



Marktplatz
Von Stefan Felbinger

Handwerk sorgt sich um Lehrlinge

Es gibt den schönen Vergleich vom Glas, das einmal halb voll und einmal halb leer ist. Damit charakterisiert man jemanden als Optimisten (halb voll) oder als Pessimisten (halb leer). In der Wirtschaft kann man dies derzeit gut beobachten. Die Konjunktur brummt wie seit 20 Jahren nicht mehr. Bayerns Unternehmen haben übervolle Auftragsbücher. Trotzdem hört man ständig von halb leeren Gläsern. Halb leer, weil der schöne Aufschwung bald zu Ende sein könnte, wenn die Nachfrage mangels Arbeitskräften nicht mehr bedient werden kann.

Demografischer Wandel ist das Stichwort, das heute offenbar in keinem Redemanuskript mehr fehlen darf. Die Vereinigung der Bayerischen Wirtschaft (VBW) hat sich ja gerade mit der Staatsregierung angelegt, als sie forderte, den Zuzug von Ausländern zu erleichtern, um einem drohenden Fachkräftemangel vorzubeugen. Jetzt stoßen die Handwerker ins selbe Horn. **Lothar Semper**, Hauptgeschäftsführer des Bayerischen Handwerkstages (BHT), warnte bei der Jahresmitgliederversammlung in Straubing in Anspielung auf die von der Politik gern beklagte Lehrstellenlücke, auf Bayerns Handwerker komme schon bald eine Lehrlingslücke zu.

Semper verwies zwar darauf, dass mit 26 400 neuen Ausbildungsverträgen in diesem Jahr 3,7 Prozent mehr Lehrlinge eingestellt wurden. Allerdings sei es immer schwieriger, „geeignete Lehrlinge“ zu finden. Semper spielte damit auf die oft jämmerliche Schulbildung vieler Bewerber an, was sich auch dadurch ausdrückt, dass immer mehr Unternehmen ihren Azubis Nachhilfe verordnen.

Potenzial sehen auch die Handwerker in ausländischen Jugendlichen. Deren Ausbildungsquote liegt mit 32,2 Prozent deutlich unter der deutscher Jugendlichen mit 68,2 Prozent. Weil das oft an den mangelnden Deutschkenntnissen liegt, fordert der BHT unter anderem verpflichtende Sprachtests vor der Einschulung.

Von Stephanie Geiger

EIN FAIBLE FÜR Armbanduhren hatte Alexander Pietzner schon immer. Er verschlang Uhrenmagazine, kaufte eine Uhr hier, eine da. Langsam entstand so eine kleine Sammlung. Dass er mit seiner Leidenschaft jedoch einmal Geld ver-

dienen würde, ja sogar zu einem der großen deutschen Händler von gebrauchten Luxusuhren werden würde, hätte sich der Münchner nicht träumen lassen.

Das Internet machte vor mehr als zehn Jahren aus dem Handelsfachwirt einen Unternehmer. Gab es vorher nur einige wenige Händ-

ler, die in der Auslage ihrer Geschäfte gebrauchte Armbanduhren zum Kauf anboten, revolutionierte das Internet den Handel mit teuren Uhren. „Heute gibt es einen großen Markt für gebrauchte Luxusuhren“, sagt Alexander Pietzner. Wer ein bestimmtes Modell von Rolex, IWC, Jaeger-LeCou-

ltre, Panerai oder Lange & Söhne sucht, der findet es garantiert im Internet.

Mehr als 100 Uhren der oberen Preiskategorie hat Pietzner auf www.chronometrie-pietzner.de regelmäßig im Angebot. Er selbst erstet sie auf Uhrenbörsen, kauft aber auch immer wieder ganze Sammlungen. Bis zu 8000 Euro, in Einzelfällen auch deutlich mehr, kosten die Stücke dann in seinem Internetshop. Kunden hat der 39-Jährige auf der ganzen Welt. Ohne Internet undenkbar.

„Das Internet hat den Handel und das Kaufverhalten auf den Kopf gestellt. Es gibt heute fast nichts, was man nicht auch online beziehen kann“, sagt Ernst Stahl vom E-Commerce-Kompetenzzentrum Ostbayern. Längst ist die reale Welt mit dem World Wide Web verschmolzen. Es dient nicht nur als Marktplatz, sondern auch als Informationsplattform für Kunden. Erst googeln, dann kaufen.

Für Geschäfte und Unternehmen, die im Internet nicht präsent sind, wird es deshalb immer schwieriger, an Kunden zu kommen. Doch auch im Internet gilt: Von nichts kommt nichts. „Wer von den Kunden gefunden werden möchte, muss auch im Netz hart arbeiten“, sagt Ernst Stahl. Das

schnelle Geld lässt sich auch dort nicht machen. Investitionen sind notwendig. Zwischen 5000 und 50 000 Euro sind nötig, um im Internet einen Shop einzurichten, der bedienerfreundlich ist und auch optisch etwas hermaacht.

