterricht erkundeten wir Dublin und seine Umgebung, unter anderem bei einer geführten Tour durch die Stadt. Dabei lernten wir bedeutende Sehenswürdigkeiten wie das Trinity College, die Temp-

le Bar, Museen und Parks kennen. Auch kulturelle Besonderheiten wie ein Besuch im Guinness Storehouse und in traditionellen irischen Pubs gehörten zum Programm. Die Unterbringung erfolgte in Gastfamilien, wodurch wir zusätzlich einen authentischen Einblick in den irischen Alltag bekamen. Ein Highlight war der Tagesausflug nach Howth, bei dem wir die wunderschöne irische Natur entlang der Küste erleben durften.

In der zweiten Hälfte des Aufenthalts begannen unsere Praktika in den unterschiedlichsten Betrieben, zum Beispiel in einem Online-Souvenirshop, in Anwaltskanzleien, in einem Freizeitzentrum, einer Personalvermittlungsagentur, einer Zahnarztpraxis und einer Großhandelsmodeagentur mit Sitz in der „Fashion City“ in Dublin. Dort übernahmen wir zunehmend selbstständig Aufgaben wie Kundenkontakt, Recherchen und administrative Tätigkeiten. Dabei lernten wir nicht nur den Arbeitsalltag in Irland kennen, sondern konnten unsere Sprachkenntnisse aktiv anwenden und verbessern.

Ein weiterer Ausflug führte uns zu den berühmten Cliffs of Moher und in die Stadt Galway. Trotz typisch irischen Regenwetters war dieser Tag ein eindrucksvolles Erlebnis. In der letzten Woche konnten wir unsere praktischen Fähigkeiten weiter vertiefen, bevor der Aufenthalt mit einem gemeinsamen Abschiedsessen beendet wurde.

Insgesamt war das Auslandspraktikum eine bereichernde Erfahrung auf persönlicher, sprachlicher und beruflicher Ebene. Wir kehrten nicht nur mit verbesserten Englischkenntnissen, sondern auch mit gesteigertem Selbstvertrauen, neuen Freundschaften und einem tieferen Verständnis für die irische Kultur nach Hause zurück.





Unsere neuen Zertifikatslehrgänge



- Digitale/-r Innovations- und Produktmanager/-in (IHK)
- Beauftragte/-r für Lean Management (IHK)
- Personalentwickler/-in (IHK)
- Sustainability Expert Human Resources (IHK)

- ✓ in kurzer Zeit einen hohen Kompetenzgewinn verbuchen
- ✓ Grundlage für Spezialisierungen und Expertenpositionen im Unternehmen schaffen
- ✓ vorhandenes Wissen vertiefen
- ✓ ein IHK-Zertifikat erreichen

WEITERE INFOS

bayreuth.ihk.de
Weiterbildungsangebote
IHK für Oberfranken Bayreuth



KONTAKT

ihk-lernen.de
0921 886-700



Aus Unternehmertum wird #Übernehmertum

Mitmachaktion für Ausbildungsbetriebe

Oberfränkische Ausbildungsbetriebe geben jungen Menschen nicht nur die Chance auf eine berufliche Zukunft, sondern leisten auch einen entscheidenden Beitrag zur Bewältigung des Fachkräftemangels. Denn die Auszubildenden von heute sind die Fachkräfte von morgen. Durch eine Mitmachaktion wird nun ein starkes Zeichen für die duale Berufsausbildung und die Fachkräftesicherung in Deutschland gesetzt.

Im Rahmen der bundesweiten IHK-Ausbildungskampagne #KÖNNENLERNEN können Unternehmen seit dem 19. Mai öffentlichkeitswirksam die Übernahme von Auszubildenden als Fachkräfte in ganz Deutschland feiern. Das Prinzip der Aktion ist so einfach wie plakativ:

Aus Unternehmertum wird ÜBERnehmertum. Aus Unternehmern werden ÜBERnehmer.

