

**DOSSIER**  
**DER**  
**MITTEL**  
**STAND**  
**IN**  
**SÜDWEST**  
**FALEN**

**68 DOSSIER-EINLEITUNG**

Der Mittelstand ist Deutschlands Stärke. Doch die Stimmung bei den mittelständischen Unternehmen auch in Südwestfalen ist getrübt. Viele Firmen sehen sich aktuell an der Grenze ihrer Belastungsfähigkeit. Und das hat viele Gründe

**74 INDUSTRIEGRUPPE SÜDWESTFALEN**

Gemeinsam stärker: IGS bündelt Kompetenzen in Südwestfalen

**75 ABUS**

Nachhaltigkeit bei ABUS: Dreiklang für eine bessere Zukunft

**76 AUTOMOTIVE-INDUSTRIE**

Die gesamte Branche hat derzeit mit enormen Herausforderungen zu kämpfen

**78 INTERVIEW MIT CHRISTOPH HEUEL**

Spediteur Christoph Heuel über die Folgen für sein Unternehmen, die Wirtschaft und die Auswirkungen auf die Verbraucherpreise

**80 ABHÄNGIGKEIT VON CHINA**

Gefährlich gute Geschäfte: Mit einem deutschen Handelsdefizit von derzeit knapp 30 Milliarden Euro geht eine riskante Abhängigkeit einher, die Grund zur Sorge bereitet

**82 IT-SECURITY**

Jedes zehnte Unternehmen in Deutschland ist von IT-Sicherheitsvorfällen betroffen

**84 DIGITALISIERUNGS-TRENDS**

Mittelstand goes digital: 7 Trends, die jeder kennen sollte

**86 SEO**

Suchmaschinenoptimierung an einfachen Praxisbeispielen erklärt

**87 DIGITALISIERUNG**

Wie die Inflation die Digitalisierung beeinflusst

**88 EMOTIONAL BRANDING**

Wie die Menschen hinter einer Marke den Erfolg beeinflussen

**PARTNER DES MITTELSTANDS****90 BMD GMBH**

Die bmd GmbH aus Siegen implementiert seit vielen Jahren professionelle Dokumentenmanagement-Systeme

**92 VIEREINHALB**

Von Küssen, Mut und Badelatschen: Die Kreativagentur Viereinhalb liefert Leidenschaft ohne Kuschelkurs

**94 VERFUSS**

In Hemer ist ein Bauunternehmen zu Hause, das auf über 150 Jahre Firmengeschichte zurückblicken kann

**96 PROVINZIAL FREIBURG**

Die Provinzial-Agentur von Michaela Freiburg ist ein zuverlässiger und kompetenter Partner für Gewerbekunden

**97 MÄRKISCHE MITTELSTANDSCONSULT**

Jutta Fritsch und Thomas Winkler begleiten Mittelständler von der Gründung bis zum Unternehmensverkauf

**98 FETTE BEUTE GRUPPE**

Wie Familienunternehmen den Fachkräftemangel überwinden können

**100 SCHOMAKER**

Das Unternehmen Schomaker aus Menden unterstützt, wenn das eigene Personal nicht alle Aufgaben umsetzen kann

**101 G-TEC CONSULTING**

Energetische Transformationskonzepte mit Substanz: G-TEC Consulting bietet individuelle Lösungen

# „So funktioniert Globalisierung nicht“

➤ Der Mittelstand ist Deutschlands Stärke. Er ist Wirtschafts- und Beschäftigungsmotor, treibende Kraft bei Innovationen und ein starker Partner für Großunternehmen weltweit. Doch die Stimmung bei den mittelständischen Unternehmen auch in Südwestfalen ist getrübt. Viele Firmen, die in der Reihenfolge der Krisen gezwungenermaßen eine große Flexibilität, Kreativität und Resilienz bewiesen haben, sehen sich aktuell an der Grenze ihrer Belastungsfähigkeit. Und das hat viele Gründe

Text: Simke Strobl



„In den vergangenen Monaten haben sich die Wettbewerbsbedingungen in Deutschland zunehmend verschlechtert. Es gibt dafür nicht den einen großen Grund. Vielmehr ist es ein ganzes Paket an Problemen, die unsere Unternehmen schultern müssen“, sagt Dr. Thorsten Doublet, Geschäftsführer der Arbeitgeberverbände Siegen-Wittgenstein. Viele Firmen und Handwerksbetriebe in Südwestfalen spüren weiterhin die direkten und indirekten wirtschaftlichen Folgen des russischen Angriffskriegs auf die Ukraine. Auch wenn die Hilfspakete der Bundesregierung den Fortbestand vieler Unternehmen und Betriebe sichern und eine Insolvenzwelle bislang zumindest verhindern konnten, belasten gestörte Lieferketten, eine weiter perspektivisch unsichere Energieversorgung, die erheblichen Preissteigerungen bei Rohstoffen, Materialien und Vorprodukten, vor allem aber die zunehmende Bürokratisierung den Mittelstand sehr, vom Fachkräftemangel ganz zu schweigen. „Der Aufwand für das Ausfüllen von Formularen und Statistiken und für das Beantragen von Genehmigungen steigt von Jahr zu Jahr. Das macht uns zu schaffen, eben-

Dr. Volker Verch, Geschäftsführer des Unternehmensverbands Westfalen-Mitte mit Sitz in Arnsberg, sieht in Südwestfalen viele Betriebe auf dem Weg der Transformation.

so wie die oft langen Antwortzeiten auf unsere Anfragen“, beklagt Sebastian Rübmann, Geschäftsführer von L&R Kältetechnik in Sundern, und fordert klar: „Wir brauchen weniger Bürokratie! Unsere Wirtschaft lebt vom agilen und flexiblen Mittelstand. Wenn Unternehmen immer wieder gebremst werden, hemmt das nicht nur ihr Wachstum, sondern auch das der Volkswirtschaft. Das darf nicht sein.“ In vielen Märkten – als Beispiel nennt Rübmann

„Die Mittelständler haben in der Vergangenheit immer wieder, auch in massiven Krisen, bewiesen, dass sie auch unter schwierigen Rahmenbedingungen handlungsfähig sind.“

**Dr. Volker Verch**

die Automobilindustrie – steige der Wettbewerb. „Wir drohen Marktanteile zu verlieren.“ Aufgabe der Wirtschaftspolitik sollte es sein, das zu verhindern und Voraussetzungen für Wachstum zu schaffen, sagt er.

Auch Dominic Rose, Geschäftsführer von hp-polytechnik in Iserlohn, fordert einen Bürokratieabbau, wünscht sich weniger statt mehr Verordnungen und Regeln. „Deutschland braucht dringend Maßnahmen, die Investitionen fördern. Die Zinslage bremst Investitionen.“ Neben Konjunkturprogrammen wünscht sich Rose eine Senkung der Lohnnebenkosten für Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer.

„Deutschland braucht dringend Maßnahmen, die Investitionen fördern. Die Zinslage bremst Investitionen.“

**Dominic Rose**

„Die Frage ist, wie realistisch das nach der Pandemie und den damit verbundenen Kosten ist?“

### „Klare Entlastung in der Bürokratie“

„Deutschland befindet sich in einer gravierenden wirtschaftlichen Schwächephase. Wir sehen, dass Unternehmen aus Deutschland abwandern beziehungsweise eine Ansiedlung in Deutschland immer unattraktiver wird“, schreiben die Spitzenverbände, die in der bundesweiten Arbeitsgemeinschaft Mittelstand zusammengeschlossen sind, in ihrem gerade veröffentlichten Jahresbericht. Angaben des Verbandes „Der Mittelstand BVMW“

zufolge denkt bereits jeder vierte mittelständische Unternehmer in Deutschland darüber nach, Teile der Firma oder die komplette Produktion ins Ausland zu verlagern. Von Verlagern kann bei L&R

Kältetechnik keine Rede sein, wohl aber von einem Neubau im Ausland. „Wir werden sicherlich nicht unsere Zelte abbrehen und die Produktion dorthin verlagern, wo vielleicht die Löhne niedriger, die Energiekosten günstiger und die Verkehrsverbindungen besser sind.

Wir sind hier verwurzelt – persönlich und als Unternehmen. Und auch wenn wir international arbeiten, haben wir hier im Umkreis viele Kunden und noch mehr Lieferanten“, bekennt sich Sebastian Rübmann klar zum Standort Südwestfalen.

„Was wir aber planen: Wir werden eine neue Produktionsstätte im Ausland aufbauen, um nach dem Grundsatz ‚local for local‘ die dortigen Kunden schneller und einfacher beliefern zu können.“

Auch Dominic Rose bekräftigt die Standorttreue zu Südwestfalen, zu Iserlohn. „Wir sehen uns hier tief verwurzelt. Mit dem zweiten Standort in Sümmern haben wir sogar mehr in die Region investiert. In Iser-

lohn haben wir außerdem angebaut und ein neues Lager in Betrieb genommen. Wir sind mit unseren vielen regionalen Kunden verbunden und möchten die Region Südwestfalen stärken. Die Region hat aus meiner Sicht attraktive Arbeitgeberinnen und Arbeitgeber und wird diese auch in Zukunft haben.“

### „Es ist extrem schwierig, Mitarbeiter zu gewinnen“

Von denen aber die meisten mit dem gleichen Problem zu kämpfen haben, wie Rübmann in seinem Familienbetrieb: mit dem Fachkräftemangel. „Es ist extrem schwierig, Mitarbeiter zu

# Think Green Work Green

Mit unserer neuen  
340 kW/P PV-Anlage  
fertigen wir Ihre Produkte  
noch nachhaltiger



**Laserschneiden  
Stanznibbeln  
Entgraten - Schleifen  
Biegen  
Lasergravur  
Schweißen  
Einpress- und  
Fügetechnik  
Baugruppenfertigung**



