

# NIEDERRHEIN MANAGER

02/24



Ausgabe 02 - 15. Jhg. - 6,90 €

TAX CONSULTING TREUHAND

Sparringspartner auf Augenhöhe

SCALE

Transformation  
als Chance

RANKINGS

Rechtsanwälte, StB/WP,  
Unternehmensberater u.a.

Das Unternehmer-Magazin für den Niederrhein: Direkt an die 15.000 größten Unternehmen der Region.

AB **279 €\*** MTL. LEASEN  
OHNE ANZAHLUNG



# LBX

## EVERYDAY EXTRAORDINARY

### JETZT DEN NEUEN LEXUS LBX PROBE FAHREN

Es ist Ihre Welt. Machen Sie sie außergewöhnlich. Mit erfrischendem Design, effizientem Hybridantrieb, luxuriösem Innenraum und höchster Verarbeitungsqualität sorgt unser neues Kompakt-SUV bei jeder Fahrt für unvergessliche Momente – und für das echte Lexus Erlebnis.



LEXUS FORUM WESEL | Lackas Rhein-Ruhr GmbH | Rudolf-Diesel-Straße 50 | [www.lexusforum-wesel.de](http://www.lexusforum-wesel.de)

Energieverbrauch Lexus LBX (Hybrid): 1,5-l-Benzinmotor, 67 kW (91 PS), und Elektromotor, 69 kW (94 PS), Systemleistung 100 kW (136 PS), kombiniert: 4,5 l/100 km; CO<sub>2</sub>-Emissionen kombiniert: 102 g/km; CO<sub>2</sub>-Klasse: C. Abbildung zeigt Sonderausstattung.

\* Ein **unverbindliches** Kilometerleasing-Angebot von Lexus Financial Services (eine Geschäftsbezeichnung der **Toyota Kreditbank GmbH, Toyota-Allee 5, 50858 Köln**) für den LBX Basis. **Anschaffungspreis: 26.187,83 € zzgl. Überführungskosten**, Leasingsonderzahlung: 0,00 €, Gesamtbetrag: 13.392,00 € **zzgl. Überführungskosten**, Wechselprämie: 2.100,00 €\*\*, jährliche Laufleistung: 10.000 km, Vertragslaufzeit 48 Monate, 48 mtl. Raten à 279,00 €. Servicebausteine optional erhältlich. Nur bei teilnehmenden Lexus Vertragshändlern. **Gilt bei Anfrage und Genehmigung bis zum 30.06.2024.** \*\* Die Wechselprämie in Höhe von 2.100,00 € reduziert den Anschaffungspreis und gilt nur bei Abschluss eines Leasingvertrags über einen neuen Lexus LBX Basis bei Lexus Financial Services (eine Geschäftsbezeichnung der **Toyota Kreditbank GmbH, Toyota-Allee 5, 50858 Köln**) und **nur bei gleichzeitiger Inzahlungnahme Ihres (mindestens 4 Monate auf Sie oder ein Mitglied Ihres Haushalts zugelassenen) Gebrauchtwagens durch einen Lexus Vertragshändler** oder bei Nachweis der Ablösung eines Leasingvertrags eines Mitbewerbers von Lexus. Individuelle Preise und Finanzangebote bei uns.



Thomas Amann, Objektleitung



Helge Brinkschulte, Herausgeber



Dr. Maximilian Lange, Chefredakteur REGIO

## Editorial **BLEIBEN SIE FLEXIBEL**

Skalieren Sie Ihr Geschäftsmodell und wachsen Sie mit Ihrem Unternehmen aus eigener Kraft heraus

Hohe Energiepreise, rasant gestiegene Zinsen, der anhaltende Fachkräftemangel, zu viel Bürokratie und all das in Kombination mit einer leichten Rezession: die Unternehmen hierzulande hatten in letzter Zeit wenig Grund zum Jubeln und eher limitierte Möglichkeiten, Wachstum zu generieren.

Die gute Botschaft: ganz so schlecht, wie noch zu Jahresbeginn angenommen, stehen wir aktuell nicht da. Die Wirtschaft ist der Rezession entgangen und es zeichnen sich leichte Auftriebskräfte ab. Immerhin ist das Bruttoinlandsprodukt im ersten Quartal um 0,2 Prozent gestiegen. Und auch der ifo-Geschäftsklimaindex hat zuletzt den dritten Anstieg in Folge verzeichnet. Zugegeben: große Sprünge wird die deutsche Wirtschaft dieses Jahr wohl nicht mehr machen. Experten rechnen mit einem schmalen Wachstum von 0,3 Prozent.

Was also tun, wenn die Gesamtwirtschaft und der eigene Markt nur geringfügig wachsen? Genau darum soll es in der vorliegenden Ausgabe gehen. Hierin widmen wir uns den verschiedenen Facetten unternehmerischen Wachstums und der Skalierung von Geschäftsmodellen. In diesem Kontext zeigen wir auf, warum nachhaltiges Unternehmenswachstum immer mit Veränderungsprozessen verbunden ist und aktiv gesteuert werden muss.

Passend hierzu finden Sie in dieser Ausgabe die Rankings zahlreicher Branchen aus den Bereichen Recht, Finanzen und Beratung. Denn optimal wachsen kann ein Unternehmen nur, wenn es sicher finanziert bzw. gut abgesichert ist und feststeht, wohin es überhaupt wachsen soll. Erstmals stellen wir Ihnen in unseren Rankings nun auch die besonders nachhaltig arbeitenden Branchenakteure vor. Denn es wird immer deutlicher, dass nachhaltig wirtschaftende Unternehmen optimale Wachstumsbedingungen schaffen.

Um dieser vielleicht etwas grauen Theorie etwas Farbe entgegenzusetzen, widmen wir uns auch zahlreichen Management-Themen wie dem B2B-Leasing, den Themen Kundenbindung und Lieferantenmanagement oder auch der Frage, wie Sie mit dem perfekten Sales Pitch Ihre Zielgruppe überzeugen.

Und jetzt lesen Sie los. Etwas Spannenderes kommt heute nicht mehr!

# INHALT

## Titelporträt

06 — TAX CONSULTING TREUHAND  
Sparringspartner auf Augenhöhe

## [Scale]

10 — UNTERNEHMENSWACHSTUM  
Transformation als Chance

12 — BUCHHALTUNG  
Die „Herren über die Zahlen“

14 — RANKING  
Steuerberater und Wirtschaftsprüfer

15 — PLEXOTEC  
Ready 2 kick?

16 — STEUERPARTNER GEIGER & PIELUCHA  
Zeit für den nächsten Schritt

18 — GRANT THORNTON  
Nachhaltigkeitsberichterstattung

20 — RECHTSBERATUNG  
Rechtssicher auf Erfolgsspur

22 — RANKING  
Rechtsanwaltskanzleien

23 — LINDENLAUF & KLEIN RECHTSANWÄLTE  
Der Mensch steht im Vordergrund

24 — RANKING  
Rechtsanwaltskanzleien für Arbeitsrecht

26 — UNTERNEHMENSBERATER  
Die Chance, als Krise getarnt

28 — RANKING  
Datenschutzbeauftragte

30 — B2B-LEASING  
Leasing - Top oder Flop?

32 — RANKING  
Versicherungsmakler

33 — RANKING  
Unternehmensberater

34 — NACHHALTIG INVESTIEREN  
Grün soll's werden



06 — TAX CONSULTING TREUHAND  
Sparringspartner auf Augenhöhe

## Nachhaltigkeit

36 — NACHHALTIGE TRANSFORMATION  
Nachhaltigkeit heißt Zukunftsfähigkeit

38 — ESG-MANAGEMENT  
Nachhaltigkeitsengagement transparent machen

40 — TÖLKE + FISCHER  
Cupra Garage Krefeld

## Business am Niederrhein

41 — AUSGESUCHTE WEINE  
Genussvolle Präsente mit Liebe verpackt

42 — QVADRAT  
„Et Bröckske“

44 — SCHULTZ  
Mehr Raum für Kommunikation

## Leserforum

45 — RANKING  
Autohändler

# Insolvenzen

46 — INSOLVENZEN AM NIEDERRHEIN

# Management

48 — VERTRIEB

Übungen für Ihren Sales Pitch

50 — LIEFERKETTENMANAGEMENT

Der Lieferant, dein Partner

52 — KUNDENBINDUNG

Mensch oder die Maschine?

54 — SERIE - 10 TIPPS

Paare als Geschäftspartner

# Kontertitel

02 — IP<sup>2</sup> PATENTANWÄLTE

Optimaler Schutz für Innovationen

04 — RANKING

Patentanwaltskanzleien



20 — RECHTSBERATUNG

Rechtssicher auf Erfolgsspur



02 — IP<sup>2</sup> PATENTANWÄLTE

Optimaler Schutz für Innovationen

Steuerberater  
**Lemkens  
& Lemkens**

**NEU**  
im Unternehmensverbund  
Lemkens & Lemkens  
Moers



**Martin Broeckmann**  
Geschäftsführer  
Lemkens & Lemkens Moers

**Marc & Ralph Lemkens**  
Lemkens & Lemkens Steuerberater

**Moers  
Lemkens  
& Lemkens**

Im Moerser Feld 1  
47441 Moers  
Telefon: 02841 901999  
E-Mail: info-moers@lemkens.de

[www.lemkens-moers.de](http://www.lemkens-moers.de)

Digital  
Lemkens  
& Lemkens

Consulting  
Lemkens  
& Lemkens

Social Media  
Lemkens  
& Lemkens

Hausverwaltung  
Lemkens  
& Lemkens



Geschäftsführer Oliver Wöstenfeld vor dem Sitz der Tax Consulting Treuhand GmbH an der Wasserstraße 15/21 in Viersen - Dülken

## Tax Consulting Treuhand **SPARRINGSPARTNER AUF AUGENHÖHE**

Als Mitglied der ETL-Gruppe gehört die Viersener Tax Consulting Treuhand GmbH zu den führenden deutschen Steuerberatungsgesellschaften und bietet eine ganzheitliche steuerliche und betriebswirtschaftliche Beratung.



„Unser Anspruch ist es, die sehr komplexe Steuerrechtsmaterie für unsere Mandanten transparent zu machen und durch eine umfassende, individuelle Betreuung für sie den maximalen Mehrwert zu erreichen“, erläutert der geschäftsführende Steuerberater Oliver Wöstenfeld den Beratungsansatz der Tax Consulting Treuhand. Als Mitglied des ETL-Verbunds gehört die Viersener Kanzlei zum Marktführer im Bereich Steuerberatung sowie zu den Top fünf der Wirtschaftsprüfungs- und Steuerberatungsgesellschaften in Deutschland.

### Individuelle 360-Grad-Beratung

Oliver Wöstenfeld und sein elfköpfiges Team verfügen über eine langjährige Beratungsexpertise und bieten ihren Mandanten, zu denen überwiegend mittelständische Unternehmen, Freiberufler und Privatpersonen zählen, eine

ganzheitliche Beratung rund um die Themen Steuern und Finanzen. Dabei hat der persönliche Kontakt zum Mandanten eine hohe Priorität. „Eine ganzheitliche Beratung beinhaltet, die individuellen betrieblichen und persönlichen Bedürfnisse, Präferenzen und Rahmenbedingungen des einzelnen Mandanten stets im Blick zu haben“, erklärt Geschäftsführer Wöstenfeld. Dies bedeutet für die Steuerberater nicht selten, auch Mediator für private Themen zu sein. „Uns ist es besonders wichtig, für unsere Mandanten im Sinne eines partnerschaftlichen und vertrauensvollen Miteinanders da zu sein“, betont Oliver Wöstenfeld, der bereits im Alter von 19 Jahren in das Berufsfeld der Steuerberatung eingestiegen ist.

Generell verstehen sich die Viersener Steuer-Experten als Sparringspartner auf Augenhöhe mit ihren Mandanten. „Wir möchten, dass die Mandanten auch bei komplexen Aufgaben wie Unternehmensverkäufen oder Krisenmanagement in uns einen Garanten für eine optimale Beratung sehen“, fährt Wöstenfeld fort. Die Tax Consulting Treuhand GmbH wurde im Februar 2023 neu firmiert und wurde im April 1990 als Dr. Lücker, Heußen & Partner GmbH

ins Leben gerufen. Als Einzelpraxis Dr. Lücker existiert die Kanzlei jedoch bereits seit dem Jahr 1966 und überzeugt insofern durch eine langjährige Tradition am Niederrhein.

### Umfassendes Leistungsspektrum

Um die Realisierung der steuerlichen und wirtschaftlichen Ziele seiner Mandanten zu optimieren, erarbeitet das Team der Tax Consulting Treuhand individuelle Konzepte, zeigt Gestaltungsspielräume auf und entwickelt konkrete Handlungsstrategien. Was das Leistungsspektrum angeht, sind die Viersener sehr breit aufgestellt. So gehören neben betrieblichen und privaten Steuererklärungen, der Finanz- und Lohnbuchhaltung oder der Erstellung von Jahresabschlüssen auch das internationale Steuerrecht sowie Fragen der Unternehmensführung, der Vermögensplanung und der Nachfolgeregelung zu den Beratungsschwerpunkten im Bereich Steuerberatung. Die betriebswirtschaftliche Beratung beinhaltet beispielsweise die Betreuung von Unternehmenstransaktionen,



Die Steuer-Experten der Tax Consulting Treuhand begleiten ihre Mandanten durch alle Unternehmensphasen hindurch – von der Gründung über die Expansion bis hin zur Unternehmensnachfolge

die Businessplanung, das Interimsmanagement sowie die Sanierungsberatung. Darüber hinaus berät die Tax Consulting Treuhand ihre Mandanten unter anderem im Hinblick auf Themen wie Digitalisierung oder Internationalisierung. „Wir sind eine unabhängige Steuerberatungskanzlei und können zugleich als Mitglied der ETL-Gruppe viele Synergieeffekte nutzen und unsere Mandanten entsprechend interdisziplinär betreuen“, erklärt Geschäftsführer Wöstenfeld. Die international agierende ETL-Gruppe ist eines der führenden Beraternetzwerke Europas. In über 950 Kanzleien in Deutschland und weltweit mit 330 Kanzleien werden kleine, mittlere und große Unternehmen sowie Privatpersonen quer durch alle Branchen individuell und von persönlichen Ansprechpartnern betreut, die jederzeit auf das umfangreiche Fachwissen ihrer Partner zurückgreifen können.

## Fachübergreifendes Expertenwissen

Egal, aus welchem Wirtschaftszweig der Mandant kommt – ob Industrieunternehmen, Händler, Dienstleister oder öffentliche Einrichtungen: durch die enge Zusammenarbeit im ETL-Verbund können die Viersener neben der klassischen Steuerberatung zusätzliche Leistungen wie Rechtsberatung, Wirtschaftsprüfung, Unternehmensberatung und Finanzdienstleistungen aus einer Hand anbieten. „Mit dieser Rundum-Beratung begleiten wir unsere Mandanten durch alle Unternehmensphasen hindurch – von der Gründung über die Expansion bis hin zur Unternehmensnachfolge“, zeigt Oliver Wöstenfeld auf, der in seiner beruflichen Laufbahn schon viele Unternehmen, darunter auch große Konzerne, bei Umstrukturierungen

wie Fusionen oder Abspaltungen betreut hat. Das Team der Tax Consulting Treuhand unterstützt seine Mandanten in vielerlei Hinsicht dabei, sich für aktuelle Herausforderungen zu wappnen und zukunftsweisend aufzustellen. „Gegenwärtig haben wir es in steuerlicher Hinsicht mit einer Reihe von Neuerungen zu tun“, so Wöstenfeld. Dazu gehören etwa der Digitalisierungspakt, der ab dem 01. Januar 2025 in Kraft tritt und die neue elektronische Rechnung im B2B-Verfahren vorsieht, oder auch das neue Lieferkettengesetz seitens der EU. Zudem sei man momentan mit den Mandanten teilweise noch in der auslaufenden Aufarbeitung der Corona-Krise, etwa in Sachen Schlussabrechnung. Obwohl das von der Bundesregierung im vergangenen Jahr verabschiedete Wachstumschancengesetz, das Unternehmen steuerlich entlasten und bürokratische

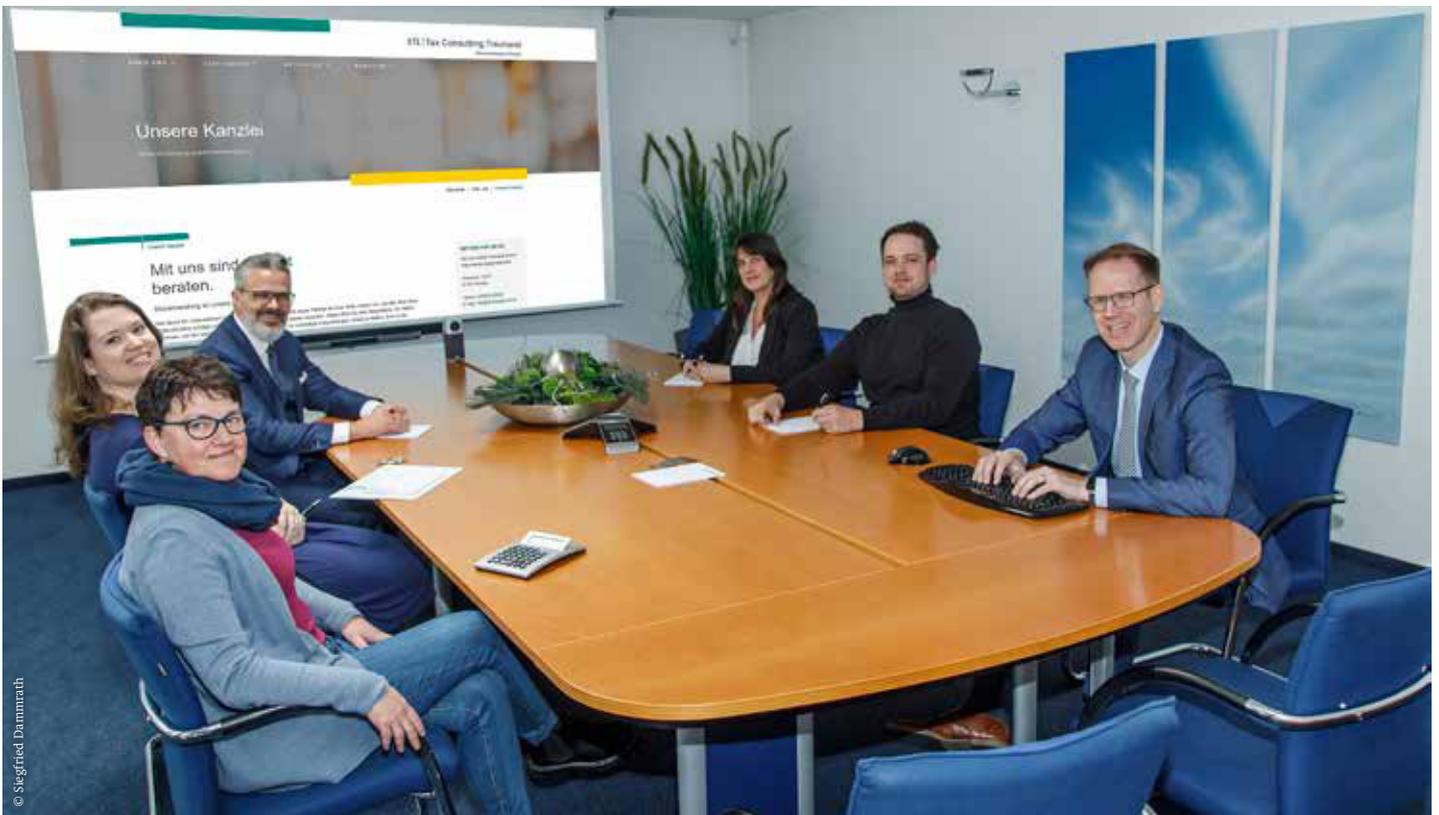
## Über die Tax Consulting Treuhand

Die 1990 gegründete Viersener Steuerberatungsgesellschaft Tax Consulting Treuhand GmbH berät Unternehmer, Freiberufler sowie Selbständige aller Branchen und Unternehmensgrößen individuell und unterstützt diese umfassend bei ihrer wirtschaftlich erfolgreichen Unternehmensführung. Dabei werden die Mandanten über sämtliche Unternehmensphasen hinweg von festen, persönlichen Ansprechpartnern betreut. Egal, ob es um Steuerberatung, Finanzbuchhaltung, Bilanzen und Steuererklärungen, Lohn- und Gehaltsabrechnungen oder Steuerprognosen geht: das elfköpfige Team der

Tax Consulting Treuhand um den geschäftsführenden Steuerberater Oliver Wöstenfeld steht für eine konstant hohe Beratungsqualität und die optimale Ausschöpfung der steuerlichen Möglichkeiten seiner Mandanten.

Als Mitglied der ETL-Unternehmensgruppe kann die Tax Consulting Treuhand ein umfassendes Beratungsspektrum anbieten, das über die Steuerberatung als originäre Kernkompetenz hinaus auch die Rechtsberatung, Wirtschaftsprüfung, Unternehmensberatung sowie weitere Finanzdienstleistungen umfasst. Neben der interdisziplinären Expertise profitieren Mandanten zudem von den hohen

fachlichen Weiterbildungsstandards und innovativen Software-Lösungen des ETL-Verbunds, die die Buchhaltung deutlich vereinfachen. Da die ETL-Gruppe außerhalb Deutschlands noch in 50 Ländern weltweit vertreten ist, kann das Team der Tax Consulting Treuhand GmbH auch die Schritte seiner Mandanten auf internationaler Ebene unterstützen und mit dem länderspezifischen Know-how seiner Partner vor Ort beraten. Neuen Mandanten wird von der Viersener Kanzlei darüber hinaus die Möglichkeit einer kostenlosen betriebswirtschaftlichen Erstberatung geboten.



Neben den Berufsträgern setzt sich das Team um Geschäftsführer Oliver Wöstenfeld überwiegend aus Diplom-Kaufleuten und -Betriebswirten, Steuerfachangestellten und Bilanzbuchhaltern zusammen

Hürden abbauen soll, erst ab dem Jahr 2026 gilt, befassen sich Oliver Wöstenfeld und sein Team bereits jetzt mit der Thematik.

Da es im Steuerrecht, das Wöstenfelds Auffassung nach immer nur Mittel zum Zweck sein sollte, immer wieder zu gesetzlichen Neuerungen und Änderungen kommt, veranstaltet die Viersener Kanzlei gemeinsam mit ihren Kooperationspartnern wie die ETL-Rechtsanwälte regelmäßige Workshops, Business Brunches oder Mandantenabende, um die Klienten stets auf dem Laufenden zu halten.

### Kontinuierliche Aus- und Weiterbildung

Was das eigene Team angeht, setzen die Viersener auf exzellentes Know-how durch kontinuierliche Weiterbildung aller Mitarbeiter in der ETL Akademie und auf selbst ausgebilde-

ten Nachwuchs. Neben den Berufsträgern setzt sich das Team überwiegend aus Diplom-Kaufleuten und -Betriebswirten, Steuerfachangestellten und Bilanzbuchhaltern zusammen. „Wir sind ein engagiertes, homogenes Team, bei dem der Mix aus langjährigen Mitarbeitern und jungen Fachkräften von Vorteil ist“, beschreibt Geschäftsführer Wöstenfeld.

Jedes Jahr sei zudem in der Regel ein Auszubildender als Nachwuchskraft in der Kanzlei. „Gerade in unserer Branche gehört die ständige Fortbildung der Mitarbeitenden zu den zentralen Aufgaben“, unterstreicht Wöstenfeld, der selbst schon seit vielen Jahren nebenher als Dozent für die Ausbildung der Bilanzbuchhalter tätig ist, unter anderem für die IHK Mittlerer Niederrhein oder den Bundesverband Deutscher Versicherungsmakler (BDVM).

Die ETL-Gruppe hat darüber hinaus einen hohen Fortbildungsumfang definiert, der jährlich von allen ETL-Kanzleien geleistet

wird und den Viersenern den Titel „ETL Qualitätskanzlei“ sichert. Damit ist die ETL-Gruppe Vorreiter in der Steuerberatungsbranche. Denn das Steuerberatungsgesetz weist lediglich auf eine allgemeine Pflicht zur Fortbildung hin. Für die zu leistenden Fortbildungen nutzen die ETL Qualitätskanzleien das breite Portfolio der ETL Akademie, die an mehr als 200 Tagen im Jahr Fortbildungsveranstaltungen anbietet.

In klassischen Präsenzseminaren bilden dort Dozenten aus Wirtschaft, Finanzverwaltung und Wissenschaft zu steuerlichen, betriebswirtschaftlichen und kanzleiorganisatorischen Themen weiter. „Nur durch eine kontinuierliche Aus- und Weiterbildung unserer Fachkräfte können wir unserem Anspruch, optimale Leistungen für unsere Mandanten zu erbringen, immer wieder gerecht werden“, resümiert Oliver Wöstenfeld.