Konkret bedeutet dies: Unternehmerinnen und Unternehmer positionieren sich mit individualisierbaren Postings und Werbemitteln im Kampagnendesign auf ihren eigenen Kanälen und denen ihres Unternehmens als ÜBERnehmerinnen und ÜBERnehmer. Selbstverständlich können auch Ausbilderinnen und Ausbilder, Führungskräfte und Mitarbeitende bei der Aktion mitmachen. Vorrangig findet die Aktion auf LinkedIn und Instagram sowie auf den Websites der Unternehmen statt. Wenn auch Sie gerne bei der Aktion mitmachen würden, finden Sie unter [➔ ihkofr.de/uebernehmer](https://ihkofr.de/uebernehmer) weitere Informationen sowie die Aktions-Präsentation, die Downloadlinks und Anleitungen zu den vorgefertigten Posting- und Werbemittel-Vorlagen enthält.

Übrigens:

Auch die IHK für Oberfranken Bayreuth ist ÜBERnehmer: Unser Auszubildender Lukas Stahlmann, Kaufmann für Büromanagement (hier mit Ausbilderin Nadine Schuberth), wird das Prüfungswesen der Weiterbildung nach erfolgreich abgelegter Abschlussprüfung unterstützen.

IHK-Ansprechpartner



Matthias Rank

Bildungsberatung und Verzeichnis der Berufsausbildungsverhältnisse
Ausbildungsberatung gewerblich-technische Berufe
☎ 0921 886-176
@rank@bayreuth.ihk.de



Neu im DIHK-Verlag: aktualisierte Falblätter zu Ausbildungsthemen

Die Flyer „Qualität in der Ausbildung stärken – Fachkräfte sichern“ und „Schritt für Schritt in die Ausbildung – 10 Tipps für die erfolgreiche Ausbildungsplatzsuche“ können jetzt über den DIHK-Verlag bestellt werden:



Das Falblatt „**Qualität in der Ausbildung stärken – Fachkräfte sichern**“ bietet für Betriebe eine Checkliste zur Sicherung der Ausbildungsqualität und betont die Bedeutung einer hochwertigen Ausbildung für den Fachkräftenachwuchs. Auf sechs Seiten finden Ausbildungsbetriebe praktische Tipps und rechtliche Hinweise für eine erfolgreiche Ausbildung.

Das Falblatt „**Schritt für Schritt in die Ausbildung**“ listet auf sechs Seiten zehn praktische Tipps, die künftige Azubis bei der Ausbildungsplatzsuche beherzigen sollten. Dazu zählt etwa, sich frühzeitig über Ausbildungsmöglichkeiten zu informieren, möglichst viele praktische Erfahrungen zu sammeln und Bewerbungsregeln zu beachten. Außerdem erklärt das Falblatt, warum Flexibilität bei der Berufswahl wichtig ist und wie Bewerberinnen und Bewerber mit Absagen umgehen können.



» Die Flyer kosten im Einzelpreis 0,50 Euro.
Weitere Informationen unter
» www.dihk-verlag.de/ausbildung.html

Fast eine Million Euro für Oberfranken

„Zentrum für Transformation und Change-Management“ (TraFO) erhält hohe Fördersumme



Staatssekretär Martin Schöffel (Mitte) übergab den Förderbescheid an Regierungspräsident Florian Luderschmid, Vorsitzender von Oberfranken Offensiv e.V., und Geschäftsführer Frank Ebert (rechts).

Ein erfolgreiches Leuchtturmprojekt geht in die nächste Runde: Das bisherige Demografie-Kompetenzzentrum (DemKo) wird unter dem Namen „TraFO – Zentrum für Transformation und Change-Management Oberfranken“ fortgeführt.

Den Förderbescheid in Höhe von knapp einer Million Euro übergab Staatssekretär Martin Schöffel an den Trägerverein Oberfranken Offensiv. Die Finanzierung durch das Bayerische Staatsministerium der Finanzen und für Heimat sichert das Projekt bis 2028. Seit 2016 unterstützt das DemKo Kommunen in der Region mit praxisnaher Beratung, innovativen Projekten und aktiver Netzwerkarbeit im Umgang mit dem demografischen Wandel. Mit dem neuen Zentrum wird dieser Ansatz gezielt erweitert: TraFO versteht sich als Plattform, Impulsgeber und Servicestelle für Kommunen, Zivilgesellschaft und weitere regionale

Akteure im Wandel. In der aktuellen Förderperiode stehen drei zentrale Projekte im Fokus:

1. Digitale Beratungsagentur für Kommunen:

In allen neun Landkreisen werden Workshops durchgeführt, Modellkommunen ausgewählt und kontinuierlich begleitet. Ergänzt wird das Programm durch Netzwerktreffen und Exkursionen.