Zollhausstr. 29  
58640 Iserlohn  
www.hp-polytechnik.de





Özgür Gökce sieht den Märkischen Arbeitgeberverband, dessen Geschäftsführer er ist, als Sprachrohr der regionalen Wirtschaft gegenüber Politik und Verwaltung. „Wir geben den Anliegen der Betriebe eine Stimme und wirken so auf bessere Rahmenbedingungen für unternehmerisches Handeln hin.“

gewinnen. Wir sind auf viele Monate ausgelastet, und der ‚Bremser‘ unseres Wachstums ist schlicht die Tatsache, dass wir mit der Arbeit nicht hinterherkommen.“ Weil L&R Kältetechnik und vielen anderen Unternehmen qualifizierte Mitarbeiter fehlen. Nach Angaben des Bundeswirtschaftsministeriums gibt es aktuell in 352 von 801 Berufsgruppen einen Fachkräftemangel. Detlef Ochel von Ochel Consulting aus Kreuztal weiß, aus welchen Branchen in mittelständischen Betrieben in Südwestfalen der Fachkräftemangel ganz besonders bekannt ist. „Die Nachfrage nach Elektronikern, Technikern und Programmierern ist sehr hoch. Wenn es um Stellenangebote im Service mit Reisetätigkeit geht, wird es noch schwieriger, passende Bewerber zu finden, die persönlich – Stichwort Reisebereitschaft

und Sprachkompetenz – und fachlich dazu in der Lage sind.“ In seiner Funktion als Personal- und Demographieberater, aber vor allem als Recruiter versucht Ochel mittelständischen Unternehmen

„Der Mittelstand  
braucht Entlastung,  
nicht immer mehr Auflagen  
und Vorschriften.“

**Özgür Gökce**

in Südwestfalen immer wieder eines klar zu machen: „Das bestehende und künftige Team ist der Garant für einen kontinuierlichen Unternehmenserfolg.“

Damit das so bleibt, gilt es laut Ochel, stets den Überblick zu haben zum Status Quo, um so planbare Veränderungen im eigenen Team vorherzusehen, beispielsweise mit Hilfe einer Altersstrukturanalyse, um frühzeitig mit der

Personalsuche beginnen zu können und Wissenstransfer zu gewährleisten. Die berühmte Altersnachfolge also.

Auch Dr. Thorsten Doublet und die Arbeitgeberverbände Siegen-Wittgen-

stein unterstützen ihre Mitgliedsunternehmen im Werben um Fach- und Arbeitskräfte. „Derzeit arbeiten wir mit unseren Sozialpartnern beispielsweise an einer Initiative zur Zukunft der Arbeit in den heimischen Unternehmen und haben einen Runden Tisch initiiert. Ergebnis des Austauschs von Verband, Behörden, Unternehmen und anderen Institutionen: eine Sprechstunde für ausländische Fachkräfte, um diesen bei der Beschleunigung verschiedener Genehmigungsverfahren zu helfen, die essenziell sind, um als Arbeitnehmer dauerhaft in der Region Fuß zu fassen.“ Hierzu gehörten beispielsweise die Anerkennung von im Ausland erworbenen Qualifikationen oder der Familiennachzug. „Das ist also ganz konkrete Hilfe für Arbeitgeber und Arbeitnehmer hier vor Ort.“

### **„China bleibt ein wichtiger Markt“**

Angesichts der Erfahrungen mit Russland infolge dessen Angriffskriegs auf die Ukraine versuchen viele Mittelständler, jetzt auch ihre Zulieferungen

Wünscht sich, dass Fördergelder einfacher abrufbar sind, um die Planungs- und Vorbereitungszeit von Projekten zu verkürzen: Dominic Rose, Geschäftsführer von hp-polytechnik in Iserlohn.





Detlef Ochel, Inhaber und Geschäftsführer von Ochel Consulting in Kreuztal, ist Personal- und Demographieberater und Recruiter und berät Unternehmen in Südwestfalen, die Fachkräfte benötigen.

te dort aber keineswegs von heute auf morgen abbrechen. So funktioniert Globalisierung eben nicht.“

### **Sichere Basis für Mittelständler**

Özgür Gökce, Geschäftsführer des Märkischen Arbeitgeberverbands mit Sitz in Iserlohn, wünscht sich eine gesamtgesellschaftliche Wertschätzung für unternehmerisches Handeln und für das, was gerade der Mittelstand für die Region Südwestfalen leiste. „Er agiert verantwortungsvoll, sichert Arbeitsplätze und ist gleichzeitig heimatverbunden.“ Außerdem bedürfe es mehr Wertschätzung für die duale Berufsausbildung. „Eine Ausbildung eröffnet momentan beste Karrierechancen – und schließt ja auch ein späteres Studium nicht aus.“ Unabhängig von Ansehen und Wertschätzung braucht der Mittelstand in Südwestfalen zudem natürlich intakte Landstraßen und Autobahnen. In Bezug auf die Infrastruktur liegt am Wirtschaftsstandort Deutschland derzeit einiges im Argen.“

Dr. Volker Verch, Geschäftsführer des Unternehmensverbands Westfalen-Mitte mit Sitz in Arnsberg, hält die mittelständischen Unternehmen in der Region trotz aller Krisen und Herausforderungen für resilient. Viele Betriebe seien auf dem Weg der Transformation. „Die Mittelständler haben in der Vergangenheit immer wieder, auch in massiven Krisen,

bewiesen, dass sie auch unter schwierigen Rahmenbedingungen handlungsfähig sind. Das liegt in erster Linie an ihrer Flexibilität und ihrer Fähigkeit, sich auch kurzfristig neu zu orientieren.“ Allerdings

seien diese Eigenschaften nicht unbegrenzt ausdehnbar, so Verch. „Nach Jahren der Pandemie, deren Auswirkungen der Mittelstand hervorragend gemeistert

aus China umzudirigieren. Grund dafür ist der schwelende Konflikt zwischen China und Taiwan. Deutsche Mittelständler sind offenbar zunehmend in Sorge vor einer möglichen militärischen Eskalation und rechnen im Fall einer solchen mit starken Beeinträchtigungen. Dabei müssen viele aber feststellen, dass es nicht einfach ist, sich aus der Abhängigkeit von China zu befreien. Für Sebastian Rüßmann gibt es

gleich mehrere gute Strategien. „Für Kernkomponenten haben wir immer mehrere Lieferanten. Wenn einer nicht liefern kann, springt der nächste ein. Wir bevorzugen Zulieferer aus der Region oder – auch aus Qualitätsgründen – aus Deutschland. Und wir erledigen vieles, bis hin zur Software-Programmierung, im eigenen Hause. Man muss aber auch sagen: Jede Einkaufsstrategie stößt hier an Grenzen. Natürlich kann ich zum Beispiel Elektro- und Elektronikkomponenten in Lüdenscheid statt in Shanghai einkaufen. Aber in denen sind Mikrochips verbaut, deren Grundstoffe aus der ganzen Welt kommen, und bei jedem dieser Materialien kann es Engpässe geben.“

Dr. Thorsten Doublet sagt, die Unternehmen in Südwestfalen seien unterschiedlich stark mit dem chinesischen Markt

verflochten. „Dort, wo Abhängigkeiten – sei es durch Lieferketten oder durch einen hohen Exportanteil – bestehen, ist man sich der Risiken, die China durch die politische, aber auch gesellschaftliche und wirtschaftliche Situation birgt, durchaus bewusst und versucht gegenzusteuern. Dennoch bleibt China für zahlrei-

che Unternehmen direkt und indirekt ein wichtiger Markt.“ Zudem stünden die Alternativen, egal ob bei der Beschaffung von Rohstoffen oder bei der Umlenkung von Exportströmen, nicht gerade Schlange. „Indien kann zwar sicher seine globale Bedeutung ausbauen, birgt aber deutlich weniger Potenzial, betrachtet man alleine die Vielsprachigkeit oder die seit Jahrzehnten auch dort bestehende Bürokratie im Land.“ Doublets Fazit: „Die Unternehmen beweisen im Umgang mit China Tag für Tag großes Augenmaß, können die Zel-

„Das bestehende und künftige Team ist der Garant für einen kontinuierlichen Unternehmenserfolg. Damit das gelingt, gilt es, stets den Überblick zu haben zum Status Quo, um so planbare Veränderungen im eigenen Team vorherzusehen.“

**Detlef Ochel**

„Es ist nicht die eine, große Entscheidung, die den Knoten für den Mittelstand lösen würde.“

**Dr. Thorsten Doublet**



Das Unternehmen L&R Kältetechnik von Sebastian, Burkhard und André Rübmann (v. l.) hadert derzeit am meisten mit den fehlenden Fachkräften.



hat, im zweiten Kriegsjahr, nach Jahren der Kostensteigerung, braucht der Mittelstand jetzt dringend wieder Entlastung und eine sichere Basis.“ Verch wünscht sich im Interesse des heimischen Mittelstands vor allem, dass eindeutige politische Entscheidungen getroffen werden, die Planungssicherheit für die Unternehmen bringen. „Entscheidend ist, dass die Betriebe wirtschaftliche Rahmenbedingungen am Standort Deutschland haben, durch die sie konkurrenzfähig bleiben. Dazu gehören vor allem bezahlbare Energiepreise, eine verbesserte Infrastruktur und eine klare Entlastung in der Bürokratie“, sagt Verch.