Theresia Lünig betreibt so einen virtuellen Laden. Von Sees- haupt am Starnberger See aus verkauft sie Hochprozentiges. Unter www.whisky.de bietet sie rund 1000 Sorten Whisky an. Preis: bis zu 3000 Euro pro Flasche. Das addiert sich zu einem Jahresumsatz von mehr als zehn Millionen Euro.

Gleich um die Ecke, in Tutzing, sitzt ein weiteres Großunternehmen der Internetgemeinde: das Zentrale Verzeichnis Antiquarischer Bücher. Unter www.zvab.com bündelt das weltweit größte deutschsprachige Online-Antiquariat das Angebot von mehr als 4000 Antiquaren aus 27 Ländern. Der Kunde hat dadurch Zugriff auf 30 Millionen Bücher, Noten, Grafiken und Schallplatten.

Die virtuellen Läden werden von den Kunden gern angenommen. Während der Umsatz des Versandhandels nur leicht wächst, legt der Anteil des Online-Geschäfts rasant zu. Er dürfte heuer bei 17,8 Milliarden Euro liegen, schätzt der Bundesverband des

Deutschen Versandhandels. Im Vorjahr waren es 15,5 Milliarden Euro. Nach Angaben des Statistischen Bundesamts verkauft mittlerweile jedes siebte Unternehmen Waren oder Dienstleistungen über das Internet.

Das Internet hat aber auch für eine Gründerwelle gesorgt. Martin Schindler aus Schönthal in der Oberpfalz zum Beispiel verkauft Fenster. Vor vier Jahren entdeckte der 36-Jährige das Internet für sich und richtete für einen sechsstelligen Betrag einen Online-Shop ein. Schindlers Vater hatte davor schon 25 Jahre lang Fenster und Tore in der Region montiert. Sein Sohn sagt: „Ohne Internet wären wir nicht da, wo wir heute sind.“

Denn aus dem Familienbetrieb ist ein weltweit agierendes Unternehmen geworden, das unter www.fensterhandel.de Kunden von Kanada bis Mexiko und Mallorca beliefert. Gemessen am Umsatz, ist Schindler heute der größte Händler von Kunststofffenstern in Deutschland und kann deshalb seine Fenster zu einem unschlagbar günstigen Preis anbieten. Genaue Umsatzzahlen will Schindler nicht nennen, immerhin aber, dass er seinen Mitarbeiterstamm in den vergangenen Jahren verdoppelt hat.

Service, hat Schindler erkannt, ist das A und O eines erfolgreichen Internetschops. Schritt für Schritt werden die Kunden durch die Seiten gelotet. Für Rückfragen gibt es eine Telefonhotline. Jede Bestellung wird von Martin Schindler und seinen Mitarbeitern auf Richtigkeit hin überprüft. Wer ungewöhnliche Maßangaben oder Farbkombinationen – zum Beispiel braunes Fenster, weißer Griff – eingibt, bekommt einen Anruf aus Schönthal, um ganz sicher zu gehen. Erst dann wird die Bestellung an den eigentlichen Hersteller weitergeleitet, von wo aus die Fenster direkt an den Kunden verschickt werden. Mit der Ware selbst hat Schindler, der gelernter Schreiner ist, nichts mehr zu tun.

Die Bedeutung des Online-Handels haben mittlerweile auch die Industrie- und Handelskammern (IHK) entdeckt. Sie bieten immer mehr Kurse und Veranstaltungen zu Online-Marketing und Internet- handel an. „In den vergangenen drei Jahren hat das Interesse der Unternehmer am Internet noch einmal deutlich zugenommen. Der Bedarf an Information und Beratung ist enorm“, sagt Knut Harsen von der IHK Nürnberg. Die Seminare in Nürnberg sind restlos ausgebucht und müssen zweimal angeboten werden. Die IHK für München und Oberbayern lädt einmal im Monat zur Veranstaltungsreihe „Netzblicke“ ein, bei der es um die Nutzerfreundlichkeit von Internetangeboten genauso geht wie um die Optimierung der Website, damit diese von Suchmaschinen gefunden wird.

Uhrenhändler Pietzner hat das nicht mehr nötig. Uhrenliebhaber kennen ihn. So groß ist das Vertrauen in Pietzner mittlerweile, dass ihm sogar Uhren angeboten werden. Auf seiner Internetseite hat er dafür extra ein Online-Formular eingerichtet, in das der Verkäufer Angaben zu Hersteller, Modell, Zustand und auch Preisvorstellung machen kann. Ist Pietzner interessiert, beauftragt er einen Werttransporter, die Uhr zu ihm nach München zu bringen. Internet hin oder her, gekauft wird erst nach persönlicher Besichtigung.



