

BMW-Werk Dingolfing will sparsamer leuchten

Dingolfing. (ta) Große Austauschaktion am BMW-Standort Dingolfing: Bis Sommer 2017 wechselt das Werk mehr als 90000 Leuchten gegen energiesparende LED-Technik aus. Rund 15 Millionen Euro investiert das Unternehmen in diese Maßnahme zur Senkung der Stromkosten, teilte der Autobauer am Freitag mit.

Gestartet wurde die groß angelegte Umrüstaktion in den Werksferien Anfang August. „In den beiden Montagehallen des Werks 2.4 haben wir dabei rund 20000 Leuchten mit konventionellen Leuchtmitteln wie etwa Leuchtstoffröhren auf neueste LED-Technik umgestellt“, sagt Projektleiter Dennis Fischer. „Dabei wurde jeweils nicht nur das Leuchtmittel nachgerüstet, sondern die gesamte Leuchte inklusive Gehäuse getauscht.“ Besonders lohnend ist die Umrüstung auf LED-Technik laut BMW in jenen Fertigungsbereichen, in denen zwei- oder dreischichtig gearbeitet wird. Nach der Umstellung in der Montage sollen in den kommenden Wochen und Monaten weitere Bereiche im Werk 2.4 folgen. Aber auch im Werk 2.1, im Werk 2.2, in Unterholerau (Kreis Dingolfing-Landau) oder im Dynamikzentrum soll die LED-Technik bis August 2017 schrittweise Einzug halten.

Die dadurch erwartete jährliche Stromersparung für den Standort Dingolfing liegt nach Angaben von BMW bei weit über 20 Gigawattstunden und entspricht in etwa dem Verbrauch von 5000 Vier-Personen-Haushalten. Die Energiekosten des Werks können dadurch um mehrere Millionen Euro im Jahr reduziert werden. „So bringt uns diese Maßnahme unserem Ziel näher, den Energieverbrauch pro produziertem Fahrzeug bis 2020 gegenüber dem Basisjahr 2006 um fast die Hälfte zu reduzieren“, sagt Dingolfings Werkleiter Josef Kerscher.

Auch an anderen Standorten der BMW-Gruppe laufen ähnliche Umrüstaktionen. „Allein durch das Projekt LED-Umstellung wird der Verbrauch an elektrischer Energie bei der BMW-Gruppe um rund fünf Prozent sinken“, sagt Fischer.

Garhammer investiert in Erweiterung

Waldkirchen. (ta) Das Modehaus Garhammer investiert in seinen Sitz in Waldkirchen (Kreis Freyung-Grafenau). Wie das Unternehmen mitteilte, werden das Parkhaus saniert und erweitert sowie neue Handelsflächen geschaffen. Die Höhe der Investitionssumme liege „im mittleren, einstelligen Millionenbereich“. Die Erweiterungsmaßnahmen laufen bereits.

Das Parkhaus wird grundlegend saniert und von 200 auf 250 Stellplätze erweitert. Außerdem werden die einzelnen Stellplätze großzügiger bemessen. Die Fertigstellung wird im Spätsommer 2017 erfolgen. Im Zuge der Erweiterung wird auch eine Ladenfläche von rund 400 Quadratmetern entstehen. Angemietet werden diese Flächen von der Bäckerei Pilger aus Breitenberg (Kreis Passau). Pilger wird in Waldkirchen künftig mit einem Bäckereifachgeschäft, einem Café sowie einem Lebensmittel-Nahversorgungskonzept vertreten sein.

Tipps und Termine

Strategien für Patentrecherchen

Der Verein Entwicklerzirkel mit Sitz in Landshut informiert am Donnerstag, 25. August, im Hotel Wenisch in Straubing über Strategien für komplexe Patentrecherchen. Wolfgang Petsch von der Firma TÜV Rheinland Consulting wird über das Thema referieren. Die Teilnehmerzahl ist begrenzt. Eine Anmeldung ist per E-Mail an sekretariat@aibc.de möglich.

Der Familienbetrieb Bauer ist einer der größten deutschen Händler japanischer Zierfische

Von Valerie Tielich

Zutraulich wie ein Hund oder eine Katze lässt sich der ein Meter lange, über zehn Kilo schwere Koi über den schuppigen Fischrücken streicheln. Neugierig streckt er das Fischmaul aus dem Wasser des Beckens, um nach den Futterstückchen zu schnappen, die ihm eine Hand entgegenstreckt. Zwei weitere Prachtexemplare dieser japanischen Zierfische drängeln sich ebenfalls rechts und links neben der Hand, um auch einen Happen zu ergattern. Einer nuckelt sogar am Finger von Max Bauer. „Koi sind richtige Schmuser und mögen Streicheleinheiten genauso gerne wie andere Haustiere“, sagt er. Koi sind Max' Leidenschaft, ebenso wie für seinen Vater Edgar und seine Mutter Hildegard. Seit über 20 Jahren handelt der Familienbetrieb aus Zinzenzell (Kreis Straubing-Bogen) mit Koi. Bauers zufolge gehören sie in Deutschland und Europa zu den größten Händlern.