2. Digitale Daseinsvorsorge:

Mit Informationsveranstaltungen, Bedarfsanalysen und individueller Beratung unterstützt TraFO den Aufbau digitaler Versorgungsstrukturen.

3. Fachveranstaltungen zu Zukunftsthemen:

Themen wie Fachkräftesicherung, Energiewende, KI oder Strukturwandel werden in Fachforen aufgegriffen – auch überregional, um Oberfranken als Modellregion sichtbar zu machen.



Franken-Sachsen-Magistrale: Wirtschaft fordert weiter zügige Umsetzung der Elektrifizierung

Neues Gutachten untermauert, dass die Strecke für den internationalen Schienengüterverkehr prädestiniert ist



Foto: nadjanb - stock.adobe.com

„Der Wirtschaftsstandort Deutschland benötigt dringend umfassende Investitionen in die Infrastruktur.“

Christian Bernreiter

Nach jahrelangem Stillstand kommt wieder Bewegung in die Elektrifizierung der Franken-Sachsen-Magistrale zwischen Nürnberg, Marktredwitz und Schirnding. Ein neues Gutachten belegt die hohe Bedeutung der Strecke für den Schienengüterverkehr und verdeutlicht die Dringlichkeit einer zügigen Weiterplanung. Vertreter aus Wirtschaft und Politik appellieren nun eindringlich an die Bundesregierung, die nächsten Planungsschritte unverzüglich einzuleiten und die Finanzierung sicherzustellen.

Wir erinnern uns: Nachdem die Vorplanungen der DB Netz AG für die Elektrifizierung der Strecke bereits 2021 abgeschlossen waren, stellte das Bundesverkehrsministerium auf Basis einer Neubewertung überraschend fest, dass eine Elektrifizierung des Streckenabschnittes Nürnberg – Marktredwitz – Schirnding/Grenze nicht mehr wirtschaftlich sei. Das Nutzen-Kosten-Verhältnis betrug nach dieser Neubewertung lediglich 0,6 – deutlich unter der kritischen Schwelle

von 1,0. Ursprünglich lag dieses Verhältnis im aktuellen Bundesverkehrswegeplan zu Beginn der Vorplanungen noch bei 1,3.

Erst intensive Bemühungen der regionalen Wirtschaftskammern, des Sächsisch-Bayerischen Städtenetzes, der IG-Elektrifizierung, der Geschäftsstelle Bahnelektrifizierung sowie vieler kommunalen Spitzen und der regionalen Abgeordneten führten 2025 zu einer erneuten Überprüfung. Diese ergab

schließlich einen positiven Nutzen-Kosten-Faktor von 1,06.

Wirtschaftlichkeit ist gegeben

Damit ist die Wirtschaftlichkeit des Projekts wieder gegeben und die Voraussetzungen für eine Fortsetzung der Planungen geschaffen. Dennoch liegt der DB InfraGO aktuell noch keine Vereinbarung zur Neuaufnahme der Planung vor. In einer hochkarätig besetzten Diskussionsrunde im bayernhafen

„Sollen sich unsere Autobahnen nicht zu gigantischen Lkw-Parkplätzen entwickeln, führt kein Weg an einer Elektrifizierung der Bahn vorbei.“

Michael Möschel

Nürnberg, zu der die IHK Nürnberg für Mittelfranken, die IHK für Oberfranken Bayreuth, das Sächsisch-Bayerische Städtenetz, die Interessengemeinschaft Elektrifizierung Nürnberg – Bayreuth/Cheb sowie die Geschäftsstelle Bahnelektrifizierung Bayern-Sachsen in Hof eingeladen hatten, wurde die Bedeutung der Elektrifizierung einmal mehr deutlich.

