KÖLN/BONN/AACHEN MANAGER

04/24

CM.GROUP.

Kreative Köpfe setzen Zeichen

TOP-UNTERNEHMEN

100 mächtigste Manager

RANKINGS

Werbeagenturen, Eventagenturen uvm.

Das Unternehmer-Magazin für Köln/Bonn/Aachen: Direkt an die 15.000 größten Unternehmen der Region.

04
4191367 506901
Ausgabe 04 - 8. Jhg - 6,90 €

DIE KUNST DES HEBENS

Schwere Motoren zum Schweben bringen und präzise auf den Punkt an ihren Einbauort dirigieren: Kein Kunststück, sondern Arbeitsalltag unserer Kunden. Profitieren auch Sie von richtungsweisenden ABUS Kranlösungen.

02261 37 - 148
verkauf@abus-kransysteme.de
www.abus-kransysteme.de

ABUS
MEHR BEWEGEN.

Editorial

NEUE HERAUSFORDERUNGEN UND CHANCEN IM IMMOBILIENMARKT

Die letzten Monate haben die Immobilienbranche in Deutschland stark geprägt. Schlagwörter wie „Krise“ und „Abwärtsspirale“ sind in den Medien allgegenwärtig, und auch Experten bestätigen diese düstere Lage. Hohe Zinsen, knappe Baugenehmigungen und steigende Baukosten belasten den Markt erheblich. Doch gerade in solchen Zeiten bietet der Wandel auch Chancen.

Der Trend zu modularen und nachhaltigen Bauweisen zeigt, dass Innovationen in der Bauindustrie trotz aller Herausforderungen voranschreiten. Modulares Bauen und der Gebäudetyp E, der für kostengünstigeres und einfacheres Bauen steht, sind wichtige Schritte, um die Baukosten zu senken und gleichzeitig den dringend benötigten Wohnraum zu schaffen. Die Bedeutung von Nachhaltigkeit und Klimaschutz nimmt dabei einen zentralen Platz ein. Besonders beeindruckend ist die Vorfertigung von Bauteilen, die nicht nur Kosten, sondern auch Bauzeiten erheblich reduzieren kann. Auch betrachten wir die Forderungen der Architektenkammer NRW, die mit ihrer „Düsseldorfer Erklärung“ weit über den Ansatz des neuen Gebäudetyps E hinausgeht. Wenn auch nur ein Teil dieser Ideen von der Politik aufgenommen wird, so besteht Hoffnung auf Besserung.

Doch nicht nur im Wohnungsbau stehen wir vor Umbrüchen. Auch Gewerbeimmobilien müssen sich den veränderten Anforderungen des Marktes anpassen. Ältere Büroimmobilien werden zunehmend für neue Nutzungen erschlossen – ob als medizinische Versorgungszentren oder neue Wohnflächen. Der Umbau und die Anpassung an moderne technische Standards sind hier der Schlüssel, um bestehende Objekte wettbewerbsfähig zu halten.

In dieser Ausgabe des REGIO MANAGER finden Sie zahlreiche wertvolle Artikel, die sich diesen Themen widmen und praxisnahe Lösungen vorstellen. Ob Sie als Unternehmer in eigene Immobilien investieren oder lieber mieten sollten, welche strategischen Entscheidungen bei der Aufwertung von Gewerbeobjekten wichtig sind oder wie smarte Technologien den Komfort und die Energieeffizienz in Bürogebäuden steigern können – wir liefern Ihnen fundierte Informationen und inspirierende Einblicke.

Nutzen Sie die Lektüre, um sich auf die neuen Herausforderungen einzustellen und die Chancen, die diese Zeit bietet, aktiv zu ergreifen. Denn eines ist sicher: Der Wandel bringt nicht nur Risiken, sondern auch viele Möglichkeiten, sich erfolgreich am Markt zu behaupten.

Einige dieser Akteure, die im Zentrum dieses Wandels stehen, haben wir für Sie in dieser Ausgabe näher betrachtet und stellen sie in einem Porträt vor. Doch sie sind nur ein kleiner Ausschnitt des Marktes, der da stark in Bewegung ist. Lesen Sie passend hierzu die regionalen Branchenrankings der Architekten, Bauunternehmen, Holzbauer, Projektentwickler und viele mehr. Übrigens: Diese und viele weitere Branchenrankings der regionalen Immobilienwirtschaft finden Sie nicht nur in dieser Ausgabe, sondern wie immer auch auf regiomanager.de.

Und jetzt lesen Sie los – etwas Spannenderes kommt heute nicht mehr! ■

Alessandro Fiore, Objektleitung

Dr. Maximilian Lange, Redaktionsleitung

INHALT

TITELPORTRÄT

06 — CM.GROUP
Kreative Köpfe setzen Zeichen

MÄCHTIGSTE MANAGER

10 — MÄCHTIGSTE MANAGER

12 — RANKING
Die 100 mächtigsten Manager

17 — ARAG
Manager in der Kostenfalle?

22 — OPTITEK
Immer häufiger sind Speziallösungen gefragt

29 — IKK CLASSIC
IKK classic - Ihre Gesunheit. Unser Handwerk

31 — HUBACHER
Wärmepumpen und Klimaanlagen von Hubacher

37 — HELBLING
Veränderung mit schweizer Präzision

BUSINESS IN KÖLN/BONN/AACHEN

38 — MARKETING-TRENDS 2025
So kommen Sie mit Ihrer Marke an

40 — RANKING
Die größten Werbeagenturen

41 — LEMM WERBEAGENTUR
Beständigkeit trifft auf Innovation

42 — HYBRID IST DAS NEUE NORMAL
Lagerfeuer wird digital

44 — RANKING
Die größten Eventagenturen

45 — MOVENDI
Experten für Live-Kommunikation

© Frank Wiedemeier

06 — CM.GROUP
Kreative Köpfe setzen Zeichen

22 — OPTITEK
Immer häufiger sind Speziallösungen gefragt

37 — HELBLING
Veränderung mit schweizer Präzision

46 — RANKING

Die größten Konferenz- und Medientechniker

48 — NACHHALTIGE WERBEMITTEL

Jute oder Plastik? Wie nachhaltige Werbeartikel das Markenimage stärken

51 — RANKING

Die größten Veranstaltungstechniker

53 — RANKING

Die größten Tagungslocations

54 — KI UND DRUCKMEDIEN

Für Print bleiben Nischen

41 — LEMM WERBEAGENTUR

Beständigkeit trifft auf Innovation

MANAGEMENT

60 — BUCHVORSTELLUNGEN

Best of Buchvorstellungen von 2021 bis 2024

61 — KOLUMNE

Bürokratie als Selbstzweck?

62 — UNTERNEHMENSPRAXIS

64 — NACHHALTIG INVESTIEREN

Grün soll's werden

RUBRIKEN

03 — EDITORIAL

56 — INSOLVENZEN

58 — NAMEN & NACHRICHTEN

66 — IMPRESSUM / VORSCHAU

45 — MOVENDI

Experten für Live-Kommunikation

cm.group

KREATIVE KÖPFE SETZEN ZEICHEN:

Jülicher Planungsprofis punkten mit Innovationen in der Region und international

© Frank Wiedemeier

KÖLN/BONN/AACHEN MANAGER STARKER PARTNER 2024 — DIE GRÖSSTEN GENERALPLANER

Immer wieder taucht der Name cm.group in der Presse auf. Zuletzt sorgte ein Spatenstich im Brainergy Park Jülich für Schlagzeilen. Einer der geschäftsführenden Gesellschafter in der Unternehmensgruppe Mathias Glaschke: „Wir sind stolz, als Architekten und Ingenieure gemeinsam mit Neuman & Esser, sowie der Messer Group einen Teil dieses Mammutprojekts zu realisieren. Der ‚Gewerbepark der Energiewende' ist von großer Bedeutung für die Region und von richtungsweisender Bedeutung für unsere Wirtschaft. „Als Generalplaner der Wasserstoffelektrolyse-Anlage (kurz HyDN-Projekt) im Brainergy Park können wir hier ein Leuchtturmprojekt umsetzen." Wer Räume schafft für neuartige Technologien, hinterlässt damit immer auch eine Visitenkarte in der Branche. Erfahrungsgemäß gibt es viele Folgeaufträge im gleichen Bereich. Aber die Mannschaft, bestehend aus über 100 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ist viel breiter aufgestellt. Das liegt vor allem daran, dass Firmengründer Dr. Daniel Schippan das Unternehmen ins Leben rief, um Reibungsverluste durch Schnittstellen zu vermeiden.

Vom Fünf-Mann-Büro zur weltweit tätigen Gruppe.

Dr. Daniel Schippan ist Gründer und geschäftsführender Gesellschafter der 2007 gegründeten cm.project.ing GmbH. Parallel zu seinem Ingenieurstudium (Materialwissenschaften mit Schwerpunkt Glas) an der Exzellenzhochschule Aachen startete er seine Karriere in der internationalen Glasindustrie. Seine Doktorarbeit verfasste er zum Thema „Strömungsverhalten verschiedener Glasöfen" in Zusammenarbeit mit der Universität und dem Forschungszentrum eines international tätigen Glasunternehmens. Seine verschiedenen Positionen in der internationalen Glasindustrie als Leiter Forschung und Entwicklung, Leiter Glastechnologie sowie Leiter Wachstumsinvestitionen, Werksleiter und CPO ermöglichten es ihm, umfassende Technologie- und Managementerfahrung zu sammeln und ein umfangreiches Netzwerk in diesem Geschäft aufzubauen. In den letzten Jahren hat Dr. Daniel Schippan ein dynamisches Team aus Glasexperten, Projektmanagern, Produktdesignern und Geschäftsexperten

zusammengestellt, die bewusst unterschiedlichen Alters, mit unterschiedlichem kulturellen und sprachlichen Hintergrund und mit unterschiedlichen geschäftsspezifischen Soft Skills ausgestattet sind.

Der Kunde weiß, was er will – die Profis, wie es realisiert werden kann.

Genau dieses Zusammenspiel der unterschiedlichen Fachbereiche führt zu einem echten Alleinstellungsmerkmal, das Sebastian Pantel, Geschäftsführer und Gesellschafter der cm.tech GmbH so beschreibt: „Unsere Lösungen sind auf den Kunden zugeschnitten“. Mit der cm.group können wir sämtliche Planungsthemen von Architektur, Projektmanagement, Genehmigungsverfahren und Anlagentechnik anbieten. Die Betonung liegt dabei auf ´können´, denn am Ende zählt was der Kunde braucht und was dem Kunden gezielt bei seinem Projekt fehlt.“ Das ‚cm‘ in unserem Firmennamen steht für ‚custom made‘, für auf den Kunden zugeschnittene Leistungen. Vom Hauptsitz des Unternehmens in Jülich aus sind Städte wie Aachen, Köln, Bonn und Düsseldorf gut zu erreichen. Weil der Kundenstamm sich aus privaten Auftraggebern, mittelständischen Unternehmen und internationalen Großkonzernen zusammensetzt, gibt es weltweit von der cm.group betreute Bauvorhaben. Mathias Glaschke, Geschäftsführer und Gesellschafter der cm.build.ing GmbH: „Gerade in schwierigen Zeiten, wenn sich die Wirtschaftslage verändert, wie derzeit zum Beispiel aufgrund der Schwierigkeiten zweier großer Automobilhersteller, ist Flexibilität gefragt. Das bedeutet auch, wenn sich beispielsweise bei Automobilzulieferern die Auftragslage ändert, man während eines laufenden Bauprojekts kurzfristig umplanen will, sind wir die richtigen Partner.“

Vielfältige Leistungen aus einer Hand.

Als großes und sehr breit aufgestelltes Team kann man Dienstleistungen anbieten, die jede Phase eines Projekts abdecken. Das beginnt bei detaillierten Machbarkeitsstudien oder Wirtschaftlichkeitsanalysen über die Front-End-Engineering-Design-Phase (FEED) bis hin zur Genehmigungs- und Ausführungsplanung mit anschließender Bauüberwachung. Die cm.build.ing liefert sämtliche Architekturplanung und die cm.tech steuert die technische Gebäudeausrüstung passend bei. Spezialthemen wie Anlagenbau, Prozesstechnik und komplexe BImSch-Genehmigungsprozesse werden von der cm.project.ing übernommen. „Wir erstellen sehr umfangreiche und genaue Businesspläne, die in der Summe sämtliche Investitions- und Betriebskosten berücksichtigen“, ergänzt Mathias Glaschke, „Denn nur dann ist der Kunde in der Lage, weitreichende Entscheidungen über die Rentabilität geplanter Investitionen zu treffen.“ Die wesentlichen Investitionen der cm.group selbst betrafen in der Vergangenheit immer wieder Weiterbildungs- und Schulungsprogramme der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und die Implementierung modernster Technologien wie BIM (Building Information Modeling). Sebastian Pantel: „Viele reden von BIM aber kaum einer setzt es wirklich um.“ Mit unserer ganzheitlichen Lösung fügen wir sämtliche Planungsthemen an einem Ort bzw. in einem 3D Modell zusammen. Bei der Strömungssimulation beispielsweise können wir schon während der Planungsphase darstellen, wie sich Luftströme und Wärmeentwicklungen zwischen den einzelnen Bereichen eines Gebäudes verhalten. Schon frühzeitig lässt sich so das optimale Ergebnis erzielen.

Verlässlicher Partner in der Region

Von der enormen Erfahrung, die das multinationale Team – hier sind 21 verschiedene Nationen vertreten – mitbringt, profitiert natürlich auch die Region. „Unser neuestes ›

Anzeige

Projekt ist es, zusammen mit E.ON für den Brainergy-Park eine Technikzentrale zu planen“, erläutert Mathias Glaschke, „Regenerative Energie und die direkte Nutzung von Energie spielt dabei eine wichtige Rolle.“ Die Bundesregierung unterstützt die Errichtung eines Low-Ex-Energiegesetzes im Brainergy Park mit einer Fördersumme von 19,5 Millionen Euro. Bei dem Projekt ist unter anderem ein über fünf Kilometer langes dekarbonisiertes Wärmenetz mit über 40 dezentralen und zentralen Wärmepumpen geplant.

Nachhaltigkeit wird auch im eigenen Unternehmen praktiziert

Rund sechs Millionen Euro hat die cm.group auch in ihre eigenen Gebäude investiert, um für die Zukunft nachhaltig und klimafreundlich agieren zu können. Dr. Daniel Schippan: „Wir sind nach neuesten Energiestandards vorgegangen, als wir unsere drei eigenen Bürokomplexe und die Werkshalle errichtet haben. Der gesamte Campus hier in Jülich ist konsequent nachhaltig gestaltet. Wir haben großflächig Photovoltaikanlagen installiert und versorgen mit unseren Ladestationen die eigene Firmenflotte aus überwiegend modernen Elektrofahrzeugen. Dank zeitgemäßer Wärmepumpentechnik erreichen wir ein hohes Maß an Energieautarkie.“ Damit ist die cm.group nicht nur durch Fachwissen, sondern auch eigene Erfahrungen im beruflichen Alltag optimal aufgestellt, um Unternehmen den Übergang zur CO_2 –Neutralität zu erleichtern. „Wir entwickeln gerade für einen Großkunden aus Aachen eine Grünfassade für ein riesiges vollautomatisches Tiefkühllager“, erklärt Mathias Glaschke, „Gerade bei der Planung von Gebäudehüllen ist noch viel Luft, wenn es darum geht, einem Aufheizen der Innenbereiche entgegenzuwirken. Das gilt auch für Büroräume. Angesichts des herrschenden Mangels an Fachkräften, der sich durch alle Branchen zieht, ist es den Unternehmern umso wichtiger geworden, dass die Mitarbeiter sich am Arbeitsplatz wohlfühlen und sich selbst mit dem Unternehmen identifizieren.“

Orientierung im Behörden-Dschungel: Mit Profis sind Genehmigungen leichter zu beantragen

Vorschriften und Gesetze sind zweifellos sinnvoll, manchmal aber auch nur schwer auf den ersten Blick zu durchdringen. Mathias Glaschke: „Das Ringen um notwendige Genehmigungen, mit dem Bauherren immer wieder zu tun haben, verliert seinen Schrecken, wenn unser Team übernimmt. Meine Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter kennen die aktuelle Gesetzeslage genau und sie wissen auch, wie man dem Emissions- oder Lärmschutz Rechnung trägt, indem man ein Projekt zum Beispiel an der richtigen Stelle geringfügig anpasst. Dank unserer umfassenden Simulationen im Vorfeld können wir genau erkennen, wo beispielsweise ein Kühlturm, oder eine Lüftungsöffnung in der Fassade am besten platziert ist. Wir wissen genau, worauf die Behördenvertreter achten. Das Beantragen von Baugenehmigungen ist in manchen Bereichen eine Wissenschaft für sich. Wir haben uns bewusst dazu entschlossen, ge-

Dipl.-Ing. Architekt Mathias Glaschke, Geschäftsführer cm.build.ing

M. Sc. Sebastian Pantel, Geschäftsführer cm.tech

Dr. Ing. Daniel Schippan, Geschäftsführer cm.project.ing

mäß unserem Motto ‚Alles aus einer Hand' anzubieten, eben auch das lästige Thema der Genehmigungen mit einzubinden." Hier kommt der cm.group wieder zugute, dass die Experten der einzelnen technischen Bereiche unter einem Dach sitzen. Kleine Fragen, die sich während der Genehmigungsverfahren ergeben, können so unkompliziert geklärt werden.

Auch Sanierung von Gebäuden ist wieder wichtiger geworden

Angesichts gestiegener Energiepreise und Materialkosten oder der nicht so rosigen Auftragslage in manchen Branchen haben viele Auftraggeber ihre eigentlichen Bauvorhaben im Nachhinein modifiziert. „Sanierung statt Neubau, das ist immer häufiger eine echte Option", schildert Sebastian Pantel die Lage, „Derzeit haben wir gleich mehrere Projekte, bei denen wir Bauten aus den 60er oder 70er Jahren im Nachhinein energetisch und optisch optimieren, so dass sie auf ein zeitgemäßes Level gehoben werden. Dabei ist es für uns von Vorteil Experten im Haus haben und technische Planer, die über Standards hinausdenken." Die Profis gehen dabei flexibel und schnell vor. Als es in Stolberg nach der Flutkatastrophe galt, in kürzester Zeit ein komplettes Verwaltungsgebäude aus den 60ern zu sanieren, damit die Stadtverwaltung dort übergangsweise einziehen konnte, bekam die cm.group den Zuschlag. „Ob es um Aufträge für die öffentliche Hand geht, oder für Firmen, wir haben das Budget immer im Blick", ergänzt Sebastian Pantel, „Dabei ist es egal, ob wir alleinverantwortlich am Ruder sind oder zusammen mit Partnern Großprojekte realisieren."

Daniela Prüter | redaktion@regiomanager.de ■

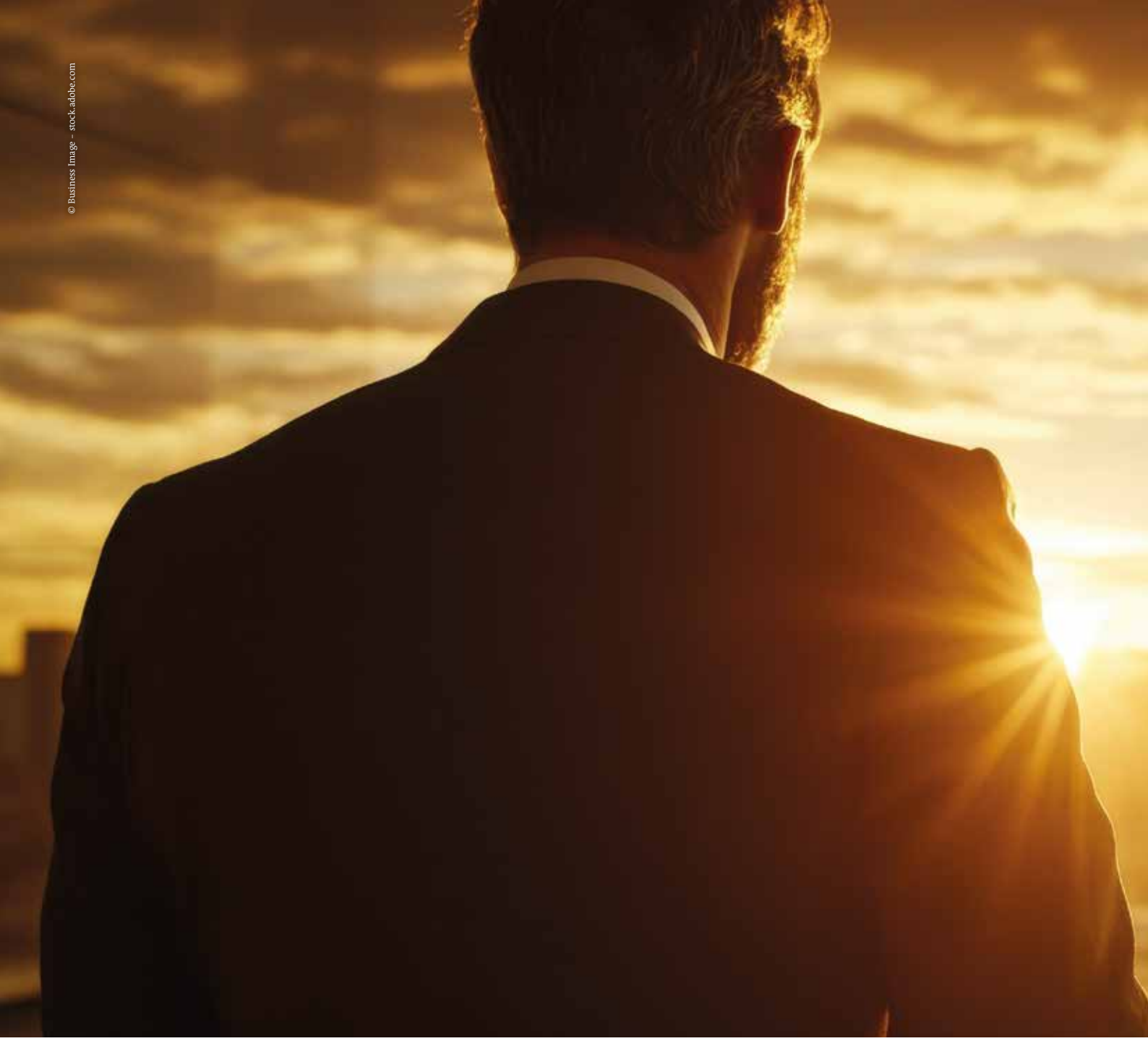
Kontakt

cm.project.ing

cm.build.ing

cm.tech

cm.group.
Helmholtzstraße 24, 52428 Jülich
Telefon: 02461 981098-0
Telefax: 02461 981098-99
info@cmprojecting.de
www.cmprojecting.de
www.cmbuilding.de



[MÄCHTIGSTE MANAGER]

Die Rankings der 100 mächtigsten Manager, also der Top-Entscheider der größten Un-ternehmen der Region, erscheinen traditionell in den sieben NRW-Ausgaben des RE-GIO MANAGER. Allein in der Region Köln/Bonn/Aachen sind die Inhaber und Ge-schäftsführer dieser 100 Unternehmen für über 1,7 Millionen Mitarbeiter und fast 600 Milliarden Euro Umsatz verantwortlich. Deutschlands Wirtschaftskraft lässt sich zwar insbesondere auf seine vielen erfolgreichen Mittelständler zurückführen, aber die Be-deutung großer Unternehmen spiegelt in besonderer Weise die Attraktivität einer Regi-on wider. Denn diese Firmen gehören in der Regel zu den attraktivsten Auftrag- und Ar-beitgebern und sind damit für die strukturelle Entwicklung von Orten und Regionen ext-rem wichtig. Deshalb wird das Rankings der 100 mächtigsten Manager einmal jährlich aktualisiert.

So funktioniert das Ranking

Es werden nur Unternehmen berücksichtigt, die ihren Hauptsitz in der Magazin-Region haben und keine deutsche Muttergesellschaft aufweisen. Beispiel: Sitzt ein Global Player mit Hauptsitz in der Region, so werden seine weltweiten Umsatz- und Mitarbeiterzahlen berücksichtigt. Schließlich ist das Management für das gesamte, weltweit aktive Unternehmen samt Tochtergesellschaften verantwortlich. Hat hingegen ein ausländisches Unternehmen seine Deutschland-Niederlassung in der Region, so werden nur die Zahlen dieser Deutschland-Gesellschaft berücksichtigt. Gibt es innerhalb Deutschlands eine übergeordnete Einheit, so wird das Unternehmen als Tochterunternehmen gewertet und entsprechend nicht im Ranking berücksichtigt. In Einzelfällen wird dem operativen Hauptsitz/Unternehmen jedoch Vorzug gegenüber der Holding gegeben, sofern diese einen rein rechtsformalen Charakter hat. Gerankt wird a) nach Umsatz und b) nach Mitarbeitern. Die einzelnen Ränge werden mit Faktoren 0,7 (Umsatz) und 0,3 (Mitarbeiter) gewichtet, sodass die Umsätze deutlich stärker ins Gewicht fallen als die Mitarbeiter. Hierdurch ergeben sich in der Tabelle immer wieder Sprünge, welche mitunter verwirrend sein können, aber bei mehr als einem Ranking-Kriterium unvermeidbar sind. Bitte beachten Sie: Sofern der Vorstand die Geschäftsführung eine Vorsitzende/einen Vorsitzenden bzw. Sprecher/-in aufweist, so wird nur diese Person abgebildet.

DIE 100 MÄCHTIGSTEN MANAGER IN K/B/A

Rang	Unternehmen	Hauptsitz	CEO/Geschäftsführungsvorsitz	U*	MA**
1	Deutsche Telekom	Bonn	Timotheus Höttges	112.000.000	199.652
2	Rewe Group	Köln	Lionel Souque	92.310.000	389.270
3	Deutsche Post DHL Group	Bonn	Dr. Tobias Meyer	82.000.000	594.000
4	Bayer	Leverkusen	Bill Anderson	47.637.000	99.723
5	Lufthansa Group	Köln	Carsten Spohr	35.400.000	96.677
6	Covestro Deutschland	Leverkusen	Dr. Markus Steilemann	14.400.000	17.500
7	Strabag	Köln	C. Hattendorf, P. Hübner, R. Lüddemann, T. Nyhsen	13.018.000	40.408
8	Stadtwerke Köln	Köln	Andreas Feicht	10.848.800	15.170
9	AXA Konzern	Köln	Dr. Thilo Schumacher	12.000.000	8.028
10	Lanxess	Köln	Matthias Zachert	6.700.000	12.500
11	Barmenia.Gothaer	Köln	Oliver Schoeller	7.992.000	7.500
12	DEVK Versicherungen	Köln	Gottfried Rüßmann	4.782.426	7.500
13	Igus	Köln	F. Blase, M. Blaß, A. Peplinski, T. Vogel	11.360.000	5.000
14	TÜV Rheinland	Köln	Dr.-Ing. Michael Fübi	2.440.000	22.092
15	Computacenter	Kerpen	Mike Norris	2.951.993	6.783
16	Engie Deutschland	Köln	Manfred Schmitz	2.750.000	5.900
17	Krüger Group	B. Gladbach	Marc Krüger, Dr. Guido Colsman	2.500.000	5.700
18	Ströer Gruppe	Köln	Udo Müller, Christian Schmalzl	1.914.300	11.504
19	Deutz	Köln	Dr. Sebastian C. Schulte	2.104.800	5.284
20	Dohle Gruppe	Bonn	Gert Schambach	1.969.000	6.200
21	Renault Deutschland	Brühl	Florian Kraft	52.400.000	350
22	DTV Tabakwaren	Frechen	Bernd Eßer	4.000.000	1.768
23	Indus Holding	B. Gladbach	Dr.-Ing. Johannes Schmidt	1.802.400	8.929
24	Currenta	Leverkusen	Tim Hartmann	2.100.000	3.400
25	BPW Bergische Achsen	Wiehl	Achim Kotz, Markus Schell	1.730.000	7.000
26	BWI	Meckenheim	Frank Leidenberger	1.500.000	7.000
27	ZEG Zweirad-Einkaufs-Genossenschaft	Köln	Georg Honkomp	4.000.000	850
27	Kautex Textron	Bonn	Jörg Rautenstrauch	1.850.000	5.000
29	General Reinsurance	Köln	Charlie Shamieh	4.213.500	758
30	Pensions-Sicherungs-Verein	Köln	Dr. Marko Brambach, Dr. Benedikt Köster	7.410.000	300
30	Grünenthal Group	Aachen	Gabriel Baertschi	1.800.000	4.400
32	Siegwerk Druckfarben	Siegburg	Dr. Nicolas Wiedmann	1.267.000	4.926
33	Eaton Industries	Bonn	K. Gäb, N. Papaioannou, C. Spies, T. Kuhn	902.432	8.500
34	Ferchau	Gummersbach	F. Ferchau, T. Hucht, A. Schulz	820.000	9.000
34	FEV Group	Aachen	Dr. Patrick Hupperich	860.000	7.000
36	Volvo Car Germany	Köln	Herrik van der Gaag	2.419.961	300
37	Voss Holding	Wipperfürth	Dr. Thomas Röthig	808.000	7.500
37	Für Sie Handelsgenossenschaft	Köln	Dr. Martin Küssner, Walter Steffens	3.085.900	191
39	Trinks	Hennef	R. Fabiano, T. Majocco, T. Saalbach	1.025.892	1.256
40	Chocoladefabriken Lindt & Sprüngli	Aachen	Dr. A. Lechner, M. Allerchen, M. Spiller	886.131	2.895
41	Next Kraftwerke	Köln	M. Rühs, K. Jedamzik, M. Lindenberg	1.884.851	300
42	Toyota Deutschland	Köln	André Schmidt	1.935.269	210
43	Api Computer	Baesweiler	Achim Heyne	1.303.765	711
44	TMD Friction Holdings	Leverkusen	David Baines, Sebastian Despineux	736.000	5.170
45	Stadtwerke Aachen	Aachen	Dr. Christian Becker, Wilfried Ullrich	982.700	1.008
46	Zentis	Aachen	Hamed Hesami, Karl-Heinz Johnen	830.000	1.982
47	Canada Life Assurance Europe plc	Köln	Susan Gibson	979.611	782
48	Juan Garcia-Lax	Köln	J. Garcia Lax, J. Garcia Unterbusch, M. Hagelberg	1.860.267	82
49	Reifenhäuser Maschinenfabrik	Troisdorf	B. Reifenhäuser, U. Reifenhäuser, Dr. B. Kunze, K. Kratz	750.000	1.750
50	Kronos Titan	Leverkusen	U. Kabelac, M. Bekker, Dr. R. Gruber	830.188	900
51	Emons	Köln	Ralf Wieland	651.000	3.650
52	Dalli-Werke	Stolberg	J. Rabe, Dr. R. Espenhahn, V. Hesse, C. Osegowitsch	683.660	1.819

Rang	Unternehmen	Hauptsitz	CEO/Geschäftsführungsvorsitz	U*	MA**
52	Trianel	Aachen	Sven Becker, Dr. Oliver Runte	938.200	385
54	Schokoladenfabrik Henry Lambertz	Aachen	Romeo Odak	637.000	4.000
55	Mazda Motors (Deutschland)	Leverkusen	Bernhard Kaplan	1.153.885	182
56	Nissan	Wesseling	Vincent Ricoux, Emmanuel Alexandre	996.212	206
57	ABC Finance	Köln	Dr. H. Mersmann, S. Ninow, M. Rüsing	948.211	285
58	Miltenyi Biotec	B. Gladbach	S. M., Dr. B. S., N. H., Dr. J. S., Dr. A. O.	648.042	2.687
59	Stellantis & You Deutschland	Köln	Andreas Marx	664.342	1.115
60	Soennecken	Overath	Dr. Benedikt Erdmann, Georg Mersmann	756.000	550
61	Formel D	Köln	Marcel Blinde	348.000	10.500
62	Wuppermann	Leverkusen	Johannes Nonn	663.736	784
63	DuMont Mediengruppe	Köln	Dr. Christoph Bauer	447.600	2.082
64	Mobilezone	Köln	Wilke Stroman, Mathias Sieg, Feyzi Demirel	681.743	300
65	Autobahn Tank & Rast Gruppe	Bonn	Peter Markus Löw	537.044	1.050
66	Eisenwerk Brühl	Brühl	Matthias Pampus-Meder, Thomas Friedrich	440.267	1.492
67	Carglass	Köln	Jean-Pierre Filippini, Gérard Damski	411.693	2.100
68	Schwermetall Halbzeugwerk	Stolberg Rhld.	Dirk Harten	650.139	340
69	Roland Gruppe	Köln	Rainer Brune	559.800	671
70	Siewert & Kau Computertechnik	Bergheim	Björn Siewert, Oliver Kau, Holger Kau	729.832	165
71	Duales System Deutschland	Köln	Laurent Auguste	501.787	415
72	Dyson	Köln	Guillaume Lejarre, Martin Bowen	518.274	347
73	Leybold	Köln	T. Beyer, R. Rose S., M. Eichhorn	429.448	871
74	August Rüggeberg PFERD-Werkzeuge	Marienheide	Jörn Bielenberg	345.000	1.950
75	Bw Bekleidungsmanagement	Köln	Stephan Minz, Dr. Felix Wriggers	396.308	1.161
75	Cleverbridge	Köln	Wendi Sturgis	616.815	205
77	Flughafen Köln-Bonn	Köln	Thilo Schmid	342.100	1.912
78	BAD	Bonn	Prof. Dr. Thomas Auhuber	322.300	3.655
79	Gira Gruppe	Radevormwald	C. Feltgen, D. Marte, S. Marz	330.000	1.700
80	Beeline	Köln	Hinrich Tode, Marc Olivier Oeuvrard	293.271	3.200
81	Rosenbaum Fruchtimport & Logistik	Köln	H.-H. Rosenbaum, A. Frei, K. Valentini, M. Schmalen	458.678	211
82	Deutsche Infineum	Köln	Dr. Martin Halama	479.184	196
83	Kaltenbach M. und D.	Engelskirchen	Anke Kaltenbach, Kevin Gebauer	405.000	620
84	Indutec International Holding	Kerpen	Herbert Stein, Frank Keune	140.000	4.000
85	Teamwork Instore Services	Lohmar	Stefan Krause	40.000	5.500
86	W.I.S Sicherheit + Service	Köln	Jérôme Johl, Linus Nikolaus	155.000	3.500
87	Niederberger Gruppe	Köln	H. Eickholz, F. A. Ohrem, M.-A. Eickholz	107.200	4.093
88	ABUS Kransysteme	Gummersbach	Lothar Bühne, Michael Bühne	328.192	1.100
89	Flossbach von Storch	Köln	Dr. B. F., Dr. T. S., Dr. T. S., M. S., K. von S.	411.290	286
90	Phoenix Reisen	Bonn	J. Zurnieden, J. Kramer, B. Krumpen	438.436	128
91	Klosterfrau Deutschland	Köln	Dr. S. Koch, Dr. S. Saarteinen-Erben, S. Börner, M. Reiss	287.785	1.140
92	Yncoris	Hürth	Ralf Müller, Christoph Kappenhagen	274.000	1.225
93	Koelnmesse	Köln	Gerald Böse	326.428	711
94	Kuttenkeuler	Köln	Carsten Müller	426.954	53
95	RKG Rheinische Kraftwagen	Bonn	Kai-Uwe Frank	320.000	730
96	Matratzen Concord	Köln	Tingjing Wu, Haifeng Li	126.950	1.267
97	Ralf Bohle	Reichshof	F. Bohle, H. Jahn, A. Grothe, N. Simons	335.000	280
98	Knauber Mineralöl	Bonn	Dr. I. Knauber-Daubenbüchel, O. Sondermann	350.889	32
99	Henrich Baustoffzentrum	Siegburg	A. Fink-Stauf, M. Schröder, R. Fielenbach	211.458	426
100	Alfred H. Schütte	Köln	Carl Martin Welcker	96.119	375

U* = Umsatz in Tsd. Euro, **MA = Mitarbeiter

So entsteht unser Ranking

Unser Ranking berechnet sich aus dem Rang des Unternehmens nach Umsatz x 0,7 plus dem Rang nach Mitarbeitern x 0,3. Trotz gewissenhafter Recherche kann für die Richtigkeit und Vollständigkeit der Angaben keine Gewähr übernommen werden. Mehr hierzu im Impressum.