Schwarz-weiß-rot gemustert, gelb-weiß gefleckt, silbrig oder bronzefarben glänzend: Auf dem Grundstück des Familienbetriebs kann sich der Besucher nicht sattsehen an der Vielzahl von Fischen in den verschiedensten Farben und Größen. Insgesamt 46 Becken und Teiche mit Koi haben die Bauers, davon stehen 14 Becken in der Quarantäne-Station. Wenn Max Bauer eine Handvoll Futter in eines der Becken wirft, beginnt das Wasser teilweise zu wallen wie in einem Kochtopf. Vor allem die kleineren Koi sind ungestüm beim Schnappen nach den Futterstückchen.

Rund 1200 große Koi tummeln sich derzeit in den Becken auf dem Gelände und in der Quarantäne-Station. An einigen Becken gibt es Sitzgelegenheiten, um die Fische in Ruhe beobachten zu können. Über den Gesamtwert, der da auf ihrem Grundstück herumschwimmt, wollen die Bauers nicht sprechen.

Regelmäßig Einkauf in Japan

Koi ist das japanische Kurzwort für Karpfen. Die Langform lautet Nishikigoi und heißt übersetzt Brokatkarpfen. Es gibt derzeit etwa 150 Koi-Varianten, deren Zahl jedoch weiter wächst. Zwei- bis dreimal pro Jahr fliegen die Bauers für zwei oder drei Wochen nach Japan, um bei mehreren Züchtern diese Zierfische zu kaufen. Üblicherweise fliegen die Bauers im Herbst und im Frühjahr. Seine erste Japanreise machte Edgar Bauer 1999, im kommenden Oktober steht die 30. Reise an. Vor Ort packt ihn immer das Jagd- und Sammelfieber, wie er sagt. „Man will natürlich die schönsten Karpfen für sich ergattern.“ Jeder einzelne Fisch, den die Bauers mit nach Deutschland bringen, ist von Hand verlesen. Dieses Prozedere muss man sich so vorstellen: Vater und Sohn suchen die Tiere



Koi sind ihre große Leidenschaft (v. l.): Hildegard, Edgar und Max Bauer.



Farbenpracht zum Sattsehen auf dem Firmengelände.

nicht mal eben beim Vorbeischwimmen aus, sondern lassen sich jeden Einzelnen aus den Becken in einen Trog holen, um ihn eingehend inspizieren zu können. Bei diesem aufwendigen Auswahlverfahren verbringen die Bauers bei jedem Züchter mehrere Stunden. „Wir kennen jeden unserer Fische und können genau sagen, wann und bei wem wir ihn gekauft haben“, behaupten Vater und Sohn. Beim letzten Mal haben die Bauers um die 1000 Fische eingekauft. Von 30 Zentimetern bis über einen Meter Länge war alles dabei.

In den Wert fließt vieles ein

Der Transport der Koi von Japan nach Deutschland ist eine kostspielige Sache, erklärt Edgar Bauer. „Beim letzten Mal waren es 221 Boxen mit Fischen. Die Frachtkosten lagen bei 60000 Euro. Allein für einen 90 Zentimeter großen Koi zahle ich 1000 Euro Frachtkosten.“

Nach ihrer Ankunft in Deutschland verbringen die Koi erst einmal bis zu einem halben Jahr in der Quarantäne-Station, bevor sie in die Becken auf dem Grundstück des Familienbetriebs dürfen. „Wir müssen hundertprozentig sicher sein, dass die Tiere keine tödlichen Keime einschleppen, sonst gefährden wir den Bestand“, sagt Edgar Bauer. Untergebracht ist die Station in einem ehemaligen Supermarkt. Die neue Quarantänestation wurde erst im Frühjahr eröffnet.

Der Wert eines Koi hängt ab von seinem Alter, seiner Größe, seinem Wachstumspotenzial sowie von Far-

be, Farbabgrenzung und Farbglanz. Ab einer Länge von 90 Zentimetern gehen die Preise deutlich nach oben. Ein Koi mit einem runden, breiten Körperbau ist teurer als ein schlanker. Außergewöhnliche Muster tragen auch zur Wertsteigerung bei. Ein Koi steigt auch im Wert, je zutraulicher er ist.

