

OSTWESTFALEN-LIPPE MANAGER



MINDENER STAHLHANDEL

Mut, Innovation und
Teamgeist

SERIE INDUSTRIE 4.0
NEUE PRODUKTION

Stahlhandel und -service

RANKINGS

Steuerberater,
Rechtsanwälte uvm.

Das Unternehmer-Magazin für Ostwestfalen-Lippe: Direkt an die 15.000 größten Unternehmen der Region.



Raum "Seeblick"

Haus Delecke - Innovatives Ambiente für Tagungen



Das Haus Delecke, gelegen am malerischen Möhnesee, präsentiert sich als idealer Ort für Tagungen und Veranstaltungen. Mit seiner Symbiose aus Klassik und Moderne bietet es eine einzigartige Atmosphäre für professionelle Zusammenkünfte.

Das Hotel verfügt über fünf vielfältige Tagungsräume. Der "Seeblick" Raum bietet einen Panoramablick und ist ideal für produktives Arbeiten.

Der "Körbecke" Raum ist mit einem digitalen Flipchart und Dolby-Surround-Anlage ausgestattet, ideal für interaktive Präsentationen.

Die "Tenne" besticht durch ihren rustikalen Charme und großen Fenstern, während der "Günne" Boardroom sich hervorragend für kleinere Meetings eignet. Schließlich bieten das "Jagdzimmer" und das "Westfalenzimmer" im historischen Haupthaus einen intimen Rahmen für kleinere Veranstaltungen.

Das Haus Delecke freut sich auf Ihre Anfrage und bietet individuelle Pauschalangebote inklusive kulinarischer Verpflegung an. Entdecken Sie ein neues Niveau an Tagungserlebnissen in einer Atmosphäre, die Tradition und Moderne harmonisch vereint.



Raum "Körbecke"



Raum "Tenne"



Raum "Günne"



Antonios Vasilakis, Objektleiter



Axel Brinkschulte, Herausgeber



Dr. Maximilian Lange, Redaktionsleitung

Editorial **PLAY IT AGAIN, SAM**

Eine Hommage an die deutsche Industrie.

Die Industrie, das Rückgrat der deutschen Wirtschaft. Motor des deutschen Wirtschaftswunders. Moment einmal. Das deutsche Wirtschaftswunder liegt schon mehr als 50 Jahre zurück. Zwischenzeitig waren wir sogar der „kranke Mann Europas“. Und nachdem wir uns dank der Agenda 2010 wieder ganz an die Spitze gekämpft hatten und über lange Zeit des Titels „Exportweltmeister“ rühmen durften, stehen wieder Fragezeichen am Himmel. Der Motor stottert.

Vieles läuft gerade so gar nicht rund. Ein wesentlicher Grund hierfür sind ganz offenkundig nicht nur der Ukraine-Krieg, sondern vor allem die gestiegenen Energiepreise. Doch ob die mehrere Milliarden Euro teure Senkung der Stromsteuer für das produzierende Gewerbe sowie weitere Entlastungen nun der große Wurf sind oder im Gegenteil ein schwerwiegender Fehler, darüber lässt sich trefflich streiten.

Eine weitere Herausforderung ist China. Jahrzehnte lang war China ein starker Abnehmer für deutsche Maschinenbauprodukte. Doch während zurzeit eine geopolitische Abnabelung von China stattfindet, produziert der deutsche Maschinenbau vermehrt direkt in China und geht dort strategische Partnerschaften ein. Denn das chinesische Ziel ist klar: Unabhängigkeit von Importen. Die finanziellen Anreize für deutsche Unternehmer sind groß. Dies mag gut sein fürs individuelle Business; es ist aber schlecht für die Exportquote und für unseren Standort.

Der dritte Störfunke für die deutsche Industrie ist – neben dem Dauerbrenner Bürokratie – schon seit Jahren der Fachkräftemangel. Allerdings zeichnet sich hier aktuell immerhin eine leichte Entspannung ab. „Wir haben Arbeit ohne Ende“, so Arndt G. Kirchhoff, Präsident des Verbands der Metall- und Elektroindustrie NRW: „Und wir würden sie gern schneller machen.“

An dieser Stelle sollten wir mal innehalten. Und uns fragen: „Arbeit ohne Ende?“ Ja, verdammt. Auch wenn unsere Industrie durch allerhand Krisen und politische Kapriolen der letzten Zeit kräftig durchgeschüttelt wurde: Die deutsche Industrie ist stark. Und auch wenn sie aktuell nur auf Sicht fährt, sind wir zuversichtlich: Dass sich die Unternehmer nicht so schnell unterkriegen lassen und sich und ihre Unternehmen auch zukünftig stetig neu erfinden.

Hin zu einer nachhaltig funktionierenden Wirtschaft, vollauf vernetzt und obenauf in der neuen globalen KI-Realität. Auf die spannenden Jahre, die da vor uns liegen.

Und jetzt lesen Sie los, etwas Spannenderes kommt heute nicht mehr.



0521 - 911 44 - 0

Fairexpress GmbH Messespedition
Grafenheider Straße 103
D - 33729 Bielefeld

Telefon 0521 - 911 44 - 0
Telefax 0521 - 911 44 - 11
E-Mail info@fairexpress.de
www.fairexpress.de

WELTWEITE MESSELOGISTIK ZU FAIREN PREISEN



INHALT

TITELPORTRÄT

06 — MINDENER STAHLHANDEL

Mut, Innovation und Teamgeist

BUSINESS IN OSTWESTFALEN-LIPPE

09 — STAHLHANDEL

3MM-Implantatschraube oder 30M-Stahlbetonfundament
für Windkraftanlagen

11 — RANKING

Stahlhandel

12 — INTERVIEW FRANK HÄGERMANN

„Viele Unternehmen können nicht überleben!“

13 — BROEKER FÖRDERTECHNIK

Last & Lösung

14 — INDUSTRIESTROM

Wettbewerbsverzerrung oder Rettung?

16 — INTERVIEW ZUM KI-STANDORT DEUTSCHLAND

„Wir sollten endlich loslegen“

18 — WECKBACHER SICHERHEITSSYSTEME

Sicherheitstechnischer Massanzug

20 — KPA UND KUTENO

Kunststoffmessen verzeichnen hohen Anmeldestand
und erweitern ihr Angebot

22 — BERATUNG

Skalieren Sie Ihr Unternehmen

24 — FINANZEN

Buchhaltung: Bedeutende Sparringspartner

26 — ESG

Nachhaltigkeit in Geschäftsprozesse integrieren

31 — RANKING

Steuerberater

29 — RECHT

Meistern Sie die Regeln des Spiels



06 — MINDENER STAHLHANDEL

Mut, Innovation und Teamgeist



18 — WECKBACHER SICHERHEITSSYSTEME

Sicherheitstechnischer Massanzug



42 — ARAG

Unterstützung im Krisenfall

31 — RANKING

Rechtsanwälte

32 — NACHHALTIG INVESTIEREN

Grün soll's werden

35 — RANKING

Banken

36 — WIRTSCHAFT

Die Zeichen stehen auf Sturm mit Ausblick auf Erholung

38 — RANKING

Förderungsmanagement

41 — RANKING

Versicherungsmakler

42 — ARAG

Unterstützung im Krisenfall

43 — KOLUMNE THOMAS SPAEING

Datenschutzmanagement: Gesetzliche Anforderungen effizient „managen“.

44 — MEDIEN

Print ist tot - es lebe der Print

46 — PARALLELWELTEN

Die KI und das Gurkenlied

MANAGEMENT

50 — BUCHVORSTELLUNG

Wir von unten und andere Bücher, die Sie lesen sollten

51 — B2B-LEASING

Leasing - Top oder Flop?

54 — VERTRIEB

Übung für Ihren Sales Pitch

57 — PRODUCT DEVELOPMENT

Immer besser werden

60 — UNTERNEHMENSVERKAUF

So verkauft man ein Unternehmen

63 — STORYTELLING

Nutze die Macht deiner Geschichte

RUBRIKEN

03 — EDITORIAL

48 — INSOLVENZEN IN OSTWESTFALEN-LIPPE

66 — IMPRESSUM / VORSCHAU



IVW-geprüfte Auflagenzahlen
bedeuten für Werbekunden

- **regelmäßige, neutrale
Auflagenprüfung**
- **nachweislich
verlässliche Angaben**
- **Vergleichbarkeit
dank transparenter
Leistungskennziffern**
- **eine professionelle
Planungsgrundlage**



Die Verwendung
des IVW-Zeichens
ist nur Mitgliedern
gestattet.

[www.ivw.de/
logo-info](http://www.ivw.de/logo-info)



© Vandrapp Media

Auszubildene Patricia Ketler, Julia Schulze und Magnus Schnelle (technischer Leiter)

Stahlhandel **MUT, INNOVATION UND TEAMGEIST**

Der Mindener Stahlhandel ist annähernd deutschlandweit aktiv und zeichnet sich durch die termingerechte, kundenorientierte Lieferung von hochwertigem Stahl aus.

Inmitten der beschaulichen Landschaft Ostwestfalens hat sich eine beeindruckende Erfolgsgeschichte entfaltet. Der Mindener Stahlhandel, gegründet von Frank Hägermann und Andreas Wachter in Zeiten wirtschaftlicher Unsicherheit, hat sich zu einem erfolgreichen Unternehmen in der deutschen Stahlbranche entwickelt. Was einst als kleines Unternehmen mit sechs Mitarbeitern begann, ist heute ein Vorreiter in Innovation, Ausbildung und Nachhaltigkeit. Die Reise des Mindener Stahlhandels ist geprägt von mutigen Entscheidungen und einer starken Unternehmenskultur. Es ist die Geschichte eines mittelständischen Unternehmens, das sich trotz aller Widrigkeiten durchgesetzt und einen festen Platz in der Industrie erobert hat.

Innovation als Schlüssel zum Erfolg

„Die Gründung des Unternehmens geht auf das Jahr 2009 zurück, als ich, damals leiten-

der Angestellter bei dem Stahlkonzern ArcelorMittal, die Entscheidung traf, ein eigenes Unternehmen zu gründen. Mir ist bewusst geworden, dass die starren Strukturen eines Großkonzerns nicht zu meiner Vision passten“, erinnert sich Frank Hägermann. „Mit der Unterstützung meines Geschäftspartners Andreas Wachter aus Bayern wagte ich den Schritt in die Selbstständigkeit. Das erste Büro war eine Mietimmobilie, und die Anfangsjahre waren geprägt von harter Arbeit und dem unerschütterlichen Glauben an den Erfolg.“

Die ersten Erfolge ließen nicht lange auf sich warten. Bereits 2013 gründete der Mindener Stahlhandel einen Standort in Eberswalde, indem er einen aufgegebenen Standort von ArcelorMittal übernahm. Der Neubau in Minden 2015 mit der Erweiterung 2019 markierte einen weiteren wichtigen Meilenstein.

Im Jahr 2018 folgte die Übernahme der ArcelorMittal-Standorte in Goslar und Herford, was das Wachstum des Unternehmens weiter beschleunigte. Der Neubau in Minden im

Jahr 2019 markierte einen weiteren wichtigen Meilenstein. Mit der Erweiterung der Produktionskapazitäten und der Einführung neuer Produkte wie BAMTEC® konnte der Mindener Stahlhandel seine Marktposition erheblich stärken. Diese Expansion ermöglichte dem Unternehmen, seine Dienstleistungen nahezu deutschlandweit anzubieten, unterstützt durch optimierte Lieferketten und zuverlässige Partner.

Die Produktpalette des Mindener Stahlhandels ist breit gefächert und zeichnet sich durch hohe Qualität und Innovationskraft aus. Das Unternehmen bietet eine Vielzahl von Lösungen im Bereich der Betonstahlbiegerei und verfügt über modernste Anarbeitungscentren. Besonders hervorzuheben ist das Produkt BAMTEC®, das durch seine Effizienz und die Zeitersparnis auf Baustellen besticht. „Diese innovative Lösung ermöglicht es, Bauprojekte schneller und kosteneffizienter abzuschließen, was in Zeiten des Fachkräftemangels und steigender Baukosten von



© Vandrapp Media

unschätzbarem Wert ist. BAMTEC© bietet nicht nur eine signifikante Reduktion der Verlegezeit, sondern auch eine Materialersparnis von bis zu 25 % gegenüber herkömmlichen Methoden“, erklärt Frank Hägermann.

Ein weiteres Highlight ist die fortschrittliche Schweißtechnik des Unternehmens. Der Einsatz von vier neuen BAMTEC©-Maschinen und fünf Modul-Schweißautomaten, in die kürzlich insgesamt 3,6 Millionen Euro investiert wurden, unterstreicht das Engagement des Mindener Stahlhandels für modernste Technologie und höchste Qualitätsstandards. Das Unternehmen stellt sicher, dass alle Betonstahlprodukte, ob geschnitten oder gebogen, den höchsten Qualitätsanforderungen entsprechen und termingerecht geliefert werden.

Ausbildung und Mitarbeiterentwicklung: Die Basis des Erfolgs

Ein zentraler Bestandteil der Unternehmensphilosophie des Mindener Stahlhandels ist die Ausbildung und kontinuierliche Weiterentwicklung seiner Mitarbeiter. Derzeit bildet das Unternehmen 13 Auszubildende aus, die durch regelmäßige interne Weiterbildungen gefördert werden. Diese kontinuierliche Investition in die Qualifizierung der rund 300 Mitarbeiter hat entscheidend zum Wachstum und Erfolg des Unternehmens beigetragen.

Die Ausbildungsstrategie des Mindener Stahlhandels ist darauf ausgelegt, junge Talente zu fördern und ihnen langfristige Perspektiven innerhalb des Unternehmens zu bieten. Die hohe Qualität der Ausbildung ist in der Region Ostwestfalen bekannt und trägt dazu bei, dass das Unternehmen immer wieder qualifizierte Auszubildende findet. Viele der heutigen Führungskräfte haben ihre Karriere als Auszubildende im Mindener Stahlhandel begonnen und sind mit dem Unternehmen gewachsen. Ein herausragendes Beispiel für die Mitarbeiterentwicklung im Mindener Stahlhandel ist die Geschichte von Julia Schulze. Sie begann ihre Karriere als Auszubildende im zweiten Lehrjahr und zeigte früh ihre Ambitionen, Karriere zu machen. „Ich habe früh erkannt, dass Julia ein außergewöhnliches Talent besitzt. Ich sagte zu ihr: 'Julia, bleib bei uns, hier kannst du Karriere machen. Das ist besser als jedes Studium“, berichtet Frank Hägermann.

Julia Schulze absolvierte ihren Ausbilderschein und übernahm immer mehr Verantwortung im Unternehmen. 2019, als das Unternehmen in einer schwierigen Situation war und zwei wichtige Mitarbeiter kündigten, bot Julia spontan ihre Hilfe im Vertrieb an. Dank ihrer Fähigkeiten und ihres Engagements konnte das Unternehmen fast alle Kunden halten, und Julia Schulze wurde zur Prokuristin befördert.

Ihre Geschichte zeigt eindrucksvoll, wie der Mindener Stahlhandel Talente fördert und ihnen die Möglichkeit bietet, sich zu entwickeln und aufzusteigen.

Menschen machen den Unterschied

Die Erfolgsgeschichte des Mindener Stahlhandels ist untrennbar mit den Menschen verbunden, die das Unternehmen führen und prägen. Frank Hägermann bringt eine umfassende Erfahrung und ein starkes Netzwerk aus seiner Zeit bei ArcelorMittal mit. Stefan Kirchner, Prokurist und Gründungsmitglied, ist für den zentralen Einkauf verantwortlich und hat wesentlich zum Wachstum des Unternehmens beigetragen. Vertriebsleiterin Jenni Fridel hat durch den Aufbau der Gebiete Hamburg maßgeblich zum Erfolg beigetragen und ist eine weitere Schlüsselfigur im Mindener Stahlhandel.

Ihre Karriere begann sie in der Buchhaltung bei Hörmann, bevor sie zum Mindener Stahlhandel kam. Mit ihrer außergewöhnlichen Fähigkeit, neue Märkte zu erschließen, hat sie den Vertrieb entscheidend geprägt. „Jenni ist eine herausragende Vertriebsprokuristin, die nicht nur den Umsatz zwischen 90 und 100 Millionen alleine stemmt, sondern auch die anderen Außendienstler leitet“, betont Hägermann. Ihre >



Stefan Kirchner, Technischer Einkauf

Arbeit war entscheidend für den Aufbau der Gebiete Hamburg, was maßgeblich zum Wachstum des Unternehmens beigetragen hat. Jenni Fridel hat gezeigt, dass sie sowohl in der Akquise neuer Kunden als auch in der Pflege bestehender Beziehungen eine unverzichtbare Rolle spielt. Ihr Engagement und ihre Fähigkeit, selbst in schwierigen Zeiten stabile Ergebnisse zu liefern, haben sie zu einer unverzichtbaren Führungskraft im Unternehmen gemacht.

Julia Schulze, die heutige Ausbildungs- und Personalleitung, hat nicht nur die technische Abteilung mit aufgebaut, sondern leitet diese federführend und betreut in diesem Bereich die Schlüsselkunden. Ihre technische Expertise und ihr strategisches Geschick haben maßgeblich dazu beigetragen, dass der Mindener Stahlhandel innovative und wirtschaftliche Lösungen anbieten kann. Ihre Fähigkeit, technische Herausforderungen zu meistern und maßgeschneiderte Lösungen für die Kunden zu entwickeln, hat das Unternehmen auf ein neues Level gehoben.

Maßgeschneiderte Lösungen für jede Herausforderung

Der Mindener Stahlhandel bedient ein breites Spektrum an Kunden, darunter Bauunternehmer, Betonfertigteilterwerke und Händler. Das Unternehmen hat sich durch die individuelle Beratung und technische Unterstützung seiner Kunden einen hervorragenden Ruf erarbeitet. Zu den bemerkenswerten Projekten gehören das Bundeskanzleramt in Berlin, der

Estrel Tower, das höchste Hochhaus Berlins, sowie der Strandkai in Hamburg gegenüber der Elbphilharmonie.

Gleichzeitig betreut der Mindener Stahlhandel auch kleinere Bauvorhaben wie Einfamilienhäuser, Doppelhäuser und Kindergärten, was seine Vielseitigkeit und Anpassungsfähigkeit beweist. Die enge Zusammenarbeit mit den Kunden und die individuelle Anpassung der Dienstleistungen an deren Bedürfnisse sind ein wesentlicher Bestandteil der Unternehmensstrategie.

Nachhaltigkeit spielt eine wichtige Rolle im Mindener Stahlhandel. Der Standort in Minden ist mit einer umfassenden Solaranlage ausgestattet, und auch beim Neubau in Herford wird auf erneuerbare Energien gesetzt. „Wir kaufen unseren Stahl nahezu ausschließlich in Deutschland, was nicht nur die Nachhaltigkeit fördert, sondern auch die Lieferketten sichert. Zudem gewährleisten wir konstant hohe Qualität, da alle Lieferanten und Produktionsprozesse strengen DIN-488-Normen und regelmäßigen Überprüfungen unterliegen“, erklärt Frank Hägermann. Das Unternehmen achtet darauf, möglichst wenig Abfall zu produzieren. Eine spezielle Maschine wurde angeschafft, um Betonstahlreste wiederzuverwerten. Diese Maßnahmen tragen dazu bei, die Umweltauswirkungen zu minimieren und die Effizienz zu steigern. Darüber hinaus setzt der Mindener Stahlhandel auf eine langfristige und nachhaltige Geschäftsstrategie, die sowohl ökonomische als auch ökologische Aspekte berücksichtigt.

Den Blick nach vorne gerichtet

„Wir setzen auf eine langfristige Perspektive und den Zusammenhalt des Teams, um die kommenden Jahre erfolgreich zu meistern. Das Unternehmen hat viele Jahre gut gewirtschaftet und ist somit in der Lage, auch schwierige Zeiten zu überstehen“, unterstreicht Frank Hägermann.

Der Mindener Stahlhandel hat sich aus bescheidenen Anfängen zu einem erfolgreichen Unternehmen in der deutschen Stahlbranche entwickelt. Das Unternehmen zeichnet sich durch Innovationskraft, Nachhaltigkeit und eine starke Unternehmenskultur aus. Durch strategische Expansionen, hochwertige Produkte und gezielte Mitarbeiterförderung hat es einen festen Platz in der Industrie erobert. Diese Erfolgsgeschichte zeigt, wie Mut und harte Arbeit ein mittelständisches Unternehmen zu einem bedeutenden Akteur machen können. ■

Kontakt



Mindener Stahlhandel GmbH
 Potsdamer Str. 18, 32423 Minden
 Telefon: 0571 3885070
 Telefax: 0571 388507-21
 info@mindener-stahlhandel.de
 www.mindener-stahlhandel.de

3MM-IMPLATATSCHRAUBE ODER 30M-STAHLBETONFUNDAMENT FÜR WINDKRAFTANLAGEN

Ohne Stahl geht heutzutage nichts mehr – vielfach verschrien und doch nachhaltig: langlebig und maximal ressourcenschonend.

Die Welt der Stahl- und Metallindustrie: Fundament der deutschen Wirtschaft

Stahl und Metalle – das klingt vielleicht auf den ersten Blick trocken, doch hinter diesen Begriffen verbirgt sich ein enorm bedeutender Teil der deutschen Wirtschaft. Die Gruppe "Stahl und Metalle" deckt nicht nur große Teile der Metallherzeugung und -bearbeitung ab, sondern umfasst auch die Herstellung verschiedenster Metallprodukte. Vom Roheisen über Nichteisenmetalle bis hin zu hochspezialisierten Produkten – dieser Bereich der Industrie ist breit gefächert und umfasst

Verfahren wie Gießen, Schmieden und Kaltziehen. Die Vielfalt dieses Sektors ist so groß, dass er in verschiedene spezialisierte Branchen unterteilt wird, die sowohl traditionelle Strukturen als auch gewachsene Verbandslandschaften widerspiegeln.

Die deutsche Stahlindustrie: Ein Schwergewicht im globalen Markt

Die deutsche Stahlindustrie ist das Rückgrat vieler Wertschöpfungsketten in der Industrie. Mit einem Umsatz von rund 55,2 Milliarden Euro im

Jahr 2022 und etwa 90.000 Beschäftigten zeigt sie ihre wirtschaftliche Bedeutung. Im gleichen Jahr wurden in Deutschland rund 36,8 Millionen Tonnen Rohstahl produziert – eine beeindruckende Zahl. Aber das ist noch nicht alles: Rund 23,1 Millionen Tonnen Walz- und Schmiedeerzeugnisse wurden exportiert, während gleichzeitig 22,6 Millionen Tonnen Stahlprodukte ins Land importiert wurden. Die größten Akteure der Branche sind keine Unbekannten: thyssenkrupp Steel Europe, ArcelorMittal Germany und die Salzgitter AG dominieren die Stahlproduktion in Deutschland. Allein thyssenkrupp steuerte 2021 etwa 11 Millionen Tonnen Stahl bei, gefolgt von ArcelorMittal mit 7 Millionen Tonnen und Salzgitter mit 6,75 Millionen Tonnen. Besonders Nordrhein-Westfalen spielt eine zentrale Rolle in der deutschen Stahlproduktion und hält einen Anteil von etwa 38 % der nationalen Gesamtproduktion.

Deutschland in der internationalen Stahlliga

Im globalen Vergleich mischt Deutschland ebenfalls weit vorne mit. 2022 war das Land der siebtgrößte Rohstahlproduzent weltweit, nur übertroffen von Ländern wie China, Indien, Japan und den USA. Innerhalb der EU führt Deutschland das Feld an – vor Stahlriesen wie Italien, Frankreich und Spanien. China dominiert jedoch nach wie vor die Weltproduktion und liefert über die Hälfte des weltweit produzierten Stahls. Die Stahlindustrie ist damit mehr als nur eine Branche – sie ist das Herzstück der deutschen Industrie. Ohne Stahl wären die Autobauer, der Maschinenbau und selbst der Bau von Häusern nicht denkbar. Jährlich nutzen die Deutschen etwa 240 kg Stahl pro Person. Doch die Zukunft ist ungewiss: Hohe Energiekosten, internationale Konkurrenz und Überkapazitäten bedrohen die Stahlproduktion. Die „Stahl-Allianz“ kämpft daher für den Erhalt der Standorte. Gleichzeitig setzt sich die Industrie das ehrgeizige Ziel, bis 2050 klimaneutral zu werden.

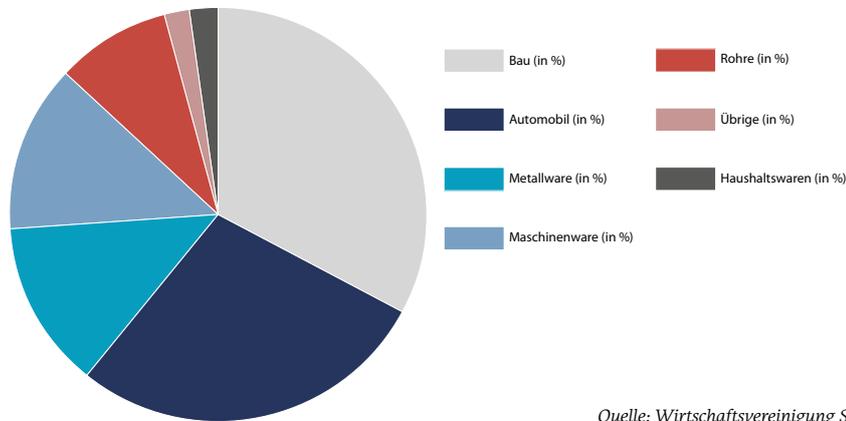
Stahl – der Stoff, der die Welt verändert

Ein faszinierender Aspekt von Stahl ist seine Nachhaltigkeit. Etwa zwei Drittel des in Deutschland produzierten Stahls stammt aus integrier-

Info

Anteil am Stahlbedarf in Deutschland

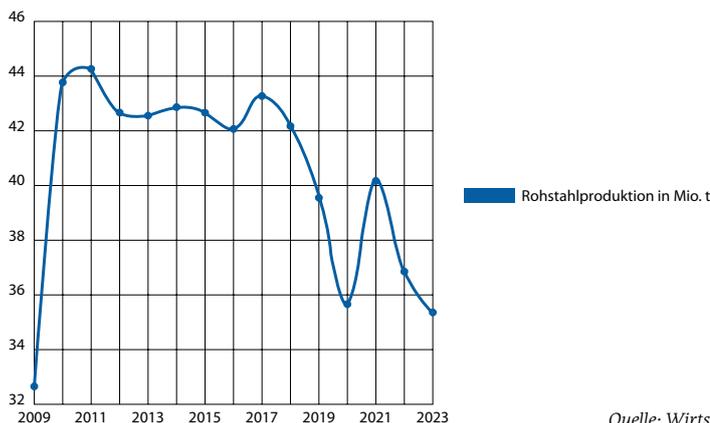
Mehr als die Hälfte des Stahlbedarfs in Deutschland decken Bau und Automobilindustrie ab



Quelle: Wirtschaftsvereinigung Stahl

Anteil am Stahlbedarf in Deutschland

Mehr als die Hälfte des Stahlbedarfs in Deutschland decken Bau und Automobilindustrie ab



Quelle: Wirtschaftsvereinigung Stahl

ten Hüttenwerken, die auf den Einsatz von Eisen- und Hochöfen setzen. Der Rest wird über die Elektrostahlroute aus Stahlschrott gewonnen, was den Rohstoff fast vollständig recycelbar macht. Dies schont natürliche Ressourcen in erheblichem Maße. Doch Stahl ist nicht nur ein Werkstoff – er treibt ganze Industrien an. Ob Automobil- oder Maschinenbau: Die Innovationen, die aus der Stahlbranche kommen, ermöglichen Erfolge in vielen weiteren Sektoren. Moderne Stähle finden auch in nachhaltigen Technologien Anwendung, etwa in Windkraftanlagen oder in leichteren, effizienteren Automobilkarosserien.

Herausforderungen auf dem Weltmarkt

Der internationale Stahlmarkt ist ein hart umkämpftes Terrain. Durch die hohe Stahlproduktion und den massiven Export Chinas stehen die Preise weltweit unter Druck. Die Marktsättigung in China hat die Nachfrage verringert, aber die Produktionskapazitäten wurden nicht entsprechend angepasst. Dies belastet den globalen Markt und stellt die deutsche Stahlindustrie vor wirtschaftliche Herausforderungen.

Die Bedrohung der Stahlproduktion

Die globalen Herausforderungen sind erheblich: Internationale Märkte schotten sich ab, Zölle steigen und die Energiekosten explodieren. Vor allem die CO₂-Zertifikate und die Auswirkungen der Corona-Krise haben die Branche stark belastet. Die Stahl-Allianz, bestehend aus führenden Wirtschaftsverbänden und den Industrie- und Handelskammern der Stahlstandorte, hat sich zusammengeschlossen, um den Fortbestand der Produktion in Deutschland zu sichern.

Der Plan für die Zukunft: Handlungskonzept Stahl

Um diese Herausforderungen zu meistern, hat die deutsche Bundesregierung im Jahr 2020 das „Handlungskonzept Stahl“ vorgestellt. Ziel ist es, die Stahlindustrie in Deutschland langfristig zu stärken, ihre internationale Wettbewerbsfähigkeit zu sichern und gleichzeitig klimaneutral zu machen.

Fairer Wettbewerb und internationale Zusammenarbeit

Doch der Weg in eine erfolgreiche Zukunft erfordert mehr als nur Innovation. Auf politischer Ebene setzt sich das Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz dafür ein, weltweit faire Wettbewerbsbedingungen zu schaffen. Dies ist besonders auf Ebene der Europäischen Union

und im Rahmen der G20 von Bedeutung. Zu den Maßnahmen zählen auch handelspolitische Schutzinstrumente wie Antidumping- oder Anti-subsventionsmaßnahmen. Diese erlauben es der EU, Ausgleichszölle zu verhängen, wenn unfaire Handelspraktiken die Wirtschaft schädigen.

Globale Zusammenarbeit zur Reduzierung von Überkapazitäten

Ein weiteres globales Problem der Stahlindustrie sind die Überkapazitäten. Seit 2016 arbeiten die G20- und OECD-Staaten im „Global Forum on Steel Excess Capacity“ an einer Lösung. Ziel ist es, staatliche Subventionen und Beihilfen abzubauen, die zu einem Überangebot an Stahl führen, und die Produktionskapazitäten weltweit zu reduzieren.