Miriam Leschke | [redaktion@regiomanager.de](mailto:redaktion@regiomanager.de)



### Kontakt



**Tax Consulting Treuhand GmbH**  
**Steuerberatungsgesellschaft**

Wasserstr. 15/21, 41751 Viersen  
Telefon: 02162 95050  
Telefax: 02162 950540  
[info@treuhandgmbh.de](mailto:info@treuhandgmbh.de)  
[www.treuhandgmbh.de](http://www.treuhandgmbh.de)



# NIEDERRHEIN MANAGER RACE 2024

## SEIEN SIE DABEI!

**MANAGER RACE 2024**  
**MITTWOCH, 26.06.2024**

**TeamSport E-Karting**  
**Malmedyer Str. 16 – 41066 Mönchengladbach**



Mögliche Teilnehmerzahl: 15 Teams mit 6 Fahrern

Komplettpreis (6 Personen)

**249,-** Euro je Team

Einzelpersonen im Mix-Team

**60,-** Euro

**TeamSport**  
**E-KARTING**

**JETZT EINEN DER BEGEHRTEN PLÄTZE SICHERN!**

**ABLAUF:**

**17.30 Uhr:** Anmeldung

**18.00 Uhr:** Qualifying

**19.00 Uhr:** Buffet

**20.00 Uhr:** Start Rennen

**21.55 Uhr:** Siegerehrung

Buffet, Soft Drinks und Finger Food Snacks inklusive

**ANMELDUNG UNTER:**

**Thomas Amann**

Tel.: 0201 29426-35

thomas.amann@brinkschulte.com

**TeamSport E-Karting (Jan Lamers)**

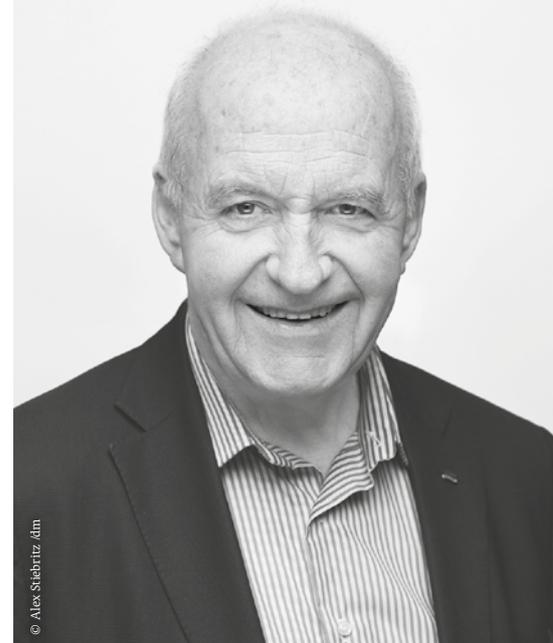
Tel.: 02161-4078170

jan.lamers@teamsport-ekarting.de

MÜNSTERLAND NIEDERRHEIN R E V I E R RHEIN-WUPPER  
MANAGER MANAGER MANAGER MANAGER



© Igor Link - stock.adobe.com



DM-Gründer Prof. Götz W. Werner

## Unternehmenswachstum **TRANSFORMATION ALS CHANCE**

Ein solides Unternehmenswachstum ist nur durch Veränderungsprozesse möglich. Dies impliziert, das eigene Unternehmen immer wieder zu hinterfragen und sich flexibel auf aktuelle Entwicklungen und Neuerungen einzustellen.

Es gibt vielfältige Argumente dafür, warum ein organisches und nachhaltiges Wachstum für Unternehmen von höchster Bedeutung ist. So können Betriebe, die nicht zumindest analog zum Marktvolumen wachsen, bestenfalls stagnieren. Dadurch verlieren sie zwangsläufig Marktanteile und büßen an Wettbewerbsfähigkeit innerhalb ihrer Branche ein. Doch Unternehmenswachstum stellt sich nicht von alleine ein: es ist stets mit Veränderungsprozessen verbunden und muss aktiv initiiert sowie adäquat gesteuert werden. Nachhaltiges organisches Unternehmenswachstum kann im Grunde nur aus eigener Kraft, also aus dem Inneren einer Organisation heraus generiert werden. Die große Herausforderung liegt hierbei für Unternehmer darin, die internen Stellschrauben in ihrem Betrieb so zu justieren, dass dieser weder zu schnell noch zu langsam wächst. Bereits Anfang der 1970er-Jahre rückte neben rein quantitativen Wachstumszielen – also Kennzahlen wie Umsatz und Gewinn, Unternehmenswert oder Absatzmenge – zunehmend auch das qualitative Wachstum in den Fokus, welches unter anderem auch nachhaltige Kriterien berücksichtigt.

### Kein Wachstum ohne Veränderung

Der 2022 verstorbene Gründer und Firmenchef der Drogeriemarktkette DM, Götz Werner, gilt als Vordenker moderner Führungs-

methoden und hatte schon früh erkannt, dass erfolgreiches Unternehmenswachstum immer mit Veränderungen einher geht. „Wer sich verändert, wird stärker“, lautete seine Devise, die er mit seinem eigenen Unternehmen eindrücklich unter Beweis gestellt hatte. Das Wachstum sei dabei lediglich der äußere Ausdruck.

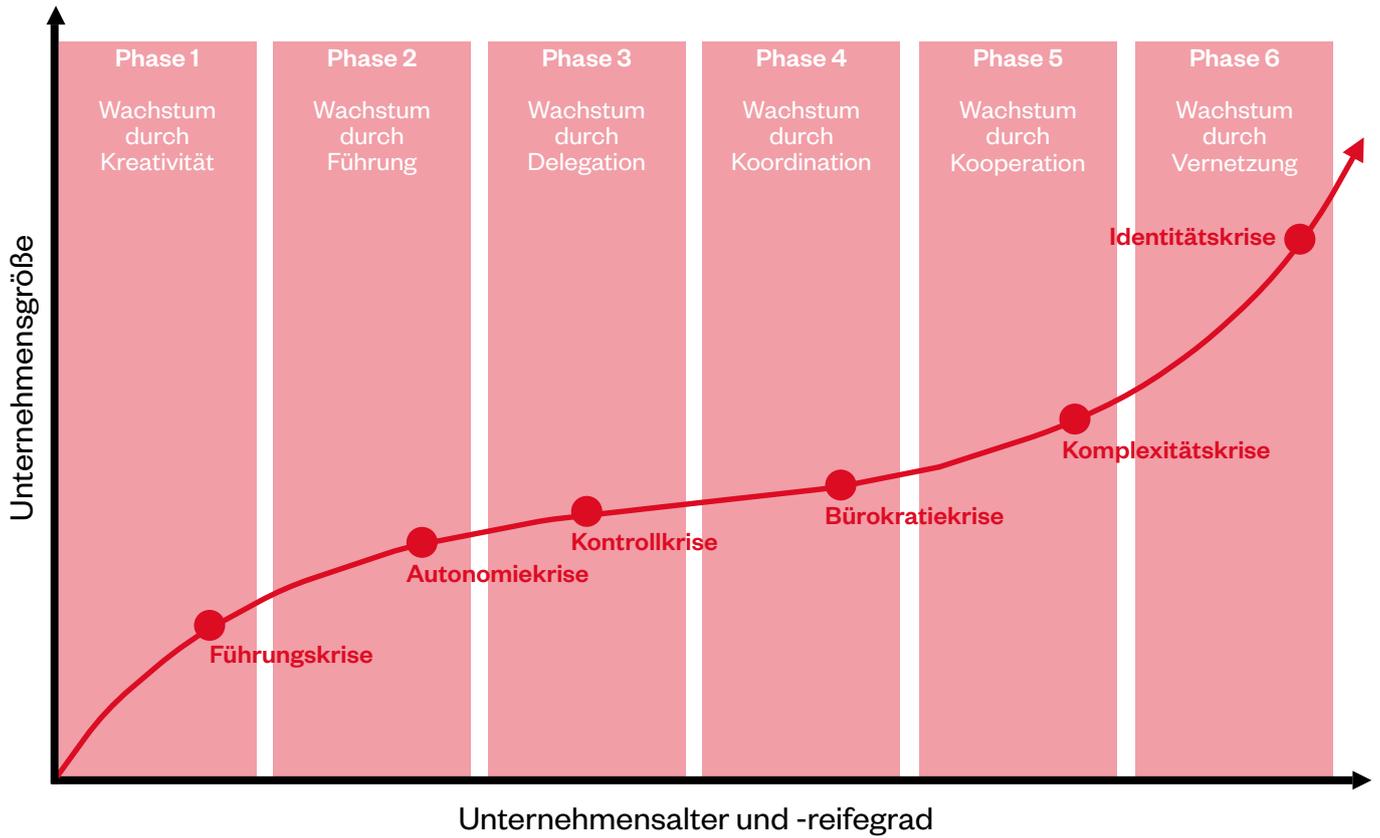
Doch mit dem Wachstum einer Organisation, so Werner, steige auch unwillkürlich der Komplexitätsgrad. Das Unternehmen wachse einem bildlich gesprochen über den Kopf. Um dann weiterhin den Überblick über die Organisation zu behalten, gelte es, die eigene Bewusstseinsgrenze zu erweitern. Damit meinte der bekennende Anthroposoph nichts anderes, als dass die Methode, wie das Unternehmen geführt wird, angepasst werden sollte. Götz Werner sprach sich gegen eine Mitarbeiterführung von oben nach unten aus. Vielmehr brauche es mehr Führungspersönlichkeiten im Unternehmen – also Menschen, die eigenständig erkennen, auf was es ankommt und was zu tun ist. Zu Werners Unternehmensphilosophie gehört es, seine Mitarbeiter als Unternehmer zu begreifen und ihr Bewusstsein dafür zu schärfen, im Sinne der gesamten Firma zu handeln.

Zu den Strategien für ein gesundes, nachhaltiges Unternehmenswachstum zählen beispielsweise die Erweiterung des Geschäftsmodells, die Optimierung der Unternehmensstruktur und -kultur, die Leistungsverbesserung und Kostensenkung, die Vertrieboptimierung so-

wie gezielte Marketing-Maßnahmen. Doch um auch in qualitativer Hinsicht zu wachsen, sollten zusätzlich weitere interne Stellschrauben im Bereich der Personalpolitik justiert werden. Hier wird u.a. empfohlen, personelle Kapazitäten besser zu bündeln, Verantwortung dezentral zu verteilen, die Mitarbeitenden zu motivieren bzw. den Teamgeist zu stärken und bei Bedarf auch neue Funktionen zu schaffen.

Was die Mitarbeiterführung und die Kommunikation zwischen Führungskräften und Mitarbeitenden angeht, empfiehlt Götz Werner dem Management von Unternehmen ein transparentes Handeln im Sinne eines offenen Dialogs anstelle von reinen Anordnungen neuer Prozesse, die nicht weiter erläutert werden. „Viele missverstehen Führung als Manipulation, als Druck, den man den Mitarbeitern gegenüber aufbauen müsste. So als müsste man dem Mitarbeiter zeigen, wo es lang geht und ihn dazu bringen, etwas zu tun, was er vielleicht gar nicht will. Die moderne Führungsperson soll nicht das ‚Wie‘, sondern das ‚Warum‘ und ‚Wozu‘ beantworten. Nicht Druck ist das geeignete Mittel, sondern ein positiver Sog, der die Mitarbeiter anzieht“, betonte Werner. Der zielführende Weg sei daher, die Mitarbeitenden stets mit einzubeziehen, denn das Wachstum des Unternehmens müsse von der Initiative der Menschen vor Ort getragen werden.

## Wachstumsmodell nach Prof. Larry E. Greiner



### Mut zur Transformation

Dass Unternehmenswachstum Veränderungen nach sich zieht, hatte der US-amerikanische Ökonom Prof. Larry E. Greiner, emeritierter Professor für Management- und Organisationstheorie an der Harvard Business School, schon in den 1970er Jahren gezeigt. Greiners Wachstumsmodell zufolge durchlaufen Unternehmen je nach Alter und Größe sechs Lebenszyklen, die jeweils mit Wachstum beginnen und mit einer Krise enden. Der Übergang in die nächste Phase wird als Wachstumsschwelle bezeichnet. Anhand des Greinerschen Wachstumsmodells können Unternehmen erkennen, in welcher Wachstumsphase sie sich aktuell befinden, rechtzeitig die Probleme im Wachstumsprozess ausmachen und diesen mit vorbereiteten Lösungen begegnen. Zwischen den von Greiner unterschiedenen Wachstumsphasen sollte jedoch ausreichend Raum für Stabilisierungs- und Regenerationsphasen zu lassen. In der fünften Phase – der Kooperationsphase – ist ein Unternehmen Greiners Modell zufolge so weit gewachsen, dass es zu verkrusteten, bürokratischen Strukturen kommt. Die Entwicklung von Innovationen geht dadurch dann nur schleppend voran, was vielfach Unzufriedenheit im Betrieb hervorruft. Die Unternehmen müssen daher in der Kooperationsphase neue, flexiblere Strukturen und Prozesse schaffen. Das Ziel sollte sein, die Komplexität

zu verringern, damit das Unternehmen im Wettbewerb überleben und weiterwachsen kann. Speziell in dieser Wachstumsphase ist es unerlässlich, die Voraussetzungen für eine dauerhafte Optimierung und Anpassungsfähigkeit des Unternehmens zu schaffen. Wie Götz Werner zu seinen Lebzeiten unterstrich, sei es dabei besonders wichtig, den Blick stets auf die Zukunft und nicht auf die Vergangenheit zu richten. Denn Änderungen der Verhältnisse bedürften anderer Fähigkeiten und innovativer Strategien. Es gelte, das Unternehmen konstant zu hinterfragen, es gewissermaßen immer wieder neu zu erfinden. Dazu gehöre, sämtliche Prozesse und Strukturen auf den Prüfstand zu stellen und bei Bedarf anzupassen sowie unnötige bürokratische Hürden abzubauen. „Nur ein Bürokrat handelt aus der Vergangenheit heraus“, war Werner überzeugt. „Der unternehmerisch veranlagte Mensch fängt immer neu an. Er handelt auf der Grundlage von heute und dem, was er aus der Zukunft antizipiert – gestärkt mit den Fähigkeiten, die er in der Vergangenheit entwickelt hat.“

### Nachhaltig wachsen

Vom Aspekt der Nachhaltigkeit her betrachtet, wird das rein quantitative Unternehmenswachstum heute durchaus kritisch gesehen, denn nicht erst seit dem 21. Jahrhundert be-

steht ein Konsens darüber, dass Wachstum nicht um jeden Preis erfolgen, sondern auch umwelt- und sozialverträglich sein sollte. In diesem Kontext gewinnen Konzepte des nachhaltigen Unternehmenswachstums immer mehr an Relevanz.

Insofern ist es für Unternehmer auch in Bezug auf die grundsätzliche Haltung und die Firmenphilosophie wichtig, das eigene Unternehmen immer wieder zu hinterfragen: Wie kann mein Unternehmen möglichst klimaneutral agieren bzw. produzieren? Wie kann das Unternehmen wachsen und dennoch ein verantwortungsvoller und attraktiver Arbeitgeber sein? Denn bei jungen Nachwuchskräften, die ja aktuell in vielen Branchen händeringend gesucht werden, steht das Thema Environmental Social Governance (ESG) stark im Fokus. Unternehmen, die in jeder Hinsicht nachhaltig wachsen möchten, sollten also nicht zuletzt mit Blick auf die Fachkräftegewinnung ausführlich prüfen, was am eigenen Geschäftsmodell bereits nachhaltig ist und was noch nicht, und dann entsprechende Kurskorrekturen vornehmen.

Im Nachhinein interessant festzustellen, dass DM-Gründer Götz Werner sein Unternehmen bereits vor vielen Jahren, als vom Thema ESG noch keine Rede war, nach genau diesen Prinzipien zukunftssicher aufgestellt hat.

Miriam Leschke | [redaktion@regiomanager.de](mailto:redaktion@regiomanager.de)



© master1305 - stock.adobe.com

## Buchhaltung **DIE „HERREN ÜBER DIE ZAHLEN“**

**Wirtschaftsprüfer und Steuerberater haben für Unternehmen eine vielseitige Beraterrolle und schaffen die Voraussetzungen für solides Wachstum.**

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 Wieczorek, 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.“

### **Unternehmenswachstum fördern und absichern**

Neben diesen Kerntätigkeiten nehmen Steuerberater häufig auch eine Mentorenrolle für Unternehmer ein, da auch die privaten Lebens-

umstände oder Veränderungen im Privatleben der Unternehmer einen Einfluss auf deren geschäftliche Aktivitäten und Entscheidungen und damit oftmals auch eine steuerliche Relevanz haben. Marko Wieczorek vom Steuerberaterverband Düsseldorf 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 Wieczorek. „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.

### **Zunehmende Digitalisierung**

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 mit Hilfe digitaler Tools.

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 Wieczorek 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 Wieczorek 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 mit Hilfe 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.

## Vielfältige Herausforderungen

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 Nachhaltigkeitsberichterstattung 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 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“, erläutert Wieczorek.

Miriam Leschke | [redaktion@regiomanager.de](mailto:redaktion@regiomanager.de) 🇩🇪



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

## Zöllner & Zöllner



Inhaber Olaf Zöllner



Seit mehr als 50 Jahren berät die Zöllner & Zöllner GmbH (Arnsberg) ihre Mandanten nicht nur in den Bereichen Steuerberatung und Wirtschaftsprüfung, sondern inzwischen auch im Bereich Rechtsberatung. „Unsere Mandanten profitieren stark von unserem interdisziplinären Beratungsansatz“, sagt Olaf Zöllner.

Z&Z bietet ein breites Dienstleistungspaket aus einer Hand an – dort, wo Fragen aus der Steuerberatung, Wirtschaftsprüfung und Rechtsberatung eng verzahnt sind.

Neben diesen drei Disziplinen bietet die Kanzlei, bestehend aus der Zöllner & Zöllner GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft/Steuerberatungsgesellschaft und die Zöllner & Zöllner Rechtsanwalts-gesellschaft mbH, noch einiges mehr.

Z&Z berät ihre Mandanten auch bei grenzüberschreitenden Themen mit spezialisierten Steuerberatern und Rechtsanwälten. Der Schwerpunkt liegt hier auf der niederländischen und deutschen Gesetzgebung. Denn die (Unternehmens-)Kulturen der Nachbarländer sind sehr unterschiedlich und können daher zu großen Problemen, z.B. zu Beginn der internationalen Geschäftstätigkeit, führen.

Zur Mandantschaft gehören Unternehmen aus Industrie, Handel, Handwerk und dem Dienstleistungssektor als auch Stiftungen und Privatpersonen. Z&Z berät gerne bei Themen wie Unternehmensan-/verkäufen, bei Due-Diligence-Verfahren oder Unternehmensumstrukturierungen. Des Weiteren bietet Z&Z besondere Expertisen bezüglich der Erstellung von Bewertungs- und steuerrechtlichen Gutachten an. ■

[www.zoellner-zoellner.de](http://www.zoellner-zoellner.de)



**ZÖLLNER & ZÖLLNER GMBH**  
WIRTSCHAFTSPRÜFUNGSGESELLSCHAFT  
STEUERBERATUNGSGESELLSCHAFT

# Ranking DIE GRÖSSTEN STEUERBERATER UND WIRTSCHAFTSPRÜFER

## Empfohlene Unternehmen

Lemkens und Lemkens	Xanten	lemkens.de
Crowe BPG Beratungs- und Prüfungsgesellschaft	Krefeld	crowe-bpg.de
Tax Consulting Treuhand Steuerberatungsgesellschaft	Viersen	treuhandgmbh.de
Steuerpartner Geiger & Pielucha	Xanten	steuerberater-xanten.de
Grant Thornton Niederlassung Niederrhein	Viersen	grantthornton.de
Zöllner & Zöllner	Emmrich am Rhein	zoellner-zoellner.de

## Die nachhaltigsten Steuerberater und Wirtschaftsprüfer

Rang	Unternehmen	Hauptsitz	*E	*S	*G	*ESG-Score
1	Goertz + Klingen + Tilg Steuerberater 	Wegberg	53,8	75,5	71,7	68,2
2	Schnitzler & Partner	Mönchengladbach	45,0	60,9	36,7	51,3
3	Steuerberatung Kogge	Nettetal	54,6	50,0	18,3	45,0
∅	ESG-Branchendurchschnittswert Steuerberater und Wirtschaftsprüfer	Niederrhein	45,0	30,0	18,0	32,0

\*in Prozent

**So entsteht der ESG-Score** Die Teilbereiche werden wie folgt gewichtet: Environment 30%, Social 50% und Governance 20%. Wenn bis zum Redaktionsschluss keine unternehmensspezifischen Daten vorlagen, wurde der **Branchendurchschnittswert von 32,0%** angenommen. Siehe ESG-Score, Tabelle Niederrhein-Ranking.

**Jetzt kostenlos ESG-Score erfahren!**  
ESG-Fragebogen bequem online anfragen, ausfüllen, Score erfahren und im Magazin aufgelistet werden.



## Das Niederrhein-Ranking

Rang	Unternehmen	Hauptsitz	Berufsträger	*ESG-Score
1	KBHT 	Neuss	59	32,0
2	WWS Wirtz, Walter, Schmitz 	Mönchengladbach	37	32,0
3	Hennecken & Partner Treuhandgesellschaft	Krefeld	32	32,0
4	Crowe BPG Beratungs- und Prüfungsgesellschaft 	Krefeld	27	32,0
5	LADM Aymans Bacht & Partner 	Kempen	24	32,0
6	KPP Steuerberatungsgesellschaft	Kleve	23	32,0
7	Grant Thornton Niederlassung Niederrhein 	Viersen	22	32,0
7	Treuhand Niederrhein	Krefeld	22	32,0
9	SHWP Schnorbus Helmhold Wardemann	Neuss	21	32,0
10	DRP Randerath & Partner	Aachen	20	32,0
11	Dr. Heilmaier & Partner	Krefeld	17	32,0
20	Lemkens und Lemkens 	Xanten	9	32,0
33	Schnitzler & Partner 	Mönchengladbach	7	32,0
53	Steuerpartner Geiger & Pielucha 	Xanten	4	32,0
150	Tax Consulting Treuhand Steuerberatungsgesellschaft 	Viersen	1	32,0
150	Andreas Schollmeier Steuerberater 	Moers	1	32,0

\*in Prozent

### So entsteht unser Ranking

Unser Ranking berechnet sich aus dem Rang des Unternehmens nach Zahl der Berufsträger. Trotz gewissenhafter Recherche kann für die Richtigkeit und Vollständigkeit der Angaben keine Gewähr übernommen werden. Mehr hierzu im Impressum.

### Alle 154 Unternehmen im Ranking finden Sie online

[www.niederrhein-manager.de/ranking/steuerberater-und-wirtschaftspruefer](http://www.niederrhein-manager.de/ranking/steuerberater-und-wirtschaftspruefer) – Unternehmen unterhalb von Rang 11 sind hier nicht abgebildet. Mit Ausnahme derer, die eine ausführliche Darstellung ihres Unternehmens in dieser Ausgabe platziert oder das Starke Partner-Paket gebucht haben.

# Plexotec READY 2 KICK?

Getreu seines Slogans PLEXOTEC – DISPLAY YOUR IDEAS ist das Unternehmen ein kompetenter Ansprechpartner, um die Ideen seiner Kunden individuell und wirkungsvoll in Szene zu setzen.



Seit über 40 Jahren ist die Plexotec GmbH mit Sitz in Rees am Niederrhein einer der führenden Hersteller von verkaufsfördernden Warenpräsentationen und Displays, sowie kompetenter Halbzeuglieferant und Verarbeiter. Das Produktportfolio beinhaltet aufmerksamkeitsstarke Displays, kreative Shop-in-Shop-Komponenten, originelle Logo- und Markenaufsteller, elegante Warenpräsentier, sowie Standardlösungen aus Kunststoff, Holz, Metall oder im Materialmix. Von der Idee bis zur Umsetzung entwickelt das Plexotec-Team unterschiedlichste innovative Lösungsvorschläge. Das Ganze bei dem Firmenstandort in Rees und Produktionsstätten in Deutschland in Qualität „Made in Germany“.



Geschäftsführer Fabian Bauer und Michael Steden (v.l.)

## Exklusiver Blickfang und Werbeträger.

Für einige ihrer Kunden, wie z.B. Steuerberatungskanzleien, haben die Reeser extra zur Fußball EM 2024 einen stylischen Tischkicker entwickelt, der auf Wunsch mit individuellem Branding gefertigt werden kann.

Ein toller Eye-Catcher fürs Büro, für Kundenbereiche, Messen oder andere Events. Hier können Mitarbeiter, Kunden und Besucher am Tischkicker spannende Duelle austragen. Ein Highlight, das Spaß mit effektiver Markenpräsenz verbindet.

Der Plexotec Tischkicker aus Acryl ist die edle Variante des beliebten Tischfußball-Klassikers. Hochwertige Herstellung und robuste Materialien sorgen für erstklassigen Spielgenuss. Die Teleskopstangen bestehen aus hochwertigem Material, sind mit Speziallagern ausgestattet und gleiten daher leise und leichtgängig im Spielbetrieb. Die Kunststoffgriffe liegen perfekt in der Hand und lassen sich bei Bedarf leicht austauschen. Das durchsichtige Design-Highlight aus kristallklarem Acrylglas ist der perfekte Werbeträger für jedes Unternehmen. Zumal die Oberflächenbeschaffenheit der Spielfläche auch eine individuelle Bedruckung mit einem Firmenlogo, Slogan oder einer Werbeaussage erlaubt. Als Sonderanfertigung kann der Kickertisch auch für bis zu acht SpielerInnen gefertigt werden.



## Technische Spezifikationen:

- 140 x 92 x 74 cm Gesamtbreite inkl. Spielraum der Stangen 174 cm
- Acrylglas
- Edelstahl-Verbindungselemente
- Spielfiguren aus Kunststoff
- Spielfeld auf Unterseite bedruckt
- Griffe aus hochwertigem Kunststoff
- Nivellierbare, verstellbare Füße für den perfekten Stand
- Individuelle Anfertigung nach Kundenwunsch möglich

PLEXOTEC fertigt und liefert auch andere Produkte für (nicht nur) Steuerberatungskanzleien: Von Leuchtreklame und Außenwerbung, (Namens-)Schildern, über beleuchtete Schriftzüge und Buchstaben für innen- und außen, bis hin zu Akustik-Paneelen – mit Stoff bezogen oder individuell bedruckt – zur Schallreduzierung. Alles in verschiedensten Farben

und aus unterschiedlichsten Materialien wie beispielsweise spezielles Acrylglas für LEDs, Edelstahl, lichtstreuende Folien u.v.m. Dabei sind die Materialien bestmöglich recyclebar und alle Lösungen für die Kunden energiesparend.  
Katja Meenen | [redaktion@regiomanager.de](mailto:redaktion@regiomanager.de)

## Kontakt

**PLEXOTEC**<sup>®</sup>  
DISPLAY YOUR IDEAS

**Plexotec GmbH**  
Melatenweg 59, 46459 Rees  
Telefon: 02851 9146 0  
Telefax: 02851 9146 33  
[info@plexotec.com](mailto:info@plexotec.com)  
[www.plexotec.com](http://www.plexotec.com)



Ein starkes Team auf dem Weg in eine starke Zukunft

Steuerpartner  
Geiger & Pielucha

## ZEIT FÜR DEN NÄCHSTEN SCHRITT

Steuerpartner: Starke Marke für fachliche Expertise und Gemeinschaft



Wie kann man eine erfolgreiche Steuerkanzlei noch besser für die Zukunft aufstellen? Indem man die Kernphilosophie seiner Tätigkeit zur Marke macht. Aus der Kanzlei Geiger und Partner in Xanten ist zu Beginn dieses Jahres die Steuerpartner Geiger & Pielucha Steuerberatungsgesellschaft mbB geworden. „Damit wollen wir stärker ausdrücken, welche Werte unsere Kanzlei prägen: eine breit aufgestellte fachliche Expertise und die partnerschaftliche Zusammenarbeit sowohl mit unseren Mandanten als auch innerhalb unseres Teams“, sagt Frank Geiger.