International wettbewerbsfähige Energiepreise stehen für Özgür Gökce an erster Stelle der politischen Entscheidungen. „Darüber hinaus muss der Dschungel der Bürokratie ausgelichtet werden. Gerade der Mittelstand braucht

Entlastung, nicht immer mehr Auflagen und Vorschriften.“ Regelungen, die die Betriebe derzeit besonders be-

„Wir sind auf viele Monate ausgelastet und der ‚Bremsen‘ unseres Wachstums ist schlicht die Tatsache, dass wir mit der Arbeit nicht hinterherkommen.“

**Sebastian Rübmann**

lasten würden, seien das Lieferkettengesetz, das Hinweisgeberschutzgesetz und die immer weiter zunehmende

Pflicht zur Nachhaltigkeitsberichterstattung, so Gökce. „Es ist nicht die eine, große Entscheidung, die den Knoten für den Mittelstand lösen würde“, ist Dr. Thorsten Doublet überzeugt. „Vielmehr wünschen wir als Verband uns mehr Augenmaß in

der politischen Debatte und eine stringente Vorgehensweise auf dem Weg zu einmal definierten politischen Zielen.“

Diskussionen gehörten in der Demokratie zum guten Ton. „Doch die Art und Weise, wie die Ampelkoalition in den vergangenen Monaten öffentlich debattiert hat, hat an allen Ecken und Enden zu einer großen Verunsicherung in der Gesellschaft geführt. Da sind Heizungsgesetz und Kindergrundsicherung nur zwei von ganz vielen Beispielen. Heute hü, morgen hott – das sorgt für ein Klima der Angst und Verunsicherung, sowohl bei den Menschen, als auch in der Wirtschaft.“

„Wenn es immer wieder heute hü und morgen hott heißt, werden solide Planung und verlässliche Zusammenarbeit mit unseren Partnern doch sehr erschwert, und das ist frustrierend“, sagt Unternehmer Sebastian Rübmann, der sich für seinen Betrieb und den Mittelstand in Südwestfalen vor allem Stabilität und Verlässlichkeit wünscht und dass Arbeit wieder stärker wertgeschätzt wird. „Der Arbeitsmarkt braucht einfach jede Hand – nicht nur wir in der Industrie, sondern ebenso die Krankenhäuser, die Pflegedienste, die Behörden, die Gastronomie. Das sollte durch die entsprechenden Rahmenbedingungen gefördert werden – mit höchster Priorität. Davon würden alle profitieren.“



Dr. Thorsten Doublet ist Geschäftsführer der Arbeitgeberverbände Siegen-Wittgenstein.



75 Jahre kontinuierliche  
Innovations- und Wandlungsfähigkeit.  
Wir freuen uns auf die Zukunft.

**KEEP IMPROVING**  
75th Anniversary

**see the future**  
[georg.com](http://georg.com)



# Gemeinsam stärker: IGS bündelt Kompetenzen in Südwestfalen

➤ Die IGS, kurz für Industriegruppe Südwestfalen, wurde 2022 im Schmallenberger Sauerland von Markus Bette und Georg Voss gegründet. Hier bündeln die Unternehmer ihre Industriebeteiligungen, um gemeinsam am Markt aufzutreten. Inzwischen gehören fünf Unternehmen zur Gruppe: die Roll-tec GmbH, die AZS GmbH, die Liesmann-Bette GmbH & Co. KG, die Kemper GmbH und die Kötters Maschinenbau GmbH. Als mittelständisch geprägte Organisation verzeichnet die IGS einen Gesamtumsatz von 35 Mio. EUR und beschäftigt rund 210 Mitarbeitende

Markus Bette (r.) und Georg Voss gründeten 2022 die IGS Industriegruppe Südwestfalen.

## Zentrale Stellen und individuelles Denken

Innerhalb der IGS präsentieren sich die Unternehmen gemeinsam. „Sie haben so eine größere Aufmerksamkeit, um Themen wie Ausbildung, Weiterentwicklung und Sicherheit des Arbeitsplatzes optimal auszuspielen“, erzählt Markus Bette. „Es war an der Zeit, dass wir uns gemeinsam organisieren, denn die Anforderungen an Unternehmen in Bezug auf Transparenz, Datensicherheit und Rechtliches steigen stetig. Für kleinere Unternehmen wird es immer schwieriger“, erklärt Georg Voss. Übergreifende Aufgaben werden daher gebündelt. „Wir haben zentrale Stellen im Bereich Personal, ERP und Marketing geschaffen. Alle Unternehmen nutzen die gleichen Systeme und Dienstleister. In der Spezialisierung erhöhen wir das Know-how und reduzieren Fehler“, sagt Voss.

Unternehmen, die zur IGS passen, finden Georg Voss und Markus Bette vor allem über ihr Netzwerk. „Wir gehen nicht über den Markt und suchen nach Beteiligungsmöglichkeiten“, sagt Voss. Dabei engagiert sich die IGS vor allem in Krisen oder in Nachfolgesituationen. „Wir schauen, ob der Markt eine Relevanz hat und die Produkte geeignet sind. Ist das der Fall, kommt es meist zum Deal.“ Um optimale Ergebnisse zu erzielen, findet die IGS sehr individuelle Lösungen. Dazu denken Voss und Bette sich tief in die Unternehmen herein. „Wir investieren nicht in Unter-



nehmen, die für uns nicht greifbar sind. Wir wollen verstehen, was gemacht wird und engagieren uns persönlich. Wir investieren, um zu halten und nicht, um in der Exceltabelle schon den Exit zu planen“, erklärt Markus Bette.

## Langfristiges Denken und Handeln

Nach einer Beteiligung schauen sich die beiden Unternehmer zunächst die Prozesse im Hintergrund an und schaffen Transparenz. „Nach einem halben Jahr sprechen wir mit den Mitarbeitenden, um zu erfahren, welche Wünsche sie an uns haben und wo es Verbesserungspotenzial gibt. Dann entwickeln wir gemeinsam Pläne“, sagt Bette. „Wir stehen für Transparenz, tolerante Fehlerkultur und eine gemeinsame Wissensbasis. Dabei entwickeln sich erstaunliche Dinge. Führungskräfte sind bei uns am Erfolg beteiligt. Personen, die

Werte schaffen, sollten daran auch partizipieren“, fügt Voss hinzu. Die beiden haben große Pläne für die Zukunft. „Ich glaube, dass wir innerhalb der IGS weiter wachsen –ob intern oder durch Beteiligungen“, so Markus Bette. „Ich schaue immer positiv in die Zukunft. Jede Krise hat ihre Chancen. Unser Motto ist: As we see our future, so we act. As we act, the future will come.“



## Industriegruppe Südwestfalen

Hünegräben 12  
57392 Schmallenberg  
Tel.: 0178 / 2132001  
info@industriegruppe-suedwestfalen.de  
www.industriegruppe-suedwestfalen.de

# Nachhaltigkeit bei ABUS: Dreiklang für eine bessere Zukunft

➤ Nachhaltiges Handeln ist bei ABUS seit der Gründung im Jahr 1924 fest in den Unternehmensgrundsätzen verankert. Und das über alle Facetten, die ABUS auch heute als Dreiklang für den Bereich definiert und lebt: die soziale, die ökologische und die kaufmännische Dimension der Nachhaltigkeit


Am Stammsitz in Volmarstein ist nicht nur die Hauptverwaltung der ABUS Gruppe beheimatet. Hier finden sich zahlreiche Freizeitangebote für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie für Kunden. Dazu zählt auch das Volleyballfeld direkt vor der ABUS Security World.

**S**o werden in der ABUS Gruppe dem christlichen Glauben zu Grunde liegende Wertemaßstäbe gelebt – menschliches Wohl und Gemeinschaftssinn sind zentrale Themen in diesem Familienunternehmen. Dazu zählen neben der individuellen Förderung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter vielseitige Freizeit- und Sportaktivitäten, gemeinschaftliche Weihnachtsfeiern sowie Grill- und Sommerfeste an allen Standorten. Veranstaltungen, bei denen der Fokus auf einem gemeinsamen Miteinander und Teamgeist liegt. Hier zeigt sich, wie bei ABUS über den Arbeitsalltag hinaus Wert auf ein gutes Gefühl der Gemeinschaft gelegt wird. Genauso bedeutet soziale Verantwortung auch die Schaffung und Erhaltung von sicheren Arbeitsplätzen, die fundierte Ausbildung von Nachwuchskräften sowie eine bedarfsgerechte Qualifizierung und die stetige Weiterentwicklung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Auch außerhalb des Unternehmens zeigt ABUS vielseitiges soziales Engagement, unter anderem durch die Unterstützung verschiedener Organisationen im In- und Ausland. Ein Beispiel dafür ist das Engagement in der Stiftung „Save My Brain“. ABUS unterstützt diese Institution seit der Gründung im Jahr 2018 als Zustifter und engagiert sich dort auch personell und inhaltlich – mit dem Ziel, durch gezielte Aufklärungsarbeit schwere Schädel-Hirn-Verletzungen zu vermeiden. Dass das Thema Ökologie schon mit dem Beginn der Unternehmung ein wesentli-



cher Pfeiler der Unternehmensstrategie war zeigt sich auch daran, dass ABUS Produkte seit jeher auf eine maximale Lebensdauer ausgelegt sind. Das bedeutet auch: Produkte mit langer Haltbarkeit haben aufgrund einer teilweise jahrzehntelangen Nutzung eine gute Umweltbilanz. Vor Ort an den Standorten sorgen unter anderem unterirdische Zisternen zur Bewässerung der Grünanlagen, Trinkwasserspender oder Mehrwegpaletten für einen schonendem Umgang mit Ressourcen. Auch Kunden erleben das nachhaltige Engagement ganz konkret durch Produkt-Verpackungen, die sukzessive auf Pappe umgestellt werden. Und letztlich stehen die Lösungen von ABUS auch im übertragenen Sinne für Nachhaltigkeit – denn das, was nicht gestohlen wird, muss nicht durch etwas Neues ersetzt werden.

Heute folgen weltweit rund 4.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Vision des Gründers und leisten ihren Beitrag für einen nachhaltigen Weg in die Zukunft von ABUS. 