Alle 100 Unternehmen im Ranking finden Sie online

www.koeln-bonn-aachen-manager.de/maechtigste-manager

01 Timotheus Höttges

Deutsche Telekom – An der Spitze behauptet sich der Kommunikationsriese Deutsche Telekom AG. 112 Milliarden Euro setzte das Bonner Unternehmen im gesamten letzten Jahr um. 199.652 Mitarbeiter sind weltweit im Namen der Telekom tätig, zu Hause ist die Marke selbst in mehr als 50 Ländern. Vorstandsvorsitzender ist seit 2014 Timotheus Höttges. Vor seiner Berufung war der studierte BWLer bereits Mitglied des Konzernvorstands und verantwortete das Ressort Finanzen und Controlling.

02 Lionel Souque

Rewe Group – 1927 in Köln gegründet, ist die Rewe Group heute einer der führenden Handels- und Touristikkonzerne in Deutschland und Europa. In Zahlen ausgedrückt: 21 europäische Länder, rund 15.000 Märkte, 389.000 Mitarbeiter, 92 Milliarden Euro Umsatz. Nicht nur die Rewe-Märkte gehören zur Gruppe, sondern auch Marken wie Penny, Billa, Dertour und Toom Baumarkt. Der Franzose Lionel Souque ist seit Juli 2017 CEO der Rewe Group. 1996 trat er in führender Position in die Rewe Gruppe bei Penny ein. Seit 2009 ist er CEO Rewe Deutschland und Mitglied des Rewe-Group-Vorstands.

03 Dr. Tobias Meyer

Deutsche Post DHL Group – Mit dem weltweit führender Logistikanbieter DHL Group ist ein weiterer Big Player der Region in Bonn beheimatet. Der Konzern erzielte 2023 weltweit 82 Milliarden Euro Umsatz mit rund 600.000 Mitarbeitern in mehr als 220 Ländern. Dr. Tobias Meyer hat seit Mai 2023 den Vorstandsvorsitz inne und ist bis März 2027 bestellt. Zudem leitet er als Vorstand den Konzernbereich Global Business Services. Der promovierte Maschinenbauer kam im Jahr 2013 als Executive Vice President Konzernentwicklung zur DHL Group. Es folgten Führungspositionen unter anderem als COO von DHL Global Forwarding sowie Mitglied des Vorstands Post & Paket Deutschland.

04 Bill Anderson

Bayer – Was 1863 als offene Handelsgesellschaft für Farbstoffe begann, entwickelte sich schnell zu einem international agierenden Chemieunternehmen. Heute liegen vor allem zwei Megatrends im Fokus der Bayer AG als Life-Science-Unternehmen: Gesundheit und Ernährung. In 83 Ländern arbeiten für den Leverkusener Konzern weltweit als knapp 100.000 Mitarbeiter, davon mehr als 22.000 in Deutschland. Der Jahresumsatz liegt bei 47,6 Milliarden Euro. Bill Anderson, Chemieingenieur, ist seit Juni 2023 Vorstandsvorsitzender.

05 Carsten Spohr

Lufthansa Group – Zur Lufthansa Group zählen weltweit mehr als 530 Tochterunternehmen und Beteiligungsgesellschaften. Der Jahresumsatz lag 2023 bei knapp 35,4 Milliarden Euro. Beschäftigt waren zum 31.12.2023 insgesamt rund 100.000 Mitarbeiter. Vorstandsvorsitzender Carsten Spohr ist seit 2014 in seiner Position bestellt, Mitglied des Vorstands der AG ist Spohr seit 2011. Der Diplom-Wirtschaftsingenieur hat eine Lufthansa-Kapitäns-Lizenz.

06 Dr. Markus Steilemann

Covestro Deutschland – Covestro zählt zu den weltweit führenden Herstellern von hochwertigen Kunststoffen und deren Komponenten. Mit seinen innovativen Produkten und Verfahren trägt das Unternehmen zu mehr Nachhaltigkeit und Lebensqualität auf vielen Gebieten bei. Vorstandsvorsitzender ist seit Juni 2018 Dr. Markus Steilemann. Der Hauptsitz des Unternehmens ist in Leverkusen, von hier aus werden die Aktivitäten der weltweiten Produktionsstandorte koordiniert. Für Covestro Deutschland arbeiten mehr als 7.200 der insgesamt rund 17.500 Mitarbeitenden (umgerechnet auf Vollzeitstellen). Im Geschäftsjahr 2023 erzielte Covestro einen Umsatz von 14,4 Milliarden Euro.

07 Christian Hattendorf, Peter Hübner, Ralf Lüddemann, Thomas Nyhsen

Strabag – Die STRABAG AG mit Hauptsitz in Köln ist seit knapp 100 Jahren erfolgreich und die Nr. 1 im deutschen Verkehrswegebau. STRABAG plant Projekte in partnerschaftlicher Zusammenarbeit und sorgt für Nachhaltigkeit durch lange Lebenszyklen, moderate Baukosten und effizienten Betrieb – im Kerngeschäft Straßenbau und darüber hinaus. Im Vorstand sind Christian Hattendorf, Peter Hübner, Ralf Lüddemann und Thomas Nyhsen.

Ralf Lüddemann (li.) und Christian Hattendorf (2.v.li.) Vorstand, kaufmännische Leitung; Peter Hübner (2.v.re.) und Thomas Nyhsen (re.) technische Leitung

08 Andreas Feicht

Stadtwerke Köln – Die Stadtwerke Köln sind da: für Köln und für die Region. Als Holding des größten kommunalen Unternehmensverbunds in Deutschland kümmern sich die Stadtwerke Köln gemeinsam mit ihren Tochtergesellschaften um Infrastrukturen und Dienstleistungen der Daseinsvorsorge – für eine zukunftsfähige und nachhaltige, eine vitale und lebenswerte Stadt Köln und Region. Sprecher der Geschäftsführung ist Andreas Feicht, Vorstandsvorsitzender der RheinEnergie AG und GEW Köln AG.

09 Dr. Thilo Schumacher

AXA Konzern – Vorsorge und Versicherung – darum dreht sich bei Axa alles. Axa Deutschland beschäftigt rund 8.000 Mitarbeiter, die Beitragseinnahmen der rund sieben Millionen Kunden belaufen sich auf 12 Milliarden Euro. Das größte Geschäftsfeld liegt in der Schaden- und Unfallversicherung, an zweiter Stelle steht die Vorsorge beispielsweise als Renten- oder Berufsunfähigkeitsversicherung. Dr. Thilo Schumacher ist seit Dezember 2021 Vorsitzender des Vorstands der Axa Konzern AG, der Axa Versicherung AG, der A0xa Lebensversicherung AG und der Axa Krankenversicherung AG.

10 Matthias Zachert

Lanxess – Mit einem Umsatz von 6,7 Milliarden Euro zählt der Lanxess-Konzern mit 12.500 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in 32 Ländern zu den Global Playern in der Region. Das Kerngeschäft von LANXESS bilden Entwicklung, Herstellung und Vertrieb von chemischen Zwischenprodukten, Additiven und verbrauchernahen Schutzprodukten. Das Herz des Unternehmens schlägt in Köln. Entstanden ist die AG, als sich die Bayer AG 2004 neu organisierte und etliche Chemieaktivitäten in die neue Lanxess AG ausgliederte. Schon damals war Matthias Zachert Finanzvorstand, seit 2014 ist er Vorstandsvorsitzender der Lanxess AG.

11 Oliver Schoeller, Dr. Andreas Eurich

BarmeniaGothaer Gruppe – Die Barmenia-Gothaer Gruppe zählt mit rund acht Millionen Kundinnen und Kunden, 7.500 Mitarbeitern und Beitragseinnahmen von etwa 8 Milliarden Euro zu den zehn größten Versicherern in Deutschland. Als Versicherungsverein auf Gegenseitigkeit verpflichtet sich das Unternehmen ausschließlich den Interessen seiner Mitglieder und agiert unabhängig von Aktionären.

Während Privatkunden neben klassischem Versicherungsschutz und Altersvorsorge auch digitale Services und Gesundheitsdienstleistungen nutzen können, profitieren Unternehmen von maßgeschneiderten Absicherungskonzepten, die auch Themen wie Mitarbeitergewinnung und -bindung adressieren.

12 Gottfried Rüßmann

DEVK Versicherungen – Gottfried Rüßmann, der schon seit 2003 im Vorstand der DEVK Versicherungen ist, ist seit Mai 2016 Vorstandsvorsitzender der Versicherung. Er verantwortet u.a. die Ressorts Unternehmensplanung und -Controlling, Rechnungswesen und Revision. Die Zentrale ist in Köln, im Bundesgebiet gibt es außerdem 19 Regionaldirektionen sowie rund 1.200 Geschäftsstellen. Etwa 7.500 Beschäftigte sind für das Unternehmen tätig, der Umsatz beträgt 4,8 Milliarden Euro.

DEVK-Chef Gottfried Rüßmann

13 Frank Blase, Michael Blaß, Artur Peplinski, Tobias Vogel

Igus – Igus ist ein Global Player in der Region: Aus Hochleistungskunststoffen entstehen Maschinenelemente für Anwendungen in Bewegung – wartungsarm und langlebig. Unter Frank Blase, Geschäftsführer und Sohn des Gründers, ist das Unternehmen rasant gewachsen. Mit rund 5.000 Mitarbeitern liegt der Umsatz bei 1,136 Milliarden Eure Euro. Das Besondere: Die Unternehmensstruktur orientiert sich sozusagen an den Regeln des Chaos. Mit dem Igus-Sonnensystem steht der Kunde im Mittelpunkt, und beinahe jedes Teammitglied agiert als eigenverantwortlicher Manager.

Frank Blase

14 Dr.-Ing. Michael Fübi

TÜV Rheinland – Sicherheit und Qualität in fast allen Wirtschafts- und Lebensbereichen: Dafür steht TÜV Rheinland. Das Unternehmen ist seit mehr als 150 Jahren tätig und zählt zu den weltweit führenden Prüfdienstleistern. TÜV Rheinland hat mehr als 22.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in über 50 Ländern und erzielt einen Jahresumsatz von mehr als 2,4 Milliarden Euro. Die hoch qualifizierten Expertinnen und Experten von TÜV Rheinland prüfen rund um den Globus technische Anlagen und Produkte, begleiten Innovationen in Technik und Wirtschaft, trainieren Menschen in zahlreichen Berufen und zertifizieren Managementsysteme nach internationalen Standards. Damit sorgen die unabhängigen Fachleute für Vertrauen entlang globaler Warenströme und Wertschöpfungsketten. Seit 2006 ist TÜV Rheinland Mitglied im Global Compact der Vereinten Nationen für mehr Nachhaltigkeit und gegen Korruption. Website: www.tuv.com

Dr.-Ing. Michael Fübi, Vorstandsvorsitzender der TÜV Rheinland AG

15 Mike Norris

Computacenter – SComputacenter ist ein Informationstechnologie-Dienstleister, der unabhängig von Herstellern agiert. Francis Anthony Conophy ist Geschäftsführer Deutschland. Gegründet 1992 in Kerpen, arbeiten inzwischen mehr als 6.700 Mitarbeiter in Deutschland, der Umsatz beläuft sich auf 2,9 Milliarden Euro. Hauptkunden sind Unternehmen aus dem Gesundheitswesen, Finanzdienstleister sowie öffentliche Auftraggeber. Deutschlandweit gibt es mehr als 20 Standorte.

16 Niklas Wiegand, Eric Stab

Engie Deutschland – Den Übergang zur Klimaneutralität nachhaltig beschleunigen – das ist das Ziel der ENGIE Deutschland GmbH mit Sitz in Köln. Als Dienstleister für Energie, Technik und Service richtet sich das Unternehmen an Kunden aus der Industrie, dem Gewerbe, Kommunen und der öffentlichen Hand. ENGIE Deutschland bietet Lösungen für nachhaltige Energieerzeugung, energietechnische Systeme und optimierten Energieverbrauch. Das Unternehmen wird von Niklas Wiegand und Eric Stab geführt und verfügt über 50 Niederlassungen sowie technische Büros und beschäftigt 5.900 Mitarbeitende. Im Jahr 2023 erzielte ENGIE Deutschland einen Umsatz von 2,75 Milliarden Euro.

17 Marc Krüger, Dr. Guido Colsman

Krüger Group – Die im Jahre 1971 gegründete KRÜGER GROUP mit Sitz in Bergisch Gladbach ist ein weltweit etabliertes Familienunternehmen der Lebensmittelindustrie. Heute entwickelt, produziert und vermarktet die Unternehmensgruppe ihre Produkte mit rund 5.700 Mitarbeitenden von 22 Standorten im In- und Ausland. Das aktuelle Produktportfolio der KRÜGER GROUP reicht von Getränken, Kaffeekapseln, Schokoladenwaren, Brotaufstrichen und Babynahrung über Sportlernahrung, OTC- und Pharmaprodukte bis zu Halbfabrikaten für die Lebensmittelindustrie.
Der Standort in Bergisch Gladbach bildet einen bedeutenden Knotenpunkt innerhalb der Unternehmensgruppe. Dort sind sieben Tochterunternehmen angesiedelt, die in unterschiedlichen Geschäftsbereichen tätig sind und durch eine enge Zusammenarbeit gemeinsame Ziele verfolgen. Insgesamt sind rund 1.400 Mitarbeitende am Standort beschäftigt, die mit ihrer Expertise und ihrem Engagement wesentlich zum Erfolg der Gruppe beitragen.

18 Udo Müller, Christian Schmalzl

Ströer Gruppe – Bekannt ist die Kölner Ströer Gruppe insbesondere durch 300.000 Werbeträger im Bereich „Out of Home“ – zu finden an praktisch allen Bahnhöfen und öffentlichen Plätzen. Zudem vermarktet und betreibt das Unternehmen mehrere Tausend Webseiten vor allem im deutschsprachigen Raum. Als digitales Multi-Channel-Medienhaus bieten die Kölner werbetreibenden Kunden individualisierte und voll integrierte Komplettlösungen entlang der gesamten Marketing- und Vertriebswertschöpfungskette an.

Udo Müller

19 Dr. Sebastian C. Schulte

Deutz – Die Deutz AG ist ein international erfolgreicher unabhängiger Motorenhersteller, der sich auf Diesel- und Gasmotoren für den Off-Highway-Bereich spezialisiert hat. Seit kurzem gehören auch alternative Antriebe wie E- und Wasserstoffmotoren zum Produktportfolio. Dr. Sebastian C. Schulte ist seit Februar 2022 Vorstandsvorsitzender des Unternehmens. Er ist ein ehemaliger Ruderer und nahm an den Olympischen Sommerspielen 2004 in Athen teil. Vor seiner Tätigkeit als Vorstandsvorsitzender war Schulte bereits Finanzvorstand und Arbeitsdirektor des Unternehmens. Knapp 5.300 Mitarbeiter arbeiten für die Deutz AG, sie hat einen Umsatz von 2,1 Milliarden Euro.

20 Gert Schambach

Dohle Gruppe – Die Geschichte der HIT Handelsgruppe nahm 1901 mit einem Lebensmitteleinzelhandelsgeschäft in der Nähe von Köln ihren Anfang. HIT ist deutschlandweit mit 104 Märkten vertreten, mit regionalen Schwerpunkten in Berlin, Rheinland, dem Rhein-Main Gebiet und München. Der Hauptsitz des Familienunternehmens ist in Bonn. Gert Schambach hat seit 2013 die Position des geschäftsführenden Gesellschafters. Der Umsatz liegt für das Jahr 2024 bei 2,0 Milliarden Euro mit 6.200 Mitarbeitern.

21 Florian Kraft

Renault Deutschland – Die Renault Group ist bereit, sich den Herausforderungen auf der Straße und im Wettbewerb zu stellen, und hat sich zu einer ehrgeizigen Transformation verpflichtet. Im Mittelpunkt stehen dabei die Entwicklung neuer Technologien und Dienstleistungen sowie ein neues Angebot an noch wettbewerbsfähigeren, ausgewogenen und elektrifizierten Fahrzeugen. Die Renault Group umfasst vier komplementäre Marken - Renault, Dacia, Alpine und Mobilize - und bietet nachhaltige und innovative Mobilitätslösungen. Die Gruppe ist in mehr als 130 Ländern vertreten, hat im Jahr 2023 mehr als 2,235 Millionen Fahrzeuge verkauft und beschäftigt fast 106.000 Mitarbeiter weltweit. In Deutschland ist Renault seit 1907 erfolgreich präsent.

22 Bernd Eßer

DTV Tabakwaren-Vertriebsgesellschaft – DTV Tabakwaren ist eine Marketing-Kooperation, die 1985 gegründet wurde mit dem Ziel, den Tabakwarengroßhandels in Deutschland zusammen mit den Systemkunden wie Mineralölkonzerne und Kauf- sowie Warenhäuser grundlegend zu reorganisieren. Neben den Systemkunden sind auch 15.000 Facheinzelhändler in Deutschland Kunden bei DTV Tabakwaren. Geschäftsführer ist Bernd Eßer mit Gesellschaftssitz in Frechen. 1.700 Mitarbeiter sorgen für einen Umsatz von 4 Milliarden Euro.

ARAG

MANAGER IN DER KOSTENFALLE?

Mit dem Manager-Rechtsschutz schützen Führungskräfte ihr Privatvermögen – und stärken ihre Reputation.

Wie können sich Führungskräfte wirksam absichern? Und welche Aspekte sind bei der Manager-Haftung zentral? Diese Fragen sind grundlegend – täglich sind leitende Manager Situationen ausgesetzt, in denen sie selbst haften müssen. Denn: Manager haften für Schäden im Unternehmen, die sie persönlich verursacht haben und auch für Schäden, die sie nicht persönlich verursacht haben. Also eigentlich für alles. Die Praxis zeigt jedoch: Diese Tatsache wird von vielen Führungskräften unterschätzt. Das klare Fazit: Ein umfassender Rechtsschutz speziell für Manager ist unerlässlich. Die Versicherungslösungen der ARAG bieten genau diesen notwendigen Schutz.

Zahlreiche Haftungsrisiken – und das „Recht auf Recht“

Manager haften für nahezu jeden Schaden im Unternehmen. So kann etwa eine wirtschaftliche Fehlentscheidung direkt zwei Rechtsbereiche betreffen: den Anstellungsvertrags-Rechtsschutz und den Vermögensschaden-Rechtsschutz. Hier ist ein Rechtsstreit geradezu vorprogrammiert – von den persönlichen und familiären Folgen ganz zu schweigen. Umfassender Rechtsschutz dient zudem nicht „nur“ der Abwehr von Ansprüchen, sondern auch den berechtigten Eigeninteressen der Führungskräfte. Nicht selten nämlich müssen sie Entscheidungen umsetzen, die das Unternehmen ihnen vorgibt – obwohl sie selbst Bedenken dagegen haben oder anders entscheiden würden. Der Rechtsschutz kann den Manager darin bestärken, sich zu wehren und seine Position zu wahren. Experten sind sich einig: Manager sollten diese Möglichkeit unbedingt nutzen, um ihre eigenen Interessen zu vertreten – denn schließlich hat jeder ein Recht auf Recht.

Unterschätzter Aspekt: hohe Kosten im Rechtsfall

Manager unterschätzen häufig die hohen Kosten für einen Rechtsstreit. Außergerichtlich können Stundensätze bis zu 1.500 Euro anfallen – während Gerichtsverfahren schnell bei einem Streitwert von fünf Jahresgehältern sind. Beispiel: Verdient ein Manager 100.000 Euro im Jahr, ergibt sich ein Streitwert von 500.000 Euro. Allein die Prozesskosten betragen dann rund 35.000 Euro. Diese Konsequenz eines hohen Streitwerts ist vielen Führungskräften nicht bewusst. Auch hier gilt: Ein umfassender Rechtsschutz federt diese Risiken ab und kann den finanziellen Schaden begrenzen.

Manager-Rechtsschutz: mehr als „nur“ D&O-Versicherung

In der Praxis herrscht häufig die fälschliche Annahme, dass die D&O-Versicherung (Directors-and-Officers-Versicherung) den persönlichen Rechtsschutz des Managers vollständig abdecken würde. Dies ist jedoch nicht der Fall! Ein separater Manager-Rechtsschutz ist daher unerlässlich.

Schutz durch Unternehmens-Lösungen

Viele Unternehmen schließen auch selbst eine Rechtsschutz-Versicherung für ihre Manager ab. Auch diese Lösung kann eine wertvolle Ergänzung sein.

Manager-Rechtsschutz maßgeschneidert: die Vorteile

- Manager sind umfassenden Haftungsrisiken ausgesetzt. Wichtig ist, sich hierüber bewusst zu sein und entsprechende Schutzmaßnahmen zu ergreifen
- Ein maßgeschneiderter Manager-Rechtsschutz minimiert die finanziellen Risiken – und bewahrt auch das persönliche und familiäre Umfeld vor den Folgen eines Rechtsstreits
- Gut zu wissen: Anders als der private Rechtsschutz kann der Manager-Rechtsschutz steuerlich abgesetzt werden ■

Immer für Sie da
Ob online oder telefonisch. Ebenfalls 24/7 erreichbar: die Strafverteidiger-Hotline für Manager.

Kein Kosten-Risiko
Die Kosten für den Prozess und Anwalt, für Zeugen und Sachverständige trägt die ARAG für Sie.

Maßgeschneidert
Welchen Manager-Rechtsschutz benötigen Sie? Neben dem Vermögensschaden- und Anstellungsvertrags-Rechtsschutz können Sie je nach Situation auch den Spezial-Straf-Rechtsschutz wählen.

Schützen Sie sich als Manager mit dem richtigen Rechtsschutz.

Kontaktieren Sie die ARAG für eine unverbindliche Beratung!

Kontakt

Patrick Böhme
Ihr Spezialist für den umfassenden ARAG Manager-Rechtsschutz.

Telefon: 0561 400497 11
patrick.boehme@arag-partner.de
www.arag-partner.de/patrick-boehme

Oder einfach QR-Code scannen und Kontaktdaten ganz bequem abspeichern:

23 Dr.-Ing. Johannes Schmidt

Indus Holding – Die 1989 gegründete INDUS Holding AG mit Sitz in Bergisch Gladbach ist ein führender Spezialist für nachhaltige Unternehmensentwicklung im deutschsprachigen Mittelstand. INDUS erwirbt jährlich zwei bis drei technologieorientierte und zukunftsstarke Industrietechnik-Unternehmen für die Segmente Engineering, Infrastructure und Materials. Als wertorientierte Beteiligungsgesellschaft mit klarem Fokus auf definierte Zukunftsthemen unterstützt INDUS ihre operativ eigenständigen Beteiligungen aktiv und langfristig in ihrer unternehmerischen Entwicklung, insbesondere in den Bereichen Innovation, Marktexzellenz, operative Exzellenz und Nachhaltigkeit. Seit 1995 ist die im SDAX geführte Mittelstandsholding im Prime Standard der Frankfurter Wertpapierbörse gelistet (DE0006200108). INDUS erwirtschaftete 2023 einen Umsatz von rund 1,8 Mrd. Euro.

Dr.-Ing. Johannes Schmidt, Vorstandsvorsitzender der INDUS Holding AG

24 Tim Hartmann

Currenta – Als Manager und Betreiber des CHEMPARK mit den Standorten Leverkusen, Dormagen und Krefeld-Uerdingen unterhält CURRENTA einen der größten Chemieparks Deutschlands an einem der größten Industriestandorte in Europa. CURRENTA bietet an den drei Standorten für insgesamt ca. 70 Unternehmen im CHEMPARK Dienstleistungen im chemisch-technischen Bereich an. Currenta beschäftigt rund 3.400 Mitarbeiter (ca. 5.400 Mitarbeiter inkl. Tochtergesellschaften), mit denen 2023 ein Umsatz von ca. 2,1 Milliarden Euro erwirtschaftet wurde.

25 Achim Kotz, Markus Schell

BPW Bergische Achsen – Das Familienunternehmen BPW Bergische Achsen hat seinen Hauptsitz im oberbergischen Land in Wiehl. Der Zulieferer der Nutzfahrzeugindustrie produziert komplette Fahrwerksysteme für Lkw-Anhänger und -Auflieger sowie elektrische Antriebsachsen für Lkw. BPW Bergische Achsen ist die Muttergesellschaft der international tätigen BPW Gruppe, Geschäftsführer in Wiehl sind Achim Kotz und Markus Schell. Weltweit beschäftigt das Unternehmen rund 7.000 Mitarbeiter in 27 Ländern.

26 Frank Leidenberger

BWI – Die BWI GmbH ist das IT-Systemhaus der Bundeswehr. Die BWI betreibt und entwickelt das IT-System der deutschen Streitkräfte weiter – innovativ, verlässlich und wirtschaftlich. Eine leistungsfähige IT-Infrastruktur bildet die Basis für die weitere Digitalisierung der Bundeswehr. Sitz des Unternehmens ist Meckenheim bei Bonn. Vorsitzender der Geschäftsführung ist Frank Leidenberger. Rund 7000 Mitarbeiter arbeiten für die BWI, der Umsatz beläuft sich auf 1,5 Milliarden Euro.

27 Georg Honkomp

ZEG Zweirad-Einkaufs-Genossenschaft – Die ZEG Zweirad-Einkaufs-Genossenschaft eG in Köln ist mit über 1.000 angeschlossenen Mitgliedsfirmen Europas größter Zweirad-Fachhandelsverband. Sie vertreibt über die Mitgliedsfirmen ihre ZEG-Exklusiv-Marken PEGASUS, BULLS und ZEMO. Die ZEG ist Teil der ZEG Group: Die ZEG Group mit Sitz in Köln erwirtschaftete im Jahr 2023 einen Außenumsatz von knapp vier Milliarden Euro. Zu dem Unternehmensverbund gehören die ZEG Zweirad-Einkaufs-Genossenschaft eG, die Fahrradproduzenten Flyer AG Schweiz, Hercules GmbH, i:SY GmbH & Co. KG, und KETTLER Alu-Rad GmbH, Biketec GmbH mit dem Produkt FIT (E-Bike-Antriebsmanagementsystem) und die Firma Travelbike Vermietung. Des Weiteren ist die ZEG Teilhaber der erfolgreichen Leasingfirma eurorad Deutschland GmbH.

28 Jörg Rautenstrauch

Kautex Textron – Kautex Textron gehört mit 30 Standorten in 13 Ländern zu den 100 umsatzstärksten Automobilzulieferern weltweit. Als Pionier in der Entwicklung und Herstellung von Kunststoff-Kraftstoffsystemen entwirft, entwickelt und fertigt Kautex konventionelle und innovative hybride Kraftstoffsysteme, thermoplastische Batteriegehäuse, SCR-Systeme, Nocken- und Kurbelwellen sowie industrielle Verpackungslösungen aus Kunststoff. Geschäftsführer Jörg Rautenstrauch und sein Team aus weltweit rund 5000 Mitarbeitern kommen auf einen Jahresumsatz in Höhe von 1,85 Milliarden Euro.

29 Charlie Shamieh?

General Reinsurance – Die General Reinsurance AG mit Sitz in Köln gehört zusammen mit General Reinsurance Corporation der General Re Corporation, eine Tochtergesellschaft der Berkshire Hathaway Inc. Vorstandsvorsitzender der General Reinsurance AG ist seit August 2020 Charles Shamieh, der auch Chairman der General Re Corporation ist – der Holdinggesellschaft der Gen Re-Gruppe. Mehr als 750 Mitarbeiter sind an dem Umsatz von 4,2 Milliarden Euro beteiligt. Hauptgeschäftsfelder sind die Leben/Kranken- sowie die Schaden/Unfallrückversicherung.

30 Dr. Marko Brambach, Dr. Benedikt Köster

Pensions-Sicherungs-Verein VVaG – Der Pensions-Sicherungs-Verein VVaG ist die Selbsthilfeeinrichtung der deutschen Wirtschaft zum gesetzlichen Schutz der betrieblichen Altersversorgung bei der Insolvenz des Arbeitgebers. Die sichere Zukunft dieses Instruments unternehmerischer Verantwortung und Kultur ist für das Unternehmen eine sozialpolitische Aufgabe von zentraler Bedeutung.