Seit gut 25 Jahren ist der Steuerberater, Diplom-Kaufmann und Fachberater für das Gesundheitswesen (DStV e.V.) mit der Kanzlei verbunden, die bereits 1970 von Dr. Helmut Kempkes gegründet wurde. 1998 stieg Frank Geiger als Partner ein, nach dem Ausscheiden von Kempkes 2002 führte er die Kanzlei alleine weiter. 2015 kam Clarissa Pielucha als Partnerin dazu. Die 51-Jährige, die seit 2010 in der Kanzlei arbeitet, hat den Beruf selbst von der Pike auf gelernt. Der Tätigkeitsschwerpunkt

der Steuerberaterin ist die Beratung im Themenbereich Unternehmensnachfolge; dazu hat sie 2013 die Qualifikation zur Fachberaterin erworben: „Ein hochkomplexes, aber überaus interessantes und spannendes Metier, bei dem es darauf ankommt, für die Unternehmen mitzudenken und mitzuplanen und sie so proaktiv und vor allem frühzeitig zu begleiten.“

Zum Team gehören außerdem 17 weitere Mitarbeiter, darunter weitere Steuerberater, Steuerassistenten und -fachangestellte, Bürokaufleute und ein Auszubildender. „Wir haben uns stetig weiterentwickelt, besonders in den vergangenen fünf Jahren sind wir regional und bundesweit stark gewachsen. Deshalb möchten wir uns auch gerne personell verstärken und weitere Steuerberater ins Team holen – und ihnen gerne von Anfang an eine gute Zukunftsperspektive als gleichberechtigte Partner anbieten. Auch das signalisieren wir mit unserem neuen Namen“, erklärt der 60-Jährige einen weiteren Beweggrund für die Umfirmierung: die aktive Nachfolgeplanung.

Das Steuerbüro ist bestens aufgestellt. Mit einer stabilen Mandantschaft, vor allem Unternehmen aus unterschiedlichen Branchen, und Steuerexperten mit verschiedenen Fachberater-Qualifikationen decken die Xantener Steuerpartner eine große Bandbreite an Fis-

kalthemen ab. Neben den Kompetenzen in der Steuerberatung und der betriebswirtschaftlichen Beratung sind besondere Branchenkenntnisse in den Bereichen Gesundheitswesen (zum Beispiel für Ärzte, Therapeuten oder Pflegeeinrichtungen), Garten- und Landschaftsbau sowie E-Commerce vorhanden. Für die Unterstützung bei steuerrechtlichen Fragen steht ein kompetentes und langjähriges Netzwerk von Fachanwälten und Notaren zur Verfügung.

Dass die Kanzlei das Wachstum der vergangenen Jahre gut bewältigt und trotzdem jedem Mandanten eine individuelle und vor allem zeitnahe Beratung garantieren kann, ist der modernen und smarten Arbeitsweise des gesamten Teams geschuldet: Bereits seit über zehn Jahren verfolgt die Steuerkanzlei konsequent die Digitalisierung der Büroabläufe. Geiger: „Wir verstehen diese Entwicklung nicht als Selbstzweck, sondern als Mittel zur optimierten Zusammenarbeit und Vereinfachung von bisher analogen Tätigkeiten. Natürlich wollen wir damit auch dem Fachkräftemangel entgegenwirken und Kosten senken. Unser Ziel ist es aber vor allem, mehr Zeit für die Mitarbeiter zu schaffen, die sie – statt auf eintönige und zeitraubende administrative Arbeiten – auf die Beratung der Mandanten verwenden können. Denn entscheidend ist und bleibt



Die Kanzleileitung: Clarissa Pielucha und Frank Geiger



Als Steuerassistenten im Team dabei: Christoph Lindlar und Corinna Brinck

für uns die persönliche Beratung. Das gesamte Team ist bei Fragen erreichbar, und wir zeichnen uns durch schnelle Reaktions- und Bearbeitungszeiten aus.“ Das Engagement wird belohnt: Das Qualitätsmanagement ist seit 2010 regelmäßig nach ISO 9001 zertifiziert durch die Deutsche Gesellschaft zur Zertifizierung von Managementsystemen. Außerdem wurde die Kanzlei fünf Jahre in Folge durch Focus Money als TOP-Steuerberater ausgezeichnet. Ganz frisch ist die Verleihung des DATEV-Labels „Digitale Kanzlei“.

Durch die modernen Arbeitsstrukturen sind nicht nur flexible Vertrauensarbeitszeiten in Eigenverantwortung für alle Mitarbeiter möglich: Die Kanzlei hat zu Jahresbeginn sogar die Vier-Tage-Woche eingeführt, bei vollem Lohnausgleich. Clarissa Pielucha: „Nach intensiven Gesprächen im gesamten Team war der Wunsch nach einer verkürzten Arbeitszeit bei allen sehr hoch. Natürlich bestanden bei uns in der Kanzleileitung zunächst wirtschaftliche Bedenken. Zudem gab es kritische Fragen der Mandanten. Wir haben uns aber ein gut funktionierendes System überlegt, bei dem sichergestellt ist, dass an jedem Wochentag Mitarbeiter erreichbar sind, und konnten letztlich alle Bedenken ausräumen.“

Die zukunftsweisenden Arbeitskonzepte, dazu die attraktive Lage der Kanzlei im Herzen von Xanten mit modernsten, ansprechenden Büroräumen und ausreichenden Parkplätzen macht die Steuerpartner zu einem attraktiven Arbeitgeber. Geiger: „Von Anfang an haben wir in der Kanzlei großen Wert auf das Thema Ausbildung gelegt. Mehr als die Hälfte unserer Mitarbeiter hat die Ausbildung bei uns gemacht.“ Die Kanzlei hat einen exzellenten Ruf, was dazu führt, dass sie – trotz einer in der gesamten Branche sinkenden Zahl an Bewerbern – immer noch Interessenten für den Beruf findet. „Viele Bewerber kommen durch Mundpropaganda



Mitten im Herzen von Xanten begrüßen die Steuerpartner Mitarbeiter und Mandanten

zu uns. Aktuell bieten wir noch zwei Ausbildungsplätze an: als Steuerfachangestellte/r und Kaufmann/-frau für Büromanagement“, berichtet Clarissa Pielucha.

Für Clarissa Pielucha und Frank Geiger ist das Zusammenwirken von fachlicher Expertise, partnerschaftlichem Arbeiten innerhalb und außerhalb der Kanzlei und vor allem dem starken Fokus auf den persönlichen Kontakt mit den Mandanten auch in der Zukunft der Schlüssel zum Erfolg. Ihr gemeinsames Credo lautet: „Wir verstehen uns nicht als Dienstleister, die ausschließlich Zahlen sortieren. Wir sind im Leben unserer Mandanten dabei!“

## Kontakt



**Steuerpartner Geiger & Pielucha**  
**Steuerberatungsgesellschaft mbB**  
 Karthaus 4-6, 46509 Xanten  
 Telefon: 02801 7733-0  
 mail@steuerpartner.tax  
 www.steuerpartner.tax

# NACHHALTIGKEITS- BERICHTERSTATTUNG

Eine echte Herausforderung für den Mittelstand



Michael B. Schröder, Partner & Standortleitung  
Grant Thornton Niederrhein



Dr. Claudia Schrimpf-Dörjes, Partnerin & Head of ESG  
Accounting & Reporting Grant Thornton in Deutschland

Ab 2024 wird die EU die Berichtspflicht bezüglich Nachhaltigkeit für Unternehmen stufenweise deutlich verschärfen. Große Kapitalgesellschaften und ähnliche Personengesellschaften haben für das Geschäftsjahr 2025 erstmalig einen Nachhaltigkeitsbericht aufzustellen. Die Rechtsgrundlage dafür bildet die Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD). Sie erfordert von berichtspflichtigen Unternehmen, ihre Lageberichte um detaillierte nichtfinanzielle Informationen zu Umwelt, Sozialem und Governance zu erweitern.

Ein Nachhaltigkeits-Reporting ist auch ohne gesetzliche Verpflichtung sinnvoll, da Kunden und Lieferanten zunehmend entsprechende Berichterstattung fordern. Auch Banken bevorzugen oft Unternehmen mit bestimmten Nachhaltigkeitsindikatoren. Die Offenlegung von Umweltmaßnahmen, sozialen Initiativen und Governance-Praktiken stärkt die Glaubwürdigkeit von Unternehmen und verbessert deren Arbeitgeberattraktivität. ESG-Kriterien (Umwelt, Soziales, Governance) spielen eine wichtige Rolle bei Aufträgen und Ausschreibungen.

Es ist ratsam und notwendig, jetzt mit den Vorbereitungen zu beginnen, um rechtzeitig ein aussagekräftiges Reporting zu erstellen. Die Erstellung eines Nachhaltigkeitsberichts

erfordert erheblichen Aufwand. Unternehmen sollten sechs Schritte für die Umsetzung berücksichtigen:

- Projektplanung (Roadmap hin zur CSRD-Compliance)
- Entwicklung einer Nachhaltigkeitsstrategie (Nachhaltigkeitsziele und der Weg zu den Zielen)
- Status quo-Analyse (bereits abgedeckte Nachhaltigkeitsthemen)
- Wesentlichkeits- und Stakeholderanalyse (noch nicht abgedeckte Nachhaltigkeitsthemen; Einbezug in- und externer Zielgruppen)
- Gap-Analyse (fehlende Themen in der Berichterstattung)
- Datenmanagement (Identifikation, Erhebung und Analyse erforderlicher Daten)

Basierend auf diesen Analysen kann dann eine CSRD-konforme Berichterstattung erfolgen. Wir unterstützen Sie gerne bei der Vorbereitung und Umsetzung Ihrer Berichtspflichten. 📊

## Kontakt



**Grant Thornton**

**Grant Thornton AG**

**Wirtschaftsprüfungsgesellschaft**

**Niederlassung Niederrhein**

Eindhovener Str. 35-37, 41751 Viersen

Telefon: 02162 91811-0

viersen@de.gt.com

# Danke, Mittelstand – für digitalen Aufbruch statt analogem Stillstand.

Eure Geschäftsmodelle entwickeln sich weiter. Und wir gehen euer Tempo mit. Unsere Expertise begleitet eure Ideen und sichert Wachstum.



**grantthornton.de**

Audit & Assurance | Tax | Advisory | Legal

## Karrieretage - die Jobmesse in der Region

Für Fach- und Führungskräfte, Quer- und Wiedereinsteiger,  
Young Professionals, Schüler und Studenten



Treffen Sie vor Ort Jobsuchende und überzeugen Sie sie direkt – einfacher geht 's nicht!



Stärken Sie Ihr Personalmarketing und bauen Sie Ihre Arbeitgebermarke aus



Knüpfen Sie wertvolle Kontakte zu Bewerbern für die Zukunft

**40 x**  
in Deutschland

Aachen	07.05. & 14.11.2024
Augsburg	20.06.2024
Berlin	07.03. & 02.10.2024
Bielefeld	27.06.2024
Bonn	11.04. & 10.10.2024
Bremen	05.09.2024
Dortmund	24.04. & 28.11.2024
Dresden	29.10.2024
Düsseldorf	13.03. & 26.09.2024
Essen	21.03. & 10.09.2024
Frankfurt	23.05. & 21.11.2024
Hamburg	30.04. & 01.10.2024

Hannover	24.04.2 & 12.11.2024
Karlsruhe	18.04. & 17.10.2024
Kassel	25.06.2024
Kiel	11.09.2024
Koblenz	10.04. & 20.11.2024
Köln	17.04. & 13.11.2024
Leipzig	28.05.2024
Mannheim	14.05.2024
München	16.05. & 06.11.2024
Nürnberg	14.05. & 09.10.2024
Stuttgart	19.03. & 19.09.2024
Wuppertal	12.03. & 12.09.2024





© master1305 - stock.adobe.com

## Rechtsberatung **RECHTSSICHER AUF ERFOLGSSPUR**

Als potenzielle Sparringspartner unterstützen externe Juristen Unternehmen bei der Bestandssicherung und der Generierung von Wachstum.

„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.

### Compliance-Management im Fokus

Prof. Niko Härting vom Deutschen Anwaltverein (DAV) führt in diesem Kontext das Konzept der Compliance an, das in der zunehmend rechtlich regulierten Unternehmenswelt von Bedeutung ist: „Juristen haben den Vorteil, dass sie im Umgang mit recht-

lichen Vorschriften und bürokratischen Prozessen geschult sind. Daher ist es ab einer bestimmten Unternehmensgröße ratsam, juristische Expertise im Haus zu haben.“ Allerdings variiere der Bedarf an juristischer Fachkompetenz je nach Branche. „Während ein Bauunternehmen möglicherweise weniger rechtliche Unterstützung benötigt, ist für IT-Unternehmen, besonders aufgrund der Datenschutzerfordernungen, die Beschäftigung von Juristen oft unumgänglich.“

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: „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 Corona-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.“

## Herausforderung Künstliche Intelligenz

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 weitere Entwicklung der Rechtsanwaltsbranche wird voraussichtlich durch die Integration von KI in juristische Abläufe geprägt sein. 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“, ist Kinold überzeugt. 



Bernhard Kinold, Verband Deutscher Anwälte



Prof. Niko Härting, Deutscher Anwaltverein



# Smart decisions. Lasting value.

**Audit  
Tax  
Advisory  
IT**

Crowe | BPG Beratungs- und Prüfungsgesellschaft mbH  
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft  
Steuerberatungsgesellschaft

Uerdinger Straße 532  
47800 Krefeld  
Telefon 02151 508 400  
info@crowe-bpg.de

[www.crowe-bpg.de](http://www.crowe-bpg.de)

# Ranking DIE GRÖSSTEN RECHTSANWALTSKANZLEIEN

## Empfohlene Unternehmen

Lindenlauf & Klein	Erkelenz	lindenlauf-klein.de
--------------------	----------	---------------------

## Die nachhaltigsten Rechtsanwaltskanzleien

Rang	Unternehmen	Hauptsitz	*E	*S	*G	*ESG-Score
1	Hermanns, Eckhardt & Aschmoneit	Grevenbroich	35,0	52,0	55,0	47,6
∅	ESG-Branchendurchschnittswert Rechtsanwaltskanzleien	Niederrhein	45,0	30,0	18,0	32,0

\*in Prozent

**So entsteht der ESG-Score** Die Teilbereiche werden wie folgt gewichtet: Environment 30%, Social 50% und Governance 20%. Wenn bis zum Redaktionsschluss keine unternehmensspezifischen Daten vorlagen, wurde der **Branchendurchschnittswert von 32,0%** angenommen. Siehe ESG-Score, Tabelle Niederrhein-Ranking.

**Jetzt kostenlos ESG-Score erfahren!**  
ESG-Fragebogen bequem online anfragen, ausfüllen, Score erfahren und im Magazin aufgelistet werden.



## Das Niederrhein-Ranking

Rang	Unternehmen	Hauptsitz	Rechtsanwälte	*ESG-Score
1	Kapellmann und Partner Rechtsanwälte	Mönchengladbach	39	32,0
2	TGH Thomas Rechtsanwälte	Krefeld	9	32,0
2	Hermanns, Eckhardt & Aschmoneit	Grevenbroich	9	47,6
2	Strick Rechtsanwälte & Steuerberater	Kleve	9	32,0
2	BWS legal Rechtsanwälte und Partner mbB	Mönchengladbach	9	32,0
6	Rechtsanwälte Dr. Hüscher & Partner	Neuss	8	32,0
6	Rechtsanwälte Wittenberg und Kollegen	Neuss	8	32,0
6	HTM Meyer Venn & Partner	Hamminkeln	8	32,0
6	Szary Westerath, Kerkow & Partner SWP Rechtsanwälte	Mönchengladbach	8	32,0
6	Steinhauer Wilden Simon-Rechtsanwälte	Mönchengladbach	8	32,0
11	Madert Fachanwälte	Moers	7	32,0
11	MBK Rechtsanwälte Koch & Partner	Mönchengladbach	7	32,0
11	Schloesser + Baumann Rechtsanwalts-gesellschaft	Kleve	7	32,0
11	Kreutz & Partner	Xanten	7	32,0
11	Stieve + Neikes & Kollegen Rechtsanwälte	Erkelenz	7	32,0
16	Thomas Blatt Rechtsanwaltsaktiengesellschaft	Dinslaken	6	32,0
16	strafrecht.plus - Pohlen, Meister, Nagel, Menke, Herbort	Mönchengladbach	6	32,0
16	Rechtsanwälte Boyxen, Berge, Dammer & Kollegen	Nettetal	6	32,0
16	Kanzlei Verhoeven & Partner	Geldern	6	32,0
16	Pannenbecker, Decka & Kollegen Rechtsanwälte und Notare	Wesel	6	32,0
16	Hillenkamp   von den Berg   König	Viersen	6	32,0
16	Busch & Kollegen, Rechtsanwälte, Fachanwälte	Heinsberg	6	32,0
23	Hasler Kinold Rechtsanwälte	Mönchengladbach	5	32,0
29	Lindenlauf & Klein	Erkelenz	4	32,0



\*in Prozent

## So entsteht unser Ranking

Unser Ranking berechnet sich aus dem Rang des Unternehmens nach Zahl der Rechtsanwälte. Trotz gewissenhafter Recherche kann für die Richtigkeit und Vollständigkeit der Angaben keine Gewähr übernommen werden. Mehr hierzu im Impressum.

## Alle 59 Unternehmen im Ranking finden Sie online

[www.niederrhein-manager.de/ranking/rechtsanwaelte](http://www.niederrhein-manager.de/ranking/rechtsanwaelte) – Unternehmen unterhalb von Rang 23 sind hier nicht abgebildet. Mit Ausnahme derer, die eine ausführliche Darstellung ihres Unternehmens in dieser Ausgabe platziert oder das Starke Partner-Paket gebucht haben.



Die Kanzlei Lindenlauf & Klein: Tanja Stemmer, Stefanie Heiseke mit dem Gründer-Team Meike Lindenlauf-Klein und Henning Klein (v.l.)

## Lindenlauf & Klein Rechtsanwälte **DER MENSCH STEHT IM VORDERGRUND**

Die Kanzlei Lindenlauf & Klein ist für ihre Mandanten beständig seit dem Jahr 2003 tätig und zivilrechtlich ausgerichtet



Die Kanzlei Lindenlauf & Klein aus Erkelenz im Kreis Heinsberg bietet fundierte anwaltliche Beratung und Vertretung vor Gericht. Die Rechtsanwälte leisten Unterstützung, wenn es um Familie, Kinder und Ehe, Straßenverkehrsrecht, Fragen rund um das Mietverhältnis oder Auseinandersetzungen mit dem Arbeitgeber oder aber dem Arbeitnehmer geht. Mit ihren vier erfahrenen Fachanwälten deckt die Kanzlei Lindenlauf & Klein aufgrund der verschiedenen Fachrichtungen ein breites Spektrum ab und bietet mit diesem Spezialwissen stets praxisnahe Lösungen.

### Außergerichtliche Lösungen

Sei es die Durchsetzung von Unterhalt und Sorgerecht, eine Scheidung, eine Abfindung nach einer Kündigung oder die berechtigten Ansprüche auf Schadensersatz nach einem Verkehrsunfall – mit dem Ausgang eines Rechtsstreits ist immer auch ein persönliches Schicksal verbunden. Daher steht bei den Rechtsanwälten Lindenlauf & Klein der Mensch hinter dem Aktenzeichen im Vordergrund. „Auch wenn wir nicht als Mediatoren tätig sind, ist es uns sehr wichtig, bei jedem Fall auch nach einer außergerichtlichen Lösung zu schauen, die für alle Parteien eine gute Lösung darstellen kann“, erklärt Henning Klein.

Daher strebt das Team an, durch frühzeitige, fundierte Beratung spätere Auseinandersetzungen zu vermeiden. Sollte sich ein gerichtliches Verfahren dennoch nicht vermeiden lassen, so steht die Kanzlei mit ihren versierten und erfahrenen Partnern für eine professionelle Prozessführung. „Wir stellen an uns selbst die höchsten Ansprüche, den Interessen des Mandanten gerecht zu werden. Bei uns steht im Gegensatz zur gängigen Praxis anonymer Großkanzleien der Mensch im Vordergrund und wir pflegen ein auf wechselseitiges Vertrauen aufbauendes Verhältnis zu unseren Mandanten“, sagt Meike Lindenlauf-Klein.

### Konflikte im Vorfeld vermeiden

Die Rechtsanwaltskanzlei in Erkelenz ist in puncto Arbeitsrecht auch schon bei der Ausarbeitung der Verträge ein verlässlicher Partner, um im Vorfeld Konflikte zu vermeiden. Ziel ist es, aus Anlass des Aufsetzens von Verträgen eindeutige und unmissverständliche Regelungen aufzunehmen, um mögliche Streitpunkte auszuschließen. Die Leistungen richten sich auch an Unternehmen, die zum Beispiel maßgeschneiderte Mietverträge benötigen und reichen bis zu hochkomplexen Vertragswerken. Denn oft tauchen Probleme auf, da Verträge unklar, nicht umfassend oder in Teilbereichen erst gar nicht formuliert wurden. Gerade auch in Trennungs- oder Scheidungssituationen ergibt sich für Unternehmer das besondere Bedürfnis anwaltlicher Expertise, soweit das Unternehmen Gegenstand der Ver-

mögensauseinandersetzung zwischen den betroffenen Eheleuten ist. Diesbezüglich können die Fachanwälte häufig frühzeitig die notwendigen Weichen stellen.

Auch in Zukunft steht für das eingeschworene Team fest: „Wir beraten unsere Mandanten in ruhiger Atmosphäre und ganz individuell.“ Mit der gebündelten Erfahrung aus vielen Jahren Berufspraxis stehen die Anwälte an der Seite ihrer Mandanten. 📞

Die Kanzlei Lindenlauf & Klein ist kompetenter Partner in folgenden Rechtsgebieten:

- Allgemeines Zivilrecht
- Familienrecht
- Arbeitsrecht
- Mietrecht
- Straßenverkehrsrecht

### Kontakt

**LINDENLAUF & KLEIN**  
RECHTSANWÄLTE

#### Lindenlauf & Klein Rechtsanwälte

Burgwall 5, 41812 Erkelenz  
Telefon: 02431 947347  
info@lindenlauf-klein.de  
www.lindenlauf-klein.de

# Ranking DIE GRÖSSTEN RECHTSANWALTS-KANZLEIEN FÜR ARBEITSRECHT

## Die nachhaltigsten Rechtsanwaltskanzleien für Arbeitsrecht

ESG-Branchendurchschnittswert: 32,0%

Rang	Unternehmen	*ESG-Score
∅	Besser als der Branchendurchschnitt? Hier könnte Ihr Unternehmen stehen!	32,0

\*in Prozent



**So entsteht der ESG-Score** Die Teilbereiche werden wie folgt gewichtet: Environment 30%, Social 50% und Governance 20%. Wenn bis zum Redaktionsschluss keine unternehmensspezifischen Daten vorlagen, wurde der **Branchendurchschnittswert von 32,0%** angenommen. Siehe ESG-Score, Tabelle Niederrhein-Ranking.

**Jetzt kostenlos ESG-Score erfahren!**  
ESG-Fragebogen bequem online anfragen, ausfüllen, Score erfahren und im Magazin aufgelistet werden.



## Das Niederrhein-Ranking

Rang	Unternehmen	Hauptsitz	Fachanwälte	*ESG-Score
1	Kapellmann und Partner Rechtsanwälte	Mönchengladbach	5	32,0
2	Szary Westerath, Kerkow & Partner SWP Rechtsanwälte	Mönchengladbach	4	32,0
2	Thomas Blatt Rechtsanwaltsaktiengesellschaft	Dinslaken	4	32,0
4	Steinhauer Wilden Simon-Rechtsanwälte	Mönchengladbach	3	32,0
4	Strick Rechtsanwälte & Steuerberater	Kleve	3	32,0
6	Rohmann Tekath Sobirey	Wesel	2	32,0
6	Pannenbecker, Decka & Kollegen Rechtsanwälte und Notare	Wesel	2	32,0
6	Hillenkamp   von den Berg   König	Viersen	2	32,0
6	MBK Rechtsanwälte Koch & Partner	Mönchengladbach	2	32,0
6	Rechtsanwälte Wittmann, Derksen, Frenz, Hellfrisch, Springer	Mönchengladbach	2	32,0
6	BWS legal Rechtsanwälte und Partner mbB	Mönchengladbach	2	32,0
6	Gellhorn Schneider Fink & Stieg	Moers	2	32,0
6	TGH Thomas Rechtsanwälte	Krefeld	2	32,0
6	Rechtsanwälte Andries & Kollegen	Krefeld	2	32,0
6	Kemper, Hein & Partner	Krefeld	2	32,0
6	Schloesser + Baumann Rechtsanwalts-gesellschaft	Kleve	2	32,0
6	HTM Meyer Venn & Partner	Hammingeln	2	32,0
6	Rechtsanwälte Brohl & Partner	Geldern	2	32,0
6	Stieve + Neikes & Kollegen Rechtsanwälte	Erkelenz	2	32,0
20	Ingendahl, Thyssen & Kollegen	Xanten	1	32,0
20	Kreutz & Partner	Xanten	1	32,0
20	Lühl & Partner	Wesel	1	32,0
20	Gottschalk Martinsons Rechtsanwälte PartG	Viersen	1	32,0
20	Wöbker Rechtsanwälte	Übach-Palenberg	1	32,0
20	Dr. jur. Joachim Ingendahl	Rheinberg	1	32,0
20	Rechtsanwälte Wittenberg und Kollegen	Neuss	1	32,0
20	Madert Fachanwälte	Moers	1	32,0

\*in Prozent

### So entsteht unser Ranking

Unser Ranking berechnet sich aus dem Rang des Unternehmens nach Zahl der Fachanwälte. Trotz gewissenhafter Recherche kann für die Richtigkeit und Vollständigkeit der Angaben keine Gewähr übernommen werden. Mehr hierzu im Impressum.

### Alle 40 Unternehmen im Ranking finden Sie online

[www.niederrhein-manager.de/ranking/arbeitsrecht](http://www.niederrhein-manager.de/ranking/arbeitsrecht) – Unternehmen unterhalb von Rang 20 sind hier nicht abgebildet. Mit Ausnahme derer, die eine ausführliche Darstellung ihres Unternehmens in dieser Ausgabe platziert oder das Starke Partner-Paket gebucht haben.