Klimaschutz als Wegweiser

Die Entwicklung der spezifischen energiebedingten CO₂-Emissionen hat sich in den letzten 30 Jahren klar verbessert – heute wird pro Tonne Stahl deutlich weniger CO₂ ausgestoßen. Mit den gängigen Produktionsverfahren ist die CO₂-Einsparung allerdings an ihre Grenzen gekommen. Für eine weitere Emissionsreduktion müsste die Umstellung auf wasserstoffbasierte Verfahren erfolgen. Der Weg zur Klimaneutralität ist für die deutsche Stahlindustrie klar definiert. Bis 2050 soll die Produktion komplett CO₂-frei sein. Dieser ambitionierte Plan verlangt massive Investitionen und eine technologische Transformation. Doch Deutschland möchte nicht nur die Herausforderungen meistern, sondern global als Vorbild fungieren, indem es zeigt, dass Hightech-Industrien klimaneutral produzieren können, ohne ins Ausland abwandern zu müssen. **Beispiele:**

Die Forderungen der Branche mit klaren Forderungen an die Politik:

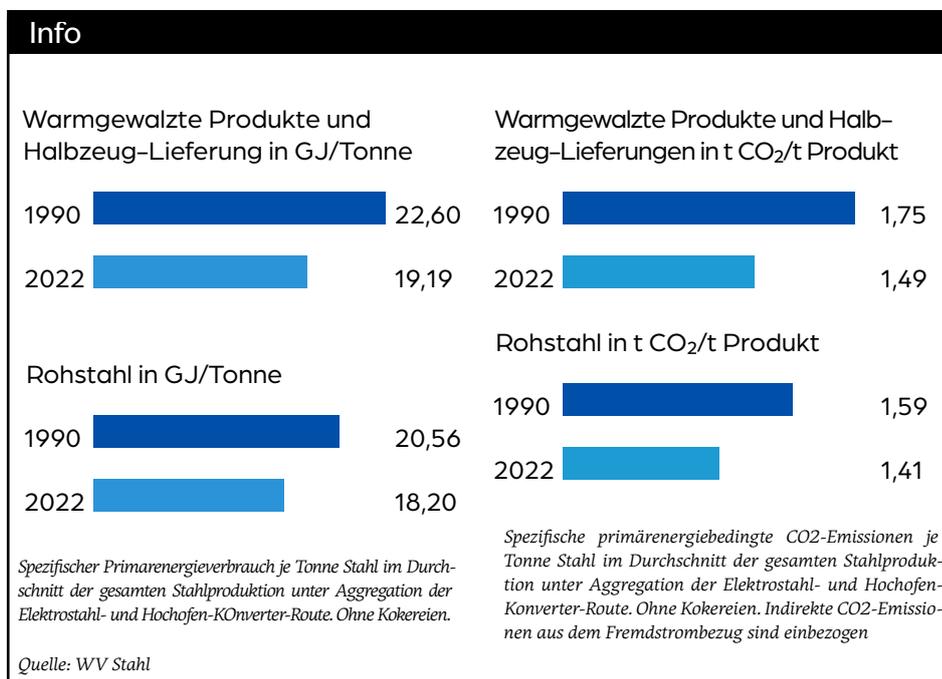
1. Schutz vor subventionierten Billigimporten und Einführung einer CO₂-Abgabe für Importe.
2. Keine weiteren Verschärfungen der CO₂-Ziele und Stabilisierung des Emissionshandels.
3. Sicherung und Förderung industrieller Arbeitsplätze durch gezielte Maßnahmen.
4. Finanzielle Unterstützung für die Umstellung auf klimafreundliche Stahlproduktion.
5. Gewährleistung wettbewerbsfähiger Energiepreise, einschließlich Kompensation für Strompreissteigerungen.
6. Schnellere Umsetzung der nationalen Wasserstoffstrategie.
7. Verbesserung der Infrastruktur, um den Transport von Stahl effizienter zu gestalten.

Blick in die Zukunft

Die Zukunft der deutschen Stahlindustrie steht auf dem Spiel. Der Übergang zur Klimaneutralität ist unumgänglich, aber die Herausforderungen sind gewaltig. Um dies zu bewältigen, sind umfangreiche politische, technologische und wirtschaftliche Maßnahmen erforderlich.

Die Stahlproduktion in Deutschland sollte als Schlüsselindustrie nicht nur erhalten bleiben, sondern als nachhaltiges und innovatives Modell in eine grüne Zukunft führen.

Dieser Plan erfordert sowohl nationale als auch europäische Anstrengungen. Die grüne Transformation der Stahlindustrie kann gelingen – aber nur, wenn die richtigen politischen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen geschaffen werden. ■



Ranking DIE GRÖSSTEN STAHLHÄNDLER

Jandt Kranvermietung GmbH



Empfohlene Unternehmen

Mindener Stahlhandel	Minden	www.mindener-stahlhandel.de	Seite 6
Heemeyer Stahlcenter	Kirchlengern	www.heemeyer-stahl.de	Seite 11

Das Ostwestfalen-Lippe-Ranking

Rang	Unternehmen	Hauptsitz	U*	MA**
1	Mindener Stahlhandel 	Minden	200.000	250
2	Heemeyer Stahlcenter	Kirchlengern	90.000	100
3	BESTA Eisen- u. Stahlhandelsgesellschaft	Lübbecke	73.509	143
4	August Dreckshage	Bielefeld	56.400	197
5	Ohlendorf Group	Gütersloh	80.000	30
6	EHG Stahl.Metall Bad Oeynhausen	Bad Oeynhausen	46.000	75
7	Friedrich Amtenbrink	Gütersloh	39.500	130
8	Rasch-Metalle	Bielefeld	31.113	65
9	Pader-Stahl	Paderborn	31.000	45
10	Kuhlmann Werre Stahl	Lage	20.000	45

Die Jandt Kranvermietung ist ein führender Anbieter von Kranarbeiten und Hebetekniklösungen in der Region Ostwestfalen-Lippe und darüber hinaus. Mit über 70 Jahren Erfahrung im Bereich der Kranvermietung verfügt das Unternehmen über eine umfangreiche Flotte modernster Mobilkrane, die von Kompaktkranen bis hin zu großen Teleskopkranen reicht.

Jandt Kranvermietung legt großen Wert auf Sicherheit und Effizienz bei der Bewegung schwerer Bauteile. Dies wird durch regelmäßige Investitionen in den Fuhrpark sowie kontinuierliche Schulungen der Mitarbeiter gewährleistet. Die Spezialisierung auf präzise und sichere Hublösungen macht das Unternehmen zu einem geschätzten Partner für seine Kunden.

www.jandt-kranvermietung.de



Alle 21 Unternehmen im Ranking finden Sie online www.ostwestfalen-lippe-manager.de

www.heemeyer-stahl.de

- Bewehrungsstahl
- Bewehrungsanschlüsse
- Formstahl / Stabstahl
- Qualitätsstahl / Blankstahl
- Rohre / Hohlprofile

- Schneiden und biegen von Betonstahl
- Geschweißte Stahl- und Betonstahlkonstruktionen
- Sägen von Form- und Walzstahl, sowie Blank- und Qualitätsstahl
- Strahlen, bohren, primern, vertikalbohren

„VIELE UNTERNEHMEN KÖNNEN NICHT ÜBERLEBEN!“

Interview mit Frank Hägermann, Geschäftsführer der Mindener Stahlhandel GmbH.



Ostwestfalen-Lippe Manager: Herr Hägermann, die deutsche Wirtschaft steht derzeit vor vielen Herausforderungen. Können Sie konkrete Beispiele nennen, wie sich diese schwierige Situation auf Ihr Unternehmen und die Baubranche im Allgemeinen auswirkt?

Frank Hägermann: Die aktuelle wirtschaftliche Situation in Deutschland ist desaströs und die Regierung trägt dafür die Hauptverantwortung. Die Frachtkosten sind durch die LKW-Maut, CO₂-Abgaben, gestiegene Dieselpreise und höhere Fahrerlöhne massiv gestiegen. Energiekosten haben sich in den letzten Jahren exorbitant erhöht. Diese explodierenden Kosten und die rigiden Rahmenbedingungen wie Zinserhöhungen haben das Bauen so teuer gemacht, dass immer weniger gebaut wird. Die Folgen sind enormer Konkurrenzdruck und ein ruinöser Wettbewerb, bei dem viele Bauunternehmer nicht überleben können. Bei Ausschreibungen konkurrieren 15 bis 20 Unternehmen um einen Auftrag, was bedeutet, dass der Gewinner kaum Gewinn machen wird. Dieser Druck wird dann an Lieferanten und Händler weitergegeben, was viele nicht aushalten können.

OWLM: Der Fachkräftemangel stellt viele Branchen vor große Herausforderungen. Wie erleben Sie diese Situation in der Baubranche und welche Entwicklungen sehen Sie diesbezüglich?

Frank Hägermann: Der Fachkräftemangel wird sich durch die sinkende Auftragslage von selbst reduzieren! Viele ausländische Arbeitskräfte kehren in ihre Heimatländer zurück, weil sie dort ähnliche Löhne erzielen können. Ich habe polnische Subunternehmen, deren Arbeiter teilweise nach Polen zurückgehen.

Wenn es hier nicht mehr genug Arbeit gibt, kommen sie möglicherweise nicht zurück. Momentan habe ich jedoch kein Problem, Arbeitskräfte zu finden, weil einfach weniger Arbeit vorhanden ist. Dies zeigt doch nur, wie kaputt unser System ist.

OWLM: Wie bewerten Sie die aktuellen politischen Maßnahmen in Deutschland in Bezug auf die Wirtschaft und welche sehen Sie als besonders schädlich an?

Frank Hägermann: Ich bin seit März dieses Jahres Parteimitglied und im Mai in den Landesvorstand NRW der WerteUnion gewählt worden. Die jetzigen Parteien verstehen die Probleme nicht oder wollen Sie nicht verstehen. Manche Maßnahmen mögen gut gemeint sein, aber sie sind schlichtweg katastrophal umgesetzt. Während in Nachbarländern wie Frankreich und Polen weiterhin Atomstrom genutzt wird und neue Atomkraftwerke gebaut werden, steigen bei uns die Stromkosten ins Unermessliche. Dadurch sind wir absolut nicht wettbewerbsfähig. Stahlwerke verlagern ihre Produktion teilweise ins Ausland, weil dort die Energie günstiger ist. Die Wirtschaftspolitik der letzten Regierungen, nicht nur der aktuellen, hat versagt. Die WerteUnion betont immer wieder, dass die Bürger selbst entscheiden sollen, wie sie leben wollen. Nur in Freiheit können wir die Kreativität und Innovationskraft entwickeln, um die vielfältigen Zukunftsaufgaben unseres Landes erfolgreich zu lösen. Aber was sehen wir stattdessen? Eine Regierung, die mit planlosen Maßnahmen die Wirtschaft stranguliert.

OWLM: Sie haben erwähnt, dass Unternehmen Deutschland verlassen und ins Ausland abwandern. Was sind die Hauptgründe für diesen Trend?

Frank Hägermann: Die hohen Kosten und die allgemeine Stimmung sind die Hauptgründe. In vielen deutschen Innenstädten stehen immer mehr Läden leer. Eine Freundin von mir hat ein Modegeschäft, das trotz guter Qualität Umsatzeinbußen hat. Die Menschen in Deutschland haben weniger Geld für Restaurants und Freizeit, was die Wirtschaft weiter belastet. Unternehmer sehen diese Entwicklung und reagieren darauf, indem sie ins Ausland abwandern. Dies ist eine direkte Folge der desaströsen Wirtschafts- und Energiepolitik dieser Regierung.

OWLM: Wie gehen Sie und Ihr Unternehmen angesichts der aktuellen wirtschaftlichen Unsicherheit mit Investitionen und zukünftigen Planungen um?

Frank Hägermann: Viele halten ihr Geld zurück, weil sie unsicher sind, wie es weitergeht. Wir als Mindener Stahlhandel GmbH haben vor drei Jahren unseren Neubau in Herford geplant und ziehen das jetzt durch. Ich bin mir aber nicht sicher, ob ich diese Entscheidung heute nochmal treffen würde. Diese Unsicherheit ist ein Symptom für die fehlende Weitsicht und Unterstützung seitens der Politik.

OWLM: Abschließend, welche Schritte sollten Ihrer Meinung nach von der Politik unternommen werden, um die Rahmenbedingungen für die Wirtschaft zu verbessern?

Frank Hägermann: Zunächst muss für Frieden gesorgt werden, denn ohne Frieden geht gar nichts. Dann müssen die Energiekosten gesenkt werden. Ich weiß nicht, ob es möglich ist, schnell wieder Atomkraftwerke anzuschließen, aber die Energiepreise müssen runter. Außerdem sollten die Mautgebühren reduziert werden, um die Kosten für Spediteure zu senken. In unserer Branche stehen viele Unternehmen am Rande des Ruins und ich erhalte fast wöchentlich Angebote, Firmen zu übernehmen. Die Politik ist zu weit entfernt vom Volk und muss dringend näher an die Bedürfnisse der Menschen heranrücken. Die WerteUnion steht dafür, die Bürger zu ermächtigen und eine wirtschaftliche und politische Wende herbeizuführen, die dringend notwendig ist.

OWLM: Herzlichen Dank für das Gespräch! ■



Das BROEKER-Team zeichnet sich durch Fachkompetenz, Leidenschaft für den Beruf und Freude an der Zusammenarbeit aus

Broeker Fördertechnik **LAST & LÖSUNG**

Gabelstapler, Hubwagen, passende Flurförderzeuge und Maschinen: Im Bereich Logistik ist die BROEKER Fördertechnik Vertriebs-GmbH ein gefragter Partner.



Wer ein Unternehmen aus dem Nichts heraus aufbauen will, kann jede Unterstützung brauchen, die er bekommen kann. Partner, die mitdenken, sind viel wert. So war die petsway GmbH in Beelen froh, dass BROEKER Fördertechnik aus Münster ein ganzes Rundum-Sorglos-Paket für den Unternehmensbereich „Gabelstapler und Flurförderzeuge“ schnürte.

Im Jahr 2011 gründete sich die petsway GmbH mit nur sieben Mitarbeitenden. Heute ist petsway mit inzwischen 40 Beschäftigten der Spezialist für Heimtiernahrung. Doch ohne BROEKER Fördertechnik wären die vergangenen zwölf Jahre für petsway wohl nicht so reibungslos verlaufen. „Wir haben uns durch einen gemeinsamen Kontakt kennengelernt“, sagt Galip Senel, Lagerleiter der petsway GmbH, „und dann hat sich die geschäftliche Beziehung bis heute gut entwickelt. Wir haben gemerkt, dass wir in guten Händen sind.“

Die richtige Geräteauswahl

BROEKER Fördertechnik hat sich den Slogan „Für jede Last die richtige Lösung“ auf die Fahnen geschrieben. Seit 1959 berät das Unter-

nehmen seine Kunden rund um die Frage, welche Gabelstapler und Logistiklösungen die richtigen sind.

„Wir finden immer gemeinsam mit unseren Kunden eine Lösung“, beschreibt Christian Strüwe, Mitarbeiter im Bereich Marketing und Trainee bei BROEKER, „ich finde es wichtig, das jeweils passende Flurförderzeug für den jeweiligen Einsatz zu finden und nicht in erster Linie die eigenen Umsatzzahlen im Blick zu haben. Der wirtschaftliche Faktor für den Kunden und die ehrliche Beratung sind entscheidend.“

Galip Senel stimmt zu: „Das ist auch so bei BROEKER, daran ist nichts erfunden. Wir haben mit drei Geräten von BROEKER angefangen, heute haben wir über 35. Und die Beratung und der Service waren immer gleich gut, das ist auch einer der Gründe, aus dem wir schon so lange zusammenarbeiten.“

Vielfältige Fördertechnik

Im Familienunternehmen BROEKER ist schon die zweite Generation am Steuer und die dritte Generation ist am Start. Hochwertige Fördertechnik, ein zuverlässiges Auge für die individuellen Anforderungen und die spezifische Situation des jeweiligen Kunden und ein verlässlicher Service haben BROEKER zu einem begehrten Partner gemacht. „Wir haben unserem Partner petsway individuelle Logistiklö-

sungen aufgezeigt und dann in Praxistestphasen den optimalen Prozessablauf gefunden“, so Jens Tellmann, Vertriebsleiter bei BROEKER.

Christian Strüwe ergänzt: „Maßgeschneiderte Lösungen bieten wir auch im Service an. Neben unseren eigenen Produkten betreuen wir Geräte sämtlicher Hersteller. Dabei ist unser oberstes Gebot: „So viel wie nötig“, nicht „so viel wie möglich.“ Das ist ein weiterer Beleg dafür, wie BROEKER Sicherheit, Werterhalt und Wirtschaftlichkeit im Interesse des Kunden in Einklang bringt.

Mit rund 20 Vertriebs- und Servicestützpunkten in Ostwestfalen-Lippe, Niedersachsen und dem Münsterland ist die BROEKER Fördertechnik immer nah an ihren Kunden. Damit es nicht nur rund, sondern auch zügig läuft. 🚛

Kontakt

*Für jede Last
die richtige Lösung*

BROEKER
FÖRDERTECHNIK

Broeker Fördertechnik Vertriebs-GmbH

An der Kleimannbrücke 15,
48157 Münster, Deutschland
Telefon: 0251 93201-0
Telefax: 0251 93201-29
kontakt@gabelstapler.net
www.gabelstapler.net

WETTBEWERBSVERZERRUNG ODER RETTUNG?

Energieintensive Branchen sehen globale Nachteile und fordern vehement die Umsetzung des Industriestrom-Preises. Wirtschaftswissenschaftler kritisieren „Brückenstrom“ als „grundsätzlich falsch“.



„Die Bundesregierung entlastet das produzierende Gewerbe massiv bei den Stromkosten“, kommentiert Bundeskanzler Scholz die Ergebnisse der monatelangen Industriestrom-Debatte. Das milliardenschwere Paket sieht unter anderem vor, dass die Stromsteuer für alle Unternehmen des produzierenden Gewerbes von derzeit 1,537 Cent pro Kilowattstunde auf den europäischen Mindestwert von 0,05 Cent gesenkt wird. Für 350 Unternehmen soll es zusätzliche Hilfen geben. Was in der Berliner Koalition für gegenseitiges Schulterklopfen sorgt, findet auch Kritik. Zwar zeigen sich die meisten Wirtschaftsverbände und Branchenvertreter zufrieden über das Entgegenkommen der Politik, im Detail werden aber auch Bedenken laut. So moniert der Zentralverband des Deutschen Handwerks sein Unverständnis, dass sich das Paket der Bundesregierung ausschließlich an das produzierende Gewerbe richtet und Handel, Dienstleistungsbranche und Verbraucher außen vor bleiben.

„Teuer und unfair“

Wirtschaftswissenschaftler kritisieren einen Industriestrompreis als grundsätzlich falsch. „Er ist teuer und unfair gegenüber nicht privilegierten Unternehmen und Haushalten, die alle hohe Strompreise zahlen müssen“, sagte Claudia Kemfert, Energieexpertin vom

Deutschen Institut für Wirtschaftsforschung (DIW). Eine Deckelung des Industriestrompreises schaffe falsche Anreize und zementiere die Nutzung fossiler Energien „Die Entscheidung der Bundesregierung wird die Deindustrialisierung in Deutschland beschleunigen“, ist auch Marcel Fratzscher überzeugt. Für den Präsidenten des Deutschen Instituts für Wirtschaftsforschung ist die Entscheidung zum Industriestrom ein „schwerwiegender Fehler“. „Alte Strukturen werden zementiert, neue Ideen und Innovationen gebremst und es werden mehr gute Arbeitsplätze verloren gehen“, heißt seine drastische Einschätzung.

Geradezu poetisch wird es dagegen, wenn Wirtschaftsminister Habeck den „Brückenstrom“ beschreibt: „Der massive Ausbau von erneuerbaren Energien wird mit klugen Instrumenten für den direkten Zugang der Industrie zu billigem grünem Strom gekoppelt. Wir können aber nicht warten, bis die Langfristmaßnahmen greifen. Wir müssen die Brücke, die wir mit den Energiepreismessern gebaut haben, verlängern. Deshalb ist ein Brückenstrompreis notwendig. Konkret sichern wir so gute Arbeitsplätze, komplexe Wertschöpfungsketten und hochinnovative Unternehmen, die sich gerade transformieren.“

„Eine Brücke braucht Pfeiler“, nimmt der Bun-

desverband Erneuerbare Energien den plakativen Vergleich auf. Eine „Strompreisbrücke“ helfe aber nur insoweit, als dass das „Ufer“, also die ausreichende Verfügbarkeit kostengünstigen Erneuerbaren-Energien-Stroms beschleunigt erreicht werde. „Negative Folgen für den Strommarkt und nachteilige Auswirkungen auf die Dekarbonisierung und Flexibilisierung von Industrieunternehmen gilt es unbedingt zu vermeiden“, fordert der Verband, Empfängerkreis und Dauer der Maßnahme eng zu begrenzen.

Pfeiler der Brücke

ifo-Präsident Clemens Fuest spricht sich gegen einen Industriestrompreis aus. „Die Idee des Brückenstrompreises ist nicht tragfähig“, urteilt er. „Politik für den Industriestandort Deutschland sollte nicht an Strukturen festhalten, die nicht mehr wettbewerbsfähig sind“, ergänzt Fuest. Gleichzeitig warnt er, es sei „leichtsinnig, Deindustrialisierung schulterzuckend hinzunehmen“. Der Deutsche Mittelstandsbund (DMB) begrüßt grundsätzlich, Unternehmen in der Übergangszeit der Energiewende zu unterstützen. „Schluss mit immer neuen Subventionen und harten Markteingriffen. Über 99 Prozent aller Unternehmen in Deutschland werden hier sträflich benachteiligt“, spricht sich Vorstand Marc S. Tenbrieg gegen die Subventionierung aber für „echte Transformationsanreize für alle Unternehmen“ aus.

„Senkung überfällig“

Die Absenkung der Stromsteuer für das produzierende Gewerbe sei „eine überfällige Entscheidung“, kommentiert Peter Adrian. Der Präsident der Deutschen Industrie- und Handelskammer (DIHK) bezweifelt allerdings, dass das Paket am Ende ausreicht, um für die gesamte Industrie wettbewerbsfähige Strompreise zu sichern. Für Kerstin Andreae, Vorsitzende der BDEW-Hauptgeschäftsführung, ist die Entscheidung für den Industriestrom ein „Beitrag zur Wettbewerbsfähigkeit des Standortes Deutschland“. „Es wäre konsequenter gewesen, die Stromsteuer-Senkung nicht allein auf das produzierende Gewerbe zu beschränken“, schränkt sie ein. Auch der Verband der Industriellen Energie- und Kraftwirtschaft

(VIK) fordert einen Industriestrompreis, um zu verhindern, dass die energieintensive Industrie in Deutschland ins kostengünstigere Ausland abwandert. Bei den Stromkosten, die Deutschland aktuell und in den kommenden Jahren erwartet, können energieintensive Unternehmen schlicht nicht wirtschaften“, so Hauptgeschäftsführer Christian Seyfert.

„Planungssicherheit“

„Punktueller Verbesserungen“ sieht die Wirtschaftsvereinigung Stahl. Geschäftsführerin Kerstin Maria Rippel lobt „die Verstetigung und den Bürokratieabbau beim Spitzenausgleich sowie die Verlängerung der Strompreiskompensation bei gleichzeitigem Wegfall des Selbstbehaltes“. Das schaffe für die Unternehmen immerhin ein Plus an Planungssicherheit. „Das erklärte Ziel einer Strompreis-Entlastung für energieintensive Unternehmen im scharfen internationalen Wettbewerb wird damit nicht erreicht“, ist sie aber überzeugt.

Auch die besonders energieintensiven Branchen machen deutlich, dass sie sich mehr erhofft hatten. Das Paket löse nur einen kleinen Teil der Probleme, es fehlten zusätzliche Entlastungen für mehr Wettbewerbsfähigkeit, sagt der Hauptgeschäftsführer des Chemieverbandes VCI, Wolfgang Große Entrup.

„Absurde Subvention“

Marie-Christine Ostermann, Präsidentin der Familienunternehmer warnt: „Was auf den ersten Blick Entlastung von den hohen Energiepreisen verspricht, erweist sich auf den zweiten Blick als riesige Wettbewerbsverzerrung zulasten des Mittelstands. Es ist doch absurd, erst staatlich den Unternehmen immer mehr Lasten aufzubürden und diese dann großzügig wieder runter zu subventionieren“, fordert sie die Ausweitung des Stromangebots. Während die Wirtschaftsverbände den Industriestrom und seine Segnungen eher positiv werten, haben führende Ökonomen aus unterschiedlichen Instituten im aktuellen Herbstgutachten die Wirtschaftspolitik der Bundesregierung ungewöhnlich hart kritisiert. Mit Inflation, hohen Zinsen und flauer Weltkonjunktur sei das Umfeld ohnehin schwierig. „Hinzu kommt, dass die Politik der Bundesregierung Unternehmen und Haushalte massiv verunsichert“, heißt es im Gutachten. „Zum Kanon widersprüchlicher Maßnahmen würde auch ein Industriestrompreis zählen“, warnen die Ökonomen“ wenige Tage vor der politischen Entscheidung. Beklagt wird die Verzerrung des Wettbewerbs: „Die Stromnachfrage würde steigen, und der Strompreis für alle anderen Verbraucher auch“.

Reinhold Häken | redaktion@regiomanager.de ■



Peter Adrian



Clemens Fuest



Kerstin Maria Rippel



Christian Seyfert



Marc S. Tenbieg

Nächste Messe:
11.03.-13.03.2025 LogiMAT



Das
nach da?

Läuft.

Unsere Förderanlagen.
Automatisch, innovativ,
wirtschaftlich & leise.

Wir beraten Sie gerne.
www.haro-gruppe.de

HaRo[®]



© ianstre - stock.adobe.com

Interview zum
KI-Standort Deutschland

„WIR SOLLTEN ENDLICH LOSLEGEN“

Künstliche Intelligenz ist in aller Munde. Aber wie weit ist Deutschland auf diesem Gebiet? Fragen an den KI-Experten Kristian Kersting.

Regio Manager: Oft ist die Klage über zu wenig Naturwissenschaftler und Ingenieure in unserem Land zu hören. Wie sieht es auf dem Spezialgebiet der Künstlichen Intelligenz aus?

Kristian Kersting: Deutschland hat Nachholbedarf, aber es kann aufholen. Denn wir sind in der Grundlagenforschung wie auch in der Anwendungsforschung ziemlich gut aufgestellt. Wir sind auf allen führenden Konferenzen vertreten. Bei den Human Resources stehen wir gut da.

RM: Mit welchem Erfolg rekrutiert man auf dem internationalen Markt?

KK: Es gibt durchaus Beweggründe, nach Deutschland zu kommen. Wir bekommen gute Bewerbungen. Allerdings: Wenn wir ausländische Mitbürger holen wollen, dann müssen wir sie auch willkommen heißen. Es kann nicht sein, dass, wenn wir im Ausland anwerben wollen, immer nur Briefe auf Deutsch verschicken. Übrigens kehren im akademischen

KI-Bereich derzeit viele Kräfte nach Deutschland zurück.

RM: Laut einer Studie verlassen rund 40 Prozent der Top-Wissenschaftler Deutschland aber wieder, vor allem in die USA oder die Schweiz. Wie könnten man sie halten?

KK: Ich war in Berufungskommissionen für Professuren. Da wird man zum Beispiel gefragt: „Ich habe derzeit Zugriff auf die und die Infrastruktur, was können Sie mir bieten?“ Und da muss man leider oftmals still sein. Es hapert am Commitment sowohl der Industrie als auch der Politik, in die entsprechenden Infrastrukturen – gerade Computer-Infrastruktur – zu investieren. Schauen wir mal auf China. China hat nach etwa zehn Jahren verstanden, dass es viel mehr Geld investieren muss. Man hat verstanden, dass irgendwann aus Masse Qualität wird, also: Wenn Sie nur genügend in etwas investieren, muss dabei auch zwangsläufig mehr Qualität rauskommen.

RM: Was steht genau auf Ihrem Wunschzettel?

KK: So wie wir in Hamburg einen Rechner haben, der Klimamodelle berechnet, brauchen wir Höchstleistungsrechner, die dediziert für KI zuständig sind. Das fehlt. Immerhin haben wir als „Hessian.AI“ hier in Darmstadt am GSI Helmholtzzentrum einen sehr guten KI-Rechner, der durch ein Projekt des Bundesministeriums für Bildung und Forschung und vom Land Hessen kofinanziert wurde. Wir haben ihn „42“ getauft, denn aus Douglas Adams’ „Per Anhalter durch die Galaxis“ wissen wir, dass die Antwort auf alle Fragen 42 ist.

RM: Wie sieht es in Amerika aus?

KK: In Amerika geht meines Wissens die Industrie auch in Vorleistung und daher gibt es eine Abhängigkeit. Das will ich nicht bewerten. Es hat Vor- und Nachteile. Allerdings hat nun die US-Regierung entschieden, zwei Milliarden Dollar in die Infrastruktur zu stecken, und zwar in eine AI-Cloud [Artificial Intelligence = Künstliche Intelligenz], die dann insbesondere den Universitäten und

Forschungseinrichtungen zur Verfügung gestellt wird. Dort ist das Problem nun erkannt worden. Wenn ich höre, dass jetzt 20 Milliarden Euro für einen neuen Teilchenbeschleuniger im Kernforschungszentrum CERN bei Genf ausgegeben werden, dann freue ich mich für die Physik. Aber ich verstehe einfach nicht, warum es niemandem wert ist, in die KI 20 Milliarden zu investieren. Wir sehen doch alle, wie die Welt durch KI-Systeme neu geordnet wird. Wir sollten endlich loslegen.

RM: Sie sagen, die deutsche KI-Forschung sei gut aufgestellt. Aber die ganze Welt lachte über unser Land, als Coronadaten vor allem gefaxt wurden – was läuft da schief?

KK: Es ist eine Kombination aus „German Angst“, unserem Kulturverständnis, für das eine händische Unterschrift mehr zählt als eine digitale, und schließlich der Überzeugung: Wir sind doch gut, wir können doch alles hinkriegen. In Summe entsteht eine Behäbigkeit, die in Deutschland schon zu einem Dinosauriersterben bei größeren Firmen geführt hat. Bei uns wird Künstliche Intelligenz außerdem vielfach als Angriff auf die Hermeneutik [Theorie der Interpretation von Texten und des Verstehens] angesehen, und das trifft auch die Menschen, die sich damit beschäftigen. Geisteswissenschaften sind so anregend und wichtig, aber Informatiker wurden bei uns lange als „Nerds“ angesehen. Mich fragten damals viele: „Wieso studierst du denn Informatik? Willst du etwa den göttlichen Funken in Abrede stellen? Das bisschen Programmieren kann ich noch alleine, das ist ja alles keine Wissenschaft.“ Aber wir sind respektable Wissenschaftler, die die Welt verändern. Wir forschen an Antworten auf die Fragen: Was war vor dem Urknall, wer sind wir, wo kommen wir her?

RM: Wer in China eine Shopping Mall betritt, wird über Gesichtserkennung sofort identifiziert. Einer der Vorbehalte gegen KI in Deutschland ist Datenschutz.

KK: Wenn man unserer Community in Deutschland und Europa dasselbe Geld gibt, dann kriegen wir das hin, aber eben nach unseren Wertevorstellungen. Man kann die KI-Modelle auch so trainieren, dass der Datenschutz eingehalten wird. Außerdem haben wir Industriedaten, und das ist doch ein Asset. Das sollten wir ausnutzen. Ich glaube, es gibt ganz viele Vorteile loszulegen.