Security Tech Germany

## ABUS August Bremicker Söhne KG

Altenhofer Weg 25  
58300 Wetter  
Tel.: 02335 / 634-0  
info@abus.de  
www.abus.com  
 @abus\_de



# Eine Branche muss sich neu erfinden

➤ Südwestfalen ist eine der stärksten Automotive-Zulieferer-Regionen Deutschlands: Rund 500 Unternehmen – darunter auch einige Hidden Champions – sind Zulieferbetriebe, die an die Automobilindustrie angegliedert sind. Die gesamte Branche hat derzeit mit enormen Herausforderungen zu kämpfen. Der Wandel weg vom Verbrennungsmotor hin zur E-Mobilität oder künftig sogar Wasserstofftechnologie fordert ein hohes Maß an Flexibilität der Zulieferer, bietet gleichzeitig aber auch Chancen für neue Geschäftsfelder

Text: Monika Werthebach



Das Auto ist nach wie vor „des Deutschen liebstes Kind“. Mit einer Pkw-Dichte von 578 Autos pro 1.000 Einwohner besitzt in Deutschland mehr als jeder Zweite ein Auto. Nach einem Report der Deutschen Automobil Treuhand GmbH (DAT) ist für 77 Prozent der Befragten das eigene Auto unverzichtbar, um die Mobilität im Alltag sicherstellen zu können. Im Jahr 2021 entfielen knapp 87 Prozent der gesamten Verkehrsleistung im Personenverkehr auf den sogenannten motorisierten Individualverkehr (MIV).

Die Zahlen zeigen deutlich, dass das Auto trotz Klimadebatte und der vermeintlich autokritischen jungen Generation noch immer einen hohen Stellenwert hat und mit großem Abstand das wichtigste Verkehrsmittel im Personenverkehr ist.

## Multiple Krisensituation

Der Branche, die dafür sorgt, dass wir alle mobil sind, hat mit enormen Herausforderungen an unterschiedlichen Fronten zu kämpfen: Fortschreitende neue Technologien, Lieferkettenproblematik, Kostenexplosion und zunehmender Wettbewerb speziell aus China – die Automobilindustrie und damit die gesamte Wertschöpfungskette erlebt derzeit mehrere Zeitenwenden parallel. Trotzdem konnten die Automobilhersteller 2022 ein Rekordjahr mit entsprechenden Gewinnen verzeichnen. „Das ist auf den ersten Blick verblüf-

fend, auf den zweiten aber ganz plausibel, denn Fokussierung auf ertragsstarke Modelle, die schon vor Jahrzehnten vorgenommene Auslagerung vieler Risiken in den Wertschöpfungsketten nach unten und ein schwächelnder Euro haben diese Ergebnisse unterstützt. Insgesamt hat das dazu geführt, dass vor allem die Premium Hersteller unter den Veränderungen im Markt weniger gelitten haben“, erklärt Marion Bayer-Schiller, Head of Industry Coverage Mobility der Uni Credit Bank AG die Marktsituation.

Ein Beispiel: Während mancher deutsche Hersteller kaum noch die traditionell margenschwachen Einstiegsmodelle gebaut und verkauft hat, ging das margenstarke Oberklassengeschäft mit nur wenigen Einschränkungen weiter. Der Erfolg der Premium-Strategie hat einigen Autoherstellern nun Lust auf einen generellen Strategieschwenk gemacht. Mercedes-Benz stellt 2025 die

Produktion der kompakten A- und B-Klasse ein und setzt fortan auf Luxus.

Anders könne es allerdings bei den Zulieferern aussehen: „Entscheidend ist das Produktportfolio, die

„Unternehmen werden über kurz oder lang neue Geschäftsmodelle erschließen müssen.“

Dr. Muhamed Kudic

Wertschöpfungstiefe und die Energie- und Rohstoffabhängigkeit“, so die Automotive-Expertin. „So vielfältig die Probleme sind, so unterschiedlich zeigen sich auch die Folgen. Auch schon vor 2022 war die Automobilbranche

Marion Bayer-Schiller ist Head of Industry Coverage Mobility der Uni Credit Bank AG und Experte für den Sektor Automotive.

vielen zyklischen Herausforderungen unterworfen. Die Akteure sind also daran gewöhnt, damit umzugehen. Die Lieferkettenprobleme konnten mittlerweile weitgehend kompensiert werden und die Absatzmärkte der Fahrzeughersteller sind global weitaus weniger betroffen, als man vermuten möchte.“

In multiplen Krisen wie der jetzigen zeige sich die unglaubliche Stärke der Branche; führt Marion Bayer-Schiller weiter aus: „Auch die Herausforderungen, die die Zins- und Währungsrisiken mit sich bringen, können von der Branche gestemmt werden. Gerade baut sich aber eine Challenge auf, nämlich der Wettbewerb durch die chinesischen Autobauer mit ihrem hohen Entwicklungsgrad bei der Elektromobilität. Das verändert vor allem den Absatzmarkt in Asien stark.“

### Schulterschluss in der Region

Um den Wandel in der Automobilbranche in Südwestfalen voranzubringen, stehen die Akteure in der Region fest zusammen, beispielsweise im Automotive Netzwerk Südwestfalen, einem Zusammenschluss südwestfälischer Unternehmen und Institutio-



Foto: UniCredit Bank AG, Emno Kapitza

nen, unter Federführung der Industrie- und Handelskammern Arnsberg, Hagen und Siegen. Die Mitgliedsbetriebe unterstützen sich gegenseitig durch den Austausch von Informationen und Erfahrungen, den gemeinschaftlichen Auftritt auf Messen, die Vermittlung von Vertriebskontakten, die Zusammenarbeit bei der Entwicklung von Produkten und die Gewinnung und Weiterqualifizierung von Fachkräften. Das Projekt Automotive Transforma-

„Entscheidend ist das Produktportfolio, die Wertschöpfungstiefe und die Energie- und Rohstoffabhängigkeit.“

Marion Bayer-Schiller

tions-Plattform Südwestfalen (ATLAS) verfolgt das Ziel, gemeinsam mit allen beteiligten Akteuren ganzheitliche Lösungen zu entwickeln, um die Branche auch in Zukunft wettbewerbsfähig aufzustellen und in der Region zu halten. Beispielsweise baut ATLAS derzeit sogenannte

Innovationsexplorationsräume auf, bei denen es darum geht, Akteure aus unterschiedlichen Bereichen – Wirtschaft, Wissenschaft, Gesellschaft und Gründerszene – zusammenzubringen. „Gerade vor dem Hintergrund neuer Antriebstechnologien jenseits des Verbrennungsmotors steht die Region unter erhöhtem Transformationsdruck“, weiß Projektleiter Dr. Muhamed Kudic: „Unternehmen werden über kurz oder lang neue Geschäftsmodelle erschließen müssen. Diese Herausforderungen werden die lokal ansässigen Unternehmen nur in engem Schulterschluss und gemeinsam mit der Belegschaft meistern können.“

Dr. Muhamed Kudic ist Projektleiter der „Automotive Transformations-Plattform Südwestfalen“ (ATLAS).



Foto: ATLAS, Thomas Range



# „Am Ende zahlt der Endverbraucher“

➤ Zum 01.12.2023 wird die LKW-Maut in Deutschland massiv erhöht. Im Interview spricht Spediteur Christoph Heuel über die Folgen für sein Unternehmen, die Wirtschaft und die Auswirkungen auf die Verbraucherpreise




Spediteur Christoph Heuel äußert sich im Interview zur geplanten LKW-Mauterhöhung.

tel des Klimaschutzes – nur leider ohne Klimaschutz. Hier werden ohne Sinn und Verstand und ohne jeden positiven Effekt für das Klima Wirtschaft und Verbraucher belastet, was im Grunde auf eine versteckte Steuererhöhung hinausläuft.

## Welche Forderungen und Erwartungen haben Sie an die Politik?

**Christoph Heuel:** Wichtig zu betonen ist in diesem Zusammenhang, dass sich die Unternehmen und Betriebe der Branche im Grundsatz einig sind und die schnelle Dekarbonisierung des LKW-Verkehrs und damit auch die Spreizung der CO<sub>2</sub>-Maut befürworten. Aber genau dieses Ziel verfehlt das neue Mautgesetz deutlich und kann deswegen auch kurzfristig keine Lenkungswirkung entfalten. Was es braucht, ist Planungssicherheit.

Eine zwingende Voraussetzung, die erfüllt sein muss, ist überdies die Verfügbarkeit alternativer Antriebe im schweren Lkw-Verkehr. Um die CO<sub>2</sub>-Emissionen im Straßengüterverkehr nachhaltig zu senken, müssen zudem biogene Kraftstoffe und E-Fuels mit emissionsfreien Fahrzeugen gleichgestellt werden. Gegen eine Doppelbesteuerung in Form einer CO<sub>2</sub>-Maut und eines CO<sub>2</sub>-Aufschlags an der Zapfsäule wehren sich die Spediteure und Frachtführer mit aller Vehemenz. Die Zweckbindung der Maut-Einnahmen für Bau und Unterhalt des Fernstraßennetzes ist aus Sicht der Branche unbedingt beizubehalten.

Völlig klar sein muss letzten Endes auch, dass die Logistik-Unternehmen alles daransetzen werden, steigende Maut-Kosten voll an die Firmen/Kunden/Bürger durchzureichen, was sich vor allem auf die Verbraucherpreise auswirken wird. 

**Herr Heuel, zum 01.12.2023 soll eine Erhöhung der LKW-Maut um voraussichtlich 83 Prozent in Kraft treten. Welche Folgen hätte die Mauterhöhung für Ihr Unternehmen?**

**Christoph Heuel:** Das Leben in Deutschland ist so teuer wie nie. Die Inflationsrate lag laut Statista im August bei 6,1 Prozent, Haushaltsenergie und Kraftstoffe verteuerten sich um 8,3 Prozent, Nahrungsmittel sogar um 9 Prozent. Trotz mitunter kräftiger Lohnsteigerungen haben viele Menschen immer weniger im Portemonnaie. Und es ist abzusehen, dass sich diese Situation ab Dezember weiter verschärft. Denn dann soll die neue LKW-Maut in Kraft treten. Geplant ist, die Kilometersätze in den relevanten Klassen mit der höchsten Laufleistung um bis zu 83 Prozent anzuheben. Damit wird die bisherige Mautabgabe fast verdoppelt. Im Ergebnis verteuert sich der LKW-Transport um bis zu zwölf Prozent.