Alexander Pietzner, 39, in seinem „Laden“. Mehr als ein Laptop braucht der Uhrenhändler nicht

HANSRUDOLF SCHULZ

Mausklick ins Uhrenglück

Der Online-Handel hat auch in Bayern eine neue Generation von Unternehmern hervorgebracht

ANZEIGE



LODENFREY
MÜNCHEN AM DOM

www.loden-frey.com

Designer-Kollektions-Verkauf

40% - 70% reduziert!

27. - 30. Oktober 2010

Achtung! Diesmal in den Verwaltungsräumen im 5. OG!

Öffnungszeiten von 10 - 20 Uhr

-AKRIS PUNTO • ALLUDE • ANNE FONTAINE • IRIS VON ARNIM • BARBOUR • BALDESSARINI
BELSTAFF • BOGNER • BORRELLI • BRAX • CAMBIO • CANALI • CLOSED • CONVERSE
CITIZENS OF HUMANITY • J-BRAND • D&G • ETRO • FTC CASHMERE • GANT • GIVENCHY
HEMISPHERE • JUICY COUTURE • LA MARTINA • L'ARGENTINA • MARC CAIN • MAX MARA
MONCLER • MOSCHINO • 66' BRUNO MANETTI • ORWELL • PHILO-SOFIE • PIAZZA SEMPIONE
PAUL & SHARK • PEUTEREY • POLO RALPH LAUREN • PRINGLE 1815 • RENÉ LEZARD
SOLUZIONE • SEVEN FOR ALL MANKIND • SEE BY CHLOÉ • ST. EMILE • STEFFEN SCHRAUT
STONE ISLAND • STRENESE • TRUE RELIGION • VALENTINO RED • VAN LAACK • WINDSOR

Holz vor der Hütte, Geld auf der Bank

Bayerns Staatsforsten profitieren vom steigenden Holzpreis und überweisen dem Finanzminister 52 Millionen Euro Gewinn

BAYERNS STAATSFORSTEN haben im abgelaufenen Geschäftsjahr 2010 sehr viel Holz zu Geld gemacht. Im Vergleich zum Vorjahr stieg der Holzeinschlag im Jahr 2010 von 4,66 Millionen Festmeter auf 4,92 Millionen. Weil nach der Wirtschaftskrise die Holzpreise Ende 2009 wieder stiegen, konnten die Staatsforsten auch Umsatz und Gewinn deutlich steigern.

Der Jahresumsatz stieg von 306 Millionen auf 332 Millionen Euro. Der Jahresüberschuss von 35,1 auf 52,4 Millionen Euro. „Auf Vorschlag des Vorstands hat der Aufsichtsrat der Bayerischen Staatsforsten eine vollständige Ausschüttung des Jahresüberschusses von rund 52 Millionen Euro an den Freistaat Bayern beschlossen“, teilte die Staatsforsten mit.

Der Vorstandsvorsitzende Rudolf Freidhager sieht damit den Erfolgskurs des Unternehmens

erneut bestätigt. Die Bayerischen Staatsforsten, die vor fünf Jahren gegründet wurden, bewirtschaften rund ein Drittel der bayerischen Waldfläche. Auch unter schwierigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen sei die Balance zwischen Ökonomie, Ökologie und Gesellschaft gelungen. „Die beachtlichen Investitionen in die Wälder zeigen erneut, dass naturverträgliche Waldbewirtschaftung und ökonomischer Erfolg miteinander vereinbar sind“, sagte Landwirtschaftsminister Helmut Brunner, der auch Aufsichtsratsvorsitzender der Staatsforsten ist.

Auf über 2300 Hektar wurden neue Bäume gepflanzt, darunter neun Millionen Laubbäume. Der Umbau der sturmanfälligen Nadelwälder in widerstandsfähige Mischwälder gehe damit schneller voran als geplant. In die Pflan-

zung und Pflege junger Mischwälder wurden rund 18 Millionen Euro investiert. Es wachsen mehr Pflanzen nach, als geschlagen wurden. Freidhager berichtete, dass die Nutzung auch im Geschäftsjahr 2010 mit rund 4,9 Millionen Kubikmeter Holz weiter unter dem nachhaltigen Zuwachs liegt.

Es wurde deutlich weniger geschossen im Staatsforst: Mit 51 628 Stück Schalenwild wurden rund 5000 Stück Schalenwild weniger als im Vorjahr erlegt. Insgesamt liege der Abschuss auf einem anhaltend hohen Niveau. Im abgelaufenen Geschäftsjahr wies das Geschäftsfeld Jagd und Fischerei wie im Vorjahr einen Umsatz von 7,1 Millionen Euro auf. Für die Instandhaltung des Forstwegenetzes wurden 15,4 Millionen Euro (Vorjahr: 17,6 Millionen Euro) aufgewendet.