RM: Welche KI-Anwendungen werden von der Wirtschaft schon eingesetzt, ohne dass sich die Öffentlichkeit im Allgemeinen dessen bewusst ist?

KK: Vielfach in der Medikamentenentwicklung. Da gibt es Systeme, die Fehler in der Produktion erkennen, die sogenannte Root Cause Analysis. Es gibt einzelne Systeme, die versuchen, das Anlernen neuer Fachkräfte durch Virtual Reality, durch Augmented Reality zu unterstützen. Manche Unternehmen nutzen KI, um zu verstehen, was sie in Verträgen so alles unterschrieben haben. In der Produktempfehlung wird KI schon viel eingesetzt, außerdem in der Medizin bei der Interpretation radiologischer Befunde. Natürlich muss man dabei Haftungsfragen beachten: Wenn der Mediziner falsch entscheidet, kann er das nicht auf das KI-System abwälzen.

RM: Könnte Ihre Arbeit als Professor auch irgendwann von KI erledigt werden?

KK: In der Lehre könnte das passieren, ich denke da an Vorlesungen. Fragen beantworten können KI-Systeme auch. Ob man das toll findet, ist eine andere Sache. Aber es gibt viele Dinge, die uns das Leben erleichtern können, etwa das au-

tomatische Generieren von Powerpoint-Folien aus Texten. Das Wegfallen von Jobs wird nicht körperlich Arbeitende oder die vermeintlich einfachen Jobs betreffen. Es gibt wahrscheinlich keinen Job, der nicht irgendwann durch KI, eventuell zusammen mit Robotern, abgedeckt werden könnte. Wichtig ist immer: Nicht alles darf gemacht werden.

RM: Wie ist Ihr Ausblick?

KK: Optimistisch. Ich habe mich lange gefragt, warum Bosch nichts mit KI macht, und nun hören wir gerade, dass Bosch eine Art ChatGPT baut, um die Prozesse im Unternehmen zu optimieren und die Produktentwicklung zu verbessern. Siemens arbeitet an ähnlichen Systemen. Claas Möller | redaktion@regiomanager.de ■



KI-Forscher Prof. Dr. Kristian Kersting

Prof. Dr. Kristian Kersting, Professor für KI und Maschinelles Lernen an der TU Darmstadt und Leiter des Forschungsbereichs Grundlagen der Systemischen KI im Lenkungsreis des Deutschen Forschungsinstituts für Künstliche Intelligenz.

Karl Hartinger Kranbetrieb GmbH & Co.KG
34414 Warburg-Rimbeck
Ossendorferstraße 9 - 11
E-Mail info@kran-betrieb.de

**24h Notfall-Telefon
05642 98740**

Kein Projekt
ist zu schwer!



Hoch-/Tiefbau



Industriemontage



Bergen/Abschleppen



Windkraft



Fassadenreinigung



Geschäftsführer Dirk Rutenhofer und Dennis Ochmann (v.l.)

WECKBACHER Sicherheitssysteme **SICHERHEITS- TECHNISCHER MASSANZUG**

Die WECKBACHER Sicherheitssysteme GmbH bietet eine breite Palette an Sicherheitslösungen für unterschiedlichste Kunden und Branchen – und das bundesweit.



Ohne Wasser- und Stromversorgung, Krankenhäuser und die Versorgung mit Lebensmitteln kann unsere Gesellschaft nicht funktionieren. Und das sind noch lange nicht alle Sektoren und Einrichtungen, die für moderne Gesellschaften überlebensnotwendig sind. Aus diesem Grund sind die Betreiber von Einrichtungen der „Kritischen Infrastruktur“ per Gesetz verpflichtet, umfassende Sicherungsmaßnahmen zu ergreifen. Eine genaue Auflistung, der betroffenen Sektoren und Unternehmen sind im KRITIS-Dachgesetz und im NIS2 Umsetzungsgesetz festgelegt. Dabei hat die Abwehr von Cyberangriffen in einer digitalen Gesellschaft eine hohe Bedeutung. Ebenso müssen Anlagen der Kritischen Infrastruktur aber physisch gegen unbefugtes Betreten und damit verbundenen Missbrauchsgefahren geschützt werden.

Passgenaue Sicherheitskonzepte für die „Kritische Infrastruktur“

Sicherheitsexperten sind sich einig, dass Einrichtungen der kritischen Infrastruktur eine systematische Gefährdungs- Risikoanalyse

benötigen, um mögliche Bedrohungen und Schwachstellen zu identifizieren. Nur auf dieser Basis können passgenaue Sicherheitskonzepte entstehen, die sowohl bauliche Maßnahmen als auch Notfallpläne und Reaktionsstrategien umfassen. Allerdings ist es nicht sinnvoll und möglich, Einrichtungen wie Krankenhäuser und Verkehrs- oder Energieanlagen hermetisch abzuriegeln. Um ihre Funktion erfüllen zu können, müssen Gebäude und Anlagen – wenn auch kontrolliert – für viele Personen zugänglich sein. Daher sind Zugangskontrollsysteme ein zentraler Teil jeder Sicherheitsstrategie.

Zugänglich machen statt abriegeln

„Sicherheitssysteme im Gesundheitswesen und in vielen anderen Branchen müssen zugleich sicher und flexibel sein, damit sie im Alltag funktionieren können“, weiß Dirk Rutenhofer, Geschäftsführer des Dortmunder Unternehmens WECKBACHER Sicherheitssysteme. „Daher ist es sinnvoller den Zutritt zu einem Gebäude zu regeln, als es einfach nur dichtzumachen. Denn selbst hoch sicherheitsrelevante Orte müssen zugänglich sein. Schließlich wird auch hier gearbeitet, müssen Menschen hinein und hinaus, werden benötigte Dinge gelagert“, weiß der Sicherheitsexperte. Das Zugänglich-

machen ist eine der Hauptkompetenzen seines Unternehmens – und zwar maßgeschneidert auf den Bedarf des jeweiligen Kunden. „Wir schneiden stets einen „sicherheitstechnischen Maßanzug“ auf jedes Gebäude zu, erläutert der WECKBACHER -Geschäftsführer.

Die WECKBACHER Sicherheitssysteme GmbH bietet eine breite Palette an Sicherheitslösungen für unterschiedlichste Kunden und Branchen. Dazu zählen unter anderem intelligente Schließanlagen und Zutrittsberechtigungs-systeme, die per Mausclick verwaltet werden können, sowie Schlüssel-Managementsysteme, um mögliche Verluste zu minimieren. Ergänzt werden diese Maßnahmen durch Einbruch-Meldetech-nik und Video-Management, um sensible Bereiche so lückenlos wie möglich zu überwachen und zu schützen. Speziell für hochfrequentierte Bereiche, wie zum Beispiel Universitäten und Krankenhäuser, hat das Unternehmen Schließanlagen entwickelt, die diesen Einsatzorten gerecht werden.

Intelligente Schließsysteme für viele tausend Türen

Entstanden ist das moderne Sicherheitsunternehmen aus einem lokalen Schlüsseldienst. Als diese Geschäft Anfang der 1990er Jahre immer schwieriger wurde, erkannten die Ge-



Musterleitstand für Objekte mit umfangreicher Videotechnik, zu erleben im WECKBACHER Sicherheitszentrum.NRW

schäftsführer die Zeichen der Zeit und entwickelten das Unternehmen zu einem modernen Sicherheitsdienstleister weiter. Bald bekam WECKBACHER auch überregionale Aufträge. Dazu zählen inzwischen so prominente Projekte wie das Kanzleramt, der Reichstag und der Dortmunder Signal-Iduna-Park. Für das Kanzleramt, den Reichstag sowie weitere Bundesbauten wurde zum Beispiel sämtliche Schließsysteme geplant, geliefert, montiert und geprüft – und damit mehr als 30.000 Türen gesichert. Im Bereich Gesundheitswesen zählen zur Referenzliste des Dortmunder Unternehmens unter anderem die Universitätskliniken Düsseldorf, Dresden und Würzburg, die Kliniken Dortmund, Bremen Mitte, Nürnberg, Stuttgart, die Kinder- und Frauenklinik Dresden sowie das Würzburger Juliusspital, das als denkmalgeschütztes Gebäude mit angegliederter Weingut ein besonderes Sicherheitssystem bedurfte. Ebenfalls zur kritischen Infrastruktur zählen die WECKBACHER-Projekte für diverse Chemieunternehmen und Energie- und Wasserversorger in der ganzen Bundesrepublik, die mit digitalen und intelligenten

Schließsystemen ausgestattet wurden. Für die auf Entsorgung und Recycling spezialisierten Unternehmen wurden bundesweit bereits über 300 Betriebsstätten ausgestattet. Auch in den Vereinigten Arabischen Emiraten sichert WECKBACHER Entsorgungsunternehmen ab.

Achtmal in Deutschland und einmal in den Niederlanden

Es versteht sich, dass diese vielfältigen Aufgaben nicht allein vom Stammsitz in Dortmund aus zu bewältigen sind. Inzwischen ist WECKBACHER an sechs weiteren deutschen Standorten – und zwar in Bielefeld, Frankfurt am Main, Stuttgart, Würzburg, Berlin und seit kurzem auch in Dresden vertreten. Dazu kommt eine erste Auslandsniederlassung in Amsterdam. „Auf diese Weise haben unsere überregional tätigen Kunden immer einen Ansprechpartner in ihrer Nähe. Die Präsenz vor Ort ist für unsere Kunden sehr wichtig“, betont WECKBACHER Geschäftsführer Dennis Ochmann. Nur unsere beliebte Konzertreihe „WECKBACHER Kon-

zertsicherheit“ findet immer in unserer Dortmunder Zentrale statt. Dafür haben wir extra einen professionellen Konzertraum in unser WECKBACHER SICHERHEITZENTRUM NRW integriert. Denn für uns sind Sicherheit und Musik gleichermaßen integrale Bestandteile der Gesellschaft“, ist er überzeugt.

Michael Otterbein | redaktion@regiomanager.de 🇩🇪



Schlüsselmanagementsysteme



Innenansicht eines konfektionierten Tresorraumes

Kontakt

WECKBACHER
Sicherheitszentrum.NRW®

WECKBACHER
Sicherheitssysteme GmbH
Hannöversche Straße 76, 44143 Dortmund
Telefon 0231 51987 - 0
Telefax 0231 51987 - 50
zentrale@weckbacher.com
www.weckbacher.com

KPA und KUTENO: Kunststoffmessen verzeichnen hohen Anmeldestand und erweitern ihr Angebot Die KUTENO 2024 bot wichtige Einblicke in die Kunststoffbranche, während KUTENO und KPA 2025 in Bad Salzuflen eine erweiterte Plattform für Nachhaltigkeit und Innovation bieten werden.



Die KUTENO 2024, die Zuliefermesse für die kunststoffverarbeitende Industrie, fand vom 14. bis 16. Mai 2024 in Rheda-Wiedenbrück statt. Mit 340 Ausstellern und 39 Vorträgen bot die Messe einen tiefen Einblick in die aktuellen Trends und Herausforderungen der Kunststoffbranche. Schwerpunkte lagen auf Themen wie neue Materialien, Kreislaufwirtschaft und nachhaltiger Automatisierung. Die Messe war geprägt von einer familiären Atmosphäre und einem hohen Servicelevel, was sowohl Aussteller als auch Besucher schätzten. KUTENO 2025: Neuer Standort, erweiterte Möglichkeiten

Im Jahr 2025 zieht die KUTENO ins Messezentrum Bad Salzuflen um, wo sie vom 13. bis 15. Mai 2025 stattfinden wird. Dieser Umzug wurde notwendig, da der bisherige Standort in Rheda-Wiedenbrück an seine Kapazitätsgrenzen gestoßen war. Der neue Standort bietet mehr Platz und ermöglicht eine größere und vielfältigere Messe, die bereits jetzt auf großes Interesse stößt: Über 75 % der Ausstellungsflächen sind neun Monate vor Messebeginn vergeben. Namhafte Unternehmen wie Arburg, Albis, BASF Polyurethanes und Engel haben ihre Teilnahme bestätigt, und es gibt viele neue Aussteller wie Anton Paar und Gneuss Kunststofftechnik.

Ein bedeutender neuer Schwerpunkt der KUTENO 2025 wird auf „Kunststoff-Recycling und Kreislaufwirtschaft“ liegen. Hier

werden innovative Lösungen präsentiert, die die Zukunftsfähigkeit und Nachhaltigkeit der Kunststoffverarbeitung fördern. Das umfangreiche Vortragsprogramm wird Themen wie Automatisierung, Robotik und neue Materialien abdecken, um die aktuellen und zukünftigen Herausforderungen der Branche zu thematisieren.

KPA in Bad Salzuflen: Eine starke Ergänzung zur KUTENO

Parallel zur KUTENO 2025 wird erstmals die KPA – Kunststoff Produkte Aktuell – in Bad Salzuflen stattfinden. Diese Messe richtet sich branchenübergreifend an die Anwenderindustrien von Kunststoffprodukten und erweitert das Messeangebot erheblich. Während sich die KUTENO als Zuliefermesse an kunststoffverarbeitende Unternehmen richtet, deckt die KPA die nächste Stufe in der Wertschöpfungskette ab. Auf der KPA treffen Entscheidungsträger aus unterschiedlichen Anwenderbranchen auf Entwicklungs- und Produktionspartner für neue Kunststoffprodukte – vor allem auf Kunststoffverarbeiter, aber auch auf Anbieter von Kunststoffen und neuen Materialien sowie spezialisierte Dienstleister. Beide Messen finden in direkter räumlicher Anbindung statt, und Besucher können mit einem einzigen Ticket beide Veranstaltungen besuchen, was einen erheblichen Mehrwert darstellt.

Enge Zusammenarbeit mit Branchenpartnern

Die KUTENO und KPA profitieren von einer engen Zusammenarbeit

mit renommierten Partnern wie dem Kunststoff-Institut Lüdenschied, SKZ und weiteren Branchenakteuren. Diese Partnerschaften sind aktiv in die Gestaltung des Vortragsprogramms und der Messeinhalte eingebunden und tragen dazu bei, dass die Messen den aktuellen Bedürfnissen der Branche gerecht werden. Auch die KPA in Ulm, die am 25. und 26. Februar 2025 stattfindet, verzeichnet starkes Wachstum. Aufgrund der hohen Nachfrage wird die Messe um eine dritte Halle erweitert. Bereits 2024 hatte die KPA in Ulm mit 193 Ausstellern und über 2.000 Besuchern großen Erfolg. Für 2025 wird mit rund 230 Ausstellern gerechnet, was das anhaltende Interesse und die Relevanz dieser Messe unterstreicht.

Eine umfassende Plattform für die Kunststoffbranche

Mit den Messen KUTENO und KPA bietet Easyfairs der Kunststoffbranche eine einzigartige

Plattform für Austausch, Innovation und Geschäftsentwicklung. Beide Messen zusammen decken die gesamte Wertschöpfungskette der Kunststoffverarbeitung und -anwendung ab und spiegeln die Dynamik und Innovationskraft der Branche wider. Der neue Standort Bad Salzuflen und die parallele Durchführung der KPA und KUTENO 2025 eröffnen den Ausstellern und Besuchern neue Möglichkeiten, Geschäftskontakte zu knüpfen und sich über die neuesten Entwicklungen in der Branche zu informieren. ■



Geschäftsjahr 2023/24 bei Goldbeck: Positiver Ausblick bei herausfordernden Rahmenbedingungen.



Bielefeld. Das europaweit tätige Bau- und Dienstleistungsunternehmen mit Hauptsitz in Bielefeld hat am 10. September seine Ergebnisse für das Geschäftsjahr 2023/24 bekanntgegeben. Goldbeck blickt,

angesichts einer weiter angespannten wirtschaftlichen und geopolitischen Lage, auf ein insgesamt zufriedenstellendes Geschäftsjahr zurück. Vom 1. April 2023 bis zum 31. März 2024 erwirtschaftete

das Unternehmen eine Gesamtleistung von 6,4 Milliarden Euro (Vorjahr: 6,7 Milliarden Euro). Schwierige Rahmenbedingungen stellen die Baubranche weiter vor Herausforderungen. „Ruhigere Fahrwasser sind für die gesamte Branche noch nicht absehbar“, ordnet der geschäftsführende Gesellschafter Jörg-Uwe Goldbeck die Situation ein. „Umso dankbarer sind wir für ein stabiles Gesamtergebnis im abgeschlossenen Geschäftsjahr.“ Sein Bruder Jan-Hendrik Goldbeck, ebenfalls geschäftsführender Gesellschafter, führt fort: „Die Bau- und Immobilienbranche agiert spät zyklisch. Während andere Wirtschaftsbereiche die Talsohle durchschritten haben, werden die Jahre 2025 und 2026 entscheidend für unsere Branche.“ Die Lage bleibt angespannt, die Bauindustrie befindet sich in einer fortlaufenden Rezession. „Wir wissen um die Herausforderungen – und um unsere Stärken. Unser aktueller Auftragseingang bietet

eine solide Ausgangsbasis für das kommende Jahr“, betont Jan-Hendrik Goldbeck.

Bedarf an wirtschaftlichen Gebäudelösungen groß

Im Berichtszeitraum übergab Goldbeck insgesamt 510 Immobilien schlüsselfertig an Kunden in ganz Europa – davon 292 Logistik- und Produktionshallen, 85 Bürogebäude, 79 Parkhäuser, zehn Schulgebäude, 15 Sporthallen sowie 172 Wohneinheiten. 22 Immobilien revitalisierte das Unternehmen. „Gerade in diesen Zeiten ist der Bedarf an besonders wirtschaftlichen Gebäudelösungen groß“, so Jörg-Uwe Goldbeck. „Diesen decken wir mit unserem systematisierten und seriellen Ansatz ab.“ Daher ist das Kerngeschäft des Unternehmens weiter stabil. ■



**WIR MACHEN KUNSTSTOFF.
ALLES ANDERE IST PLASTIK.**

 **MAYWEG**
KUNSTSTOFF-TECHNIK

ALLES AUS EINER HAND

- Werkzeugübernahmen
- Hauseigener Werkzeugbau
- Kunststoff-Technik
- Montage von Baugruppen

 **KPA** | Kunststoff
Produkte Aktuell **BAD SALZUFLEN**
11.+13. Mai 2025

BESUCHEN SIE UNS: STAND: 21-B16

MAYWEG KUNSTSTOFF-TECHNIK GMBH
Daimlerstraße 7 / D-58553 Halver
Tel. 0 23 53 - 91 88 0 / Fax 0 23 53 - 91 88 18
info@mayweg-gmbh.de / www.mayweg-gmbh.de



Skalierung **SKALIEREN SIE IHR UNTERNEHMEN**

Skalierung ermöglicht Unternehmen ein effizientes Wachstum, hilft ihnen dabei, Marktanteile zu sichern und gewährleistet langfristige Wettbewerbsfähigkeit durch strategisch fundierte Einblicke und nachhaltige Wachstumsstrategien.

In einer zunehmend vernetzten Weltwirtschaft spielt die Skalierung von Unternehmen eine zentrale Rolle für langfristigen Erfolg. Skalieren bezeichnet den Prozess, durch den Unternehmen ihre Kapazitäten und Leistungen systematisch erweitern, um auf größere Kundenanforderungen und Marktopportunitäten effektiv reagieren zu können, ohne dabei an Leistungsqualität zu verlieren. Dies betrifft besonders die Bereiche Recht, Finanzen und Beratung, in denen Effizienz und Innovation entscheidende Faktoren sind. Die Digitalisierung bietet hier neue Chancen, fordert aber gleichzeitig zur Adaption traditioneller Geschäftsmodelle heraus.

Unternehmen, die diese Herausforderungen annehmen und ihre Geschäftsmodelle entsprechend anpassen, können ihre Marktpräsenz signifikant erweitern und ihre Wettbewerbsfähigkeit stärken. Die Integration von digitalen Technologien ermöglicht es, Prozesse zu automatisieren, die Kundeninteraktion zu verbessern und damit die Kunden-

zufriedenheit zu erhöhen. Zudem erlaubt die digitale Transformation den Unternehmen, Daten besser zu nutzen, um fundiertere Entscheidungen zu treffen und Risiken effektiver zu managen. Durch die Anwendung von KI und maschinellem Lernen können Unternehmen Muster erkennen, die für das menschliche Auge verborgen bleiben, und so Prozesse optimieren sowie neue Geschäftsmöglichkeiten identifizieren.

Rechtliche und finanzielle Rahmenbedingungen verstehen

Bevor ein Unternehmen effektiv skalieren kann, muss es eine solide Grundlage in Recht und Finanzen schaffen. Dies beginnt mit einer gründlichen Analyse der rechtlichen Anforderungen in den Zielmärkten. Compliance ist hier das Stichwort, denn rechtliche Hürden können sonst schnell zu unvorhergesehenen Kosten führen. Gleichzeitig ist es entscheidend,

die Finanzstruktur des Unternehmens zu stärken. Dazu gehört die Sicherung von Kapital für das Wachstum sowie die Implementierung robuster Finanzprozesse und -systeme, die eine Skalierung überhaupt erst ermöglichen. Darüber hinaus ist eine sorgfältige Bewertung der steuerlichen Aspekte erforderlich, um potenzielle Einsparungen zu identifizieren und die Gesamtkostenstruktur zu optimieren. Auch die Einbindung von technologischen Lösungen in das Finanzmanagement, wie automatisierte Buchhaltungssysteme und digitale Zahlungsverkehrstools, kann die Effizienz steigern und Fehlerquoten reduzieren. Die Anpassung an internationale Standards und die Einhaltung globaler Compliance-Vorschriften sind besonders für die Expansion in neue Märkte essenziell. Ferner sollte das Unternehmen eine flexible Finanzstrategie entwickeln, die es ermöglicht, auf Veränderungen im Markt schnell zu reagieren und Chancen effektiv zu nutzen. Schließlich spielt die fortlaufende Überwachung und Anpassung der Finanz- und



© master1305 - stock.adobe.com

Rechtsstrukturen eine zentrale Rolle, um das Unternehmen dauerhaft wettbewerbsfähig und skalierbar zu halten.

Der Schlüssel zur Skalierung

Die Digitalisierung ist ein mächtiges Werkzeug zur Skalierung von Geschäftsmodellen. Automatisierte Prozesse und digitale Tools können nicht nur die Effizienz steigern, sondern auch eine präzisere Datenanalyse ermöglichen, die für fundierte Entscheidungsfindungen unerlässlich ist. Beispielsweise können durch moderne ERP-Systeme (Enterprise Resource Planning) sämtliche Unternehmensprozesse, von der Buchhaltung bis zum Kundenmanagement, integriert und automatisiert werden. Dies führt zu einer verbesserten Ressourcennutzung und einer schnelleren Reaktionsfähigkeit auf Marktanforderungen. Die Implementierung von KI-basierten Systemen ermöglicht es zudem, komplexe Datenmuster zu erkennen und Prognosen zu erstellen, die strategische Entscheidungen unterstützen. Die Nutzung von Cloud-Technologien bietet die Flexibilität, schnell auf Skalierungsanforderungen zu reagieren und IT-Ressourcen bedarfsgerecht anzupassen. Darüber hinaus fördert die Digitalisierung die Zusammenarbeit zwischen Teams und Standorten durch gemeinsame Plattformen und Kommunikationstools, was die interne Koordination verbessert. Ebenso können

durch digitale Kundenschnittstellen wie Apps und Online-Portale die Kundenerfahrungen personalisiert und die Kundenbindung erhöht werden. Letztlich ermöglicht die fortlaufende Analyse von Online-Daten dem Unternehmen, Markttrends zu antizipieren und das Angebot proaktiv anzupassen.

Agilität und Kundenfokus

Ein nachhaltiges Wachstum erfordert eine klare Skalierungsstrategie, die sowohl flexibel als auch kundenorientiert ist. Agile Methoden, wie Scrum oder Lean Startup, können dabei helfen, Produkte und Dienstleistungen schnell anzupassen und zu verbessern. Gleichzeitig ist ein tiefes Verständnis der Kundenbedürfnisse entscheidend. Unternehmen, die ihre Angebote eng an den Wünschen und Bedürfnissen ihrer Kunden ausrichten, können sich besser positionieren und nachhaltiges Wachstum sichern. Durch regelmäßiges Feedback und interaktive Kommunikation mit den Kunden können Unternehmen ihre Produkte und Services kontinuierlich optimieren und auf dem Markt relevanter machen. Das Einbeziehen von Kunden in den Entwicklungsprozess schafft eine größere Bindung und Loyalität, was wiederum die Markenstärke fördert. Die Nutzung von Datenanalyse-Tools kann dabei unterstützen, Kundenpräferenzen und Verhaltensmuster besser zu verstehen und vorherzu-

sagen. Dies ermöglicht eine proaktivere Marktstrategie und die Entwicklung zielgerichteter Marketingkampagnen. Letztendlich sollten Unternehmen eine adaptive Preisstrategie in Betracht ziehen, die es ermöglicht, flexibel auf Marktveränderungen zu reagieren und gleichzeitig die Rentabilität zu maximieren.

Externe Expertise nutzen

In Phasen der Skalierung kann es sehr wertvoll sein, externe Beratung in Anspruch zu nehmen. Experten aus den Bereichen Finanzierung, Betriebswirtschaft oder Digitalisierung können wertvolle Einblicke bieten, die intern möglicherweise nicht vorhanden sind. Diese Experten bringen oft branchenübergreifende Erfahrungen mit, die innovative Lösungen ermöglichen und so die Effektivität der Skalierungsstrategie erhöhen können. Berater können auch dabei helfen, Risiken zu identifizieren und zu minimieren, die das Unternehmen beim schnellen Wachstum übersehen könnte. Durch den Einsatz von spezialisierten Beratungsfirmen kann zudem sichergestellt werden, dass neueste Technologien und Methoden zum Einsatz kommen, die das Unternehmen selbst vielleicht noch nicht kennt oder nutzt. Externe Berater bringen zudem eine objektive Perspektive ein, die hilfreich sein kann, um festgefahrene Prozesse und Denkweisen aufzubrechen. Ihre Netzwerke können außerdem wertvolle Türen zu neuen Geschäftspartnern und Investoren öffnen. Durch regelmäßige Beratungen können Unternehmen auch sicherstellen, dass sie mit den sich schnell ändernden Marktbedingungen und technologischen Entwicklungen Schritt halten.

Langfristige Wettbewerbsvorteile sichern

Die Skalierung eines Unternehmens in den Bereichen Recht, Finanzen und Beratung erfordert eine gut durchdachte Strategie, die sowohl die internen Prozesse als auch die Marktbedingungen berücksichtigt. Die Digitalisierung spielt dabei eine entscheidende Rolle, da sie Unternehmen ermöglicht, effizienter und kundenorientierter zu agieren. Durch die Kombination aus technologischer Innovation, strategischer Planung und externer Beratung können Unternehmen nachhaltig wachsen und sich in der globalen Wirtschaft erfolgreich positionieren. Zusätzlich stärkt eine starke Innovationskultur innerhalb des Unternehmens die Fähigkeit, sich schnell an veränderte Marktbedingungen anzupassen und neue Geschäftsmodelle zu entwickeln. Dies fördert eine nachhaltige Entwicklung und sichert einen langfristigen Wettbewerbsvorteil in einer sich ständig wandelnden globalen Landschaft. ■



Buchhaltung **BEDEUTENDE SPARRINGSPARTNER**

Wirtschaftsprüfer und Steuerberater haben für Unternehmen eine vielseitige Beraterrolle.

Als Dienstleister und Berater für Unternehmen in allen Fragen rund um Steuern, Buchhaltung, Jahresabschluss und Lohnabrechnungen halten Steuerberater Unternehmern den Rücken frei, damit diese sich auf ihr Tagesgeschäft konzentrieren können. „Damit nehmen sie insbesondere der mittelständischen Wirtschaft eine Vielzahl von bürokratischen Aufgaben ab“, erläutert Steuerberater Marko Wiczorek, Hauptgeschäftsführer des Steuerberaterverbandes Düsseldorf.

„Als Organ der Steuerrechtspflege vertreten Steuerberaterinnen und Steuerberater außerdem die Interessen ihrer Mandanten gegenüber dem Fiskus, anderen Behörden und vor Gericht. Das Leistungsangebot umfasst insbesondere die Rechnungslegung, die Steuerberatung und den steuerlichen Rechtsschutz. Aufgrund der detaillierten Kenntnisse der wirtschaftlichen Verhältnisse der Mandanten sind sie darüber hinaus erster Ansprechpartner bei betriebswirtschaftlichen Fragestellungen.“

Partnerschaftliche Zusammenarbeit

Neben diesen Kerntätigkeiten nehmen Steuerberater häufig auch eine Mentorenrolle für Unternehmer ein, da auch die privaten Lebensumstände oder Veränderungen im Privatleben der Unternehmer einen Einfluss auf deren geschäftliche Aktivitäten und Entscheidungen und damit oftmals auch eine steuerliche Relevanz haben. Marko Wiczorek weist auf die statistische Tatsache hin, dass hierzulande ein Großteil der

fast zwei Millionen Arbeitgeber die Abgabe der Lohnsteuer-Anmeldung an einen Steuerberater überträgt. Gleiches gelte für die rund drei Millionen Unternehmen in Deutschland, die Umsatzsteuer-Voranmeldungen abgeben müssen. Dabei würden nicht nur Zahlen zusammengetragen, sondern die Sachverhalte auch auf ihre steuerlichen Auswirkungen hin geprüft.

„Als ‚Herr über die Zahlen‘ können Beraterinnen und Berater jederzeit über die wirtschaftliche Leistungsfähigkeit des Unternehmens Auskunft geben“, unterstreicht Wiczorek. „Auch deshalb unterstützen Steuerberaterinnen und -berater ihre Unternehmensmandanten bei allen wichtigen unternehmerischen Entscheidungen. Der Mandant wird durch den Dschungel der Steuervorschriften geführt und dabei wird aufgezeigt, wie Wachstum auch steueroptimal erreicht werden kann.“ Indem sie ihren Mandanten Gestaltungsempfehlungen, etwa im Hinblick auf betriebliche Umstrukturierungen, Unternehmenstransaktionen oder Unternehmensnachfolgen geben, sind sowohl Steuerberater als auch Wirtschaftsprüfer unverzichtbare Sparringspartner für Unternehmer.

Darüber hinaus können insbesondere Wirtschaftsprüfer Unternehmen bei der Absicherung ihres Wachstums helfen, indem sie ihre Mandanten in Sachen Risikomanagement und bei der Einrichtung interner Kontrollmechanismen unterstützen – Stichwort Compliance –, damit diese nicht gegen gesetzliche Vorgaben verstoßen. Speziell der Berufsstand der Wirtschaftsprüfer trägt außerdem mit dazu bei, das Vertrauen der Öffentlichkeit in die Wirtschaft

zu stärken, denn basierend auf geprüften Unternehmenszahlen können Anleger informierte Entscheidungen für Investitionen treffen. Sowohl in der Wirtschaftsprüfung als auch in der Steuerberatung spielt die fortschreitende Digitalisierung eine zentrale Rolle. So erfolgen die Kommunikation und der sichere Datenaustausch der Berufsträger mit ihren Mandanten schon heute größtenteils über digitale Plattformen und mithilfe digitaler Tools.