# PROJEKTMANAGER AUSSENWERBUNG (M/W/D)

# WIR SUCHEN

# DICH

## AUFGABEN

- **Du steuerst** spannende Projekte rund um den Auf- und Ausbau unseres vielfältigen Werbeträgerportfolios (analoge und digitale Riesenposter)
- **Du unterstützt** die Geschäftsleitung in der Konzeption und Umsetzung von Out-of-Home-Projekten
- **Du gestaltest** die Prozesse und führst die interne und externe Kommunikation
- **Du verantwortest** den strategischen Ausbau unseres Nachhaltigkeitskonzeptes

## ANFORDERUNGEN

- **Du bringst** Berufserfahrung im Bereich Projektmanagement oder Projektentwicklung mit
- **Du bringst** ein sehr gutes technisches Verständnis mit und kannst strukturiert arbeiten
- **Du kannst und möchtest** Dich auch in komplexe Strukturen und Sachverhalte gut eindenken
- **Du bist idealerweise** mit der deutschen Behördenstruktur vertraut
- **Du bist** team- und kommunikationsfähig und verfügst über verhandlungssichere Deutschkenntnisse
- **Du bist** gerne in den großen Städten Deutschlands unterwegs

## WAS WIR BIETEN

- **Wir bieten** Dir Raum für Eigenverantwortung in einem sympathischen, kompetenten Team
- **Attraktives** Gehalt
- **Modern ausgestattete** Arbeitsplätze in unserem repräsentativen Geschäftsraum
- **Expandierendes und innovatives** Umfeld
- **Wir fördern** Dein Potenzial durch spezifische Weiterbildungsmöglichkeiten
- **Wir leben** flache Hierarchien – Du gestaltest aktiv im Unternehmen mit
- **30 Tage** Jahresurlaub
- **Unbefristeter Arbeitsvertrag** nach Probezeit
- **Kostenfreie** Getränke und frisches Obst

**INTERESSE GEWECKT?  
DANN MELDE DICH BEI  
UNS PER MAIL AN  
INFO@OUTSITEMEDIA.DE**

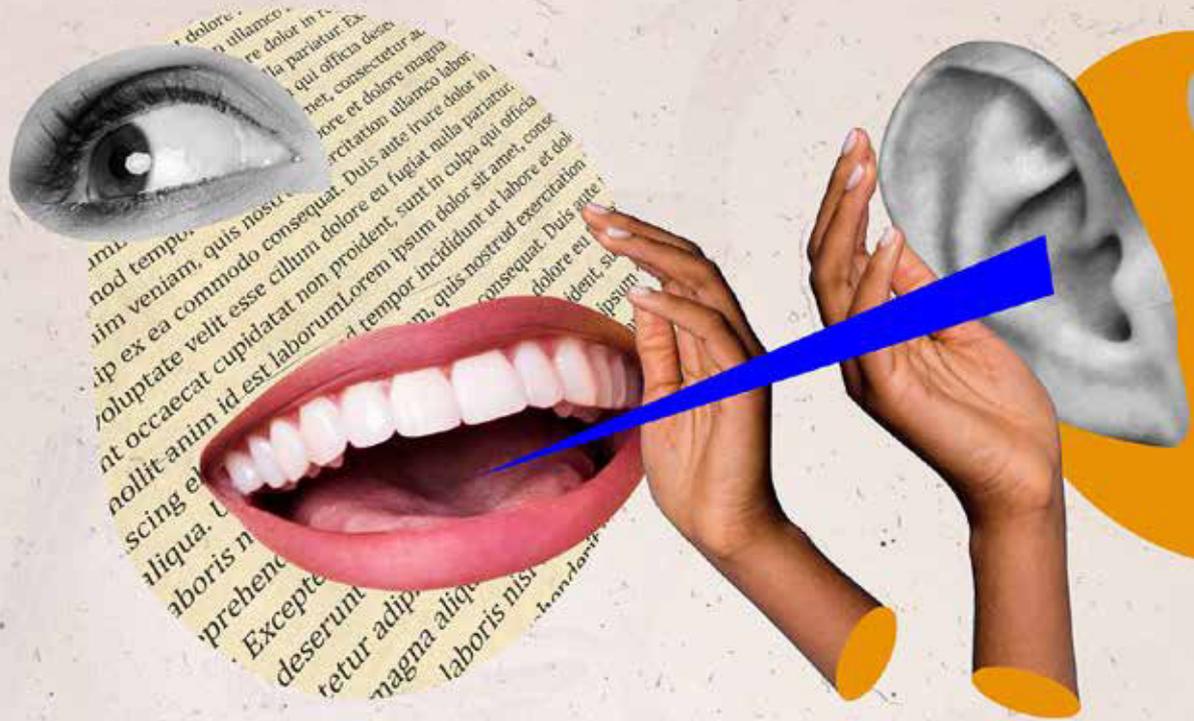


Berlin – Hauptbahnhof/ Europaplatz/ Invalidenstraße



## ABOUT US

Die Outsite Media GmbH ist als eines der führenden, bundesweit tätigen Unternehmen, spezialisiert auf die Großbildkommunikation mit Riesenpostern. Wir bieten Eigentümern und Bauherrn maßgeschneiderte Konzepte zur Vermarktung von Gerüst- oder Fassadenflächen. In Zusammenarbeit mit der Hamburger Muttergesellschaft Edgar Ambient Media Group GmbH schaffen wir ein stetig wachsendes Angebot innovativer Außenwerbeformen in Deutschland.



Unternehmensberater

## DIE CHANCE, ALS KRISE GETARNT

Wie findet ein Unternehmen die richtige Unternehmensberatung – und wie geht diese eigentlich vor?

„Eine ernsthafte Krise sollte man nie vergeuden. Sie bietet die Chance, Dinge zu tun, die vorher unmöglich erschienen.“ Dieses Zitat ist auch als Rahms Regel bekannt geworden. Rahm Emanuel, damaliger Stabschef von Barack Obama, hatte die Vorgehensweise der Obama-Administration während der Finanzkrise 2008 verteidigt.

Eine Krise nutzen, statt darunter zu leiden: welcher Unternehmer würde da Nein sagen? Bleibt die Frage, wie das gelingen kann. Auf der Suche nach der richtigen Antwort auf diese Frage kommen immer öfter Unternehmensberater ins Spiel. Noch im Jahr 2001 hatte die Branche in Deutschland 12,9 Milliarden Euro Umsatz gemacht; 2022 waren es bereits 43,7. Auch die Zahl der Beratungsunternehmen steigt, von 13.600 im Jahr 2008 auf 26.000 im Jahr 2021.

Rund 45 Prozent des Umsatzes entfällt dabei auf die Bereiche „Technologie“ und „Prozessmanagement“. Andere große Felder sind „Strategieberatung“ sowie „People & Change“ – durchaus soziale Sektoren. Die Aufteilung

deutet an: so vielfältig wie Unternehmen in Deutschland sind, so verschieden sind auch die Beratungsansätze.

Droht eine existenzielle Krise, kann eine Neuausrichtung ein ganzes Unternehmen retten. Beispiel: Fujifilm. Das japanische Unternehmen erkannte den Niedergang der analogen Fotografie und investierte in die Pharmabranche, da Chemikalien aus der Filmproduktion auch dort eingesetzt werden können. Später entwickelte Fujifilm sogar Medikamente zur Bekämpfung von Covid-19.

Doch das große Ganze wird deutlicher beim Blick ins Detail. Beispiel: Ein kleines Unternehmen in Siegen, das Werkzeuge herstellt. Große Werkzeuge, die bei der Sanierung von Gebäuden zum Einsatz kommen. „Das Unternehmen hatte das Problem, dass die Kunden aus dem Bereich B2B immer mal wieder mit Reklamationen kamen“, sagt Dr. Peter-Christian Zinn, Managing Partner bei der Bochumer Beratungsdienstleister Industrial Analytics Lab GmbH (IAL). „Doch die Qualität der Sanierung hing auch von der Benutzung des Gerätes ab.

Natürlich kann man das nicht lapidar auf die Kunden schieben. Also haben wir gemeinsam ein Kamerasystem zur Qualitätsprüfung entwickelt, das dem Anwender meldet, wie erfolgreich die Sanierung war.“

### Digitale Qualitätssicherungs-lösung

Das ist ein klassisches Beispiel für eine Technologie-Beratung – ein Unternehmen steht vor einer Hürde, bei der die Geschäftsführung nicht sicher einschätzen kann, wie diese idealerweise überwunden werden kann. „Tatsächlich war die Anfrage an uns zunächst nach KI“, so Zinn, „da muss man als Berater erstmal die Lage überblicken und ordnen. Es geht ja um einen messbaren Erfolg, um etwas Realistisches, Sinnvolles.“ Nun arbeitet die digitale Qualitätssicherungs-lösung zwar mit einer Software vom Industrial Analytics Lab, die mit KI-Methoden funktioniert – Machine Learning. Doch das war das Ende der Lösungsfindung, nicht der Anfang.



Zinn: „Oft wird KI übertrieben dargestellt, als könne ein großes Sprachmodell wie ChatGPT demnächst ein ganzes Unternehmen übernehmen. Wenn wir solche Anfragen bekommen, müssen wir oft freundlich unrealistische Vorstellungen korrigieren, gerade, wenn sie ohne konkrete Problemstellung daherkommen.“

Ein erster Schritt auf dem Weg zum richtigen Berater ist daher oft die Herausarbeitung des eigentlichen Problems. Geht es um eine neue Strategiewahl? Um eine technologische Herausforderung? Um die Modernisierung von Prozessen? Oder um einen Mix aus allen möglichen Komponenten?

Zur Vorbereitung von Beratungsprojekten empfiehlt der Bundesverband Deutscher Unternehmensberater (BDU) in einem Positionspapier unter anderem diese Checkliste:

- Welches Ziel soll die Beratung haben?
- Auswahl von zwei bis drei Unternehmensberatungen, die vom Schwerpunkt und der Größenordnung her geeignet sind
- Früh betroffene Führungskräfte sowie Beschäftigte des eigenen Betriebes einbeziehen

„Der Zukauf von externem Know-how ist immer dann sinnvoll und wirtschaftlich, wenn das entsprechende Fachwissen im Unternehmen selbst entweder nicht vorhanden ist oder die Know-how-Träger ihr Wissen nicht einbringen können“, beschreibt der BDU.

## Rationellerer Zugang

In dem Papier beleuchtet der Verband weitere Alleinstellungsmerkmale von Beratern: Zeit für Zuarbeiten, die man im „drängenden Tagesgeschäft nicht nebenbei erledigen kann“ sowie „rationelleren Zugang zu den notwendigen Daten“. Der Verband rät außerdem dazu, Berater zu finden, die nicht nur Analysen und Lösungsvorschläge erarbeiten könnten, sondern die auch die Zeit und die Qualifikation hätten, das Unternehmen bei der Umsetzung zu unterstützen.

Doch wie findet man nun den passenden Berater? Prof. Bernd Thomsen, CEO der Managementberatung „Thomsen Group“, gibt im „Handelsblatt“ unter anderem diese drei Tipps:

- Nach mindestens drei relevanten Unterschieden zu anderen wichtigen Branchenvertretern fragen und so lange bohren, bis die Antworten überzeugend sind
- Resultate bei der Lösung ähnlicher Herausforderungen anderer Kunden sichten und auf individuellem Ansatz bestehen
- Nach überzeugenden Erfolgsindikatoren fragen, die über den Erfahrungsschatz hinaus gehen

Bei Tageshonoraren von 1000 Euro oder mehr kann es sich lohnen, die Kosten vorher abzusprechen oder Erfolgshonorare zu vereinbaren.

„Achten Sie darauf, dass sich der Beratungsauftrag nicht ausschließlich auf die Erarbeitung einer Konzeption und die Übergabe des Beratungsberichtes beschränkt“, rät die Industrie- und Handelskammer Berlin.

Ein weiterer Meilenstein auf dem Weg zum richtigen Berater kann die schiere Auswahl sein. Wer sich 10 oder 12 Angebote kommen lässt, kann leicht den Überblick verlieren. Der BDU rät daher dazu, maximal drei Beraterunternehmen in die engere Auswahl zu ziehen. In kostenlosen und persönlichen Vorgesprächen könnten grundlegende Informationen wie die Unternehmensphilosophie der Berater, Erfahrungen in spezifischen Branchen und Tätigkeitsbereichen sowie Referenzen in Erfahrung gebracht werden.

Bei der Angebotspräsentation sollten die Führungskräfte zugegen sein, die später in das Projekt einbezogen werden. Eine gewisse Deckungsgleichheit der vorgeschlagenen Konzepte mit den Werten des eigenen Unternehmens kann auch von Vorteil sein. Last but not least könnten auch die Honorarbildung, Nebenkosten und Zahlungstermine zusammen mit dem Preis-Leistungs-Verhältnis aufschlussreich sein. Eine staatlich festgeschriebene Gebührenordnung gibt es übrigens für Unternehmensberater nicht, ebenso wenig wie den Schutz der Berufsbezeichnung.

„Das Wichtigste ist letztendlich“, so der BDU, „dass die ‚Chemie‘ stimmt.“

Tim Müßle | [redaktion@regiomanager.de](mailto:redaktion@regiomanager.de)

# Ranking DIE GRÖSSTEN DATENSCHUTZ- BEAUFTRAGTEN

## Empfohlene Unternehmen

SK Informationssysteme	Willich	kain-it.de
------------------------	---------	------------

## Die nachhaltigsten Datenschutzbeauftragten

ESG-Branchendurchschnittswert: 32,0%

Rang	Unternehmen	*ESG-Score
0	Besser als der Branchendurchschnitt? Hier könnte Ihr Unternehmen stehen!	32,0

\*in Prozent

**So entsteht der ESG-Score** Die Teilbereiche werden wie folgt gewichtet: Environment 30%, Social 50% und Governance 20%. Wenn bis zum Redaktionsschluss keine unternehmensspezifischen Daten vorlagen, wurde der **Branchendurchschnittswert von 32,0%** angenommen. Siehe ESG-Score, Tabelle Niederrhein-Ranking.

**Jetzt kostenlos ESG-Score erfahren!**  
ESG-Fragebogen bequem online anfragen, ausfüllen, Score erfahren und im Magazin aufgelistet werden.



## Das Niederrhein-Ranking

Rang	Unternehmen	Hauptsitz	Berufsträger	*ESG-Score
1	Bridge4IT	Geldern	17	32,0
2	tacticx Gruppe	Geldern	10	32,0
3	Camdata	Mönchengladbach	5	32,0
4	DPN Datenschutz	Viersen	4	32,0
5	DSB Düsseldorf	Dormagen	1	32,0
5	SK Informationssysteme	Willich	1	32,0

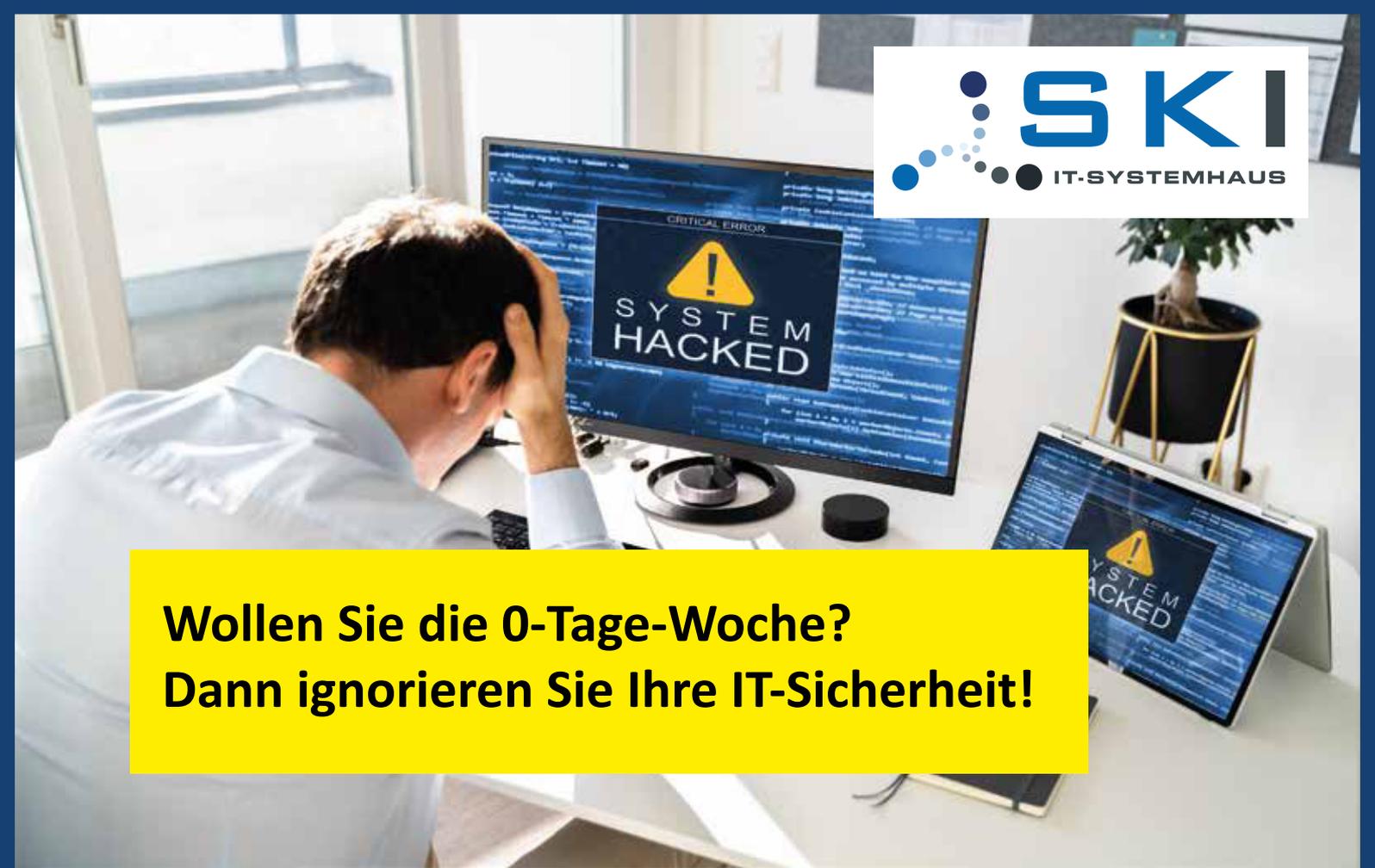
\*in Prozent

### So entsteht unser Ranking

Unser Ranking berechnet sich aus dem Rang des Unternehmens nach Zahl der Berufsträger. Trotz gewissenhafter Recherche kann für die Richtigkeit und Vollständigkeit der Angaben keine Gewähr übernommen werden. Mehr hierzu im Impressum.

### Alle 5 Unternehmen im Ranking finden Sie online

[www.niederrhein-manager.de/ranking/datenschutzbeauftragte](http://www.niederrhein-manager.de/ranking/datenschutzbeauftragte)



## Wollen Sie die 0-Tage-Woche? Dann ignorieren Sie Ihre IT-Sicherheit!

Treffen Sie keine wirksamen Schutzmaßnahmen gegen Cyberangriffe, Datenlecks und andere Sicherheitslücken Ihrer IT, haben Ihre Mitarbeiter bald frei. Ihnen drohen Produktionsstillstand, der Verlust relevanter Daten, finanzielle Einbußen, Einbruch der Unternehmenskommunikation - und im schlimmsten Fall Konkurs.

Um dem vorzubeugen, vertrauen Sie lieber unseren bewährten Lösungen für Ihre Hard- und Software.

### Kompetent beraten und bestens betreut!



IT-Sicherheit



IT-Support



IT Infrastruktur



Datenschutz



Webseiten



Cloud



## 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 be-

nötigt, 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 Miete 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 geleasteten 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 Nut-



zung 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 unbedingt 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. Welche 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](mailto:redaktion@regiomanager.de) 🇩🇪

## Die nachhaltigsten Versicherungsmakler

Rang	Unternehmen	Hauptsitz	*E	*S	*G	*ESG-Score
1	KVV Konzis Versicherungs-Vermittlung	Korschenbroich	35,0	74,0	2,0	47,6
Ø	ESG-Branchendurchschnittswert Versicherungsmakler	Niederrhein	45,0	30,0	18,0	32,0



\*in Prozent

**So entsteht der ESG-Score** Die Teilbereiche werden wie folgt gewichtet: Environment 30%, Social 50% und Governance 20%. Wenn bis zum Redaktionsschluss keine unternehmensspezifischen Daten vorlagen, wurde der **Branchendurchschnittswert von 32,0%** angenommen. Siehe ESG-Score, Tabelle Niederrhein-Ranking.

**Jetzt kostenlos ESG-Score erfahren!**  
 ESG-Fragebogen bequem online anfragen, ausfüllen, Score erfahren und im Magazin aufgelistet werden.



## Das Niederrhein-Ranking

Rang	Unternehmen	Hauptsitz	Beitragssumme	**MA	*ESG-Score
1	Finanzkontor Frentrop	Kamp-Lintfort	30.000	19	32,0
2	Vosdellen	Mönchengladbach	27.000	19	32,0
3	Nellen Assekuranz Versicherungsmakler	Kaarst	23.500	23	32,0
4	Remy & Nauen Versicherungsmakler	Neuss	21.500	20	32,0
5	Deutsche Gesellschaft für Versicherungsoptimierung	Mönchengladbach	15.000	18	32,0
6	Klöppel Versicherungsmakler	Korschenbroich	14.550	8	32,0
7	Asmarit	Mönchengladbach	11.000	14	32,0
8	KVV Konzis Versicherungs-Vermittlung	Korschenbroich	10.700	17	47,6
9	Verseo	Kleve	7.572	24	32,0
10	Scholz & Meis	Nettetal	9.200	15	32,0
11	Finanzsozietät Christ	Moers	9.380	4	32,0
12	Brokamp & Tinnefeld	Alpen	5.500	8	32,0
13	Biller Versicherungsmakler	Krefeld	7.800	4	32,0
14	Versicherungsmakler Komescher	Rees	4.151	8	32,0
15	Bohm Assekuranz-Makler	Krefeld	4.160	6	32,0
15	MPC Claßen und Peters	Brüggen	3.667	12	32,0
17	Versicherungsmakler Bendgens	Geldern	3.900	7	32,0
18	C. Piepers Makler	Straelen	1.833	8	32,0
19	M. Johnen Versicherungsvermittlung	Dormagen	2.787	7	32,0
20	Küppers Versicherungsmakler	Willich	2.900	5	32,0
21	Versicherungsmakler Pontzen und Partner	Krefeld	1.500	4	32,0
22	Reckers + Krohn Versicherungsmakler	Goch	1.200	4	32,0
23	Thomas Schops Versicherungsmakler	Viersen	1.500	3	32,0
24	O.S. Versicherungsmakler	Kerken	880	4	32,0

\*\*Mitarbeiter \*in Prozent

### So entsteht unser Ranking

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

### Alle 24 Unternehmen im Ranking finden Sie online

[www.niederrhein-manager.de/ranking/versicherungsmakler](http://www.niederrhein-manager.de/ranking/versicherungsmakler)

## Die nachhaltigsten Unternehmensberater

Rang	Unternehmen	Hauptsitz	*E	*S	*G	*ESG-Score
1	Unternehmensberatung Schüren	Erkelenz	22,0	44,0	10,0	30,0
Ø	ESG-Branchendurchschnittswert Unternehmensberater	Niederrhein	45,0	30,0	18,0	32,0

\*in Prozent

**So entsteht der ESG-Score** Die Teilbereiche werden wie folgt gewichtet: Environment 30%, Social 50% und Governance 20%. Wenn bis zum Redaktionsschluss keine unternehmensspezifischen Daten vorlagen, wurde der **Branchendurchschnittswert von 32,0%** angenommen. Siehe ESG-Score, Tabelle Niederrhein-Ranking.

**Jetzt kostenlos ESG-Score erfahren!**

ESG-Fragebogen bequem online anfragen, ausfüllen, Score erfahren und im Magazin aufgelistet werden.



## Das Niederrhein-Ranking

Rang	Unternehmen	Hauptsitz	Umsatz in Tsd.	**MA	*ESG-Score
1	Prex	Mönchengladbach	5.500	39	32,0
2	IFM Institut für Managementberatung	Neuss	4.000	40	32,0
3	Condumani	Nettetal	2.700	41	32,0
4	Changeways	Kaarst	3.800	19	32,0
5	Weiser, Kuck & Comp.	Neuss	3.000	17	32,0
6	Starkpartners Consulting	Meerbusch	2.700	21	32,0
7	Exkulpa	Heinsberg	2.250	25	32,0
8	KMC Management Consultants	Meerbusch	2.200	25	32,0
9	7yrds Consulting	Goch	1.950	14	32,0
10	Aryus Handel und Unternehmensberatung	Rees	1.580	13	32,0
11	Energie durch Entwicklung	Korschenbroich	1.300	14	32,0
12	Anforderungsfabrik	Kaarst	1.100	10	32,0
13	Tarcus	Krefeld	1.200	7	32,0
14	GreenSocks Consulting	Viersen	1.100	7	32,0
15	Gapworxx Consulting	Viersen	860	7	32,0
16	Gerwert Consulting Solutions	Mönchengladbach	950	5	32,0
17	Kohinor Consulting	Wesel	755	9	32,0
18	Maxence Business Consulting	Dormagen	650	13	32,0
19	Engels Consulting	Neuss	850	6	32,0
20	4comp	Dinslaken	900	3	32,0
21	Eckhold Consultants	Krefeld	700	7	32,0
22	Bowa-Consulting	Grefrath	790	6	32,0
23	Team A.S.	Düsseldorf	528	7	32,0
24	imb	Grevenbroich	380	4	32,0
25	CS Management Consulting	Mönchengladbach	487	3	32,0
26	Visionnaire Consulting	Mönchengladbach	373	4	32,0
27	Unitam	Neukirchen-Vluyn	261	8	32,0
28	Petersen & Christ Unternehmer Consulting	Moers	335	4	32,0
29	ITU Innovative Technologie und Unternehmensberatung	Hückelhoven	370	2	32,0



\*\*Mitarbeiter \*in Prozent

### So entsteht unser Ranking

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

### Alle 41 Unternehmen im Ranking finden Sie online

[www.niederrhein-manager.de/ranking/unternehmensberater](http://www.niederrhein-manager.de/ranking/unternehmensberater) – Unternehmen unterhalb von Rang 29 sind hier nicht abgebildet. Mit Ausnahme derer, die eine ausführliche Darstellung ihres Unternehmens in dieser Ausgabe platziert oder das Starke Partner-Paket gebucht haben.