Bayerns Verkehrsminister Christian Bernreiter betonte dabei: „Der Wirtschaftsstandort Deutschland benötigt dringend umfassende Investitionen in die Infrastruktur. Ich begrüße daher ausdrücklich, dass es mit der Elektrifizierung der Franken-Sachsen-Magistrale endlich weitergehen soll. Das ist ein erfreuliches und überfälliges Signal aus Berlin für Nordostbayern. Die Elektrifizierung der 140 Kilometer zwischen Nürnberg und Hof sowie des Abzweigs von Marktredwitz nach Eger und weiter in die Tschechische Republik schaffen den dringend benötigten Lückenschluss nach Sachsen sowie Mittel- und Osteuropa. Von einer leistungsfähigeren Bahninfrastruktur profitieren die Menschen vor Ort und die regionale Wirtschaft gleichermaßen.“

Eine aktuell erstellte Potenzialanalyse im Auftrag des Sächsisch-Bayerischen Städtenetzes

bestätigt, dass die volle verkehrliche Wirkung nach Osteuropa nur bei vollständiger Elektrifizierung sowohl der Franken-Sachsen-Magistrale als auch der Metropolenbahn (Nürnberg–Schwandorf–Furth/W.) erreicht wird. Besonders die Franken-Sachsen-Magistrale sei dabei entscheidend für den schweren Güterverkehr und könne als Ausweichroute sowie als schnellste Direktverbindung nach Tschechien, Polen, in die baltischen Staaten und in die Ukraine dienen.

Dr. Armin Zitzmann, Präsident der IHK Nürnberg für Mittelfranken, unterstreicht: „Die Elektrifizierung der Franken-Sachsen-Magistrale ist ein gesamtwirtschaftlich überaus sinnvolles Projekt – das zeigen die neuesten Zahlen. Wir dürfen den Anschluss an die

zentralen europäischen Transportachsen nicht verlieren. Daher ist es jetzt vordringliche Aufgabe der Politik, Genehmigungen, Planungsverfahren und Finanzierungszusagen zu beschleunigen. Grundsätzlich gilt: Wir brauchen einen Genehmigungs-Turbo, damit die im Koalitionsvertrag beschlossenen Milliarden-Pakete für die Infrastruktur schnell Wirkung zeigen.“

Entscheidender Standortfaktor

Aus Sicht der oberfränkischen Wirtschaft ist die Elektrifizierung ein entscheidender Standortfaktor. Michael Möschel, Vorsitzender des Ausschusses Verkehr und Mobilität bei der IHK für Oberfranken Bayreuth, betont: „Tschechien, aber auch Polen, die Slowakei und mittelfristig die Ukraine sind wichtige Handelspartner für unsere oberfränkischen Unternehmen, die von einer Elektrifizierung profitieren würden. Der Traktionsbruch durch die größte Dieselinsel Mitteleuropas macht den Güterverkehr auf der Schiene zeitaufwändig und unwirtschaftlich. Die Elektrifizierung der Schienenstrecken ist entscheidend für einen wirtschaftlichen und CO₂-reduzierten Güterverkehr. Sollen sich unsere Autobahnen nicht zu gigantischen Lkw-Parkplätzen entwickeln, führt kein Weg an einer Elektrifizierung der Bahn vorbei.“

Auch die stetig wachsende Zahl der Pendler von Böhmen nach Hochfranken, die zwischen 2019 und 2024 um rund 50 Prozent gestiegen ist, würde von einer Elektrifizierung profitieren. Die Bahn könnte sich so zu einer echten Alternative zum Pkw entwickeln.

Fast vier Jahre Stillstand

Nach fast vier Jahren Stillstand ist es nun höchste Zeit, die nächsten Planungsphasen einzuleiten und deren Finanzierung freizugeben. Die Wirtschaft und die Politik der Region sind sich einig: Die Elektrifizierung der Franken-Sachsen-Magistrale darf nicht länger aufgeschoben werden.

IHK-Ansprechpartner



Stephan Jarmer
Verkehr

☎ 0951 91820-366

@ jarmer@bayreuth.ihk.de



Staatsminister Bernreiter im Austausch mit Unternehmern, Politik und DB InfraGo im bayernhafen Nürnberg.