31 Gabriel Baertschi

Grünenthal Group – In Aachen liegt der Hauptsitz der Grünenthal Group. Vorsitzender der Konzerngeschäftsführung des Pharmaunternehmens ist Gabriel Baertschi. Der Umsatz liegt bei ca. 1,8 Milliarden Euro, wobei mehr als 50 Prozent davon mit Schmerzmedikamenten erreicht wird. Rund 4.500 Mitarbeiter arbeiten für das Unternehmen, das sich als Familienunternehmen definiert. Mittlerweile ist man in 29 Ländern vertreten und verfügt über Produktionsstandorte in fünf Ländern. Die Produkte sind in rund 100 Ländern erhältlich.

32 Dr. Nicolas Wiedmann

Siegwerk Druckfarben – Farben machen das Leben bunt – ein marktführendes Unternehmen in puncto Druckfarben und Lacke ist Siegwerk in Siegburg nahe Bonn. Das Unternehmen wurde bereits vor 200 Jahren gegründet und ist mittlerweile ein internationaler Hersteller von Druckfarben und Lacken für Verpackungsanwendungen, Etiketten und Kataloge. Seit Anfang 2021 ist Dr. Nicolas Wiedmann Vorstandsvorsitzender. Weltweit sind ca. 4.900 Mitarbeitende beschäftigt, der Jahresumsatz summiert sich auf gut 1,2 Milliarden Euro.

Dr. Nicolas Wiedmann, Chief Executive Officer (CEO) Siegwerk

33 Klaus Gäb, Nicolas Papaioannou, Christian Spies, Thorsten Kuhn

Eaton Industries – Früher firmierte Eaton Industrie in Bonn unter der Bezeichnung Moeller GmbH. 2010 fand die Umbenennung statt und die Integration in die internationale Gruppe ist vorwärtsgeschritten. Die Geschäftsführer in Bonn sind Klaus Gäb, Nicolas Papaioannou, Christian Spies und Thorsten Kuhn. Das Unternehmen beschäftigt mehr als 8.500 Mitarbeiter weltweit, der weltweite Umsatz lag 2023 bei 23,2 Mrd. Dollar. Eaton stellt leistungssteigernde und Emission- sowie kraftstoffverbrauchsenkende Produkte her – unter anderen für die Landwirtschaft, Rechenzentren, das Gesundheitswesen, aber auch für Bauprojekte.

34 Frank Ferchau, Thomas Hucht, Alexander Schulz

FERCHAU – Seit 1966 entwickelt FERCHAU technische Lösungen in allen Fachdisziplinen und für alle Branchen, in denen Exzellenz in Engineering und IT über den Erfolg entscheidet. Das inhabergeführte Unternehmen ist europaweit mit über 120 Niederlassungen vertreten. Geschäftsführer sind Frank Ferchau, Thomas Hucht und Alexander Schulz. 9.000 Engineering-Spezialist:innen und IT-Consultants sind für FERCHAU aktiv, der Umsatz lag 2023 bei 820 Millionen Euro.

Frank Ferchau

35 Dr. Patrick Hupperich

FEV Group – EV ist ein global führender Entwicklungsdienstleister im Automobilsektor und Innovationstreiber für unterschiedliche Industriezweige. Das Unternehmen kombiniert Begeisterung für Technologie mit tiefstem Verständnis für deren Perfektionierung. So entstehen bei FEV seit seiner Gründung 1978 weltweit Standard setzende Innovationen in den Bereichen nachhaltige Mobilität, Energie und Software – für eine bessere Zukunft und mehr Lebensqualität für alle.

36 Herrik van der Gaag

Volvo Car Germany – Volvo Cars ist einer der Premiumhersteller in der europäischen Autoindustrie. Der erste Volvo lief 1927 im schwedischen Göteborg vom Band, seit 1958 hat Volvo Cars eine Vertretung in Deutschland. Stammsitz ist Köln. Herrik van der Gaag ist hier seit Mai 2021 der Geschäftsführer, er trägt außerdem auch die Verantwortung für die eigenständige Vertriebsgesellschaft in den Niederlanden. Der Marktanteil von Volvo liegt in Deutschland bei 1,6 Prozent.

Herrik van der Gaag, Geschäftsführer von Volvo Car Germany

37 Dr. Thomas Röthig

Voss Holding – Die 1931 durch Hermann Voss gegründete Gesellschaft entwickelt und produziert Leitungs- und Verbindungssysteme für die Automobilindustrie und den Maschinenbau. Im Jahr 1999 erfolgte die Umstrukturierung in eine Holding mit mehreren Tochtergesellschaften. Voss besitzt 16 Auslandsgesellschaften und ist in 56 Ländern vertreten. 2021 erwirtschaftete das Unternehmen 800 Millionen Euro, außerdem beschäftigt man rund 7.500 Mitarbeiter. Die Geschicke werden von Dr. Thomas Röthig geleitet.

38 Dr. Martin Küssner, Walter Steffens

FÜR SIE Handelsgenossenschaft – Die FÜR SIE Handelsgenossenschaft vereint als Service- und Dienstleistungspartner 250 genossenschaftliche Mitglieder aus verschiedenen Food- und Non Food-Bereichen des Groß- und Einzelhandels. Weit mehr als 68.000 Absatzstellen ergeben sich somit für die Genossenschaft. Ein wichtiger genossenschaftlicher Partner ist die Rewe Group. Der Umsatz der FÜR SIE Handelsgenossenschaft beträgt 3,1 Milliarden Euro bei 191 Mitarbeitern. Im Vorstand sind Dr. Martin Küssner und Walter Steffens.

von links: Walter Steffens, Dr. Martin Küssner

39 Roberto Fabiano, Thomas Majocco, Tino Saalbach

Trinks – Die Trinks-Gruppe ist ein führendes Getränkelogistikunternehmen in Deutschland und bietet maßgeschneiderte Lösungen für den Handel. Mit 16 Niederlassungen liefert das Unternehmen eine breite Palette an Getränken und bietet zusätzlich Dienstleistungen wie Lagerhaltung, Cross-Docking und Transport.

Trinks bedient sowohl den Lebensmitteleinzelhandel als auch die Industrie und setzt auf Verlässlichkeit, Flexibilität und Umweltschutz. CFO Roberto Fabiano ist für die Unternehmenssteuerung, das Finanzwesen und die IT verantwortlich. CSO Tino Saalbach bringt über 20 Jahre Vertriebserfahrung mit, darunter 15 Jahre im deutschen Lebensmitteleinzelhandel. Er war zuletzt Vertriebsdirektor bei AB-InBev und unterstützt nun Trinks bei der Weiterentwicklung von Vertriebsstrategien.

40 Dr. Adalbert Lechner, Martin Allerchen, Michal Spiller

Chocoladefabriken Lindt & Sprüngli – Auch in Aachen werden die Süßigkeiten und Pralinen von Lindt hergestellt. Es ist innerhalb der Schweizer Lindt-Gruppe der größte Standort, der bereits seit über 30 Jahren existiert. Auch die größte Marketingabteilung der Süßwarenhersteller befindet sich hier. Neben der Produktion spielen Produktentwicklungen, Verpackungsdesign und die Kommunikation eine große Rolle. Geschäftsführer sind Dr. Adalbert Lechner und Martin Allerchen, die 2.800 Mitarbeiter in Deutschland erwirtschaften einen Umsatz von 800 Millionen Euro.

Michal Spiller

Dr. Adalbert Lechner

41 Marc Rühs, Katrin Jedamzik, Mark Lindenberg

Next Kraftwerke – Die Next Kraftwerke GmbH ist ein Unternehmen der Energiewirtschaft und betreibt ein virtuelles Kraftwerk. Das Unternehmen vernetzt über 15.500 dezentrale Anlagen der erneuerbaren Energie, Stromspeicher, Power-to-X-Anlagen sowie industrielle und gewerbliche Stromverbraucher. Insgesamt aggregiert die Next Kraftwerke GmbH mehr als 13.500 Megawatt. Das Unternehmen ist in neun europäischen Regelzonen und an europäischen Strombörsen wie der EPEX Spot oder den Auktionen für Regelleistungsausschreibung aktiv. Der Hauptsitz ist in Köln.

42 André Schmidt

Toyota Deutschland – André Schmidt kam 2005 als General Manager Pricing & Revenue zu Toyota Motor Europe (TME), 2008 übernahm er die Rolle des Marketing Directors bei Toyota Deutschland. Im Jahr 2012 wurde er zum Präsidenten und CEO von Toyota Sweden AB ernannt und ab 2015 war er als Director Marketing & Light Commercial Vehicle Business Unit bei TME tätig, wo er Pionierarbeit für ein neues Pan-EU-Agenturmodell leistete. 2018 wurde er von Toyota Motor Europe zu Toyota Motor North America versetzt, um die Leitung von TOYOTA's Global Olympic/Paralympics Marketing zu übernehmen.

43 Achim Heyne

Api Computer –Die api Computerhandels GmbH in Baesweiler bei Aachen ist seit über 25 Jahren auf dem Markt aktiv. Das Unternehmen kooperiert mit über 400 Herstellern – von Apple über Epson, Lexmark und Raidon bis Varta und Zyxel. Über 115.000 Produkte sind im Portfolio enthalten. Projekte der Kunden werden von api begleitet und koordiniert. Finanzierungsfragen und Leasingangebote runden den Rundum-Service ab. Geschäftsführer ist Achim Heyne. Rund 700 Mitarbeiter erwirtschaften einen Umsatz von 1,3

44 David Baines, Sebastian Despineux

TMD Friction Holdings – Mit über 135 Jahren Erfahrung in der Bremsbelagbranche ist TMD Friction Holding einer der weltweit größten Hersteller von Bremsbelägen für Pkw und Nutzfahrzeuge mit Sitz in Leverkusen. Weltweit beschäftigt das Unternehmen mehr als 5.000 Mitarbeiter in zwölf Ländern und auf vier Kontinenten. TMD Friction ist eine 100-prozentige Tochtergesellschaft des japanischen Mischkonzerns Nisshinbo Holdings Inc. Geschäftsführer sind David Baines und Sebastian Despineux.

45 Dr. Christian Becker, Wilfried Ullrich

Stadtwerke Aachen – 1838 fing alles mit einem Gaswerk für die Straßenbeleuchtung an. Seitdem haben sich die Stadtwerke Aachen von einem Energieversorger zu einem Energiedienstleister entwickelt. Strom, Gas, Wärme und Wasser liefert das Unternehmen den Bürgern in der Region. Der Umsatzerlös beträgt 982 Millionen Euro. Rund 1.000 Mitarbeiter kümmern sich um den Energiebedarf der Kunden. Die Geschäftsführer sind Dr. Christian Becker und Wilfried Ullrich.

46 Hamed Hesami, Karl-Heinz Johnen, Nico Stobinski (ab 2025)

Zentis – Zentis ist vor allem bekannt für süße Brotaufstriche und Süßwaren. Den größten Umsatzanteil (78%) erzielt der führende europäische Fruchtverarbeiter jedoch mit Fruchtzubereitungen für die Milch- und Backwarenindustrie. Der Umsatz beträgt 830 Mio €. Hauptsitz des Familienunternehmens ist Aachen. Die Geschäftsführung teilen sich ab 01. Januar 2025 Nico Stobinski in Nachfolge von Karl-Heinz Johnen für Vertrieb, Marketing und Personal und Hamed Hesami für Produktion, Qualitätsmanagement und Finanzen. Das internationale Geschäft wird von Stobinski und Hesami gemeinsam geleitet.

47 Susan Gibson

Canada Life Assurance Europe plc – Susan Gibson ist CEO der Canada Life Assurance Europe plc, die das Deutschland-Geschäft des international tätigen Versicherers verantwortet. Im Jahr 2000 wurde die deutsche Niederlassung in Köln gegründet. Die Versicherung bietet Lösungen in der Altersvorsorge und im Risikoschutz. In Deutschland gehört Canada Life bei der fondsgebundenen Altersvorsorge im Neugeschäft zu den führenden Gesellschaften im Maklermarkt und ist Marktführer im Bereich Dread Disease. Der Jahresumsatz beläuft sich auf knapp unter 1 Milliarde €.

48 Juan Garcia Lax, Juan Garcia Unterbusch, Martin Hagelberg

Juan Garcia-Lax – Frisches Obst und Gemüse – damit handelt Juan Garcia-Lax mit Sitz in Köln. Für den Welthandel mit den verderblichen Produkten setzt das Unternehmen einen qualitativ hohen Anspruch. Das fängt bei der Produktion an, geht über die Lieferkette bis hin zu Qualitätskontrollen vor der Einlagerung beziehungsweise dem Verkauf im Einzelhandel. Geschäftsführer sind Juan Garcia Lax, Juan Garcia Unterbusch und Martin Hagelberg. Mit 82 Mitarbeitern liegt der Umsatz bei 1,86 Milliarden Euro.

49 Bernd Reifenhäuser, Ulrich Reifenhäuser, Dr. Bernd Kunze, Karsten Kratz

Reifenhäuser Maschinenfabrik – Die Reifenhäuser Gruppe mit Sitz in Troisdorf liefert maßgeschneiderte Anlagen und Komponenten für die Herstellung hochqualitativer Blasfolien, Gießfolien, Glättwerksfolien und Vliesstoffe. Dabei spielt Nachhaltigkeit eine wichtige Rolle. Auch über 100 Jahre nach der Gründung im Jahr 1911 ist die Reifenhäuser Gruppe, die 1.750 Mitarbeiter beschäftigt, zu 100 Prozent in Familienbesitz. Die Brüder Bernd und Ulrich Reifenhäuser führen die Gruppe heute in dritter Generation.

50 Ulrich Kabelac, Martin Bekker, Dr. Rainer Gruber

Kronos Titan – Das Chemiewerk macht die Welt seit 1916 mit Titandioxid heller - dem effektivsten Weißmacher der Welt. Das Einsatzgebiet von dem Titandioxid von KRONOS ist vielfältig - von der Computermaus bis hin zur Farbe an der Wand, Papier, Zahnpasta, Sonnencreme, Kosmetika und fast alle anderen, weiß gefärbten Alltagsgegenstände. Kronos ist eine Tochterfirma der US-amerikanischen Firma Kronos Worldwide Inc. aus Dallas. Das Werk in Leverkusen ging 1927 in Betrieb, ein weiterer Standort in Deutschland befindet sich in Nordenham (Niedersachsen).

51 Ralf Wieland

Emons – Seit 1928 steht das mittelständische und konzernunabhängige Familienunternehmen für zuverlässige und flexible Transport- und Logistik-Dienstleistungen. Emons bietet an 121 Standorten Transporte (Straße, Schiene, Luft, See) sowie Zollservice, Logistik und digitale Tools. 3.650 Teamplayer in 15 Ländern sorgen für den effizienten, weltweiten Transport und einen Umsatz von 651 Mio. €. Emons verfügt über 310 Lkw, 6 Loks und 3 Bahnterminals. Kunden vertrauen auf die hohe Qualität.

Anzeige

Hermann Geers jun., Magdalene Geers, Hermann Geers und Alexander Geers

Optitek

IMMER HÄUFIGER SIND SPEZIALLÖSUNGEN GEFRAGT:

Sauerländer Maschinenbauer beweist sich als Rückgrat der heimischen Industrie

SÜDWESTFALEN MANAGER STARKER PARTNER 2024 | DIE GRÖSSTEN MASCHINENBAUER

Ganz oft fällt der Name Optitek, wenn besondere Lösungen für Produktionslinien benötigt werden und kundenspezifische Projekte umgesetzt oder weiterentwickelt werden sollen. Das Unternehmen hat in den letzten Jahren vornehmlich in die Entwicklung neuer Anlagen investiert, die sich zunehmend am Markt behaupten. „Die Kunden möchten weniger Standard-Produkte, sondern hoch spezialisierte Anlagen", erläutert der Gründer und Geschäftsführer Hermann Geers sen., „darauf haben wir reagiert und uns so einen guten Ruf erworben. Speziell gegenüber größeren Mitbewerbern haben wir den Vorteil, dass wir schnell und flexibel reagieren können. Wer die Kosten eines Maschinen- oder gar Bandstillstandes kennt, weiß genau diese Flexibilität und Zuverlässigkeit zu schätzen." Seit das Unternehmen vor dreißig Jahren gegründet wurde, hat sich viel getan. Insbesondere spezialisierte man sich neben dem Anlagenbau auf kompakte Schaumanlagen, Formenträger und Pressen. Zum Erfolgsgeheimnis gehört auch, dass man konsequent auf hochwertige Produkte führender Hersteller setzt. „Wir entwickeln und bauen selbst. Bei Zukaufteilen aus dem Bereich Hydraulik und Elektrik stellen wir hohe Ansprüche an Qualität und Belastbarkeit, um sicher zu sein, dass die fertigen Anlagen solide, belastbar und immer einsatzbereit sind. Auch das ist die Basis für eine dauerhafte Zusammenarbeit mit unseren Auftraggebern", so Hermann Geers. Der Kundenkreis besteht aus Firmen unterschiedlichster Bereiche der Polyurethanverarbeitung. Das Familienunternehmen hat sich konstant weiterentwickelt, die nächste Generation ist bereits im Unternehmen tätig.

Mit der Expansion wurde der Standort in Kierspe zu klein – Umzug nach Marienheide

Ein neues Kapitel in der Firmengeschichte wurde im Jahr 2024 aufgeschlagen. Der technische Leiter Alexander Geers zu den Beweggründen für die Standortverlagerung: „In Kierspe waren die Räumlichkeiten nur gemietet, wir waren schon lange auf der Suche nach Eigentum. Ein Pressen-Auftrag über 1,8 Millionen zeitgleich mit dem Auftrag zum Bau einer Rundtischanlage mit 8 Stationen gaben letztendlich den Ausschlag; wir brauchten mehr Platz. Schließlich wurden wir in Marienheide fündig. Natürlich war das logistisch eine riesige Herausforderung." Mit Spezialfahrzeugen wurden sowohl CNC-Werkzeugmaschinen bewegt und Maschinen per Schwerlaststapler verladen. Ein Lüdenscheider Unternehmen unterstützte mit schwerem Gerät und seinem speziell dafür ausgelegten Fuhrpark. Im Hintergrund mussten große Mengen lagermäßig vorgehaltener Bauteile zum Transport verpackt werden. „Gleichzeitig mit dem Umzug sind wir auf ein ERP unterstütztes Warenwirtschaftssystem umgestiegen," so Alexander Geers, „alle Teile sind jetzt mit einem Etikette mit QR-Code ausgestattet. Unser Lagerbestand ist damit immer aktuell erfasst und dokumentiert."

Kurze Wege zwischen Verwaltung und Produktion

„In Kierspe waren Verwaltung und Produktion räumlich getrennt, auf dem neuen Firmengelände liegen sie nun direkt nebeneinander," so Hermann Geers jun., staatl. geprüfter Betriebswirt, der die Verwaltung gemeinsam mit seiner Mutter Magdalene Geers leitet. „Das ist unter anderem auch deswegen von Vorteil, weil Planung, Steuerungsbau und Software-Programmierung nun nah bei den entstehenden Anlagen sind.
Die gesamte Grundstücksfläche am neuen Standort für Produktion und Büro umfasst 14.000 m²", so Hermann Geers jun. weiter. „Die Weiterbildung unserer Mitarbeiter findet nun direkt neben der Entwicklung statt." Gerade im Maschinenbau spielen digitale und IT-Kompetenzen mittlerweile eine immer wichtigere Rolle. Alexander Geers: „Oft verändern sich auch die Anforderungen unserer Kunden an Maschinen, die wir bereits vor einigen Jahren gebaut haben. Dann spezifizieren wir neu, ergänzen und entwickeln weiter. Die Konstruktion, Zeichnungen, Software, Visualisierung etc., haben wir schließlich selbst erstellt, sodass es für uns leichter ist, die Anlagen an aktuelle Bedürfnisse des Kunden anzupassen."

Zu den Dienstleistungen des Unternehmens gehören auch Produktionsverlagerungen im In- und Ausland. Angefangen von der Planung über die Sicherung sämtlicher Daten, Maschinen und Anlagen, den Transport, den Wiederaufbau am neuen Standort bis hin zur vollständigen Inbetriebnahme, Produktionsbegleitung und Mitarbeiterschulung - die Profis von Optitek kümmern sich um alles.

Vielfältige Einsatzbereiche und immer neue Herausforderungen

Vermutlich hatte schon jeder einmal Kontakt mit einem Teil, das mit einer von Optitek entwickelten Maschine gefertigt wurde, denn sehr unterschiedliche Branchen gehören zum Kundenkreis. Neben dem Werkzeugbau ist auch die Akustik- und Wärmetechnik, die Medizintechnik, die Sport- und Freizeitbranche oder der Bahn-/Bus-Bereich auf besondere Teile aus Polyurethan oder Schaum angewiesen. In enger Kooperation mit einem renommierten Hersteller von Werkzeugen und Formen aus Norddeutschland können weitere Komplettlösungen erarbeitet und angeboten werden. Alexander Geers: „Gerade zukunftsorientierte Technik benötigt immer neue Anlagen oder Weiterentwicklungen. Mit dem Gedanken an die Herausforderung des Klimawandels werden Speichersysteme für Wasser, für Energie oder der Ausbau des öffentlichen Personennahverkehrs immer wichtiger. Das Gleiche gilt für eine verbesserte Energieeffizienz unserer Maschinen. Wenn wir etwas weiterentwickeln, geht es immer auch darum, ressourcenschonend zu arbeiten.“ Modern sein, sich immer neuen Herausforderungen stellen, aber trotzdem auf die gewachsene Kompetenz der insgesamt 30 Mitarbeiter zu setzen, das zeichnet ein klassisches Familienunternehmen aus. Und es wird so weitergehen: Senior-Chefin Magdalene Geers: „Wir haben das große Glück, dass unsere Söhne Alexander und Hermann seit langer Zeit mit der gleichen Leidenschaft und Begeisterung dabei sind und wir die Nachfolge in guten Händen wissen.“ ■

Daniela Prüter | redaktion@regiomanager.de

Kontakt

Optitek GmbH
Rönsahler Weg 20, 51709 Marienheide
Telefon: 02269 14433-00
Telefax: 02269 14433-222
a.geers@optitek.de
www.optitek.de

Produktionshalle 1

Hermann Geers jun. und Alexander Geers

Projekt-Detail-Besprechung

52 Joachim Rabe, Dr. Richard Espenhahn, Volker Hesse, Christoph Osegowitsch

Dalli-Werke – Die Dalli-Gruppe ist ein Familienunternehmen, das bereits in der fünften Generation geführt wird. Die produzierten Konsumgüter stammen aus der Schönheits- und Haushaltspflege. Das Unternehmen hat sich europaweit als größter Konsumgüterhersteller in diesen Segmenten etabliert. Dalli konzentriert sich auf das europäische Handels- und Handelsmarkengeschäft. Die Geschäftsführung bilden Joachim Rabe, Dr. Richard Espenhahn, Volker Hesse und Christoph Osegowitsch. Die 1.800 Mitarbeiter arbeiten an insgesamt sieben Standorten. Der Umsatz betrug 683 Millionen Euro.

53 Sven Becker, Dr. Oliver Runte

Trianel – Ein starker Partner der Energiewirtschaft: Trianel. Kommunale Energieversorger finden in dem Aachener Unternehmen einen Kooperationspartner, mit dem sie zusammen die eigene Unternehmensentwicklung vorantreiben können. Zu den Geschäftsfeldern zählen der Handel und die Beschaffung von Energie, die Projektentwicklung erneuerbarer und flexibler Erzeugungsanlagen und Bewirtschaftung von konventionellen und erneuerbaren Energieanlagen. Der Umsatz, den die 385 Mitarbeiter im vergangenen Jahr erwirtschaftet haben, liegt bei über 9 Milliarden Euro. Das Unternehmen wird geführt von Sven Becker als Sprecher der Geschäftsführung und Dr. Oliver Runte.

Sven Becker, Dr. Oliver Runte (r.)

54 Romeo Odak

Aachener Printen- und Schokoladenfabrik Henry Lambertz – Hauptsitz des internationalen Gebäckkonzerns Aachener Printen und Schokoladenfabrik Henry Lambertz ist natürlich Aachen. 2017 wurde Lambertz als eine von 50 Superbrands Germany ausgezeichnet. 1688 gegründet, konzentriert sich das Unternehmen nicht mehr nur auf Printen zur Weihnachtszeit, sondern bietet das ganze Jahr über seine Dauerbackwaren an. Romeo Odak ist Geschäftsführer Supply Chain, während Manfred Vondran ab dem 1. Januar 2025 Vertrieb und Marketing und den kaufmännischen Bereich verantwortet. 4.000 Mitarbeiter sorgen für die Qualität der Backwaren, der Umsatz liegt bei 637 Millionen Euro.

55 Bernhard Kaplan

Mazda Motors (Deutschland) – 1967 begann der japanische Automobilhersteller Mazda mit dem Export nach Europa. Bereits 1972 wurde Mazda Motors Deutschland gegründet. In Leverkusen befindet sich der Sitz des deutschen Ablegers, wie auch der europäischen Zentrale, der Mazda Motor Europe GmbH. Geschäftsführer ist seit April 2016 Bernhard Kaplan, der zuvor bereits verschiedene Positionen im Unternehmen innehatte. 182 Mitarbeiter arbeiten für Mazda Deutschland, der Umsatz liegt bei rund 1,1 Milliarden Euro.

56 Vincent Ricoux, Emmanuel Alexandre

Nissan Deutschland – Vincent Ricoux ist seit April 2022 Geschäftsführer der Nissan Deutschland GmbH. Ricoux startete seine Karriere zunächst bei Peugeot, unter anderem in den Niederlanden, in China und in der Türkei. Im Jahr 2013 kam er zu Nissan in die Europazentrale in Montigny (Paris) und wechselte später nach Budapest, um von dort aus das Marketing für Zentral- und Osteuropa zu verantworten. 2018 erfolgte der Wechsel zu Nissan Deutschland, wo Ricoux zunächst das Marketing und anschließend die Vertriebsaktivitäten leitete.

57 Dr. Hubertus Mersmann, Stephan Ninow, Malte Rüsing

ABC Finance – Die 1976 in Köln gegründete Abcfinance GmbH ist seit über 40 Jahren auf Mobilienleasing und Factoring für mittelständische Unternehmen spezialisiert. In der Kölner Zentrale und bislang fünfzehn weiteren Geschäftsstellen im Bundesgebiet sowie der hauseigenen abcbank arbeiten insgesamt 285 Mitarbeiter, der Umsatz betrug über 948 Millionen Euro. Das Geschäftsführer-Trio bilden Dr. Hubertus Mersmann, Stephan Ninow und Malte Rüsing.

58 Stefan Miltenyi, Dr. Boris Stoffel, Norbert Hentschel, Dr. Jürgen Schmitz, Dr. Antoon Overstijns

Miltenyi Biotec – Das Biotechnologie- und Biomedizin-Unternehmen mit Hauptsitz in Bergisch Gladbach spielt seit mehr als 30 Jahren eine wichtige Rolle bei Design, Entwicklung, Herstellung und Integration von Produkten, die den Fortschritt der biomedizinischen Forschung ermöglichen und die Zell- und Gentherapie ermöglichen. Mehr als 17.000 Produkte von Miltenyi Biotec sind weltweit auf vier Kontinenten vorrätig, außerdem beschäftigt das Unternehmen mehr als 2.600 Mitarbeiter.

ELSTEK

Gesellschaft für
Elektro-, Licht- und
Sicherheitstechnik mbH

Von der Trafo-Anlage bis zur Steckdose bieten wir alle Dienstleistungen

KÖLN/BONN/AACHEN MANAGER STARKER PARTNER 2024 | DIE GRÖSSTEN ELEKTRO-INSTALLATEURE | RANG 1 KÖLN/BONN/AACHEN

Ihr Partner für technische Dienstleistungen aus dem Bereich der Elektro-, Licht- und Sicherheitstechnik

Spezialisiert sind wir auf die Planungsausarbeitung und Begleitung von Großobjekten

Mit unserem kompetenten Team sind wir zu einer zuverlässigen Größe in der Region geworden

Auch überregional haben wir uns durch unsere konsequent hohe Qualität einen guten Namen geschaffen

Wir zeichnen uns durch die langjährige Kundenzufriedenheit aus

ELSTEK Ges. für Elektro-, Licht- und Sicherheitstechnik mbH
Friedrich-Sertürner-Straße 10 • 51377 Leverkusen
Telefon: +49 214 89 29 44-0 • Fax: +49 214 89 29 44-22
info@elstek.de • www.elstek.de

59 Andreas Marx

Stellantis &You Deutschland – Geschäftsführer Andreas Marx ist seit Februar 2023 Geschäftsführer der Stellantis &You Deutschland GmbH, den Konzerneigenen Niederlassungen von Stellantis mit den Marken Abarth, Alfa Romeo, Citroen, DS, Fiat, Jeep, Leapmotor, Opel und Peugeot. Zudem bietet das Unternehmen ein eigenes Auto ABO mit mehr als 2.000 Fahrzeugen deutschlandweit an. Sitz der Gesellschaft ist Köln. Andreas Marx ist seit 1997 in der Autoindustrie tätig und leitete zuvor drei Jahre das Deutschlandgeschäft der Marke Opel. Das Stellantis &You Deutschland Netz besteht aus 8 Niederlassungen und über 30 Standorten. Stellantis &You Deutschland beschäftigt rund 1.100 Mitarbeiter, die 2023 zu einem Umsatz von 751 Millionen Euro beitrugen.

60 Dr. Benedikt Erdmann, Georg Mersmann

Soennecken – Die Soennecken eG ist die im deutschsprachigen Raum führende Handelskooperation für Produkte und Dienstleistungen rund um Büro und Homeoffice. Ihr Erfolg basiert auf der Verbindung von traditionellen Werten mit Innovationsgeist und klaren Strategien für die Zukunft. Zum Unternehmen gehören seit 2015 der Kölner Bürofachhändler Ortloff sowie seit 2018 der IT-Systemverbund Nordanex. Vorstandsvorsitzender der Soennecken eG ist Dr. Benedikt Erdmann.

61 Marcel Blinde

Formel D – Der international tätige Dienstleister der Automobil- und Zulieferindustrie entwickelt Konzepte und individuelle, skalierbare Lösungen für die Qualitätssicherung und Prozessoptimierung entlang der kompletten automobilen Wertschöpfungskette – von der Entwicklung über die Produktion bis hin zum Aftersales. Der Hauptsitz des 1993 gegründeten Unternehmens befindet sich in Köln, insgesamt hat das Unternehmen über 90 Niederlassungen in 22 Ländern.

62 Johannes Nonn

Wuppermann – Seit 150 Jahren steht der Name Wuppermann für Qualität in der Verarbeitung und Veredelung von Stahl. Heute ist Wuppermann Innovationsführer in der Bandverzinkung und bietet höchsten Korrosionsschutz bei niedrigsten CO_2-Emissionen. Zum Produktportfolio gehören oberflächenveredelte Flachstahlprodukte mit Zink- und Zink-Magnesium-Auflagen und gebeizter Oberfläche sowie Rohre, Profile und Rohrkomponenten mit den gleichen Oberflächenarten. Sie finden in vielen Branchen Verwendung: in der Bau-, Möbel- und Fahrzeugindustrie, Solar- und Energietechnik sowie im Verkehrswesen.

63 Dr. Christoph Bauer

DuMont Mediengruppe – DuMont ist heute mit den drei Geschäftsfeldern Kölner Stadt-Anzeiger Medien, QUiNFOS und Entirely als digitales Medien- und Technologieunternehmen aufgestellt. DuMont investiert in Inhalte, Daten und Technologie und schafft Angebote und Services, die für seine Kunden relevant sind.

64 Wilke Stroman, Mathias Sieg, Feyzi Demirel

Mobilezone – mobilezone ist ein führender unabhängiger Anbieter von Technologieprodukten und mobilen Services, der sowohl den Endkundenmarkt (B2C) als auch den Geschäftskundenmarkt (B2B) abdeckt. Im B2C-Bereich ist das Unternehmen mit Marken wie Sparhandy, DEINHANDY, Handystar und HIGH mobile vertreten, während es im B2B-Bereich durch mobilezone handel, mobilezone exchange und mobilezone protect4you agiert.