© Yarym - stock.adobe.com

## Nachhaltig investieren **GRÜN SOLL'S WERDEN**

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

Ab jetzt sollen nur noch Aktien von Unternehmen ins Depot, die mit ihren wirtschaftlichen Aktivitäten den weltweiten CO<sub>2</sub>-Ausstoß nicht weiter steigen lassen? Es darf auch gern ein Fonds dabei sein, der dazu beiträgt, Frauen in den Schwellenländern Zugang zu mehr Bildung zu verschaffen? Nachhaltig investieren – das ist für viele Firmenlenker längst ein Thema. Die Abkürzung ESG ist bei Investoren heute in aller Munde. Sie steht für „Environmental“, „Social“ und „Governance“ und bezeichnet eine Form

der Geldanlage, bei der Umweltkriterien, soziale Aspekte und Grundsätze der fairen Unternehmensführung eine zentrale Rolle spielen. An Wertpapieren, gerade an Investmentfonds, die einen ESG-Stempel bereits im Namen tragen, mangelt es auch nicht. Die Frage ist nur, wie es gelingen kann, aus dem Dschungel der hell-, mittel- und dunkelgrünen Anlagemöglichkeiten, die auszuwählen, die zu den eigenen Vorstellungen von Nachhaltigkeit tatsächlich passen.

### Komplizierte Begriffe

Unternehmer, die in Sachen ESG nicht so versiert sind, dass sie auf eigene Faust die passenden Papiere auswählen können, tun gut daran, sich vertrauensvoll an ihren Anlageberater oder Vermögensverwalter zu wenden. Doch kaum hat der Anleger erklärt, dass er nachhaltig investieren möchte, wird er schnell überfordert sein. Denn seit gut eineinhalb Jahren sind Berater bei Banken und Vermögensverwaltern

dazu verpflichtet, ihre Kunden zu fragen, wie grün es im Depot denn werden soll. Und dann folgen Begriffe wie EU-Offenlegungsverordnung und Taxonomie. Da die gesetzlichen Regelwerke, die sich hinter diesen Schlagworten verbergen, selbst vielen kapitalmarktaffinen Firmenlenkern eher unbekannt sein dürften, ist es durchaus von Vorteil, wenn sie sich vor dem Gespräch mit dem Finanzprofi damit vertraut machen. Denn nur wer sich auskennt, kann die Anlageinstrumente wählen, die seinen ESG-Vorlieben tatsächlich entsprechen.

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

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 37). 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 Zielmarkt-konzepts. 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 Zielmarkt-konzepts, läuft es in der dunkelgrünen Fläche der Tools häufig unter einer deutlich weniger sperrigen Überschrift, zum Beispiel als „Produkt mit Auswirkungsbezug auf die Ökologie“. An Beispielen zeigen die Finanzprofis dann auf, was damit gemeint ist.

## Die Sache mit den Quoten

Ist die Phase der Erklärungen vorbei, hat sich der Kunde für Finanzprodukte der mittelgrünen Rubrik oder der dunkelgrünen Taxonomie-Kategorie entschieden, geht es mit der Frage nach dem gewünschten Mindestanteil an ESG-Investments weiter. Dann werden zumeist wieder drei Varianten angeboten: Produkte mit einer niedri-

gen Quote von mindestens fünf Prozent, solche mit einem mittleren Anteil (mindestens 20 Prozent) und mit einer hohen Quote ab 50 Prozent an nachhaltigen Investitionen.

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

## Kein passendes Produkt?

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

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

Andrea Martens | [redaktion@regiomanager.de](mailto:redaktion@regiomanager.de) 🇩🇪



# FÖRDERMITTELBERATUNG

Investitionsanreize für produzierende Unternehmen und verarbeitendes Gewerbe nutzen und Zuschüsse jetzt beantragen!

**Sprechen Sie uns an!**

Unsere Fördermittelberatung weist Ihnen den Weg, wie Sie für Ihre Investition oder Unternehmensübernahme (z. B. im Rahmen einer Nachfolge) im Kreis Viersen nicht rückzahlbare Zuschüsse i. H. v. bis zu 45 Prozent beantragen können.

Wir beraten Sie gerne persönlich oder im Rahmen unseres Vor-Ort-Formats „Fördermittel unterwegs“.

Wirtschaftsförderungsgesellschaft  
für den Kreis Viersen mbH (WFG)  
Willy-Brandt-Ring 13  
D-41747 Viersen

Ansprechpartner:  
Armin Möller  
Telefon +49 (0)2162/8179-106  
[armin.moeller@wfg-kreis-viersen.de](mailto:armin.moeller@wfg-kreis-viersen.de)



[wfg-kreis-viersen.de/foerdermittelberatung](https://wfg-kreis-viersen.de/foerdermittelberatung)

## Vorteile nachhaltigen Wirtschaftens



Kunden binden & neue Kunden gewinnen



Image stärken



Arbeitgeber-Attraktivität steigern



Ressourcen & Geld sparen



Investoren aufmerksam machen



## Nachhaltige Transformation **NACHHALTIGKEIT HEISST ZUKUNFTSFÄHIGKEIT**

Die Regularien zur Nachhaltigkeitsberichterstattung üben einen zunehmenden Transformationsdruck auf den Mittelstand aus. Dieser hat jedoch den Vorteil, für nachhaltiges Wirtschaften schon seit jeher sehr affin zu sein.

Die Transformation der Wirtschaft hin zu mehr Nachhaltigkeit ist in vollem Gange. Speziell für den Mittelstand bedeuten die neuen Dokumentations- und Berichtspflichten jedoch zunächst einmal einen erheblichen bürokratischen Mehraufwand.

Seit die Europäische Kommission 2019 den „Green Deal“ aufgelegt hat, der darauf abzielt, die EU bis zum Jahr 2050 klimaneutral zu machen, sind mehrere gesetzliche Regularien festgezurr worden. Diese betreffen sukzessive auch die kleinen und mittleren Unternehmen (KMU), die dadurch vor große Herausforderungen gestellt werden. Bereits seit Anfang 2022 greift die EU-Taxonomie-Verordnung, deren Zweck es ist, ein EU-weites Klassifizierungssystem für die Bewertung der ökologischen Nachhaltigkeit wirtschaftlicher Aktivitäten zu etablieren.

Größere Unternehmen mit mehr als 500 Mitarbeitenden müssen bereits seit Jahren einen Nachhaltigkeitsbericht erstellen und über die drei ESG-Verantwortungsbereiche Environ-

mental (Umwelt), Social (Soziales) und Governance (Unternehmensführung) berichten. Zusätzlich sind diese Unternehmen verpflichtet, den Anteil ihrer „grünen“ Umsatzerlöse, Investitionen und Betriebsausgaben anzugeben. Der neue EU-Standard zum Nachhaltigkeitsreporting zwingt nun zunehmend auch den Mittelstand zu einer nichtfinanziellen Berichterstattung, die die Darstellung des Anteils ökologischer sowie sozialer Umsätze, Investitionen und Betriebsausgaben umfasst.

### Nachhaltigkeitsreporting wird Pflicht

Mit der seit Januar 2023 geltenden Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD), der EU-Richtlinie über die Nachhaltigkeitsberichterstattung von Unternehmen, wurde der Umfang der von den neuen Regularien betroffenen Betriebe deutlich erweitert. Zur Nachhaltigkeitsberichterstattung verpflichtet

die CSRD innerhalb der EU alle großen kapitalmarktorientierten Unternehmen für Berichtszeiträume ab dem 1. Januar 2024. Als große Unternehmen gelten Betriebe, die zwei der folgenden Kriterien erfüllen: eine Bilanzsumme in Höhe von 20 Millionen Euro, einen Nettoumsatzerlös von über 40 Millionen Euro und die Beschäftigung von mehr als 250 Mitarbeitenden. Für nicht kapitalmarktorientierte große Unternehmen gilt die Berichtspflicht in gleichem Sinne dann ab dem Jahr 2025. Kleine und mittelgroße Unternehmen fallen ab 2026 ebenfalls unter die Richtlinie, sofern sie kapitalmarktorientiert sind. In Summe sind in Deutschland von der Regelung circa 15.000 Unternehmen betroffen, die spätestens ab 2028 über Aspekte der Nachhaltigkeit berichten müssen.

Besonders seit der Corona-Krise ist das Thema Nachhaltigkeit omnipräsent und schlägt sich zunehmend auch in den Erwartungen an Unternehmen nieder. Das macht sich beispielsweise bei Auftragsvergaben bemerkbar. So wollen

# Dimensionen und Indikatoren von Nachhaltigkeit

## Umwelt

- Klimaschutz
- Ressourcenschonung
- Vermeidung von Umweltverschmutzung
- Übergang zur Kreislaufwirtschaft
- Förderung und Erhalt von Biodiversität

## Soziales

- Faire Entlohnung
- Arbeits- und Gesundheitsschutz
- Achtung der Menschenrechte
- Inklusion und Vielfalt
- Gleichberechtigung
- Work-Life-Balance
- Gesellschaftliches Engagement

## Unternehmensführung

- Vermeidung von Korruption und wettbewerbswidrigen Geschäftspraktiken
- Transparente und effektive Anreizsysteme für mehr Nachhaltigkeit
- Verantwortungsvolle Steuermoral
- Unabhängigkeit von Kontrollorganen
- Compliance Management

große Unternehmen häufig sehr genau wissen, wie nachhaltig ihre Zulieferer aufgestellt sind und wie deren CO<sub>2</sub>-Bilanz aussieht. Zugleich zwingt die EU-Taxonomie-Verordnung Finanzinstitute dazu, die Entwicklung eines Betriebes vor einer Kreditvergabe nun noch detaillierter zu untersuchen. Das hat zur Folge, dass Kredite für Unternehmen jeder Größe zunehmend an Nachhaltigkeitskriterien geknüpft werden.

## Ganzheitliche Nachhaltigkeitsstrategie gefragt

EU-Taxonomie und CSRD bedeuten für KMU also nicht nur, dass diese die Nachhaltigkeit ihrer Aktivitäten proaktiv analysieren und steuern müssen, sondern machen es auch erforderlich, das eigene ESG-Profil zu optimieren und darüber früher oder später entsprechend zu berichten.

Die Klärung der Fragen, wo man in Sachen ESG-Management eigentlich steht und wie die Nachhaltigkeitsperformance zu dokumentieren ist, stellt insbesondere KMU vor große Herausforderungen, da diese selten über explizit zuständige Mitarbeiter oder gar Abteilungen für das Aufgabenfeld verfügen.

Doch Betriebe, die sich nur unzureichend mit dem Thema Nachhaltigkeit beschäftigen, laufen Gefahr, von den hohen regulatorischen Anforderungen überwältigt und im Wettbewerb abgehängt zu werden. Um dies zu vermeiden, sollte das Thema so früh wie möglich angegangen werden. Denn nachhaltiges Wirtschaften wird immer wichtiger für das eigene Image und somit auch für den Unternehmenserfolg. Unternehmen, die die Transformation mit einer ganzheitlichen Strategie angehen und die Kontrolle über die Nachhaltigkeitsperformance ihres Betriebes haben, stärken nicht nur

ihre Wettbewerbsfähigkeit und ihr Employer Branding, sondern sie investieren damit auch in ihre Zukunftssicherheit.

## Transparenz und Übersichtlichkeit schaffen

Zweifellos haben KMU andere Herausforderungen und Möglichkeiten als große Mittelständler oder Konzerne. Bei der Transformation hin zu mehr Nachhaltigkeit verfügen mittelständische Unternehmen zumindest generell über sehr gute Ausgangsbedingungen. Schließlich ist für klassische Mittelständler nachhaltiges Handeln und Wirtschaften per se naheliegender als für große Unternehmen oder multinationale Konzerne, da diese Firmen oft seit vielen Jahren fest in ihrer Region verwurzelt sind und sich in einer Verantwortung für das ökologische Gleichgewicht und den sozialen Zusammenhalt an ihrem Standort sowie für das Wohlbefinden ihrer Mitarbeitenden sehen. Insofern ist Nachhaltigkeit bei Mittelständlern häufig bereits Teil des Selbstverständnisses bzw. der Unternehmensphilosophie. Speziell Familienunternehmen und inhabergeführte Mittelständler haben die nachfolgenden Generationen stets im Blick und denken entsprechend langfristig.

Als Verlagshaus regionaler B2B-Wirtschaftsmagazine möchten wir genau diesen KMU Inspiration für pragmatische Veränderungen in Sachen Nachhaltigkeit bieten und – analog zu unseren Branchen-Rankings – eine Übersicht nachhaltiger KMU im Sinne eines Benchmarks aufbauen, der die Transformation vorantreibt. Nachhaltig arbeitende Mittelständler haben damit eine Möglichkeit, ihr Nachhaltigkeitsengagement vorzustellen und Auftraggeber bzw. Arbeitnehmer können komfortabel diejenigen Unternehmen identifizieren und anfragen, die ihre Vor-

stellungen nachhaltigen Wirtschaftens teilen. Im ersten Schritt haben wir daher im letzten Jahr alle Branchen-Akteure unserer Rankings (über 20.000 Mittelständler) befragt, welche nachhaltigen Maßnahmen und Projekte (ökologisch, ökonomisch und/oder sozial) sie bereits umsetzen. Im zweiten Schritt möchten wir nun die Nachhaltigkeitsbemühungen von Unternehmen auch messbar und damit vergleichbar machen, indem wir einen ESG-Score von Unternehmen als Gesamtwert aus deren Engagement in den Bereichen Umweltfreundlichkeit, Soziales und Unternehmensführung ermitteln.

Hierzu bedurfte es zunächst einer erneuten Befragung der Branchen-Akteure, diesmal anhand ausführlicher branchenspezifischer ESG-Fragebögen. Um das Ganze statistisch abbilden und adäquat umsetzen zu können, arbeiten wir mit dem Bielefelder Start-up Sustained als erfahrenem Profi-Partner zusammen, der über eine entsprechende Datenbasis verfügt.

Das Team von Sustained ist auf die ESG-Datenerfassung spezialisiert und betreibt eine KI-gestützte Datenbank, mit Hilfe derer sich individuelle ESG-Datenanalysen für Unternehmen durchführen lassen. Anhand seiner Datenbank, die die ESG-Daten von über 15.000 Unternehmen umfasst, hat Sustained identifiziert, welche ESG-Daten deutscher Unternehmen in den unterschiedlichen Branchen bereits vorliegen und daraus für jede Branche Durchschnittswerte ermittelt, die als Orientierung für einen Benchmark dienen. Mit Hilfe der Angaben der Unternehmen aus den branchenspezifischen Fragebögen, der ESG-Daten der jeweiligen Wirtschaftszweige und der daraus ermittelten Branchen-Durchschnittswerte lässt sich das Nachhaltigkeitsengagement von Unternehmen derselben Branche nun auch vergleichen.

Miriam Leschke | [redaktion@regiomanager.de](mailto:redaktion@regiomanager.de) 



Louis Schulze und Niclas Musies (v.l.), Gründer von Sustaind

## ESG-Management **NACHHALTIGKEITSENGAGEMENT TRANSPARENT MACHEN**

Im Interview spricht Start-up-Gründer Louis Schulze über die Bedeutung nachhaltigen Wirtschaftens, die Implementierung nachhaltiger Prozesse sowie Möglichkeiten der Erfassung und Analyse von ESG-Daten.

**REGIO MANAGER:** Herr Schulze, Sie haben sich mit dem 2022 von Ihnen und Niclas Musies gegründeten Start-up-Unternehmen Sustaind auf die ESG-Datenerfassung spezialisiert. Was ist Ihre Perspektive auf das Thema ESG-Management – welche Chancen sehen Sie im Thema Nachhaltigkeit?

**Louis Schulze:** Wir sind davon überzeugt, dass die nachhaltige Transformation ein Wachstumsmotor für die deutsche Industrie sein kann. Die sog. GreenTech-Märkte wachsen rasant und Lösungen zur Dekarbonisierung werden global nachgefragt. Es braucht innovative, und zumeist technische Produkte, die wir mit unserem Ingenieursgeist aus Deutschland heraus schaffen können. Blicken wir zurück: Das deutsche Wirtschaftswachstum der vergangenen Jahrzehnte, das Label „Made in Germany“, ist u.a. auf diese beiden Voraussetzungen zurückzuführen: die wachsende Nachfrage in unseren Kernmärkten und die zunehmende Globalisierung. Aktuell erleben wir, wie sich dieses Wachstum in den traditionell deutschen Industrien verlangsamt. Vielleicht braucht es daher neue Märkte, die unseren künftigen Wohlstand begründen. GreenTech kann aus meiner Sicht so ein „Made in Germany 2.0“ begründen.

Und sicher werden die Chancen aktuell eher von ESG-Berichterstattung und der damit verbundenen Bürokratie überschattet. Doch auch

diese kann, bei genauerer Betrachtung, ein Schritt in Richtung Chance sein. Die Pflicht zur Berichterstattung schafft erstmalig Transparenz, welche Unternehmen auch ökologisch und sozial gut wirtschaften. Die berichteten Zahlen werden Entscheidungskriterium – für Banken, Kunden und Mitarbeitende. Positioniere ich mich gegenüber diesen als nachhaltiges Unternehmen, schaffe ich ein Differenzierungsmerkmal, das sich bspw. in günstigeren Zinsen äußern kann.

**RM:** Inwiefern gewinnt nachhaltiges Wirtschaften seit einiger Zeit nun auch für KMU an Relevanz?

**LS:** Die Relevanz war immer gegeben. Gerade im deutschen Mittelstand liegt Nachhaltigkeit in der DNA. Unser Start-up haben wir in Ostwestfalen-Lippe gegründet. Eine Region, die viele familiengeführte Weltmarktführer beheimatet. Werte wie „Enkelfähigkeit“, der Erhaltungswille des starken Mittelstands und das Familienunternehmertum sind immer schon stark verwurzelt gewesen und im engsten Sinne ein Ausdruck von Nachhaltigkeit und sozialer Verantwortung. All diese Betriebe würden nicht mehr bestehen, wenn sie nicht nachhaltig agieren würden. Mit der Berichterstattung wird dies endlich sichtbar. Vielleicht haben

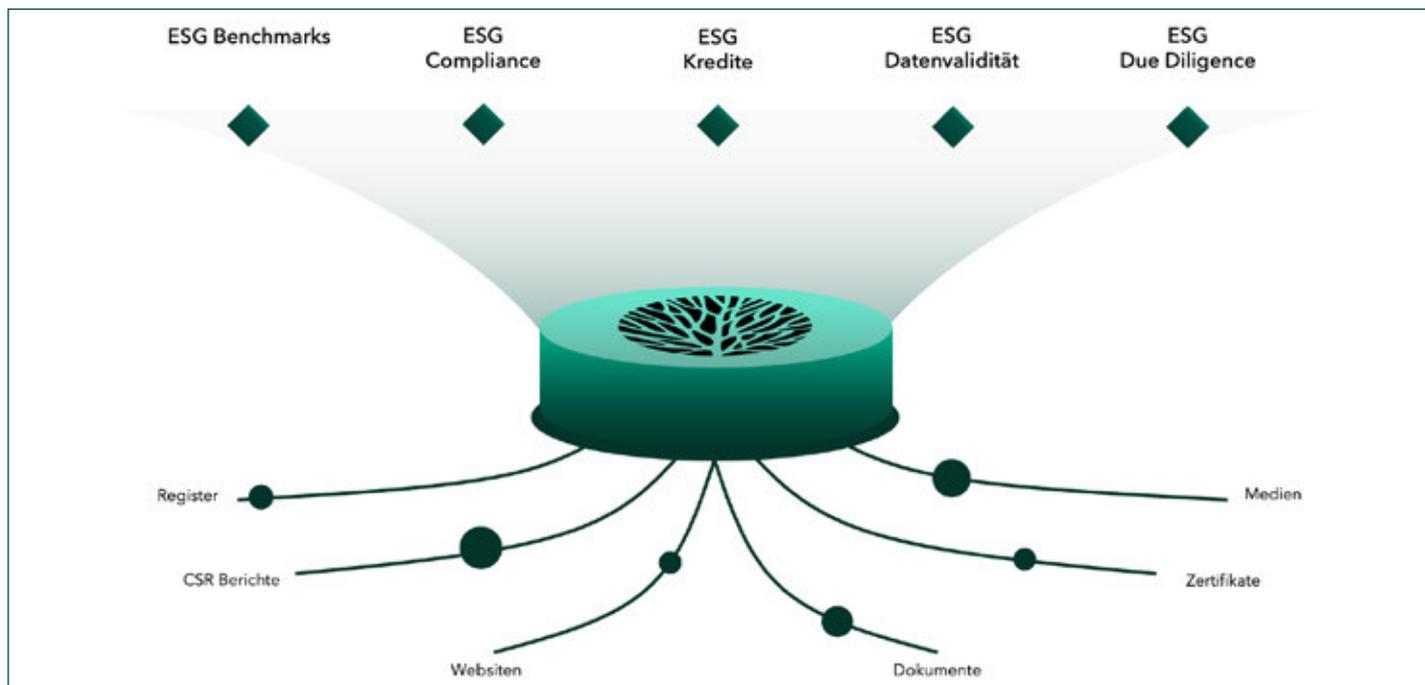
unsere familiengeführten, mittelständischen Unternehmen hier sogar einen Vorteil gegenüber multinationalen Konzernen.

**RM:** Werden auch KMU bald nicht mehr ohne eine durchdachte ESG-Strategie auskommen werden und falls ja, warum?

**LS:** Ohne ESG-Strategie wird es mittelfristig nicht mehr funktionieren. Auch wegen der regulatorischen Anforderungen an Banken, Kunden und Abschlussprüfer. Die viel größere Notwendigkeit ist doch aber der Klimawandel. Nur Unternehmen, die ökologisch und sozial nachhaltig agieren, werden in 50 Jahren noch bestehen können – dies ist ein Natur- und in Konsequenz dann auch ein Marktgesetz. Dieser Absolutismus unterscheidet die nachhaltige Transformation aus meinen Augen auch von vorherigen Transformationen, wie der digitalen.

**RM:** Wie weit ist der deutsche Mittelstand in Sachen ESG und Nachhaltigkeitsberichterstattung Ihrer Ansicht nach aktuell?

**LS:** Der Fortschritt variiert stark nach Geschäftsmodell und Industrie. Historisch gesehen sind produzierende Unternehmen und Branchen wie die Textil- oder Chemieindustrie stär-



Eine ESG-Datenbank für den Mittelstand

ker reguliert und seit vielen Jahren mit Fragen der ESG-Berichterstattung konfrontiert. Auch Unternehmen, die börsennotierte Kunden beliefern, erhalten bereits ESG-Fragebögen von diesen. In anderen Branchen beginnt die Auseinandersetzung mit dem Thema. Anhand unserer Datenbank sehen wir, dass ca. jedes zweite CSRD-pflichtige Unternehmen erste Ansätze einer ESG-Strategie veröffentlicht hat. Die Menge der verfügbaren ESG-Daten korreliert mit der Unternehmensgröße. Während große, häufig börsennotierte Unternehmen bereits umfangreich berichten, haben KMU unter 100 Mitarbeitenden maximal einzelne Zertifikate und Maßnahmen publiziert.

**RM:** Was empfehlen Sie mittelständischen Unternehmen als erste Schritte zur Implementierung nachhaltiger Prozesse?

**LS:** Diese Frage beginnt bei meinen Kunden. Eine geeignete Frage, sich dem Thema zu nähern, könnte sein: „Wie kann ich meinen Kunden helfen, nachhaltiger zu werden?“ oder „Wie reduziere ich den Ressourcenverbrauch bzw. CO<sub>2</sub>-Emissionen meiner Kunden durch meine Produkte?“ Ich beziehe mich nochmal auf den Vergleich zur digitalen Transformation: Auch hier gab es unterschiedliche Strategien. Einige Unternehmen haben mithilfe der Digitalisierung neue Geschäftsmodelle begründet. Andere konnten ihre Prozesse mithilfe digitaler Tools effizienter gestalten. Eine Frage könnte sein: „Wie wäre ich im Jahr 2005 gern mit der digitalen Transformation in meiner Organisation umgegangen?“ Diese Erkenntnisse kann ich übertragen. Wichtig ist, anzuerkennen, dass wir über ein komplexes Thema sprechen, das nur mit vielen kleinen Schritten zu lösen ist. Ein gesunder Pragmatismus ist, gerade im Mittelstand, essentiell.

**RM:** Ihr Unternehmen betreibt eine KI-gestützte ESG-Datenbank, die insbesondere KMU und Wirtschaftsprüfungsgesellschaften individuelle ESG-Datenanalysen ermöglichen soll. Wie systematisieren Sie die Fülle an Daten mit Ihrer Plattform?

**LS:** Künstliche Intelligenz (KI) ist ein wichtiger Bestandteil unserer Plattform, ja. Zum einen nutzen wir KI, um große Mengen an Nachhaltigkeitsdaten zu filtern. Unser KI-Modell wurde darauf trainiert, in der Gesamtmenge der Daten relevante Informationen herauszufiltern und den Indikatoren zuzuordnen, die z.B. für die CSRD-Berichterstattung nötig sind. Man könnte sagen, unsere KI ist ein ESG-Experte, der unseren Kunden dabei hilft, bereits den Status quo im nötigen Bericht abzubilden. Zum anderen nutzen wir KI, um aufbauend auf unserer Datenbank – die mittlerweile 15.000 Unternehmen umfasst – die richtigen Maßnahmen und Ziele für die Unternehmen abzuleiten. Unsere Kunden bekommen von der KI Maßnahmen vorgeschlagen, die andere Unternehmen aus derselben Branche oder derselben Wertschöpfungsstufe erfolgreich umsetzen. Dadurch hilft sie, den Status quo auch zu verbessern. Wirtschaftsprüfungsgesellschaften hingegen können unsere Datenbank in der Beratung und Prüfung ihrer Mandanten nutzen. Auch mit Blick auf den demographischen Wandel sehen wir große Chancen darin, unsere Produktivität durch KI zu verbessern.

**RM:** Wie machen Sie mit Hilfe Ihrer Datenbank die ESG-Performance von Unternehmen messbar und vergleichbar?

**LS:** Um Vergleichbarkeit zu schaffen, orientieren wir uns an den ESRS. Das ist ein Set an Indikatoren, die die meisten Unternehmen künf-

tig berichten müssen. Wie vorhin beschrieben, prüfen wir mithilfe der KI, zu welchen Indikatoren die Unternehmen heute schon bewusst oder unbewusst aussagefähig sind. Gibt es Informationen zu einem Indikator, so steigt der Prozentwert der Bewertung. Eine qualitative Bewertung, ob eine Information gut oder schlecht ist, treffen wir nur bei numerischen Indikatoren, bei denen wir Vergleichswerte haben. Um die Verlässlichkeit unserer Daten konstant zu validieren, arbeiten wir u.a. sehr eng mit Wirtschaftsprüferinnen und -prüfern zusammen.