Beratung im digitalen Zeitalter

Wirtschaftsprüfer und Steuerberater können Unternehmen einerseits mit ihrer fachlichen Expertise und andererseits aufgrund ihres hohen technischen Verständnisses für Systeme und Prozesse bei der digitalen Transformation begleiten. Im Bereich der Wirtschaftsprüfung werden beispielsweise die Jahresabschlussprüfungen immer digitaler und teilweise sogar als Remote Audit vollständig aus der Ferne durchgeführt. „Mit der Digitalisierung der Wirtschaft, der Verwaltung und der Gerichtsbarkeit geht automatisch auch die Digitalisierung der Steuerberatung einher“, stellt Marko Wiczorek vom Steuerberaterverband Düsseldorf fest. Der Berufsstand selbst setze aber auch eigene Maßstäbe und Impulse zur Digitalisierung der Arbeitsprozesse zwischen seinen Mandanten und der Kanzlei.

Weiterhin verweist Wiczorek auf die Einbindung Künstlicher Intelligenz (KI) in den Arbeitsalltag der Berater: „Künstliche Intelligenz kann dabei helfen, die Prozesse noch

effizienter und damit schneller zu gestalten. Wenn beispielsweise Bankkontobewegungen auf dem betrieblichen Konto mithilfe von KI analysiert und die Buchungen automatisiert werden können, beschleunigt dies die Buchhaltung.“ Selbstverständlich könne Künstliche Intelligenz den Steuerberater keinesfalls ersetzen, sondern lediglich unterstützen. „Persönliche Beratung wird sich nicht durch ein Programm ersetzen lassen“, betont Wieczorek.

Herausforderungen im Fokus

Zu den aktuellen Herausforderungen für den Berufsstand zählen laut dem Hauptgeschäftsführer des Steuerberaterverbandes Düsseldorf nach wie vor die Folgen der Corona-Pandemie mit ihren zahlreichen Überbrückungshilfen und der Abwicklung von Kurzarbeitergeld. So müssten in vielen Fällen noch die Schlussabrechnungen zu den Corona-Wirtschaftshilfen erstellt und eingereicht werden. Zudem gelte es, die Entwicklung bei der Grundsteuer sorgsam zu beobachten: „Sollte das aktuelle Gesetz nicht verfassungsgemäß sein, müssten die Bewertungen erneut erfolgen“, so Wieczorek. „Zum Schutz der Mandantenunternehmen ist auch die Reaktion der Finanzverwaltung auf die eingereichten Einsprüche zu beobachten.“

Ein weiteres Thema, das Wirtschaftsprüfer und Steuerberater stark beschäftigt und zu dem derzeit noch viele offene Fragen bestehen, ist die seit Januar 2023 geltende Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD), die neue EU-Richtlinie zur Nachhaltigkeitsbe-

richterstattung von Unternehmen. Denn ab dem kommenden Jahr verpflichtet diese nun sukzessive auch kleine und mittlere Unternehmen (KMU) zu einer nichtfinanziellen Berichterstattung über ihre Nachhaltigkeitsaktivitäten. Das Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) hat am 19. April 2024 beim Bundesministerium der Justiz (BMJ) eine Stellungnahme zum Referentenentwurf eines Gesetzes zur Umsetzung der CSRD in deutsches Recht eingereicht. Darin begrüßt der Berufsverband, dass die Prüfung von Nachhaltigkeitsberichten als Vorbehaltsaufgabe den Wirtschaftsprüfern zugewiesen werden soll. Zudem schlägt das IDW vor, die als Übergangsregelung für das Geschäftsjahr 2024 vorgesehene Regelung, wonach der bestellte Abschlussprüfer zugleich auch der Prüfer des Nachhaltigkeitsberichts sein kann, als grundsätzliche Regelung in das Handelsgesetzbuch (HGB) zu übernehmen. Weiterhin spricht sich das IDW unter anderem dafür aus, das Thema Nachhaltigkeit künftig zum festen Bestandteil der Ausbildung und Prüfung aller angehenden Wirtschaftsprüfer zu machen.

Marko Wieczorek vom Steuerberaterverband Düsseldorf weist darauf hin, dass die aktuellen Gesetzesänderungen durch das Wachstumschancengesetz, das verspätet am 27. März 2024 beschlossen wurde, sich auf die Hauptaufgaben des steuerberatenden Berufsstandes, also die Erstellung von Jahresabschlüssen, Gewinnermittlungen und Steuererklärungen, auswirken. „Die neuen Regeln sollen das Wirtschaftswachstum fördern. Viele Vorschriften gelten bereits seit Anfang des Jahres, einige sogar schon rückwirkend ab 2023“, berichtet Wieczorek. Hier gelte



StB Dipl.-Fw. Marko Wieczorek, Hauptgeschäftsführer des Steuerberaterverbandes Düsseldorf e.V.

es zu prüfen, welche Vorschriften bei welchen Mandaten zur Anwendung kommen können, damit diese Unternehmen entsprechend von der steuerlichen Förderung von Wirtschaftswachstum profitieren können.

Nach den Regelungen im Wachstumschancengesetz soll darüber hinaus ab dem 1. Januar 2025 für Unternehmen die grundlegende Verpflichtung zur Nutzung von E-Rechnungen bestehen. Aufgrund der erwarteten Herausforderungen sind jedoch Übergangsregelungen für den Zeitraum von 2025 bis 2027 vorgesehen. „Als Berufsverband unterstützen wir unsere Mitglieder hinsichtlich der Einführung der E-Rechnung insbesondere mit Fortbildungsangeboten, damit sie sich voll auf die Beratung ihrer Mandanten konzentrieren können“, erklärt Wieczorek. ■

Microsoft 365 DSGVO-konform nutzen: Es geht, wenn man es richtig macht EDV-Unternehmensberatung Floß ermöglicht Unternehmen datenschutzkonforme Nutzung von Microsoft 365.



Thomas Floß und Sebastian von der Au

Microsoft 365 ist eine der führenden Plattformen für Unter-

nehmenskommunikation und Zusammenarbeit, doch die Nut-

zung von Cloud-Diensten bringt erhebliche Herausforderungen im Bereich des Datenschutzes wie auch der Informationssicherheit mit sich. Insbesondere die Einhaltung der DSGVO wie auch den zukünftigen NIS 2-Regelungen, erfordert gezielte Maßnahmen. Hierzu müssen sowohl technische, organisatorische als auch rechtliche Aspekte berücksichtigt werden, die „richtig“ aneinandergereiht werden müssen.

Als erster Schritt gilt es eine detaillierte Datenschutz- und Informationssicherheitsanalyse durchzuführen, um die „Kronjuwelen“ zu identifizieren und die möglichen Risiken zu bewerten. Darauf aufbauend werden individualisierte Datenschutz- und Informationssicherheitsstrategien entwickelt, die den spezifischen Bedürfnissen des jeweiligen

Unternehmens entsprechen. Zur Gewährleistung dieser Ziele werden auch Schulungen zur Sensibilisierung der Mitarbeiter durchgeführt. Weiterhin werden Unternehmen durch die Implementierung von technischen und organisatorischen Maßnahmen insgesamt gestärkt (Verschlüsselung, Geofencing, Zwei-Faktor-Authentisierung etc.).

Durch kontinuierliche Überwachung und Anpassung dieser Maßnahmen wird wiederum sichergestellt, dass diese stets den neuesten gesetzlichen Anforderungen und technischen Entwicklungen entsprechen. Dies ermöglicht es, Microsoft 365 effizient und produktiv zu nutzen, ohne Kompromisse beim Datenschutz sowie der Informationssicherheit einzugehen. Weitere Informationen auf www.floss-consult.de. ■



Nachhaltigkeit

NACHHALTIGKEIT IN GESCHÄFTSPROZESSE INTEGRIEREN

Die Kenntnis über das eigene nachhaltige Handeln ist für Unternehmer genauso wichtig, wie die Einschätzung der Nachhaltigkeitsbemühungen ihrer Geschäftspartner.

Mittlerweile dürfte den meisten Menschen klar sein, dass ESG mehr als ein Trendthema ist, das irgendwann wieder verschwindet, oder nur große Firmen betrifft. Unternehmen, die jetzt schon nachweisen können, wie gut sie in den Bereichen Environment, Social und Governance aufgestellt sind, bleiben wettbewerbsfähig und wissen genau, wo noch Nachholbedarf besteht.

Seit 2024 verpflichtet die Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) Unternehmen dazu, ausführlich über ihre ESG-Performance zu berichten. Im ersten Schritt betrifft die Richtlinie zunächst kapitalmarktorientierte Unternehmen mit mehr als 500 Mitarbeitern, in der Folge aber auch kleinere Unternehmen. Darüber hinaus wird auch das Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz seinen Teil dazu beitragen. In diesem Zusammenhang müssen selbst kleinere Zulieferer gegenüber verpflichteten Unternehmen Rechenschaft ablegen. Nachhaltigkeit wird damit vom „nice to have“ zum absoluten Muss. Wie sich ein Unternehmen im ESG-Umfeld positioniert, wird sich auf dessen Zukunftsfähigkeit auswirken.

Creditreform hat sich zum Ziel gesetzt, Wirtschaftsdaten um verlässliche Nachhaltigkeitsdaten zu erweitern und wird flächendeckend individuelle ESG-Informationen auch von kleinen und mittelständischen Unternehmen (KMU) zur Verfügung stellen.

Um Nachhaltigkeit transparent zu machen, muss sie zunächst messbar gemacht werden, damit Unternehmen je nach Branche und Größe miteinander verglichen werden können. Dazu hat Creditreform den ESG-Score entwickelt. Er ermöglicht eine sichere Einschätzung über das nachhaltige Handeln von Unternehmen. Grundlage für den ESG-Score sind zunächst einmal branchenbasierte ESG-Daten, die aus den bereits heute öffentlich verfügbaren Nachhaltigkeitsberichten großer multinationaler Unternehmen sowie internationalen belastbaren Quellen wie Eurostat oder der Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) stammen. Um eine individuelle Aussage zur Nachhaltigkeit einzelner Geschäftspartner treffen zu können, werden diese branchenbasierten Kenn-

zahlen mithilfe statistischer Modelle auf das jeweilige Unternehmen angepasst und mit individuellen ESG-Informationen aus der Creditreform Datenbank angereichert – zum Beispiel mit dem Standort eines Unternehmens und den damit verbundenen Klimarisiken, Pendler-Daten, oder Social- und Governance-Daten.

Auf Grundlage des ESG-Scores ist ein kompaktes Auskunftsprüfungsmittel entstanden – der ESG-Basis-Score. Bereits heute ist er schon für über drei Millionen Unternehmen in Deutschland, Österreich sowie Luxemburg verfügbar und erfüllt die regulatorischen Anforderungen der Finanzinstitute. Unternehmen können den ESG-Basis-Score ihrer Geschäftspartner über das Kundenportal „Meine Creditreform“ abrufen.

Mit Veränderung der regulatorischen Rahmenbedingungen wird auch der ESG-Score stetig weiterentwickelt und die Datenverfügbarkeit ausgebaut. Um zukünftigen regulatorischen Anforderungen gerecht zu werden, beruht die nächste Ausbaustufe der ESG-Auskunft auf den Primärdaten der Unternehmen selbst.



Deutschland werden nach vollständiger Implementierung der CSRD lediglich circa 17.000 berichtspflichtig sein. Damit bleibt die Herausforderung bestehen, auch nicht berichtspflichtige Geschäftspartner ganzheitlich nach ESG-Kriterien zu bewerten. Dies gilt vor allem für KMU, die bislang keiner regulatorischen Verpflichtung unterliegen. Mit einem neuen freiwilligen Nachhaltigkeitsberichtsstandard („VSME / LSME“) bietet die European Financial Reporting Advisory Group (EFRAG) eine Orientierung, auf welche Fragestellungen sich KMU einstellen sollten.

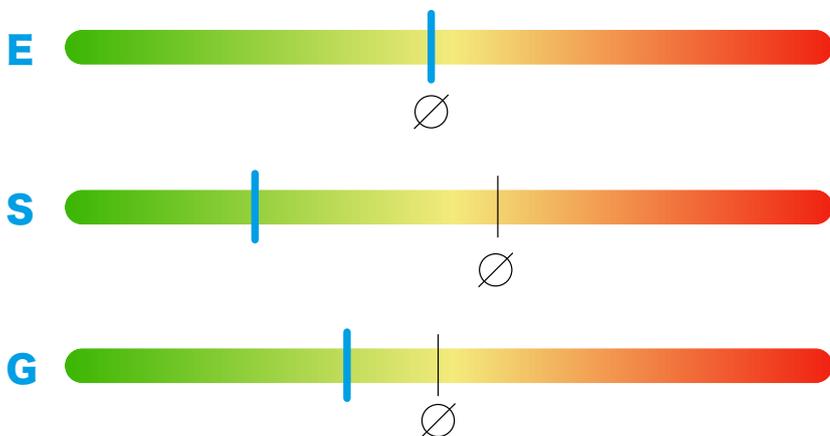
Bereits heute erhebt Creditreform Nachhaltigkeitsinformationen mithilfe einer Vielzahl an Rechercheuren sowie über Fragebögen, die Unternehmen im digitalen Portal MyESG selbst ausfüllen. Die Fragen orientieren sich dabei an den European Sustainability Reporting Standards (ESRS) der EFRAG und werden auch die zukünftigen freiwilligen Standards enthalten. Da die Beschäftigung mit den ESG-Daten für viele Unternehmen relativ neu ist, gibt es bis jetzt nur wenige Prozesse, um relevante Daten zu CO₂-Emission, Wasserverbrauch, Arbeitssicherheit oder Governance zu erheben. Der Anspruch von Creditreform hierbei ist, dass jeder Unternehmer diese Informationen bereitstellen kann, ohne dafür einen ESG-Berater beauftragen zu müssen. Der Ansatz ist dabei partnerschaftlich und niederschwellig, aber zugleich adressatengerecht. Dies führt zu höchst relevanten Datenpunkten. Dennoch sind die Fragen in jedem Fall lösbar und mit einem vertretbaren Aufwand umsetzbar.

Denn, obwohl sich die Zahl der berichtspflichtigen Unternehmen in den kommenden Jahren deutlich erhöhen wird, wird nur ein Bruchteil über öffentlich zugängliche ESG-Informationen verfügen. Von den rund drei Millionen wirtschaftsaktiven Unternehmen in

Mit den ESG-Fragebögen erfasst Creditreform nicht nur die wichtigsten ESG-Kennzahlen, sondern bereitet diese strukturiert auf und macht die Nachhaltigkeitsbemühungen sichtbar: Unternehmen, die mindestens 10 Fragen vom MyESG-Fragebogen ausgefüllt haben, erhalten das Transparenzlabel auf den Firmeneintragsseiten – Deutschlands größte Datenbank für Firmeninformationen. Werden alle Score-relevanten Fragen beantwortet, erfahren sie darüber hinaus, wie nachhaltig sie verglichen mit anderen Firmen aus der eigenen Branche sind. Nach vorne blickend wird Creditreform so zunehmend unternehmensspezifische Daten verwenden, die Unternehmen aktiv über Fragebögen einliefern. Zusätzlich entwickeln die Unternehmen selbst ein besseres Verständnis für die eigene Nachhaltigkeit.

Firmen, die eine hervorragende ESG-Performance aufweisen, können diese mit dem EcoZert auszeichnen lassen und nach außen kommunizieren – zum Beispiel gegenüber Geschäftspartnern, Kapitalgebern oder Kunden, die Aussagen zur Nachhaltigkeit des Unternehmens wünschen. Im Unterschied zu ESG-Ratingagenturen und anderen Unternehmen, die aktuell in diesem Feld unterwegs sind, bietet Creditreform mit dem EcoZert auch den KMU die Möglichkeit, ihre Nachhaltigkeit und ESG-Performance nach außen zu demonstrieren. ■

Ihre aktuelle Einstufung im Branchenvergleich



Die Einstufung zeigt, wie das Unternehmen in den Kategorien "E", "S" und "G" im Vergleich zur Branche bewertet wird

Autor



Christian Kramer, ESG-Projektleiter
 Verband der Vereine Creditreform e.V.
 0 2131 109 0
 esg-kontakt@verband.creditreform.de
 www.creditreform.de/esg

Ranking DIE GRÖSSTEN STEUERBERATER UND WIRTSCHAFTSPRÜFER

Das Ostwestfalen-Lippe-Ranking

Rang	Unternehmen	Hauptsitz	Berufsträger
1	HLB Dr. Stückmann und Partner	Bielefeld	80
2	DHS Steuerberater Wirtschaftsprüfer Rechtsanwälte	Lemgo	33
3	Wortmann & Partner	Rheda-Wiedenbrück	26
4	Navigator Gruppe	Herzebrock-Clarholz	23
5	WRG Group	Gütersloh	22
6	Paer Wirtschaftsprüfer Steuerberater	Minden	21
6	BPP Becker Patzelt Pollmann und Partner	Bielefeld	21
8	Steuerpartner	Bad Salzuflen	20
8	HPS Steuerberatungsgesellschaft	Herford	20
10	Conceptax Siekmann, Janell und Partner	Herford	19
11	LTS Rechtsanwälte Wirtschaftsprüfer Steuerberater	Herford	18
12	GTK Kröger Steuerberater	Hiddenhausen	16
13	WSR Kuchem & Partner	Bielefeld	14
13	Westerfelhaus und Partner	Bielefeld	14
15	PGW Peter Götza Welge	Bielefeld	13
16	BRL Mader & Peters	Bielefeld	12
16	Heumann + Partner	Bad Salzuflen	12
16	Bollmann Spielmann & Kollegen	Bad Oeynhausen	12
19	Artag Allgemeine Revision & Treuhand	Lemgo	11
19	Tomik + Partner	Halle	11
19	KJP	Gütersloh	11
22	Schnusenberg Steuerberater	Rheda-Wiedenbrück	10
22	W&P Steuerberatungsgesellschaft	Bünde	10
22	HRP von Hollen, Rott & Partner	Bielefeld	10
25	Kanzlei Vogelsteller & Kaufmann Steuerberater	Lemgo	9
26	BBF Steuerberater Böddeker + Bührenhaus + Feldmann	Gütersloh	8
26	Amicus Steuerberatungsgesellschaft	Salzkotten	8
28	Schätty & Partner Steuerberatungsgesellschaft	Verl	7
28	HNV	Gütersloh	7
28	Henschke und Partner	Bielefeld	7
28	Arning Schröder Hücke Rechtsanwälte Steuerberater	Lübbecke	7
32	Siekendiek & Arning	Steinheim	6
32	Auditas Wirtschaftsprüfungsgesellschaft	Porta Westfalica	6
34	Falke, Kempin & Partner	Detmold	5
34	Leopoldseder und Partner Steuerberatungsgesellschaft	Steinhagen	5
34	SWR Gellings & Kollegen Steuerberater-Sozietät	Warburg	5
34	Zahlmann Klose Nolting Steuerberatungsgesellschaft	Löhne	5
34	CAB Steuerberatungsgesellschaft	Löhne	5



Alle 202 Unternehmen im Ranking finden Sie online

www.ostwestfalen-lippe-manager.de

Externe Juristen sind wertvolle Partner für Unternehmer.
Sie garantieren Ihnen einen sicheren Weg zu erfolgreichen Projekten.



„Um sich als Unternehmen auf die eigenen Kernkompetenzen fokussieren zu können, ist juristische Expertise unerlässlich. Diese Expertise ist essenziell, um sicher durch die rechtlichen Herausforderungen zu navigieren, die Unternehmern oft fremd sind. Große Unternehmen verfügen deshalb über eigene Rechtsabteilungen, die bei Bedarf auf die zusätzliche Unterstützung von spezialisierten Anwaltskanzleien zurückgreifen“, fasst Bernhard Kinold vom Verband Deutscher Anwälte (VDA) die Vorteile juristischer Fachkompetenz für Unternehmen zusammen.

Kleine und mittelständische Unternehmen finden es hingegen meist nicht rentabel, eine eigene Rechtsabteilung zu unterhalten. Sie bevorzugen die langjährige Zusammenarbeit mit vertrauten Anwaltskanzleien, die im Bedarfsfall als externe Rechtsberater fungieren. Frühzeitig eingebunden hilft juristische Fachkompetenz, Fehler zu vermeiden und somit langwierige sowie kostspielige Rechtsstreitigkeiten zu umgehen.

Prof. Niko Härting vom Deutschen Anwaltverein (DAV) führt in diesem Kontext das Konzept der „Compliance“ ein, das in der zunehmend rechtlich regulierten Unternehmenswelt von Bedeutung ist: „Juristen haben den Vorteil, dass sie im Umgang mit rechtlichen Vorschriften und bürokratischen Prozessen geschult sind. Daher ist es ab einer bestimmten Unternehmensgröße ratsam, juristische Expertise im Haus zu haben.“ Allerdings variiert der Bedarf an juristischer Fachkompetenz je nach Bran- >

NIEDIEK UNTERNEHMENSGRUPPE

Anzeige



Daniel Niediek (CEO)



Gebäudedienste Niediek bietet umfassende und maßgeschneiderte Lösungen für Hygiene, Werterhalt und alle Bedürfnisse von Immo-

lien. Mit jahrzehntelanger Erfahrung im Bereich der Gebäudereinigung und einem Team hoch qualifizierter Fachkräfte steht das Unternehmen mit Sitz in Bielefeld für Qualität, Zuverlässigkeit und Kundenzufriedenheit.

Die Dienstleistungen von Gebäudedienste Niediek erstrecken sich über ein breites Spektrum, mit denen Unternehmen und gewerbliche Einrichtungen unterschiedlichster Branchen bedient werden. Ob Unterhaltsreinigung, Glas- und Fassadenreinigung oder die Sanierung sämtlicher Bodenbeläge – das Unternehmen sorgt dafür, dass die Räumlichkeiten stets in einem tadellosen Zustand sind. Dabei werden ausschließlich umweltfreundliche Reinigungsmittel und modernste Technologien verwendet, um optimale Ergebnisse zu gewährleisten.

Besonderes Augenmerk wird auf die individuelle Beratung der Kunden gelegt. Deshalb

erstellt Niediek maßgeschneiderte Reinigungspläne, die genau auf die Bedürfnisse der Kunden abgestimmt sind.

Neben der klassischen Gebäudereinigung bietet Niediek auch spezielle Services wie Fassadenreinigung, Bauendreinigung und Industriereinigung an. Der Rundum-Service schließt zudem Winterdienste, Hausmeisterdienste und Gartenpflege ein. Das Unternehmen versteht sich als Full-Service-Dienstleister, der alle Dienstleistungen aus einer Hand bietet.

Gebäudedienste Niediek: Einfach. Mehr. Service ■
www.niediek.net





Prof. Niko Härting vom Deutschen Anwaltverein weist auf die wachsende Bedeutung von Compliance in der Unternehmenswelt hin



Bernhard Kinold vom Verband Deutscher Anwälte unterstreicht die Wichtigkeit externer Rechtsberatung für Unternehmen

che. „Während ein Bauunternehmen möglicherweise weniger rechtliche Unterstützung benötigt, ist für IT-Unternehmen, besonders aufgrund der Datenschutzerfordernungen, die Beschäftigung von Juristen oft unumgänglich.“

Wachsende Compliance-Bedeutung

Der aktuelle Fokus in der Branche liegt auf dem Generationenwechsel in Unternehmen und Familien, wobei der Übergang von Vermögen rechtliche Begleitung erfordert. Anwalt Bernhard Kinold erklärt: „Häufig sind dabei erhebliche Vermögenswerte involviert, deren Übergang möglichst reibungslos gestaltet werden soll. Dabei müssen Erbrecht, Gesellschaftsrecht und Steuerrecht koordiniert werden. Ohne fachkundige juristische Unterstützung kommt es hier oft zu Problemen.“

Die Digitalisierung macht sich zunehmend auch in der Rechtsanwaltsbranche bemerkbar. Viele Kanzleien waren in der Anwendung von juristischen Datenbanken, Spracherkennungssystemen und digitaler Aktenführung schon immer technisch fortschrittlich. „Die COVID-Pandemie hat in diesem Bereich, vor allem bei Videokonferenztechnologien und Homeoffice-Lösungen, einen deutlichen Schub gegeben“, führt Kinold weiter aus. „Der technologische Fortschritt ist ein kontinuierlicher Prozess mit wachsendem Tempo, dem Kanzleien folgen müssen, um nicht den Anschluss zu verpassen.“

Prof. Niko Härting fügt hinzu: „Bei der Erstellung von Verträgen nutzen wir heute eine Vielzahl von Vorlagen und Textbausteinen, was sich in den letzten 30 Jahren stark verändert hat. Compliance gewinnt zunehmend an Bedeutung, besonders im Kontext europäischer Richtlinien und Vorschriften. War Compliance vor 20 Jahren noch weitgehend

unbekannt, ist sie heute aus der juristischen Praxis nicht mehr wegzudenken.“

Digitale ethische Fragen

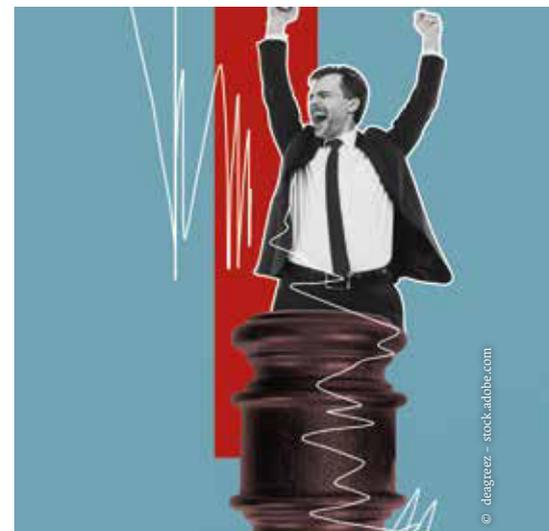
Die juristische Landschaft steht vor neuen Herausforderungen und Chancen, wobei die Integration von Künstlicher Intelligenz (KI) eine zentrale Rolle spielt. Bernhard Kinold betont: „KI wird die Arbeitsweise in Anwaltskanzleien erheblich beeinflussen. Dies mindert jedoch nicht die Bedeutung juristischer Fachkompetenz, sondern unterstreicht sie vielmehr. Es ist essenziell, dass Entscheidungen letztlich unter menschlicher Kontrolle bleiben, anstatt blind einer Maschine zu folgen.“

Darüber hinaus wirft die fortschreitende Digitalisierung neue juristische Fragen auf, insbesondere im Bereich des Datenschutzes. „Es muss ein Gleichgewicht zwischen Sicherheit, Kosten und Praktikabilität gefunden werden. Zudem gewinnen rechtsphilosophische und -ethische Fragestellungen an Bedeutung, wie die Entscheidungshoheit zwischen Mensch und Maschine: Wer ist verantwortlich für eine KI-basierte Entscheidung, wenn sich diese im Nachhinein als suboptimal erweist und möglicherweise zu Vermögens-, Sach- oder gar Personenschäden führt? Wer haftet zivil- aber auch strafrechtlich? Da stehen wir noch ziemlich am Anfang eines sehr wichtigen Weges“, erläutert Kinold.

Prof. Niko Härting sieht im Bereich Compliance eine zunehmende Relevanz, verstärkt durch umfangreiche europäische Regulierungen. „Allein im Datenbereich sind aus Brüssel mindestens fünf oder sechs neue Vorschriftenpakete hinzugekommen, die in den Unternehmen umzusetzen sind. Diese Regulierung ist wesentlich stärker, als das noch vor zehn Jahren der Fall gewesen ist.“

Die Zukunft der Rechtsberatung

Die weitere Entwicklung der Rechtsanwaltsbranche wird wahrscheinlich durch die Integration von KI in juristische Abläufe geprägt. Insbesondere im wirtschaftlichen Sektor dürfte die Branche nach Ansicht von Bernhard Kinold verstärkt Online-Angebote von rein digitalen Kanzleien erleben. „Die persönliche Beratung wird vermutlich langfristig nur noch dort eine entscheidende Rolle spielen, wo der menschliche Aspekt ohnehin im Vordergrund steht, wie etwa im Familienrecht. Hier haben Rechtsanwältinnen und Rechtsanwälte traditionell nicht nur juristische, sondern auch therapeutische Aufgaben wahrgenommen. Eine Maschine wird dies voraussichtlich auf absehbare Zeit nicht adäquat ausführen können.“ Die Geschwindigkeit dieser Entwicklung hängt jedoch davon ab, welche Anforderungen der Markt stellt. „Solange Mandanten ihre Anwälte persönlich sprechen möchten und bereit sind, dafür zu bezahlen, werden entsprechende Dienstleistungen bestehen bleiben.“ ■



Ranking DIE GRÖSSTEN RECHTSANWALTSKANZLEIEN

Das Ostwestfalen-Lippe-Ranking

Rang	Unternehmen	Hauptsitz	Berufsträger
1	Brandi Rechtsanwälte	Bielefeld	87
2	Streitbürger Rechtsanwälte Steuerberater	Bielefeld	50
3	BKS Rechtsanwälte	Bielefeld	19
4	LTS Rechtsanwälte Wirtschaftsprüfer Steuerberater	Herford	16
5	Dr. Stracke, Bubenzer & Partner	Bielefeld	13
5	Kanzlei am Wall Rechtsanwälte, Fachanwälte und Notare	Lemgo	13
7	Rechtsanwälte Ulrich Kraft, Hartmut Geil	Bielefeld	12
7	Diekmeyer Wagenknecht Nordmeyer	Bielefeld	12
7	Dr. Geisler, Dr. Franke · Rechtsanwälte Partnerschaft	Bielefeld	12
10	Anwaltsgemeinschaft David & Kollegen	Minden	11
11	Rechtsanwälte Gellner & Kollegen	Verl	10
11	Klein Greve Dietrich	Bielefeld	10
11	WKF Winthuis & Kollegen	Salzkotten	10
14	Faupel Rechtsanwälte	Höxter	9
14	Steiner Wecke & Kollegen	Gütersloh	9
14	Zacharias & Partner Rechtsanwälte	Paderborn	9
17	Gunkel, Kunzenbacher & Partner	Bielefeld	8
17	Schlüter, Riedenklau & Kollegen	Bielefeld	8
17	Anwaltskanzlei Dr. Wessel & Plückebaum	Paderborn	8
17	T/S/C Fachanwälte für Arbeitsrecht	Gütersloh	8
17	Binder & Partner	Bielefeld	8
17	Kröger, Rehmann & Partner	Büren	8
23	Rechtsanwälte & Notare Arning Kaminski	Gütersloh	7
23	Dr. Stohlmann Rechtsanwälte	Bielefeld	7
23	Kanzlei Uhle & Partner	Paderborn	7
23	Grummert + Repenning Rechtsanwälte	Bad Salzufen	7
23	Volk & Partner	Detmold	7
23	Vieker & Chatziparaskewas Fachanwälte für Arbeitsrecht	Minden	7
23	Kampmeier und Dr. Tietz	Herzebrock-Clarholz	7
23	Schils & Kollegen	Gütersloh	7
31	Societät Schäfers Rechtsanwälte und Notare	Paderborn	6
31	Rechtsanwälte Müller & Dr. Paul	Gütersloh	6
31	Kanzlei Katenbrink und Depenbrock	Herford	6
31	Ahls Hölting Dr. Becker	Steinheim	6
31	RPP Rechtsanwälte Notare Prof. Platena, Paust & Partner	Detmold	6
31	Rechtsanwälte Stückemann & Sozien	Lemgo	6
31	Rechtsanwälte Dr. Foerster, Wiesner & Kollegen	Langenberg	6
38	Dr. Auffenberg & Partner	Paderborn	5

Alle 156 Unternehmen im Ranking finden Sie online

www.ostwestfalen-lippe-manager.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 CO₂-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 tra-

gen, 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 nachhal-

tig 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 Finanzmarkt-Richtlinie 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 festgezurr 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 zu meist 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 >



MYESG

NACHHALTIGKEIT

TRANSPARENT MACHEN

So nachhaltig ist Ihr Unternehmen

Beantworten Sie den MyESG-Fragebogen und erfahren Sie, in welchen Bereichen Ihr Unternehmen bereits sehr gut aufgestellt ist und wo Sie sich noch verbessern können.