IHK-Kleinstunternehmertag in Bamberg



Kleine Unternehmen sind in Oberfranken ganz groß, denn rund 85 Prozent aller Unternehmen im Regierungsbezirk haben weniger als zehn Beschäftigte. An sie richtete sich der zweite IHK-Kleinstunternehmertag. Die vielfältigen Aufgaben der IHK stellte Hauptgeschäftsführer Wolfram Brehm vor. „Wir haben den Anspruch, die erste Adresse zu sein bei allen Problemen, die Sie haben“, so Brehm. Sich viel zu informieren und stets an sich zu glauben, das ist das Rezept, um erfolgreich zu sein, sagte Sabrina Alija aus Eggolsheim. Sie ist Solounternehmerin und seit fünf Jahren mit ihrem Kaffeebus unterwegs; „BuSSini“ heißt ihr Unternehmen, das sie beim Kleinstunternehmertag vorstellte. Für all diejenigen, die noch ganz am Anfang stehen, ist vor allem eine Frage wichtig: Wie soll ich mich krankenversichern? Bernd Oswald Müller aus Bamberg ist Rechtsanwalt und Versicherungskaufmann und konnte den Zuhörern Informationen mit auf den Weg geben, wenn es darum geht, zwischen der gesetzlichen und der privaten Krankenversicherung zu wählen. In mehreren Workshops ging es im Anschluss um ganz praktische Dinge, die Soloselbstständige sowie Kleinstunternehmerinnen und -unternehmer interessieren. Stephan Herbert Fuchs



INTERNATIONAL

17.7.2025 | Nürnberg
Asien-Pazifik-Forum Bayern
 Ansprechpartnerin: Dr. Johanna Horzetzky, 0921 886-462

08.10.2025 | Bayreuth
Geschäfte in bewegten Zeiten:
Geopolitische Herausforderungen mit Fokus auf China
 Ansprechpartnerin: Dr. Johanna Horzetzky, 0921 886-462

**Netzwerktreffen
 am 16. Juli 2025
 in Bayreuth**



Oberfranken

Die IHK-Businesswomen Oberfranken sind ein Netzwerk engagierter Unternehmerinnen, Frauen in Führungspositionen und Gründerinnen in der Region Oberfranken. Regelmäßig finden gemeinsame Netzwerktreffen statt – das nächste am Mittwoch, 16. Juli 2025, in Bayreuth. Das Thema lautet: Wirtschaft trifft Politik. Unternehmerinnen diskutieren mit Politikerinnen aus dem Bundestag und dem bayerischen Landtag. Sie sind herzlich eingeladen, sich auszutauschen und Kontakte zu knüpfen!

>> Wann: Mittwoch, 16. Juli 2025, 18:00 bis 20:00 Uhr
Wo: im Brausaal von Maisel & Friends,
 Andreas-Maisel-Weg 1, 95445 Bayreuth

>> Anmeldung:
 ➔ bayreuth.ihk.de/businesswomen



>> IHK-Ansprechpartnerinnen
 Julia Neubauer,
 ☎ 0921 886-111 ✉ j.neubauer@bayreuth.ihk.de
 Gabi Wilfert,
 ☎ 0921 886-123 ✉ wilfert@bayreuth.ihk.de

ANZEIGE

**MEHR KUNDEN
 erreichen!**

**+ Mit Ihrer Anzeige in der
 Oberfränkischen Wirtschaft**

☎ **09231 9601622**
 ✉ udo.osterhage@hcs-medienwerk.de

**Save the date:
 IHK-Berufsbildungskongress 2025**

Viele junge Menschen entscheiden sich gegen eine duale Ausbildung und für ein Studium. Die Annahme hinter dieser Entscheidung: Nur mit einem abgeschlossenen Studium lässt sich Karriere machen und viel Geld verdienen. Beim IHK-Berufsbildungskongress 2025 wollen wir darüber diskutieren und aufzeigen, wie man mit einer abgeschlossenen Berufsausbildung und beruflichen Weiterbildung verantwortungsvolle Positionen im Unternehmen besetzen und erfolgreich Karriere machen kann. Als prominenter Vertreter des beruflichen Bildungswegs wird der mehrfach ausgezeichnete Gastronom und bekannte TV-Koch Robin Pietsch persönliche Erfahrungen seines eigenen Berufswegs teilen. Im Anschluss haben Sie Gelegenheit zum persönlichen Erfahrungsaustausch und Netzwerken.