**RM:** Im Rahmen eines Projektes mit Brinkshulte Medien Essen haben Sie für B2B-Branchenrankings ESG-Daten der jeweiligen Wirtschaftszweige zur Verfügung gestellt, um das Nachhaltigkeitsengagement von Unternehmen zu vergleichen. Wie sind Sie dabei vorgegangen?

**LS:** Anhand unserer Datenbank haben wir identifiziert, welche ESG-Daten deutscher Unternehmen in der jeweiligen Branche bereits öffentlich vorhanden sind. Aus den quantitativen Kennzahlen haben wir Durchschnittswerte ermittelt, die als Orientierung für einen Benchmark dienen. Zu berücksichtigen ist, dass nicht in jeder Branche die gleichen Werte relevant sind. Das Konzept einer sog. Wesentlichkeitsanalyse zeigt auf, welche konkreten Nachhaltigkeitsthemen für ein Unternehmen relevant sind. Auf Basis der in der Datenbank befindlichen Daten haben wir also zusätzlich ermittelt, welche Datenpunkte häufig publiziert werden – sei es in Studien, Analysen oder von den Unternehmen selbst –, um die wesentlichen Themen hervorzuheben.

**RM:** Herr Schulze, herzlichen Dank für das informative Gespräch. 🙏

# Tölke + Fischer CUPRA GARAGE KREFELD

Neu auf der Gladbacher Straße zeigt sich der CUPRA selbstbewusst in innovativem Ambiente mit dem bekannt hohen Serviceanspruch der Tölke & Fischer Gruppe.

Bei Tölke & Fischer gibt es einen jungen Wilden – den CUPRA. Mit der Eröffnung im März hat der spanische Verwandte mit dem sportlichen Spirit Einzug gehalten. Ebenso außergewöhnlich wie die Marke ist auch der Showroom gestaltet: dunkle Töne, ungewöhnliche Formen, stylische Details aus Holz – die CUPRA Garage Krefeld erlebt man mit allen Sinnen.

Der bereits für Audi verantwortliche Mattes Hüsch übernimmt mit der CUPRA Garage die Geschicke des spanischen Stiers mit der markanten Silhouette. „Als Markus Tölke mir diese Aufgabe vorschlug, freute ich mich sehr.

Die Gelegenheit, etwas völlig Neues zu gestalten, ist selten“, erzählt Hüsch, der bereits das Audi Zentrum zu neuer Größe führte. „Die Eröffnung der CUPRA Garage Krefeld markiert einen Meilenstein für die Tölke & Fischer Gruppe“, ergänzt Hüsch.

Auf über 774 Quadratmetern sind Seat und Cupra auf der Fläche vereint. „Für beide Marken gilt unser gewohnt hoher Anspruch an unsere Dienstleistungen von Verkauf bis Werkstatt“, wie Matthias Sieg, Serviceleiter bei Seat und Cupra, bekräftigt. „Allerdings spricht der CUPRA mit seiner neu gedachten Ästhetik eine

andere, autobegleitete Kundschaft an. Gebaut für Car-Lover, für die der CUPRA ihren Zeitgeist repräsentiert.“ Mit Simon Hellenthal-Sikon ist das Dreamteam rund um die CUPRA Garage Krefeld komplett. Der Verkaufsleiter ist hoch motiviert, denn „der Cupra ist einfach etwas ganz Besonderes“. Das zeigt deutlich seine auffallende Präsenz an der Gladbacher Straße. Der Kunde besucht kein Autohaus, sondern die CUPRA Garage! Hier zeigt sich klar der Markencharakter, genau wie der bekannt hohe Anspruch von Tölke & Fischer als Mobilitätsdienstleister der Zukunft – seit über 80 Jahren. 🇩🇪



## Kontakt

**CUPRA Garage Krefeld**  
TÖLKE + FISCHER  
GRUPPE

**CUPRA Garage Krefeld**  
Gladbacher Str. 467, 47805 Krefeld  
Telefon: 02151 33979-00  
info@toefi.de  
www.toelke-fischer.cupra.de



**V O L V O**

## Der neue Volvo EX30.

Unser kleinstes SUV aller Zeiten.

### AUSSTATTUNGSHIGHLIGHTS:

LACKIERUNG: CLOUD BLUE | WINTER-PAKET |  
EINPARKHILFE HINTEN | AUDIOSYSTEM  
HIGH PERFORMANCE SOUND |  
ADAPTIVE GESCHWINDIGKEITSREGELANLAGE |  
LED-SCHEINWERFER | RÜCKFAHRKAMERA |  
ZWEIGETEILTE, FLACH UMKLAPPBARE RÜCKBANK | U.V.M.

### Unser Geschäftskunden-Angebot:

**JETZT FÜR 299 € /Monat<sup>1</sup> (netto)**

**Besuchen Sie uns für eine Probefahrt.**

Volvo EX30 Single Motor RWD Core, 200 kW (272 PS); Stromverbrauch 6,7 kWh/100 km; CO<sub>2</sub>-Emission 0 g/km; (kombinierte WLTP-Werte); CO<sub>2</sub>-Klasse A.

<sup>1</sup>Ein Angebot der Volvo Car Financial Services, ein Service der Santander Consumer Leasing GmbH (Leasinggeber), Santander-Platz 1, 41061 Mönchengladbach. Ein Gewerkekunden-Angebot für einen Volvo EX30 Single Motor RWD Core, 200 kW (272 PS) mit 31.924,37 Euro Barzahlungspreis. Monatliche Leasingrate 298,50 Euro, Vertragslaufzeit 48 Monate, 0,00 Euro Sonderzahlung, 10.000 km Fahrleistung/Jahr. Bonität vorausgesetzt. Überführungs- und Zulassungskosten i.H.v. 1.169,00 Euro werden vom ausliefernden Betrieb separat berechnet. Alle Werte zzgl. USt. Ausgeschlossen sind spezielle Kundengruppen wie z. B. Taxis, Fahrschulen und Mietwagen. Beispielfoto eines Fahrzeugs der Baureihe, die Ausstattungsmerkmale des abgebildeten Fahrzeugs sind nicht Bestandteil des Angebots. Änderungen & Irrtümer vorbehalten. Individuelle Konfigurationen sind je nach Verfügbarkeit möglich. Gültig bis 30.06.2024.

**TÖLKE + FISCHER**  
GRUPPE

Tölke & Fischer Auto Link GmbH & Co. KG  
Tölke & Fischer Volvo Krefeld

Gladbacher Straße 405  
47805 Krefeld

Tel. 02151 339 7600  
www.toefi.de



Geschäftsführer Sebastian Kaiser

## Ausgesuchte Weine **GENUSSVOLLE PRÄSENTE, MIT LIEBE VERPACKT**

Der Krefelder Weinfachhandel setzt auf handwerklich hergestellte Weine und feine Genussprodukte. Er bietet individuelle Präsente und einen Geschenkeservice für Unternehmen.



Vor knapp 40 Jahren eröffnete der gelernte Oenologe Norbert Pohl sein Fachgeschäft für ausgesuchte Weine, das er passenderweise auch genau so nannte. Das Stammhaus des Weinfachhändlers befindet sich in Krefelds zweitältestem Gebäude, der ehemaligen Burg Cracau, deren historische Gewölbe seinen Schätzen den passenden Rahmen geben. Vor einem guten Jahr hat der Hausherr im „Hohen Haus“ gewechselt: Geschäftsführer ist jetzt der Essener Sebastian Kaiser, der mit Pohl die absolute Weinbegeisterung teilt und das Unternehmen im Sinne seines Gründers weiterführt. Ein Kernpunkt der Ausgesuchte-Weine-Philosophie war und ist, nur Weine von kleinen, handwerklichen Weingütern in das Sortiment zu nehmen. Bei seinen regelmäßigen Entdeckungsreisen durch Europa lernte Norbert Pohl immer wieder Winzer mit Passion kennen, deren Produkte er, aufgrund ihrer hohen Qualität, gerne verkauft. „Wir kennen zu jeder Flasche Wein ein Gesicht“, betont Sebastian Kaiser, „und können zu unseren Winzern eine Geschichte erzählen. So zu arbeiten macht

einen Riesenspaß und begeistert zugleich unsere Kunden“, freut er sich. In den Räumen des Krefelder Fachgeschäfts findet man schwerpunktmäßig Weine aus Italien, Frankreich und Deutschland, aber auch einzelne Produkte aus Spanien, Portugal, Österreich und Übersee. Ergänzt wird das Weinangebot durch edle Spirituosen, darunter Gins, Whiskys oder Liköre. Es gibt auch einige gute alkoholfreie Weine und Schaumweine sowie hochwertige Limonaden und Fruchtsäfte. Dazu kommen Delikatessen und Schnuppereien wie feine Schokoladen und Trüffel.

Die Breite und Qualität des Ausgesuchte-Weine-Sortiments versetzt Sebastian Kaisers Team in die Lage, genussvolle Präsente für Firmen- und Privatkunden anzubieten. „Auf Wunsch stellen wir sowohl individuelle Einzelgeschenke als auch Präsente für komplette Belegschaften zusammen“, erklärt Sebastian Kaiser. „Unser Service umfasst das Aussuchen, Verpacken und Versenden. Wir stellen unsere Präsentkörbe auch gerne anhand einer kleinen Geschichte zusammen“, so der Weinhändler. Dabei hat Ausgesuchte Weine keine Angst vor großen Zahlen. Es wurden auch schon 500 oder 1.000 Geschenkpakete gepackt. Einzelgeschenke können auf Wunsch per Boten direkt zum Empfänger gebracht werden. Bestellt werden kann bei Ausgesuchte Weine aus der Ferne, aber auch direkt vor Ort. „Be-

vor sich unsere Kunden für die Weine in ihrem Präsent entscheiden, können sie die natürlich probieren und auch die begleitenden Produkte hier bei uns aussuchen“, bietet Kaiser an. Eine weitere spannende Möglichkeit ist, Firmenfeiern direkt in den Räumen des Weinfachhandels durchzuführen. Viel Platz dafür bietet die zweite Filiale in Krefeld-Fischeln, wo auch immer wieder Hausmessen stattfinden. Kleine Gruppen bis etwa zehn Personen können auch im historischen Gemäuer der ehemaligen Burg Cracau feiern. Für feine Getränke und begleitende Speisen ist an beiden Orten gesorgt.

Michael Otterbein | [redaktion@regiomanager.de](mailto:redaktion@regiomanager.de)

### Kontakt



Ausgesuchte  
**WEINE**

#### Ausgesuchte Weine GmbH

Am Hohen Haus 2, 47799 Krefeld-Cracau  
Anrather Str. 291, 47807 Krefeld-Fischeln  
Telefon: 02151- 2 56 56  
[info@ausgesuchte-weine.de](mailto:info@ausgesuchte-weine.de)  
[www.ausgesuchte-weine.de](http://www.ausgesuchte-weine.de)



Im Erdgeschoss wird der Systemgastronomieanbieter „Peter Pane“ das neue „Et Bröckske“ mit Leben und Wohlfühlatmosphäre füllen

## Qvadrat „ET BRÖCKSKE“

Wahrzeichen im Herzen Krefelds erwacht zu neuem Leben.  
Kultige Traditionsadresse zum Arbeiten und Leben „unter einem Dach“

Mit dem „Et Bröckske“ verbinden viele Krefelderinnen und Krefelder schöne Erinnerungen. „Die Umgestaltung dieses besonderen Ortes ist auch deshalb so gelungen, weil Altes bewahrt wird und Modernes entsteht, weil Nostalgie und Neubeginn Hand in Hand gehen. Ein Wahrzeichen unseres Stadtzentrums bleibt auf diese Weise optisch erhalten, während zugleich spannende neue Nutzungen umgesetzt werden und Frequenz in unsere Innenstadt bringen“, so Oberbürgermeister Frank Meyer beim feierlichen Pressetermin Ende letzten Jahres.

Lange hatten die Krefelder darauf warten müssen, doch im November 2023 war es endlich so weit: Rohbau und Gebäudehülle der Traditionsstätte wurden fertiggestellt. Damit erreichte der Kölner Projektentwickler Qvadrat einen weiteren Meilenstein seines im Jahr 2019 begonnenen Vorhabens. Schließlich gab das Family Office damit den Startschuss für die weiteren Ausbaurbeiten der Räumlichkeiten, nachdem 2022 ganz im Zeichen der Abrissarbeiten gestanden hatte und erst 2023 die Rohbauarbeiten aufgenommen werden konnten.

Rund 3.795 Quadratmeter Bruttogeschossfläche zählt das Objekt – verteilt auf vier Vollgeschosse und ein Dachgeschoss. Die neun Mieteinheiten ab 273 Quadratmeter eignen sich für Anwaltskanzleien und Beratungsgesellschaften ebenso wie für Arzt- und Heilpraxen.

Im Erdgeschoss wird der angesagte Systemgastronomieanbieter „Peter Pane“ das neue „Et Bröckske“ mit Leben und Wohlfühlatmosphäre füllen und schon bald wieder zu dem machen, was es jahrzehntelang war: ein Ort der

Begegnung und des Miteinanders. Insgesamt sind es 2.759 Quadratmeter, die als Büro- beziehungsweise Praxisflächen flexibel genutzt werden können. „Das Dachgeschoss hält ein besonderes Highlight mit Wow-Effekt bereit: eine Büro-/Praxiseinheit über zwei Ebenen inklusive zwei großer Dachterrassen“, schwärmt Architekt Nils Michaelis, Geschäftsführer der qvadrat GmbH. Der Neubau ermöglicht insgesamt flexible Bürostrukturen: So sind hier New Work-taugliche Arbeitsplätze beispielsweise auch in „Open Spaces“ oder „Zellenbüros“ denk- und realisierbar. Alle Räumlichkeiten sind klimatisiert. „Bei deren Ausbau können wir die Anforderungen und Wünsche der Mieter umsetzen“, so Sabine Nöthen, Geschäftsführerin der qvadrat GmbH.

Das barrierefreie „Et Bröckske“ erreicht als Denkmal den Nachhaltigkeitswert „Effizienzhaus 70“. „Die sanierten historischen Holz-sprossenfenster erzeugen dabei ein besonderes Flair und ermöglichen einen erstklassigen Ausblick in das Grün des Kirch- und Willy-Göldenbach-Platzes. Das ‚Et Bröckske‘ wird den vielfältigen Anforderungen eines modernen Arbeitslebens mit gelungener Work-Life-Balance rundum gerecht“, so Michaelis.

Das „Et Bröckske“ ist seit jeher optimal an das öffentliche Personennahverkehrsnetz angebunden und selbst vom Krefelder Hauptbahnhof fußläufig erreichbar. Wer auf den eigenen PKW „setzt“, findet im 150 Meter entfernten Parkhaus ausreichend Stellplätze, die auch für künftige Nutzer „gesichert“ sind. 🇩🇪



Das „Et Bröckske“ zählt rund 3.795 Quadratmeter Bruttogeschossfläche

### Kontakt

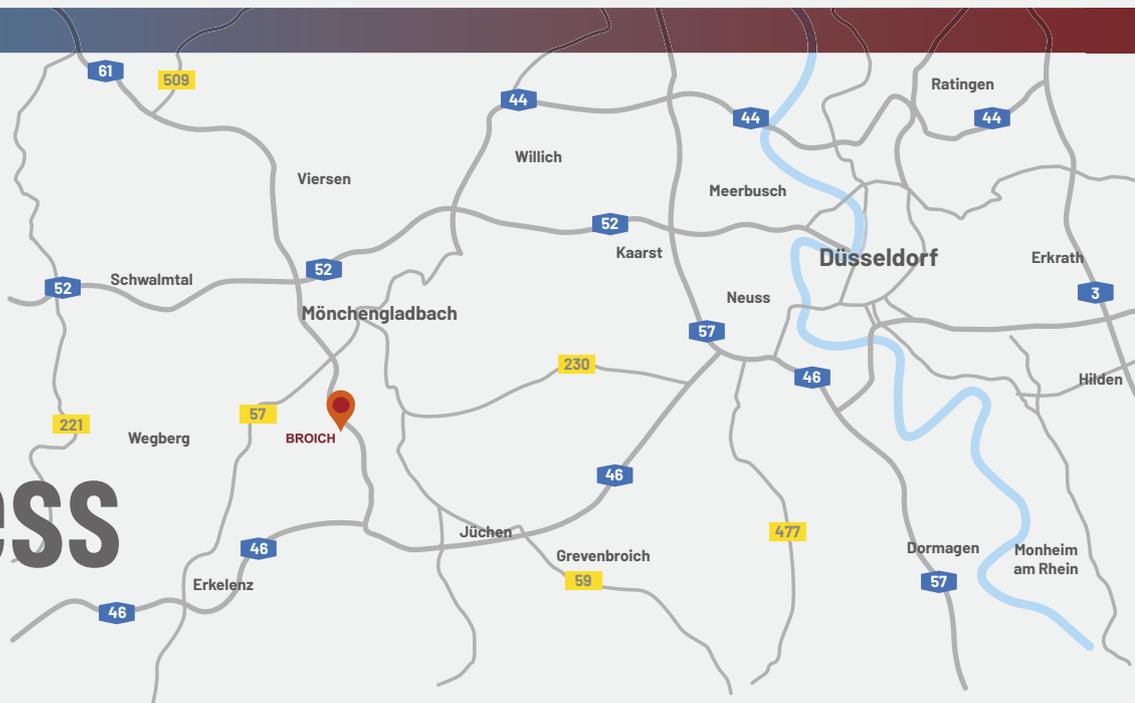
qvadrat

#### Qvadrat GmbH

Goethestr. 53, 50968 Köln  
Telefon: 0221 6800559  
s.noethen@qvadrat.com  
www.qvadrat.com

41352 Korschenbroich

# Broich Business Park



Der neu geplante Broich Businesspark mit einer Gesamtfläche von 40.000 m<sup>2</sup> entsteht zwischen den Wirtschaftszentren Düsseldorf, Neuss und Mönchengladbach.



## LAGE

Korschenbroich liegt an den Bundesstraßen 7 und 230 sowie an den Autobahnen A46 Heinsberg-Düsseldorf-Bestwig (Ausfahrt Kapellen), A52 Essen-Roermond (Ausfahrt Schiefbahn), A57 Köln-Goch (Ausfahrt Neuss/Büttgen) und A44 Aachen-Kassel-Eisenach (Ausfahrt Mönchengladbach-Ost)

## FAKTEN

- » Die Realisierung des Projekts erfolgt in zwei Bauabschnitten. Der erste startet kurzfristig mit einer 17.000 m<sup>2</sup> Gewerbehalle. Die Fläche ist je nach Nutzeranforderung ab 4.500 m<sup>2</sup> teilbar.
- » Für flexible Nutzungsmöglichkeiten sorgt auch Hallenhöhe von 12,50 m UKB.
- » Die Nutzungsmöglichkeiten: Produktion, Lagerung und Logistik verschiedenster Branchen.
- » Jede Einheit verfügt über Büro- und notwendige Parkflächen inklusive ausreichender Ladestationen für E-Mobilität. Die Lkw-Abfertigung erfolgt über Laderampen in Tiefhöfen.
- » Das Gründach wird mit Photovoltaikanlagen ausgestattet.
- » Bei der Realisierung des Projektes ist eine DGNB-Gold-Zertifizierung angestrebt. Durch den Einsatz erneuerbarer Energien und effizienter Gebäude- und Anlagentechnik wird eine ressourcenschonende Bewirtschaftung der Immobilie erreicht.

## KONTAKT

**Broich Business Park GmbH**

Telefon: 02166-6218940

Mobil: 0171-2101051

Mail: [info@broich-business-park.de](mailto:info@broich-business-park.de)



# Schultz MEHR RAUM FÜR KOMMUNIKATION

Nicolas Schultz, Geschäftsführer der Schultz GmbH & Co. KG  
in Wiesbaden, im Interview mit dem REGIO MANAGER.

**RM:** Herr Schultz, Sie beliefern Aldi, die Lufthansa oder Philips ebenso wie kleine und mittelständische Firmen mit Büromöbeln "Made in Germany". Was wird besonders nachgefragt?

**Schultz:** Wir sind wieder in einer Zeit, in der die Menschen zurück in die Büros sollen und wollen. Aber was kann man denen bieten, die sich im Homeoffice bequem eingerichtet haben? Ein wichtiger Faktor ist die Kommunikation. Es gibt Berufsanfänger, die im Studium und im Job bislang nur zu Hause gearbeitet haben. Die haben Lust auf Menschen, die wollen Kollegen treffen. Unternehmen müssen deshalb Räume

bieten, in denen man sich austauschen kann.

**RM:** Gilt das in Unternehmen in gleichem Maße wie im Homeoffice?

**Schultz:** Mitarbeiter wünschen sich flexible Lösungen nicht nur bei der Arbeitszeit, sondern auch bei den Arbeitsmöglichkeiten. Dazu gehören kommunikative, ergonomische Möbel. In Großraumbüros entstehen Arbeitsbereiche, an denen der Laptop angedockt werden kann, neben Insellösungen für kreative und chillige Momente. Dazu gehören Raum-in-Raum-Lösungen, in denen sich Mitarbeiter einzeln oder in kleinen Gruppen zurückziehen und konferieren können, ohne das ganze Office zu beschallen.

**RM:** Worauf liegt der Fokus bei der Büroeinrichtung?

**Schultz:** Der Trend geht weg vom cleanen Office in Weiß und Glas, hin zu Einrichtungen, die auch Lebensqualität bieten. Sogar eine Cafeteria muss mit einem nebenan liegenden Café konkurrieren können, damit man sich als Team in der Firma und nicht extern austauscht. Das Büro zur neuen

kommunikativen Basis des Unternehmens zu machen, ist das Entscheidende, um die Mitarbeiter aus dem Homeoffice zu locken.

**RM:** Ist das ein aktueller Trend oder eine dauerhafte Entwicklung?

**Schultz:** Unternehmen haben zunehmend Personalprobleme, wenn sie nicht eine ansprechende Arbeitsatmosphäre schaffen. Das ist aus meiner Sicht keine Momentaufnahme, sondern der Weg in die Zukunft. 📌



Nicolas Schultz, Geschäftsführer der Schultz GmbH & Co. KG

## Kontakt

**Schultz**  
Möbelproduktion seit 1898

**Betriebs- und Büroeinrichtungen**

**Schultz GmbH & Co. KG**

Am Birnbaum 16, 65191 Wiesbaden

Telefon: 0611 18 55-180

Telefax: 0611 18 55-185

info@schultz.de - www.schultz.de

# Webinar, Seminar oder Netzwerk- veranstaltung?



Jetzt kostenlos Events finden  
und einreichen.

[events.regiomanager.de](https://events.regiomanager.de)

E V E N T  
MANAGER



# LESERFORUM

Schreiben Sie uns, was Sie vom NIEDERRHEIN MANAGER halten, oder sagen Sie uns Ihre Meinung zu unseren Themen. E-Mail: [leserbriefe@niederrhein-manager.de](mailto:leserbriefe@niederrhein-manager.de). Leserbriefe geben die Meinung des Schreibers wieder, die nicht mit der Redaktionsmeinung übereinstimmen muss. Die Redaktion behält sich vor, Leserbriefe gekürzt zu veröffentlichen

## Richtigstellung

Im Ranking der größten Autohändler in der Ausgabe 01/2024, Seite 66 des Niederrhein Manager, ist die Faba Autowelt mit Sitz in Mönchengladbach leider nicht mit den korrekten Umsatzzahlen aufgeführt worden. Mit 160 Mitarbeitern erwirtschaftet das Unternehmen einen Jahresumsatz von 91 Mio. Euro und belegt damit im Ranking den zehnten Rang. Nachfolgend drucken wir die aktualisierte Tabelle noch einmal ab, die Sie auch online finden unter: [www.niederrhein-manager.de/ranking/autohaendler](http://www.niederrhein-manager.de/ranking/autohaendler)

## Ranking DIE GRÖSSTEN AUTOHÄNDLER

### Empfohlene Unternehmen

Autohaus Minrath	Moers	<a href="http://minrath.de">minrath.de</a>
Lackas Rhein-Ruhr	Wesel	<a href="http://lackas.de">lackas.de</a>
Faba Autowelt	Mönchengladbach	<a href="http://bmw-faba.de">bmw-faba.de</a>
CarLead	Krefeld	<a href="http://carlead.de">carlead.de</a>

### Das Niederrhein-Ranking

Rang	Unternehmen	Hauptsitz	Umsatz in Tsd.	Mitarbeiter
1	Herbrand Gruppe	Kevelaer	578.000	1.100
2	Autohaus Louis Dresen	Neuss	281.584	730
3	Tölke + Fischer Gruppe	Krefeld	276.463	523
4	Fett & Wirtz Automobile	Moers	258.000	312
5	Arndt Automobile	Neuss	215.000	380
6	Autohaus Minrath	Moers	212.826	384
7	Borgmann Automobilhändler	Krefeld	120.709	212
8	Waldhausen & Bürkel	Mönchengladbach	115.000	280
9	Lackas Rhein-Ruhr	Wesel	127.834	125
10	Faba Autowelt	Mönchengladbach	91.000	160
11	Lauff Automobil Gruppe	Moers	70.000	128
12	Auto Becker Klausmann	Krefeld	67.000	111
13	Heinz Nauen	Meerbusch	51.767	96
14	Autohaus Schwab-Tolles	Neuss	41.000	112
15	Autohaus Lackermann	Wesel	33.000	140
16	Autohaus Meures	Heinsberg	40.103	88

### So entsteht unser Ranking

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

### Alle 144 Unternehmen im Ranking finden Sie online

[www.niederrhein-manager.de/ranking/autohaendler](http://www.niederrhein-manager.de/ranking/autohaendler) – Unternehmen unterhalb von Rang 16 sind hier nicht abgebildet. Mit Ausnahme derer, die eine ausführliche Darstellung ihres Unternehmens in dieser Ausgabe platziert oder das Starke Partner-Paket gebucht haben.