Mehr unter
www.creditreform.de/myesg

Creditreform 



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

© Roman - stock.adobe.com

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 ent-

sprechen. 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



**Ist mein Unternehmen
 reif für ein digitales
 Update?**

Gemeinsam finden wir die Antworten für morgen.

Mit kompetenter Beratung und Finanzierungslösungen für die digitale Transformation.



Weil's um mehr als Geld geht.



Das Ostwestfalen-Lippe-Ranking

Rang	Unternehmen	Hauptsitz	Umsatz in Tsd.	Mitarbeiter
1	Sparkasse Paderborn-Detmold-Höxter	Paderborn	11.400.000	1.292
2	VerbundVolksbank OWL	Paderborn	10.192.156	1.289
3	Bank für Kirche und Caritas	Paderborn	5.179.032	145
4	Volksbank Bielefeld-Gütersloh	Gütersloh	4.687.932	747
5	Volksbank Herford-Mindener Land	Herford	4.648.643	614
6	Sparkasse Gütersloh-Rietberg	Gütersloh	3.365.400	462
7	Kreissparkasse Wiedenbrück	Rheda-Wiedenbrück	3.264.700	313
8	Sparkasse Lemgo	Lemgo	3.254.585	524
9	Sparkasse Minden-Lübbecke	Minden	2.688.844	563
10	Sparkasse Höxter	Brakel	1.901.000	k. A.
11	Sparkasse Bad Oeynhausen - Porta Westfalica	Bad Oeynhausen	1.490.600	246
12	Kreissparkasse Halle (Westf.)	Halle (Westf.)	1.410.857	191
13	Volksbank Lübbecke Land	Lübbecke	1.227.584	234
14	Vereinigte Volksbank	Brakel	1.225.379	265
15	Volksbank Delbrück-Hövelhof	Delbrück	860.000	197
16	Volksbank Rietberg	Rietberg	792.000	k. A.
17	Volksbank Halle/Westf.	Halle (Westf.)	583.126	107
18	Volksbank Elsen-Wewer-Borchen	Paderborn	490.000	70
19	Volksbank Schnathorst	Hüllhorst	378.000	60
20	Stadtsparkasse Delbrück	Delbrück	369.465	73
21	Stadtsparkasse Versmold	Versmold	318.771	57
22	Volksbank Versmold	Versmold	274.100	38
23	Volksbank Schlangen	Schlangen	263.000	51
24	Volksbank Ostlippe	Blomberg	194.000	28

Alle Unternehmen im Ranking finden Sie online

www.ostwestfalen-lippe-manager.de



Wirtschaft **DIE ZEICHEN STEHEN AUF STURM MIT AUSBLICK AUF ERHOLUNG**

Wie wichtig in Krisenzeiten effizientes Forderungsmanagement ist.

Wirtschaftsausblick 2024-25: Spannende Perspektiven trotz anhaltender Herausforderungen

Die kommenden Jahre werden erneut die Widerstandsfähigkeit der globalen Wirtschaft auf die Probe stellen. Politische und wirtschaftliche Unsicherheiten stehen im Vordergrund, insbesondere in einem Jahr voller geopolitischer Spannungen und politischer Wahlen. Dennoch hat die globale Wirtschaft im ersten Halbjahr 2024 einen Wendepunkt erreicht und die Talsohle durchschritten, was ein Hoffnungsschimmer für die weltweite Konjunktur ist. Allerdings bleibt das verarbeitende Gewerbe weltweit weiterhin von einem Überangebot und sinkender Nachfrage, insbesondere in der Eurozone, betroffen.

Rezessionsrisiken in der Eurozone und den USA: Wie es weitergeht

In der Eurozone sind die Aussichten gemischt: Während einige positive Signale zu

verzeichnen sind, besteht weiterhin das Risiko einer Rezession. Die Nachfrage bleibt gedämpft, und strukturelle Schwächen in der Wirtschaftsstruktur der Region verschärfen die Herausforderungen. In den USA hingegen zeigt der Arbeitsmarkt erste Schwächen, was ebenfalls zu einer möglichen Rezession führen könnte.

Trotz dieser Unsicherheiten erwarten Experten ein globales Wachstum von +2,8 % in den Jahren 2024 und 2025. Dabei wird in den USA ein Wachstum von +1,7 % erwartet, während die Eurozone voraussichtlich mit einem Plus von +1,4 % im Jahr 2025 an ihr wirtschaftliches Potenzial herankommen könnte. China, als eine der weltweit größten Volkswirtschaften, wird seine Wachstumsverlangsamung weiter stabilisieren und 2025 ein robustes Wachstum von +4,3 % erreichen.

Die Risiken bleiben jedoch angesichts anhaltender geopolitischer Konflikte und eines politisch aufgeladenen Superwahljahrs 2024 bestehen. Im schlimmsten Fall, bei fiskalischen Fehlentwicklungen und eskalierenden

geopolitischen Spannungen, könnte das globale Wachstum um 1,5 Prozentpunkte niedriger ausfallen. Dies würde eine um einen Prozentpunkt höhere Inflation zur Folge haben, was die Zentralbanken dazu zwingen könnte, die Zinssätze länger hoch zu halten.

Zentralbanken im Fokus: Zinsen, Inflation und eine unsichere Zukunft

Die globalen Zentralbanken stehen vor der Herausforderung, ihre geldpolitischen Lockerungszyklen im Gleichgewicht zu halten, während sie gleichzeitig mit hartnäckigen Inflationsraten konfrontiert sind. Ihre bisherigen Bemühungen, die Inflation zu senken, haben sich verzögert. Die ursprünglichen Erwartungen, dass die Inflationsziele bis Mitte 2024 erreicht werden könnten, wurden um mindestens sechs Monate verschoben. Erst Anfang 2025 dürfte die Inflation auf ein moderateres Niveau absinken. Prognosen deuten darauf hin, dass die weltweite Inflation im Jahr 2025 bei 3,9 % liegen wird, verglichen mit 5,6 % im Jahr 2024. Besonders die USA >

und die Eurozone dürften bis dahin ihre Inflationsziele erreichen, wobei die USA auf 2 % und die Eurozone auf 2,1 % fallen könnten. China hingegen, das noch vor kurzem mit deflationären Tendenzen zu kämpfen hatte, wird bis 2025 voraussichtlich eine Inflation von +1,5 % aufweisen. In den USA plant die Federal Reserve ihre erste Zinssenkung im Dezember 2024, gefolgt von fünf weiteren Zinssenkungen im Jahr 2025, die den Leitzins auf 4 % senken könnten. Die Europäische Zentralbank (EZB) wird möglicherweise im September 2024 eine weitere Zinssenkung vornehmen, aber danach auf die Entwicklungen in den USA warten, bevor sie im Jahr 2025 den Lockerungszyklus mit vier weiteren Zinssenkungen (auf 2,5 %) fortsetzt. Schwellenländer, die von den Entscheidungen der Fed stark beeinflusst werden, werden weiterhin einen vorsichtigen Lockerungsansatz verfolgen. Die verzögerte Zinssenkung der Fed dämpft ihren Optimismus, und die Schwellenländer müssen genau abwägen, wie sie ihre eigene Geldpolitik steuern.

Fiskalische Herausforderungen in Europa: Eine neue Ära der Haushaltsregeln

Während die geldpolitischen Entscheidungen weltweit im Zentrum stehen, rückt die Fiskalpolitik zunehmend in den Fokus. Der fiskalische Impuls in den großen fortgeschrittenen Volkswirtschaften bleibt nur mäßig negativ, und viele Konsolidierungsmaßnahmen wurden aufgrund der bevorstehenden Wahlen aufgeschoben. Besonders in Europa werden sich die Augen auf die Länder richten, die sich nicht an die neuen Haushaltsregeln halten.

Länder wie Belgien, Frankreich, Italien, Ungarn, Malta, Polen und die Slowakei stehen unter besonderer Beobachtung, da sie möglicherweise nicht in der Lage sind, die kürzlich wieder eingeführten Vorschriften zu erfüllen. Rumänien, das bereits seit 2020 unter einem Defizitverfahren steht, muss ebenfalls umfassende fiskalische Anpassungen vornehmen. Um die öffentlichen Schulden zu reduzieren, sind Primärüberschüsse von über 1,5 % des BIP erforderlich, während das durchschnittliche Defizit Ende 2023 über 3 % lag.

Investitionen und Konsum: Ein zurückhaltender europäischer Verbraucher

Die weltwirtschaftliche Erholung hängt maßgeblich von der Wiederbelebung des globalen Investitionszyklus ab, der bis 2025 an Dynamik gewinnen soll. Doch auch wenn die finanziellen und monetären Bedingungen zunehmend gelockert werden, bleibt die Unsicherheit hoch. Unternehmen zögern weiterhin, größere Investitionen zu tätigen, da die geopolitische Lage unsicher bleibt. Auch der europäische Verbraucher bleibt zurückhaltend, und die höheren Sparquoten verdeutlichen, dass das Vertrauen in die wirtschaftliche Stabilität noch nicht wiederhergestellt ist.

Schwellenländer: Gewinner der globalen Lieferketten-Diversifizierung

Schwellenländer werden von der Diversifizierung der globalen Lieferketten profitieren. Seit 2015 hat sich ihre Kostenwettbewerbsfähigkeit nahezu überall verbessert,

mit Ausnahme von Mittel- und Osteuropa. Besonders Südostasien wird voraussichtlich in den kommenden Jahren einen starken Anstieg an Investitionen verzeichnen. Die robuste Binnennachfrage in vielen Schwellenländern wird das Wirtschaftswachstum bis 2025 unterstützen, auch wenn es weiterhin unter dem Niveau vor der Krise bleibt. Diese Regionen könnten zu einem zentralen Wachstumsmotor der globalen Wirtschaft werden.

Unternehmensgewinne und Investitionen: Eine gespaltene Welt

Obwohl die Unternehmensgewinne weltweit stabil bleiben, gibt es weiterhin deutliche Unterschiede zwischen den USA und Europa. Rund 60 % der US-Wirtschaftssektoren schneiden besser ab als ihre europäischen Pendanten. Investitionen sind jedoch weltweit auf einem Minimum, da viele Unternehmen ihre Abschreibungen mit Eigenmitteln kompensieren. Rund 20 % der Branchen investieren im Vergleich zu ihren Abschreibungen zu wenig, was die Unsicherheit über die Zukunft verdeutlicht.

Aktienmärkte und Anleihen: Chancen trotz Unsicherheiten

Die globalen Aktienmärkte entwickeln sich weiterhin gut, getrieben durch starke Unternehmensgewinne und langfristige Trends wie Künstliche Intelligenz (KI) und die Rückverlagerung von Produktionskapazitäten (Reshoring). Trotz der hohen Bewertungen von US-Aktien erwarten Experten für 2024 >



Renditen im niedrigen zweistelligen Bereich, solange die politischen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen stabil bleiben. Ein allmählicher politischer Kurswechsel könnte jedoch die langfristigen Renditen senken. Deutsche Bundesanleihen könnten aufgrund ihrer Rolle als sicherer Hafen eine verstärkte Nachfrage erfahren, während in den USA die hohen Haushaltsdefizite die langfristigen Renditen auf absehbare Zeit hoch halten könnten. Die Nachfrage nach Unternehmensanleihen bleibt stabil und attraktiv, trotz engerer Spreads. Dies liegt vor allem an der robusten Ertragslage vieler Unternehmen und deren überschaubarer Verschuldung, was stabile Renditenaufschläge ermöglicht.

US-Gewerbeimmobilien: Eine Branche in der Krise

Ein Bereich, der weiterhin von Herausforderungen geprägt ist, ist der US-Gewerbeim-

mobilienmarkt, insbesondere der Bürosektor. Auch wenn erwartet wird, dass die Immobilienwerte im Jahr 2024 ihren Tiefpunkt erreichen, kämpfen US-Büros nach wie vor mit tiefgreifenden strukturellen Problemen.

Die Leerstandsquoten haben historische Höchststände erreicht, was auf eine schwache Nachfrage zurückzuführen ist. Trotz signifikanter Preiskorrekturen bleibt die Investitionstätigkeit in diesem Sektor niedrig. Viele Marktteilnehmer haben ihre Bewertungsverluste noch nicht vollständig realisiert, was zu zusätzlichem Druck führen könnte.

Eine fragile Erholung mit zahlreichen Unsicherheiten

Der wirtschaftliche Ausblick für die Jahre 2024 und 2025 zeigt, dass die Weltwirtschaft auf einem fragilen Weg der Erholung ist. Während es positive Anzeichen gibt, bleiben die

Risiken hoch. Die geopolitische Unsicherheit, strukturelle Probleme in bestimmten Sektoren und die anhaltenden Herausforderungen in den USA und Europa werden den globalen Aufschwung verlangsamen. Dennoch gibt es Hoffnung, dass die Erholung weiter fortschreitet, vorausgesetzt, die politischen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen stabilisieren sich und die Zentralbanken die richtigen Maßnahmen ergreifen.

Insolvenzen international

Die Unternehmensinsolvenzen bleiben bis Mitte 2024 auf einem steilen Anstiegskurs, und dies betrifft fast alle Regionen der Welt. Der globale Insolvenzindex ist im ersten Quartal um 11 % gestiegen, mit Ausnahme Afrikas, das keinen signifikanten Zuwachs verzeichnete. Besonders auffällig sind die starken Anstiege in Kanada (+79 %), Schweden (+48 %) und Russland (+40 %).

Ranking FORDERUNGSMANAGEMENT

Empfohlene Unternehmen

Creditreform Herford & Minden Dorff	Löhne	www.creditreform.de/herford
Creditreform Bielefeld Riegel & Unger	Bielefeld	www.creditreform.de/bielefeld
Creditreform Paderborn Davis & Bolte	Paderborn	www.creditreform.de/paderborn
Creditreform Gütersloh Bolte	Gütersloh	www.creditreform.de/guetersloh

Das Ostwestfalen-Lippe-Ranking

Rang	Unternehmen	Hauptsitz	Mitarbeiter
1	Creditreform Herford & Minden Dorff 	Löhne	37
2	Creditreform Bielefeld Riegel & Unger 	Bielefeld	21
3	Creditreform Paderborn Davis & Bolte 	Paderborn	19
4	Creditreform Gütersloh Bolte 	Gütersloh	17
5	WIG Westfälische Inkassogesellschaft	Herford	8
6	BI Inkasso	Bielefeld	7
7	Inkassodienst Fölling	Gütersloh	3
7	Riverty	Verl	3
9	Regel Inkassodienst	Bielefeld	2
9	M. Fockel Inkassodienst	Schloß Holte-Stukenbrock	2
11	Egge-Inkasso, Inh.: Carsten Möbuß	Altenbeken	1
11	I.R.S Inkasso-Dienst	Bielefeld	1
11	S. I. E. Inkassodienstleistungen	Hövelhof	1
11	Optimal Inkasso	Brakel	1
11	WFM Inkasso	Minden	1

Alle Unternehmen im Ranking finden Sie online www.ostwestfalen-lippe-manager.de

Auch in den USA setzt sich der negative Trend fort, wo das erste Quartal 2024 mit 5.468 Insolvenzen abschloss, was einem Anstieg von 35 % im Vergleich zum Vorjahr entspricht. In Europa zeigt sich eine ähnliche Entwicklung. In Deutschland nahmen die Unternehmensinsolvenzen in den letzten 12 Monaten um 28 % zu, obwohl sich dieser Trend im Mai und Juni etwas abschwächte. Besonders Schweden (+58 %), die Niederlande (+39 %) und Österreich (+27 %) verzeichneten große Zuwächse, während Länder wie Dänemark und das Vereinigte Königreich im selben Zeitraum sogar leichte Rückgänge bei den Insolvenzen verzeichneten. In Asien setzt sich der Trend der steigenden Insolvenzen ebenfalls fort, besonders in Ländern wie Japan (+22 %), Australien (+24 %), Hongkong (+26 %) und Südkorea (+37 %). Die Zahlen für Singapur sind besonders besorgniserregend, wo Insolvenzen um 48 % zunahm. China bleibt eine Ausnahme und verzeichnet nach wie vor eine vergleichsweise niedrige Anzahl an Insolvenzen.

Wenn man die Branchen betrachtet, zeigt sich, dass die meisten entwickelten Volkswirtschaften bereits über dem Insolvenzniveau vor der Pandemie liegen. Schweden ist hier mit einem

Anstieg von 61 % im Vergleich zu 2018-2019 führend, gefolgt von Finnland (+30 %) und der Schweiz (+37 %). Für das Jahr 2024 erwartet man in Deutschland einen weiteren Anstieg der Insolvenzen um 21 %, in Belgien um 11 % und in Frankreich um 12 %. Insgesamt wird ein globaler Anstieg von 10 % für 2024 prognostiziert, während für 2025 ein moderater Anstieg von 1 % erwartet wird, hauptsächlich in Nordamerika und China. In Deutschland, das von einer regelrechten „Pleietwelle“ erfasst wurde, zeichnen sich düstere Zahlen ab. Allein im August 2024 meldeten 10,7 % mehr Unternehmen Insolvenz an als im Vorjahresmonat. Besonders gravierend ist, dass die Gläubiger nun um 32,4 Milliarden Euro bangen, im Vergleich zu 13,9 Milliarden Euro ein Jahr zuvor, was die durchschnittliche Größe der Insolvenzfälle verdeutlicht.

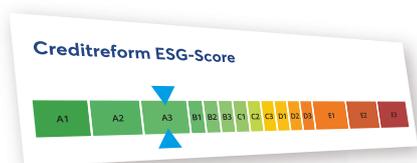
Verkehr, Logistik und Bauwirtschaft zählen zu den am stärksten betroffenen Sektoren. Auch Zeitarbeitsfirmen gehören zu den häufigsten Opfern des Insolvenzgeschehens. Parallel dazu wächst auch die Zahl der Verbraucherinsolvenzen. Im ersten Halbjahr 2024 stieg die Zahl der Fälle um 6,7 % im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Unter-

nehmen, die im Bereich Inkasso- und Forderungsmanagement tätig sind, spielen eine entscheidende Rolle bei der Stabilisierung des Wirtschaftslebens. Durch ihre Dienstleistungen werden Zahlungsausfälle in Milliardenhöhe vermieden und oft sogar Insolvenzen abgewendet. Die Inkassobranche muss sich jedoch ebenfalls anpassen, um mit den aktuellen Herausforderungen Schritt zu halten. Digitalisierung, regulatorische Anforderungen und technische Entwicklungen verändern das Umfeld. Vier wesentliche Treiber prägen diesen Wandel: verbesserte Kundeninteraktion, neue regulatorische Anforderungen, Prozessoptimierung und die Neupositionierung in der Wertschöpfungskette des Forderungsmanagements.

Obwohl die Inkassobranche in vielen Bereichen wie vor 20 Jahren operiert, eröffnet die technologische Transformation große Potenziale für Effizienzgewinne und die Anpassung an individuelle Schuldnerpräferenzen. Eine Modernisierung der Kommunikationswege und Prozesse könnte entscheidend sein, um den zukünftigen Anforderungen gerecht zu werden und Unternehmen weiterhin vor finanziellen Katastrophen zu bewahren. ■

CREDITREFORM ESG-SCORE

NACHHALTIGKEIT VON UNTERNEHMEN BEURTEILEN



Der Creditreform ESG-Score ermöglicht eine Nachhaltigkeitsbewertung zu 99 Prozent aller wirtschaftsaktiven Unternehmen in Deutschland und eignet sich damit hervorragend, um regulatorische Anforderungen im Rahmen des Risikomanagements zu erfüllen. Neugierig geworden? Sprechen Sie uns an!



Mehr unter
www.creditreform.de/esg-score

Creditreform

WINDOWS 10 ABLÖSEN & 50% RABATT AUF EINEN MONITOR SICHERN

WINDOWS 11 AKTIONSPRODUKTE

Bestellen Sie im Aktionszeitraum und solange der Vorrat reicht ein Aktionsprodukt bei Ihrem TERRA Fachhändler und erhalten direkt 50% Rabatt auf einen passenden TERRA LCD. Mehr Informationen unter www.wortmann.de/Win10EOS oder bei teilnehmenden Fachhändlern!

50% SPAREN



TERRA MOBILE 1517

Intel® Core™ i7-1255U Prozessor (12M Cache, bis zu 4,70 GHz) | Windows 11 Pro | 39.6 cm (15.6") FHD Display | 16 GB Arbeitsspeicher | 500 GB SSD | Intel® Iris® XE Graphics

Artikelnr.: 1220797

UVP 999,-€



TERRA PC-MICRO 6000

Intel® Core™ i5-1340P Prozessor (12M Cache, bis zu 4,60 GHz) | Windows 11 Pro | 16 GB Arbeitsspeicher | 500 GB SSD | Intel® Iris® XE Graphics

Artikelnr.: 1009965

UVP 899,-€



TERRA PC BUSINESS 6000

Intel® Core™ i5-14400 Prozessor (20M Cache, bis zu 4,70 GHz) | Windows 11 Pro | 16 GB Arbeitsspeicher | 500 GB SSD | Intel® HD Graphics

Artikelnr.: 1000042

UVP 839,-€



TERRA LCD/LED 2448W PV

60.5 cm (23.8" VA-LED-Technologie) | 1920 x 1080 Pixel, Full HD Display | Bildwiederholrate: 100 Hz | HDMI, DisplayPort, USB-C (Audio und Video), Lautsprecher

Artikelnr.: 3030226

UVP 159,-€

Aktion: 79,50€

TERRA LCD/LED 2748W PV

68.6 cm (27" VA-LED-Technologie) | 300 cd/m² | 1920 x 1080 Pixel, Full HD Display | Bildwiederholrate: 100 Hz | HDMI, DisplayPort, USB-C (Audio und Video), Lautsprecher,

Artikelnr.: 3030228

UVP 219,-€

Aktion: 109,50€

Zur Aktion



50% SPAREN

PROMOCODE: WIN10EOS

WINDOWS 10 END OF SUPPORT

Am **14. Oktober 2025** wird der Support von Windows 10 eingestellt, sodass keine Sicherheits- und Funktionsupdates mehr angeboten werden. Statten Sie Ihre Computer und Geräte jetzt mit Windows 11 Pro aus, um auch zukünftig von modernen Funktionen zu profitieren, die die Produktivität steigern, die Sicherheit erhöhen und die Verwaltung vereinfachen.

Empfohlene Unternehmen

ARAG SE	Düsseldorf	www.arag.de	Seite 42
---------	------------	-------------	----------

Das Ostwestfalen-Lippe-Ranking

Rang	Unternehmen	Hauptsitz	Mitarbeiter
1	Ecclesia Gruppe	Detmold	2.800
2	VMD Versicherungsdienst	Detmold	51
3	Rosenthal Assekuranz-Versicherungsmakler	Bielefeld	50
3	Schuster Versicherungsmakler	Bielefeld	50
5	Hillgraf Versicherungsmakler	Detmold	30
6	Katag Gesellschaft für Verwaltung und Vermittlung Terberger	Bielefeld	23
7	Asko Group Internationaler Versicherungsmakler	Bielefeld	18
8	Isselhorster Versicherung	Gütersloh	17
8	Heggemann und Kollegen	Paderborn	17
10	A + G Rettig Versicherungsmakler	Rheda-Wiedenbrück	16
11	Van Koten	Bielefeld	12
11	Midema Assekuranz-Assecurateurgesellschaft	Minden	12
13	Beratungsbüro Blümel + Klaß	Bielefeld	11
13	HCA	Verl	11
15	Froböse	Versmold	10
15	PVF Finanzdienstleistungen	Spenge	10
17	Valko Versicherungsmakler	Bünde	9
17	Hasenclever + Partner	Bielefeld	9
19	Klapdor Versicherungsmakler	Minden	8
19	Assekuranz M. Gubitz Versicherungsmakler	Salzkotten	8

Alle 64 Unternehmen im Ranking finden Sie online www.ostwestfalen-lippe-manager.de

ESG-Scoring der Versicherer

Ecclesia Gruppe setzt auf Nachhaltigkeit: Einführung eines ESG-Scoring-Tools für die Auswahl von Risikoträgern.

Detmold. Die Ecclesia Gruppe hat ein ESG-Scoring-Tool implementiert, um ihren Kunden ein nachhaltigeres Leistungsportfolio anzubieten. Mithilfe des Zielke Ratings wird die ESG-Konformität von Versicherern in den Bereichen Environmental, Social und Governance bewertet. Das Scoring deckt alle relevanten ESG-Themen ab, vom ökologischen Fußabdruck bis hin zur Verantwortung gegenüber Stakeholdern und der Verankerung der Nachhaltigkeit im Unternehmen.

„Unsere Aufgabe als Versicherungsmakler und Risikoberater besteht darin, unsere Kunden umfassend zu beraten und den passenden Versicherer mit dem besten Schutz zu finden. Dazu gehört auch, die ESG-Performance der Versicherer zu verstehen“, erklärt Thomas Olaynig, Leiter des Produkt- und Portfoliomanagements der Ecclesia Gruppe. Transparenz und greifbare Informationen spielen auch bei ESG eine wichtige Rolle, ebenso wie regulatorische Anforderungen,

wie das Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz. Nachhaltigkeit wird zunehmend zu einem entscheidenden Kriterium bei der Auswahl eines Risikoträgers. „Unsere Kunden erwarten neben einem guten Preis-Leistungsverhältnis und kundenorientierter Schadenabwicklung auch ESG-Konformität von Versicherern. Für viele dieser Faktoren bieten wir bereits Entscheidungshilfen – nun auch im Bereich ESG“, erklärt Leonhard Ihli, Leiter des Versicherer-Managements bei der Ecclesia Gruppe. Das neue Tool ermöglicht es der Ecclesia, nachhaltige Risikoträger auszuwählen, die zur ESG-Strategie der Kunden passen. Transparente Bewertung Beim

Scoring setzt die Ecclesia Gruppe auf die Expertise der Zielke Research Consult GmbH. Zielke erstellt ESG-Rankings auf Basis öffentlich zugänglicher Daten, wie Nachhaltigkeitsberichte und Erklärungen nach der Non-Financial Reporting Directive (NFRD) und ab nächstem Jahr nach der CSRD. „Die Ergebnisse sind für jeden nachvollziehbar und bieten objektive Vergleichsmöglichkeiten“, erklärt Dr. Carsten Zielke, Geschäftsführer der Zielke Research Consult. Technisch umgesetzt wird das Verfahren über die ESG-Plattform von Ubirch, die Emissionsdaten von Lieferanten automatisch erhebt und integriert. ■

ARAG UNTERSTÜTZUNG IM KRISENFALL

Starker Rückhalt für leitende Manager: Wenn es drauf ankommt, können Sie auf den ARAG Rechtsschutz zählen.

Als leitender Manager, Geschäftsführer oder Vorstand tragen Sie Verantwortung und müssen jeden Tag wichtige Entscheidungen treffen. Doch auch bei sorgfältigstem Handeln kann es zum Krisenfall kommen. Komplexe Themen wie (ungewollte) Verstöße gegen den Datenschutz oder auch Cyberkriminalität bergen Risiken, für die Sie womöglich verantwortlich gemacht werden. Vielleicht ordnen die Behörden sogar eine Strafverfolgung an, mit unangekündigter Firmen-Durchsuchung inklusive der hauseigenen IT. Genau dann ist die ARAG an Ihrer Seite – mit langjähriger Rechtsschutz-Kompetenz.

Beste Prävention: Strafverfahren im Vorfeld vermeiden

Unterstützung im Ernstfall: Mit einem speziellen Rechtsschutz für Manager sind Sie gut aufgestellt. Denn das Unternehmens-Strafrecht ist komplex und ein übergreifendes Rechtsgebiet. Dann sorgt die ARAG dafür, Ihnen die richtigen Experten an die Seite zu stellen: Im Fall der Fälle verteidigen sie das Unternehmen in allen Strafverfahren, die denkbar sind. Noch besser ist es jedoch, Strafverfahren bereits im Vorfeld zu vermeiden. Denn wenn das Strafverfahren einmal da ist, wird es schwierig und aufwändig. Eine zusätzliche Belastung für die Firma und den betroffenen Manager. Dr. Eren Basar, renommierter Fachanwalt für Strafrecht von der Düsseldorfer Kanzlei Wessing & Partner rät deshalb: „Vorsorgliche Compliance-Schulungen sind heute das A und O. Vorsorge ist besser als Nachsorge.“ Deshalb bietet der ARAG Rechtsschutz seinen Versicherten ein kostenloses Webinar als präventive Compliance-Schulung.

Im Fall der Fälle: schnelle Hilfe durch Strafverteidiger

Wenn es aber doch zum Strafverfahren kommt, ist schnelle Hilfe durch den Strafverteidiger essenziell. So gehören etwa unangekündigte Firmen-Durchsuchungen zu den Mitteln der Behörden – hier ist es wesentlich, dass der Experte sofort zur Stelle ist. Dies gilt auch für die Durchsuchung der Firmen-IT, die heute häufig im Zentrum steht.

Immer öfter: Datenschutz-Verstöße und Cyberkriminalität

Heute keine Seltenheit mehr: Ermittlungen wegen Datenschutz-Verstößen nehmen zu und können leicht in Ordnungswidrigkeiten-Verfah-



ren enden. Das bringt Unternehmen womöglich in massive Schwierigkeiten. Hier gilt, sich möglichst vorher mit der komplexen Materie auseinanderzusetzen. Auch das Thema „Cyberkriminalität“ ist inzwischen in fast allen Unternehmen präsent. „Darum ist es wichtig, durch präventive Schulungen das Informationssicherheits-Management zu stärken. So kann man sich gut gegen mögliche Bedrohungen aus dem Cyberraum rüsten und vorab für den Fall der Fälle Unterstützung von einem Profi holen“, so Rechtsanwalt Basar.