## Hat die Mauterhöhung Auswirkungen auf die Verbraucherpreise?

**Christoph Heuel:** Außer Frage steht: Diese erheblichen Kostensteigerungen werden die Speditionen und Frachtführer nicht auffangen und kompensieren

können. Dafür sind die Margen im Straßengütertransport viel zu niedrig. Obendrein gehen die gestiegenen Treibstoff- und Personalkosten vielen Betrieben der Branche ohnehin bereits an die Substanz. Mit anderen Worten: Um auch in Zukunft kostendeckend wirtschaften zu können, kommen die Logistiker nicht umhin, die mautbedingten Mehrkosten eins zu eins an ihre Auftraggeber durchzureichen. Am Ende zahlt die Zeche aber der Endverbraucher – und zwar in Form höherer Preise. Denn Transportkosten sind Teil der Produktionskosten.

## Hat die Mauterhöhung einen positiven Effekt für das Klima?

**Christoph Heuel:** Dass emissionsfreie Fahrzeuge zunächst bis Ende 2025 von der Mautpflicht befreit werden sollen, klingt in diesem Zusammenhang wie blanker Hohn. De facto sind schwere LKW, die dieses Kriterium erfüllen, bis dato weder in ausreichenden Stückzahlen am Markt erhältlich noch sind sie in der Praxis wirtschaftlich zu betreiben. Völlig zu Recht kritisieren die führenden Logistik-Verbände die geplante Mauterhöhung denn auch als Verteuerungssorgie unter dem Deckman-



# Nachhaltige Transformation kann nur ein Ziel haben: Erfolg.

**#PositiverBeitrag**

Nur wer schon heute die Chancen des Umbruchs erkennt, kann als Gewinner daraus hervorgehen. Wirtschaftlicher Erfolg und soziale und ökologische Verantwortung – beides ist untrennbar miteinander verbunden. Damit die Transformation für Sie zum Wettbewerbsvorteil wird, unterstützen wir Sie bei jedem Schritt: mit nachhaltigen Finanzlösungen, Know-how und als Ihre Globale Hausbank. Sprechen Sie jetzt mit uns.

Machen möglich machen. Weltweit und zukunftsorientiert.

[deutsche-bank.de/ub/nachhaltigkeit](https://www.deutsche-bank.de/ub/nachhaltigkeit)

Deutsche Bank AG  
Unternehmensbank Deutschland  
Koblenzer Straße 7, 57072 Siegen  
Christoph Held, Marktgebietsleiter  
Firmenkunden Südwestfalen  
Telefon 0271 597-477  
[christoph.held@db.com](mailto:christoph.held@db.com)



# Gefährlich gute Geschäfte

➤ Ob lukrativer Beschaffungsmarkt für Handelswaren und Herstellungskomponenten oder attraktiver Absatzmarkt für Luxusgüter – China ist seit Jahren Deutschlands wichtigster Handelspartner. Doch wo Licht ist, ist bekanntlich auch Schatten: Mit einem deutschen Handelsdefizit von derzeit knapp 30 Milliarden Euro geht eine riskante Abhängigkeit von Importen aus der Volksrepublik einher, die Grund zur Sorge bereitet. Angesichts der zunehmenden geopolitischen Spannungen könnte es für die deutsche Wirtschaft eklatante Folgen haben, wenn in China der sprichwörtliche Sack Reis umfällt

Text: Monika Werthebach



**E**ine Vielzahl von in Deutschland nachgefragten Produkten werden seit Jahren nicht mehr in Europa hergestellt. Einige Beispiele: Gemessen am Warenwert kamen laut Statistischem Bundesamt im ersten Quartal 2023 rund 86 Prozent der importierten Notebooks und Tablets und rund 68 Prozent der Smartphones aus China. Etwa 70 Prozent der in Deutschland benötigten Medikamente bzw. deren Wirkstoffe stammen aus Asien. Wirklich ins Bewusstsein deutscher Verbraucher ist diese Abhängigkeit von Importprodukten im Frühjahr 2020 gerückt, als viele bislang als selbstverständlich verfügbar angesehene Artikel aufgrund des Lockdowns in China nicht mehr verschifft wurden. Dieser Engpass war nur die Spitze des Eisbergs. Während deutsche Produkte eine immer kleinere Rolle auf dem europäischen Markt spielen, gewinnen chinesi-

sche Waren immer mehr an Bedeutung. So sorgte der fehlende Nachschub an Elektroschips dafür, dass deutsche Autohersteller die Produktion drosseln mussten und es bis heute zu Engpässen bei der Auslieferung von Neufahrzeugen kommt.

## China auf der Überholspur

Wie aus einer im September veröffentlichten Studie des Instituts der deutschen Wirtschaft (IW) hervorgeht, ist das Handelsdefizit im Vergleich zum Vorjahr leicht zurückgegangen. Gegenüber dem ersten Halbjahr 2022 sank der Außenhandel mit China in den ersten sechs Monaten dieses Jahres um rund 14 Prozent, die Ausfuhren sanken um über 8 Prozent, die Einfuhren um knapp 17 Prozent. Für Entwarnung sei es dennoch zu früh – bei wichtigen Industriegütern kann Deutschland noch immer nicht ohne China.

Der für deutsche Produktionsauslagerungen erforderliche Know-how-Transfer begünstigt Chinas Aufholjagd und ermöglicht es dem amtierenden Exportweltmeister, immer weiter in Branchen zu expandieren, in denen traditionell Deutschland die Nase vorn hatte. Noch sind deutsche Autos auf dem europäischen Markt vielfach vertreten und dank der großen Nachfrage aus China sind neben anspruchsvollen Industriegütern vor allem Luxuslimousinen ein wichtiges Exportgut Deutschlands.

Mit weitem Abstand folgen elektronische Bauteile und komplexe Maschinen. Doch in Sachen Elektrofahrzeuge ist China durch die bahnbrechende technische Entwicklung langhaltender Akkus im Begriff, den weltweiten Markt zu erobern und renommierte deutsche Hersteller abzuhängen: Die IW-Studie benennt ein Wachstum um unglaubliche 243 Prozent.

„Die Abhängigkeit von Importen aus China ist für Deutschland auch ein geopolitisches Risiko“, schätzt IW-China-Experte Jürgen Matthes die Lage ein. Im Falle eines Konflikts um Taiwan etwa wäre die deutsche Wirtschaft erpressbar. Sie müsse daher Wege finden, „sich von China zu emanzipieren.“

Besonders hoch – weit höher als von russischem Gas – ist die Abhängigkeit deutscher Hersteller von Lithium zum Bau von Batterien für E-Autos sowie den sogenannten „seltenen Erden“, die vor allem für den Bau von Hightech-Komponenten, etwa im Bereich erneuerbarer Energien, unverzichtbar sind. Die deutschen Autobauer sind angewiesen auf die

Akkus aus Fernost, denn rund ein Drittel der weltweiten Reserven befinden sich in China, wo sich auch die mit Abstand größte Minenproduktion befindet. Das IW hält diese Abhängigkeiten für eine gefährliche Entwicklung. Wirklich bedrohlich könnte die Situation für Deutschland werden, sollte die chinesi-

„Die Abhängigkeit von Importen aus China ist für Deutschland auch ein geopolitisches Risiko.“

Jürgen Matthes

Außenhandels-Experte Jürgen Matthes ist Leiter Themencluster Globale & regionale Märkte beim Institut der Deutschen Wirtschaft in Köln.

sche Regierung diese Abhängigkeit als Druckmittel oder gar als Waffe einsetzen.

### Handelspolitische Reaktionen erforderlich

Dass eine vollständige Entkopplung nicht im Interesse der Beteiligten liegen kann, haben die Sanktionen gegen Russland erst kürzlich gezeigt. Im Umgang mit China geht es nicht nur um wirtschaftliche Risiken, sondern um diplomatische Beziehungen und nationale Sicherheit. Jahrzehntlang hat die Politik den Handel mit China forciert, deutsche Bundeskanzler aller Regierungsparteien hielten sich regelmäßig auf Staatsbesuch im Reich der Mitte auf und demonstrieren freundschaftlichen Schulterchluss.

„Deutschland hat beim De-Risking von China noch einen langen Weg vor sich.“


**Jürgen Matthes**

Doch China hat sich verändert und versucht zunehmend, die Weltwirtschaft zu beeinflussen. Kritisch zu sehen ist in dem Zusammenhang auch der geplante Einstieg der chinesischen Staatsreederei Cosco in einen Containerterminal im Hamburger Hafen. Die chinesische Regierung verfolgt mit der Investition sicherlich nicht nur wirtschaftliche, sondern auch strategische Ziele.

Die Bundesregierung bemüht sich derzeit um handelspolitische Maßnahmen und setzt mit der kürzlich vorgestellten Chinastrategie auf „De-Risking“, also eine Streuung des Risikos einer Abhängigkeit durch diversifizierte Lieferketten und neue Handelspartner.

„Deutschland hat beim De-Risking von China noch einen langen Weg vor sich“, sagt Jürgen Matthes. „Um die Abhängig-



keitsrisiken besser einschätzen zu können, brauchen wir ein viel genaueres Monitoring. Die Bundesregierung ist in der Pflicht, die notwendigen Mittel für diese anspruchsvolle Aufgabe im Rahmen ihrer China-Strategie bereitzustellen“. Ob solche Initiativen die Risiken wirklich nachhaltig verringern können, bleibt umstritten. Für eine Abkehr ist der chinesische Markt für die meisten Unternehmen nach wie vor viel zu lukrativ – zudem hängen Millionen Jobs an den Geschäften mit China. 