>> Wann: Montag, 8. Dezember 2025, ab 15:30 Uhr
Wo: Bildungszentrum Kloster Banz,
 96231 Bad Staffelstein
>> Informationen zur Anmeldung folgen.
>> IHK-Ansprechpartnerin
 Kim Haberkamm,
 ☎ 0921 886-173 ✉ haberkamm@bayreuth.ihk.de

**Save the date:
 Innovation Pulse Oberfranken –
 KI in der Innovation**

KI? Ja, aber richtig! Wir zeigen Ihnen, wie Sie KI sinnvoll und gewinnbringend in der Innovation einsetzen können, worauf Sie beim Einsatz achten sollten und wo rechtliche Fallstricke versteckt sind. Freuen Sie sich auf eine Keynote, Best-Practice-Bespiele und Masterclasses zu KI in der Ideengenerierung, Marktanalyse, im Marketing und Recht. Nutzen Sie die Gelegenheit zum Austausch mit Expertinnen und Experten sowie anderen Unternehmen. Aufgrund der begrenzten Teilnehmerzahl bitten wir um eine verbindliche Anmeldung.

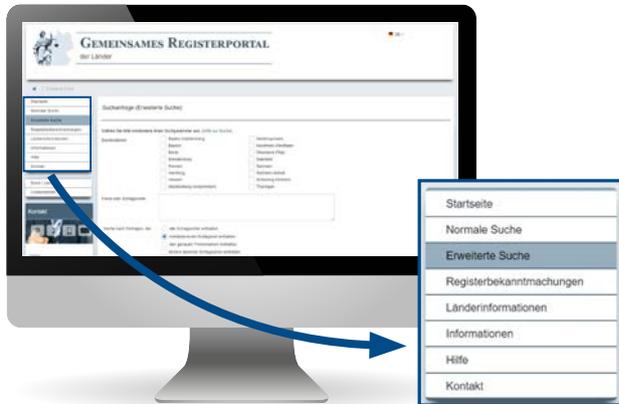
>> Wann: Mittwoch, 29. Oktober 2025, 12:30 bis 18:00 Uhr
Wo: Turbine Kulmbach (Alte Spinnerei),
 Heinrich-von-Stephan-Straße 5, 95326 Kulmbach
>> Anmeldung: ➔ ihkofr.de/ipo
>> IHK-Ansprechpartner
 Moritz Protzner,
 ☎ 0921 886-217 ✉ protzner@bayreuth.ihk.de
 Ralph Buus,
 ☎ 0921 886-470 ✉ buus@bayreuth.ihk.de

Bekanntmachungen

Sachverständigenwesen

Die öffentliche Bestellung des Sachverständigen Dipl.-Ing. (FH) Roland Blechinger, 96052 Bamberg, ist mit Ablauf des 27. Juni 2025 erloschen (§ 22 SVO). Herr Blechinger war für das Sachgebiet „Straßen- und Wegebau und zugehörige VOB-Fragen“ öffentlich bestellt und vereidigt.

Handelsregister-Recherche



Die gewohnte Übersicht von Handelsregister-Eintragungen aus der Region wird vonseiten der Registergerichte leider nicht mehr zur Verfügung gestellt. Unter ➔ handelsregister.de können Sie jedoch kostenfrei nach Firmeneinträgen recherchieren – am besten über die Funktion „Erweiterte Suche“. Bei Bedarf kann das Suchergebnis über die verschiedenen Filterfunktionen wie z.B. „Bundesland“ oder „Niederlassung / Sitz“ weiter eingegrenzt werden. Ein Login oder eine Registrierung sind nicht notwendig. Bei Fragen zum Gebrauch, wenden Sie sich bitte an die Service-stelle des gemeinsamen Registerportals der Länder.