Mit über 350 Mitarbeitenden an Standorten in Köln, Bochum und Münster sowie Remote-Arbeitsmöglichkeiten, legt mobilezone großen Wert auf ein respektvolles Arbeitsumfeld und bietet moderne Benefits. Zudem arbeitet das Unternehmen an innovativen KI-Lösungen zur Unterstützung aller Geschäftsbereiche.

65 Peter Markus Löw

Autobahn Tank & Rast Gruppe – Tank & Rast ist ein führender Dienstleister entlang der deutschen Autobahnen und bietet Mobilität für alle Reisenden. Mit über 12.000 Mitarbeitenden in Tankstellen, Raststätten, Shops, Hotels und Autohöfen wird täglich dafür gesorgt, dass die Wünsche von rund 500 Millionen Gästen jährlich erfüllt werden.

Das Unternehmen verfolgt eine nachhaltige, langfristige Strategie und investiert kontinuierlich in die Weiterentwicklung der Mobilität entlang der Autobahnen. In den rund 360 Tankstellen, über 400 Raststätten, 50 Hotels und 21 Autohöfen in ganz Deutschland sorgt Tank & Rast dafür, dass jeder Reisende, vom Urlauber bis zum Lkw-Fahrer, das passende Angebot findet.

Die Geschäftsführung besteht aus Peter M. Löw (Vorsitzender), Lutz Scharpe und Peter Krosta.

66 Matthias Pampus-Meder, Thomas Friedrich

Eisenwerk Brühl – Bis zu fünf Millionen Zylinderkurbelgehäuse für die Automobilbranche produziert die Eisenwerk Brühl GmbH pro Jahr. Damit und mit seinen Motorblöcken ist das Unternehmen führender Lieferant in Europa. Ressourcenschonendes Arbeiten und Verringerung der Umweltbelastung sind in der Firmenphilosophie verankert. Geschäftsführer sind Matthias Pampus-Meder und Thomas Friedrich. Rund 1.500 Mitarbeiter und 440 Millionen Umsatz markieren die Unternehmenskennzahlen.

67 Jean-Pierre Filippini, Gérard Damski

Carglass – Jean-Pierre Filippini, Jahrgang 1964, ist seit Juni 2010 Geschäftsführer der Carglass GmbH. Der Diplom-Kaufmann war bereits zuvor mehr als zehn Jahre in verschiedenen Positionen innerhalb des Mutterkonzerns Belron® tätig, unter anderem als Sales & Marketing Director Carglass® Belgien, International Belron® Key Account Manager sowie Operations Director für Carglass® Belgien. Jean-Pierre Filippini ist zudem Stiftungsrat der unternehmenseigenen Stiftung GIVING BACK.

67 Ralf Müller, Christoph Kappenhagen

Schwermetall Halbzeugwerk – Mit rund 340 Mitarbeitern und einer Jahresproduktion von etwas weniger als 200.000 Tonnen ist Schwermetall Halbzeugwerk (gegründet 1972) einer der weltweit führenden Hersteller von Vorwalzbändern aus Kupfer und Kupferlegierungen. Weiterverarbeitet landen die Vorwalzbänder in Produkten wie Smartphones, Spielekonsolen, Reißverschlüssen, Photovoltaik-Modulen oder Waschmaschinen.

Elektro Floßbach – System F

SPEZIALIST FÜR GEBÄUDETECHNIK UND SYSTEMINTEGRATION

Anzeige

Seit über 30 Jahren ist der Elektrofachbetrieb Floßbach GIRA-KNX-Fachpartner und zählt zu den führenden Experten für SmartHome-Lösungen.

Der Traditionsbetrieb Elektro Floßbach bietet maßgeschneiderte Lösungen für die Elektrotechnik in Privathäusern und Gewerbeimmobilien – von kleinen Installationen bis hin zu umfassenden Systemintegrationen.

Mit einer neuen Gewerbehalle und einem modernen Showroom in Köln-Lind präsentiert Herr Floßbach seit 2017 innovative Produkte wie Beleuchtungssysteme und Sprechanlagen. Hier können Kunden Technik hautnah erleben. Neben der fachgerechten Ausführung übernimmt das Team auch die komplette Planung von elektrotechnischen Anlagen, einschließlich moderner Lichtkonzepte. Besonders in Bürogebäuden, wo gutes Licht für eine angenehme Arbeitsatmosphäre sorgt, spielt diese Expertise eine wichtige Rolle. Dabei arbeitet das Unternehmen eng mit Architekten zusammen, um anspruchsvolle Projekte optimal umzusetzen.

Ein weiteres Spezialgebiet ist die Sicherheitstechnik: von Zugangskontrollen über automatische Licht- und Jalousiensteuerung bis hin zur nahtlosen Integration von Alarmanlagen. Kunden profitieren von durchdachten Systemen, die per Touchscreen, Tablet oder Smartphone bequem gesteuert werden können.

Auch als Ausbildungsbetrieb setzt Elektro Floßbach Maßstäbe: Seit 1991 bildet das Unternehmen junge Talente im Bereich Elektrotechnik aus. Mit aktuell 17 Mitarbeitern, darunter vier Auszubildende, vereint der Betrieb Tradition und Innovation und sichert die Qualität seiner Arbeit für die Zukunft. ■

Kontakt

ELEKTRO Floßbach SYSTEM F LICHT & RAUMTECHNIK

Elektro Floßbach – System F
Aloys-Boecker-Str. 44, 51147 Köln
Telefon: 02 20 3-87 13 2
info@system-f.de
www.system-f.de

69 Rainer Brune

Roland Gruppe – Seit mehr als 60 Jahren bietet Roland innovative Rechtschutz-Lösungen für Privat-, Unternehmens- und Industriekunden an. Rund 670 Mitarbeiter erarbeiten für ihre Kunden maßgeschneiderte Rechtsschutzprodukte. Damit gehört das Unternehmen zur Spitzengruppe deutscher Anbieter und ist auch in Österreich und Italien erfolgreich am Rechtsschutz-Markt vertreten. Vorstandsvorsitzender der Roland Gruppe ist seit März 2014 Rainer Brune.

70 Björn Siewert, Oliver Kau, Holger Kau

Siewert & Kau Computertechnik – Björn Siewert und die Brüder Holger und Oliver Kau gründeten 1994 das Unternehmen Siewert & Kau Computertechnik. Firmensitz ist in Bergheim bei Köln. Schnell konnten weitere Einzelhandelsfilialen sowie Vertriebsbüros im In- und Ausland gegründet werden. Die Firmengründer sind weiterhin im operativen Tagesgeschäft tätig. Der Spezialist für IT-Distribution sowie Logistik- und Servicedienstleistungen hat 165 Beschäftigte. Der Jahresumsatz liegt bei 730 Millionen Euro.

71 Laurent Auguste

Duales System Deutschland – Für die meisten Bundesbürger ist es eine Selbstverständlichkeit geworden, Verpackungen mit dem Grünen Punkt separat zu entsorgen. Der Grüne Punkt ist das erste nicht öffentlich-rechtliche duale Abfallentsorgungssystem, das seit 1991 Verpackungen recycelt, um daraus Rohstoffe zu gewinnen. Heute ist der Grüne Punkt Marktführer. Michael Wiener ist CEO der Duales System Deutschland GmbH, bei der 415 Mitarbeiter angestellt sind. Der Umsatz beträgt knapp 500 Millionen Euro.

72 Guillaume Lejarre, Martin Bowen

Dyson – Das weltweit tätige Technologieunternehmen Dyson hat seinen Hauptsitz seit 2019 in Singapur. Hauptprodukte sind Staubsauger, die auf dem Prinzip eines Fliehkraftabscheiders basieren. Das 1991 von James Dyson gegründete Unternehmen ist in mehr als 60 Ländern aktiv. In Deutschland befinden sich mit Köln, Oberhausen und Hamburg insgesamt drei Dyson Demo Stores, in Köln befindet sich zusätzlich der deutsche Sitz des Unternehmens.

73 Torsten Beyer, René Rose Stueber, Michael Eichhor

Leybold – Seit 1850 entwickelt und liefert Leybold Vakuumpumpen und -systeme. Das Unternehmen mit Sitz in Köln bietet standardisierte und maßgeschneiderte Vakuumlösungen an sowie diverse Dienstleistungen für verschiedene Branchen auf der ganzen Welt. Leybold ist Teil des schwedischen Industriekonzerns Atlas Copco. Die Geschäftsführung bilden Torsten Beyer, René Rose Stueber und Michael Eichhorn.

74 Jörn Bielenberg

August Rüggeberg PFERD-Werkzeuge – Der deutsche Werkzeughersteller mit Firmensitz in Marienheide vertreibt seine Produkte unter dem Markennamen PFERD. PFERD ist führend in der Entwicklung, Fertigung und Beratung sowie im Vertrieb von Werkzeuglösungen für die Oberflächenbearbeitung und das Trennen von Werkstoffen. Dabei verfügt das global ausgerichtete Familienunternehmen über mehr als 200 Jahre Tradition. Neben den Standorten in Marienheide und Hermeskeil in Deutschland befinden sich fünf weitere Fertigungsstandorte in Spanien, Südafrika, China und den USA.

75 Stephan Minz, Dr. Felix Wriggers

Bw Bekleidungsmanagement – Bw Bekleidungsmanagement (kurz: BwBM) mit Sitz in Köln versorgt die rund 250.000 Soldaten und zivilen Mitarbeiter der Bundeswehr mit Bekleidung und persönlicher Ausrüstung. Basis für diese Tätigkeiten sind Leistungsverträge mit dem Bund.
Diese Versorgungssicherheit umfasst die Budgetplanung ebenso wie die Beschaffung und die termingerechte Ausgabe an die Kunden. Oberste Priorität ist es, die anspruchsberechtigten Bundeswehr-Angehörigen optimal zu versorgen. Die Geschäfte führen Stephan Minz und Dr. Felix Wriggers.

Anzeige

IKK classic – IKK CLASSIC - IHRE GESUNDHEIT. UNSER HANDWERK

Die IKK classic ist die bundesweit größte Innungskrankenkasse für das Handwerk und steht selbstverständlich auch anderen Personenkreisen offen. Unsere Kernbotschaft „Ihre Gesundheit. Unser Handwerk“ unterstreicht unser Engagement für die Gesundheit unserer Kunden – stets mit einem Fokus auf Tradition, Innovation und Regionalität.

Ein Alleinstellungsmerkmal unserer Krankenkasse ist die enge Verbindung zum Handwerk. Unsere Gremien – darunter Verwaltungsrat, Landesbeirat, Widerspruchsausschuss und weitere – sind weiterhin von regionalen Akteuren aus dem Handwerk paritätisch besetzt.

Als IKK classic verfolgen wir das Ziel, nah an den Menschen zu sein. Gleichzeitig setzen wir auf Fortschritt, insbesondere im Bereich der Digitalisierung, um unsere Serviceangebote stetig zu verbessern. Wir arbeiten kontinuierlich daran, unsere Kommunikationskanäle auszubauen und unseren Kunden ein noch moderneres, zugänglicheres Angebot zu machen.

Trotz digitaler Weiterentwicklungen bleibt unsere regionale Präsenz ein zentraler Bestandteil unserer Philosophie. Mit 160 Service-Centern bieten wir eine flächendeckende Versorgung vor Ort, telefonisch und digital an.

Natürlich stehen wir auch unseren Arbeitgebern mit Rat und Tat zur Seite. Insbesondere in Zeiten des Fachkräftemangels und des steigenden Kostendrucks ist es entscheidend, die Betriebe gesund und leistungsfähig zu halten. Hierbei unterstützen wir mit maßgeschneiderten Präventionsangeboten, die darauf abzielen, Mitarbeitende für ihre Gesundheit zu sensibilisieren und ihre Eigenverantwortung zu stärken. Denn: Gesundheit tut uns allen gut!

Die IKK classic versteht sich dabei als verlässlicher Partner an der Seite ihrer Kunden – regional verwurzelt, kompetent und lösungsorientiert. Mit unserer Expertise helfen wir, aktuelle Herausforderungen gemeinsam zu meistern und die Grundlage für langfristigen Erfolg zu legen.

Die IKK classic – modern, regional und stets nah an den Menschen. ■

Sandra Calmund-Föller, Regionaldirektorin IKK classic

Kontakt

Sandra Calmund-Föller
IKK classic
Aachenerstr 1057, 50858 Köln
Telefon: 0221 4891 471-061
Telefax: 0800 800 4551
Sandra.calmund-foeller@ikk-classic.de
www.ikk-classic.de

76 Wendi Sturgis

Cleverbridge – Seit der Gründung in Köln im Jahr 2005 ist die Mitarbeiterzahl auf rund 200 weltweit gewachsen. Drei weitere Standorte hat das Unternehmen: in Chicago, Tokyo und Taipei in Taiwan, an denen an cleveren E-Commerce-Lösungen gearbeitet wird. Je komplexer die Märkte, desto komplizierter die Abrechnungsvorgänge und Kundenverwaltung. Cleverbridge möchte seinen Kunden die Möglichkeit geben, sich auf das Kerngeschäft konzentrieren zu können und die Kontrolle über das Online-Geschäft zu behalten. Im Jahr macht das Unternehmen 616 Millionen Euro Umsatz.

77 Thilo Schmid

Flughafen Köln-Bonn – Der Köln Bonn Airport zählt zu den bedeutendsten Verkehrsflughäfen in Deutschland und als Frachtflughafen zu den Top 10 in Europa. Am Flughafen arbeiten rund 15.000 Menschen in 130 Unternehmen, davon mehr als 1.900 direkt bei der Flughafengesellschaft. Der Umsatz lag 2023 bei 342,1 Millionen Euro. Geschäftsführer der Flughafen Köln/Bonn GmbH sind Thilo Schmid (Vorsitzender) und Cenk Özöztürk (COO). Im letzten Jahr starteten und landeten 9,8 Millionen Passagiere in Köln/Bonn. Für 2024 rechnet der Airport mit 10 Mio. Fluggästen.

78 Prof. Dr. Thomas Auhuber

B·A·D Gesundheitsvorsorge und Sicherheitstechnik – Die B·A·D GmbH ist mit mehr als 3.600 Mitarbeitenden, davon über 800 Arbeitsmedizinern, der größte überbetriebliche Dienstleister im Bereich Arbeitssicherheit, Arbeitsmedizin und betriebliche Gesundheitsvorsorge in Deutschland. Das Unternehmen betreut über 200.000 Unternehmen, Betriebsstätten und öffentliche Einrichtungen aller Größen und Branchen mit ihren vielen Beschäftigten. Bei B·A·D erhalten Kunden Dienstleistungen aus den Bereichen Arbeitssicherheit, Arbeitsmedizin und der betrieblichen Gesundheitsvorsorge aus einer Hand – bundesweit und flächendeckend.

Prof. Dr. Thomas Auhuber (CEO, l.), Bernd Werres (COO, r.)

79 Christian Feltgen, Dominik Marte, Sebastian Marz

Gira Gruppe – In Radevormwald im Bergischen Land sitzt das mittelständische Familienunternehmen Gira. Der Komplettanbieter intelligenter Gebäudetechnik zählt zu den international führenden Marken seiner Branche. Als Smarthome-Pionier gibt Gira seit 1990 der Digitalisierung von Gebäuden immer wieder wichtige Impulse. Die rund 1.700 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Gira Gruppe haben einen Umsatz in Höhe von 330 Millionen Euro erwirtschaftet.

80 Hinrich Tode, Marc Olivier Oeuvrard

Beeline – Ulrich Beckmann gründete Beeline im Jahr 1990 als Großhandelsunternehmen, das Modeschmuck an internationale Unternehmen verkauft. Kurz darauf entwickelte Beeline das Konzessionsprinzip und bot seine Waren nun auch in Kaufhäusern und Drogerien an. Produkte des Unternehmens werden auf über 24.000 Verkaufsflächen in 60 Ländern angeboten. Geschäftsführer sind Hinrich Tode und Marc Olivier Oeuvrard.

81 Hans-Helmut Rosenbaum, Axel Frei, Klaus Valentini, Markus Schmalen

Rosenbaum Fruchtimport & Logistik – Die 1846 gegründete Firma Rosenbaum Fruchtimport & Logistik GmbH ist als leistungsfähiger Fruchtlogistiker im Westen Deutschlands tätig. Von der Warenannahme über die Lagerung und Kommissionierung bis hin zur termingerechten Auslieferung der Ware deckt das Unternehmen das komplette Spektrum eines modernen Distributionslogistikers im Bereich der Frischelogistik ab.

Anzeige

HUBACHER Geschäftsführer Marcus Bach und Matthias Druffel

Hochwertiger Neubau: Villenprojekt in Köln-Marienburg

HUBACHER

WÄRMEPUMPEN UND KLIMAANLAGEN VON HUBACHER

Die Kölner Firma HUBACHER erstellt mit Kompetenz und Teamgeist zukunftsorientierte Wärmepumpenlösungen und Klimaanlagen.

KÖLN/BONN/AACHEN MANAGER STARKER PARTNER 2024 | DIE GRÖSSTEN SANITÄR- UND HEIZUNGSTECHNIKER

In der Baubranche steht die Zukunft eindeutig im Zeichen der Nachhaltigkeit und Energieeffizienz. Die Kölner Firma HUBACHER hat sich als kompetenter Partner für den Einbau von zukunftsorientierten Wärmepumpen- und Klimaanlagen etabliert. Das Unternehmen überzeugt mit Lösungen, die sowohl in Neubauten als auch in komplexen Umbauten und Sanierungen höchsten Anforderungen gerecht werden.

Ein bemerkenswertes Beispiel für die Expertise von HUBACHER ist das derzeit laufende Villenprojekt in Köln-Marienburg. Hier erstellt der Kölner Heizungsbauer die komplette Heizungs-, Sanitär- und Klimatechnik. Die Ausstattung entspricht höchsten Luxusansprüchen und ist nebenbei noch äußerst energieeffizient und nachhaltig. Wärmepumpen beheizen das Gebäude und sorgen für eine Grundkühlung in den Sommermonaten, während zusätzliche Klimaanlagen den optimalen Komfort an heißen Sommertagen sicherstellen.

Ein weiteres eindrucksvolles Projekt ist der Umbau des RWZ-Gebäudes mit dem 28 Meter hohen, historischen Silo-Turm am Mechernicher Bahnhof. In diesem historischen Gebäude hat HUBACHER neben der kompletten Heizungs-, Sanitär- und Raumlufttechnik auch eine effiziente Wärmepumpenanlage zur Beheizung und Kühlung des 8.000 m² großen Areals installiert. Zwei Groß-Wärmepumpen werden hier von zwei Gas-Brennwert-Anlagen bei der Versorgung des Gebäudes mit Heizenergie unterstützt. Die Versorgung mit Primärenergie erfolgt, besonders umweltfreundlich und nachhaltig, mittels Erdwärme aus zahlreichen Tiefen-Bohrungen.

Neben solchen Großprojekten hat HUBACHER auch jahrelange Erfahrung in der erfolgreichen Installation von Wärmepumpen und Klimaanlagen in Ein- und Mehrfamilienhäusern. Ob Neubau oder Sanierung – HUBACHER bietet seinen Kunden maßgeschneiderte Lösungen, die sowohl wirtschaftlich als auch umweltfreundlich sind.

Als attraktiver Arbeitgeber, setzt HUBACHER nicht nur auf qualifizierte Fachkräfte, sondern auch auf talentierte und motivierte Mitarbeiter, die sich in der Zukunftsbranche Gebäudetechnik noch weiterentwickeln möchten.

Interessierte Kundendiensttechniker, Anlagenmechaniker oder Spezialisten für Wärmepumpen und Kältetechnik sind ebenso willkommen, wie engagierte Facharbeiter, die sich in diesen Bereichen noch weiterbilden möchten.

In dem familiär geführten Unternehmen legt man großen Wert auf ein starkes, engagiertes Team, das durch Zusammenarbeit und kontinuierliche Weiterbildung vorangeht. Zudem bietet HUBACHER im Branchenvergleich eine weit überdurchschnittliche, leistungsabhängige Bezahlung und macht das Unternehmen so noch attraktiver.

Arbeitnehmer und auch Kunden haben mit HUBACHER einen starken Partner an ihrer Seite, der nicht nur technologisch auf dem neuesten Stand ist, sondern mit seinem engagierten Team auch nachhaltige und zukunftsorientierte Lösungen in der Gebäudetechnik umsetzt. ■

Umfassende Umbaumaßnahme: Mechernicher Bahnhof

Kontakt

HUBACHER GEBÄUDETECHNIK
Heizung | Bäder | Klima | Kälte | Elektro

HUBACHER GmbH
Otto-Hahn-Str. 21, 50997 Köln
Telefon: 0221 669660-0
Telefax: 0221 669660-99
info@HUBACHER.gmbh
www.HUBACHER.gmbh

82 Dr. Martin Halama

Deutsche Infineum – Infineum ist Hersteller von Spezialchemikalien und Additiven für Schmieröle und Dieseltreibstoffe. Der Produktionsstandort Köln sitzt im nördlichen Teil von Köln auf dem Gelände der ehemaligen ESSO-Raffinerie in Niehl. Dort betreibt Infineum vier Produktionsanlagen: drei zur Herstellung von Dieseladditiven und eine zur Produktion eines Zwischenprodukts für Schmieröladditive. Neben dem Chemiebetrieb steht das Werk Köln für hohe Produktivität, den Einsatz für Sicherheit und Gesundheitsschutz und dem Ziel der kontinuierlichen Weiterbildung.

83 Anke Kaltenbach, Kevin Gebauer

Kaltenbach Gruppe – Die Kaltenbach-Gruppe eröffnete 1971 ihr erstes BMW Autohaus in Overath. Heute betreiben wir 13 BMW Betriebe in NRW, drei Rider's Points für BMW und Honda Motorrad sowie zehn MINI Standorte. Wir sind Partner der BMW M GmbH und seit 2022 zertifizierter BMW Classic Partner. Ergänzt durch die Freizeitmobilvermietung Supertrip und drei Karosserie- und Lackierbetriebe, bieten 620 Mitarbeitende umfassenden Service aus einer Hand. Geschäftsführung: Anke Kaltenbach, Kevin Gebauer. Umsatz: 405 Mio. EUR.

Anke Kaltenbach

Kevin Gebauer

84 Herbert Stein, Frank Keune

Indutec International Holding – Reinigungs-, Wartungs- und Instandhaltungsservice für die Industrie bietet die Unternehmensgruppe Indutec. Das familiengeführte Unternehmen setzt sich aus mehreren Tochter- und Partnerbetrieben zusammen. Herbert Stein und Karl-Heinz Müller gründeten 1969 das Unternehmen mit der Wartung und Reinigung von Maschinen und -anlagen. Geschäftsführer sind Herbert Stein und Frank Keune. 4.000 Mitarbeiter an mehr als 50 Standorten sorgen für den Umsatz in Höhe von 140 Millionen Euro.

85 Stefan Krause

Teamwork Instore Services – Viele namhafte Top-Händler in Deutschland vertrauen auf Teamwork Instore Services. Das Unternehmen mit Sitz in Lohmar beliefert den Einzelhandel mit seinem Regalservice – sowohl Elektrofachhandel und Buchläden als auch Textil- und Lebensmittelgeschäfte. Zunehmend unterstützt Teamwork auch Unternehmen aus der Industrie mit qualifiziertem Personal.
Der Name ist Programm. Geschäftsführer des 1989 gegründeten Unternehmens ist Stefan Krause. Mit rund 5.500 Mitarbeitern beträgt der Umsatz 40 Millionen Euro.

86 Jérôme Johl, Linus Nikolaus

W.I.S Sicherheit + Service – WE.VALUE.PEOPLE. Der Mensch steht im Mittelpunkt der W.I.S. Gruppe, die an 30 Standorten in Deutschland und Tirol für mehr objektive und subjektive Sicherheit im Einsatz ist. Unternehmenswurzeln und Erfahrung reichen zurück bis ins Jahr 1901. Heute bietet die W.I.S. ihren Kunden maßgeschneiderte integrative Sicherheitslösungen: Sicherheitskonzepte und -technik sowie spezialisierte Services und zählt mit diesem Portfolio zu den Top 10 Sicherheitsdienstleistern Deutschlands. Geschäftsführer sind Jérôme Johl und Linus Nikolaus.

Linus Nikolaus

Jérôme Johl

87 Holger Eickholz, Frank A. Ohrem, Marc-A. Eickholz

Niederberger Gruppe – In vielen Häusern zu Hause – das ist der Leitsatz der Niederberger Gruppe. Jedoch muss dieses Privileg jeden Tag neu erarbeitet werden und genau deshalb arbeiten die 4.000 Mitarbeiter stets mit dem Fokus auf das Motto „Perfektion ist unsere Leidenschaft. Seit 1924.". Heute unterstreicht die Niederberger Gruppe dies durch Zertifizierungen im Bereich Qualitäts-, Umwelt- und Energiemanagement, sowie im Arbeitsschutz. Die regionalen Betriebe befinden sich in Köln, Bonn und Aachen.

Marc-A. Eickholz

88 Lothar Bühne, Michael Bühne

ABUS Kransysteme – Nachdem 1965 die erste Produktionshalle in Gummersbach-Lantenbach errichtet wurde, hat sich Abus zu einem der bedeutendsten europäischen Hallenkranhersteller entwickelt. Mittlerweile verfügt das Unternehmen über ein weltweites Service- und Vertriebsnetz. Die rund 1.100 Mitarbeiter arbeiten an den Produktionsstandorten in Gummersbach und den europäischen Vertriebstöchtern und fertigen dort Krananlagen und Hebezeuge von 80 kg bis 120 t Tragfähigkeit.

89 Dr. Bert Flossbach, Dr. Tobias Schafföner, Dr. Till Schmidt, Marcus Stollenwerk, Kurt von Storch

Flossbach von Storch – Im Jahr 1998 gründeten Bert Flossbach und Kurt von Storch die Flossbach von Storch AG. Die Wurzeln des Unternehmens liegen in der Betreuung von privaten Vermögen. Zu den Kunden zählen viele vermögende Privatkunden und institutionelle Investoren. Der Großteil der anvertrauten Gelder entfällt aber mittlerweile auf die Flossbach von Storch Publikumsfonds. Flossbach von Storch ist einer der größten bankenunabhängigen Vermögensverwalter in Deutschland. Mehr als 280 Mitarbeiter kümmern sich um ein Vermögen von mehr als 80 Milliarden Euro.

Dr. Bert Flossbach

90 Johannes Zurnieden, Jörg Kramer, Benjamin Krumpen

Phoenix Reisen – Phoenix Reisen ist keine Kreuzfahrtreederei, sondern ein deutscher Reiseveranstalter für Kreuzfahrten aus Bonn. Das familiengeführte Unternehmen zeichnet sich durch eine Besonderheit aus: Es hat nicht nur Hochsee-Kreuzfahrten im Programm, sondern ist besonders für seine Flusskreuzfahrten weltweit bekannt. Das Geschäftsführer-Trio besteht aus Johannes Zurnieden, Jörg Kramer und Benjamin Krumpen.

Benjamin Krumpen, Johannes Zurnieden, Jörg Kramer (v.l.)

Kerpsche Service

VIEL MEHR ALS GEBÄUDEREINIGUNG:

Anzeige

Kerpsche positioniert sich als Partner für Gewerbeimmobilien im Wandel

KÖLN/BONN/AACHEN MANAGER STARKER PARTNER 2024 – DIE GRÖSSTEN GEBÄUDE-DIENSTLEISTER

Schon lange gehört das Traditionsunternehmen Kerpsche Service GmbH im Rheinland zu den führenden Anbietern von Reinigungsleistungen in großen Gebäuden. Mit maßgeschneiderten Angeboten, die individuell auf das jeweilige Objekt abgestimmt sind, hat sich Geschäftsführer Agron Lipovica, der seit zehn Jahren das Unternehmen leitet, einen Namen gemacht. Das Portfolio ist umfassender, er bietet viel mehr Dienstleistungen an als die meisten seiner Mitbewerber. „Seit etwa 30 Jahren entkernen wir Verkaufsetagen und Büros, die zeitnah saniert werden müssen. Gewerbeflächen verändern sich heutzutage schneller, als das früher der Fall war.

Firmengebäude

Unsere Auftraggeber wissen genau, dass wir mit unserem qualifizierten Personal wie Diplomingenieuren und Architekten auch die Bauleitung übernehmen können“, so Agron Lipovica. Mittlerweile werden die Profis aus dem Rheinland auch für Projekte in Berlin, München, Hannover, Essen oder Düsseldorf gebucht. Die Kombination aus Abbruch, Sanierung und Reinigung ist bundesweit gefragt. Auch Fragen des Umweltschutzes spielen eine wichtige Rolle. Bei der Reinigung kommen biologisch abbaubare, schadstoffarme Produkte zum Einsatz, der Wasserverbrauch wird gering gehalten und bei den Bauarbeiten werden alle Stoffe umweltfreundlich entsorgt. Das Unternehmen steht darüber hinaus für sein besonders gutes Arbeitsklima. „Auf der einen Seite investieren wir viel in die Weiterbildung unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, auf der anderen gibt es aber auch viele Veranstaltungen – wie erst im Sommer die große Jubiläumsfeier – die unter den Mitarbeitern ein Gefühl der Zusammengehörigkeit stärken“, erklärt Agron Lipovica. Insgesamt findet man hier also für die verschiedenen Projekte immer ein starkes, gut aufeinander abgestimmtes und motiviertes Team. ■

Kontakt

Kerpsche Service GmbH
Beerstraße 11, 50354 Hürth
Telefon: 02233 808480
info@kerpsche.de
www.kerpsche.de

91 Dr. Stefan Koch, Dr. Jaana Saarteinen-Erben, Stephan Börner, Michael Reiss

Klosterfrau Deutschland – Die Klosterfrau Deutschland GmbH ist ein in Köln ansässiges Traditionsunternehmen, dessen Ursprung bis in das Jahr 1826 zurückgeht. Das bedeutendste Präparat im Sortiment ist der bekannte „Klosterfrau Melissengeist". Basierend auf neuen wissenschaftlichen Erkenntnissen wurde das Produktsortiment beständig erweitert. Heute ist das Unternehmen Klosterfrau zu einem national und international führenden Anbieter im Bereich der Selbstmedikation herangewachsen. Die Geschäftsführung bilden Dr. Stefan Koch, Dr. Jaana Saarteinen-Erben, Michael Reiss und Stephan Börner.

92 Ralf Müller, Christoph Kappenhagen

YNCORIS – Abgeleitet vom lateinischen „in corpore" für „alle gemeinsam" und „cor" für „Herz" verdeutlicht YNCORIS mit dem Namen einen besonderen Aspekt der Arbeit. Der Service-Partner der chemischen Industrie verfügt in Deutschland neben dem Hauptsitz als Betreibergesellschaft des Chemiepark Knapsack in Hürth über sechs weitere Standorte in Leverkusen, Uerdingen, Dormagen, Duisburg, Köln und Düren. YNCORIS beschäftigt mehr rund 1.200 Mitarbeiter sowie 90 Auszubildende, die für einen Umsatz von 274 Millionen Euro beitrugen. Vorsitzender der Geschäftsleitung ist Ralf Müller.

Ralf Müller

Christoph Kappenhagen

93 Gerald Böse

Koelnmesse – Die Koelnmesse feiert 100 Jahre Erfolgsgeschichte. 1924 formulierte der damalige Oberbürgermeister Konrad Adenauer den Gründungsauftrag der Messe, die seitdem Menschen und Märkte zusammenführt und Innovationen fördert. Heute ist die Koelnmesse mit rund 80 Messen und Events jährlich, 11 Messehallen sowie 2 Kongresszentren in Köln und weltweit ein führender Anbieter von Messen und Veranstaltungen.

Sie zählt zu den Top Ten weltweit und bietet über 400.000 m² Ausstellungsfläche. Jährlich besuchen rund 2 Millionen Gäste aus 220 Nationen die Messe. Zudem vertrauen mehr als 43.000 ausstellende Unternehmen aus 125 Ländern auf die Koelnmesse. Geschäftsführer sind Gerald Böse (Vorsitzender) und Oliver Frese.