## SAVE THE DATE

### TRANSFORMATION IM UNTERNEHMEN

*Das einzig Beständige ist der Wandel*

Business Talk mit Dr. Markus Elsässer,  
unabhängiger Investor, Buchautor und Manager

**Mo. 06.11.2023**

Technikumuseum Freudenberg

„OC Business Talks“ - Sind Sie dabei?

Dr. Markus Elsässer schafft es, schwierige Themen rund um das Unternehmertum auf den Punkt zu bringen und spricht dabei stets Klartext.

**Machen Sie mit!**

Ich freue mich, Sie persönlich in  
Freudenberg als Gast zu begrüßen.

Ihr Detlef Ochel



PERSONLICHKEITEN  
FINDEN + BINDEN  
 Ochel Consulting



# Angriffen auf Unternehmen vorbeugen

➔ Jedes zehnte Unternehmen in Deutschland ist von IT-Sicherheitsvorfällen betroffen. Das ergibt eine Ipsos-Umfrage im Auftrag des TÜV-Verbandes unter rund 500 deutschen Unternehmen ab 10 Mitarbeitern



**E**Als IT-Sicherheitsvorfall wurden dabei erfolgreiche Cyberangriffe auf oder ähnliche sicherheitsrelevante Vorfälle in Unternehmen definiert. Die 2021 gegründete SWF Beratung GmbH aus Lüdenscheid unterstützt gewerbliche Unternehmer, Existenzgründer und Kreditinstitute auch bei diesem wichtigen Thema mit maßgeschneiderten Beratungsleistungen, die Sicherheit und Schutz bieten. Durch die aktuellen, weltpolitischen Spannungen und neue technologische Entwicklungen, wie die rasant zunehmende Verbreitung von Künstlicher Intelligenz, steigen die Gefahren im Bereich Cybersicherheit für deutsche Unternehmen weiter an. Insbesondere der Krieg in der Ukraine erhöht nach Meinung von 58 Prozent der Befragten die Sicherheitsrisi-

ken deutscher Unternehmen. Phishing, also E-Mails, mit denen Schadsoftware verbreitet wird oder vertrauliche Daten abgegriffen werden, stellt derzeit mit 62 Prozent die häufigste Angriffsmethode dar. Die Relevanz des Themas liegt auch für die südwestfälische Wirtschaft auf der Hand. Denn es drohen im Ernstfall finanzielle Schäden, aber auch Produktionsstörungen und Kontaktabbrüche zu Kunden und Lieferanten.

Für Unternehmen und Gewerbetreibende ist es daher angeraten, frühzeitig und proaktiv tätig zu werden und alle Mitarbeitenden für sicherheitsrelevante Fragen zu sensibilisieren. So können potenzielle Angriffsflächen identifiziert werden. In speziellen Mitarbeiter-Workshops klären Experten der SWF Beratung GmbH

die Mitarbeiter des Unternehmens über gängige Betrugsmethoden auf und erarbeiten gemeinsam mit den Teilnehmern individuell zugeschnittene Vorsorge- bzw. Gegenmaßnahmen für das Unternehmen. Insgesamt möchte das Team der SWF Beratung GmbH heimischen Unternehmen helfen, auch künftig zukunftssicher und krisenfest zu bestehen und neue, junge Unternehmerinnen und Unternehmer auf dem Weg in die Selbstständigkeit begleiten. Etablierte Unternehmen werden u.a. im Bereich der Financial Chain beraten, also bei der Optimierung aller relevanten Finanzprozesse, sowohl unternehmensintern als auch unternehmensübergreifend. Relevant ist hier neben dem sogenannten 4-Augen-Prinzip auch die zielgerichtete Steuerung von Vollmachten oder der Einsatz spezieller Zahlungsverkehrssoftware. Um die heimische Gründungslandschaft in Südwestfalen zu fördern, unterstützt die SWF Beratung GmbH Existenzgründer bei der Businessplan-Erstellung oder der Entwicklung eines Unternehmenskonzeptes. Businesspläne sind bei der Inanspruchnahme von Gründungsförderprogrammen wie KfW-Krediten, aber auch bei einem Bankgespräch zur Unternehmensfinanzierung essenziell. **U**



Jan Zanger ist Geschäftsführer der SWF Beratung GmbH mit Sitz in Lüdenscheid.

# WESSLER & SÖHNGEN

## Steuerberatung

Nachhaltige, verantwortungsvolle  
und persönliche Beratung aus einer Hand



**Dipl. Vwvt Thilo Söhngen**

- Steuerberater und Fachberater für Unternehmensnachfolge
- Fachberater für Controlling und Finanzwirtschaft
- Testamentsvollstreckung



**Ellen Söhngen**

- Steuerberaterin und Fachberaterin für Unternehmenssanierung
- Testamentsvollstreckung



**Michael Knöpel**

- Steuerberater und Fachberater für Unternehmenssanierung
- Fachberater für Unternehmensnachfolge



**Susanne Büchel**

- Steuerberaterin und Fachberaterin für Unternehmensnachfolge
- Personalleitung



**Roland Stoerring**

- Steuerberater
- Verkehrssteuern
- Sozialversicherung



**Christina Kiefer**

- Steuerberaterin
- Unternehmensbesteuerung

### Wetter

Hauptstr. 4, 58300 Wetter (Ruhr)  
Tel. +49 23 35 / 63 00-0  
wetter@wessler-soehngen.de

### Schwelm

Friedrich-Ebert-Str. 42, 58332 Schwelm  
Tel. +49 23 36 / 47 28 8-0  
schwelm@wessler-soehngen.de



# Mittelstand goes digital: 7 Trends, die jeder kennen sollte

➤ Schnell, schneller, digitale Transformation. An Tempo mangelt es nicht, technologische Neuerungen spülen mit großer Geschwindigkeit auf den Markt. Auch der Mittelstand in Südwestfalen stellt die Weichen für eine smarte Zukunft. Doch welches Buzzword beweist Ausdauer und entpuppt sich langfristig nicht als Eintagsfliege? Folgende Trends rund um die Digitalisierung klingen nicht nur vielversprechend, sondern bieten tatsächlich spürbaren Mehrwert für Unternehmen

Text: Julia Wildemann



## Künstliche Intelligenz

KI-Lösungen werden in den kommenden Jahren eine entscheidende Rolle für die Wettbewerbsfähigkeit des deutschen Mittelstands spielen. Zehn Prozent aller Unternehmen nutzen bereits heute intelligente Systeme, jedes vierte will zeitnah in die zukunftsweisende Technologie investieren. Die Chancen

sind vielfältig: KI optimiert beispielsweise die Gewinnung von Daten (Information Processing), die Relevanzbewertung (Sentiment Analysis) oder die Analyse des Kundenverhaltens (Explainable AI). Mittelfristig wird Künstliche Intelligenz auch bei der Lösung von betriebswirtschaftlichen Fragestellungen unterstützen und Entscheidungsgrundlagen fürs Management liefern.

## Nachhaltigkeit

Mit Blick auf den eigenen ökologischen Fußabdruck ist die umweltschonende Nutzung von Ressourcen für Mittelständler eine enorme Herausforderung. Energieverbrauch, Materialien, CO<sub>2</sub>-Emissionen, Lieferketten, Mobilität – Nachhaltigkeit steht im Fokus. Die Einführung verbindlicher Standards zollt nicht nur neuen EU-Umweltschutzauflagen Rechnung, sondern ist auch Reaktion auf fortschreitenden Klimawandel und steigenden Kostendruck. Die Modernisierung bestehender Gebäudekomplexe oder Maschinenparks ist ein erster Schritt in Richtung einer nachhaltigen Unternehmenskultur. Doch dann müssen technische Veränderungen folgen. Die Digitalisierung ist ein wichtiger Baustein auf dem Weg zur Netto-Null.

## Smart Factory

Die intelligente Fabrik – im Digitalisierungssprech besser bekannt als Smart Factory – ist Mittelpunkt der Industrie 4.0 und setzt auf Automatisierung, Ro-

botik und Künstliche Intelligenz. Gemeint ist eine Produktionsumgebung, die sich eigenverantwortlich organisiert und flexibel auf Kundenanforderungen, Materialengpässe oder Änderungen im Herstellungsablauf reagiert. So steigt die Produktivität, gleichzeitig sinken die Produktionskosten. Die Basis bilden sogenannte Cyber Physical Systems, die intelligente Vernetzung zwischen Maschinen und Produkten ermöglichen. Die notwendigen Daten werden mit Hilfe von eingebauten Chips übertragen, Kommunikationsgrundlage bietet das Internet of Things.

### Compliance Management

Die Europäische Union kündigte 2020 weitreichende Digitalpakete an, die jetzt in Kraft treten. Beispiele sind der Artificial Intelligence Act (Umgang und Einsatz von KI), der Digital Markets Act (Wettbewerbsbedingungen in den digitalen Märkten) und der Digital Services Act (Schutz von Verbrauchenden) und einige weitere. Außerdem wurde ein neues Datenschutzabkommen für den Datentransfer zwischen EU und USA, das Trans-Atlantic Data Privacy Framework, geschlossen. Davon betroffen sind nicht nur Global Player, sondern auch der Mittelstand in Südwestfalen. Unternehmen sollten außerdem das Gesetz für faire Verbraucherverträge, die neue Netzwerk- und Informationssicherheitsrichtlinie

und das Onlinezugangsgesetz kennen, denn auch der deutsche Gesetzgeber rüstet auf.

### Führungskultur


Die Arbeitswelt befindet sich in einem stetigen Wandel. Plattformen wie Teams sind fester Bestandteil der Business-Kommunikation, digitale Tools ermöglichen individuelle Modelle mit hohem Remote-Work-Anteil. Arbeitnehmer planen ihre To-Dos selbstständig und passen ihre Umgebung je nach Bedarf an die Anforderungen unterschiedlicher Aufgaben an. Im Zuge dessen verändert sich auch die Führungskultur. Gefragt sind keine starren Vorgaben, sondern flexible Leitlinien, die befähigen, Potenziale zu erkennen und zu nutzen. Führungskräfte richten ihre Unterstützung konsequent an den Bedürfnissen ihres Teams aus – Stichwort Servant Leadership. Themen wie agile Führung, Arbeitsplatzgestaltung und Prozessmanagement sind omnipräsent.