➤ **Weitere Infos:** ➔ handelsregister.de

Kontakt Servicestelle

☎ 02331 985-112

✉ service@handelsregister.de

SICHER HOCH

Wagert

vermietet
Arbeitsbühnen



HÖHENZUGANGSTECHNIK
FÜR JEDEN ANSPRUCH

0921 78992-0
wagert.de

Branchenverzeichnis

PERSONALBERATUNG/-VERMITTLUNG

KRÜGER – Personal Headhunting

Executive Search, Suche und Auswahl von Führungskräften und Spezialisten, Tel. 09221 9573-0, www.krueger-headhunting.de

STEUERBERATUNG

Grünbaum & Collegen, Steuerberater

Steuerberatung für Unternehmer
Tel. 0921 889-0, www.gruenbaum-collegen.de

STEUERBERATUNG

Gräbner, Berr & Partner mbB

Partner für betrieblichen und privaten Erfolg
Tel. 0921 53070, www.graebner-berr-partner.de

BÜROAUSSTATTUNG

LEUWICO GmbH

WORKSPACE EXCELLENCE
Tel. 09566 880, E-Mail: info@leuwico.de
www.leuwico.com

GEBÄUDEREINIGUNG

KS clean & compact

Tel. 01575 1263216
E-Mail: katjaschwade@outlook.com
www.ks-cleanundcompact.de

PERSONALBERATUNG

sibylle fugmann personalberatung

beratung | coaching | training
Kronach, Tel. 09261 61404
www.sf-personalberatung.de

➤ **Sie möchten auch ins Branchenverzeichnis?**
Dann melden Sie sich bei:

Udo Osterhage

☎ 09231 9601622

✉ udo.osterhage@hcs-medienwerk.de

SYSTEC fabeco

Gesellschaft für Stahlhallenbau mbH

STAHL
HALLENBAU

Weberschlag 10 - 92729 Weiherhammer
Telefon: 09605 / 9 22 48-0
www.systec-fabeco.de
info@systec-fabeco.de

KOMPETENT . ZUVERLÄSSIG . SCHNELL



IHK für Oberfranken
Bayreuth

EINEN FORT- SCHRITT NACH DEM ANDEREN MACHEN.

JETZT
#KÖNNENLERNEN



**Ausbildung
macht mehr
aus uns**

Die bundesweite Azubi-Kampagne der IHKs ist in vollem Gange: Mit großen Werbeplakaten, in den sozialen Medien oder auf Messen machen wir neugierig auf das „**Lebensgefühl Ausbildung**“. Und Sie? Sind herzlich dazu eingeladen, mit Ihrem Unternehmen Teil dieser Kampagne zu werden und junge Leute für eine Ausbildung zu begeistern. Nutzen Sie die Werbemittel unseres Kommunikationspakets, um mitzumachen – direkt in Ihrem Betrieb vor Ort oder auch digital. Lassen Sie uns der jungen Generation zeigen, was **#könnenlernen** aus einem machen kann. Denn eine Ausbildung bietet viel mehr als nur eine berufliche Zukunft: ein Lebensgefühl, das stolz und glücklich macht. Gemeinsam wollen wir nicht nur den jungen Menschen, sondern ganz Deutschland klarmachen: **Ausbildung macht mehr aus uns.**

Für weitere Informationen wenden Sie sich an Ihre regionalen IHK-Ansprechpartner:innen.



Das 360° drehbare Display ermöglicht einen sekundenschnellen Wechsel vom Notebook zum Tablet.

TERRA MOBILE 360-13R

- Intel® Core™ i5-1334U Prozessor (12 MB Cache, bis zu 4.60 GHz)
- Windows 11 Pro
- Displaygröße 33.8 cm (13.3")
- 1920 x 1080 Pixel, IPS Touch Display
- Intel® Iris® XE Grafik

Artikelnr.: 1220849

 **RAM**
16 GB

 **SSD**
512 GB

 **LIGHT**
1.36 kg

 **THIN**
17 mm

 **TOUCH**
Display

 **intel. CORE i5**

 **intel. iRIS^{xe} GRAPHICS**

799,-*

950,81 € inkl. MwSt.
Leasingrate: 24,42**



2 Jahre Bring-In Service

Optional: bis zu 60 Monate
TERRA Vor-Ort-Service
mit Medieneinbehalt

 **Windows 11**

Ihr Partner vor Ort



TERRA PARTNER FINDEN

Die WORTMANN AG vertreibt ihre Produkte nur über Systemhäuser und den qualifizierten Fachhandel.

Ihren Partner finden Sie unter
www.terra.de



TERRA LCD/LED 2775W PV

Weitere Informationen auf Seite 9