94 Carsten Müller

Kuttenkeuler – Die Kuttenkeuler Unternehmensgruppe ist seit über einem Jahrhundert ein verlässlicher Partner im Mineralölhandel. Als familiengeführtes Unternehmen verbindet Kuttenkeuler Tradition mit Innovation und liefert weltweit hochwertige Motorenöle sowie Kraftstoffe. Die Produktpalette reicht von klassischen Mineralölen bis hin zu modernen erneuerbaren Kraftstoffen, mit denen das Unternehmen aktiv die Zukunft der Energie mitgestaltet.

Mit eigenen Tankstellen, darunter auch ARAL-Stationen, garantiert Kuttenkeuler höchste Servicequalität. Zusätzlich zu gut sortierten Shops mit Kaffeespezialitäten bietet das Unternehmen auch moderne Auto-Waschanlagen an. Langjährige Expertise und Umweltbewusstsein stehen dabei stets im Fokus.

95 Kai-Uwe Frank, André Garrels

RKG Rheinische Kraftwagen – Die RKG zählt zu den führenden Anbietern von Fahrzeugen und Mobilitätsdienstleistungen in der Region Bonn/Rhein-Sieg. Mit 8 Standorten und rund 730 Mitarbeitenden gehört das Unternehmen zu den etablierten Partnern für Mercedes-Benz, Opel, Fiat, Alfa Romeo, Jeep und weitere Marken. Die RKG bietet Neu- und Gebrauchtwagenverkauf, Serviceleistungen, Karosserie- und Lackierarbeiten, sowie Autovermietung und Leasinglösungen an. Die Geschäftsführung bilden André Garrels, Kai-Uwe Frank.

Kai-Uwe Frank

André Garrels

96 Tingjing Wu, Haifeng Li

Matratzen Concord – Seit fast 40 Jahren gibt es Matratzen Concord – mittlerweile gibt es in Deutschland, in der Schweiz und in Österreich mehr als 600 Filialen. Das Unternehmen ist eine Tochtergesellschaft des niederländischen Konzerns Beter Bed und hat seinen Sitz in Köln. Der nach eigenen Angaben größte Matratzenspezialist beschäftigt mehr als 1.200 Mitarbeiter, der Umsatz liegt bei rund 127 Millionen Euro. Der Betten-Discounter expandiert und sucht fortlaufend weitere Flächen zur Miete.

FORTSCHRITT FAHREN.

Das neue CLE Coupé: Shaped by desire. Viele digitale Assistenzsysteme und die neueste MBUX Infotainment-Generation inklusive smarter Routinen-Funktion machen das neue CLE Coupé zu einem der intelligentesten Fahrzeuge seiner Klasse.

RKG

RKG Rheinische Kraftwagengesellschaft mbH & Co. KG
Bornheimer Straße 200
53119 Bonn
Telefon: +49 228 609-0
E-Mail: info@rkg.de

Mercedes-Benz CLE 220 d Coupé | Energieverbrauch kombiniert: 5,1–4,7 l/100 km | CO_2-Emissionen kombiniert: 135–122 g/km | CO_2-Klasse: D

97 Frank Bohle, Holger Jahn, Andreas Grothe, Nico Simons

Ralf Bohle – Das in dritter Generation geführte Familienunternehmen mit Sitz in Reichshof produziert Reifen und Schläuche für Fahrräder und Rollstühle unter dem Markennamen Schwalbe. Das Unternehmen ist nach eigenen Angaben Marktführer in Europa. Ralf Bohle hat Tochterunternehmen in Frankreich, Großbritannien, Italien, den Niederlanden und USA/Kanada. Seit Gründung der Marke Schwalbe hat das Unternehmen eine Produktionspartnerschaft mit dem koreanischen Reifenhersteller Hung-A.

Frank Bohle

Holger Jahn

Andreas Grothe

Nico Simons

98 Dr. Ines Knauber-Daubenbüchel, Oliver Sondermann

Knauber Mineralöl – Das Familienunternehmen Carl Knauber Holding GmbH wird in der vierten Generation von Dr. Ines Knauber-Daubenbüchel mit Sitz in Bonn geführt. Seit 2001 existiert die Carl Knauber Holding GmbH, unter der sich verschiedene Tochtergesellschaften sammeln: Knauber Energie, Knauber Gas, Knauber Mineralöl, Knauber Erdgas, Knauber Contracting sowie Knauber Freizeit mit sieben Freizeitmärkten in NRW und Rheinland-Pfalz. Der Umsatz lag bei 350 Millionen Euro.

99 Anke Fink-Stauf, Michael Schröder, Ralf Fielenbach

Henrich Baustoffzentrum – Mit zehn Standorten in der Rhein-Region zählt Henrich zu den führenden Baustoffzentren. Der Baustoffhändler mit Hauptsitz in Siegburg hat heute mehr als 400 Beschäftigte und ist seit mehr als 150 Jahren ein Familienunternehmen. Die Geschäftsführung bilden Anke Fink-Stauf, Michael Schröder und Ralf Fielenbach.

100 Carl Martin Welcker

Alfred H. Schütte – Die Alfred H. Schütte GmbH ist ein führender Hersteller von Werkzeugmaschinen mit über 140 Jahren Erfahrung. Gegründet 1880 als Importfirma von Alfred Heinrich Schütte, begann das Unternehmen 1915 mit der Produktion von Werkzeugmaschinen und legte damit den Grundstein für eine Erfolgsgeschichte, die durch Innovationen und zahlreiche Patente geprägt ist. Heute wird das Unternehmen in vierter Generation von Carl Martin Welcker, dem Urenkel des Firmengründers, geführt.

Das Unternehmen legt großen Wert auf Qualität, Innovation und die enge Zusammenarbeit mit seinen Kunden. Nachhaltigkeit, ökologisches, ökonomisches und soziales Handeln bilden die Grundlage für die kontinuierliche Weiterentwicklung des Unternehmens, das sich auch in Zukunft als unabhängiges Familienunternehmen etablieren möchte.

Helbling
Business Advisors

VERÄNDERUNG MIT SCHWEIZER PRÄZISION

Seit 1998 beraten die Helbling Business Advisors mittelständische Unternehmen und Konzerndivisionen bei existenziellen strategischen, operativen und finanziellen Weichenstellungen.

Daniel Jürgenschellert und Jan-Erik Gürtner, Geschäftsführer der Helbling Business Advisors in Deutschland

Mitten im pulsierenden Zentrum von Düsseldorf, zwischen Altstadt und Königsallee, liegt das Büro der Helbling Business Advisors Deutschland. Als Teil der Schweizer Helbling Gruppe hat sich die Unternehmensberatung spezialisiert auf die vier Bereiche Strategy, Mergers & Akquisitions / Corporate Finance, Transformation / Turnaround Management sowie Value Chain Management / Digitalization.
Auf die DNA des 1963 von Max J. Helbling gegründeten Ingenieurbüros, aus dem die Helbling Business Advisors hervorgegangen sind, ist man in Düsseldorf auch heute noch stolz. Es ist eine technische DNA, kombiniert mit Hands-on-Mentalität, welche die Beratung der mittelständischen Industrie prägt und so bekannte Produkte wie die Nestlé Nespresso Kaffeemaschine hervorgebracht hat.

Eine einzigartige Kombination

Helbling Business Advisors berät Unternehmen und Stakeholder bei der Entwicklung umsetzbarer Unternehmensstrategien in jeder Phase des Lebenszyklus. Ausgehend von Marktpotenzialen, Kundenbedürfnissen, Geschäftsmodellen, Trends und Regulatorik reicht das Beratungsspektrum von Wachstumsstrategien bis zur Geschäftsmodelltransformation. Die Kombination aus Management Consulting und technologischer Innovation ist ihr Alleinstellungsmerkmal. Von diesem einzigartigen Mix aus Ingenieurs- und Unternehmensberatung profitieren ihre industriell geprägten Kunden in ganz Deutschland.
Auch Megatrends oder regulatorische Änderungen, wie jüngst durch ESG, verändern die Markt- und Wettbewerbsbedingungen und können eine Business-Transformation notwendig machen. „Deshalb ist es essenziell, immer auch das Geschäftsmodell genau anzuschauen und ggf. rechtzeitig notwendige Anpassungen einzuleiten“, erläutert Jan-Erik Gürtner, der gemeinsam mit Daniel Jürgenschellert Geschäftsführer der Helbling Business Advisors in Deutschland ist.

M&A mit Effizienz und Präzision

Als unabhängiger Berater begleitet das M&A-Team der Helbling Business Advisors seine Kunden aus den unterschiedlichsten Branchen beim Kauf- und Verkauf von Unternehmen ebenso wie bei Nachfolgeregelungen, strategischen Allianzen oder Carve-outs – von der strategischen Planung bis zum Closing und wenn gewünscht, auch bei der Integration (Post-Merger-Integration).
„Als erfahrener Sparringspartner unterstützen wir unsere Kunden während des gesamten M&A-Prozesses und sorgen für Effizienz und den Erfolg der Transaktion auch in kritischen Situationen“, erklärt Daniel Jürgenschellert. Sie begleiten ihre Kunden auch bei der Suche nach attraktiven Finanzierungslösungen oder Wachstumskapital in den unterschiedlichen Phasen der Expansion.

End-to-End-Perspektive auf die Wertschöpfungskette

Im Bereich Value Chain Management berät Helbling Business Advisors ihre Kunden aus der diskreten Fertigung entlang der gesamten Wertschöpfungskette und bei der Digitalisierung: End-to-End, vom Lieferanten bis zum Kunden, von der Strategie bis zur Technologieeinführung. „Nur wer widerstandsfähig, agil und digital hervorragend aufgestellt ist, kann auf die sich ändernden Rahmenbedingungen schnell reagieren und einen Wettbewerbsvorteil daraus ziehen“, betont Jan-Erik Gürtner. Dafür analysiert Helbling die Ausgangslage, definiert Zielbilder und Zielsetzungen, erarbeitet gemeinsam mit ihren Kunden umsetzbare Optimierungsmaßnahmen und begleitet bei der nachhaltigen Implementierung und organisatorischen Verankerung.

Partnerschaftlicher Problemlöser

Das Transformation- & Turnaround-Team der Helbling Business Advisors unterstützt Unternehmen unter anderem beim Liquiditäts- und Krisenmanagement als unabhängiger und erprobter Berater. „Für uns sind Unternehmenskrisen bekanntes Terrain, deshalb identifizieren wir schnell alle wirksamen Hebel zur Verbesserung der Ergebnis- und Liquiditätssituation eines Unternehmens“, erläutert Daniel Jürgenschellert. „Wir verstehen uns als Partner und Problemlöser, von der Analyse bis zur Umsetzung“, ergänzt Jan-Erik Gürtner. Beide beraten Unternehmen schon seit mehr als 20 Jahren, auch mit Fokus auf Transformation & Turnaround Management sowie Corporate Finance. ■

Kontakt

helbling

Helbling Business Advisors GmbH
Heinrich-Heine-Allee 22, 40213 Düsseldorf
Telefon: 0211 13707-0
info-hba@helbling.de
https://helbling.de/de/dienstleistungen/business-advisors

Marketing-Trends 2025

SO KOMMEN SIE MIT IHRER MARKE AN

Wie können Mittelständler im Jahr 2025 ihren Markenkern stärken? Der Fokus auf Authentizität, Storytelling und gezielte Online-Präsenz sind entscheidende Faktoren. Agenturen helfen bei der Umsetzung.

Der Rezession zum Trotz: Planen Sie auch, im kommenden Jahr wieder stärker auf Marketing zu setzen? Laut einer Umfrage der Münchener Marketingagentur Crossvertise unter rund 100 deutschen kleinen und mittelständischen Unternehmen will knapp jedes dritte KMU 2025 seine Investition in Marketingmaßnahmen erhöhen. Dabei zeigt sich ein klarer Trend: Die überwiegende Mehrheit – und zwar 94 Prozent der befragten Unternehmen – gibt an, in Onlinewerbung investieren zu wollen. Dabei ist Social Media der Renner unter den Online-Maßnahmen – vor SEO/SEA und den klassischen Display-Ads wie Banner-Werbung. Darüber hinaus plant der Großteil der Unternehmen innerhalb seiner Online-Maßnahmen Mehrinvestitionen für Video-Advertising. Aber auch in Printwerbung will knapp die Hälfte der Unternehmen weiterhin investieren.

LinkedIn für B2B

Dass Social Media auch im kommenden Jahr im Marketing maßgebend ist, bestätigt der Experte für Online-Marketing und Social Media Felix Beilharz. In einem kürzlich von ihm veranstalteten Webinar zu den Social Media Trends 2025 mit rund 1.000 Teilnehmenden wies er darauf hin, dass insbesondere LinkedIn für Unternehmen im B2B im Rahmen von Content-Marketing-Aktivitäten unverzichtbar sei und Videos innerhalb dieses Kanals eine zunehmend große Rolle spielen würden. Beilharz machte zudem auf die zunehmende Bedeutung von Social Broadcasting aufmerksam. Bei LinkedIn könne man inzwischen nicht nur posten, sondern auch Newsletter anbieten. Der Vorteil: Anstatt wie bei herkömmlichen Social-Media-Posts auf Interaktionen und Sichtbarkeit durch den Algorithmus zu setzen, können Unternehmen ihre Botschaften direkt an eine größere Zielgruppe senden. Laut Beilharz will auch Instagram in Zukunft einen Broadcast Channel ins Angebot integrieren. Derzeit befinde sich dieser jedoch noch in einer Testphase.

Zielgruppen-Analyse machen

Insgesamt wird beim Marketing immer mehr darauf fokussiert, die Menschen mit nutzwertigen Inhalten anzusprechen. Mittels Content-Marketing soll eine Beziehung zur Zielgruppe aufgebaut und ihr Vertrauen gewonnen werden. Die Personalisierung der Marketingbotschaften ist dabei entscheidend. Denn je individueller die Ansprache ist, desto relevanter wird das Angebot für den Kunden und desto größer wird auch die Wahrscheinlichkeit der Kundenbindung. Das heißt: Unternehmen müssen verstehen, wer ihre Kunden sind, was sie antreibt und welche Bedürfnisse und Probleme sie haben. Eine Zielgruppen-Analyse ist demnach von großer Bedeutung. Sonst laufen all die Aktivitäten, mit denen man den Marketing-Trends nachgeht, ins Leere – oder auch, weil man ihnen nachgeht. Denn vielleicht gilt ja für die eigene Zielgruppe nicht, dass sie digital-affin ist und sich in den Social Media tummelt …

Profis einbinden

Doch gerade kleinere Unternehmen wissen oftmals nicht genau, was sie tun müssen, um Aufschluss über ihre Zielgruppen zu erlangen. Meist verfügen sie auch nicht über die inter-

Prof. Dr. Christoph Burmann, Universität Bremen

Miriam Rupp, Mashup Communications

nen Ressourcen, um die Komplexität des modernen Marketings umfassend zu bewältigen. Ihnen geht es ähnlich? Statt zu viel Zeit damit zu verbringen, herumzuexperimentieren, ist es in der Regel sinnvoll, Profis heranzuziehen. Werbe- und PR-Agenturen unterstützen dabei, die richtigen Menschen zu adressieren. Genauso wie sie Werbekampagnen umsetzen, helfen sie Unternehmen, ihre Identität als Marke herauszustellen beziehungsweise den eigenen Markenkern zu definieren und zu stärken. Hierfür bringen sie zum einen das dafür nötige Know-how mit und zum anderen den unvoreingenommenen Blick von außen mit.

Grundlegend: Entwicklung des Marketingkerns

Die Entwicklung des Markenkerns ist im Übrigen kein Trend, sondern grundlegend für ein erfolgreiches Marketing. Denn der Markenkern ist das Herzstück eines Unternehmens. Er vermittelt die Werte, die Vision und das Versprechen einer Marke – das, wofür sie steht und warum Kunden ihr vertrauen sollten. Gerade für Mittelständler, die sich gegen global agierende Konkurrenten durchsetzen müssen, ist ein starker Markenkern von großer Bedeutung. Es gilt, ihn als strategisches Instrument zu nutzen. „Ein klar definierter Markenkern hilft Unternehmen, authentisch zu bleiben und sich von der Masse abzuheben. Er bietet Orientierung, sowohl nach innen für die Mitarbeitenden als auch nach außen, für die Kunden“, erläutert Prof. Dr. Christoph Burmann, Experte für Markenmanagement an der Universität Bremen und unter anderem Autor des Buches „Identitätsbasierte Markenführung“.

Authentisch sein

Der Markenkern muss laut Burmann jedoch nicht nur ein klares Versprechen enthalten, sondern auch tatsächlich gelebte Werte repräsentieren. Denn: Authentisch zu sein und seine Unternehmenswerte klar zu kommunizieren, ist für Unternehmen heutzutage entscheidend, um Vertrauen zu erlangen. Aber auch ein sinngetriebenes Marketing wird immer wichtiger, durch Engagement für soziale und ökologische Belange können KMU Vertrauen und Loyalität aufbauen. Agenturen helfen wiederum dabei, dass es ihnen gelingt, ihre bestehenden Stärken in der Nachhaltigkeit zu identifizieren und authentisch zu kommunizieren.

Storytelling: Die Marke greifbar machen

Um den Markenkern nach außen zu kommunizieren, ist Storytelling ein probates Mittel. Denn durch das Erzählen von Geschichten wird die Marke lebendig und für die Zielgruppe greifbar. Nicht zuletzt wirken Geschichten emotional und führen somit zu einer stärkeren Bindung. "Die Menschen wollen keine abstrakten Unternehmensstrategien hören. Sie wollen echte Geschichten, die ihnen zeigen, was das Unternehmen ausmacht und warum es anders ist", erklärt Miriam Rupp, Gründerin und Geschäftsführerin von Mashup Communications, einer Agentur für PR und Brand Storytelling in Berlin. Die Autorin des Buches „Storytelling für Unternehmen“ betont, dass Storytelling nicht nur ein Thema für Lifestyle-Produkte ist. Geschichten würden gerade für technische sowie Nischen-Themen oder auch im B2B-Bereich enormes Potenzial bieten, das meist einfacher zu nutzen sei als angenommen.

Geduld und Konsistenz nötig

Wer sich auf den Weg machen will, hin zu einem erfolgreichen werteorientierten Marketing, braucht jedoch Geduld. "Eine starke Marke entsteht nicht über Nacht. Es braucht Zeit, den Markenkern zu entwickeln und ihn für die Zielgruppe erlebbar zu machen", sagt Prof. Dr. Christoph Burmann. Mit der richtigen strategischen Unterstützung können Sie diesen Prozess jedoch erfolgreich gestalten und Ihre Einzigartigkeit am Markt hervorheben. Dabei sollte der Markenkern auf Ihrer Website, in den Social Media und auf allen weiteren Kanälen konsistent sichtbar bleiben. "Konsistenz ist der Schlüssel, um Vertrauen aufzubauen – wenn der Kunde überall die gleiche Botschaft erhält, fühlt er sich in seiner Entscheidung bestätigt", betont Miriam Rupp. Es geht also nicht nur um ein einheitliches Erscheinungsbild, sondern auch um die Stimme der Marke, die überall auf gleiche Weise authentisch sein sollte.

Petra Walther | redaktion@regiomanager.de ■

DIE GRÖSSTEN WERBEAGENTUREN

Empfohlene Unternehmen

Lemm Werbeagentur	Euskirchen	www.lemm.de	Seite 41

Das Köln/Bonn/Aachen-Ranking

Rang	Unternehmen	Hauptsitz	Umsatz in Tsd.	Mitarbeiter
1	B plus D Agenturgruppe	Köln	22.300	156
2	WIN - Creating Images	Aachen	8.075	100
3	WUM Brand Spaces	Köln	8.200	45
4	Intention Werbeagentur	Bonn	5.500	44
5	brandcom Köln	Köln	4.200	50
6	Lemm Werbeagentur	Euskirchen	5.100	31
7	Necom Werbeagentur	Köln	3.200	53
8	Aclewe Werbeagentur	Köln	3.100	29
9	CD Werbeagentur	Troisdorf	2.600	22
10	Radikant	Köln	2.400	28
11	Heber & Link	Köln	2.960	16
12	Kreativ Konzept	Bonn	2.400	20
13	Sein und Haben Werbeagentur	Köln	2.167	20
14	buntebrause agentur	Köln	2.150	20
15	Die Medialen	Bonn	1.850	24
15	Kreativ Realisten EMS & P	Pulheim	2.800	10
17	Rheindenken	Köln	2.357	15
18	VUCX	Köln	1.950	18
19	Graphodata	Aachen	1.600	20
19	Zoom Werbeagentur	Elsdorf	1.600	20
21	LC Lead Communications	Köln	2.500	8
22	Schwind	Bonn	1.500	25
23	more4you-cologne	Köln	1.690	12
24	Power+Radach Werbeagentur	Aachen	1.500	16
24	Rincón Design	Köln	1.600	12
26	Porschen Media	Merzenich	1.100	19
27	Medienhaus-Eifel	Mechernich	1.434	13
28	Alle Freiheit Werbeagentur	Köln	1.098	18
29	Relation Design & Kommunikation	Köln	1.149	12
29	Wavepoint	Leverkusen	1.022	16
31	Bosbach Kommunikation & Design	Köln	1.250	9
32	Artenreich Werbeagentur	Köln	900	8
32	Camedien	Troisdorf	900	8
34	Werbeagentur Maas	Bad Honnef	850	13

Alle 52 Unternehmen im Ranking finden Sie online

www.koeln-bonn-aachen-manager.de

Lemm Werbeagentur

BESTÄNDIGKEIT TRIFFT AUF INNOVATION

Über 30 Jahre Erfahrung und visionäre Neuerungen verbinden sich zu maßgeschneiderter Werbung.

DIE GRÖSSTEN WERBEAGENTUREN
RANG 6
KÖLN/BONN/AACHEN

Seit mehr als 30 Jahren ist die Lemm Werbeagentur in Euskirchen am Markt etabliert. Das Vernetzen klassischer und digitaler Werbemaßnahmen über alle relevanten Kanäle hinweg steht dabei im Fokus des Handelns. Durch maßgeschneiderte Konzepte gewährleisten die Werbeexperten für ihre Kunden eine einheitliche Kommunikation.

Maßgeschneiderte Lösungen bringen Erfolg

Als kreative Full-Service-Werbeagentur bedient die Lemm Werbeagentur alle Leistungsbereiche, die elementar für den Erfolg ihrer Kunden sind. Ob digital oder analog: Die Werbeexperten konzipieren kanalübergreifende Strategien und begleiten diese bis hin zur Umsetzung. Proaktivität und Engagement, ein konsequenter Fokus auf das Ziel und das Gespür für Märkte und Menschen sind dabei das Fundament des Erfolgs. So entstehen wirkungsvolle Werbestrategien und -konzepte. „In den über 30 zurückliegenden Jahren gab es eine enorme Entwicklung im Werbebereich hin zu digitalen Werbeformen. Inzwischen erzielen wir fast zwei Drittel der Umsätze im Online-Bereich“, bilanziert Geschäftsführer Theo Lemm. Als Full-Service-Werbeagentur setzen die Spezialisten verstärkt auf die komplette Vermarktung entlang der Customer Journey. Sie bieten maßgeschneiderte Lösungen, die Print- und Online-Maßnahmen perfekt verknüpfen.

Bestens aufgestellt (v.l.n.r.)
Key-Account: Thomas Pietsch und Maik Wissmann, Geschäftsführer: Lars Probson, Gesellschafter & Berater: Theo Lemm

Kanalübergreifende Strategien sind effektiv

Das Leistungsspektrum der Lemm Werbeagentur hat sich ebenso weiterentwickelt wie die Kanäle, mit denen die Endkunden effektiv angesprochen werden. Die Text, Marketing- und Webspezialisten arbeiten eng zusammen. Sie schaffen ein Endprodukt, das Aufmerksamkeit erregt und suchmaschinenoptimiert ist. Sie erzielen Conversions, machen also aus interessierten Webseitenbesuchern handelnde Nutzer. „Für einige Kunden haben wir digitale Schaufenster als eine wichtige Informations- und Inspirationsquelle für potenzielle Endkunden aufgesetzt. Sie wollen wissen, welche Marken geführt werden und ob sich der Besuch des Ladengeschäfts für sie lohnt“, erklärt Theo Lemm und führt weiter aus: „Für manche Kunden sind wir sogar noch einen Schritt weitergegangen und haben Onlineshops entwickelt, die viele Absprungmöglichkeiten in den stationären Handel bieten. Trotz alledem ist Print nach wie vor ein wichtiges Medium, um potenzielle Kunden in die digitalen Erlebniswelten zu führen.“

Die vielseitige Werbeagentur aus Euskirchen betreut Handelsgeschäfte, Verbundgruppen und regionale Unternehmen sowie einige Kommunen. 30 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter halten die Full-Service Agentur auf Erfolgskurs. Alle Agenturkunden profitieren von einem breit aufgestellten Lemm-Team mit einem reichhaltigen Erfahrungsschatz. ■

Kontakt

Lemm Werbeagentur
30 Jahre Lemm

Lemm Werbeagentur GmbH
Thomas-Eßer-Straße 86, 53879 Euskirchen
Telefon: 02251 7926-0
Telefax: 02251 7926-26
info@lemm.de
www.lemm.de

Licht an: Musikevents stehen nach der Pandemie wieder hoch im Kurs

Hybrid ist das neue Normal

LAGERFEUER WIRD DIGITAL

Wie Eventagenturen Live- und Online-Erlebnisse verbinden. Hybride Events verbinden das Beste aus beiden Welten. Je emotionaler das Kommunikationsziel gewählt ist, desto hybrider sollte die Veranstaltung ausgerichtet werden.

Die Pandemie hat tiefe Spuren hinterlassen. „Abgesehen von globalen oder geopolitischen Entwicklungen, die das Potenzial haben, von heute auf morgen alles auf den Kopf stellen zu können, sehe ich drei starke Entwicklungen in der Veranstaltungswirtschaft: die Nachhaltigkeit, die Herausforderungen durch die fehlenden Arbeitskräfte sowie die Digitalisierung mit den fortschreitenden Möglichkeiten der Virtualisierung, der KI sowie des Datenmanagements“, sieht Markus Illing, Vorstandsvorsitzender der Bundesvereinigung Veranstaltungswirtschaft fwd das „New Normal“.

Bei einem Umsatz von 81 Milliarden Euro und 1,13 Millionen Erwerbstätigen schlitterte die Veranstaltungswirtschaft als sechsgrößte Wirtschaftsbranche in Deutschland 2020 in das Krisenvirus. Die Covid-Lawine traf den Kulturveranstaltungsbereich ebenso wie die Musikszene, die Messe-, Kongress- und Tagungswirtschaft, die Betreiber von Veranstaltungshäusern und Musikclubs, die Agenturen und Künstlervermittler bis hin zum Schaustellergewerbe sowie die 243.000 vor allem im Dienstleistungsbereich tätigen Solo-Selbständigen: Von heute auf morgen ließ der faktische Lockdown die Branche implodieren. Das war der Start, neue Wege zu beschreiten.

Wertvolle Ergänzung

„Die Veranstaltungsbranche wird nicht mehr so sein, wie sie vorher war“ hieß schnell die Prognose. Das wurde insbesondere am Publikum deutlich: Das blieb (gezwungenermaßen) fern, beteiligte sich später auf Distanz. Aber die Branche reagierte auf Hygienestress und Autokino. Neue Formate, neue Technik, ein neuer Wirtschaftszweig veränderte die Event- und Kommunikationswelt. Die virtuelle Welt eroberte das Business.

„Als Fachverband für Messen und Ausstellungen betrachten wir digitale Formate als wertvolle Ergänzungen physischer Events, die in speziellen Anwendungsfällen ihre Berechtigung haben. Insbesondere zur Ergänzung sehen wir eine wachsende Bedeutung digitaler Services“, ist Henning Könicke vom FAMA-Fachverband Messen und Ausstellungen überzeugt: „Messen und Ausstellungen sind immer das Besondere. Sie sind wahrhaftige Höhepunkte, an denen sich Menschen persönlich begegnen, sich austauschen, einander zuhören und gemeinsam Informationen, die durch digitale Medien schwirren, von Angesicht zu Angesicht auf den Prüfstein legen können“.

Ideale Flankierung

„Digitalisierung bedeutet kein Entweder- oder zur analogen Präsenz, sondern eine wohl überlegte Kombination aus den besten Elementen beider Welten. Virtual Reality macht insbesondere Dienstleistungen intensiv erlebbar. Digitale Touchpoints werden in die Customer Journey sinnvoll integriert. Echte Messeauftritte werden durch kluge digitale Lösungen, Erweiterungen und Verlängerungen ideal flankiert. Digitale Verlängerungen ermöglichen auch die Teilnahme an weit entfernten Orten oder bei plötzlich auftretenden Hürden für eine Teilnahme“, ist auch Jörn Holtmeier überzeugt Für den Geschäftsführer im Verband der deutschen Messewirtschaft AUMA steht aber eindeutig fest: „Das Format Präsenzmesse zu digitalisieren hat nicht funktioniert“.

„Das Bedürfnis, sich physisch zu treffen, ist immer noch groß. Aber wir müssen uns bewusst machen, dass Formate sich grundlegend ändern müssen“, ist Ulrike Tondorf, Head of Brand Activation & Engagement, bei der Bayer AG überzeugt. Sie verweist auf die zunehmende Dichte neuer technischer Möglichkeiten. Kreative und innovative virtuelle Ansätze

© panoramarx - stock.adobe.com

Ruhe vor dem Sturm

seien die Antwort, die neben den physischen Formaten einen dauerhaften Platz im Mix der Aktivierungsoptionen behalten werden. Das Event-Format werde dadurch nicht verdrängt, wohl aber ergänzt und verändert.

„Eher halbhybrid“

Für einige Verbände und viele Akteure und Anbieter steht fest: Die Tagungs- und Eventbranche wird nie wieder so sein wie einst. Der Strukturwandel habe sich noch einmal enorm beschleunigt und werde vor allem den Trend zu hybriden und räumlich verteilten Veranstaltungen noch weiter zunehmen lassen, weiß Ralf Schmitt. Der Geschäftsführer der Veranstaltungsagentur Impulspiloten analysiert einen Hype der hybriden Events. Die seien im engeren Sinne jedoch hauptsächlich teilhybrid, da das Publikum zumeist ausschließlich online teilnehme, das Programm des Events hingegen mit Gästen, Show Acts und Keynotes in einem Streamingstudio stattfinde. Im Streaming- oder Pop-up-Studio seien Moderator und einige Akteure live vor Ort, andere werden nach Bedarf in den Livestream zugeschaltet. Das Publikum verfolgt die Veranstaltung rein digital vom PC, Smartphone oder Tablet aus.

Persönliches Miteinander

„Gemeinsame Lagerfeuermomente“ seien für das soziale Wesen Mensch nach wie vor universell. Veranstaltungen könnten durch die digitalen Möglichkeiten aber sehr viel flexibler werden. „Reine Live-Events werden nicht mehr das Nonplusultra sein. Bei der Wahl des Formats gilt es, Kosten, Reichweite, Reisezeiten und CO2-Bilanz genau abzuwägen. Letztendlich werden mit der richtigen Ausgewogenheit an digitalen Möglichkeiten flexible Mischformate entstehen, die die gewünschte Zielgruppe und ihre Bedürfnisse erreichen, mit überlegter Ausgestaltung begeistern und damit auch in Zukunft erfolgreich sein werden“, analysiert Schmitt. Bei Events gehe es nicht nur um reine Wissensvermittlung, sondern auch um das Erlebnis, zum gemeinsamen und persönlichen Miteinander. Für die Zukunft werde die Frage, inwieweit dabei digitale Komponenten eine Rolle spielen, eine weitere Dimension hinzufügen. „Dabei gilt als Faustregel: Je emotionaler das Kommunikationsziel gewählt ist, desto hybrider sollte die Veranstaltung ausgerichtet werden“.

Kein Zaungeist sein

Die Herausforderung eines hybriden Events besteht darin, die Eventdramaturgie für die digitalen Teilnehmer gleichberechtigt zum Livepublikum zu konzipieren. Der Teilnehmer am Bildschirm sollte nicht das Gefühl eines Zaungastes haben, sondern ebenso Erlebnisse erfahren wie ein Teilnehmer vor Ort. „Applaus und Lachen generieren Liveatmosphäre, die wirkt auf die Akteure auf der Bühne. Kombiniert lässt sich eine fast unbegrenzt skalierbare digitale Reichweite erzielen“. Fazit der Befürworter: Hybride Events verbinden das Beste aus beiden Welten. Die Aspekte physischer Events (Multisensualität, persönlicher Dialog, erlebnisorientierte und emotionale Ansprache) ergänzen sich durch die Vorteile der digitalen Kommunikation (Reichweite, Nachhaltigkeit, Effektivität und Effizienz, Convenience). Die Synthese von live und digital schaffe Synergien und ermögliche gänzlich neue Veranstaltungsformate und Kommunikationsstrategien.

