

# Bora

## „Entschuldigungen wären die ehrlichste Antwort“

Donnerstag, 30.04.2020

*Aktuell kämpft Bora mit deutlichen Auftragsrückgängen. Dennoch sieht Willi Bruckbauer, CEO der Bora Lüftungstechnik aus Raubling, sein Unternehmen aufgrund der neuen Produkte und des starken Markenauftritts mit einem starken ersten Quartal gut für die Zukunft gerüstet.* Dies auch, weil die Lieferkette der Vorlieferanten aus Deutschland und Österreich nie abgerissen war. „Wir halten aktuell an unseren Unternehmenszielen fest“, so Bruckbauer heute. Dass einige Mitarbeiter aufgabenbedingt in Kurzarbeit geschickt werden mussten, soll möglichst bald beendet werden, um die Vollbeschäftigung wieder herzustellen, zu halten und möglichst gemäß den Zielen neue Mitarbeiter einzustellen. „Das ist unsere Haltung. Mein persönliches Ziel ist es, auch die Ankündigungen gegenüber den Mitarbeitern zu erfüllen,“ so Bruckbauer.

„Ich sehe die Pandemie als beendet an und schaue positiv nach vorne“, so Bruckbauer und mahnt das Krisenmanagement der Bundesregierung mit deutlichen Worten: „Ich erwarte eine Kehrtwende in Form einer Zukunftssicherung von den Politikern, die mit ihrer überbewertenden Einschätzung der Datenlage seit Wochen und Monaten freiheitliche Grundrechte außer Kraft und das wirtschaftliche Wohlergehen auch zukünftiger Generationen aufs Spiel setzen. Die überbordende Regulierung des Staats führt uns ins wirtschaftliche Nichts. Fehleinschätzungen sind auch in der Politik menschlich. Entschuldigungen wären die ehrlichste Antwort.“

Gleichzeitig steht Bruckbauer trotz der aktuellen Herausforderungen weiter hinter dem Radsport: Entgegen dem sich abzeichnenden Trend, dass mehrere Sponsoren ihre Engagements bei UCI WorldTour Teams zurückfahren, erfüllt Namenssponsor Bora den Beitrag zum Sponsoring des Radteams Bora - Hansgrohe vollumfänglich wie vertraglich vereinbart.

Bruckbauer betont: „Wir wollen ein Zeichen setzen. Gerade in Zeiten wie diesen ist es unsere Haltung, zu unserer Vereinbarung zu stehen. Wir werden unser Engagement in vollem Umfang aufrechterhalten.“

Das Unternehmen ist bereits seit 2012 Partner und derzeit im sechsten Jahr Hauptsponsor eines der erfolgreichsten UCI WorldTeams. Nachdem die Tour de France, die circa drei Viertel des jährlichen Werbewertes für Bora ausmacht, nach heutigem Stand im Herbst stattfinden und damit das einzige große und zudem internationale Sport-Ereignis des Jahres 2020 werden dürfte, erscheint der Werbewert aus dem Engagement aufgrund einer enormen TV-Präsenz gesichert.

„Der Werbewert unserer Sponsoring-Aktivitäten war in den vergangenen Jahren herausragend und hat zum wirtschaftlichen Erfolg von Bora beigetragen. So halten wir nun unter schwierigen Umständen als zuverlässiger Partner zum Team und ermöglichen den Fahrern eine optimale Vorbereitung auf den neuen, komprimierten Rennkalender. Dies auch in Erwartung einer außergewöhnlichen Quote im außergewöhnlichen Jahr 2020. Wir bleiben ebenso bei der Schaltung der begleitenden TV-Spots. Diese Investition in die Zukunft soll auch dazu beitragen, Arbeitsplätze zu sichern“, so Bruckbauer.

**„Entschuldigungen wären die ehrlichste Antwort“**

**Links**

- [Bora](#)