# INSOLVENZEN AM NIEDERRHEIN

Gewerbliche Insolvenzmeldungen von März bis Mai 2024

Firma	Straße	PLZ / Ort	Aktenzeichen
A & R Service UG (haftungsbeschränkt)	Dorotheenstr. 139	46537 Dinslaken	62 IN 125/23
ADITUS Personaldienstleistungen GmbH	Hafenstr. 28	47533 Kleve	39 IN 12/24
All in Dienstleistungen gv UG (haftungsbeschränkt)	Kolpingstr. 74	41515 Grevenbroich	45 IN 42/23
Auto-Bitte ! GmbH	Klosterstr. 36	46459 Rees	49 IN 12/24
Auximio AG	Glockengasse 5	47608 Geldern	38 IN 22/24
BenFit-Nutrition GmbH	Bischofstr. 90	47809 Krefeld	502 IN 59/24
Biomarkt Sonntau GmbH	Stephanstr. 13	47799 Krefeld	93 IN 16/24
Böcker Industriebau GmbH	Am Rintger Bach 8	41748 Viersen	32 IN 36/24
Cem Sped UG (haftungsbeschränkt)	Albert-Einstein-Str. 1	46446 Emmerich	38 IN 18/24
COBA 2 UG (haftungsbeschränkt)	Luisenstr. 70	47799 Krefeld	95 IN 19/24
Connect-Energie GmbH	Sperberweg 16	41468 Neuss	505 IN 28/24
DaS Büdchen Süchteln UG (haftungsbeschränkt)	Hochstr. 47	41749 Viersen	20 IN 6/24
Dienstleistungen für Deutschland GmbH	Rathausallee 148	47445 Moers	38 IN 21/24
DIFAP - Deutsches Institut für angewandte Pandemieprävention GmbH	Am Strickmorgen 11	41464 Neuss	505 IN 159/23
DKR GmbH	Stifterstr. 10	41541 Dormagen	501 IN 47/24
Domizil Immobilien Management UG (haftungsbeschränkt)	Rochusstr. 495	41179 Mönchengladbach	20 IN 20/24
Durenda GmbH	Johannes-Wirtz-Str. 23	47877 Willich	95 IN 16/24
DW Essen GmbH	Stresemannallee 4	41460 Neuss	160 IN 128/23
EFFPUNKT Deutschland GmbH	Apfelstr. 49	52525 Heinsberg	92 IN 189/23
Fiyori Brands GmbH	Oberstr. 3	47829 Krefeld	93 IN 51/23
Flying Eyes GmbH	Silviastr. 49	46537 Dinslaken	63 IN 21/24
FM Service Tegtmeyer UG (haftungsbeschränkt)	Hehnerholt 108	41069 Mönchengladbach	20 IN 11/23
G & M Greis & Moerschen Metallbau GmbH	Süchtelner Str. 17	47918 Tönisvorst	90 IN 3/24
GastroKonzept 19 GmbH	Borschemicher Str. 6	41812 Erkelenz	19 IN 43/23
H+B Finishing Verwaltungs GmbH	Grunewaldstr. 59	41066 Mönchengladbach	45 IN 12/24
HaGaBau Kreuziger GmbH	Garzweiler Allee 58	41363 Jüchen	33 IN 5/24
HNC 2.0 Handels GmbH	Karstr. 70	41068 Mönchengladbach	20 IN 27/24
I.R.I.S. GmbH	Hohlstr. 36	41747 Viersen	45 IN 20/23
IBN Investitionen und Beteiligungen Niederrhein GmbH	Niederstr. 27	47475 Kamp-Lintfort	43 IN 22/24
Jordan Industrievertretungen GmbH	Klosterstr. 36	46459 Rees	49 IN 11/24
JP Abbruch UG (haftungsbeschränkt)	Bleichstr. 15	41460 Neuss	505 IN 226/23
JvS Chemical Consult UG (haftungsbeschränkt)	Kampstr. 24	41564 Kaarst	504 IN 155/23
Karl Kiermaier GmbH	Wilhelmshöhe 29	47661 Issum	43 IN 17/24
karrierePLUS Straelen GmbH	Siemensstr. 16	47533 Kleve	34 IN 59/23
Kerida GmbH	Blumenstr. 25	41836 Hückelhoven	32 IN 8/24
KompEx UG (haftungsbeschränkt)	Finkenweg 12	41836 Hückelhoven	19 IN 59/23
Lemon GmbH	Neumarkt 6	47798 Krefeld	95 IN 68/23
LLobe GmbH & Co. KG	Hubertusstr. 6	41334 Netteral	33 IN 21/24
M. Tenbrün-Stahlhandel GmbH	Möllenkampweg 41	46499 Hamminkeln	60 IN 42/23
Mathias Prangs GmbH & Co. KG	Marktweg 47	47608 Geldern	34 IN 17/24
Mathias Prangs Verwaltungs GmbH	Marktweg 47	47608 Geldern	34 IN 18/24
Müllers Produktions GmbH & Co KG	Trompeterallee 200	41189 Mönchengladbach	19 IN 21/24
Multiclean TZ GmbH	Röntgenstr. 38	41515 Grevenbroich	20 IN 13/24

Firma	Straße	PLZ / Ort	Aktenzeichen
Neo Energy Aviation GmbH	Flughafenstr. 81	41066 Mönchengladbach	20 IN 26/24
NEOGYM Köln-Mediapark UG (haftungsbeschränkt)	Münsterstr. 16	41460 Neuss	505 IN 224/23
Parfume Noire + Der Metmann UG (haftungsbeschränkt)	Grunewaldstr. 38	47608 Geldern	49 IN 21/24
Reitspass Erdtmann UG (haftungsbeschränkt)	Hochkamerstr. 65	47506 Neukirchen-Vluyn	39 IN 20/24
Restyle24 GmbH	Rheinberger Str. 31	47441 Moers	39 IN 15/24
Rolladen Müllers GmbH & Co. KG	Trompeterallee 200	41189 Mönchengladbach	20 IN 18/24
RPM Bau Niederrhein GmbH	Hochstr. 92	47647 Kerken	49 IN 13/24
SolarTempel GmbH	Rheinbabenstr. 5	46483 Wesel	601 IN 16/24
Stadtwald Wohnungsbau UG (haftungsbeschränkt)	Sonnenweg 11	47800 Krefeld	92 IN 53/23
Suess Consulting UG (haftungsbeschränkt)	Giller Str. 24	41569 Rommerskirchen	19 IN 15/24
taskhopper - Service für Menschen - GmbH	Myllendonker Str. 284	41065 Mönchengladbach	33 IN 19/24
TRAVELING GmbH	Fürstenberg 6	46509 Xanten	43 IN 20/24
Tuebtec GmbH	Mühlengasse 9	47574 Goch	33 IN 16/24
Uwe Quandt Bedachungen GmbH	Maubisstr. 11	41564 Kaarst	503 IN 114/23
VDV Horses & More GmbH	Siemensstr. 31	47533 Kleve	43 IN 14/24
WDO Logistics and Trading GmbH	Roermonder Bahn 35	41844 Wegberg	33 IN 6/24
Werbegurus GmbH	Carl-Friedrich-Gauß-Str. 50	47475 Kamp-Lintfort	49 IN 15/24

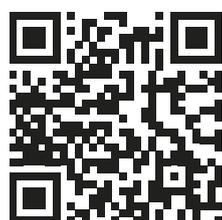
Alle gewerblichen Insolvenzmeldungen finden Sie auch online unter: [www.niederrhein-manager.de/themen/insolvenzen](http://www.niederrhein-manager.de/themen/insolvenzen)

# Insider-Wissen für Ihren Erfolg.

**Aktuellste Insolvenzmeldungen aus NRW.**

**Spannende Branchenrankings.**

**Relevante Business-Ratgeber.**



**Jetzt für den NEWSLETTER anmelden!**



**REGIO  
MANAGER**



## 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 Gesichter. 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, wissenschaftlicher 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



© svetazl - stock.adobe.com

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.

## 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.

**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 Service. 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*

# RED BOX

am SparkassenPark  
MÖNCHENGLADBACH

**SIE HABEN  
DIE IDEE, WIR DIE  
EVENTLOCATION.**

- Firmenevents
- Kundenevents
- Tagungen
- Messen
- 2.500 Gäste Kapazität
- Parkplätze vor der Halle
- Anbindung A61 und A52

**Kontakt:**  
[mail@redbox-mg.de](mailto:mail@redbox-mg.de)

Oder gleich den  
QR-Code scannen  
und kontaktieren:



[WWW.REDBOX-MG.DE](http://WWW.REDBOX-MG.DE)

Am Nordpark 299  
41069 Mönchengladbach

@redboxmg

@redboxmg



© degrey - stock.adobe.com

Lieferkettenmanagement

## DER LIEFERANT, DEIN PARTNER

Dr. Helena Melnikov, Hauptgeschäftsführerin im Bundesverband Materialwirtschaft, Einkauf und Logistik e.V. (BME) gibt Einblicke ins Supply Chain Management:

Selbst bewährte Lieferketten können in kurzer Zeit so gestört werden, dass sie nicht mehr funktionieren. Drei Beispiele aus den vergangenen Jahren haben das verdeutlicht: die Lock-downs während der Corona-Krise mit ihren Auswirkungen auf die Produktion und weltweiten Handelswege, der Ukraine-Krieg mit seinen Sanktionen gegen Russland und der hohen Inflation aufgrund gestiegener Energiepreise, und nun beobachten wir die abkühlenden Beziehungen zum wichtigen Handelspartner China. All diese politischen und wirtschaftlichen Risiken fängt der Einkauf auf. Das gelingt nur mit tragfähigen Beziehungen zu den Lieferanten und strategischer Weitsicht, um im Falle der nächsten Krise einen Plan B zu haben.

### Umfassende Betrachtung

Beim Lieferkettenmanagement geht es darum, den Weg eines Produkts vom Anfang bis

zum Ende zu denken. Zunächst einmal müssen Einkäuferinnen und Einkäufer definieren, welche Komponenten benötigt werden und was dem Unternehmen dabei wichtig ist: Eine Hauptrolle spielen dabei Qualität, Preis, Lieferzeit und die Zuverlässigkeit des Lieferanten. Auf diese Weise identifiziert der Einkauf eine oder mehrere Firmen für die Lieferung einzelner Komponenten.

### Lieferantenauswahl

Nun gilt es, diese potenziellen Partner genauer unter die Lupe zu nehmen, auch mit Probe-lieferungen: Wichtige Fragen dabei sind für die Beschaffungsabteilungen: Wie lange ist der Lieferant in spe bereits am Markt? Vielleicht war die bisher angefragte Komponente einfach zu fertigen; aber wäre das Unternehmen auch in der Lage, künftige etwaige zusätzliche Spezifikationen problemlos um-

zusetzen? Welche Risiken gibt es – möglicherweise produziert der Lieferant in oder nahe einer Region mit Bürgerkriegen? Oder gibt es Qualitätsschwankungen beim Lieferanten? Schwarze Schafe bei Lieferanten sprechen sich in Netzwerken wie dem BME oftmals schnell herum oder es geht aus anderen Quellen hervor. Auch Zertifizierungen wie DIN/EN oder ISO helfen dem Einkauf dabei, sich ein objektives Bild über die Qualität und Zuverlässigkeit des Lieferanten zu machen.

### Überwachung der Leistung

Unerlässlich für Einkäuferinnen und Einkäufer ist es, die Leistung des Lieferanten kontinuierlich und mindestens stichprobenartig zu überwachen und damit sicherzustellen, dass diese dem Vereinbarten entspricht und geltende Standards und Zertifizierungen einhält, vor allem wenn sich neue Standards etabliert haben.

## Mitdenken erwünscht

Das Ziel ist eine resiliente Lieferkette, getragen von einer belastbaren, partnerschaftlichen Lieferantenbeziehung. Eine offene und transparente Kommunikation zwischen dem Einkauf und den Lieferanten ist dabei zentral, sodass Probleme – und die kommen garantiert – miteinander gelöst werden können. Will das Unternehmen beispielsweise eine bestimmte Komponente durch eine umweltfreundlichere, wiederverwertbare ersetzen oder die gesamte Produktion in einer Art Kreislaufwirtschaft abbilden, dann hilft eine partnerschaftliche Beziehung des Einkaufs zum Lieferanten, der seinen Kunden versteht und die Lösung mitdenkt.

## Geben und Nehmen

Auftraggebern „vom Stamme Nimm“, die nur nach dem Motto „Ich gebe dir den Auftrag und nehme dir dein Produkt ab“ funktionieren, wird das nicht gelingen. Statt Zulieferer nur mit Anforderungen und Ideen zu konfrontieren, sollten Auftraggebende auch geben: also Schulungen anbieten, statt nur ein Audit, mit dem man Kontrolle ausübt – oder beispielsweise eine Best Practice aus anderen Bereichen teilen. Wenn der Einkauf dies konsequent lebt, können sich beide Partner gemeinsam weiterentwickeln und zu einer guten Beziehung kommen, zu einem guten Produkt und zu einer belastbaren Lieferkette. So handhaben es bereits viele mittelständische Betriebe. Aber es leuchtet ein, dass die Entwicklung einer solchen Lieferantenbeziehung Zeit und Einsatz braucht – und ein umfassendes Verständnis, an welchen Punkten der Einkauf in der Lieferkette und auch in der Lieferantenbeziehung ansetzen kann. Es ist nicht ein Hebel, sondern es sind sehr viele. Das verdeutlicht gleichzeitig, wie anspruchsvoll die Pflege eines ganzen Netzes von Lieferantenbeziehungen über den Erdball hinweg bei der Herstellung komplexer Produkte ist.

## Lieferkettengesetz

Das Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz (LkSG) fordert von den Unternehmen, sehr viel tiefer in ihre Supply Chain hineinzuschauen als bisher üblich. Seit dem 01.01.2024 müssen auch Unternehmen mit 1.000 Beschäftigten und mehr nachweisen, dass sie sich bemühen, die vom LkSG geforderten Sorgfaltspflichten zu erfüllen. Die geplante europäische Lieferkettenrichtlinie hätte diese Anforderungen um ein weiteres verschärft. Die Einigung in Brüssel ist allerdings gescheitert, da sich nur eine Minderheit der EU-Staaten dafür ausgesprochen hat, während die drei größten EU-Länder, Deutschland, Frankreich und Italien, sich enthalten oder dagegengestellt und damit eine Mehrheit der EU-Staaten mitgezogen haben.

## Risikomanagement

Risiken einzuschätzen und Eventualitäten vorzubeugen, ist ein wichtiger Bestandteil des Lieferkettenmanagements. Das bedeutet, nicht nur zu schauen: Wo kann das nächste Feuer aufflammen und welches Feuer kann sich zum Flächenbrand auswachsen? Sondern es geht vielmehr um die Frage: Was mache ich dann? Was ist mein Plan B und mein Plan C? Der Einkauf muss sich dafür rechtzeitig um die Diversifizierung seiner Lieferkette bemühen. Dabei hilft die Überlegung: Wie entscheidend ist dieser Lieferant für meine Wertschöpfung? Ist dies eine Komponente, die ich auch ersetzen kann oder die fünf anderen Lieferanten vor meiner Haustür ebenfalls im Angebot haben? Im BME haben wir einen Expertenkreis China. Dort wird über das Decoupling, also die Entkopplung der Wirtschaftsräume China und USA und das „De-Risking“ von China, diskutiert. Die meisten Experten sprechen sich dafür aus, in China zu bleiben, weil hinsichtlich Kosten, Qualität und Lieferzeiten so schnell keine Alternative in Sicht ist. Aber das Problem ist erkannt und immer mehr Unternehmen bemühen sich um ein zweites Standbein.

## Tipps

Der BME bietet vielfältige Veranstaltungen an, die der Unterstützung und dem Matching zwischen Einkäufern, Dienstleistern und Lieferanten dienen, so etwa die BME-eLÖSUNGSTAGE in Düsseldorf oder das BME-Symposium in Berlin. Ideale Partner sind auch die 79 deutschen Industrie- und Handelskammern sowie die über 90 Auslandshandelskammern, die deutsche Unternehmen konkret bei ihrer Tätigkeit im Ausland unterstützen. Auch die Außenwirtschaftsagentur des Bundes, GTAI, hilft beim Knüpfen von Beziehungen zwischen Einkäufern und Lieferanten. Letztendlich bietet der BME das größte Netzwerk für Einkäuferinnen und Einkäufer, Supply Chain Manager und Logistikverantwortliche an. 



BME-Hauptgeschäftsführerin Dr. Helena Melnikov

INNENARCHITEKTUR  
TISCHLERWERKSTATT  
OBJEKTEINRICHTUNG

BÜRO · OBJEKT · PRAXIS · PRIVAT



wir planen  
und realisieren  
zum Beispiel

Gastro- & Casino-  
Einrichtungen



PRODUKTION UND VERWALTUNG  
Broicher Straße 282  
41179 Mönchengladbach

SHOWROOM UND PLANUNG  
IDEENWERKSTATT NORDPARK  
Konrad-Zuse-Ring 4  
41179 Mönchengladbach

Fon 0 21 61 / 9 07 21-0

[www.classen-design.de](http://www.classen-design.de)



© deagreerz - stock.adobe.com

# Kundenbindung MENSCH ODER DIE MASCHINE?

Wie Automatisierung durch KI und Mitarbeiterpflege Hand in Hand arbeiten

Bereits im ersten Lockdown 2020 haben viele Unternehmen ihre Kundenservice-Strukturen an die globale Herausforderung angepasst. Drei Jahre später ist die Welt in zu einem „new normal“ zurückgekehrt, die digitalen Infrastrukturen, Impulse und Innovationen sind geblieben. Und mit ihnen die Frage: Wie nutzen wir diese Innovationen, um Kunden zu finden, zu halten und zu binden?

## Die Rolle von Kundenservice im Unternehmen

Laut einer aktuellen Studie von Microsoft geben 55% der Deutschen an, bei Unternehmen nicht mehr einzukaufen, wenn sie dort bereits schlechten Kundenservice erlebt haben. Das Fazit ist klar: Kundenservice ist ein Differenzierungsmittel, das langfristig den Unterschied zwischen Gewinn und Verlust machen kann. Die drei Standbeine des Kundenservices – Kundenloyalität, Kundenzufriedenheit und Kundenbindung – sind dabei ausschlaggebend für eine langfristige Beziehung zum Kunden. Kundenloyalität beschreibt, wie regelmäßig eine Kunde kauft, unabhängig von Veränderungen in Produkt- oder Preispolitik. Kun-

denzufriedenheit besteht dann, dass das angebotene Produkt oder die Dienstleistung den Erwartungen des Kunden entspricht oder diese sogar übertrifft.

Kundenbindung ist dagegen die Bemühung des Unternehmens, sowohl die Kundenloyalität als auch die Kundenzufriedenheit sicherzustellen und langfristig zu halten.

Der Grund für die Wichtigkeit der Kundenbindung ist in erster Linie wirtschaftlicher Natur: Die Neukundenakquise fordert im Durchschnitt sechs bis siebenmal so viel Geld wie die Pflege von Bestandskunden. Über Geld hinaus bedarf die konstante Akquise von Kunden auch enorme Zeit- und Mitarbeiterressourcen, die anderweitig sicher nützlicher und geschäftsfördernder wären.

Kurz gesagt: Ein Unternehmen ohne Kunden, die wiederholt kaufen, ist auf lange Sicht weder rentabel noch attraktiv für Angestellte.

## Die Zukunft der Kundenbindung

In den letzten Jahren haben sich verschiedene Trends abgezeichnet, um Kunden langfristig an ein Unternehmen zu binden. Die folgenden vier Maßnahmen werden in der Zukunft den Markt dominieren.

## Personalisierung

Laut einem kürzlich erschienen Bericht von Twilios geben 86% der Verbraucher an, dass personalisierte Erlebnisse ihre Markenloyalität stärken. Umgekehrt sagen 66% der Verbraucher, einer Marke den Rücken zu kehren, wenn sie den Eindruck haben, keine auf sie zugeschnittene Behandlung zu erfahren. Bei Kunden der Generation Z steigt diese Zahl sogar auf 75%.

Personalisierung beginnt beim „Kennenlernen“ des Kunden. Durch das Sammeln von Feedback und relevanten Kundendaten können Maßnahmen speziell auf den Kunden zugeschnitten werden. Das beginnt in der Kommunikation im Kundenservice – zum Beispiel weiß der Serviceagent schon am Anfang des Gesprächs, welche Sorgen den Kunden umtreiben.

Personalisierung kann auch so aussehen, dass ein Kunde beim Klick auf den Geburtstagsgutschein im Newsletter auf eine Landingpage weitergeleitet wird, wo es Konfetti regnet oder eine persönliche Glückwunschnachricht aufplopt. Es geht in erster Linie darum, dem Kunden ein Erlebnis zu bieten, das sich persönlich anfühlt.

## After-Sales-Services

Guter Kundenservice endet nicht mit dem Kaufabschluss. After-Sales-Services garantieren, dass Kunden vom einmaligen Käufer zum Langzeit-Fan werden. Diese Services beschreiben alles von der Garantie auf Produkte und Dienstleistungen bis hin zu offenen Kommunikationskanälen. So wird den Kunden kommuniziert, dass das Unternehmen die Kundenbeziehung langfristig pflegen möchte – und auch Mehrwert anbietet, nachdem das Geld bereits ausgezahlt wurde.

## Automatisierung durch KI: Freund oder Feind?

Eines bleibt stetig wahr, unabhängig davon, welche Innovationen noch kommen: Menschen wollen mit Menschen handeln. Statt Automatisierung also als Jobkiller zu behandeln, gilt es, Mensch und Maschine in Einklang zu bringen – und so sowohl den Mitarbeitern als auch den Kunden zu dienen. Der Chatbot ist eine der beliebtesten Prozessautomatisierungen. 60% der Befragten geben in der Trendstudie von Esker an, dass der hohe Zeitaufwand bei der Bearbeitung von eingehenden Aufträgen und Bestellungen ihre Produktivität blockiert. An dieser Stelle kann ein KI-gesteuerter Chatbot Abhilfe schaffen. Das Programm bietet 24/7 Support und kann simple Kundenanfragen bearbeiten und beantworten. Der große Vorteil besteht in der Entlastung des Kundenservices. Das reduziert Wartezeiten auf Kunden- und eröffnet neue Ressourcen auf Mitarbeiterseite. Chatbots haben nicht die Fähigkeit, Menschen völlig abzulösen: Denn Menschen besitzen eine Expertise, die in entscheidenden Momenten im Kaufprozess den Unterschied zwischen Kauf oder Abbruch machen. Statt KI also als Feind zu sehen, ist eine fast freundschaftliche Zusammenarbeit viel produktiver und zielführender.

## Der Mensch im Zentrum

Aller Negativität gegenüber KI zum Trotz: Die Entlastung durch automatisierte Prozesse bietet den Mitarbeitern die Chance, ihre zeitlichen Ressourcen neu zu verteilen. Sind sie nicht mehr mit Kleinarbeit beschäftigt, können sie stattdessen ihren Fokus auf ihre persönliche Weiterentwicklung und personalisierte Kundenkommunikation richten. Hier muss das Unternehmen mit Trainings und angepasster Führung stärkend eingreifen. Um bestehende Infrastrukturen aufzubrechen und weiterzuentwickeln, müssen Rahmenbedingungen geschaffen, sowie Werkzeuge an die Hand gegeben werden, um Kundenservice nachhaltig zu verbessern. So profitiert das Unternehmen von beiden Seiten. Automation und Mitarbeiterpflege im Einklang vervollständigen das Spezialrezept der effektiven Kundenbindung.

Nataly Sestic | [redaktion@regiomanager.de](mailto:redaktion@regiomanager.de) 🇩🇪

## Verena Tophofen



Präventologin® Verena Tophofen

Verena Tophofen ist Expertin für mentale und körperliche Gesundheit. Seit 2022 ist die gebürtige Nettetalerin als Trainerin für Gesundheit und Lebenskompetenz® und Präventologin® in Grefrath tätig. Ihren Schwerpunkt legt sie auf Angebote in der betrieblichen Gesundheitsförderung. „Gesundheit kann man nicht beschreiben, das muss man erleben“ ist nicht nur ihr Motto, sondern auch Grundlage jedes Seminars, Workshops und Vortrags. Besonders beliebt bei Mitarbeitenden ist ihr Programm „Erlebnis Gesundheit“, bei dem die Gesundheit der Mitarbeitenden in den Fokus gerückt wird. „Ich besuche Unternehmen einmal im Monat für ca. 3h. In dieser Zeit buchen Mitarbeitende ihre 15-Minuten-Termine, um Gesundheit zu erleben: z.B. als persönliche Gesundheitsberatung zu Themen wie ausgewogene Ernährung, ausgleichende Bewegung am Arbeitsplatz oder auch „wie kriege ich den Kopf wieder frei“ und „was hilft mir, besser ein- und durchzuschlafen“. Besonders beliebt sind neben der Beratung die Rücken-Schultermassagen mit dem patentierten Schwungringsystem smovey®. Durch die erzeugten Mikrovibrationen entspannt sich der Körper; spezielle Frequenzmusik sorgt über Kopfhörer für ganzheitliche, tiefe Entspannung. „Das ist nicht nur Wohlgefühl pur, sondern steigert die Motivation und Produktivität am Arbeitsplatz“, sagt Verena Tophofen. Als studierte Mentaltrainerin, Ersthelferin für psychische Gesundheit (MHFA) und ausgebildete Yogalehrerin kann sie auf einen reichhaltigen Erfahrungs- und Wissensschatz zurückgreifen und so jeden Mitarbeitenden ganz individuell beraten. Ein außergewöhnliches Programm für Gesundheitsförderung und Sichtbarkeit gesundheitsförderlicher Maßnahmen in Unternehmen. 🇩🇪

[www.verena-tophofen.de](http://www.verena-tophofen.de)



VERENA  
TOPHOFEN

Das bedarf natürlich zusätzlicher Ressourcen, sowie der Aufrechterhaltung eines starken Customer Relationship-Managements. Doch der finanzielle Mehraufwand wird belohnt: 70% der Befragten in der CX-Trendstudie von Zendesk geben an, dass sie bereit sind, für personalisierte Customer Experiences mehr zu bezahlen.

## Omnichannel Management

Omnichannel bedeutet, an zahlreichen Punkten ansprechbar und offen für die Kontaktaufnahme zu sein. Zu wissen, dass man sich per E-Mail, Chat, Telefon oder via Social Media melden kann, gibt dem Kunden ein Gefühl von Sicherheit und fördert das Vertrauen. So geben 59% der Befragten der genannten Microsoft Studie an, dass sie ein Unternehmen, das auf Social Media offen auf Fragen und Beschwerden eingeht, mehr respektieren.