Reinhold Häken | redaktion@regiomanager.de ■

©AUMA

Jörn Holtmeier, Geschäftsführer AUMA

DIE GRÖSSTEN EVENTAGENTUREN

Empfohlene Unternehmen

Movendi	Lohmar	www.movendi.de	Seite 45

Das Köln/Bonn/Aachen-Ranking

Rang	Unternehmen	Hauptsitz	Umsatz in Tsd.	Mitarbeiter
1	Intercom - Die Veranstaltungsagentur	Köln	7.000	39
2	Projektservice Schwan	Meckenheim	5.900	48
3	Rheinsport Agentur für Sportmarketing	Köln	5.050	38
4	GES Global Event Solutions	Aachen	2.100	10
5	Movendi	Lohmar	4.500	7
6	4attention	Köln	1.850	10
7	KEM - König Event Marketing	Köln	1.750	10
8	Agentur Strothmann	Bergisch Gladbach	950	11
9	TSI Meeting & Event	Leverkusen	900	5
10	Eventagentur Artimage	Leverkusen	820	5
11	Teamtravel International	Köln	700	7

Alle Unternehmen im Ranking finden Sie online www.koeln-bonn-aachen-manager.de

OMG, NICHT NOCH MEHR RANKINGS!

REGIO MANAGER

Doch! Aber nur online. Folgende Branchenrankings wurden in den letzten Wochen aktualisiert, aber nicht in der vorliegenden Printausgabe abgedruckt.

- **Druckereien**
- **Eventlocations**
- **Lettershops**
- **Messebauer**
- **Werbeartikelhändler**
- **Werbetechniker**

Wenn Sie wissen wollen, welche Unternehmen die größten und besten dieser und vieler weiterer Branchen sind, dann schauen Sie mal auf regiomanager.de/koeln-bonn-aachen und entdecken Sie

- **B2B-Content für ganz NRW: 7 Wirtschaftsregionen, 54 Kreise, 398 Städte**
- **Über 200 verschiedene B2B-Branchenrankings**
- **Die Rangpositionen von über 30.000 Unternehmen**
- **Rangpositionen innerhalb NRW, der Region, dem Kreis oder dem Ort darstellbar**

AUF WELCHEM RANG STEHT IHR UNTERNEHMEN?

So geht B2B heute.
regiomanager.de/koeln-bonn-aachen

movendi

EXPERTEN FÜR LIVE-KOMMUNIKATION

Die Top-Eventagentur movendi setzt mit langjähriger Erfahrung kreative und maßgeschneiderte Events um, die sowohl digital als auch analog begeistern.

DIE GRÖSSTEN EVENTAGENTUREN — RANG 5 — KÖLN/BONN/AACHEN

movendi steht für die professionelle Umsetzung von Firmen-Botschaften in unvergessliche Events – analog und digital. Die Agentur übernimmt Konzeption, Recherche, Teilnehmerverwaltung, Budgetkontrolle, Medienproduktion, Abwicklung und Nachbetreuung. Mit ihrer langjährigen Erfahrung kreiert die Top-Eventagentur aus Lohmar-Honrath maßgeschneiderte Ereignisse, die begeistern.

Ein starkes Jahr 2024

Nach der Pandemie, die digitale Events dominierte, kehren Kunden verstärkt zu Präsenzveranstaltungen zurück. „Live-Kommunikation bietet einen emotionalen Mehrwert, der nicht zu ersetzen ist“, erklärt Geschäftsführerin Anja Brzeski. Langjährige Kunden wie MediaMarktSaturn, Flix oder Comprix setzen wieder auf physische Events – teils stärker als je zuvor. Besonders Jubiläumsfeiern wie das 50-jährige Bestehen eines bekannten Bio-Pionier Deutschlands sind Highlights: „Die Erwartungen an Einzigartigkeit, Dramaturgie und Storytelling machen diese Projekte besonders spannend“, ergänzt Thomas Bruchhäuser, kreativer Kopf des Führungsteams.

Das „WIR“-Festival: Ein Familienfest

movendi gewann den Pitch um das Jubiläum und inszenierte auf dem Firmengelände im Dreiländereck ein Fest für 4.000 Gäste. Das „WIR“-Festival bot Musik, Streetfood, Fahrgeschäfte, Aktivitäten und ein Festprogramm, das selbst die Gründerfamilie begeisterte. Höhepunkt war eine Drohnenshow, die die Werte des Bio-Handelsunternehmens visuell beeindruckend darstellte. Der Gründer resümierte: „Noch schöner, als ich es mir hätte vorstellen können.“

100 Jahre Koelnmesse – eine Zeitreise

Auch für die Koelnmesse durfte movendi ein herausragendes Jubiläum konzipieren. Geschäftsführer Gerald Böse suchte ein kreatives Konzept zur Feier des 100-jährigen Bestehens und der Eröffnung des neuen CONFEX-Kongresszentrums. movendi überzeugte mit dem Leitmotiv „Gestern, Heute, Morgen – Koelnmesse verbindet“. Die Gäste wurden auf eine Zeitreise mitgenommen, die von 20er-Jahre-Entertainment bis zu futuristischen Walkacts reichte. Ein „Zeittunnel“ verband das CONFEX-Foyer mit der Eventhalle. Höhepunkt war ein 100-minütiger Festakt, inszeniert von Thomas Bruchhäuser. Eine dreiteilige Bühne verschmolz Live-Musik, Tanz, Akrobatik, Filmeinspieler und Redebeiträge zu einem multimedialen Spektakel. Koelncongress-Geschäftsführer Ralf Nüsser lobte: „Wir arbeiten ja mit einer Vielzahl von Eventagenturen zusammen. Aber die von movendi organisierten Events zeichnen sich durch ihre besondere Kreativität aus. Und nicht zuletzt macht die professionelle Zusammenarbeit mit Euch immer besonders viel Freude!“

Das Fazit der Gäste: „Der kurzweiligste und gleichzeitig interessanteste Jubiläums-Empfang, den wir je erlebt haben!“ ■

Kontakt

movendi
artists | concepts | eventproductions

movendi GmbH
Rösrather Straße 1, 53797 Lohmar-Honrath
Telefon: 0 2206 6094-0
Telefax: 0 2206 6094-60
info@movendi.de
www.movendi.de

DIE GRÖSSTEN KONFERENZ- UND MEDIENTECHNIKER

Empfohlene Unternehmen

Ton & Technik Scheffe	Nümbrecht	www.tontechnik-scheffe.de	Seite 46
ML-Bayer	Roetgen	www.ml-bayer.de	Seite 47

Das Köln/Bonn/Aachen-Ranking

Rang	Unternehmen	Hauptsitz	Umsatz in Tsd.	Mitarbeiter
1	Kuchem Konferenz Technik	Königswinter	30.800	156
2	AVE Audio Visual Equipment	Bergisch Gladbach	22.000	100
3	Tasteone AV- & IT-Solutions	Leverkusen	18.000	40
4	Brähler ICS	Königswinter	9.200	120
5	Exact Solutions	Bergisch Gladbach	8.000	30
6	G+ B Medientechnik	Bergisch Gladbach	6.500	28
7	m3connectmedia	Aachen	3.800	20
8	ALP-Media	Leverkusen	4.200	11
9	Kutschera	Köln	3.000	10
10	MP-Music Veranstaltungstechnik	Brühl	2.100	15
11	avi-sys Kommunikationstechnik	Wesseling	2.400	10
12	ML-Bayer (STARKER PARTNER 2024)	Städte-Region Aachen	2.500	7
13	AK Media	Stolberg	2.000	11
14	König Audio-Video-Technik	Köln	1.400	12
15	Ton & Technik Scheffe (STARKER PARTNER 2024)	Nümbrecht	1.500	8

Alle 18 Unternehmen im Ranking finden Sie online www.koeln-bonn-aachen-manager.de

Anzeige

TON & TECHNIK Scheffe

Diplom-Ingenieur Matthias Scheffe, Geschäftsführer

KÖLN/BONN/AACHEN MANAGER STARKER PARTNER 2024 | DIE GRÖSSTEN KONFERENZ- UND MEDIENTECHNIKER | RANG 15 KÖLN/BONN/AACHEN

Einfach alles verstehen – so lautet das Ziel der TON & TECHNIK Scheffe GmbH. Mit Expertise und Erfahrung aus über 30 Jahren Unternehmensgeschichte ist das Nümbrechter Ingenieurbüro ein zuverlässiger Partner, wenn es darum geht, Medientechnik-Installationen passgenau für Ihre Bedürfnisse zu entwickeln. Zu den Kernkompetenzen des Systemhauses gehört die dauerhafte Installation von hochwertigen Beschallungs- und Lautsprecheranlagen sowie die Integration von umfassender Videotechnik – inklusive Präsentation mit Beamer und Display sowie mit Kameras für perfekte Videokonferenzen. „Videokonferenzen sind zu einem Standard in der modernen Arbeitswelt geworden. Wir unterstützen unsere Kunden mit maßgeschneiderter Technik, um optimale Kommunikation zu gewährleisten", betont Geschäftsführer Matthias Scheffe. Ein besonderes Augenmerk liegt darauf, eine nahtlose und realistische Kommunikationsumgebung zu schaffen.

Ob Besprechungs- und Konferenzraum oder Veranstaltungsraum: Die Experten für Akustiklösungen beraten vor Ort, entwickeln individuelle Beschallungskonzepte und begleiten Sie bei der Installation, Wartung und Instandhaltung. Ein Herzensanliegen des Ingenieurbüros ist die Barrierefreiheit. Die Experten setzen Technologien für Mehrwegkommunikation ein, um Menschen mit Hörbeeinträchtigung die uneingeschränkte Teilnahme an Sitzungen und Konferenzen zu ermöglichen. So erschafft TON & TECHNIK Scheffe ein inklusives und barrierefreies Kommunikationserlebnis, um den Anforderungen aller Nutzerinnen und Nutzer gerecht zu werden. ■ **www.tontechnik-scheffe.de**

TON & TECHNIK
Einfach alles verstehen.

VERBINDEN, PRÄSENTIEREN, BEEINDRUCKEN-mit

BAYER

Konferenzräume, Besucherleitsysteme, Digital Signage & Co.

Wir finden die passende Lösung

ML-Bayer hat über zehn Jahre Erfahrung in der Entwicklung und Implementierung individueller Lösungen im Bereich der Medientechnik. Unser Ziel ist es, Unternehmen dabei zu helfen, ihre Botschaften klar, kreativ und effektiv zu kommunizieren. Wir nehmen uns Zeit, hören aufmerksam zu und sind offen für neue Denkansätze.

KONFERENZTECHNIK

Wir liefern Ihre komplett eingerichtete Medientechniklösung direkt in Ihr Unternehmen: Egal ob es sich um einen großen Konferenzraum oder einen kleinen Huddle-Room handelt – Beratung, professionelle Einrichtung und Montage erhalten Sie bei uns aus einer Hand. Unsere sofort einsatzbereiten Lösungen bieten kristallklaren Sound und hervorragende Bildqualität, damit Sie sich voll und ganz auf Ihre Webmeeting-Teilnehmer und das Wesentliche konzentrieren können: Ihr Business!

DIGITAL SIGNAGE

SAMSUNG Smart Signage Gold Business Partner 2024

„Immer die richtige Botschaft zur richtigen Zeit am richtigen Ort."

Digital Signage steht für moderne, digitale Informationsdisplays, die in unterschiedlichsten Umgebungen - von Einkaufszentren über Universitäten bis hin zu Unternehmensfoyers - eingesetzt werden, um Werbung und weitere Inhalte ansprechend zu präsentieren.
Bewegte Bilder „fangen den Blick" und bleiben im Kopf. Darüber hinaus regen sie zu Impulskäufen an. Inhalte werden standardisiert und automatisiert an Standorte, Wochentage und Uhrzeiten angepasst. Aus einer Werbefläche entstehen so unzählige neue Möglichkeiten.
Heben Sie Ihre Kommunikation auf ein neues Level mit schnellen Reaktionsmöglichkeiten und maximaler Flexibilität.

Herrkömmliches Hochglanzdisplay | **Mattes Display**

Rufen Sie uns an unter
02471-1322271
oder schreiben Sie uns eine
E-Mail an info@ml-bayer.de

QR-Code scannen &
Kontaktdaten speichern

BEREIT, DIE ZUKUNFT DER KOMMUNIKATION ZU ERLEBEN?

Nachhaltige Werbemittel

JUTE ODER PLASTIK? WIE NACHHALTIGE WERBEARTIKEL DAS MARKENIMAGE STÄRKEN

Wie Werbeartikel das Markenversprechen von mittelständischen Unternehmen stützen – und warum es so wichtig ist, Werbeartikel zu wählen, die mit Produktqualität und Unternehmenswerten zusammenpassen.

Kleine Geschenke erhalten die Freundschaft. Das gilt nicht nur im privaten, sondern auch im geschäftlichen Bereich. Hier kommen meist kleine Werbeartikel, auch Give-aways genannt, zum Einsatz, die nicht nur Freude bereiten, sondern auch die Markenbotschaft des Unternehmens transportieren sollen. In der Praxis wird dies nicht immer optimal umgesetzt und einmal quer durch den Werbemittelkatalog gekauft. Kugelschreiber, USB-Sticks, Kalender und Ähnliches sind die Klassiker bei der Auswahl. Sie sind beim Kunden beliebt und versprechen den gewünschten Werbeeffekt. Doch nur selten tragen sie zur Markenidentität bei. Dafür müssen sich die Unternehmen intensiver mit den Produkten auseinandersetzen.

Wenn Werbeartikel die Markenidentität stärken sollen, müssen sie nicht nur einen Werbeeffekt haben, sondern auch das Markenversprechen unterstützen. Natürlich muss ein vorgegebener Preisrahmen eingehalten werden und auch Aspekte wie Originalität und praktischer Nutzen sollten von den Käufern berücksichtigt werden. Zunehmend wichtiger werden aber auch Nachhaltigkeitsaspekte. Richtig eingesetzt, lassen sich damit auch Botschaften transportieren.

Beziehung zwischen Mensch und Marke entscheidend für optimalen Werbeartikel

„Werben heißt, auf den Kopf zielen – und die Brieftasche treffen", ist ein berühmtes Zitat des US-amerikanischen Unternehmers Henry Ford. Das lässt sich ganz allgemein auf Werbeartikel übertragen. Nimmt man den Aspekt Nachhaltigkeit hinzu, müsste man das Zitat erweitern und auch das Herz mit einbeziehen. Dass Werbeartikel ihre Wirkung nicht verfehlen, wurde bereits in zahlreichen Studien untersucht. So hat eine Studie des Gesamtverbands der Werbeartikelwirtschaft (GWW) gezeigt, dass Give-Aways wie beispielsweise Kugelschreiber häufig über mehrere Jahre genutzt werden und damit auch ihre Werbebotschaft über lange Zeit verbreiten können.

Dass Werbeartikel aber noch mehr können, davon ist man beim GWW überzeugt und hat dies in einer Studie über den emotionalen Wert von Werbemitteln untersuchen lassen. Mit einem klaren Ergebnis. „Die Studie hat gezeigt, dass Werbeartikel stark emotionalisieren können", so Oliver Spitzer, Managing Partner des auf Emotionsforschung spezialisierten Marktforschungsinstituts September. „Das darf im Prinzip niemanden verwundern, der schon mal einen echt guten Artikel übergeben bekommen hat." Eine zentrale Erkenntnis der Studie ist die entscheidende Bedeutung der Beziehung zwischen Mensch und Marke. Die Marktforscher identifizierten dabei drei Stufen, vom Flirt über die Romanze bis hin zur festen Beziehung. Die persönliche Beziehung zur Marke entscheidet also darüber, ob ein Werbeartikel als passend oder unpassend empfunden wird und beeinflusst damit die Markenbindung.

Nachhaltigkeit bleibt ein bedeutendes Thema

Dass sich Werbeartikel nach wie vor großer Beliebtheit erfreuen, belegen die Umsatzzahlen der Branche. Laut aktuellem Werbeartikelmonitor wurden im Geschäftsjahr 2023 fast 3,4 Milliarden Euro umgesetzt, ein Plus von 7,1 Prozent. Rund zwei Drittel des Umsatzes werden mit Werbeartikeln unterhalb der steuerlichen Freigrenze von 10 Euro erzielt. Dabei wird immer noch großer Wert auf nachhaltige Produkte gelegt und die Nachfrage nach Werbeartikeln aus deutscher Produktion nimmt stetig zu.

Zwar hat Nachhaltigkeit bei den Konsumenten momentan etwas an Bedeutung verloren, liegt aber immer noch auf einem hohen Niveau. Laut der aktuellen Studie „Green Media 3.0" der Marketingagentur Annalect hat das Thema in den vergangenen Jahren an Relevanz eingebüßt, trotzdem erachtet es noch jeder zweite Verbraucher als wichtig. Die Unternehmen halten dagegen Nachhaltigkeit und Klimaneutralität nahezu vollständig für bedeutende Themen, die zwar in der täglichen Arbeit etwas an Relevanz verloren haben, in der Unternehmenskommunikation aber wichtiger werden. „Das Thema Nachhaltigkeit ist virulent und wird uns weiter begleiten und sich weiterentwickeln. Nachhaltiges Handeln zahlt positiv auf Image und Marke ein und ist – seriös betrieben – kein Marketinggag. Auch das wissen die Menschen zu unterscheiden", sagt Nicole Olbrich, Managing Partner Research bei Annalect.

Werbeartikel können jedoch nur dann ihre Wirkung auf die Markenidentität entfalten, wenn sie im Einklang mit dem Werteverständnis und der Reputation des Unternehmens ausgewählt werden. Am Anfang raten Nachhaltigkeitsberater oft zu der Überlegung, ob Give-aways überhaupt zeitgemäß sind und zur Unternehmensphilosophie passen. Dies kann eine richtige Entscheidung sein, allerdings um den Preis einer fehlenden Werbewirkung. Es sei denn, das Unternehmen macht die Entscheidung zum Thema und stellt sie in der Unternehmenskommunikation glaubwürdig dar.

Werbeartikel sollten einen Nutzwert haben und nachhaltig sein

Glaubwürdigkeit ist das zentrale Stichwort, wenn es um nachhaltige Werbeartikel oder nachhaltige Werbung im Allgemeinen geht. Nur wenn der Zusammenhang für den Konsumenten erkennbar ist, profitiert das Markenimage. Unternehmen, die sich als nachhaltig präsentieren wollen, sollten dies bei der Auswahl berücksichtigen. Wird z.B. in der Unternehmenskommunikation das Thema Müllvermeidung thematisiert, sollte der Werbeartikel dazu passen, z.B. in Form eines wiederverwendbaren oder langlebigen Produktes, ein billiger Wegwerfartikel aus Plastik würde die Botschaft konterkarieren.

In einer aktuellen Umfrage kam die Online-Druckerei Vistaprint zu dem Ergebnis, dass für die Mehrheit der Verbraucher der Nutzen den Wert eines Werbegeschenks ausmacht. Bereits an zweiter Stelle steht die Nachhaltigkeit des Produkts. Passen diese Faktoren zusammen, entsteht Kundenbindung und die Markenbekanntheit profitiert. Mehr als 70 Prozent der Befragten gaben an, dass Werbegeschenke ihre Markenwahrnehmung positiv beeinflussen. „Die positive Wirkung von Werbegeschenken auf die Markenwahrnehmung und -unterstützung in Deutschland ist wirklich beeindruckend", sagt Sabine Leveiller, Marketingleiterin des Unternehmens. „Werbeartikel bieten eine große Chance, die Markenbekanntheit auf authentische und reale Weise zu steigern". Zu den beliebtesten Artikeln gehörten kabellose Ladegeräte und USB-Sticks, die von den Verbrauchern ganz selbstverständlich im Alltag genutzt werden und so die Markenbotschaft nachhaltig verbreiten.

Die richtigen Werbeartikel finden

Bei der Auswahl geeigneter Werbeartikel können Unternehmen schnell in eine Falle tappen. Es reicht nicht, wenn Werbeartikel als grün gelabelt sind. Sie müssen das Nachhaltigkeitsversprechen auch sichtbar einlösen und im besten Fall nachweisen können. Einkäufer sollten deshalb auf anerkannte Zertifikate wie FSC und Fair Trade achten und sich nicht auf Eigenlabels der Hersteller verlassen. Sonst besteht die Gefahr des Greenwashings, welches inzwischen auch von der EU verboten ist. Botschaft und Werbeartikel müssen also nachweisbar nachhaltig sein, damit sie ihre Wirkung entfalten. Es lohnt sich der Blick in die Details. Unterstützung bieten Hersteller wie der Versandhändler Memo, der bereits mit dem Deutschen Nachhaltigkeitspreis ausgezeichnet wurde. Die Stadt Wien bietet Unternehmen mit der Datenbank Green Gimix ein wertvolles Tool, um böse Überraschungen zu vermeiden, denn alle gelisteten Produkte müssen strenge Nachhaltigkeitskriterien erfüllen.

Thomas Feldhaus | redaktion@regiomanager.de ■

Jetzt STARKER PARTNER werden und als Branchenbester herausstechen!

KÖLN/BONN/AACHEN
MANAGER
STARKER PARTNER
2025

RANG 1
KÖLN/BONN/AACHEN

TOP 3
KÖLN/BONN/AACHEN

Als STARKER PARTNER profitieren Sie auf vielen Ebenen:

- Sie werden im Ranking Ihrer Branche optimal platziert und präsentiert.
- Sie werden als „Empfohlenes Unternehmen“ stärker wahrgenommen als Ihre Wettbewerber.
- Sie werden von potentiellen Kunden viel besser gefunden.
- Sie werden Teil eines aktiven Netzwerks und profitieren von Kontakten aus verschiedenen Branchen.
- Sie positionieren Ihr Unternehmen mit Hilfe von wertvollen Siegeln und Auszeichnungen.

Weitere Infos:

Kontakt: Alessandro Fiore, Objektleiter
alessandro.fiore@brinkschulte.com • 02932 / 97 75 - 26

DIE GRÖSSTEN VERANSTALTUNGSTECHNIKER

Empfohlene Unternehmen

CDS Communication Design Studios	Leverkusen	www.cds.de	Seite 51

Das Köln/Bonn/Aachen-Ranking

Rang	Unternehmen	Hauptsitz	Umsatz in Tsd.	Mitarbeiter
1	Gahrens & Battermann	Bergisch Gladbach	38.467	202
2	MLS | Magic Light+Sound	Köln	15.000	85
3	Müllermusic Veranstaltungstechnik	Köln	7.900	83
4	Contour Veranstaltungsservice	Bergisch Gladbach	3.300	25
5	Babbel & Haeger	Bergneustadt	5.500	13
6	PA-Line Mediatechnik	Erftstadt	2.709	20
7	Padco Eventsolution	Hürth	2.510	26
8	MP-Music Veranstaltungstechnik	Brühl	2.100	15
12	CDS Communication Design Studios	Leverkusen	1.460	5

Alle Unternehmen im Ranking finden Sie online www.koeln-bonn-aachen-manager.de

---

CDS Communication Design Studios

VERANSTALTUNGSTECHNIK FÜR UNVERGESSLICHE LIVE-ERLEBNISSE

Anzeige

Communication Design Studios GmbH – Experten für audiovisuelle Technik und maximale Reichweite bei Events.

DIE GRÖSSTEN VERANSTALTUNGS-TECHNIKER
RANG 12
KÖLN/BONN/AACHEN

Die Communication Design Studios GmbH (CDS) ist seit fast 35 Jahren eine feste Größe im Bereich der Veranstaltungstechnik und Live-Kommunikation. Gegründet und geleitet von Michael Scheck, steht das Unternehmen für innovative Lösungen in der Projektionstechnik, Videotechnik und Computertechnik und bietet umfassende Dienstleistungen im Bereich audiovisueller Medien für Events jeder Art. Ob bei Tagungen, Konferenzen, Messen oder großen Events – CDS sorgt stets für den optimalen Einsatz modernster Technik, um die Botschaften der Kunden eindrucksvoll in Szene zu setzen.

Das Firmengebäude in Leverkusen.

Mit Sitz in Leverkusen und einem breiten Angebotsspektrum hat sich CDS auf die technische Umsetzung von Veranstaltungen spezialisiert. Kunden profitieren von der langjährigen Erfahrung des Teams, das immer auf dem neuesten Stand der Technik agiert und für die spezifischen Anforderungen jedes Projekts maßgeschneiderte Lösungen entwickelt. Ein umfassender Serviceansatz steht dabei stets im Vordergrund: Von der Beratung und Konzeption über die technische Planung bis zur professionellen Realisierung wird jedes Detail präzise umgesetzt.

Die Expertise von CDS reicht dabei weit über die Standardlösungen hinaus. Durch die enge Zusammenarbeit mit führenden Herstellern garantiert CDS hochwertige Lösungen und einen reibungslosen Ablauf – auch bei komplexen Anforderungen. Soll ein größeres Publikum erreicht werden, wird die Veranstaltung live im Internet gestreamt, sodass die Reichweite der Botschaft noch weiter erhöht wird. Die Kunden von CDS schätzen insbesondere den zuverlässigen und flexiblen Service sowie die Fähigkeit, auch kurzfristige Änderungen effektiv umzusetzen. ■

Kontakt

COMMUNICATION DESIGN STUDIOS

CDS Communication Design Studios GmbH
Maybachstraße 5, 51381 Leverkusen
Telefon: 02171 36309-0
info@cds.de
www.cds.de

Als mittelständisches Unternehmen mit innovativen Ideen hat sich Brinkschulte Medien seit 1995 einen Namen gemacht.
Für die Print- und Online-Medien unserer etablierten Marken

SÜDWESTFALEN MANAGER · KÖLN/BONN/AACHEN MANAGER · OSTWESTFALEN-LIPPE MANAGER · top magazin SAUERLAND

suchen wir

SALES MANAGER (m/w/d)

Deine Aufgaben
- Du verwaltest einen eigenen Kundenstamm und pflegst die Beziehungen zu deinen Kunden
- Du kontaktierst Unternehmer und Entscheider auf verschiedenen Kanälen
- Du gewinnst neue Kunden für etablierte Medienmarken
- Du hast eigene Ideen und entwickelst maßgeschneiderte Konzepte für deine Kunden

Deine Skills
- Du bist selbstbewusst und kontaktfreudig
- Du kannst Menschen begeistern und überzeugen
- Du bist zielorientiert und willst erfolgreich sein
- Du hast einen gesunden Ehrgeiz und Durchhaltevermögen
- Du bist clever und empathisch

Unser Angebot
- Flexible Zeitgestaltung
- Flexibler Arbeitsort (Arbeitsplatz im Büro + Home Office + Außendienst)
- Erfolgsorientiertes Einkommen ohne Limit
- Fahrzeug mit Privatnutzung oder Kilometergeld
- Karriereperspektiven: schneller Aufstieg in leitende Stellung möglich

Ob Medienprofi oder Quereinsteiger, gerne mit Vertriebserfahrung in anderen Bereichen, sende uns einfach deinen Lebenslauf mit Passbild per E-Mail an: **arnsberg@brinkschulte.com**. Alles Weitere klären wir gerne in einem persönlichen Gespräch.

BRINKSCHULTE MEDIEN

Brinkschulte Medien A GmbH & Co. KG
Möhnestraße 55, 59755 Arnsberg

Ranking

DIE GRÖSSTEN TAGUNGSLOCATIONS

Empfohlene Unternehmen

Stiftung Fabrik für Kultur & Stadtteil, Düren	Düren	www.becker-und-funck.de	S. 53

Das Köln/Bonn/Aachen-Ranking

Rang	Unternehmen	Hauptsitz	GT*	TR**
1	Phantasialand	Brühl	4.966	30
2	Bonn Conference Center Management	Bonn	2.552	14
3	Kameha Grand	Bonn	1.865	9
4	Bayer Gastronomie	Leverkusen	1.205	13
5	The New Yorker Hotel	Köln	1.200	12
5	Forum Leverkusen	Leverkusen	1.200	13
7	Maritim Hotel	Köln	1.100	22
8	Pullman Cologne	Köln	808	16
9	Stadthalle Köln-Mülheim	Köln	750	2
10	Steigenberger Icon Grandhotel & Spa Petersberg	Petersberg	463	14
11	Hilton Cologne	Köln	446	12
12	Schloss Arff	Köln	430	8
13	Leonardo Royal Köln - Am Stadtwald	Köln	416	7
14	KölnSKY	Köln	400	5
15	Friendly Cityhotel Oktopus	Siegburg	382	4
16	Wolkenburg	Köln	380	4
17	Park-Hotel Nümbrecht	Nümbrecht	379	13
18	Hotel Best Western Plus ?	Köln	360	12
19	Seminaris Hotel Bad Honnef	Bad Honnef	350	21
19	President Hotel	Bonn	350	7
19	Kranz Parkhotel	Siegburg	350	14
19	Gustav - Stresemann - Institut	Bonn	350	32
23	NH Collection Köln Mediapark	Köln	317	7
24	Gut Hohenholz	Bedburg	312	6
25	Dorint Hotel Bonn	Bonn	304	17
26	Carea Schlosshotel Domäne Walberberg	Bornheim	294	10
27	Ameron Köln Hotel Regent	Köln	293	5
28	Stiftung Fabrik für Kultur & Stadtteil, Düren	Düren	275	5
29	Rheinhotel Dreesen	Bonn	267	5
30	Hotel Schützenhof	Eitorf	265	8
30	Mercure Hotel Köln Belfortstrasse	Köln	265	9
32	Excelsior Hotel Ernst	Köln	259	6

STARKER PARTNER 2024

*Größter Tagungsraum in qm **Tagungsräume

Alle 71 Unternehmen im Ranking finden Sie online
www.koeln-bonn-aachen-manager.de

KONFERENZ- UND TAGUNGSRÄUME
IN HISTORISCHER FABRIK IN DÜREN
BAB A4 ZWISCHEN KÖLN UND AACHEN

TECHNISCH TOP AUSGESTATTET
CAT- U. KOAX LAN, LIVEÜBERTRAGUNG
AUS JEDEM RAUM MÖGLICH.

KONFERENZEN, SEMINARE,
PODIUMSDISKUSSIONEN
WORKSHOPS, MAKERTHONS,
AUSSTELLUNGEN, PRODUKTMESSEN

SAAL 250 QM, FOYER 180 QM
SEMINARRÄUME 110, 90, 30,25, 20 QM
(ALLE IM NETZWERK)

STIFTUNG FABRIK FÜR KULTUR UND STADTTEIL

FRIEDENSTRASSE 2 B | 52351 DÜREN
TEL.: 0170-27 36 828
INFO@BECKER-UND-FUNCK.DE
WWW.BECKER-UND-FUNCK.DE

BECKERUNDFUNCK BECKERUNDFUNCK

FÜR PRINT BLEIBEN NISCHEN

Der digitalen Content-Flut halten einige Druckmedien stand. Hilft Künstliche Intelligenz (KI) – scheinbar ein Gegenentwurf zum Print – ihm zu überleben?

© Teodora ART – stock.adobe.com

Regio Manager: *Die Zahl der Zeitschriftentitel steigt, das E-Book stagniert im Publikumsmarkt bei gut 6% Marktanteil und die Werbewirtschaft setzt wieder auf gedruckte personalisierte Werbemailings. Die Menschen scheinen Gedrucktes zu mögen. ¬Papier ist wieder etwas Besonderes; ist die Papierform auch schon ein Ausweis von Qualität?*

Mads Pankow: Man muss zwischen Textproduktion und Medium unterscheiden. Nur weil etwas in KI geschrieben wird, heißt es ja nicht, dass es nicht gedruckt werden kann und umgekehrt. Allerdings: Die Bereitschaft, KI-Texte zu drucken, ist wohl relativ gering, weil Druck nach wie vor teuer und aufwendig ist und eine überschaubare Reichweite hat. Nichtsdestoweniger können KI-Texte sehr interessant, sehr klug sein.