Mit dem Rechtsschutz auf der sicheren Seite

Gut, wenn man in kritischen Situationen spezialisierte Anwälte an seiner Seite hat. Denn der ARAG Manager-Rechtsschutz umfasst das komplexe Unternehmens-Strafrecht in vielen seiner Facetten. Neben der Kostenübernahme für die Vertretung durch einen Strafverteidiger haben Experten auch die Reputation Ihrer Firma und des versicherten Managers im Blick. Ein wesentlicher Aspekt! 🇩🇪

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 Spezial-Straf-Rechtsschutz können Sie je nach Situation auch den Vermögensschaden- und Anstellungsvertrags-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:



DATENSCHUTZMANAGEMENT – GESETZLICHE ANFORDERUNGEN EFFIZIENT „MANAGEN“

Die Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) fordert den Nachweis der rechtmäßigen Datenverarbeitung, der durch Managementsysteme, Schulungen und Audits unterstützt wird.



Die Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) fordert seit 2018 von den Verantwortlichen Stellen (vgl. Art. 24 DSGVO), also denjenigen, die im Sinne der DSGVO personenbezogene Daten verarbeiten – bzw. deren Auftragsverarbeitern (vgl. Art. 28 DSGVO) – den Nachweis der rechtmäßigen Verarbeitung (Rechenschaftspflicht). Dieser erfolgt anlassbezogen oder auch anlasslos und dient konkret dem Zweck des Nachweises der jederzeitigen Erfüllung der durch die DSGVO aufgestellten Pflichten durch den Verantwortlichen (Unternehmen, Behörde, etc.). Diese Pflichten sind hauptsächlich in den Artikeln 5, 24 bzw. 28 der DSGVO beschrieben. Geschäftsführung oder Vorstand sind dafür verantwortlich, diese Anforderungen im Unternehmen organisatorisch umzusetzen. Damit übertragen sie auch einen Teil der Verantwortung und Haftung auf die Organisation und die Mitarbeiter.

Managementsystem als bewährtes „Werkzeug“

Es stellt sich die Frage, wie die jederzeitige Erfüllung dieser Pflichten hinreichend aktuell dokumentiert und deren Umsetzung nachgewiesen werden können. Dazu lohnt sich ein Blick bspw. in das Qualitäts- oder Umweltmanagement. Auch dort müssen Branchen- oder Gesetzesvorgaben erfüllt und diese Erfüllung jederzeit nachgewiesen werden können. Hier haben sich Managementsysteme bereits seit lan-

gem etabliert und bewährt. Von den daraus entstandenen Methodiken und Erfahrungen kann auch der Datenschutz profitieren. Mithilfe der Erfahrungen aus diesen Managementsystemen können im Rahmen eines Projekts durch ein Projektteam die gesetzlichen Anforderungen – aus den einschlägigen Datenschutzgesetzen – auf das Unternehmen übertragen werden. Darüber hinaus können die Anforderungen durch entsprechende Prozess-, Verfahrens- und Aufgabenbeschreibungen für die einzelnen Unternehmensbereiche praktikabel dargestellt werden.

Von der Dokumentation zum System

Damit der Nachweis gelingt, dass diese Anforderungen im Unternehmen – wie beschrieben – umgesetzt werden, sind prozess- und aufgabenbezogene Schulungen erforderlich. Die Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen im Unternehmen müssen den Aufbau des Systems sowie ihre Verantwortlichkeiten darin kennen und wahrnehmen können. Unterstützt werden sie dabei durch Datenschutzbeauftragte und ggf. Datenschutzkoordinatoren, die stets helfend zur Seite stehen. Damit das „System“ auch nachweisbar gut funktioniert, werden Prüf- bzw. Auditprozesse beschrieben und regelmäßig durchgeführt. Die Ergebnisse bzw. Abweichungen des Audits werden analog zu anderen Managementsystemen vom Auditor dokumen-

tiert und der Geschäftsführung oder dem Vorstand übergeben. Diese legen in der Folge die Maßnahmen fest, mit denen die Abweichungen abgestellt und die Dokumentationen angepasst werden. Diese Änderungen werden bekanntgegeben und erforderlichenfalls geschult. Dann wird das nächste Audit zeigen, ob die Verbesserungen der Prozesse funktionieren.

Das DSMS-Projektteam

Für das Gelingen des Projekts muss das Projektteam aus erfahrenen Praktikern bestehen: Mitarbeiter, welche die Unternehmensprozesse kennen und möglichst schon an deren Dokumentation beteiligt waren (bspw. andere Managementbeauftragte), der oder die Datenschutzbeauftragte und je nach Geschäftsfeld Mitarbeiter aus den betroffenen Abteilungen.

Was ein DSMS nicht ist

Abschließend noch ein Hinweis: Das Tool, mit dem das DSMS betrieben wird, ist Nebensache. Es gibt dazu viel Software, auch speziell für DSMS. Jedes System hat seine Vor- und Nachteile und i.d.R. ist die Nutzung mit erheblichen Kosten verbunden. Oft werden dazu auch bereits vorhandene Anwendungen aus anderen Bereichen genutzt. Seitens der Aufsichtsbehörde gibt es hier keine Präferenzen, solange die Rechenschaftspflicht erfüllt ist. ■

Autor



Thomas Spaeing Geschäftsführer ds2
und Präsident BvD/EFDPO



© Hanaia Kocaprewn – stock.adobe.com

Medien **PRINT IST TOT – ES LEBE DER PRINT**

Seit Langem wird das Ende der Druckmedien heraufbeschoren. Nun stellt sich heraus: Sie können manche Defizite der digitalen Welt ausgleichen.

Gedruckte Medien befinden sich in einem langanhaltenden Kampf gegen die digitale Konkurrenz. Beispiel **Tageszeitung**: Von 30 Millionen Printexemplaren in beiden deutschen Staaten 1983 war 2023 nur noch ein gutes Drittel übrig (rund 11 Millionen). Wo soll das enden, wenn 40% der Abonnenten in Deutschland 75 Jahre und älter sind? Hinzu kommen **Zustellprobleme**. Es wird immer schwieriger, Zeitungsböten zu finden und sie sind teurer geworden, nachdem der **Mindestlohn** in zwei Jahren um 30% gestiegen ist. Hinzu kommt die Explosion der **Papierpreise**. Reaktion vieler Verlage: **selteneres Erscheinen**. Die „Hamburger Morgenpost“ wird seit Kurzem nur noch am Wochenende gedruckt; in der Woche erscheint sie rein digital.

Um Print- zu Digital-Abonnenten zu machen, greifen die Verlage tief in die Tasche: vom Digital-Support bis hin zu Gratis-Laptops. Viele – auch ältere – Abonnenten ziehen aber mit, denn laut Zeitungsmarktforschung Gesellschaft (ZMG) hat die Tageszeitung unangefochten **die höchste Kompetenz in der Lokalberichterstattung**. Die Printreichweite von Zeitungen liegt laut ZMG insgesamt bei 53%, doch bei den 14- bis 29-jährigen immer noch bei immerhin 32%. Print ist prädestiniert für die Vertiefung

von Themen; **Wochenzeitungen** zeigen das. „Die Zeit“ etwa steigerte ihre Auflage seit 2015 um 20%. „Wenn ich etwas wissen will, schaue ich ins Netz, wenn ich etwas verstehen will, lese ich ein Buch oder eine Zeitschrift“, sagt der Publizist Mads Pankow. Apropos **Buch**: Die Menschen lieben es heiß und innig, was der mickrige Umsatzanteil des E-Books im Publikumsmarkt zeigt: 2020: 5,8%, 2021: 5,9%, 2022: 6%, 2023: 6,1%.

Die verkaufte Auflage von **Zeitschriften** hat ähnlich stark abgenommen wie bei den Zeitungen. Aber die Zahl der Titel ist gewachsen, insbesondere bei den Fachzeitschriften – die Auflage am meisten steigern konnte zuletzt das „c’t magazin“. Auf Platz 1 bis 4 der meistverkauften freiverkäuflichen Titel liegen **Programmzeitschriften**, die das TV-Angebot übersichtlicher als ein Laptop zeigen, dahinter kommen **Frauenzeitschriften** und Titel wie „Landlust“. Zeitschriften können ein **Gegenentwurf zur digitalen Welt** sein. Das ergab 2023 eine Studie von RTL Data für den Crossmedia-Vermarkter Ad Alliance. Befragt wurden Leser von „Stern“, „Geo“, „Art“, „11 Freunde“, „Couch“, „Gala“ und „Brigitte“. Ein Ergebnis: Die digitale Welt setzt viele Menschen unter Stress. Durch die Algorithmen der Social Media fühlen sich 58% der 14- bis 39-jährigen

in ihrer Nutzung fremdgesteuert (gesamt: 52%) Über zwei Drittel der 14- bis 39-Jährigen (gesamt: 49%) hat das Gefühl, sich nur Filterblase zu bewegen. Bewusst begrenzen viele die eigene Screentime. Beim **„Digital Detox“** helfen Zeitschriften. Der Aussage „Mit Zeitschriften kann ich entspannen“, stimmen 78% der Befragten zu. Für 72% sind sie „ein Stück Lebensqualität“.

Eine Zeitschrift kann auch ein **Statement** sein. „Ich war neulich die einzige Person in der S-Bahn, die eine Zeitschrift in der Hand hatte und ich fand das mega. Die Leute haben mich beachtet“, so eine „Brigitte“-Leserin im „Tiefeninterview“. 67% der Leser bewahren Zeitschriften auf. Die „Generation Z“ setzt sie sogar als **Deko-Element** ein. 65% schätzen an Zeitschriften die **unterschiedlichen Sichtweisen**. „Beim Thema Fußball kriege ich viel mehr mit, was meine Timeline mir nie gezeigt hätte“, sagt ein Leser von „11 Freunde“. Zeitschriften haben einen Anfang und ein Ende, die **redaktionelle Auswahl** schafft einen greifbaren **Rahmen** – im Gegensatz zum uferlosen Angebot in der digitalen Welt. Wer Gedrucktes liest, erlebt wieder stärker die Bestätigung, seinen Medienkonsum selbst zu steuern. Motto: „Ich suche mir das raus, was mich interessiert“. Die materielle Präsenz von Print strahlt **Verlässlichkeit** und **Bestän-**

digkeit aus, die **Haptik** sorgt für Ruhe. Man kann genießen, man muss nichts hinterfragen. Durch dieses positiv wahrgenommene Umfeld wird **Werbung in Zeitschriften als vertrauenswürdig und nicht so aggressiv wie im Internet** erlebt. Das Statement „In Zeitschriften habe ich eher das Gefühl, dass ich selbst steuern kann, wie viel Werbung ich gerade zu sehen bekomme“, bejahen 69% der Befragten. Dennoch oder gerade deshalb ist **Print-Reklame wirksam**: 93% der werblichen Inhalte in Print-Titeln werden gesehen, die Augen bleiben im Schnitt 2,81 Sekunden daran hängen, wie das Eye-Tracking ergab. **Advertorials** werden im Schnitt noch länger betrachtet (10,49 Sekunden bei 100% Fixationswahrscheinlichkeit) als klassische Anzeigen; sie werden in erster Linie (noch) nicht wie Werbung erlebt. Auch **Beihefter** und **Warenproben** finden Zustimmung. Am Tag des Redaktionsschlusses für diesen Artikel erschien die Studie „Die Kraft des Gedruckten“ (Egro-Mediengruppe) mit beeindruckenden Zahlen zum Nutzen von **Printprospekten** für Wirtschaft und Konsumenten.

Verbraucherschutzmaßnahmen zum Beispiel durch die Datenschutzgrundverordnung („Double-Opt-In“) und die verbreitete Nutzung von Ad-Blockern bremsen die Werbewirtschaft im Digitalbereich aus. Dies ermöglicht ein Revival für das **volladressierte Print-Mailing**, denn dieses darf auch dann eingeworfen werden, wenn „Werbung – nein danke!“ auf dem Briefkasten steht. Werbefbriefe an Bestandskunden von Online-Shops erzielen eine durchschnittliche **Conversion Rate (CVR) von 5,4%** im Jahr 2023, ergab die CMC Print-Mailing-Studie 2023 (Collaborative Marketing Club in Zusammenarbeit mit der Deutschen Post): Bei der Bestellung wird durchschnittlich 10% mehr ausgegeben als bei der vorherigen Bestellung. Der Return on Advertising Spend (RoAS) liegt bei 901%. Konkreter: Bei einem durchschnittlichen Warenkorb von 82 Euro (vor Retoure) bringt jeder für ein Print-Mailing eingesetzte Euro 9,01 Euro Umsatz. Response-Verstärker steigern die CVR einer Print-Mailing-Kampagne um bis zu 33% und sorgen für bis zu 6% höhere Warenkörbe. **Wirksamster Response-Verstärker ist die Gutschein-Karte aus Papier.**

In dem Land, in dem der Buchdruck erfunden wurde, ist Print wieder – oder noch – etwas Besonderes, Wertvolles, gerade angesichts der E-Mail-Schwemme. Das Beispiel Print-Mailing zeigt das gut: Tag für Tag werden weltweit rund 320 Milliarden E-Mails verschickt. Allein in Deutschland landen 150 Millionen davon im Spamfilter. In den Briefkasten aber werden täglich durchschnittlich 1,5 Briefe und weniger als ein Werbemailing eingeworfen. Man freut sich geradezu, wenn mal wieder was drin liegt. Print verheißt eine exklusive Botschaft – ganz ohne Druck.

Claas Möller | redaktion@regiomanager.de ■

Info

„Who loves Print the most?“

*Average score for print across all categories



QUELLE: Two Sides: Print & Paper in a digital world ...

Leser teilen sich ihre Zeitung

Nutzungsgemeinschaften



Basis: WLK Tageszeitungen ab 14 Jahren
Quelle: ZMG Bevölkerungsumfrage 2022/VW | 2023, MA 2023

Zeitungen werden intensiv genutzt

Hohe Beachtungschance für Anzeigen



Basis: WLK Tageszeitungen ab 14 Jahren
Quelle: ZMG Bevölkerungsumfrage 2022

Werbung ist Gestaltungshilfe für den Einkaufszettel

Positive Einstellung zur Werbung



Basis: Deutschsprachige Bevölkerung/WLK-Zeitungen ab 14 Jahren/Internetnutzer ab 16 Jahren/Ährme voll und ganz/teilweise zu
Quelle: 1 Best for Planning 2023 | 2 ZMG Media Monitor Handel KW 3-4 2024 / 3 ZMG Bevölkerungsumfrage 2022



Parallelwelten **DIE KI UND DAS GURKENLIED**

Künstliche Intelligenz kann Unternehmen unterstützen, Menschen bislang jedoch nicht ersetzen, meint Simone Harland.

„Wir machen Gurkenspiele und Gurkenwitze, wir lachen und singen und tanzen mit Gurken.“ Klingt der Anfang dieses Textes für Sie absurd? Das verstehe ich. Ich war auch überrascht, als ich letztens die künstliche Intelligenz (KI) in Form von ChatGPT gebeten habe, ein Lied über Gurken zu schreiben. Denn es endete genau mit diesen zwei, na ja, leicht obskuren Zeilen. Der Rest des Liedtextes klang ähnlich. Mag sein, dass das Thema „Gurken“ für ein Lied nicht besonders geeignet ist. Andererseits hat schon Herbert Grönemeyer ein Lied über die Currywurst geschrieben, Helge Schneider eins über Reis und die Toten Hosen haben den eisgekühlten Bommerlunder besungen. Lieder über Lebensmittel können also Hits werden. Beim Gurken-Song bezweifle ich das.

Die KI schlug mir anschließend vor, sie zu fragen, ob sie mir das Lied vorsingen könne. Als ich das tat, erlebte ich einen weiteren Dämpfer. Sie teilte mir mit, sie könne nicht singen. Ja mei, warum bietet sie es mir dann an? Ich fühlte mich verspottet. Doch vielleicht ist das ein internes Feature derjenigen, die die KI programmiert haben? Um sich regelmäßig darüber kaputtzulachen, dass jemand so blöd sein kann, die KI ums Vorsingen zu bitten.

Egal. Ich habe trotzdem noch weiter mit der KI herumgespielt, sie unter anderem nach den Twitter-Trends, also den am häufigsten auf der Social-Media-Plattform Twitter genannten Be-

griffen des Monats März, gefragt. Die ausgespuckte Antwort überraschte mich. Denn einer der Trends war der Begriff „Orden“. Die KI erklärte mir, worum es bei diesem Trend ging: nämlich um die Auszeichnung von Angela Merkel mit dem „Großkreuz des Verdienstordens“ zum Zeitpunkt ihres Rücktritts am 31. März 2023. Ich stutzte. War ich in ein Paralleluniversum geraten, in dem Frau Merkel 2023 noch Bundeskanzlerin war? Ich sprach die KI darauf an und fragte, warum sie das Jahr 2023 als Zeitpunkt des Rücktritts von Angela Merkel als Kanzlerin angebe. Darauf kam die Antwort, sie könne keine Prognose geben, wann Frau Merkel zurücktrete. Als ich anschließend schrieb, sie sei doch schon seit 2021 nicht mehr Kanzlerin, redete die KI sich mit einem Wikipedia-Artikel heraus und verbesserte sich rasch. Natürlich sei Frau Merkel seit dem 8. Dezember 2021 nicht mehr Kanzlerin. Spätestens da wusste ich: Stellt man der KI Fragen, sollte man zum jetzigen Zeitpunkt die Antworten besser noch einmal gründlich nachrecherchieren.

Ich habe noch Weiteres wissen wollen. Auf manche Fragen erhielt ich keine Antwort, zum Beispiel darauf, ob ChatGPT sich als Bedrohung für die Menschheit ansieht. Auf andere Fragen gab die KI zu bedenken, dass die Antworten mich verstören könnten. Statt mir also eine Antwort zu geben, musste ich erst einwilligen, mich verstören zu lassen.

Da die KI Bilder generieren kann, habe ich auch das ausprobiert. Zunächst habe ich Bilder vom Meer erstellen lassen, danach „Fotos“ aus dem 19. Jahrhundert, auf denen Menschen Ufos sichten. Mein Ziel: zu schauen, wie echt diese falschen Bilder bereits wirken (Antwort: ging so). Dann habe ich nach einer Grafik gefragt, bei der eine Person eine andere „klein“ macht. Ich wollte wissen, wie kreativ die KI mit abstrakteren Anfragen umgeht. Das lehnte die KI jedoch ab. Ein solches Bild würde sie nicht erstellen, da es Gewalt verherrlichen könne. Ich fühlte mich erneut gegängelt. Sollten Sie also demnächst in Ihrem Unternehmen KI nutzen, lassen Sie von ihr generierte Texte besser nachprüfen, kompliziertere Grafiken von Menschen erstellen und entscheiden Sie selbst, ob sie verstören oder verstört werden wollen. Wenn die KI versucht, moralischer als Menschen zu sein, mag das zunächst vielleicht als feiner Zug erscheinen, doch sollte man dabei beachten, dass sie von Menschen programmiert und gefüttert wird, die damit letztlich entscheiden, was moralisch korrekt oder „der Zeitgeist“ ist und was nicht. Ich jedoch möchte lieber weiterhin eigene Entscheidungen treffen, statt mir in dieser Hinsicht etwas vorschreiben zu lassen. Trotzdem bin ich gespannt, wie sich die Technik weiterentwickelt. Ich jedenfalls gehe davon aus, dass die KI spätestens in einigen Monaten ein Lied über Gurken schreibt, das ein Hit werden könnte. Und vielleicht singt sie es dann auch vor.
Simone Harland | redaktion@regiomanager.de

KARRIERE

DIE ATTRAKTIVSTEN ARBEITGEBER IN NRW

REGIO
MANAGER



OSTWESTFALEN-LIPPE MANAGER STARKER PARTNER 2024	ATTRAKTIVE ARBEITGEBER	TOP 250 OSTWESTFALEN-LIPPE
---	---------------------------	----------------------------------

ERSCHEINT DEMNÄCHST

Mit Brief und Siegel als Attraktiver Arbeitgeber sichtbar werden.

Auf Jobmessen, an 25 Hochschulen und in den Unternehmen der Region neue Mitarbeiter finden und binden.

Stärkung der Arbeitgebermarke und neue Wege im Recruiting.

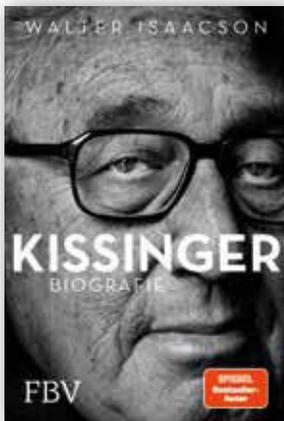
INSOLVENZEN IN OSTWESTFALEN-LIPPE

Gewerbliche Insolvenzmeldungen von Juni bis September (05.06.-16.09.2024)

Firma	Straße	PLZ/Ort	Aktenzeichen
GafnerImmo Natur GmbH	Stiftstr. 75	32278 Kirchlingern	43 IN 870/23
MA Metalltechnik GmbH	Am Sportplatz 9	33813 Oerlinghausen	10 IN 74/24
LANDEXX GmbH & Co. KG	Simeonscarre 2	32423 Minden	43 IN 411/24
B. Maier Wasserkraft GmbH Anlagenbau	An der Bleiche 9	33813 Oerlinghausen	10 IN 114/24
Taxi & Krankentransporte Werth GmbH	Hinter'm Gradierwerk 3	32549 Bad Oeynhausen	43 IN 691/23
HKS Medien GmbH	Moltkestr. 13	32105 Bad Salzuflen	10 IN 208/23
Meßner International GmbH	Gewerbegebiet Echternhagen 7	32689 Kalletal	10 IN 29/24
MK Abbruch und Rückbau GmbH & Co. KG	Rietberger Str. 127	33129 Delbrück	2 IN 77/24
LignoSmart Holztechnik GmbH	Rahdener Str. 92	32312 Lübbecke	43 IN 440/24
MK Service GmbH & Co. KG	Rietberger Str. 127	33129 Delbrück	2 IN 69/24
FR Real Estate GmbH	Herforder Str. 76	33602 Bielefeld	43 IN 446/24
SMS GmbH	Roggenkamp 2	33775 Versmold	43 IN 448/24
Dr. Jung Pharma GmbH	Minderheideweg 2	32425 Minden	43 IN 278/24
Misini UG (haftungsbeschränkt)	Weizenweg 22	33758 Schloß Holte-Stukenbrock	43 IN 136/23
TJ Kfz-Technik UG (haftungsbeschränkt)	Schützenstr. 3	32105 Bad Salzuflen	10 IN 103/24
Scheffel GmbH	Angermünder Str. 44	32676 Lügde	10 IN 77/24
Sebastian Dehn, Daniel Kolbus GbR DeKo.media	Paulustr. 45	33602 Bielefeld	43 IN 141/24
Industrie Service Bielefeld André Kranzmann GmbH	Kollerbreite 20	33699 Bielefeld	43 IN 465/24
Güvez Rent UG (haftungsbeschränkt)	Bismarckstr. 39	32427 Minden	43 IN 67/24
Mowat Besitz GmbH	Borriesstr. 57	32257 Bünde	43 IN 871/23
Pluto UG (haftungsbeschränkt)	Esch 4	33824 Werther	43 IN 228/24
Scalerion GmbH	Technologiepark 18	33100 Paderborn	2 IN 156/24
Kixmüller Busbetriebs UG (haftungsbeschränkt) & Co. KG	Am Bismarckturm 2	32108 Bad Salzuflen	10 IN 26/24
DEBöden GmbH & Co. KG	Ziegenbergstr. 8	33034 Brakel	2 IN 148/24
Franz Schröder GmbH & Co. Kommanditgesellschaft	Auf dem Busche 45	33129 Delbrück	2 IN 158/24
Georg Rawiel UGR Computer Service	Weserstr. 4	32457 Porta Westfalica	43 IN 449/24
Gresförder Pflegegesellschaft mbH	Zähringerallee 123	32425 Minden	43 IN 493/24
Betonwerk Schrewe GmbH & Co. KG	Raiffeisenstr. 12	32312 Lübbecke	43 IN 486/24
BTT-Beteiligungs GmbH	Bergstr. 31	34434 Borgentreich	2 IN 23/24
"Seda Demirci Restaurant Agora"	Poststr. 2	32676 Lügde	43 IN 477/24
H1-Gesundheitskiosk gUG (haftungsbeschränkt)	Brahmsstr. 39	33775 Versmold	43 IN 389/24
SK Express GmbH	Oststr. 23	32051 Herford	2 IN 168/23
DELOS Bau UG (haftungsbeschränkt)	Jöllenbecker Str. 217	33613 Bielefeld	43 IN 505/24
HochGLANZ Stadtmagazin UG (haftungsbeschränkt)	Langer Weg 6	33100 Paderborn	2 IN 39/24
C&D Planen und Bauen UG (haftungsbeschränkt)	Schürbusch 6	32139 Spenge	43 IN 455/24
Karimtech UG (haftungsbeschränkt)	Münsterstr. 94	33775 Versmold	43 IN 93/24
M.C.B. GmbH	Herforder Str. 144	33609 Bielefeld	43 IN 334/24
Harris Fahrschule UG (haftungsbeschränkt)	Residenzstr. 35	33104 Paderborn	2 IN 60/24
Bade*s Gastronomie GmbH	Auguste-Viktoria-Allee 1	33175 Bad Lippspringe	2 IN 160/24
Grillstar.de GmbH	Berliner Str. 504	33334 Gütersloh	43 IN 510/24
B H S Generalübernehmung GmbH	Bahnhofstr. 71	32584 Löhne	43 IN 709/23
TEAMORA GmbH	Berliner Str. 52	33378 Rheda-Wiedenbrück	43 IN 793/23
swiss bedding gmbh	Lübbecker Str. 3	32429 Minden	43 IN 169/24

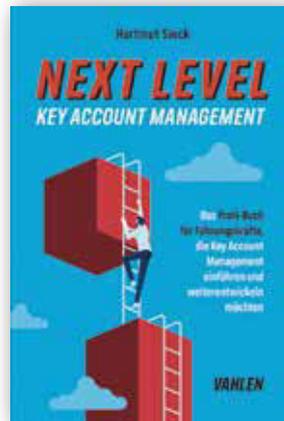
Firma	Straße	PLZ/Ort	Aktenzeichen
Kampmann GmbH	Am Stadtgraben 1	33829 Borgholzhausen	43 IN 371/24
ProAster GmbH	Chromstr. 88	33415 Verl	43 IN 106/24
MPO - Concept GmbH	Niederbeller Weg 18	32805 Horn-Bad Meinberg	10 IN 152/24
Fiber Force GmbH	Heeper Str. 63	33818 Leopoldshöhe	10 IN 113/24
Sancar Bau UG (haftungsbeschränkt)	Augustastr. 1	32105 Bad Salzflun	10 IN 199/23
BLC LOGISTIK und Handel GmbH	Sonnenbrink 46	32584 Löhne	43 IN 725/23
Bas Holding GmbH	Herforder Str. 205	33609 Bielefeld	43 IN 282/24
WIBA Treuhand GmbH Wirtschaftsprüfungsges. Steuerberatungsges.	Steinweg 13	33378 Rheda-Wiedenbrück	43 IN 557/23
REHA-Shop Fuchs GmbH	Auf der Welle 10	32369 Rahden	43 IN 547/24
DIETEC Vertriebs GmbH & Co. KG	Kampweg 26	32278 Kirchlegern	43 IN 346/24
DIETEC Vertriebsverwaltungs GmbH	Kampweg 26	32278 Kirchlegern	43 IN 353/24
Juvenilis GmbH	Minderheideweg 2	32425 Minden	43 IN 544/24
Okur GmbH	Schelpmilser Weg 12	33609 Bielefeld	43 IN 865/23
AMM GmbH	Poggenbreite 1	33699 Bielefeld	43 IN 513/24
Marcic Bau UG (haftungsbeschränkt)	Liebigstr. 1	32425 Minden	43 IN 416/24
H & S Druckgesellschaft mbH	Brockhäger Str. 278	33334 Gütersloh	43 IN 324/24
Meierkort Systemhaus UG (haftungsbeschränkt)	Siemensstr. 34	32120 Hiddenhausen	43 IN 410/24
Credo Ambulante Hilfen GmbH	Dorfstr. 33	32139 Spenge	43 IN 118/24
C. Steinert Dachdeckermeister GmbH	Ditfurthstr. 82	33611 Bielefeld	43 IN 527/24
Bekemeier GmbH & Co. KG	Am Zollamt 4	32312 Lübbecke	43 IN 407/24
AVOS GmbH	Almestr. 7	33649 Bielefeld	43 IN 339/24
W&B Personalleasing GmbH	Herlestr. 13	33100 Paderborn	2 IN 171/24
"Gianluca Akkaya & Yagiz-Timur Süme GbR Onlineshop ""La Liberté""	Bergstr. 16	32257 Bünde	43 IN 111/24
Bau-Service Paulina UG (haftungsbeschränkt)	Meierfeld 45	33611 Bielefeld	43 IN 260/24
Eggelbusch- Beteiligungsgesellschaft mbH	In der Heide 20	33428 Harsewinkel	43 IN 156/24
Global Kitchen & Electrics GmbH	Kampweg 26	32278 Kirchlegern	43 IN 347/24
Bolley Baugesellschaft mbH	Eickhoffer Str. 14	33142 Büren	2 IN 188/24
GHG Gesundheitshausgeräte UG (haftungsbeschränkt)	Paderborner Str. 64	33415 Verl	43 IN 328/24
Gross und Co. Raumsystem GmbH	Im Wied 6	32683 Barntrop	10 IN 153/24
Plank Real Estate GmbH	Tempelhofer Str. 8	33100 Paderborn	2 IN 33/24
Klecks UG (haftungsbeschränkt)	Dortmunder Str. 16	32760 Detmold	4 IN 187/23
Wilhelm Elkenkamp GmbH	Helpuper Str. 350	33818 Leopoldshöhe	10 IN 172/24
KBK Verwaltungs GmbH	Schelmenbrink 10	32278 Kirchlegern	43 IN 232/24
Shock-Store Handels GmbH & Co. KG	Gotenstr. 16	33647 Bielefeld	43 IN 535/24
Hölling Transporte GmbH	Wilhelmstr. 7	32602 Vlotho	43 IN 380/24
PDS GmbH	Oststr. 68	32051 Herford	43 IN 612/24
dinc immobilien & finanzen GmbH	Königstr. 1	32545 Bad Oeynhausen	43 IN 469/24
BAM-Baustahlarmierung GmbH	Nordstr. 47	32805 Horn-Bad Meinberg	10 IN 174/24
DeinSuperheld UG (haftungsbeschränkt)	Neuhäuser Str. 11	33102 Paderborn	2 IN 195/24
Print Trading GmbH & Co. KG	Theodor-Rosenbaum-Str. 11	32257 Bünde	43 IN 632/24
Haus "Vier Eichen" Alten- und Pflegeheim GmbH	Moorweg 1	32339 Espelkamp	43 IN 629/24
SWM Projektbau GmbH	Stukenbrocker Weg 17	33813 Oerlinghausen	10 IN 23/24
Wiedemann Verwaltungs GmbH	Borsigstr. 21	32312 Lübbecke	43 IN 393/24
Bekiri Baugesellschaft für Gütersloh GmbH	Schledebrückstr. 53	33332 Gütersloh	43 IN 423/24
CLASS-U-TEC UG (haftungsbeschränkt)	Biesterbergweg 9	32657 Lemgo	10 IN 124/24
EnergieKonzepte Schiffer GmbH & Co. KG	Vattmannstr. 15	33100 Paderborn	2 IN 202/24
MAGIC SKIN GmbH	Ahmser Str. 170	32052 Herford	43 IN 397/24
Ingenieurbüro Gottschild GmbH	Kleine Heide 8	33790 Halle	43 IN 530/24
EnergieKonzepte Schiffer Verwaltungs GmbH	Vattmannstr. 15	33100 Paderborn	2 IN 203/24
MECONDO GmbH	Maximilian-Ulrich-Str. 12	33397 Rietberg	43 IN 649/24
Kolbus GmbH & Co. KG	Osnabrücker Str. 77	32369 Rahden	43 IN 529/24
Mittendrin Wohnprojekte GmbH & Co. KG	Kesselbrink 3	33602 Bielefeld	43 IN 732/23
Schwarzer Digital GmbH	Gütersloher Str. 68	33378 Rheda-Wiedenbrück	43 IN 715/23
Befreites Lernen GmbH & Co. KG	Bremer Str. 13	33613 Bielefeld	43 IN 418/24

WIR VON UNTEN UND ANDERE BÜCHER, DIE SIE LESEN SOLLTEN.