## Value Added Services

Loyalitätsprogramme sind ein beliebtes Mittel, um Kunden zu binden und Bestandskunden zu belohnen. Der König unter den Punkte- und Vergütungssystemen ist Payback. Mit rund 31 Millionen Nutzern alleine in Deutschland erzielte Payback Deutschland im Jahr 2020 einen Jahresumsatz von 37,7 Milliarden Euro. Loyalität wird hier großgeschrieben: 93% der gesammelten Punkte werden auch tatsächlich eingelöst – was wiederum Synergien mit Partnern fördert.



© master1305 - stock.adobe.com

Serie – 10 Tipps:  
Paare als Geschäftspartner

## DAS GEMEINSAME BABY

Starke Partner gibt es nicht nur zwischen Unternehmen. Die meisten Familienunternehmen profitieren von einer starken Partnerschaft. Oft stehen Ehepaare an der Spitze, die gemeinsam Verantwortung für das Unternehmen übernehmen. Auch in der Start-up-Szene gibt es Paare, die zu zweit ein Geschäftsmodell entwickeln und ihr „berufliches Baby“ gemeinsam voranbringen. Das schweißt zusammen. Allerdings kann das Privatleben und vor allem die Liebesbeziehung dabei auf der Strecke bleiben. Doch so weit muss es nicht kommen. Berufliches und Privates lässt sich trennen. Wichtig ist auch, dass Konflikte auf beiden Ebenen schnell gelöst werden. Vielleicht mithilfe von externen Beratern und Coaches.

### 1: GEMEINSAME STRATEGIE

Zwei Menschen, die ein Unternehmen gemeinsam führen und lenken, müssen sich zwangsläufig über ihr Geschäftsmodell Gedanken machen. Ist es tragfähig für die nächsten Jahre oder Jahrzehnte? In welche Richtung soll es weitergehen? Welche Ziele werden anvisiert? Eine gemeinsame Wertvorstellung sollte die Basis der unternehmerischen Entscheidungen bilden. Es muss Klarheit über den Unternehmenskurs herrschen. Zieht man als Geschäftspartner/-in nicht an einem Strang, hebt man sich gegenseitig aus und kommt vom Kurs ab.

### 2: ROLLEN KLAR VERTEILEN

Vom Liebespaar zum Unternehmerpaar – das ist ein großer Schritt. Die Rollenverteilung, die innerhalb der Partnerschaft herrscht, kann im Unternehmen komplett anders aussehen. Wer gibt im Business den Ton an? Wer ist auf welchen Gebieten kompetent? Wie sieht es mit finanziellen Dingen aus? Wer trifft welche Entscheidungen? Und wie bleibt die private Beziehung trotz geschäftlicher Zusammenarbeit im Gleichgewicht? Solche Fragen müssen frühzeitig geklärt werden. Anfangs dürfte es ungewohnt sein, geschäftliche Verhandlungen mit dem Partner oder der Partnerin zu führen. „Es sollte eine gute Rollenaufteilung geben, wer für welche Themen zuständig ist“, rät Professor Dr. Tom A. Rüsen vom Wittener Institut für Familienunternehmen (WIFU). Am besten werden diese Zuständigkeiten schriftlich fixiert und im Organigramm dokumentiert. Dann wissen auch die Beschäftigten Bescheid, an wen sie sich wenden können. Neben den Funktionen (z.B. Beschaffung, Vertrieb, Personal, IT, Marketing et cetera) sollten auch die konkreten Aufgaben und individuelle Themenschwerpunkte festgelegt werden. Die inhaltlichen Schwerpunkte müssen regelmäßig überprüft und aktualisiert werden.

### 3: FINANZEN REGELN

Bei Geld hört die Freundschaft bekanntlich auf. Deswegen ist es sinnvoll, finanzielle Dinge von Beginn an zu durchdenken und zu dokumentieren. Wer bringt wie viel Eigenkapital ein? Wie werden Gewinne verwendet? Wie werden finanzielle Entscheidungen getroffen – z.B. bei Sparmaßnahmen oder Investitionen? Was passiert, wenn die private Beziehung in die Brüche geht? Die finanzielle Absicherung ist für beide Seiten wichtig, zumal wenn das gemeinsame Unternehmen die einzige Einnahmequelle ist und womöglich hohe Schulden aufgenommen wurden.

## 4: OFFENER AUSTAUSCH

Wenn beide ihrem Tagesgeschäft nachgehen und fleißig im Hamsterrad laufen, bekommt die jeweils andere Seite kaum mit, welche Aufgaben und Herausforderungen im Unternehmen insgesamt bewältigt werden müssen. Als Unternehmerpaar sollte man sich gegenseitig regelmäßig auf dem Laufenden halten. Ein wöchentlicher Jour fixe bietet sich an, um kanalisiert Informationen (und Gefühle) auszutauschen. Eine offene Kommunikation ist wichtig und hilft auch im Vertretungsfall. Ein Jour fixe hilft auch bei der Abgrenzung zwischen den Rollen Familienmitglied und Geschäftsführung. Im Jour fixe wird nur über die Firma gesprochen. Privates ist dann tabu. Ein weiteres Instrument sind Feedbackgespräche: Normalerweise geben Vorgesetzte ihren Mitarbeitenden eine Rückmeldung über Verhalten und Leistung. Aber als Geschäftsführer/-in macht man auch nicht alles richtig. Ein Feedbackgespräch bietet Raum für konstruktive Kritik, für Ideen und Änderungsvorschläge. Man könnte sich als Unternehmerpaar gegenseitig ein Feedback geben – oder enge Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen um eine kritische Beurteilung bitten.

## 5: KONFLIKTE SCHNELL KLÄREN

Trotz offener Kommunikation können Konflikte entstehen. Nicht immer ist man als Paar einer Meinung. Das kann Folgen haben: „Eine unterschiedliche Auffassung über eine Geschäftsentscheidung könnte schlimmstenfalls negativ auf die Liebesbeziehung ausstrahlen“, erklärt Professor Dr. Tom A. Rösen vom WIFU. Andererseits können private Streitigkeiten auch zur dicken Luft in Unternehmen führen. Das kann man sich als Unternehmerpaar nicht leisten; man ist es den Beschäftigten und Investoren schuldig, dass Konflikte schnell gelöst werden. Professor Rösen schlägt vor, auf der Geschäftsebene ein Konfliktmanagement zu installieren – z.B. über externe Beiräte, Moderatoren et cetera. Alternativ käme ein professionelles Coaching infrage, das auch private Auseinandersetzungen beilegen kann.

## 7: INDIVIDUELLE FREIZEITINSELN

Selbst wenn man sich als Paar supergut versteht und sich auch nach langen Arbeitstagen nicht auf den Wecker geht, ist es wichtig, individuelle Freizeitinseln zu haben. Zeit nur für sich, um aufzutanken und den Kopf freizubekommen. Es tut gut, ganz egoistisch das zu tun, was einem selbst Freude bereitet. Vielleicht laut Musik hören, beim Sport auspowern, meditieren, einem Hobby nachgehen, im Wannenbad entspannen oder mit der besten Freundin telefonieren.

**Tipp: Tragen Sie diese Freizeitinseln in den Terminkalender ein. Freizeit kann man auch nachholen ähnlich wie bei einem Jahresarbeitszeitkonto: Klappt es eine Woche mal nicht, Sport zu machen, dann holen Sie es später nach.**

## 9: GEFÜHLE KLAR BENENNEN

In einer intakten Liebesbeziehung redet man über Gefühle. Im Geschäftsleben ist das meist tabu. Warum eigentlich? Gefühle bestimmen unser Leben. Gerade unter beruflichem Druck stauen sich viele negative Gefühle auf wie Ärger, Wut, Neid, Intoleranz, Ängste und Aggressionen. Paare, die gemeinsam ein Unternehmen führen, sollten sich auch auf der geschäftlichen Ebene trauen, über ihre Gefühle zu reden. Sagen Sie, wie es Ihnen geht. Hat Sie irgendetwas verletzt? Was sagt Ihr Bauchgefühl zu einer geschäftlichen Entscheidung? Warum fühlen Sie sich vielleicht übergangen? Aber auch positive Gefühle sollten benannt werden! Freuen Sie sich gemeinsam über Erfolge. Seien Sie stolz auf die ersten Meilensteine und zufrieden mit dem Endergebnis. Schweigen Sie Ihre Gefühle nicht tot und nehmen Sie Erfolge nicht als Selbstverständlichkeit hin.

## 10: PRIVATLEBEN MANAGEN

Neben Beruf und Partnerschaft gibt es noch eine dritte Säule, die auch Zeit frisst und gemanagt werden muss: z.B. Hausarbeit, Einkauf, Care-Arbeit, Pflege sozialer Kontakte und Ehrenamt. In florierenden Familienunternehmen erledigt traditionell die Haushälterin einen Großteil der Arbeit. Ohne externe Dienstleister schaffen es vollberufstätige Paare kaum. Das kostet natürlich Geld. Aber diese Kosten müssen Unternehmerpaare einkalkulieren – auch junge Start-ups, die noch mit jedem Cent rechnen müssen. Trotz Zukauf von Leistungen bleibt immer noch genug Arbeit übrig. Die gilt es gerecht zu teilen. Hier helfen nur klare Absprachen, wer welche Aufgaben im Privatleben übernimmt. Und daran müssen sich beide Seiten halten. Sonst hängt der Hausgegen schief, nur weil keiner den Müll rausbringen will ...

## 6: BERUF UND PRIVATES TRENNEN

Viele Unternehmerpaare arbeiten quasi rund um die Uhr. Das ist für die Partnerschaft eine große Belastung. Da hilft nur, konsequent Berufliches und Privates zu trennen. Empfehlung von Professor Rösen: „Es ist notwendig, sehr deutliche Räume für die Privatsphäre, aber auch die Geschäftssphäre zu schaffen. Zum Beispiel hat die Firma keinen Zugang zum Schlafzimmer.“ Wenn schon am Wochenende gearbeitet werden muss, dann wenigstens im Arbeitszimmer. Aber irgendwann haben auch Chefin und Chef Feierabend oder Wochenende. Die Balance von Arbeitszeit und Familienzeit darf nicht völlig aus dem Gleichgewicht geraten und die eigene Wohnung sollte als privater Rückzugsbereich „heilig“ sein. Es müssen ja nicht gleich radikale Lösungen her, wie zwei getrennte Wohnungen.

## 8: ZEIT ZU ZWEIT

Damit nicht nur das Unternehmen floriert, sondern auch die Liebesbeziehung lebendig bleibt, sollte man sich Zeit zu zweit im Kalender reservieren. Wichtig dabei: Der Restaurantbesuch mit dem Partner oder der Partnerin sollte dieselbe Priorität bekommen wie ein Kundentermin. Das ist ein Zeichen von gegenseitiger Wertschätzung und Respekt. Wenn die Liebe vor lauter Pflichten und Routinen immer hintenansteht, stirbt sie irgendwann eines natürlichen Todes.

# DER NÄCHSTE, BITTE!

Freuen Sie sich unter anderem auf diese Themen in der nächsten Ausgabe des Niederrhein Manager:



## Handwerk

Erfolgreiche Räume schaffen



## Printmedien

Print ist tot – es lebe Print



## Rankings

Abbruchunternehmen, Gebäudeautomation, Dachdecker und Zimmerer, Kälte- und Klimatechniker, Maler und Lackierer, Sicherheitstechnik uvm.



## 10 Tipps

Nachhaltig wirtschaften

# IMPRESSUM

**Der Niederrhein Manager erscheint im Verlag:**  
BRINKSCHULTE MEDIEN ESSEN GMBH & CO. KG  
Alfredstr. 279, 45133 Essen  
Telefon: 0201 29426-0, Telefax: 0201 29426-10  
www.brinkschulte.com, info@niederrhein-manager.de  
www.niederrhein-manager.de

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

**Objekt- und Anzeigenleitung:**  
Thomas Amann (thomas.amann@brinkschulte.com)

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

**Redaktion (alphabetisch):**  
Holger Bernert, Barbara Bocks, Daniel Boss,  
Karin Bünnagel, Birgit Fliege, Reinhold Häken,  
Andreas Kaldewey, Miriam Leschke, Andrea Martens,  
Katja Meenen, Claas Syrt Möller, Tim Müßle,  
Michael Otterbein, Daniela Prüter, Claudia Schneider,  
Markus Spiecker, Emrich Welsing sowie weitere Gastautoren.

**Lektorat:**  
Willi van Hengel, Vera Bantelmann

**Art Directors (alphabetisch):**  
Bianca Krohn (bianca.krohn@brinkschulte.com)  
Lea Nitsche (lea.nitsche@brinkschulte.com)

**Titelbild und Titelporträt:**  
Siegfried Dammrath (dammrath.de)  
Frank Wiedemeier (frankwiedemeier.com)

**Fotos:**  
Carsten Bender, Holger Bernert (der-reporter.net),  
Boris Bertram (borisbertram.com), Achim Blazy,  
Thomas Bocian (thomas-bocian.de), Eva Czaya  
(evaczaya.de), Orion Dahlmann (orion-dahlmann.de),  
Siegfried Dammrath (dammrath.de), Christian Deutscher  
(deutscher-fotografie.de), Dimitrie Harder  
(dimitrieharder.com), Jan Heinze (jan-heinze.de),  
Fabien Holzer (fabienholzer.com), Alexandra Höner  
(alexhoener.com), Detlef Ilgner, Gerd Lorenzen/  
Performance Medien (performance-medien.de),  
Bernd Oberheim (pressefoto-bernd-oberheim.de),  
Jochen Rolfes (jochenrolfes.de), Caroline Schlüter  
(carolineschlueter.com), Jan Schmitz (schmitz-fotografie.de),  
Frank Wiedemeier (frankwiedemeier.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)  
Verbreitet Auflage: 16.164 (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 NIEDERRHEIN 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](http://www.regiomanager.de)



# NIEDERRHEIN MANAGER

# Ranking DIE GRÖSSTEN PATENT-ANWALTSKANZLEIEN

## Empfohlene Unternehmen

IP <sup>2</sup> Patentanwälte	Mönchengladbach	ip-two.de
-------------------------------	-----------------	-----------

## Die nachhaltigsten Patentanwaltskanzleien

Rang	Unternehmen	Hauptsitz	*E	*S	*G	*ESG-Score
1	Dr. Norbert Schoenen	Moers	40,0	63,0	35,0	50,0
∅	ESG-Branchendurchschnittswert Patentanwaltskanzleien	Niederrhein	45,0	30,0	18,0	32,0

\*in Prozent

**So entsteht der ESG-Score** Die Teilbereiche werden wie folgt gewichtet: Environment 30%, Social 50% und Governance 20%. Wenn bis zum Redaktionsschluss keine unternehmensspezifischen Daten vorlagen, wurde der **Branchendurchschnittswert von 32,0%** angenommen. Siehe ESG-Score, Tabelle Niederrhein-Ranking.

**Jetzt kostenlos ESG-Score erfahren!**  
ESG-Fragebogen bequem online anfragen, ausfüllen, Score erfahren und im Magazin aufgelistet werden.



## Das Niederrhein-Ranking

Rang	Unternehmen	Hauptsitz	Patentanwälte	**MA	*ESG-Score
1	IP <sup>2</sup> Patentanwälte 	Mönchengladbach	6	20	32,0
2	Paul & Albrecht Patentanwälte	Neuss	6	14	32,0
3	Dr. Stark & Partner Patentanwälte	Krefeld	2	11	32,0
4	Bonsmann Bonsmann Frank Patentanwälte	Mönchengladbach	2	7	32,0
5	Dr. Norbert Schoenen	Moers	2	3	50,0
5	Patentanwaltskanzlei Davepon	Jüchen	2	3	32,0
7	Patentanwaltskanzlei Schatz	Schermbek	1	3	32,0
8	Patentanwalt Dr. Ralf Franke	Kaarst	1	1	32,0

\*\*Mitarbeiter \*in Prozent

## So entsteht unser Ranking

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

## Alle 8 Unternehmen im Ranking finden Sie online

[www.niederrhein-manager.de/ranking/patentanwaelte](http://www.niederrhein-manager.de/ranking/patentanwaelte)



Markenrätin Simona Temelkova, Tamara Cuypers und Ursula Wolter (beide Patentanwaltsfachangestellte), Dr. David Soilán Rodríguez (Europäischer Patentanwalt) und Dr. Lin Gao (Chinesische und Europäische Patenträtin) (v.l.)

weltweit aufgeführt. Auch das Arbeitnehmererfinderrecht gehört zu den Kernkompetenzen der Mönchengladbacher. Meldet ein Unternehmen für die Erfindung einer seiner Angestellten ein Patent an, muss dieser nicht nur in Deutschland, sondern auch in zahlreichen anderen Ländern an den Umsätzen beteiligt werden, die mit der Innovation erwirtschaftet werden. „Viele kleinere Unternehmen kennen sich mit den Regularien in diesem Bereich allerdings nicht gut aus und wenn nicht rechtzeitig die nötigen Vorkehrungen getroffen werden, können schnell hohe Nachzahlungen fällig werden“, warnt Fabry. Für solche Auseinandersetzungen hat das Deutsche Patent- und Markenamt eine spezielle Schiedsstelle eingerichtet. „Kann dort keine Einigung erzielt werden, geht die Sache vor Gericht“, sagt Fabry und ergänzt: „Wir versuchen jedoch bereits im Vorfeld mit dem Erfinder eine Einigung zu erzielen, um für beide Seiten eine einvernehmliche und zügige Lösung zu finden.“

Das Patentanwaltsteam um Bernd Fabry legt großen Wert darauf, seinen Mandanten eine kompetente Rundum-Beratung aus einer Hand sowie pragmatische Lösungen zu Festpreisen anzubieten. „Wir verfügen über eine lange Berufserfahrung in Unternehmen und bieten daher statt akademischen Goldstandards pragmatische und lösungsorientierte Vorgehensweisen an. Bei uns weiß außerdem der Mandant vorher, welche Kosten auf ihn zukommen, und nicht erst nachher“, unterstreicht Fabry. Ziel der Patentexperten ist es dabei stets, das Potenzial

geistigen Eigentums durch den strategischen Einsatz gewerblicher Schutzrechte voll auszuschöpfen. Damit Innovationen jedoch von Anfang an geschützt und erfolgreich vermarktet werden können, sollten die Patentanwälte schon so früh wie möglich in den Entwicklungsprozess eingebunden werden. Bernd Fabry: „Patentschutz gehört an den Anfang einer Entwicklung, nicht an deren Ende.“

Unternehmen, die sich unsicher sind, ob es sich bei einer Innovation tatsächlich um eine Neuheit handelt, die patentierbar ist, oder ob sich die Patentierung eines bestimmten Produktes, eines Gebrauchsmusters oder einer Marke lohnt, bietet die Kanzlei eine kostenlose Erstberatung an. „Grundsätzlich ist es sinnvoll, zunächst einmal unverbindlich Kontakt aufzunehmen und sich von einem erfahrenen Patentanwalt beraten zu lassen“, empfiehlt Fabry. Die Mönchengladbacher sind aktuell noch dabei, ihre 2023 gegründete Tochtergesellschaft in Cambridge weiter aufzubauen und planen, dort im Laufe des Jahres weitere Berufsträger einzustellen. Geleitet wird der Standort von dem promovierten Biomediziner und Sohn des Kanzlei Gründers Dr. Martin Fabry, der bereits sein Master-Studium an der Universität von Cambridge absolviert und anschließend dort promoviert hat. Und auch der Hauptsitz in Mönchengladbach bekommt Zuwachs: „Ab Juni wird ein weiterer Top-Patentanwalt, der zuvor Leiter einer großen Patentabteilung eines internationalen Konzerns aus den Niederlanden war, unser Team verstärken“, freut sich Bernd Fabry. 🇩🇪



Das Team von IP<sup>2</sup> verfügt über eine exzellente fachliche Expertise auf den Spezialgebieten Chemie, Biotechnologie, Pharmazie und Life-Sciences

## Kontakt

ip<sup>2</sup> | Intellectual  
Property Partners

IP<sup>2</sup> Patentanwalts GmbH  
Schlossstr. 523-525  
41238 Mönchengladbach  
Telefon: 02166 39846-51  
Telefax: 02166 39846-50  
docket@ip-two.de  
www.ip-two.de

# IP<sup>2</sup> Patentanwälte OPTIMALER SCHUTZ FÜR INNOVATIONEN

Das internationale Patentanwaltsteam der Mönchengladbacher Kanzlei IP<sup>2</sup> berät und vertritt Unternehmen bei sämtlichen Fragen zum Thema Intellectual Property.



„Wir helfen Unternehmen, präzise und zum richtigen Zeitpunkt strategisch Patente anzumelden, um ihre Innovationen optimal zu schützen“, bringt Inhaber und Geschäftsführer Dr. Bernd Fabry das Engagement der IP<sup>2</sup> Patentanwalts GmbH auf den Punkt. Als promovierte Chemiker und Verfahrenstechniker kennt sich der Gründer der international aktiven Patentanwaltskanzlei mit Hauptsitz am Niederrhein jedoch nicht nur in der Welt der Naturwissenschaften bestens aus, sondern verfügt zugleich über viele Jahre Berufserfahrung im Bereich des gewerblichen Rechtsschutzes börsennotierter Unternehmen.



Kanzleigründer und Geschäftsführer Dr. Bernd Fabry

## IP-Schutz und -Management

Nach rund 20-jähriger Tätigkeit als Leiter der Patentabteilungen führender Chemiekonzerne machte sich Bernd Fabry 2011 selbstständig und gründete die Patentanwaltskanzlei IP<sup>2</sup> in Mönchengladbach. Binnen sechs Monaten stellte er zwei zusätzliche Mitarbeiter ein und fortan wuchs das Team kontinuierlich. Mit der steigenden Zahl von Mandaten und einem zunehmenden Beratungsbedarf auch auf internationaler Ebene, hat sich die Kanzlei im Laufe der Jahre sukzessive vergrößert und weitere Standorte zunächst 2014 in Köln und Barcelona, dann 2016 in New York und im vergangenen Jahr auch in Cambridge etabliert. Am Hauptsitz Mönchengladbach sind neben Inhaber Bernd Fabry derzeit fünf weitere erfahrene Patent- und Markenanwälte u.a. aus Spanien, China und Montenegro tätig, von denen vier auch vor dem Europäischen Patentamt zugelassen sind. Mit exzellenter fachlicher Expertise auf den Spezialgebieten Chemie, Biotechnologie, Pharmazie und Life-Sciences erarbeiten die Patentanwälte von IP<sup>2</sup> effiziente Lösungen für ihre Mandanten, zu denen sowohl kleine und mittlere Unternehmen (KMU) als auch große Konzerne mit eigenen IP-Abteilungen gehören.

„Jedes Unternehmen will innovativ sein, weil Innovationen entscheidende Wettbewerbsvorteile auf dem jeweiligen Markt verschaffen“, sagt Patent- und Markenanwalt Bernd Fabry. „Doch längst nicht alle schützen ihre teilweise enormen Investitionen in Forschung und Entwicklung auch durch Patente und Gebrauchsmuster.“ So schrecken vor allem KMU

häufig vor den anfallenden Kosten zurück. „Der wirtschaftliche Schaden, der durch Imitationen und Produktfälschungen entsteht, ist in aller Regel jedoch um ein Vielfaches höher“, gibt Fabry zu bedenken.

Patent- und Markenmeldungen zahlen sich für Unternehmen in mehrfacher Hinsicht aus: Mit erteilten Patenten, die Schlüsselinnovationen sichern, können Unternehmen vorteilhaftere Kooperationen eingehen, selbst neue Produkte vermarkten und werden darüber hinaus attraktiver für Investoren. „Gut beraten können auch Unternehmen mit einem begrenzten Budget durch eine Patentanwaltskanzlei ihre Investitionen in Innovationen schützen und ihre Wettbewerbsposition stärken“, zeigt Fabry auf. Hier kommen dann die Patentanwälte von IP<sup>2</sup> ins Spiel, die Unternehmen rund um das Thema gewerblicher Rechtsschutz mit umfangreichem Fachwissen auf ihren jeweiligen Spezialgebieten beraten und von der Ausarbeitung einer Patentanmeldung bis zur Durchsetzung und Verteidigung eines Patents auch vor Gericht begleiten.

## Rundum-Beratung aus einer Hand

IP<sup>2</sup> vertritt viele Unternehmen, die Schutzrechte nicht nur im deutschen oder europäischen Raum benötigen, sondern auch darüber hinaus. Diese profitieren von der internationalen Ausrichtung der Sozietät, die durch ihr großes

Netzwerk von Partnerkanzleien in aller Welt dann die besten Kollegen – ob aus Europa, Amerika oder Asien – hinzuzieht. Zugleich kümmert sich das Team von IP<sup>2</sup> auch in Deutschland und Europa um den Schutz von Erfindungen internationaler Anmelder, speziell aus China, für deren Betreuung in Mönchengladbach mit Dr. Lin Gao eine chinesische Patentanwältin zur Verfügung steht. Zum Tagesgeschäft der Patentexperten gehört allen voran die Ausarbeitung von Patent- und Markenmeldungen für die Mandanten sowie die Durchführung der zugehörigen Prüfungsverfahren. „Daneben führen wir Einspruchsverfahren gegen Patente durch, die unsere Mandanten daran hindern, ein Produkt auf den Markt zu bringen, und erstellen Gutachten zu Patent- und Markenverletzungen“, erläutert Fabry, der als ausgewiesener Experte und Buchautor für Patentrecht regelmäßig Vorträge auf juristischen Fortbildungsveranstaltungen und an Hochschulen hält.

Neben den einschlägigen Dienstleistungen der Registrierung, Verteidigung und Lizenzierung von Schutzrechten kümmern sich das Kanzleitem vor allem um das strategische Management des Patent- und Markenportfolios seiner Mandanten: „Der Bereich IP-Strategie umfasst eine regelmäßige Analyse des Patentportfolios, um eventuelle Schwachpunkte und Entwicklungstrends zu erkennen und frühzeitig gegensteuern zu können“, erklärt Fabry. Seit 2017 ist IP<sup>2</sup> Jahr für Jahr im Index IAM300 als eine von 300 der empfehlenswertesten IP-Strategiekkanzleien



## IP<sup>2</sup> PATENTANWÄLTE: OPTIMALER SCHUTZ FÜR INNOVATIONEN

Das internationale Patentanwaltsteam der Mönchengladbacher Kanzlei IP<sup>2</sup> berät und vertritt Unternehmen bei sämtlichen Fragen zum Thema Intellectual Property.