RM: *Sind sie schon so gut wie vom Menschen produzierte Texte?*

MP: Was einen hochwertigen journalistischen Text interessant macht, ist ja die Perspektive und Einordnung. Dies sind nicht die Stärken von KI, denn so funktionieren Sprachmodelle nicht. Die emulieren Sprache, also bilden Sprache nach. Sprachmodelle berechnen das nächste Wort nur nach der Wahrscheinlichkeit, mit der es anhand der vom KI-Sprachmodell gelernten Texte vorkommt. Das funktioniert überraschend gut, allerdings weiß die KI nicht, wovon sie schreibt, sie reproduziert nur Wahrscheinlichkeiten. Und ohne Verständnis, was Worte eigentlich bedeuten, bleibt die Reflexion, die hochwertigen Journalismus interessant macht, auf der Strecke.

RM: *Auf mich wirken KI-Texte oft weichgespült, sie wollen niemandem auf die Füße treten.*

MP: Dies liegt an der sogenannten Temperatur, die man bei generativer KI einstellen kann. Sie bestimmt, wie assoziationsfreudig so ein Modell ist, also wie verrückt es wird. Für einen etwas kreativeren Text kann man die Temperatur höher einstellen. Dann wählt die KI als nächstes Wort die zweitwahrscheinlichste statt der wahrscheinlichsten Variante. Fährt man die Temperatur immer weiter hoch, landet man irgendwann bei dadaistischen Gedichten und bei Bildgeneratoren bei abstrakten Formaten.

RM: *Welche anderen Faktoren bestimmen, wie ein Text aussieht?*

MP: Zunächst kommt das Prompting, die Instruierung: Sie können das Sprachmodell ein bisschen kitzeln und sagen: Lies mal 20 Texte von Ulf Poschardt. Und dann schreibt die KI auch so was, sowohl von der Tonalität her als auch von der Steilheit der Thesen als auch von der Entkoppelung von Fakten. Aber: Sprachmodelle wie ChatGPT oder Gemini sind durch „Alignment-Prozesse" gegangen. Da versuchen Menschen, diese antrainierten rohen Modelle durch Nacharbeiten, durch Leitplanken, durch Anweisungen in die Schranken zu weisen. Das soll vermeiden, dass solch ein Modell Verschwörungstheorien aufsitzt und anfängt zu kolportieren, dass in Europa die große „Umvolkung" stattfindet oder dass die Amerikaner nie auf dem Mond gelandet sind.

RM: *Was bedeutet das für den Journalismus?*

MP: Durch den Einsatz von künstlicher Intelligenz verändert sich das Berufsbild immer eine Stufe nach oben. Also man wird vom Journalisten zum Redakteur, man wird vom Designer zum Art Director. Man ist jetzt nicht mehr dafür zuständig, selber zu produzieren, sondern Aufträge möglichst klar zu formulieren, die generierten Texte zu korrigieren, anzugleichen und die KI zu coachen. Das alte Berufsmodell wird es bald vielleicht so nicht mehr geben, aber den Marktschreier von vor 300 Jahren gibt es ja auch nicht mehr, auch wenn das ein bisschen schade ist.

RM: *Wie hoch ist das Interesse an der Qualität von Journalismus, also an Einordnung, Reflexion von Standpunkten von Meinungen, von Abwägen, von Fact-Checking?*

MP: Das haben wir vielleicht überschätzt in den Zeiten, als Medien noch so strukturiert waren,

dass die Lesenden nicht so viel mitreden durften. Wir dachten, die Leute wollen Qualitätsjournalismus und nüchterne Information. Jetzt können die von der anderen Seite mitreden und man stellt fest: Das will eigentlich kaum jemand, tatsächlich wollen die Leute viel Emotion. Ob das jetzt auch die Wahrheit ist, was da kolportiert wird, oder einfach der Sound gut ist oder einem ein gutes Gefühl gibt, ist auch egal. Sprachmodelle haben keine Wahrheitsbindung, sondern nur eine Wahrscheinlichkeit. Wahrheit wird durch Wahrscheinlichkeit ersetzt. Da ist nicht immer eine Deckung mit den Fakten da. Damit kann man weit kommen, wie der US-Wahlkampf gezeigt hat.

***RM:** Welche Rolle spielt die Haptik von Papier?*

MP: Haptik wird grundsätzlich, glaube ich, überschätzt. Es geht nicht notwendig darum, Papier in der Hand zu haben. Es geht darum, erst mal ein Objekt in der Hand zu haben, das man so mitnehmen kann und das in sich stimmig designt und produziert ist. Ich möchte kein digitales Gerät, das mich irgendwie ablenken könnte, sondern möchte nur dieses eine Produkt in der Hand haben in seiner Vielseitigkeit. Das geht besser mit Print.

***RM:** Welche Arten von Printprodukten werden bleiben?*

MP: Im Werbebereich wird Print gefragt bleiben, weil Kataloge sich zum Beispiel in Sonderfarben drucken lassen. Ich glaube nicht an eine Renaissance der Print-Magazine. Aber Print wird immer besser seine spezifische Besonderheit herausfinden: das, was nur Print kann. Und darauf wird es sich beschränken. Weil Print teuer ist, ist man in der Selektion der Texte etwas bemühter. Print ist eher für zeitlose oder nicht unmittelbar zeitkritische Inhalte geeignet, würde ich behaupten. Da halten sich ja solche Publikationen auch. Gefragt bleiben auch ästhetisch hochwertige Formate, die ich mit an den Strand nehmen kann, die also ohne Strom und Host-Medium auskommen: zum Beispiel Urlaubsformate, Reportagemagazine, essayistische Formate mit eher geringer Auflage, Coffee-Table-Magazine an der Schnittstelle von Design, Kontemplation, leichter oder vielleicht auch schwererer intellektueller Unterhaltung, sprachlich interessante Texte.

Mads Pankow ist Moderator für Veranstaltungen und Workshops in den Bereichen Wissenschaft, Kultur und Verwaltung. Er ist als „Netzexperte" (ARD-Alpha) und „Technikphilosoph" (Der Spiegel) in TV, Radio und Print bekannt. Mads Pankow studierte Medien-, Kultur- und Organisationswissenschaften in Marburg, Malmö und Weimar.

***RM:** Also wird Print mit sehr beschränkten Aufgaben überleben?*

MP: Es ist noch nie ein Medium untergegangen, nur weil ein neues kam. Auch die Malerei gibt es ja auch immer noch, obwohl es die Fotografie längst gibt. Interessant ist dann, was mit dem vorherigen Medium passiert. Die Malerei ist abstrakt geworden in dem Moment, als die Fotografie auftauchte. Es geht eigentlich eher um eine Befreiung des Mediums von Aufgaben, für die es zuvor eher ungeeignet war. So wie Print eigentlich ungeeignet war, möglichst tagesaktuell, umfassend oder individuell Nachrichten zur Verfügung zu stellen. Da waren Rundfunk und dann später Online deutlich schneller, besser. Oder das Kino: Wir schauen dort auch nicht mehr die Wochenschau und auch nicht mehr jeden Film. Und die Karte kostet auch nicht mehr 1,50 Mark, sondern man geht dann nur für bildgewaltige opulente Filme, vielleicht auch die vom Sounddesign attraktiv sind. ■

Claas Möller | redaktion@regio-manager.de

Anzeige

Scopevisio

Cloud Unternehmertag Publikum

Cloud Unternehmertag Austellungshalle

Am 30. Januar 2025 lädt die Scopevisio AG zum 12. Cloud Unternehmertag ins Kameha Grand Bonn ein. Die Veranstaltung, eines der größten Digitalisierungs-Events in NRW, erwartet mehrere Hundert Gäste aus dem Mittelstand. Im Fokus steht, wie Geschäftsprozesse mit Best Practices und Künstlicher Intelligenz (KI) effizient automatisiert werden können. Die Teilnahme ist kostenfrei.

Thorsten Kranz, Head of AI Solutions bei DHL, gibt einen Überblick über die neuesten Entwicklungen der Künstlichen Intelligenz und erläutert Erfolgsfaktoren für ihren Einsatz in Unternehmen. Praxisbeispiele aus der KI-Nutzung bei DHL runden seinen Vortrag ab. Dr. Jörg Haas, CEO der Scopevisio AG, zeigt in seiner Keynote, wie Automatisierung Routineaufgaben effizienter macht und Mitarbeitern mehr Freiraum für wertschöpfende Tätigkeiten verschafft. "Automatisierung und menschliche Kreativität ergänzen sich", erklärt Haas. Am Nachmittag erfahren die Teilnehmer an Branchenständen, wie Automatisierung in Bereichen wie Hotellerie, Gesundheitswesen, Handel und Consulting funktioniert. Zudem gibt es zahlreiche Gelegenheiten für Networking und Austausch mit Experten zu Themen wie Finanzen und KI.

Der Cloud Unternehmertag (#CUT2025) ist ein Highlight für Geschäftsführer:innen und IT-Leiter:innen mittelständischer Unternehmen. ■

lp.scopevisio.com

SCOPEVISIO
Simplify your daily business

INSOLVENZEN IN KÖLN/BONN/AACHEN

Gewerbliche Insolvenzmeldungen von Oktober bis Dezember (09.10.–12.12.2024)

Firma	Straße	PLZ/Ort	Aktenzeichen
ShopDoc GmbH	Anna-Schneider-Steig 3	50678 Köln	70k IN 33/23
Graff Consulting GmbH	Karmeliterstr. 1	53229 Bonn	97 IN 118/24
Provity Health GmbH	Vincenz-Statz-Str. 20	50933 Köln	533 IN 1319/24
EDI GmbH	Rathausstr. 10	53225 Bonn	97 IN 50/24
Diyar Frucht GmbH	Marktstr. 10	50968 Köln	70c IN 11/23
Primaro Service GmbH	Quarzstr. 4	51371 Leverkusen	70h IN 19/24
CB Camper Base Rheinland GmbH	Herseler Str. 14	50389 Wesseling	70a IN 283/24
Projekt HLK Wohnen GmbH & Co. KG	Bergische Landstr. 82	51375 Leverkusen	502 IN 190/24
Zentra-Grundstücksgesellschaft mbH	Kaiser-Wilhelm-Ring 17	50672 Köln	36z IN 478/24
Kaiserley GmbH	Kleinstr. 16	53332 Bornheim	98 IN 82/24
Swoan GmbH	Industriestr. 10	50259 Pulheim	70k IN 146/24
Kaufhof Düsseldorf-Wehrhahn GmbH	Kaiser-Wilhelm-Ring 17	50672 Köln	36k IN 521/24
KPM Krankenpflege Merheim GmbH	Kieskaulerweg 154	51109 Köln	70f IN 80/24
Hendric Rother Agentur	Baudriplatz 1	50733 Köln	70j IN 198/24
GE Kosumi Bau GmbH	Mühlenhofweg 41	53721 Siegburg	97 IN 122/24
dare manus GmbH	Krähenberg 13	53949 Dahlem	92 IN 139/23
Isipisi Gastro UG (haftungsbeschränkt) & Co. KG	Blumenthalstr. 87	50668 Köln	70d IN 159/24
Wegatech Greenergy GmbH	Venloer Str. 301	50823 Köln	70k IN 363/24
bau & denkmalwert bauträger GmbH	Zusestr. 27	50859 Köln	70a IN 234/24
BOUS RENZMANN Cleantech GmbH	Hansestr. 47	51149 Köln	70a IN 301/24
Maul Konstruktionen GmbH	Dürerstr. 8	52146 Würselen	91 IN 220/24
AIRTECH Mangin Rheinische Klimasysteme GmbH & Co. KG	Birkenstr. 63	50374 Erftstadt	70a IN 334/23
Wegatech Handwerk GmbH	Venloer Str. 301	50823 Köln	70k IN 369/24
Beneke Kapitalanlagen GmbH	Kiefernweg 12	53783 Eitorf	96 IN 108/24
BETRIEBSwerk Unternehmensberatung UG (haftungsbeschränkt)	Zu den Gärten 4	52355 Düren	96 IN 76/24
GSE Green SolarEnergie GmbH	Bonner Str. 484	50968 Köln	70c IN 60/24
Matei Bau GmbH	Kaiserstr. 84	51545 Waldbröl	98 IN 103/23
Neos UG (haftungsbeschränkt)	Gasborn 5	52062 Aachen	91 IN 21/24
Nihat Arslan Heizung- und Sanitär GmbH	Adalbertsteinweg 79	52070 Aachen	93 IN 14/23
VILIS Service Development GmbH & Co. KG	Bergische Landstr. 82	51375 Leverkusen	502 IN 215/24
Schuhhaus Werheit GmbH	Hauptstr. 215	51465 Bergisch Gladbach	70k IN 252/24
SBS GmbH	Steinstr. 20	53844 Troisdorf	99 IN 188/24
Sander Campus GmbH	Gronerstr. 122	50354 Hürth	70j IN 193/24
DIANA Stuck und Putz UG (haftungsbeschränkt)	Frankenforster Str. 36	51427 Bergisch Gladbach	70c IN 175/24
FOREX Projektbeteiligung und Vermögensverwaltung GmbH	Cassiusweg 10	53859 Niederkassel	96 IN 122/24
EKG.Technik UG (haftungsbeschränkt)	Marienstr. 64	50825 Köln	70c IN 129/24
MIKS-Pack GmbH	Höhebusch 11	51674 Wiehl	70g IN 156/23
Dogfabrik GmbH	Waldstr. 35	52511 Geilenkirchen	93 IN 198/24
7x7sachwerte GmbH & Co. KG	Gotenstr. 23	53175 Bonn	99 IN 243/24
Bauunternehmung Berghausen GmbH	In den Wiesen 27	53227 Bonn	96 IN 141/24
Mein Markt Handels GmbH & Co. KG	Gotenstr. 23	53175 Bonn	98 IN 109/24
iQFW Akademie UG (haftungsbeschränkt) & Co. KG	Königswinterer Str. 29	53227 Bonn	99 IN 229/24
Syncerus Capital Invest GmbH	Mittelstr. 7	50672 Köln	70k IN 212/24
DESPA UG haftungsbeschränkt	Gewerbestr. Süd 8	41812 Erkelenz	45 IN 93/23

Firma	Straße	PLZ/Ort	Aktenzeichen
GP Bonn UG (haftungsbeschränkt)	Lessingstr. 46	53113 Bonn	97 IN 166/24
SMC 2 GmbH & Co. KG	Gürzenichstr. 21	50667 Köln	70k IN 337/24
Walloschke Oberflächentechnik GmbH	Hommericher Str. 1	51789 Lindlar	70k IN 375/24
Sicherheitstechnik Lohmar GmbH	Scheiderhöher Str. 30	53797 Lohmar	99 IN 95/23
BKS Beteiligungs- und Innovations- GmbH	Kölner Str. 26	51149 Köln	70a IN 209/24
Astonk International GmbH	Salbeiweg 12	51109 Köln	70a IN 151/24
testflow Systems GmbH	Neue Weyerstr. 2	50676 Köln	70k IN 157/24
TS Buchführungsservice-UG (haftungsbeschränkt)	Mainstr. 30	51149 Köln	70k IN 138/24
Albert Rubel Malerbetrieb GmbH	Gangolfusstr. 2	52391 Vettweiß	91 IN 286/24
E.A. Isoliertechnik GmbH	Römerstr. 69	50127 Bergheim	70c IN 166/24
agado - social solutions GmbH	Koblenzer Str. 112	53177 Bonn	95 IN 49/24
VKK Klassik GmbH	Hoholzstr. 43	53229 Bonn	97 IN 105/24
MIKA Med GmbH	Mottmannstr. 1	53842 Troisdorf	98 IN 85/24
epsotech Holding GmbH	Im Reinfeld 2	52428 Jülich	70c IN 184/24
Willms & Azizian Energy GmbH	Gottlieb-Daimler-Str. 23	53879 Euskirchen	99 IN 215/24
KWARTIER GmbH & Co. KG	Gürzenichstr. 21	50667 Köln	70k IN 339/24
Don Gelati Rheinberggalerie GmbH	Mittelstr. 16	50672 Köln	70c IN 173/24
Hof-Gastro GmbH	Büchel 22	52062 Aachen	91 IN 168/24
Mu-Ki. Bau GmbH	Helleter Feldchen 2	52146 Würselen	93 IN 115/24
HTB GmbH	Limburger Str. 5	50672 Köln	70d IN 242/24
B. S. Design UG (haftungsbeschränkt)	Schnitzlerweg 30	50354 Hürth	70a IN 242/24
taglicht Studios GmbH	Cäsarstr. 58	50968 Köln	70k IN 382/24
TJP GmbH & Co. KG	Am Kirchweiher 21	51570 Windeck	96 IN 129/24
Montec Fertigteilmontage UG (haftungsbeschränkt)	Myhler Str. 81	41836 Hückelhoven	19 IN 52/24
HAS GEYLANI MÖBEL GmbH	Dr.-Gottfried-Cremer-Allee 31	50226 Frechen	70d IN 54/24
XProtect GmbH & Co. KG	Kölnstr. 95	52351 Düren	93 IN 138/24
HTS Logistik Service GmbH & Co. KG	Dürener Str. 479	52249 Eschweiler	92 IN 179/24
TEGEA Haustechnik GmbH	Driesch 31	52379 Langerwehe	92 IN 161/23
RB RheinBau GmbH	Engelbertstr. 33	50674 Köln	70h IN 146/23
Forum für Gesundheitswirtschaft gemeinnützige GmbH	Kapellenstr. 65	51103 Köln	70d IN 253/24
CG MI6 Office GmbH & Co. KG	Deutz-Mülheimer Str. 121	51063 Köln	403 IN 1968/24
One Touch GmbH	Luxemburger Str. 82	50354 Hürth	70j IN 221/24
MeCos GmbH	Am Münsterwald 9	52159 Roetgen	91 IN 278/24
Guzun Bau GmbH	Gummersbacher Str. 60	51766 Engelskirchen	70c IN 325/23
Inhouse Deutschland GmbH	Im Eicherhofsfeld 4	42799 Leichlingen	70d IN 249/24
Projecta Nova GmbH	Industriestr. 1	50259 Pulheim	70j IN 179/24
Trendline UG (haftungsbeschränkt)	Luxemburger Ring 40	52066 Aachen	11 IN 33/24
faceta UG (haftungsbeschränkt)	Josef-Wirmer-Str. 29	53123 Bonn	96 IN 94/24
UNVERPACKT & NACHHALTIG GmbH	Körnerstr. 10	50823 Köln	70k IN 278/23
Häusliche Krankenpflege Faedda GmbH	Altenberger-Dom-Str. 113	51467 Bergisch Gladbach	70d IN 259/24
Next4Home GmbH	Adolf-Grimme-Allee 3	50829 Köln	70e IN 27/24
E-M Elektrotechnik UG (haftungsbeschränkt)	Britanniahütte 10	51469 Bergisch Gladbach	70c IN 198/24
Walloschke Beteiligungs GmbH	Hommericher Str. 1	51789 Lindlar	70k IN 379/24
Pflegedienst Bell GmbH	Berliner Str. 75	42929 Wermelskirchen	70j IN 209/24
RCG Gastronomie GmbH	Schadowstr. 55	50823 Köln	70j IN 186/24
B&T Invest Verwaltungs GmbH	Stoffelsstr. 9	50769 Köln	70a IN 247/24
Catharsis Distribution GmbH	Entenpfuhl 45	52525 Waldfeucht	91 IN 259/23
e.Volution GmbH	Campus-Boulevard 30	52074 Aachen	93 IN 217/24
Tief- und Leitungsbau MSG Deutschland GmbH	Heppekausenstr. 2	53721 Siegburg	96 IN 159/23
Rhein HB GmbH	Dreilindenstr. 2	50389 Wesseling	70j IN 139/24
CyBike GmbH	Am Paulshof 21	53127 Bonn	99 IN 282/24
C.A.V. Verwaltung GmbH	Justus-von-Liebig-Str. 19	53121 Bonn	99 IN 289/24
C.A.V. GmbH & Co. KG	Justus-von-Liebig-Str. 25	53121 Bonn	99 IN 288/24
Inapsys Consulting GmbH	Rüdigerstr. 85	53179 Bonn	613 IN 286/24
karriereschmiede-köln GmbH	Widdersdorfer Str. 248	50933 Köln	70f IN 105/24
KSO GmbH	Südstr. 29	53757 Sankt Augustin	98 IN 84/24

NAMEN & NACHRICHTEN

Wertgegenstände konsequent sichern: Effektiver Schutz vor Einbruch, Diebstahl und Bränden kann helfen, Versicherungsprämien zu senken.

Wer seine Wertgegenstände effektiv vor Einbruch, Diebstahl, Bränden und Vandalismus schützt, hilft sich selbst unter Umständen dabei, dass die Prämien einer Wertgegenständeversicherung gesenkt werden können. Hierauf macht Katharina Guett, Geschäftsführerin der Guett-Dern Fachbetrieb für Sicherheit GmbH aufmerksam. Eine starke mechanische Sicherheit durch Panzerriegel, Tresore, Schließfächer, Waffenschränke oder Schlösser böten nicht nur hohen Schutz, sondern könnten ebenso dazu führen, mit der Versicherung bessere Prämienkonditionen aushandeln zu können. Denn je weniger eingebrochen wird, desto weniger sollte dann vor allem die Hausratversicherung kosten. Um über einen hohen Schutzstatus zu verfügen, berät und verkauft Guett-Den an den Standorten Köln, Bonn, Düsseldorf und Essen, Sicherheits- und Schutztechnik aller Art und berät Kunden bei der Ausstattung von schutzwürdigen Räumen und Häusern. Zu den Dienstleistungen gehören effektive Einbruchschutzsysteme, Schließsysteme, Smart-Home-Systeme, Notdienstleistungen, Alarmanlagen, Tore, Brandschutzprodukte und -systeme, hochwertige Türen und Fenster, Zutrittskontrollen, Videoüberwachungssysteme, ein Schlüsseldienst und auch ein Immobilienservice. ■

Gleich zwei neue Mitglieder verstärken die bluu unit: Knipping und T&K stärken die Position der bluu unit im Norden und in der Mitte von Deutschland weiter.

Knipping Kälte & Klimatechnik GmbH und T&K Klima Team GmbH – zwei renommierte Unternehmen und neue Mitglieder der bluu unit. Die bluu unit ist eine schnell wachsende Allianz aus regional starken, eigenverantwortlichen Unternehmen in der Kälte-, Klima- und Lüftungstechnik. Durch die beiden neuen Mitglieder wird die Allianz besonders im Norden und der Mitte Deutschlands weiter gestärkt. Mit Knipping und T&K gewinnt die bluu unit neue Partner, die ihre Werte teilen: nachhaltiges Wachstum, die Dekarbonisierung ihrer Technologien und einen verantwortungsbewussten Umgang mit bestehenden Ressourcen. Diese strategische Partnerschaft steht im Zeichen gemeinsamer, nachhaltiger Innovationskraft und bietet Kunden deutschlandweit moderne und zukunftssichere Lösungen für Gebäudetechnik.

Im Zentrum der bluu unit steht eine Vision, die über technische Effizienz hinausgeht: Sie setzt auf eine umweltbewusste und zukunftsorientierte Entwicklung und etabliert sich als Vorreiter für „Green Technology“. Dies zeigt sich in ihrem klaren Fokus auf den Einsatz natürlicher Kältemittel sowie ressourcenschonender Prozesse. Dabei wirkt die Allianz nicht nur im Sinne der F-Gase-Verordnung, sondern treibt aktiv Innovationen an, die über die gesetzlichen Anforderungen hinaus zum Klimaschutz beitragen. Durch die Integration strenger ESG-Kriterien in ihre Unternehmensstrategie, schafft die bluu unit einen echten sozialen Mehrwert – nicht nur für die Partner, sondern auch für Mensch und Umwelt. Die bluu unit ist eine nachhaltige und zukunftsweisende Allianz, die technologische, ökologische und soziale Maßstäbe setzt.

Die Partnerschaft mit Knipping und T&K schafft neue Synergien und geht einen weiteren Schritt in Richtung grünere Zukunft. Die bluu unit ist ein verlässlicher Partner in der Kälte-, Klima- und Lüftungstechnik und setzt ein klares Zeichen für die Zukunft dieser Branche in Deutschland. ■

Decathlon kommt nach Leverkusen: Investition und Entwicklung zeigt erste Erfolge.

(v. l. n. r.) SWM-Geschäftsführer und Stadtkämmerer Michael Molitor | Abdelaziz Rachidi von Decathlon | SWM-Geschäftsführer Björn Krischick | Geschätsführer der Wirtschaftsförderung Leverkusen Markus Märtens

Decathlon kommt nach Leverkusen. Der Sportartikelhersteller und -händler wird der erste Ankermieter im ehemaligen Galeria Kaufhof-Gebäude in der Leverkusener Fußgängerzone.

Die Großimmobilie ist vor gut einem Jahr von der Stadtteilentwicklungs- und Projektgesellschaft Wiesdorf/Manfort (SEPG), einer Enkelgesellschaft der Stadt Leverkusen, gekauft worden. Bereits Anfang Dezember 2025 soll die neue Filiale in Leverkusen eröffnet werden.

„Für den Einzelhandel in Leverkusen und die Menschen in dieser Stadt ist es ein ganz wichtiges Zeichen, dass wir diesen ersten Ankermieter und sehr bekannten Sportartikelhersteller präsentieren können", erläutert der Geschäftsführer der Stadtteilentwicklungs- und Projektgesellschaft Wiesdorf/Manfort (SEPG), Björn Krischick. „Die Planungen zu den bevorstehenden Sanierungs- und Umbaumaßnahmen haben längst begonnen und werden mit viel Geschwindigkeit in die Tat umgesetzt."

Decathlon zieht auf 2.700 m² in die erste Etage der Großimmobilie zuzüglich rund 700 m² Außenbereich ein. Decathlon betont die zentrale Lage zwischen Köln und Düsseldorf und den attraktiven Wirtschaftsstandort Leverkusen. Rund 45 neue Arbeitsplätze werden durch die Eröffnung geschaffen.

„Die Ansiedlung des ersten neuen Mieters im ehemaligen Kaufhof-Gebäude ist ein äußerst positives Signal für die Belebung unserer Innenstadt", berichtet der Geschäftsführer der Wirtschaftsförderung Leverkusen, Markus Märtens. „Wir hoffen, dass dieser Schritt eine Sogwirkung entfaltet und weitere Unternehmen ermutigt, sich hier anzusiedeln. Die zentrale Lage Leverkusens macht unsere Stadt auch für Einkäufer aus dem Umland attraktiv und stärkt unsere Position als lebendiger Handels- und Wirtschaftsstandort." ■

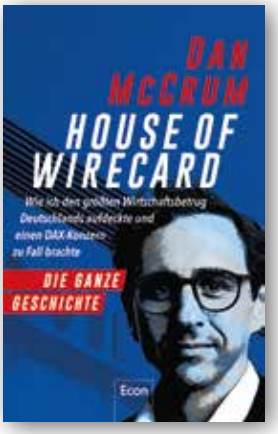
Bonn Connect: Netzwerken für Bonn und die Region: Rund 230 Gäste trafen sich zu Austausch und Diskussion im Mercedes-Benz-Haus der RKG.

Am 14. November 2024 fand die sechste Auflage von Bonn Connect im Mercedes-Benz-Haus der Rheinischen Kraftwagengesellschaft (RKG) statt. Die Veranstaltung, die von der RKG und dem General-Anzeiger Bonn organisiert wurde, zog rund 230 Teilnehmer aus Wirtschaft, Kultur, Politik, Sport und Gesellschaft an.
General Anzeiger-Geschäftsführer Kersten Köhler eröffnete die Veranstaltung mit einem Dank an alle Partner: „Viel ändert sich in der Welt, viel ist in Bewegung, aber wir können zum sechsten Mal hier sein." Auch RKG-Geschäftsführer Kai-Uwe Frank betonte die Bedeutung der Veranstaltung, während André Garrels, der neue Geschäftsführer der RKG, seinen Einstand mit charmanten Anekdoten aus seiner Jugend in Bonn bereicherte: „Ich habe hier schon jemanden getroffen, mit dem ich Musik gemacht habe, als ich 16 war."
Neben spannenden Diskussionen und Vorträgen präsentierten die Bonn Capitals ihre sportlichen Erfolge. Nachwuchsspieler Erik Kunze und Ex-Trainer Markus Solbach standen auf der Bühne und repräsentierten den Bundesliga-Baseball-Club, der bei Finalspielen bis zu 2.000 Zuschauer anzieht.
Auch kulinarisch war die Veranstaltung ein Genuss: Mit herbstlichen Speisen aus dem Hause Brogsitter und Pralinen von Oliver Coppeneur wurden die Gäste verwöhnt. Wer lieber selbst kreativ wird, konnte sich über das neue Kochbuch „Mein Gericht. Kochen mit dem Profi" von Antje Heel freuen.
Bonn Connect zeigte erneut, wie erfolgreich Netzwerken in einer entspannten und anregenden Atmosphäre gelingt. Die Mischung aus gesellschaftlichem Austausch, Kultur und Sport machte die Veranstaltung zu einem vollen Erfolg. ■

BEST OF BUCHVORSTELLUNGEN VON 2021 BIS 2024

Dominik Imseng: Chief Behavioral Officer
Vahlen
180 Seiten || 18,90 €

Das vorliegende Buch lässt sich ganz einfach mit einem Satz umschreiben: Manches ist nicht logisch – aber psychologisch. Es geht im „Chief Behavioral Officer“ – übrigens sehr unterhaltsam geschrieben – um eine Praxis in Vertrieb, Marketing und Führung, die weitab von der Lehrbuchwirtschaft und dem logischen Homo oeconomicus liegt. Man merkt Imseng an, dass das große Vorbild seiner Arbeit das Werk des Wirtschaftnobelpreisträgers Daniel Kahnemann ist. Aber da, wo für den „Otto Normalleser“ der Kahnemann unlesbar ist, setzt Imseng an – und dies mit vielen Gedankenansätzen, die sicherlich auch zur einen oder anderen Diskussion führen können. Zwar kein Buch für eine konservative Grundhaltung, aber für Leser, die ihren Horizont erweitern wollen und „Musterdurchbrechung“ zulassen, durchaus.



Dan McCrum: House of Wirecard
Econ
464 Seiten || 25,00 €

Ist das schon True Crime? Auf jeden Fall sind es zwei Wirtschaftskrimis in einem – nämlich einerseits die gesamte Geschichte von Wirecard, einer Unternehmung, die ursprünglich von einem Unternehmer der Porno-Branche zur Abrechnung diverser Abos gegründet wurde und sich dann eine Bank „einverleibte“. Andererseits die Geschichte der Aufdeckung eines Wirtschaftsskandals und der Bedrohungen, denen der investigative Journalist Dan McCrum und seine Familie ausgesetzt waren. McCrum, Journalist bei der Financial Times, stieß schon vor einigen Jahren auf erste Ungereimtheiten und führte seine Recherchen weiterhin durch, während das Unternehmen beständig weiterwuchs und großen Einfluss bekam. Der Rest der Geschichte ist bekannt! Und zwischendurch schüttelt der Leser den Kopf: „Wie war das alles bloß möglich?“

Reinhart/Mayer/Greiner: Künstliche Intelligenz
Vogel Compendium
243 Seiten || 34,80 €

Seit Anfang 2023 ist das Thema künstliche Intelligenz in den Medien und sozialen Netzwerken mehr als präsent. Dabei ist es grundlegend kein neues Thema. Die Autoren stellen zunächst die Hintergründe der künstlichen Intelligenz vor, was darunter zu verstehen ist und wie sie bereits in technischen Alltagsgegenständen uns eben mitbestimmen. Auch wenn das zunächst trocken klingt, ist dies allgemeinverständlich vermittelt. Im weiteren Verlauf werden unternehmerische Praxisszenarien entworfen und bewertet und so wird vermittelt, wie KI Prozesse optimieren und beeinflussen kann. Selbstverständlich bekommen auch Ängste und Risiken ihren Raum. Reale, teils skurrile Praxisbeispiele, wie der finnische KI-Richter, runden das Bild des Realitätsbezuges ab. Aufgrund der thematischen Aktualität eine wichtige Einführung in das Thema!