Walter Isaacson:
Kissinger: Biografie
Finanzbuch
944 S. | 27,00€

Im letzten Herbst verstarb hundertjährig der deutschstämmige Henry Kissinger, der nicht nur als ehemaliger Sicherheitsberater und Außenminister die amerikanische Politik prägte, sondern auch im Nachgang als Elder Statesman nahezu weltweite Anerkennung fand. Aus diesem Grund wurde Isaacsons erstmal 1993 erschienene Biografie Kissingers erneut veröffentlicht. Wobei Isaacson ohnehin einer der bekanntesten amerikanischen Biografen ist. So schrieb dieser schon über Elon Musk, Steve Jobs, Albert Einstein aber auch Leonardo da Vinci. Entsprechend umfangreich und detailliert recherchiert – aber gleichzeitig gut lesbar ist diese Biografie Kissingers geschrieben. Und ja, fast 1000 Seiten brauchen ihre Zeit und nötigen dem Leser Respekt ab – aber ein solch bewegtes Leben braucht auch Raum, um es würdigend zu schildern!



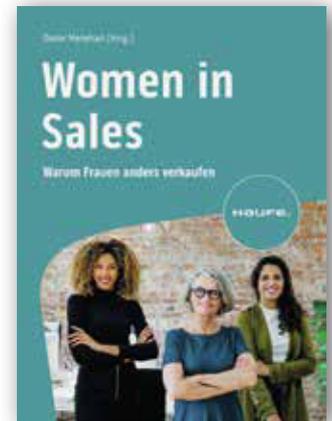
Hartmut Sieck:
Next Level Key Account Management
Vahlen
210 S. | 39,80€

Hartmut Sieck gehört zu den profiliertesten Experten zum Key Account Management (KAM) im deutschen Sprachraum – und ist einer der fleißigsten Autoren zu diesem Thema. In seinem aktuellen Buch wendet er sich an Führungskräfte, die KAM einführen oder optimieren wollen – also Vertriebsleiter, Strategieverantwortliche und Geschäftsführer. Inhaltlich ist es hierbei zunächst notwendig, die Basics zu erläutern und welche Rolle Key Account Management im Unternehmen spielen kann – und ob es überhaupt zum betreffenden Unternehmen, seiner Kultur und Struktur, aber auch der Vertriebspolitik, passt. Darüber hinaus bekommen die Leser Einblicke in klare Aufgabenbereiche, Strukturierungen und Umsetzungsinhalte eines planbaren KAM und wie dieses in die bestehenden Vertriebsstrukturen integriert werden kann. Ein guter Ratgeber, der unnötige Prozessbremsen, aber auch Kosten verhindert.



Natalya Nepomnyashcha:
Wir von unten
Ullstein
272 S. | 19,99€

Natalya Nepomnyashcha kann man als Selfmadefrau beschreiben. In der Ukraine geboren, kam sie in jungen Jahren nach Deutschland und es gelang ihr ein Studium mit internationalem Hintergrund und eine unternehmerische Karriere; zudem gründete sie das „Netzwerk Chancen“. Hierbei betont Nepomnyashcha immer wieder ihren Hintergrund und ihre Jugend und Kindheit in einem bayrischen Brennpunktviertel und dass sie zu den wenigen gehöre, denen der soziale Aufstieg möglich war. Ihr Buch ist hierbei kein Motivationsbuch, sondern ein Appell an Staat und Gesellschaft. Sie fordert einen klaren Change im Handeln und Denken, weil nur so dauerhaft eine „Schichtendenke“ ausgehebelt werden kann und eine Geburt in „Hartz IV“ keine lebenslange Vorverurteilung darstellt. Kein Buch, das jedem „mal eben so“ gefallen wird – aber ein Buch, über das es nachzudenken lohnt.



Dieter Menyhart:
Women in Sales
Haufe
340 S. | 39,99€

Women in Sales ist ein Interviewbuch. Herausgeber Menyhart wurde nach seinem vorherigen Buch gefragt, warum dort keine Frauen interviewt worden seien – und griff das Thema direkt für ein neues Buch auf. Um hier festzustellen, dass Frauen anders verkaufen und an den Vertrieb herangehen als Männer. Dies gilt sowohl im praktischen Sales als auch für Führungskräfte. Menyhart hat hierzu 25 Saleswomen interviewt, die in verschiedenen Branchen, aber auch in verschiedenen Vertriebs-Aufgaben aktiv sind, vom Field-Sales übers Key Account bis zur Sales-Leitung und sich ihre Wege auch auf eigene Arten erarbeiten mussten. Spannend zu lesen und auch für Sales-Men sicherlich inspirierend.



B2B-Leasing **LEASING – TOP ODER FLOP?**

Das Leasing von Fahrzeugen und Anlagen ist eine gute Möglichkeit, seine Liquidität zu schonen. Man muss allerdings auf die damit verbundenen Fallstricke achten.

Dass man Fahrzeuge leasen kann, ist allgemein bekannt. Dieser Service wird auch von vielen Privatpersonen genutzt. Im gewerblichen Bereich ist inzwischen darüber hinaus das Leasing unterschiedlichster Gegenstände und Anlagen üblich geworden – von der Büroausstattung über IT-Infrastruktur bis zu Forschungs- und Entwicklungsausstattung oder Sicherheitstechnik. Geleast bekommt man heute auch komplette Produktionsanlagen und die dazugehörige Produktionshalle plus Bürogebäude. Dabei muss man allerdings wissen, dass Leasing zwar sehr viel mit Mieten gemeinsam hat, es aber auch einen wesentlichen Unterschied gibt: Gemeinsam ist beiden Modellen, dass man gegen eine – üblicherweise regelmäßige – Zahlung ein zeitlich gebundenes Nutzungsrecht für einen Vermögenswert erhält. Dazu bieten den Vorteil, dass

kurzfristig kein Kapital für einen Kaufpreis benötigt, und so die eigene Liquidität geschont wird. Und – in vielen Fällen können Leasing-Raten wie Mietzahlung steuerlich direkt als Betriebskosten geltend gemacht und müssen nicht über einen längeren Zeitraum abgeschrieben werden.

Operatives Leasing oder Finanzierungsleasing?

Beim Mieten ist die Nutzung allerdings rein auf den Mietzeitraum beschränkt, während man beim Leasing im Allgemeinen eine Option auf den späteren Kauf des Gegenstandes erwirbt – und die Leasingraten auf den Kaufpreis angerechnet werden. Weshalb man bei Leasing auch von „Mietkauf“ spricht. Relativ nah an der Mie-

te liegt das sogenannte operative Leasing, bei dem die Option für einen späteren Kauf in den Hintergrund tritt. Solche Verträge bieten in der Regel eine hohe Flexibilität, da sie kürzer sein können und man eher von einer Rückgabe der genutzten Ausrüstung am Ende der Laufzeit ausgeht. Im Gegensatz dazu ist das Finanzierungsleasing, oder auch Kapitalleasing, auf den späteren Erwerb der geleasten Sache ausgerichtet, wobei eine Rückgabe auch hier möglich ist – denn sonst würde man von einer Finanzierung sprechen. Beim Finanzierungsleasing steht aber im Vordergrund, dass die regelmäßigen Ratenzahlungen sowohl die Anlagennutzung als auch die Verminderung des späteren Kaufpreises beinhalten. Daher liegen Wartung, Reparaturen und Versicherung hier auch meist in der Verantwortung des Leasingnehmers. Eine Spezialform ist >



das Sale-and-Lease-Back-Leasing, bei dem man eigene Gebäude oder Anlagen an einen Leasinggeber verkauft und anschließend für die Nutzung zurück-least. So kommt man kurzfristig an Kapital, belastet sein Budget aber auch mit bisher nicht vorhandenen regelmäßigen Zahlungen.

Das eigene Budget im Auge behalten

Welche Variante ein Unternehmen für sich wählt, ist vom individuellen Bedarf anhängig, weswegen es sinnvoll ist, eine Bedarfsanalyse durchzuführen, bevor ein Leasingvertrag abgeschlossen wird. Dabei sollten Fragen wie: Welche Art von Ausrüstung wird (wirklich) benötigt? Wie lange wird sie benötigt? Und – Ist ein späterer Kauf wahrscheinlich oder nicht, bedacht werden. Zentral für die Entscheidung ist sinnvollerweise immer der verfügbare Finanzrahmen. Unternehmen sollten vorab sicherstellen, dass sie sich die Leasingraten auch – für die gesamte Vertragslaufzeit – leisten können, und zwar inklusive möglicher Zusatzkosten wie Wartung und Versicherung. Unabhängig von der eigenen Finanzlage sollte man die Höhe von Leasingraten, möglichen Anzahlungen und sonstigen Gebühren unbe-

dingt verhandeln. Das ist wie bei einem Kauf meist möglich. Außerdem ist ein Vergleich mit den Konditionen anderer Anbieter selbstverständlich, wenn man einen wettbewerbsfähigen Preis bekommen möchte.

Die wichtigsten Leasing-Tipps

Hat man sich wohlüberlegt entschieden, einen Leasingvertrag einzugehen, sollte man bei den Vertragsverhandlungen auf einige Punkte achten, um bei eventuellen Komplikationen nicht unsanft zu erwachen:

1. Vertragslaufzeit und Flexibilität: Wichtig ist, eine Vertragslaufzeit zu vereinbaren, die den eigenen Bedürfnissen entspricht. Eine längere Laufzeit kann zwar niedrigere Raten bedeuten, aber auch zu höheren Gesamtkosten führen. Ebenso sollte man eine ausreichende Flexibilität sicherstellen, denn die Bedürfnisse des eigenen Unternehmens können sich ändern. Daher sollte die Änderung von Vertragsbedingungen wie Ratenhöhe, Laufzeit, Upgrades, aber auch eine vorzeitige Vertragsbeendigung möglich sein.

2. Rückgabebedingungen: Die Rückgabebedingungen sollte man sich sorgfältig durchlesen. Wel-

che Bedingungen müssen erfüllt sein, damit die Ausrüstung zurückgegeben werden kann? Wie steht es mit eventuellen Kosten für Schäden oder (übermäßigen) Verschleiß. Gibt es Höchstgrenzen für die Nutzungsintensität, wie zum Beispiel Kilometerbeschränkungen bei Fahrzeugen, und was passiert, wenn diese überschritten werden?

3. Laufende Kosten und Versicherung: Wer kommt für Wartungen, Reparaturen und den möglichen Austausch von Verschleißteilen auf? Gehört das zu den Verpflichtungen des Leasingnehmers oder des Leasinggebers? Die Klärung dieser Frage kann ebenso wichtig sein wie die Verhandlung einer günstigen Leasing-Rate. Auch zu den laufenden Kosten des Leasings zählen Versicherungsbeiträge. Daher muss vor Vertragsabschluss geklärt werden, wer diese übernimmt, und ob die Versicherungsbedingungen für den Leasingnehmer angemessen sind.

4. Rechtliche Aspekte überprüfen lassen: Last but not least sind die meisten Leasingnehmer keine Juristen. Vor allem bei Verträgen mit erheblichem Finanzvolumen sollte man daher unbedingt einen Rechtsberater hinzuziehen und ihn oder sie auf die Klauseln und Bedingungen schauen lassen. Auch das kann späteren Ärger vermeiden.

Michael Otterbein | redaktion@regiomanager.de ■



Ihr Mobilitätsdienstleister in ganz OWL

Sofortige Ersatzwagenleistung nach Unfall oder Panne bis vor Ihre Haustür – vom Fiat Panda bis zum 7er BMW.



Ihr Partner auch für außergewöhnliche Fahrzeuge
z. B. Porsche Cayenne!

EUROPA SERVICE AUTO MEYER GMBH

PKW- und LKW-Vermietung



© svetazl - stock.adobe.com

Vertrieb **ÜBUNGEN FÜR IHREN SALES PITCH**

Wie Sie mit dem perfekten Sales Pitch Ihre Zielgruppe begeistern und überzeugen

Ein gutes Produkt reicht schon lange nicht mehr aus, um im Mittelstand steigende Verkaufszahlen zu erreichen. Kaltakquise gehört in vielen Unternehmen zum Tagesgeschäft. Damit Ihr Vertrieb bei Ihren potenziellen Kunden für Neugier sorgt und nicht direkt abgewimmelt wird, brauchen Sie einen guten Sales Pitch. Auch Investoren werden gepitcht, man denke an die Fernsehshow „Die Höhle der Löwen“. Doch egal, ob Kunde oder Investor – der Pitch muss sitzen, damit Sie bei Ihrem Gegenüber punkten können.

Was genau ist ein Sales Pitch?

Persönlich, per Telefon, Mail oder Social Media – Sales Pitches haben viele Gesich-

ter. Es handelt sich um eine extrem komprimierte Vorstellung Ihres Produktes oder Services. Die Länge kann variieren und reicht vom bekannten „Elevator Pitch“ (Aufzugs-Verkaufsgespräch) mit maximal 60 Sekunden über 2-Satz-Pitches bis hin zu einzelnen Schlagworten.

Das Ziel eines Sales Pitches ist niemals der direkte Verkauf, sondern zu erreichen, dass Ihr Gegenüber neugierig wird, mehr über Sie und Ihr Produkt erfahren möchte, um schlussendlich entscheiden zu können, ob ein Invest für ihn lohnenswert ist. Daher sollten Sales Pitches stufenweise aufgebaut sein. Stück für Stück geben Sie immer ein bisschen mehr preis, immer mit dem Ziel, dass Sie weitere Zeit bekommen. Wie kommen Sie also zum optimalen Sales Pitch?

Die Zeit Ihres Gegenübers ist kostbar

Stellen Sie sich vor: Sie sind Investor und auf einer Start-up-Veranstaltung. Ein junger Mann kommt auf Sie zu und fragt, ob Sie eine Minute für ihn haben. Sie stimmen zu. Und dann beginnt dieser Mann zu erzählen: Er ist 27 Jahre alt, hat in München Informatik studiert, war immer schon ein großer Tüftler und hat gern programmiert, bla bla bla. Nach spätestens zwei Sätzen schalten Sie ab. Und damit sind sie nicht allein. Seit Jahrzehnten sinkt die menschliche Aufmerksamkeitsspanne.

Das ist kein Phänomen einzelner Personen, sondern lässt sich über die gesamte Gesellschaft beobachten, wie Philipp Lorenz-Spreen, wis-



senschaftlicher Mitarbeiter des Max-Planck-Instituts für Bildungsforschung herausfand: „Auch in der öffentlichen Debatte wechseln sich Themen immer schneller ab und konkurrieren um unsere Aufmerksamkeit, ein knappes Gut in der heutigen Informationswelt.“
Machen Sie sich also bewusst, dass Ihr Gegenüber keine Zeit hat und sich an diesem Punkt auch noch gar nicht für Sie als Person interessiert. Es geht einzig und allein darum, welchen Vorteil Ihr Produkt oder Ihr Service bietet.

Was hat der Kunde davon?

Wechseln wir die Perspektive. Sie haben ein Verfahren entwickelt, mit dem Produktionsmaschinen um 30% effizienter arbeiten können und wollen Ihre Erfindung nun in einem Sales Pitch präsentieren. Vergessen Sie Ihr Unternehmen, vergessen Sie die Technologie, das sind alles Informationen, die viel später relevant werden. Im ersten

Schritt geht es nur um den Kernvorteil, den Sie bieten können, nämlich eine Effizienzsteigerung um 30%. Das sorgt für Interesse, das macht neugierig, weil sofort klar ist, was Ihr Kunde potenziell von der ganzen Sache hat.

Informieren Sie sich über Ihr Gegenüber

Ein standardisierter Sales Pitch für alle Menschen, mit denen Sie sprechen? Keine gute Idee. Je mehr Sie im Vorfeld über Ihren Gesprächspartner in Erfahrung bringen können, umso spitzer lässt sich Ihr Sales Pitch gestalten. Jeder Mensch geht mit unterschiedlichen Erfahrungen, Erwartungen und einem individuellen persönlichen Hintergrund in ein solches Gespräch hinein. Es kann einen gewaltigen Unterschied machen, ob Sie einen sehr konservativen Gesprächspartner haben oder jemanden, der Neuerungen gegenüber aufgeschlossen ist und risikobereit ist.

Komfortable Ferienwohnung

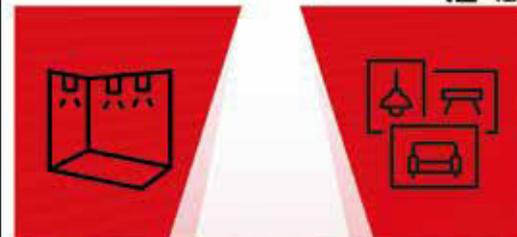
mit Balkon und Terrasse



- ✓ Willingen-Hoppecketal
- ✓ Perfekte, ruhige Lage
- ✓ Fußläufig zu den Liften
- ✓ Blick auf den Ettelsberg
- ✓ 2 SZ (5 Betten) + Schlafcouch für 2 Pers.
- ✓ Ideal für Familien
- ✓ Direkt buchen, ohne Nebenkosten!

Kontakt

evelyn@brinkschulte.com



Daimlerstraße 9, 32108 Bad Sazuffen

Telefon: +49 (0) 5232 9637177

E-Mail: info@prosound-online.de



© Lustrer Art Group - stock.adobe.com

Vorbereitungen für Ihren Sales Pitch

Bevor Sie sich ans Telefon setzen, E-Mails oder Social Media Nachrichten schreiben oder auf Events wahllos Menschen ansprechen, können Sie einige Vorarbeiten leisten, die Ihre Chance auf einen erfolgreichen Sales Pitch erhöhen.

1. Identifizieren Sie Ihre potenziellen Kundenunternehmen. Sammeln Sie alle relevanten potenziellen Kunden, zu denen Sie bislang noch keinen Kontakt hatten und gehen Sie auf Informationssuche. Wie sind die Unternehmenswerte, in welcher wirtschaftlichen Lage befinden sich die Unternehmen und was auch immer Sie noch herausfinden können.



Philipp Lorenz-Spreen, wissenschaftlicher Mitarbeiter des Max-Planck-Instituts für Bildungsforschung

2. Recherchieren Sie Ihren Gesprächspartner. Ob Geschäftsführer, Einkäufer oder IT-Leiter – so unterschiedlich die Positionen Ihrer Gesprächspartner sind, desto unterschiedlich auch die Dinge, auf die sie bei einer Investition achten.

3. Fassen Sie Ihre Gesprächspartner in möglichst kleine Gruppen zusammen, die ähnliche Merkmale haben. Das können klassische demografische Merkmale, wie Alter oder Geschlecht sein, aber auch persönliche Werte, das individuelle Auftreten (hier eignen sich Social-Media-Kanäle zur Recherche) oder die familiäre Situation. Mit diesem Hintergrundwissen schaffen Sie es, Ihrem Sales Pitch Persönlichkeit einzuhauchen.

4. Arbeiten Sie spezielle Argumente für die einzelnen Personengruppen aus. Im Grunde geht es bei Verkaufsprozessen im B2B immer um die identischen Themen: Zeit sparen, Geld sparen, mehr Geld verdienen und Sicherheit erhöhen. Je nachdem, welche Persönlichkeit Sie bei Ihrem Sales Pitch vor sich haben, führen unterschiedliche Argumente zum Erfolg, auch Ihr Auftreten sollten Sie an Ihren Gesprächspartner anpassen. Überlegen Sie sich je Personengruppe ein bis zwei knackige Sätze, um das Gespräch einzuleiten.

5. Denken Sie an Rückfragen. Mit diesen ersten Sätzen wollen Sie nur erreichen, dass Ihr Gegenüber denkt „Interessant, da möchte ich mehr erfahren.“ So servieren Sie in kleinen und verdaulichen Häppchen immer mehr Informationen über Ihr Produkt oder Ihren Ser-

vice. Machen Sie sich vor den Gesprächen auf jeden Fall Gedanken darüber, welche Nachfragen kommen könnten und bereiten Sie passende Antworten vor. Wichtig aber ist, dass diese niemals wirken dürfen, als hätten Sie sie auswendig gelernt.

6. Üben, üben, üben. Wenn Sie all diese Dinge bedacht haben, dann bleibt nicht mehr viel zu tun. Trauen Sie sich, gehen Sie auf Menschen zu, bei Events oder auch online. Beobachten Sie sich und auch Ihr Gegenüber dabei ganz genau, so erkennen Sie im Nachhinein, wo ein Gespräch besonders gut oder nicht ganz optimal gelaufen ist.

Anne Martin | redaktion@regiomanager.de ■



© svenraj - stock.adobe.com

Product Development **IMMER BESSER WERDEN**

Wie sollte eine sinnvolle Produktentwicklung aussehen?

An einer kontinuierlichen Produktentwicklung kommt heute keine produzierende Branche und Nische mehr vorbei. Das fängt bereits bei der Ausbildung der künftigen Ingenieure an, wie unter anderem das Beispiel der Hochschule Hamm-Lippstadt (HSHL) zeigt. Hier nimmt die Produktentwicklung im Bachelorstudiengang Gesundheits- und Sportingenieurwesen und dem darauf aufbauenden Masterstudiengang Product Development and Business Studies eine zentrale Rolle ein. Es fließen moderne Konstruktions- und Fertigungstechniken ein, um optimale technische Produkte für den Gesundheits- und Sportbereich zu entwickeln. Diese werden immer smarter und besitzen intelligente Sensoren, die Daten erfassen und an eine App weiterleiten oder Aktoren, die Bewegungen unterstützen, wie bei aktiven Exoskeletten.

User Experience im Fokus

Beim Product Development rückt die User Experience immer mehr in den Vordergrund. In Hamm steht seit Kurzem ein digitales Therapielabor für das neuromotorische Training zur Verfügung, um dort digitale Therapiegeräte aus verschiedenen Blickwinkeln zu erforschen, darunter die technischen Umsetzungen und Möglichkeiten aus Ingenieurssicht. „In diesem Labor erleben Studierende aus verschiedenen Studiengängen, wie erfolgreiche Produkte durch Gamification positive Emotionen wecken und somit den Lernprozess verbessern und ihn messbar machen“, erklärt Prof. Dr.-Ing. Jens Spürgatis, Studiengangsleiter „Gesundheits- und Sportingenieurwesen“ an der HSHL.

Komplexität reduzieren

Wie aber sollten sich Unternehmen aufstellen, um eine kontinuierliche und erfolgreiche Produktentwicklung zu betreiben? „Aus Ingenieurssicht ist interne Expertise essenziell. Bei kundenzentrierten Produkten spielt agiles Projektmanagement eine große Rolle, zum Beispiel Scrum, um sich im Team transparent und kontinuierlich über den Produktentwicklungsprozess auszutauschen“, sagt Prof. Dr.-Ing. Petra Rolfes-Gehrmann, Studiengangsleiterin „Product Development and Business Studies“ an der HSHL. Hierbei würden gemeinsam kurzfristige, realistische Ziele gesetzt. „Auf diese Weise entsteht nicht nur eine hohe Identifikation mit dem Produkt, sondern auch eine >



Optimieren, optimieren, optimieren – Produktentwicklung ist ein kontinuierlicher Prozess

kontinuierliche Wissenserweiterung über fachliche Themen, interne Abläufe und technische Möglichkeiten und Grenzen.“

Wenn es die Produktkomplexität erlauben sollte, empfiehlt Petra Rolfes-Gehrmann ein agiles Projektmanagement, um die User Experience möglichst früh einzufangen und Änderungen in den Produkthanforderungen effizient in die Weiterentwicklungen umzusetzen. „Optimal wäre eine Einbindung der Kunden während des gesamten Produktentwicklungsprozesses und der späteren Nutzungsphase.“ Vermeiden sollte man hingegen ein „Overengineering“. Die technische Produktentwicklung neige zum Motto „Pizza mit allem“. Dies führe oft zu erhöhten Kosten und Zeitverzug und gefährde die Usability. „Weniger ist mehr“, betont die Ingenieurin.

Product Lifecycle Management

Ein wichtiges Thema für die Produktentwicklung ist das „Product Lifecycle Management“ (PLM). Die Basis hierfür kommt aus der CAD-Datenverwaltung mit Datenaustausch, Zugriffsrechten, Baugruppenverwaltung, Visualisierung etc. Darüber hinaus entwickelt sich PLM aber auch in der Breite kontinuierlich weiter, die großen Systeme umfassen seit langem auch Themen wie Fertigungs- und Fabrikplanung, Qualitätsmanagement, Produktkostenberechnung, Zulieferintegration und vieles mehr.

„Ein großes Ziel ist dabei die Verwaltung aller produktbezogenen Daten und Informationen, idealerweise in einer zentralen und redundanzfreien Datenbank“, erklärt Prof. Dr.-Ing. Sebastian Leibrecht vom Fachbereich Ingenieurwissenschaften der Hochschule RheinMain. „Dies umfasst neben klassischen CAD-Daten auch immer mehr den Einbezug elektronischer Komponenten und dazugehöriger Software.“

Digitaler Zwilling

Vor allem aus Gründen der Komplexität moderner Systeme und der Verantwortung über das komplette Produktleben hinweg steigt laut Sebastian Leibrecht die Nachfrage nach einer leistungsfähigen Integration des „Service Lifecycle Management“, in dem auch jedes einzelne ausgelieferte Produkt als digitaler Zwilling parallel gepflegt wird, inklusive Wartungen, Erweiterungen, Komponentenaustausch und Softwareupdates. „Erst hierdurch kann die aktuelle Konfiguration sowie der Wartungsbedarf ausgelieferter Produkte effektiv nachvollzogen werden.“

Im Sinne einer Optimierung der ökologischen Eigenschaften über den gesamten Produktlebensweg hinweg müssen neben der Fertigung auch Prozesse aus der Logistik, Nutzung und Entsorgung antizipiert und modelliert werden. „Auf dieser Basis können mit Ökobilanzen nach ISO 14040 auf die Funktion eines Produktes bezogene Emissionen und Umweltauswirkungen



Prof. Dr.-Ing. Petra Rolfes-Gehrmann lehrt und forscht an der Hochschule Hamm-Lippstadt.



Prof. Dr.-Ing. Sebastian Leibrecht ist an der Hochschule RheinMain tätig.



gen ermittelt und optimiert werden, inklusive aller Wechselwirkungen.“

Aktuell sei ein starker Trend zu beobachten, PLM-Systeme nicht mehr selbst zu betreiben, sondern dies an Fremdfirmen in einer Cloud auszulagern.

„Neben dem reinen Auslagern bestehender Systeme auf fremde Infrastruktur arbeiten die großen PLM-Anbieter auch intensiv an teilweise komplett neuen Systemen, die von vornherein auf einen solchen Betrieb ausgelegt sind und oft auch durch die Softwareanbieter selber be-

trieben werden“, so Sebastian Leibrecht. „Hierbei wird in der Regel nicht mehr die Software in Form von Lizenzen erworben, sondern es wird ein eigener Bereich mit Benutzerzugängen in der Cloud der Anbieter gemietet.“

Daniel Boss | redaktion@regiomanager.de ■

Mehrfach ausgezeichnet für exzellentes Produktdesign Blaupunkt gewinnt fünf Red Dot Awards.



Essen. Am 24. Juni 2024 wurde Blaupunkt bei der großen Gala zur Verleihung der international renommierten Red Dot Awards im

Essener Aalto-Theater in der Kategorie Product Design für fünf seiner Elektrogeräte mit je einem Red Dot Award ausgezeichnet. Für die

Küchenspülen-Serie Maira gewann Blaupunkt die höchste Auszeichnung der Jury, die an „wegweisende Gestaltungen“ verliehen wird: den „Red Dot: Best of the Best“.

Küchenspülen-Serie Maira: Wegweisende Ästhetik und Materialqualität

Klare Linien, markante Konturen: Die Blaupunkt Küchenspülen-Serie Maira überzeugte die Jury mit ihrer geradlinigen, ausdrucksstarken Formgebung sowie dem widerstandsfähigen, leicht zu reinigenden Material des Spülbeckens, dessen elegante Farbgebung Black Matt die hohe Wertigkeit der Produktsérie unterstreicht. Maira sei „perfekt auf ihre Funktion reduziert“, so die Jury: „Kein einziges Detail ist zu viel, was auch die Reinigung vereinfacht. Darüber hinaus ist das

Material einfach fantastisch“, so das lobende Fazit der Designexperten. Die Becken der Serie Maira bestehen aus Quarzkomposit, das zu 80 Prozent aus natürlichem Quarzsand – dem härtesten Bestandteil von Granit – und zu 20 Prozent aus Acrylharz zusammengesetzt ist. Aufgrund der besonderen Härte dieses Materials zeigt das Spülbecken eine hohe Widerstandsfähigkeit gegen Kratzer, Stöße und Abrieb, ist hitzebeständig und verfügt über hygienische Eigenschaften, welche der Bildung von Bakterien und Gerüchen entgegenwirken. Die warme, leicht raue Haptik des Materials und sorgfältig designte Details, wie der sich plan anschmiegende Ablauf, tragen zusätzlich zu einer rundum positiven Produkterfahrung bei, welche die Jury zur Verleihung der besonders renommierten Auszeichnung „Red Dot: Best of the Best“ bewog. ■



© iStockphoto.com / stock.adobe.com

Unternehmensverkauf

SO VERKAUFT MAN EIN UNTERNEHMEN

Die eigene Firma verkaufen? Das Baby, für das man so viele Wochenenden und Feierabende durchgearbeitet hat? Unternehmer:innen erzählen, warum – und wie sie die richtigen Interessenten gefunden haben.