### IT-Sicherheit

Die digitale Transformation bringt zahlreiche Vorteile mit sich, lässt gleichzeitig aber auch neue Problemfelder entstehen. Die Cyberkriminalität nimmt zu, 84 Prozent aller Unternehmen wurden 2022 Ziel von Attacken auf interne IT-Strukturen. Durch Sabo-

tage und Diebstahl entsteht der deutschen Wirtschaft jährlich Schäden in Höhe von rund 203 Milliarden Euro – eine alarmierende Entwicklung. Als Folge steigen die Anforderungen an Analytik, Datenschutz und Regulierung. KI-basierte Sicherheitssysteme können innerhalb kürzester Zeit auf Sicherheitsvorfälle reagieren. Des Weiteren kommen der Transparenz und Sichtbarmachung von Infrastrukturen, Datenströmen und Prozessen hohe Prioritäten zu, um sensible Punkte identifizieren und schützen zu können.

### Cloud-Dienste

Je digitaler ein Unternehmen, desto mehr Daten müssen gespeichert werden. Aber wo? Cloud-Systeme bieten leistungsfähige Server, hohe Sicherheit und reibungslose Arbeitsabläufe. Und das ohne die unternehmensinterne Infrastruktur auszubremsten. Hybride Lösungen kombinieren die Stärken von öffentlichen und privaten Cloud-Servern und ermöglichen es Entwicklerteams, eine maßgeschneiderte IT-Architektur zusammenzustellen. Auch hier setzt man auf Künstliche Intelligenz. Sie unterstützt bei der Verwaltung von großen Datenmengen, ohne das die Datenqualität leidet. Außerdem ermitteln die smarten Systeme selbstständig Datenmuster und speichern Erkenntnisse, auf die alle Abteilungen zugreifen können. 



**BECKER + PARTNER**

Wirtschaftsprüfer · Rechtsanwälte · Steuerberater



**MÄRKISCHE REVISION**

Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Klarer Blick auf  
wirtschaftliche  
Prozesse

Fachübergreifende  
Beratung aus einer  
Hand

[www.beckerpartner.de](http://www.beckerpartner.de)

**Standort Altena**

Linscheidstraße 46/48  
58762 Altena  
Tel.: 0 23 52 / 20 17-0

**Becker + Partner**  
Partnerschaftsgesellschaft mbB

**MÄRKISCHE REVISION GmbH**  
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

**Standort Dortmund**

Sebrathweg 20  
44149 Dortmund  
Tel.: 0 231 / 95 00 28-0



# Suchmaschinenoptimierung an einfachen Praxisbeispielen erklärt

➔ Eine digitale Suche ist ohne eine Suchmaschine heute kaum noch vorstellbar. Jedoch tun sich viele schwer, Suchmaschinen zu verstehen. Hier ein kurzer Einblick!



**S**tellen Sie sich vor, Sie müssen ein Formular ausfüllen. Ein gutes Formular gibt Ihnen klar und deutlich mit, welche Informationen benötigt werden, um das Formular sinnvoll zu füllen, sodass die Gegenseite alle Informationen hat, um den Sachverhalt zu verstehen.

Suchmaschinenoptimierung ist genau dasselbe für Websites: Wir haben alle unterschiedliche Websites: Online-Shops, Online-Magazine, Informationsseiten für Produkte und Dienstleistungen und viele mehr. Und die Suchmaschinenoptimierung ist eine Ansammlung von Maßnahmen, die dazu beitragen, unsere Website (das Formular) verständlich und ausführlich an Suchmaschinen (die Gegenseite) zu übergeben. Je mehr Informationen Sie der Suchmaschine geben und je konkreter Sie dabei sind, desto besser kann die Suchmaschine verstehen, für welche Keywords oder Inhalte Sie im Suchmaschinen-Index auftauchen möchten.


## Welche Ziele verfolgt die Suchmaschinenoptimierung?

Stellen Sie sich vor, wir hätten einen Blumenladen und in diesem unterschiedliche Bereiche: Zimmerpflanzen, Außenpflanzen, kleine Blumen, große Pflanzen etc. So haben Suchmaschinen eine unheimlich große Auswahl an Themen: Sportseiten, Online-Zeitungen, Unternehmenswebsites, Produkte etc. Und jetzt gilt es, den Nutzer richtig im Blumenladen zu führen: Damit er weiß, wo was liegt und was richtig gut zu ihm passen könnte, präsentieren wir im Blumenladen möglichst genau das, was er sucht. So wollen auch Suchmaschinen Ihnen unter dem jeweiligen Schlagwort genau das zeigen, was Sie wohlmöglich suchen. Dabei stützen sie sich auf Erfahrungswerte, die innerhalb des Browsers angereichert werden.

Das müssen Sie sich so vorstellen, als würden wir eine Strichliste machen, welche Artikel aus welchem Bereich unseres Blumenladens gut verkauft wer-

den. Diese treffen dann am ehesten die Suchintention unserer Kunden.

So machen das die Suchmaschinen auch. Sie versuchen immer, das beste Suchergebnis zu präsentieren und tasten sich da über Experimente heran. Wie lange bleibt jemand auf einer Website nach dem Klick? Geht er direkt wieder in die Suche zurück? Beendet er danach die Suche? Das ist wie bei unseren Blumen: Welche Blume wird besonders oft gekauft? Welche Blumen werden häufig reklamiert? Wann endet die Suche im Blumenladen? Ziel der Suchmaschinenoptimierung ist es, der Suchmaschine das Leben deutlich leichter zu machen. Wir sagen der Suchmaschine über verschiedene Strukturen, welche Inhalte wir präsentieren wollen und welches Angebot wir haben. So würden wir es im Blumenladen ja auch machen: Wir haben die und die Blumen, das müssen Sie beim Kauf dabei beachten und für den und den sind diese Blumen besonders geeignet. Und wir im Blumenladen entscheiden dann, wie es im Laden angeordnet wird. So auch die Suchmaschine in ihrem Index.

Sie sehen: Eigentlich ist Suchmaschinenoptimierung nicht schwer, es wird nur oft sehr schwer erklärt. Tragen Sie dazu bei, das Internet suchfreundlicher zu gestalten. Suchmaschinen, als auch dessen Nutzer, werden es Ihnen danken! 



Robin Matthäi von den German Digital Allstars.

# Wie die Inflation die Digitalisierung beeinflusst

➔ Der Einfluss der Inflation auf die Digitalisierung im Mittelstand: Herausforderungen und Chancen



Die Digitalisierung hat den Mittelstand in den letzten Jahren in vielerlei Hinsicht transformiert. Die fortschreitende Automatisierung, datengetriebene Prozesse und neue Geschäftsmodelle haben Unternehmen effizienter gemacht und neue Möglichkeiten eröffnet. Ein Faktor, der jedoch oft übersehen wird, ist die Inflation und wie sie die Digitalisierung im Mittelstand beeinflusst. Die Auswirkungen sind vielfältig und können Chancen bieten, aber auch Herausforderungen mit sich bringen.

## Kostendruck und Effizienzsteigerung

In Zeiten steigender Inflation können die Kosten für Rohstoffe, Materialien und Arbeitskräfte zunehmen. Dieser Kostendruck kann mittelständische Unternehmen dazu zwingen, ihre Geschäftsprozesse zu überdenken und

effizienter zu gestalten. Die Digitalisierung kann hier eine entscheidende Rolle spielen, indem sie Automatisierung, Datenanalyse und Prozessoptimierung ermöglicht. Durch den Einsatz digitaler Technologien können Unternehmen ihre Produktionskosten senken und gleichzeitig ihre Wettbewerbsfähigkeit erhalten.

## Fachkräftemangel und digitale Kompetenzen


Der Mittelstand steht oft vor der Herausforderung, qualifizierte Fachkräfte zu finden, insbesondere solche mit digitalen Fähigkeiten. In Zeiten hoher Inflation können Unternehmen Schwierigkeiten haben, Fachkräfte zu rekrutieren und zu halten, da Löhne und Gehälter möglicherweise nicht mit den gestiegenen Lebenshaltungskosten mithalten können. Hier besteht die Möglichkeit, interne Weiterbildungsprogramme zu implementieren, um bestehende Mitarbeiter auf die Anforderungen der digitalen Transformation vorzubereiten.

## Flexibilität und Anpassungsfähigkeit

Die Inflation kann zu einer erhöhten Volatilität auf den Märkten führen. Dies erfordert von mittelständischen Unternehmen eine erhöhte Flexibilität und Anpassungsfähigkeit. Diejenigen, die bereits digitale Technologien implementiert haben, sind besser gerüstet, um auf Veränderungen im Markt zu reagieren. Die Digitalisierung ermöglicht es Unternehmen, ihre Prozesse schnell anzupassen, neue Produkte

schneller auf den Markt zu bringen und auf sich verändernde Kundenanforderungen einzugehen.

## Fazit

Die Inflation stellt zweifellos eine Herausforderung für den Mittelstand dar, insbesondere im Hinblick auf Kosten, Finanzierung und Fachkräfte. Dennoch bietet die Digitalisierung auch in Zeiten der Inflation Chancen. Sie kann helfen, Kosten zu senken, Effizienz zu steigern und Unternehmen flexibler zu machen. Der Schlüssel liegt darin, die richtige Balance zwischen der Bewältigung kurzfristiger Herausforderungen und der strategischen Ausrichtung auf langfristigen Erfolg zu finden. Mittelständische Unternehmen, die die Potenziale der Digitalisierung nutzen und sich anpassen können, werden besser positioniert sein, um den Einfluss der Inflation zu bewältigen und nachhaltiges Wachstum zu fördern. 