Grundwald/Schwill: Nachhaltigkeitsmarketing
Schäffer Poeschel
391 Seiten || 49,95 €

Nachhaltigkeitsmarketing ist ein Themenfeld, das aus Konsumenten- und Kundensicht einen größer werdenden Fokus einfordert, zu dem es bislang aber wenig wirklich griffige Bücher auf dem Markt gibt. Und hier kommt schon das erste Thema, mit dem das Buch „aufräumt“ – Nachhaltigkeit ist nicht nur eine ökologische Komponente, sondern auch eine soziale und eine ökonomische. Zugegeben, ein wenig „sperrig“ ist dieses Buch teilweise auch, es ist eben von zwei Universitätsprofessoren geschrieben, die sich zwar an Praktiker wenden - aber Struktur und Duktus sind eben anders, als ein reines „Praxisbuch“. Trotzdem ist das Thema sehr umfassend und für den Anwendungsbereich sehr umfassend und umsetzbar dargestellt und erweitert das klassische Marketing um die eben beschriebenen drei Komponenten.

Andreas Kaldewey | redaktion@regiomanager.de

KOLUMNE
Parallelwelten

VON GRÜNKOHLESSEN, SCHLANGEN UND EINER BRIEFFLUT

Bei all dem, was zurzeit in der Welt passiert, muss man sich hin und wieder ablenken, meint Simone Harland.

Trump, Wahlkampf, Trump, Ukraine-Krieg, Wahlkampf, Naher Osten, Wahlkampf – das sind die derzeit vorherrschenden Themen in den deutschen Medien. Irgendwie hängt dann noch alles mit allem zusammen. Sich einen kompletten Überblick zu verschaffen, ist kaum möglich. Zumal die Informationen etwa aus Kriegs- und Krisengebieten in der Regel nicht neutral sind und manches aus Taktikgründen verschwiegen wird. Ich bin derzeit so satt von angstschürenden Einschätzungen der Weltlage, von einem Wahlkampf, der – so empfinde ich es – vor allem an Emotionen appelliert, statt Themen zu behandeln, und von einem Alarmismus, der zu raschen Aktionen verleitet, statt einen kühlen Kopf zu bewahren.

Deshalb werden Sie hier davon nichts lesen. Stattdessen wird dies ein Text über die absurdesten, skurrilsten Headlines, Berichte und Aussagen, die ich in den letzten Jahren gelesen oder gehört habe. Bei manchen habe ich mich gewundert, bei anderen schallend gelacht. Vielleicht geht es Ihnen ja ähnlich? Urteilen Sie selbst.

Besonders ergiebig in Bezug auf skurrile Ereignisse war die Corona-Pandemie. Auf ihrem Höhepunkt gab es eine Reihe von Vorkommnissen, die zu Überschriften und Berichten in den Medien führten, wie sie vor Corona nicht möglich gewesen wären. So textete etwa die Süddeutsche Zeitung am 12. Februar 2021 „Delmenhorst: Polizei löst Grünkohlessen im Hinterzimmer auf", weil sich einige Geschäftsleute getroffen hatten, ohne die damals geltenden Corona-Regelungen zu beachten. Die Rheinische Post berichtete am 7. Februar 2021 über eine verbotene Schneeballschlacht mit der Polizei auf den Straßen von Amsterdam. Der Hintergrund: Schneeballschlachten waren nur innerhalb des eigenen Haushalts erlaubt. Am 13. September 2021 gab es in der österreichischen Zeitung Heute sogar die Schlagzeile „IS warnt Terroristen vor Einreise nach Europa". Natürlich wegen des Corona-Virus, der eine Gefahr für die Terroristen des sogenannten Islamischen Staats (IS) hätte darstellen können. Eine weitere skurrile Schlagzeile aus Österreich fand sich am 4. April 2020 in den Salzburger Nachrichten. Sie lautete „Strafverfahren nach Parkbanksitzen in Wien eingestellt". Hier hatte ein Mann in Wien vermeintlich so auf einer Parkbank gesessen, dass Passanten beim Vorbeilaufen den vorgeschriebenen Abstand nicht einhalten konnten. Neben anderen Medien berichtete die Badische Zeitung vom 15. September 2020 darüber, dass in England eine „Lebendige Schlange als Mund-Nasen-Schutz im Bus nicht zulässig" sei. Es ist anzunehmen, dass diese Regelung in Deutschland vermutlich ebenfalls gegolten hätte, doch Näheres ist nicht bekannt. Bei dem Tier handelte sich im Übrigen um eine Würgeschlange. Alle dazugehörigen Artikel finden sich nach wie vor im Netz, falls Sie weitere Informationen, etwa zur Schlange und wie sie das Ganze überstanden hat, benötigen.Auch manche Aussagen von Politikern lassen Fragezeichen im Kopf entstehen, etwa die von Noch-Bundestagsmitglied Ganserer in einem Interview mit der taz vom 26. Juli 2021: „Aber ein Penis ist nun mal nicht per se ein männliches Genital. Es gibt halt auch Frauen, die einen Penis haben." Oder die des Staatssekretärs im Bundesfamilienministeriums und Queer-Beauftragen Sven Lehmann in einer Sendung auf 3sat: „Welches Geschlecht ein Mensch hat, kann kein Arzt von außen attestieren."

Und dann war da noch die Geschichte von dem schleswig-holsteinischen Steuerzahler, der 1700 Briefe mit dem gleichen Dokument vom Finanzamt erhielt. Der shz vom 5. November 2024 zufolge hatte er am Wochenende der Zeitumstellung einen Antrag auf einen Zugang für die elektronische Steuererklärung gestellt. Damit hatte die Technik der Finanzbehörden jedoch anscheinend ihre Probleme. Nach Angaben des Finanzamts sei sie in eine Art „Zeitschleife" geraten und habe den gleichen Brief immer wieder initiiert. Die Post weigerte sich, die Briefe zurückzunehmen, da alle mit dem Vermerk „unzustellbar" versehen hätten werden müssen.

Vielleicht sehen Sie diesen Text als eine Form der Realitätsflucht. Mag sein. Doch bedenken Sie bei allem Wahnsinn, der derzeit in der Welt geschieht: Auch all die zitierten Vorkommnisse haben ihren Ursprung in der Wirklichkeit.

Simone Harland | redaktion@regiomanager.de

UNTERNEHMENSPRAXIS

KONJUNKTUR

Stimmung in USA und China

Die Herausforderungen sind groß, doch die international aktiven deutschen Unternehmen blicken in zahlreichen Märkten zuversichtlich in die Zukunft. Das belegt der aktuelle AHK World Business Outlook, der auf den Rückmeldungen von knapp 3.500 Betrieben weltweit basiert. Wie die Befragung verdeutlicht, ist die Stimmung deutscher Betriebe an ihren internationalen Standorten weitaus positiver als in Deutschland. Trotz weltweiter Unsicherheiten – von Inflation über geopolitische Spannungen bis hin zu schwacher Nachfrage – ist die Entwicklung der Weltwirtschaft und des Welthandels robust. In den USA sind die Einschätzungen immer noch weitaus positiver als im weltweiten Durchschnitt, wenngleich sich die Stimmung der Unternehmen vor Ort während des Wahlkampfes etwas eingetrübt hat: 38 Prozent der Betriebe rechnen für die nächsten zwölf Monate mit einer besseren Konjunkturentwicklung vor Ort. Weltweit erwarten dies nur 27 Prozent. In den USA läuft es für die deutschen Unternehmen rund, und fast 60 Prozent gehen davon aus, dass sich ihre Geschäfte in den nächsten zwölf Monaten verbessern. „In Nordamerika finden deutsche Unternehmen attraktive Geschäftsbedingungen vor, die am heimischen Standort fehlen. Das gibt den Unternehmen Planungssicherheit“, so Volker Treier, Außenwirtschaftschef der Deutschen Industrie- und Handelskammer (DIHK). Die Wirtschaft in China scheint den Tiefpunkt erreicht zu haben. Dort aktive deutsche Unternehmen sind wieder etwas zuversichtlicher hinsichtlich der konjunkturellen Entwicklung vor Ort: 16 Prozent erwarten eine Verbesserung – nach nur 7 Prozent in der Vorumfrage. Dasselbe Bild zeigt sich auch für die Entwicklung ihrer Geschäfte: Hier blicken 28 Prozent der Unternehmen optimistisch ins nächste Jahr.

PERSONAL & AUSBILDUNG

Mehr Kurzarbeit

Die Unternehmen treten bei der Personalplanung auf die Bremse und beantragen mehr Kurzarbeit. Das ifo Beschäftigungsbarometer sank im November auf 93,4 Punkte, nach 93,6 Punkten im Oktober. „Die Industrie versucht, der Krise mit einer Mischung aus Kurzarbeit und Arbeitsplatzabbau zu begegnen“, sagt Klaus Wohlrabe, Leiter der ifo Umfragen. Insbesondere die Industrieunternehmen planen verstärkt, ihre Belegschaft zu verkleinern. Ähnliches gilt für den Handel, obwohl dort der Indikator leicht gestiegen ist. Die Dienstleister hatten über lange Zeit mehr Personal eingestellt – nun gehen sie eher von einer konstanten Entwicklung aus. Im Baugewerbe gibt es wenig Bewegung bei der Personalplanung. „Immer mehr Unternehmen stoppen Neueinstellungen“, sagt Wohlrabe. „Zudem diskutieren sie immer häufiger über einen Abbau von Arbeitsplätzen.“ Gleichzeitig steigt die Kurzarbeit in der Industrie. Im November setzten 17,8 Prozent der befragten Firmen in der Industrie auf Kurzarbeit, nach 14,3 Prozent im August. Für die kommenden drei Monate erwarten dies 28 Prozent (August: 23 Prozent). Im Vergleich zu vergangenen Krisen sind diese Anteile an Kurzarbeit jedoch gering. Im Frühjahr 2020, in der Corona-Pandemie, nutzten das Instrument laut den ifo Umfragen 59 Prozent der Industriefirmen. Über Kurzarbeit federn nach eigenen Angaben vor allem Unternehmen in der Metallerzeugung die Krise ab, gefolgt von den Möbelherstellern, der Autobranche, den Herstellern elektrischer Ausrüstungen sowie dem Maschinenbau.

Studierendenzahl leicht gestiegen

Im laufenden Wintersemester 2024/2025 sind nach ersten vorläufigen Ergebnissen des Statistischen Bundesamtes (Destatis) insgesamt etwas mehr als 2,87 Millionen Studierende an den deutschen Hochschulen eingeschrieben. Festgestellt wurde ein Plus von 3.300 oder 0,1 Prozent zum Wintersemester 2023/2024. „Damit ist der Rückgang der Studierendenzahlen seit dem bisherigen Höchststand im Wintersemester 2021/2022 zunächst gestoppt“, heißt es. Die Erstsemesterzahl hat sich nach ersten vorläufigen Ergebnissen gegenüber dem Vorjahr um 1,3 Prozent erhöht. Vor 2020 hatte sich die Erstsemesterzahl drei Jahre lang rückläufig entwickelt, vor allem weil die Zahl der jungen Menschen abnahm. Die Corona-Pandemie hatte diese Entwicklung 2020 noch verstärkt, da die Zahl der Ausländerinnen und Ausländer, die zum Studium nach Deutschland kamen, stark zurückging. Seit 2021 wächst die Zahl der Erstsemester aus dem Ausland wieder und hat im Studienjahr 2022 erstmals wieder zu einer positiven Entwicklung der Erstsemesterzahl insgesamt geführt. 2023 erhöhte sich dann auch die Zahl der Studienanfänger mit einer deutschen Hochschulzugangsberechtigung wieder. Bisher liegen für vier ausgewählte technisch orientierte Studienbereiche Informationen über die Erstsemesterzahl im Studienjahr 2024 vor. Im Bereich hab es ein Plus von 3 Prozent. Bei Maschinenbau/Verfahrenstechnik wurde ein Zuwachs von 4 Prozent registriert. Den höchsten prozentualen Anstieg der Erstsemesterzahl gegenüber dem Vorjahr gab es mit 6 Prozent im Studienbereich Elektrotechnik und Informationstechnik.

Bilanz: Ausländische Arbeitskräfte

Vor rund einem Jahr trat das reformierte Fachkräfteeinwanderungsgesetz in Kraft. Erste Zahlen lassen nach Ansicht der Bundesagentur für Arbeit positive Impulse erkennen. So ist die Zahl der Beratungen von im Ausland lebenden Fach- und Arbeitskräften binnen eines Jahres

um 68.000 auf 233.000 im Jahr 2023 angestiegen. Im Bereich der Erwerbstätigkeit wurden im Zeitraum Januar bis September 2024 rund 172.000 Zustimmungen zu Aufenthaltstiteln erteilt – ein Anstieg von etwa 6.850 im Vergleich zum Vorjahr. Dies zeige das steigende Interesse und die Möglichkeiten für internationale Arbeitskräfte, in Deutschland Fuß zu fassen. Das Kontingent für die sogenannte „Westbalkanregelung“ wurde von 25.000 auf 50.000 verdoppelt. Zahlreiche Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer aus den Ländern des Westbalkans nutzen diese Möglichkeit, um in Deutschland eine sozialversicherungspflichtige Beschäftigung auszuüben. Bei mehreren Ländern muss die weitere Bearbeitung der Arbeitsmarktzulassungsanfragen dennoch zurückgestellt werden, da die Bearbeitungskontingente der Visastellen bereits ausgeschöpft sind – entweder bezogen auf den jeweiligen Monat oder auf das gesamte Jahreskontingent des jeweiligen Landes.

RECHT UND FINANZEN

Weniger Überschuldung

Zum sechsten Mal in Folge ist die Anzahl überschuldeter Verbraucher zurückgegangen. „Nur“ noch 5,56 Millionen Menschen, 94.000 weniger gegenüber dem Vorjahr. Das ist ein erneuter Tiefststand. Die Überschuldungsquote, also der Anteil überschuldeter Personen im Verhältnis zu allen Erwachsenen in Deutschland, sinkt marginal um 0,06 Punkte auf 8,09 Prozent. Trotz multipler Krisen und einer lahmenden Wirtschaft scheinen die Verbraucher auf den ersten Blick unbeeindruckt zu bleiben. „Wieder ist die Überschuldung gesunken, wenn auch weniger deutlich als in den vergangenen Jahren“, sagt Patrik-Ludwig Hantzsch, Leiter der Wirtschaftsforschung bei Creditreform. „Die eigentlich guten Nachrichten haben allerdings einen ernsten Hintergrund. Die deutschen Verbraucher haben Angst vor der Zukunft und halten ihr Geld deshalb zusammen“, erläutert Hantzsch die neuen Ergebnisse. Innerhalb der Gruppe der Überschuldeten gibt es aufschlussreiche Trends. „Bei stabil bleibender Überschuldungslage insgesamt sind erneut vor allem Geringverdiener in die Überschuldungsspirale geraten“, so Michael Goy-Yun, Geschäftsführer von Creditreform Boniversum und microm. Dieser Gruppe machen vor allem die hohen Energie- und Lebensmittelpreise zu schaffen, da sie einen größeren Anteil ihres Einkommens für Grundbedürfnisse ausgeben müssen. „Außerdem sehen wir einen weiteren Anstieg bei jungen und konsumorientierten Menschen. Diese Entwicklung korrespondiert mit der zunehmenden Nachfrage nach Ratenkrediten und sogenannten „Buy now, pay later“-Angeboten. „Insgesamt sind es vor allem die Männer, die sich weitaus häufiger überschulden als Frauen – und das altersunabhängig. Doch vor allem sind es alleinerziehende Frauen, die immer noch überdurchschnittlich häufig von Überschuldung betroffen sind“, so Goy-Yun. Die Zahl der Überschuldungsfälle ist anteilig in Ostdeutschland 2024 stärker als in Westdeutschland gesunken. Beide Teile liegen aber im hellgrünen Bereich der Überschuldungsampel. Das „Sorgenkind“ bei der Überschuldungsentwicklung bleibt, wie auch in den Vorjahren, das Ruhrgebiet, heißt es von Creditreform.

DIGITALES UND DATENSCHUTZ

Server: Deutschland schwach

Der deutsche Rechenzentrumsmarkt wächst, verliert international aber an Bedeutung. Insbesondere die USA und China ziehen davon, anteilig am weltweiten Serverbestand fällt Deutschland zurück. Während Deutschlands Server-Bestand von 2,4 Millionen Stück aktuell 2,5 Prozent der weltweiten installierten Basis ausmacht, lag dieser Anteil im Jahr 2015 noch bei 3,5 Prozent. Die Leistung von Rechenzentren, die in Watt gemessen wird, zeigt den Rückstand vor allem gegenüber Vorreiter-Nationen wie USA und China ebenfalls sehr deutlich: Aktuell verfügen die Rechenzentren hierzulande über eine IT-Anschlussleistung von 2,7 Gigawatt, im Jahr 2030 werden es voraussichtlich 4,8 Gigawatt sein. Demgegenüber verfügen die Vereinigten Staaten mit aktuell 48 Gigawatt und im Jahr 2030 rund 95 Gigawatt über etwa zwanzigmal mehr Kapazitäten als Deutschland. Das sind die Ergebnisse der aktuellen Bitkom-Studie „Rechenzentren in Deutschland: Aktuelle Marktentwicklungen 2024“, die vom Borderstep Institut durchgeführt wurde. Demnach liegt China mit 38 Gigawatt im Jahr 2024 und 64,3 Gigawatt in 2030 weltweit auf Rang zwei. Innerhalb Europas verfügt Deutschland zwar weiterhin über die höchsten Rechenkapazitäten. Aktuell investieren die Betreiber jährlich 2,9 Milliarden Euro in Gebäude und technische Gebäudeausrüstung sowie weitere 10 Milliarden Euro in IT-Hardware. Gleichwohl liegt die Rechenleistung bezogen auf die Wirtschaftskraft im Vergleich zu anderen Nationen auf einem niedrigen Niveau. Im Verhältnis zum Bruttoinlandsprodukt ist die Anschlussleistung der Rechenzentren (610 Kilowatt pro Mrd. Euro BIP) in Deutschland geringer als etwa in Großbritannien (670) oder den Niederlanden (930). An der Spitze liegt Irland (2.310), was v.a. an den Niederlassungen großer Tech-Unternehmen in dem Land liegt.

Daniel Boss | redaktion@regiomanager.de ■

Nachhaltig investieren

GRÜN SOLL'S WERDEN

Nachhaltige Investments erfreuen sich bei Anlegern immer größerer Beliebtheit. An „grünen" Wertpapieren mangelt es auch nicht, doch die Suche nach dem passenden Produkt ist kompliziert. Unternehmer, die bei der Geldanlage ESG-Kriterien berücksichtigen möchten, sollten sich daher auf Gespräche mit ihren Finanzberatern vorbereiten.

Ab jetzt sollen nur noch Aktien von Unternehmen ins Depot, die mit ihren wirtschaftlichen Aktivitäten den weltweiten CO_2-Ausstoß nicht weiter steigen lassen? Es darf auch gern ein Fonds dabei sein, der dazu beiträgt, Frauen in den Schwellenländern Zugang zu mehr Bildung zu verschaffen? Nachhaltig investieren – das ist für viele Firmenlenker längst ein Thema. Die Abkürzung ESG ist bei Investoren heute in aller Munde. Sie steht für „Environmental", „Social" und „Governance" und bezeichnet eine Form der Geldanlage, bei der Umweltkriterien, soziale Aspekte und Grundsätze der fairen Unternehmensführung eine zentrale Rolle spielen.

An Wertpapieren, gerade an Investmentfonds, die einen ESG-Stempel bereits im Namen tragen, mangelt es auch nicht. Die Frage ist nur, wie es gelingen kann, aus dem Dschungel der hell-, mittel- und dunkelgrünen Anlagemöglichkeiten, die auszuwählen, die zu den eigenen Vorstellungen von Nachhaltigkeit tatsächlich passen.

Komplizierte Begriffe

Unternehmer, die in Sachen ESG nicht so versiert sind, dass sie auf eigene Faust die passenden Papiere auswählen können, tun gut daran, sich vertrauensvoll an ihren Anlageberater oder Vermögensverwalter zu wenden. Doch kaum hat der Anleger erklärt, dass er nachhaltig investieren möchte, wird er schnell überfordert sein. Denn seit gut eineinhalb Jahren sind Berater bei Banken und Vermögensverwaltern dazu verpflichtet, ihre Kunden zu fragen, wie grün es im Depot denn werden soll. Und dann folgen Begriffe wie EU-Offenlegungsverordnung und Taxonomie.

Da die gesetzlichen Regelwerke, die sich hinter diesen Schlagworten verbergen, selbst vielen kapitalmarktaffinen Firmenlenkern eher unbekannt sein dürften, ist es durchaus von Vorteil, wenn sie sich vor dem Gespräch mit dem Finanzprofi damit vertraut machen. Denn nur wer sich auskennt, kann die Anlageinstrumente wählen, die seinen ESG-Vorlieben tatsächlich entsprechen.

Gleich ob Neu- oder Bestandskunde, die Anlageberatung bei der Bank, der Sparkasse oder dem Vermögensverwalter beginnt seit dem 2. August 2022 stets mit der Frage, ob Nachhaltigkeitskriterien bei einem Investment berücksichtigt werden sollen. So will es die überarbeitete Fassung der Delegierten Verordnung 2017/565 zur Umsetzung der Finanzmarktrichtlinie Mifid II.

Erklärt ein Anleger, dass ihm Nachhaltigkeit wichtig ist, muss er beantworten, ob er detailliertere Präferenzen festlegen möchte. Hier kommen nun die EU-Offenlegungs- und die Taxonomieverordnung ins Spiel (siehe Kasten). Die Beratungstools von Geldhäusern und Vermögensverwaltern bieten Anlegern bei der Wahl der passenden Fonds, Einzelwerte oder Zertifikate Hilfestellung, häufig, indem sie eine hell-, eine mittel- und eine dunkelgrüne Fläche vorsehen.

Hinter den grünen Flächen

Hinter den Farbflächen der Beratungssoftware verbergen sich die drei Kategorien, die das sogenannte ESG-Zielmarktkonzept für die Empfehlung nachhaltiger Finanzprodukte festgezurrt hat. Entwickelt haben es die Branchenverbände der Fondsgesellschaften (BVI), Banken (DK) und Zertifikatehäuser (DDV).

In der ersten Kategorie des Zielmarktkonzepts finden sich Finanzprodukte, die nach Artikel 8 der Offenlegungsverordnung eingestuft sind. Zusätzlich berücksichtigen sie die wichtigsten nachteiligen Auswirkungen auf Nachhaltigkeitsfaktoren (Principal Adverse Impacts, PAIs. Unter Nachhaltigkeitsfaktoren sind unter anderem Umwelt-, Sozial- und Arbeitnehmerbelange zu verstehen (siehe Kasten auf Seite XY).

Unter die zweite Kategorie – in der Beratungssoftware erscheint sie meist in Mittelgrün – fallen Produkte, die nachhaltige Investitionen im Sinne der sozialen und der Governance-Ziele gemäß Offenlegungsverordnung vorsehen. Orientiert sich ein Produkt an der Umwelttaxonomie, landet es in Rubrik drei des Zielmarktkonzepts. Wichtig zu wissen: Um in Kategorie zwei und drei eingestuft zu werden, müssen Finanzprodukte ein explizit benanntes Nachhaltigkeitsziel verfolgen, etwa die Reduktion von Treibhausgasemissionen oder mehr Bildung für Frauen in den Schwellenländern. Der Mindestanteil der „auswirkungsbezogenen Investitionen", also der Anteil des ESG-Impacts, muss konkret beziffert sein.

Das klingt alles höchstkomplex, doch viele Berater machen es ihren Kunden einfach. Zählt etwa ein Fonds zur dritten Rubrik des Zielmarktkonzepts, läuft es in der dunkelgrünen Fläche der Tools häufig unter einer deutlich weniger sperrigen Überschrift, zum Beispiel als „Produkt mit Auswirkungsbezug auf die Ökologie". An Beispielen zeigen die Finanzprofis dann auf, was damit gemeint ist.

Die Sache mit den Quoten

Ist die Phase der Erklärungen vorbei, hat sich der Kunde für Finanzprodukte der mittelgrünen Rubrik oder der dunkelgrünen Taxonomie-Kategorie entschieden, geht es mit der Frage nach dem gewünschten Mindestanteil an ESG-Investments weiter. Dann werden zumeist wieder drei Varianten angeboten: Produkte mit einer niedrigen Quote von mindestens fünf Prozent, solche mit einem mittleren Anteil (mindestens 20 Prozent) und mit einer hohen Quote ab 50 Prozent an nachhaltigen Investitionen.

Bei Fonds kann die Angabe solcher Quoten durchaus eine verzwickte Angelegenheit sein. So werden sich auf absehbare Zeit nur sehr wenige Vehikel zu einer Anlagestrategie verpflichten können, die einen Mindestanteil taxonomiekonformer Investitionen vorsieht. Denn die EU-Taxonomie steht erst am Anfang und bietet für ein breit gestreutes Portfolio noch zu wenige Anlagemöglichkeiten. Außerdem fehlen bisher verlässliche Daten, um die Erfüllung der technischen Kriterien der Taxonomie bewerten zu können. Viele Fonds wählen daher den zweiten Ansatz und orientieren sich an der Offenlegungsverordnung.

Kein passendes Produkt?

Sind alle Kriterien festgelegt, können Investoren im Optimalfall aus Listen mit Finanzprodukten wählen, die ihrem Risikoprofil, dem Anlageziel und -horizont sowie den ESG-Wünschen entsprechen. Doch das klappt längst nicht immer, denn bislang gibt es nicht für jede ESG-Präferenz das passende Produkt – schon gar nicht in Kombination mit jedem Risikoprofil.

Findet sich kein geeignetes Produkt, gehen Berater meist einen Schritt zurück. Sie fragen den Anleger, ob er seine Präferenz eventuell ändern oder vorerst sogar auf die Berücksichtigung von Nachhaltigkeitsaspekten verzichten möchte. Verzichtet der Kunde nicht, beginnt das Spiel von vorne, die ESG-Vorgaben werden neu definiert, die Suche nach dem passenden Fonds oder Zertifikat beginnt erneut. Und im Depot bleibt es bis zum nächsten Gespräch mit dem Anlageberater oder Vermögensverwalter vielleicht etwas weniger grün, als eigentlich gewünscht. ■

Andrea Martens | redaktion@regiomanager.de

Das Köln/Bonn/Aachen Manager Thema in der nächsten Ausgabe:

DIE STARKE-PARTNER-AUSGABE 2025

Seit 2014 steht die erste Ausgabe des Jahres bei allen Magazinen des REGIO MANAGER ganz im Zeichen der STARKE PARTNER. Wann immer Sie einen passenden Dienstleister oder Lieferanten für Ihr Unternehmen suchen, nehmen Sie bitte diese Ausgabe zur Hand. Darin finden Sie die spannendsten Rankings der wichtigsten B2B-Branchen in Ihrer Region und bestimmt auch einen STARKEN PARTNER für Ihr Unternehmen.

Freuen Sie sich mit uns auf diese großartige Ausgabe!

Ihr Team des Köln/Bonn/Aachen Manager

IMPRESSUM

Der Köln-Bonn-Aachen-Manager erscheint im Verlag
BRINKSCHULTE MEDIEN A GMBH & CO. KG
Möhnestraße 55 (Kaiserhaus), 59755 Arnsberg
Telefon: 02932/9775-0, Telefax: 02932/9775-25
www.brinkschulte.com
info@koeln-bonn-aachen-manager.de
www.koeln-bonn-aachen-manager.de

Herausgeber:
Dipl.-Kfm. Axel Brinkschulte (v. i. S. d. P.)

Objekt- und Anzeigenleitung:
Alessandro Fiore (alessandro.fiore@brinkschulte.com)

Chefredakteur:
Dr. rer. pol. Maximilian Lange
(maximilian.lange@brinkschulte.com)

Redaktion (alphabetisch):
Andrea Martens, Annette Robenek, Barbara Bocks, Birgit Fliege, Birgit Marx, Christina Spill, Christine Elbel, Claas Syrt Möller, Claudia Schneider, Daniel Boss, Daniela Prüter, Dirk Heuer, Dr. Birgit Ebbert, Dr. Martin Steffan, Emrich Welsing, Holger Bernert, Jeannine Gehle, Jessica Hellmann, Karin Bünnagel, Katja Meenen, Kevin Braun, Maria Groß, Mariel Bernert, Markus Spiecker, Michael Otterbein, Miriam Leschke, Petra Walther, Reinhold Häken, Simone Harland, Stefan Mülders, Thomas Corrinth, Verena Bittelbrunn, sowie weitere Gastautoren

Art Director:
Maren Hellhake (maren.hellhake@brinkschulte.com)

Grafik:
Henry Bauten, Beatrix Kurz

Titelbild und Titelporträt:
Frank Wiedemeier (www.frankwiedemeier.de)

Fotos:
Achim Blazy, Gabi Bender, Boris Bertram (borisbertram.com), Pia Regina Blümig (bluemig-fotografie.de), Eva Czaya (evaczaya.de), Felix Engel (felixengel.com), Fabien Holzer (fabienholzer.com), Detlef Ilgner, Gerd Lorenzen, Jan Heinze (jan-heinze.de), Alexandra Höner (alex-hoener.com), Boris Löffert (boris-loeffert.de), , Jochen Rolfes (jochenrolfes.de), Jan Schmitz (schmitz-fotografie.de), Axel Thomae (axelthomae.de), Jacqueline Wardeski (wardeski.com), Axel Wascher (wascher-fotografie.de), Frank Wiedemeier (wiedemeier-kommunikation.de). Wenn nicht anders angegeben, liegen die Bildrechte bei den vorgestellten Unternehmen und Personen oder bei stock.adobe.com.

Druckerei:
Silber Druck oHG
Otto-Hahn-Straße 25, D - 34 253 Lohfelden
silberdruck.de

Druckauflage:
Druckauflage: 20.000 (IVW 4. Quartal)
ivw.de

Es werden in unseren Rankings nur Unternehmen mit Hauptsitz in der Region berücksichtigt. Bei den verwendeten Größen handelt es sich um die aktuellsten vorliegenden Angaben aus Recherche, Eigenauskunft der Unternehmen oder Angaben der Creditreform. Für unverlangt eingereichtes Material (Bilder, Manuskripte etc.) wird keine Haftung übernommen. Nachdruck von Berichten und Fotos, auch auszugsweise, nur mit vorheriger Genehmigung des Verlages. Die Urheberrechte für die vom KÖLN/BONN/AACHEN MANAGER konzipierten und gestalteten Anzeigen liegen beim Verlag und dürfen nicht ohne vorherige Genehmigung verwendet werden.

Jahresabonnement:
Magazin und Rankings können Sie abonnieren unter www.regiomanager.de

KÖLN/BONN/AACHEN
MANAGER

Beeindruckend aus jeder Perspektive.

Das Interieur des BMW X3 bietet ein modernes, komfortables Ambiente. Dafür sorgen die hochwertigen Materialien sowie die Reduktion auf das Wesentliche im Gesamtdesign. Das Cockpit bietet modernste Technik und höchsten Bedienkomfort dank des BMW Curved Displays, der dynamischen Licht-Komposition, der BMW Smartbar und den Lightbars. Der BMW X3 kombiniert mit einer nachhaltigen Textilausstattung aus recyceltem Polyester die Wärme und den Komfort von Strick zu einer vollkommen neuen Ästhetik.

Entdecken Sie unsere **Leasingangebote für Gewerbekunden.**

Einfach QR-Code scannen

Entdecken Sie unsere **Leasingangebote für Privatkunden.**

Einfach QR-Code scannen

BMW X3 xDrive20d: Energieverbrauch kombiniert: 5,8 l/100 km (WLTP); CO_2-Emissionen kombiniert: 153 g/km (WLTP); CO_2-Klasse: E; Leistung: 145 kW (197 PS); Hubraum: 1.995 cm^3; Kraftstoff: Diesel

FREUDE AUF ALLEN WEGEN.

KALTENBACHGRUPPE

Arnsberg • Bergisch Gladbach • Lennestadt • Lüdenscheid • Meinerzhagen • Olpe • Overath
Remscheid • Waldbröl • Werdohl • Wermelskirchen • Wiehl • Wipperfürth

WIE JECK FÜR SIE DA.

Und für eine echte Gemeinschaft.

Volksbank
Köln Bonn eG
Von Herzen rheinisch.