Die weiblichen Koi stehen bei den Käufern übrigens höher im Kurs als die Männchen. „90 Prozent unserer Käufer wollen Weibchen, weil die größer werden können als die Männchen. Männchen mit über 90 Zentimetern Länge sind selten“, sagt Max Bauer. In einem Jahr kann ein Koi im Durchschnitt zehn bis 15 Zentimeter wachsen. In Japan werden die Zierfische aufgrund der klimatisch besseren Bedingungen größer als Tiere, die in deutschen Teichen herumschwimmen. „In Deutschland kann ein Koi gut einen Meter lang und bis zu 20 Kilogramm schwer werden“, sagt Max Bauer. Bei optimalen Haltungsbedingungen kann so ein Fisch 40 bis 60 Jahre alt werden.

Eher Haustier als Geldanlage

„In erster Linie legen sich die Leute Koi als Haustiere zu. Als Geldanlage kauft die keiner. Das wäre einfach zu riskant. Holen sie sich einen Keim in den Teich, war es das mit der Geldanlage“, erklärt Edgar Bauer. Natürlich seien die Tiere ein Statussymbol, vor allem in Japan. Dort konnten sich früher nur Adlige diese Zierfische leisten. Heutzutage legt sich vor allem die japanische Oberschicht diese Tiere

zu. Der Koi steht für Glück und Wohlstand. Eigentlich war der Koi ein Speisefisch. Als sich bei den Fischen durch Mutationen ungewöhnliche Farbmuster zeigten, stiegen sie zu Zierfischen auf.

Während des Jahres machen die Bauers ihr Hauptgeschäft im Mai und Juni. Die günstigsten Koi kosten bei dem Familienbetrieb 50 Euro, die teuersten 25000 Euro. Pro Jahr verkauft der Zinzenzeller Händler rund 1500 Koi. „Hauptsächlich sind das Koi im Preissegment 300 bis 2000 Euro“, sagt Edgar Bauer. Die Käufer kommen aus allen Schichten und Gehaltsklassen. „Vom Handwerker über den Lehrer bis zum Unternehmenschef ist da alles dabei. Manche leisten sich einmal im Jahr lieber einen neuen Koi als in den Urlaub zu fahren“, sagt Hildegard Bauer.

Etwa 30 bis 40 Jumbo-Koi mit einer Länge von über 80 Zentimetern und um die 250 Showfische, also besonders schöne Koi-Exemplare, schwimmen bei Bauers in den Becken. Ein Showfisch kostet ab 1000 Euro aufwärts. In Deutschland gibt es nicht viele Käufer von Koi, die über 10000 Euro kosten. Hierfür sei der Markt in Deutschland zu gering. In Japan sei das anders. Der teuerste Koi, der nach dem Wissen von Edgar Bauer in Japan verkauft wurde, kostete 240000 Euro. „Der Kauf sehr teurer Koi läuft in Japan aber generell äußerst diskret ab“, erzählt Edgar Bauer.

Käufer von nah und fern

Die Käufer kommen nicht nur aus der Region, sondern auch aus dem weiteren Inland und dem Ausland. „Wir haben viele Käufer aus Österreich, aber auch aus der Schweiz, aus Italien und aus Frankreich kamen schon Interessenten zu uns“, sagt Edgar Bauer. In Deutschland haben die Bauers nach eigenen Angaben höchstens zwei Mitbewerber, die in der gleichen Größenordnung tätig sind. In Europa gehören die Bauers zu den größten Koi-Händlern.

Zu den Koi kam Edgar Bauer wie die Jungfrau zum Kinde. 1992 schenkte ihm seine Frau zum Vatertag zwei Koi, die sie in einem Gartenschachmarkt gekauft hatte. Als diese zwei verendeten, informierten sich die Bauers eingehender über die Tiere und wo man sie noch kaufen könnte. Das Interesse an den Tieren war geweckt. Nach ersten Koi-Käufen für sich sowie Freunde und Bekannte, entschloss sich die Familie, in den Handel einzusteigen, und meldete im Jahr 1994 ein Gewerbe an. Das Ganze habe immer weitere Kreise gezogen, fast jährlich sei ein weiteres Becken hinzugekommen und so habe sich das Geschäft allmählich entwickelt, erzählt Hildegard Bauer. „Ein Leben ohne Koi können wir uns nicht mehr vorstellen.“



Die zutraulichen Koi fressen Max Bauer aus der Hand. (Fotos: tie/Bauer)