Im Jahr 2005 gründete die gelernte Journalistin und erfahrene PR-Fachfrau Sabine vom Stein ihre eigene Agentur. Inzwischen hat die GmbH neun Mitarbeitende – und nun, 18 Jahre später, eine neue Eigentümerin. „Mein Ziel war es, nach über 30 Jahren in der Branche Arbeitszeit und weniger geliebte Tätigkeiten zu reduzieren und nicht zuletzt mehr Zeit für Privates zu haben“, sagt die 58-Jährige. Die nahende Rente, private, familiäre und last but not least auch gesundheitliche Gründe: Deutschlands Unternehmerinnen und Unternehmer denken mehr und mehr daran, ihre Firma zu verkaufen. Nach einer Untersuchung der Industrie- und Handelskammern (IHK) in NRW sind bereits heute ein Drittel aller Selbständigen im Bundesland älter als 55 Jahre. Ein Viertel ist älter als 60. Im Jahr 1991 wechselten 1267 Firmen in Deutschland den Besitzer, 2020 waren es 1880. Mit über 3000 Verkäu-

fen war das Jahr 2000 der Spitzenreiter in der Statistik vom Institute for Mergers, Acquisitions and Alliances (IMAA).

Also Laptop öffnen, Online-Inserat schreiben und an den oder die Meistbietenden verkaufen? „Vielen Unternehmern geht es nicht nur ums Geld“, sagt Julian Mikulik, bei der IHK Mittleres Ruhrgebiet in Bochum Teamleiter Unternehmensunterstützung und -nachfolge, „da hängt so oft der emotionale Wert mit drin.“

nexxt-change.org: Online-Plattform für den Unternehmensverkauf

Sabine vom Stein hätte ihre Agentur gern an eine Mitarbeiterin oder einen Mitarbeiter übergeben, doch das klappte aus unterschiedlichen Gründen nicht. Also hat sie sich bei der

IHK Essen guten Rat geholt. Und der lautete: „Online-Plattformen wie nexxt-change.org sind eine sehr gute Möglichkeit, um Interessenten zu finden oder um selbst auf Kaufgesuche zu reagieren“, sagt Daniel Mund, Berater im Startercenter NRW in Essen. Das Startercenter ist eigentlich eine Beratungsstelle für Gründungswillige, die IHK Essen gehört zu den Partnern. Nexxt-Change ist eine bundesweite, kostenfreie Börse, die unter anderem von den Industrie- und Handelskammern betrieben wird, ebenso von der KfW Bankengruppe sowie dem Bundeswirtschaftsministerium. Genau diese Börse hat Sabine vom Stein genutzt, um Kaufinteressenten zu finden: „Über die IHK Essen habe ich Kontakt zu einem Senior-Expert bekommen, der mich während des gesamten Verhandlungs- und Verkaufsprozesses beraten hat. Auf die Anzeige hin haben sich rund zwei Dutzend mögliche Käufer gemeldet und unser Memorandum



© deegree - stock.adobe.com

(Exposé) angefordert. Auf der Shortlist standen schließlich drei ernsthafte Interessenten.“

Das Lebenswerk soll weiter Bestand haben

Für Sabine vom Stein war vor allem wichtig, dass ihr Unternehmen fortgeführt wird und wachsen kann. Dass das Team erhalten bleibt.

Und dass die Werte der neuen Geschäftsführung zu ihren eigenen passen. „Es ging mir um Werte wie Kompetenz, Vertrauenswürdigkeit, Bodenständigkeit und Zuverlässigkeit“, so Sabine vom Stein. „Schließlich tragen meine Nachfolgerin und ich Verantwortung, nicht nur für die Mitarbeitenden, sondern auch für die Kunden und die Marke.“

Sabine vom Stein fand eine Käuferin, die früher Investmentbankerin war und mehrere Un-

ternehmen hat, unter anderem eine Social Media-Agentur in Hamburg. Das passte nicht nur inhaltlich, sondern auch finanziell. Das muss allerdings nicht immer auf Anhieb so sein.

Das Thema Geld ist nämlich nicht nur für Käufer und Verkäufer wichtig, sondern auch für die Dritten im Bunde, die oft genug (wenn auch nicht immer) eine Rolle spielen: Banken und Bürgschaftsbanken. Diese Erfahrung machte der Bochumer Daniel Voss, bis 2022 >

Die Küche als Lebensmittelpunkt: KUEECHE24 bietet maßgeschneiderte Küchenkonzepte.



Geschäftsführer Axel Heitmann

KUEECHE24 steht für individuell geplante Küchenkonzepte, welche die Küche zum Mittelpunkt des Zuhauses machen. Die langjährig erfahrenen Innenarchitekten und Innenarchitektinnen begleiten die Kunden vom ersten Entwurf bis zur fertig montierten Küche. Das Unternehmen ist bundesweiter Ansprechpartner für Privatküchen, sowie für Ferienhaus- und Objektküchen wie Kitas und Wohnheime. Die Experten und Expertinnen von KUEECHE24 sind darauf spezialisiert, jede Küche nach individuellen Wünschen zu gestalten, ausgestattet mit hochwertigen Materialien und Geräten in

allen Preiskategorien. Über einen 3D-Online-Küchenplaner sowie durch persönliche Beratung in den Studios in Bielefeld und Herford gestaltet das Unternehmen die Traumküche seiner Kunden. Von Landhausstil bis hin zu minimalistischen Designküchen, von modernen Einrichtungen bis zur ikonischen Kücheninsel bietet KUEECHE24 eine breite Auswahl an Stilen und Farben.

Die Kompetenz wird durch die Präqualifizierung der Industrie- und Handelskammer (IHK) für den Liefer- und Dienstleistungsbereich belegt. Zudem ist KUEECHE24 ein von der IHK anerkannter Ausbildungsbetrieb für

die Fachkraft für Möbel-, Küchen- und Umzugs-service, wodurch das Unternehmen qualifizierte Küchenmonteure ausbildet. Mit KUEECHE24 beginnt eine Zukunft, in der die Küche nicht nur ein Ort zum Kochen ist, sondern ein zentraler Lebensmittelpunkt im Zuhause. ■



© SasiniParaksa - stock.adobe.com

alleiniger Gesellschafter des Café Konkret in Bochum, ein Urgestein in der Kneipenlandschaft des Ruhrgebiets.

Im Jahr 2001 kaufte Daniel Voss das Café Konkret. Im Podcast „Fern-Seher“ der IHK Mittleres Ruhrgebiet verrät Voss, wie er 2022 sein Unternehmen verkaufte: „Ich habe immer versucht, von dem auszugehen, was ich seinerzeit erfahren habe und es quasi eins zu eins an die Gegenwart zu legen. Das war nicht ganz so hilfreich, weil sich viele Dinge dann doch verändert haben. Gerade, was den Zuspruch oder den Umgang von Banken bzw. Bürgschaftsbanken betrifft.“

„Und jetzt war natürlich guter Rat teuer“

Was war passiert? 2022 wollte Daniel Voss das Café verkaufen und fand unter seinen Beschäftigten auch zwei Mitarbeiterinnen, die das Café übernehmen wollten. Das seit vielen Jahren bestehende Vertrauensverhältnis erleichterte die Verkaufsgespräche. So war auch schnell ein Preis vereinbart, „der von Käufer und Verkäuferseite und von der begleitenden Hausbank akzeptiert wurde“, sagt Voss, doch „dann kam die bürgschaftsgebende Bank und die kam zu einem völlig anderen Ergebnis. Und jetzt war natürlich guter Rat teuer.“

Voss wandte sich an die IHK Mittleres Ruhrgebiet, die half, einen anderen Bürgen zu vermitteln. So kam der Verkauf „in trockene Tücher“, so Voss. Die Berechnung des Wertes eines Unternehmens kann komplex sein. Neben Maschinen, Patenten, Marken, Kontakten zu Lieferanten und Kunden, Schutzrechten,

Gebrauchsmustern, Software, Grundstücken, Wertpapieren, dem Fuhrpark, den Immobilien und Beteiligungen zählen eben auch die Mitarbeiter, ihre Kenntnisse und Fähigkeiten sowie das Herzblut des oder der Eigentümer.

„Mitunter ist der Käufer nicht bereit, die emotionalen Werte mitzukaufen“, beschreibt Julian Mikulik, „und schließlich hängen ja auch Mitarbeitende daran, zu denen man eine Beziehung aufgebaut hat.“ Daher gibt es zur Berechnung eines Unternehmenswerts für den ersten Einstieg nur eine Faustformel: EBIT (der Gewinn aus dem Leistungsbereich) x Kennzahl zwischen drei und fünf, je nach Branche.

Multiplikator-Methode und kmurechner.de

So eine grobe Berechnung stellt nur den Anfang der Preisverhandlungen dar. Denn wer es genau haben will, holt sich externe, unabhängige Kompetenz ins Haus, etwa durch Banken oder Wirtschaftsprüfer. „Die Multiplikator-Methode ist ja immer etwas sehr Oberflächliches“, beschreibt Daniel Mund, „man fragt sich ja, welchen Multiplikator man ansetzen soll. Dennoch kann die Methode als erster Anhaltspunkt genutzt werden, um in Verhandlungen zu gehen. Auch der KMU-Rechner kann gute Anhaltspunkte liefern.“ Der Rechner ist unter <https://kmurechner.de/> zu erreichen.

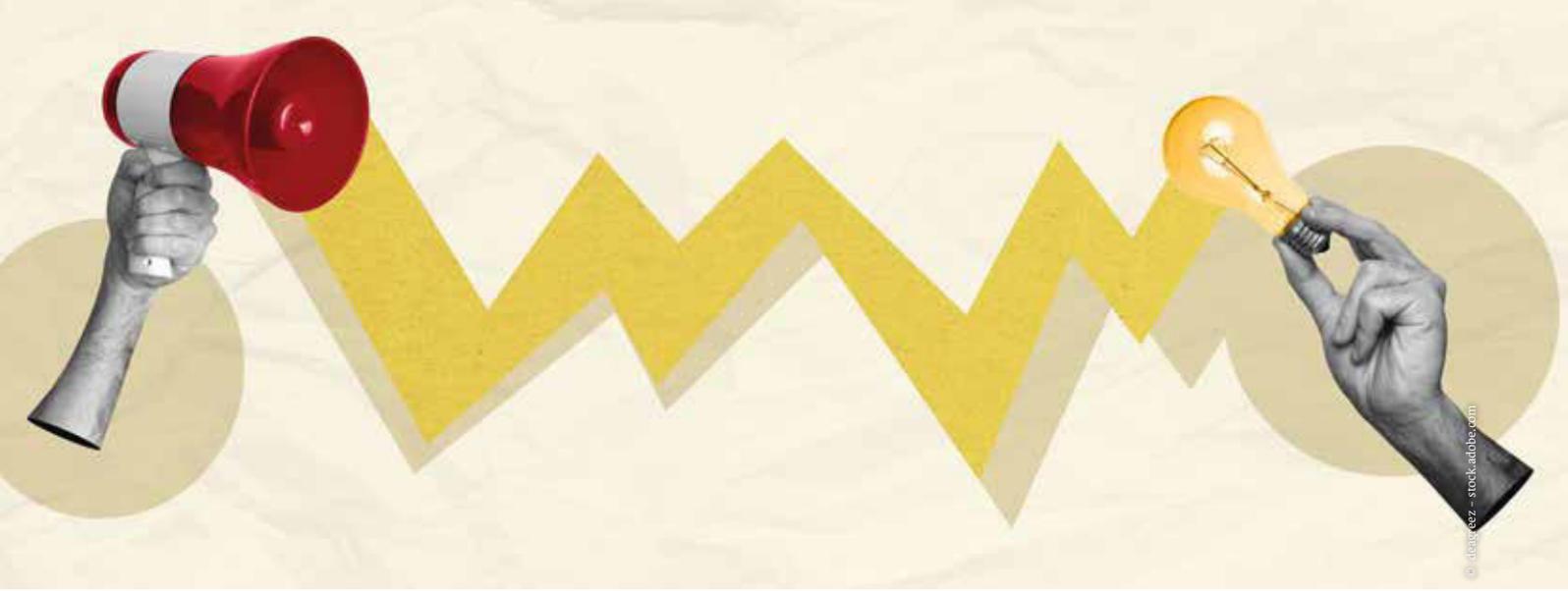
Der Kauf eines Unternehmens kann sogar für Menschen interessant sein, die eigentlich selber gründen wollten. „Eigentlich kann es sogar einfacher sein, ein bestehendes Unternehmen weiterzuführen“, so Julian Mikulik, „da es sich

um ein etabliertes Geschäftsmodell handelt. Das ist oft sicherer und auch lukrativer. Aber das ist in der Öffentlichkeit noch nicht so angekommen.“

Vor vier Jahren gründete die IHK Mittleres Ruhrgebiet daher die Nachfolge Allianz Ruhr, in der sich 18 regionale Partnerinnen und Partner zusammengeschlossen haben, um Abgebende als auch Übernehmende zu unterstützen (<https://nachfolge.ruhr/>). Die Nachfolge-Konferenz Ruhr ist die größte Veranstaltung der Nachfolge Allianz und findet alle zwei Jahre als Messe und Konferenz statt.

Wer sein Unternehmen verkaufen will, der kümmert sich zeitig darum. Und nicht erst, wenn schon über 80 Kerzen auf die eigene Geburtstagstorte gehören. „85 Jahre alt war der älteste Unternehmer, der sich auf der Suche nach einem Käufer oder Nachfolger bei uns gemeldet hat“, so Mikulik, „und so ein Kauf- bzw. Verkaufsprozess kann bis zu fünf Jahre dauern.“ Sabine vom Stein hat rund ein Jahr gebraucht, um ihr Lebenswerk an eine würdige Nachfolgerin abzugeben. Sie bleibt der neuen Agenturgruppe „vom Stein & Zubrod.“ erhalten: „Ich begleite die Übergabe und bleibe als Head of Public Relations an Bord. Auf beiderseitigen Wunsch und solange ich möchte.“ ■

Tim Müßle | redaktion@regiomanager.de



Storytelling **NUTZE DIE MACHT DEINER GESCHICHTE**

**"Keine Story zu erzählen ist unterlassene Hilfeleistung;
für Kunden, Mitarbeiter und Talente."**

Wie viel PS hat Ihr Auto? Wissen Sie nicht? Und jetzt erinnern Sie sich einmal an den Moment, als Sie zum ersten Mal in diesem neuen Auto saßen, das Zucken Ihres großen Zehs sorgte bereits für mächtig Vorschub, die Beschleunigung drückte Sie in den Sitz und hätten Sie keine Ohren gehabt, hätten Sie im Kreis gegrinst. So ging es mir, als ich das erste Mal in einem Auto mit über 300 PS saß. Ich, die von den Forderungen meines Umfelds, mir endlich mal ein Auto mit mehr Leistung zu kaufen, immer vollkommen unbeeindruckt war. Und zwar genau so lange, bis ich selbst am Steuer saß und mir an der Ampel die Arme lang wurden, sobald sie auf grün schaltete.

Was ist eigentlich Storytelling?

Genauso funktioniert Storytelling. Mit Storytelling verpacken Menschen Zahlen, Daten und Fakten, die zu einem Ohr rein und zum anderen wieder hinaus gehen würden, in packende Geschichten, die Leser und Hörer nicht mehr vergessen. Geschichten werden von unserem Gehirn anders verarbeitet als reine Informationen. Wenn Menschen eine Geschichte hören, im besten Falle eine mit einer spannenden Wendung, mit Herausforderungen, mit Gefahr, dann fiebern sie mit. In ihren Köpfen entstehen Bilder, das Gehirn geht mit einer guten Story um, als hätte man sie selbst erlebt. Deswegen bleiben Geschichten länger im Kopf und deswegen versuchen auch alle möglichen Menschen, sich diese Taktik zunutze zu machen. Doch gerade in Unternehmen wird das Potenzial der Ge-

schichten oft noch nicht ausgeschöpft. Kommunikationsberaterin Petra Sammer fordert: „Wir müssen weniger präsentieren und mehr erzählen. Die meisten Gespräche, Präsentationen und Vorträge finden in einer asymmetrischen Kommunikationssituation statt. Das heißt Sender und Empfänger, diejenigen die etwas präsentieren und diejenigen die zuhören, teilen nicht die gleichen Interessen oder haben nicht das gleiche Verständnis. In der Regel sind sie auch nicht beide gleich stark auf das Gesagte konzentriert. Diese Situation nennt man asymmetrische Kommunikationssituation. Und im Geschäftsalltag ist das eigentlich die Regel. In so einer Situation ist emotionale Kommunikation, "Storytelling", der rationalen Kommunikation, dem "Präsentieren", haushoch überlegen. Denn emotionale Kommunikation spricht alle Gehirnregionen an. Nicht nur die logische Seite, auf der wir Sprache und Fakten registrieren, sondern Geschichten arbeiten mit Emotionen, sie binden die Erfahrungen der Zuhörer ein und bieten eine Identifikationsplattform. Oft identifizieren wir uns mit den Personen in Geschichten - und können und daher Stories wesentlich besser merken als Daten. Storytelling ist daher eine ganz notwendige Alternative zu rationaler Kommunikation und eine essentielle Fähigkeit, die jede Führungskraft beherrschen sollte.“

Die Geschichte der Geschichten

Auch unsere Vorfahren haben sich bereits für Geschichten begeistert. Die Vorlage für

unser heutiges Business Storytelling findet sich an Lagerfeuern, die vor etwa 200.000 Jahren brannten. Später waren es Märchen und Fabeln, die mit moralischen Ansätzen versuchten, die Hörer zu einem bestimmten Verhalten zu bewegen. Während für Aristoteles noch die Handlung einer Geschichte im Fokus stand, zeigen heutige Forschungsergebnisse, dass es eher die Charaktere in den Geschichten sind, ihre Absichten, Motivationen und Überzeugungen. Menschen identifizieren sich mit den Figuren in Geschichten und genau deswegen wirken sie auch so gut und bleiben im Gedächtnis. Dieses Nachfühlen ist das, was wir Empathie nennen. Wenn Hörer oder Leser sich in einer Geschichte verlieren, dann, weil sie die Emotionen nachfühlen, weil sie sich mit der Motivation der Figuren auseinandersetzen. Die Gefühle also sind es, die die Verbindung schaffen. Denn Gefühle schaffen im Gehirn das, was rationale Fakten nicht vermögen. Sie schlagen die Brücke zum eigenen Ich, sie involvieren Menschen, sie geben ein gutes Gefühl und schaffen Vertrauen.

Was kann Storytelling für das Geschäft tun und kann man das lernen?

Storytelling kann im geschäftlichen Leben sehr positive Auswirkungen haben. Product Placement, also das Zeigen von Produkten, etwa in Filmen, ist ein Milliardenbusiness. Warum? Weil das Produkt so hervorragend in eine Geschichte eingebettet ist. Doch Vor- >

sicht, wirksames Geschichtenerzählen braucht Übung. Eine langweilige oder nicht authentisch wirkende Geschichte kann schnell das Gegenteil bewirken. Menschen schalten ab, langweilen sich oder fühlen sich im schlimmsten Fall an der Nase herumgeführt. Doch demjenigen, dem es gelingt, mit Geschichten überzeugend Emotionen zu wecken, der wird eine erhöhte Bindung zu Kunden und Mitarbeitenden bemerken.

„Gerade im Mittelstand ist eine gute Story nicht nur „nice to have“, sondern überlebensnotwendig.

Denn: Der Mittelstand hat häufig abstrakte und erklärungsbedürftige Produkte, die sich mit einer guten Story sehr viel einfacher verkaufen lassen als mit Zahlen, Daten, Fakten. Viele mittelständische Unternehmen können mit Gründerpersönlichkeiten beeindruckend, die oft sogar Inhaber des Unternehmens sind. Hier keine spannende „Personal Story“ zu erzählen heißt, sich unter Wert zu verkaufen. Und zuletzt: Den Fachkräftemangel besiegt man nicht mit austauschbaren Linked-In Posts und Selbstbeweihräucherungen, die verlaublich, wie „divers“, „innovativ“, „purposeful“ und „people oriented“ man doch ist. Nein, Talente kommen zu Unternehmen, weil ihnen die Menschen dort gefallen. Und diese Menschen müssen eine Story erzählen, die einzigartig und wiedererkennbar ist.

Keine Story zu erzählen ist unterlassene Hilfeleistung: für Kunden, Mitarbeiter und Talente.“

Prof. Dr. Veit Etzold

Inzwischen gibt es unzählige, teilweise selbsternannte, Expertinnen und Experten, die mit Storytelling-Kursen, Akademien und Workshops ihr Wissen unter die Leute bringen. Also ja, man kann Storytelling lernen. Was man dazu braucht? Fingerspitzengefühl und Empathie, Wissen um dramaturgischen Aufbau von Geschichten sowie Zeit und Geduld. Schreiben lernt man nicht über Nacht. Lesen hilft, ein Verständnis für Geschichten zu entwickeln, auch aus Filmen kann man lernen, wie Storytelling funktioniert, denn oft haben Geschichten ähnliche Grundgerüste.

Vorlagen für Business Storytelling

Es gibt verschiedene Handlungen, die sich perfekt für Storytelling eignen, einfach weil wir Menschen sie mögen. Wir fiebern gerne mit, Abenteuer von der Couch aus zu erleben ist weitaus ungefährlicher als im realen Leben und ganz besonders identifizieren wir uns mit den Charakteren von Geschichten.

Spätestens seit Odysseus ist die Suche ein gängiger Plot und sie taucht immer wieder auf. Sei es im Herren der Ringe oder bei Indiana Jones. Der Held muss an einem fernen Ziel eine Mission erfüllen. Für Unternehmen ist die Heldenreise ein ganz wunderbares Mittel, denn als strategisches Ziel steht bereits fest, was eigentlich gesucht wird, nur der Weg dahin ist ungewiss, es werden Gefährten oder Partner gebraucht, es gilt, Hürden und Gefahren zu überwinden.

Perfekt für Start-Ups ist das Schema „Vom Tellerwäscher zum Millionär“. Kaum jemand kennt nicht die Geschichte der legendären Garage, in der Apple gegründet wurde. Solche Geschichten wecken Sehnsüchte, spenden Hoffnung und sind daher ungeheuer wirksam. Denken wir nur an Aschenputtel oder Pretty Woman.

Auch der Kampf gegen das Böse ist ein beliebter Plot für Business Storytelling. Hier reihen sich natürlich besonders Unternehmen und Institutionen ein, die es sich zur Aufgabe gemacht haben, die Welt ein Stück besser zu machen, Nachhaltigkeit könnte also ein Thema für eine passende Story sein.

So geht gelungenes Storytelling

Mit Sicherheit erinnern Sie sich noch an den Edeka-Weihnachtswerbespot aus dem Jahr 2015. Ein älterer Herr verbringt jahrelang allein das Weihnachtsfest. Keiner kümmert sich, keiner scheint sich für ihn zu interessieren. Schließlich erhält die Familie die Nachricht, der Großvater sei verstorben. Doch die Trauerfeier ist eigentlich ein Weihnachtsfest, an dem endlich einmal die ganze Familie zusammen kommt. „Wie hätte ich euch denn sonst alle zusammenbringen sollen?“, fragt der Senior am Ende. Wäre stattdessen der Fakt präsentiert worden, dass viele Senioren zur Weihnachtszeit allein sind und man sich um sie kümmern sollte, wäre der Spot sicherlich nicht so eingeschlagen.

#RausZeitLust im Kulturland Kreis Höxter Jetzt anmelden und die Region neu entdecken!



Die Vorfreude steigt: Vom 28. September bis 6. Oktober 2024 verwandelt sich das Kulturland Kreis Höxter in ein Paradies für Outdoor-Fans. Unter dem Motto #RausZeitLust erwartet Naturbegeisterte eine Woche voller geführter Wanderungen, Radtouren,

Workshops und vieler weiterer Aktivitäten. Die Anmeldung läuft bereits, und die Plätze sind heiß begehrt – eine einmalige Gelegenheit, die Region auf neue Weise zu erleben. Warburger Waldquell ist als Mineralwasserpartner mit dabei und hat

sich etwas ganz Besonderes einfaches lassen: Die Glasflaschen tragen jetzt spezielle Rückenetiketten, die auf die Aktion #RausZeitLust hinweisen und schon beim Blick auf die Flasche Lust auf Bewegung und Abenteuer wecken. „Wir möchten die Menschen dazu inspirieren, unsere wunderschöne Region aktiv zu erleben und freuen uns, Teil dieser großartigen Aktion zu sein“, sagt Jessica Hartmann, Brand Managerin Warburger Waldquell. Bei sechs der Touren, die von Warburger Waldquell präsentiert werden, erhalten alle Teilnehmenden eine Überraschungstüte. Auch bei den anderen Touren bleibt niemand durstig: Alle Teilnehmenden der #RausZeitLust werden mit kostenlosem Mineralwasser von Warburger Waldquell versorgt, damit sie bestens hydriert das Naturerlebnis genießen können. Die #RausZeitLust – Outdoor- & Aktivwoche im Kulturland Kreis Höxter bietet ein abwechslungsrei-

ches Programm für alle: von kurzen Führungen über ausgedehnte Tageswanderungen, Radtouren, Pilgerwanderungen bis hin zu besonderen Frühstücksangeboten. „Die #RausZeitLust zeigt, wie vielfältig und erlebnisreich unsere Region ist. Es ist für jeden etwas dabei, um die Natur aktiv zu genießen“, erklärt Katja Krajewski, Tourismusreferentin vom Kulturland Kreis Höxter. Ein Highlight erwartet die Teilnehmenden am 2. Oktober 2024: eine exklusive Betriebsbesichtigung der Heil- und Mineralquellen Germete. Geschäftsführerin Yvonne Mendelin öffnet die Türen und ermöglicht spannende Einblicke hinter die Kulissen. Die Anmeldung ist einfach und die Vorfreude auf eine unvergessliche Woche wächst. Weitere Informationen und die Möglichkeit zur Anmeldung gibt es unter:

www.kulturland.org/RausZeitLust. ■

Wie etabliert man Storytelling im Unternehmen?

Ein Anfang wäre es, bei der nächsten Betriebsversammlung nicht nur die Umsatzzahlen herunterzurattern und sich dafür mächtig auf die Schulter zu klopfen. Wie wäre es stattdessen, Mitarbeitende zu Wort kommen zu lassen, wie sie ihren Beitrag zu einem sensationellen Ergebnis geleistet haben, trotz welcher Widrigkeiten sie ihren Job machen und warum sie sich im Unternehmen wohlfühlen? Erzählen Sie die Geschichten ihrer Kunden, sprechen sie von Herausforderungen, vom eigenen Antrieb und zeigen Sie Persönlichkeit. Um erfolgreich Storytelling im Unternehmen, also im Marketing, im Vertrieb aber auch in der HR zu etablieren, braucht es immer jemanden, der das Potenzial einer Geschichte sieht und jemanden, der sie in Worte oder Bilder kleiden kann. Ideal ist es, wenn das in Personalunion passiert, aber es ist kein Muss. Holen Sie sich bei jeder Geschichte auf jeden Fall Experten aus dem entsprechenden Fachbereich. Und wenn Sie niemanden im Unternehmen haben, der Ihre Geschichte als Text oder Video zum Leben erweckt, dann holen Sie sich externe Hilfe. ■

Anne Martin | redaktion@regiomanager.de



Petra Sammer ist Expertin für die Anwendung von Storytelling in der Kommunikation von Organisationen und Unternehmen und Sachbuchautorin zum Thema Storytelling.



Prof. Dr. Veit Etzold ist gefragter Vortragsredner, CEO-Coach und Managementberater zu Strategie und Storytelling. Der 12-fache Spiegel-Bestsellerautor ist Professor für Marketingstrategie / Vertrieb und Direktor des Competence Centers für Neuromarketing an der Hochschule in Aalen.

DIE SPEZIALISTEN FÜR ETWAS ANDERE UNTERNEHMENS-PRÄSENTATIONEN

MARLON

Videografie
Social Media
jung
kleine Augen
verkannter
Chris. Nolan
Mag TikTok



MATHEUS

Fotografie
360° VR Tour
Management
groß
kuschelig
Chef
Mag Porsche



SAMUEL

Marken Design
3D Grafik
Webseiten
Master of Arts
dünn
redet zu viel
Mag Pixel



Erfahrt mehr

 **blitzgarten.com**



DER NÄCHSTE, BITTE!

Freuen Sie sich u. a. auf diese Themen in den nächsten Ausgaben des Ostwestfalen-Lippe Managers:



Handwerk

Gute Gründe für gutes Handwerk



Karriere

Die attraktivsten Arbeitgeber und Ausbildungsbetriebe in OWL



Industrie 4.0 | Neue Produktion

Einblicke in das verarbeitende und produzierende Gewerbe



Solar

Wie Sie als Unternehmer Geld damit verdienen

IMPRESSUM

Der Ostwestfalen-Lippe Manager erscheint im Verlag
BRINKSCHULTE MEDIEN A GMBH & CO. KG
Möhnstraße 55 (Kaiserhaus), 59755 Arnsberg
Telefon: 02932/9775-31, Telefax: 02932/9775-25
www.brinkschulte.com
info@ostwestfalen-lippe-manager.de
www.ostwestfalen-lippe-manager.de

Herausgeber:

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

Objekt- und Anzeigenleitung:

Antonios Vasilakis (antonios.vasilakis@brinkschulte.com)

Chefredakteur:

Dr. rer. pol. Maximilian Lange

Redaktion (alphabetisch):

André Sarin, Andrea Martens, Annette Robenek, Barbara Bocks, Birgit Fliege, Birgit Marx, Christina Spill, Christine Elbel, Claas Syrt Möller, Claudia Schneider, Daniel Boss, Dirk Heuer, Dr. Birgit Ebbert, Dr. Martin Steffan, Emrich Welsing, Holger Bernert, Jeannine Gehle, Jessica Hellmann, Karin Bünningel, 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:

Vandrap Media (www.vandrapmedia.com)

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 (alexhoener.com), Boris Löffert (boris-loeffert.de), Christoph & Thomas Meinschäfer (christoph-meinschaefer.de), Jochen Rolfes (jochenrolfes.de), Andre Sarin (wortlichtbild.de), Jan Schmitz (schmitz-fotografie.de), Axel Thomae (axelthomae.de), Sebastian Chojnacki (vandrap-media.com), 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 1. 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 REGIO 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

OSTWESTFALEN-LIPPE MANAGER

OSTWESTFALEN-LIPPE MANAGER



2022

2033

[EXPO]ST

Positionieren Sie Ihre Kompetenz auf den Schreibtischen der wichtigsten Architekten, Generalunternehmer, Immobilienexperten und Geschäftsführern der größten Unternehmen in Ihrer Region!

Kontakt: Antonios Vasilakis, Objektleitung
antonios.vasilakis@brinkschulte.com • 02932 / 97 75 - 31



livewelt®

DIE
EVENT
AGENTUR