Maximilian Hell ist Geschäftsführer der praedata GmbH in Nachrodt.

# Emotional Branding: Wie die Menschen hinter einer Marke den Erfolg beeinflussen

➔ Emotionen sind ein fundamentaler Treiber menschlichen Verhaltens. Sie beeinflussen unsere Entscheidungsprozesse, unsere Wahrnehmung und unsere Handlungen. In der Markenkommunikation ermöglichen Emotionen eine persönliche und menschliche Verbindung zwischen der abstrakten Idee einer Marke und den individuellen Empfindungen der Kunden



In einer zunehmend gesättigten und wettbewerbsintensiven Geschäftsumgebung hat sich gezeigt, dass in den letzten Jahren der Fokus auf den Menschen zunehmend gestiegen ist. Für Unternehmen ist es von entscheidender Bedeutung, sich von der Masse abzuheben. Gerade hier tragen vor allem die Menschen, die hinter und für die Marke stehen einen großen Teil zum Erfolg bei.


Kunden neigen dazu, Marken zu bevorzugen, die ihnen eine persönliche, emotionale Verbindung und ein Erlebnis bieten. So stellt jeder Berührungspunkt zwischen Kunde und Marke eine Möglichkeit dar, diese emotionale Beziehung zu stärken. Die entscheidende Rolle für das Vertrauen in eine Marke spielen hierbei die Mitarbeiter. Durch die Identifikation

mit der Unternehmenskultur werden sie zu Markenbotschaftern und tragen die Begeisterung authentisch nach außen an den Kunden. Die funktionalen Ebene einer Marke wird auf eine emotionale Ebene hervorgehoben. Kunden identifizieren sich nicht nur mit Produkten oder Dienstleistungen, sondern mit den Werten, Geschichten und Emotionen, die die Marke verkörpert. Dies führt zu einer tieferen, persönlichen Beziehung und langfristiger Markentreue.

Darüber hinaus ermöglicht emotionales Branding, einer Marke sich flexibel weiterzuentwickeln. Wenn Kunden eine starke emotionale Bindung haben, sind sie eher bereit, Veränderungen und Weiterentwicklungen einer Marke mitzutragen. Dies ist besonders wichtig in einer sich ständig

verändernden Geschäftswelt, in der Anpassungsfähigkeit ein Schlüssel zum Erfolg ist.

## Die Rolle von Emotionen in der Markenkommunikation

Angesichts der ständigen Veränderungen in Technologie, Gesellschaft und Konsumverhalten werden Unternehmen weiterhin gefordert sein, ihre Emotional Branding-Strategien anzupassen und zu erneuern. Durch die kontinuierliche Fokussierung auf Authentizität, Kreativität und die Bedürfnisse der Kunden können Unternehmen jedoch eine nachhaltige emotionale Verbindung aufbauen, die über die Zeit hinweg bestehen wird. In einer Zeit, in der Kundenbeziehungen von zentraler Bedeutung sind, ist Emotional Branding der Schlüssel zur Schaffung bedeutsamer und langanhaltender Marken. Der Erfolg eines Unternehmens hängt maßgeblich von dem Vertrauen in eine Marke ab und so prägt der Mensch nicht nur die Marke, sondern er macht sie aus. 



Arne Baganz ist Partner und Senior Manager Branding, Leadership, Culture und Coaching bei der WCG.





# Erfahrung und Kompetenz.

Regional verwurzelt.  
International vernetzt.





# Adieu, analoge Aktenberge

➔ Ob gedruckte Belege aus Papier oder digitaler Workflow mit mobilem Zugriff: In jedem Unternehmen sammeln sich Unmengen von Daten an, die letztlich irgendwie und irgendwo und vor allem nach den gesetzlichen Anforderungen von GoBD und DSGVO archiviert werden müssen. Neben Digitalisierungs- und Archivierungskonzepten im Rahmen von Scandienstleistungen implementiert die bmd GmbH aus Siegen seit vielen Jahren professionelle Dokumentenmanagement- und Workflow-Software für die revisions sichere Archivierung und Steuerung der Geschäftsprozesse



Steht Unternehmen und Organisationen auf dem Weg zum papierlosen Büro zur Seite: Jan Soose, Geschäftsführer der bmd GmbH in Siegen.

**PARTNER  
DES  
MITTEL  
STANDS**

dem Weg zum papierlosen Büro zur Seite steht: „Wer auf flexible Arbeitszeitmodelle, Mobilität und Kollaboration setzt, kommt gar nicht daran vorbei, die Abläufe sukzessive zu digitalisieren, um jederzeit und von überall auf die benötigten Daten zugreifen zu können“, stellt Jan Soose heraus.

Ein papierloses Büro bietet darüber hinaus weitere Vorteile: von banalen Dingen wie einem aufgeräumten Schreibtisch und weniger Kosten für Papier, Toner und Aktenordner bis hin zur Einsparung von Stauraum für die Aufbewahrung der Dokumente.

Ein gezielter und damit schnellerer Zugriff auf benötigte Daten spart zudem Zeit und sorgt für Agilität und eine erhöhte Transparenz. „Werden Routineaufgaben optimiert und manuelle Prozesse, die häufig fehleranfällig und unwirtschaftlich sind, durch digitalen Workflow ersetzt, sinkt das Geschäftsrisiko“, weiß Jan Soose: „Letztendlich hat ein elektronisches Dokumenten-Management das Potenzial, Geschäftspro-

**D**ie rasante technische Entwicklung gerade im Bereich der IT-basierten Prozesse hat auch das Familienunternehmen bmd GmbH stark geprägt: Was vor beinahe 50 Jahren mit analoger Mi-

kroverfilmung startete, hat der heutige Geschäftsführer Jan Soose zu einem modernen Anbieter für vielfältige Scanner-Dienstleistungen ausgebaut, der Unternehmen und Organisationen auf

zesse nachhaltig zu verbessern und ist Wegbereiter für strategische Entscheidungen, die den Unternehmenserfolg enorm steigern können.

## Digitaler Workflow

Die logische Weiterentwicklung der Digitalisierung aller vorhandenen Dokumente ist für Jan Soose die Begleitung seiner Kunden von der Übernahme der Scandienstleistungen hin zu eigenen digitalen Workflow-Lösungen wie einem sogenannten „Enterprise Content Management“ (ECM). Dazu setzt der Experte auf eine ausführliche und objektive Beratung: „Nicht

jede Lösung passt zu jedem Kunden. Eine umfangreiche Analyse und eine sorgfältige Prozessabbildung ist Basis für eine optimale Lösungsempfehlung und die Auswahl der passenden, auf die künftigen Anwendungen skalierbaren Tools.

Dazu sollten vorab die wichtigsten Abläufe, Engpässe und Frustrfaktoren identifiziert werden und folgende Fragen beantwortet werden: Wer ist an dem Prozess beteiligt? Muss das Dokument überprüft oder freigegeben werden? Wann ist eine Integration in ein anderes System oder eine ERP-Anwendung erforderlich? Möchten die Anwender von einem mobilen Gerät aus auf Dokumente zugreifen und Prozesse genehmigen? Wo werden die Daten schließlich gespeichert – soll möglicherweise auf eine Cloud zugegriffen werden? Erst nach der genauen Definition des Bedarfs und Zielsetzung kann die tatsächliche Umsetzung geplant werden.“

## Intelligente Prozesse

bmd ist autorisierter „Platinum Partner“ der Software „DocuWare“, die zu den führenden Systemen im Bereich ECM gehört. Neben dem Vertrieb der Archiv- und Dokumentenmanagement Software bietet bmd zertifiziertes Fach-

personal für die Konfigurationsentwicklung, die Installation der Software und die Schulung der Anwender. Voraussetzung für die Einführung und Umsetzung eines solchen komplexen Projektes sei laut Jan Soose eine sorgfältige Planung: „Auch wenn das ECM-System unternehmensweit eingeführt werden soll, beginnt die Implementierung idealerweise in einer Abteilung bzw. einem konkreten Prozess und wird dann schrittweise auf andere ausgeweitet. In der Praxis hat es sich bewährt, die Abteilung mit den größten Erfolgsaussichten und dem schnellsten Return on Investment als Pilotprojekt auszuwählen.

Nach dem ersten Rollout von ECM-Funktionen – vielleicht rund ein halbes Jahr nach dem Start des Projektes – ist es Zeit für eine erste Überprüfung der Fortschritte, die das Unternehmen bislang erreicht hat.“


Die Einführung von ECM bringt für alle Beteiligten einschneidende Veränderungen mit sich und erfordert die Akzeptanz der Menschen, die fortan täglich mit dem neuen System arbeiten sollen. „Der entscheidende Schritt ist, die Mitarbeiter bereits zu einem frühen Zeitpunkt in die Planungen einzubinden und zu ihren täglichen Aufgaben zu befragen“, rät Jan Soose. Ein weiterer Punkt sei die gründliche Schulung, um Sicherheit in der Anwendung zu vermitteln. Und schließlich sollte die Geschäftsleitung deutlich kommunizieren, dass Prozessautomation nicht mit einem Verlust von Arbeitsplätzen gleichzusetzen sei. Es sollen Routineaufgaben optimiert werden, damit sich die Mitarbeiter auf das Lösen von Problemstellungen konzentrieren können, bei denen Technologie nicht greift. „Die Arbeit wird dadurch aufgewertet, dass die Automation ein intelligenteres Arbei-

ten ermöglicht. Je eher den Leuten der Mehrwert klar ist, den das ECM-System bringt, desto größer ist die Akzeptanz und die Motivation, die neuen Möglichkeiten zu nutzen.“

## Klasse statt Masse

Untrennbar vom Qualitätsanspruch gegenüber den Auftraggebern ist für Jan Soose die interne Unternehmenskultur, die nach seiner Auffassung Grundlage des Erfolgs ist. Wachstum bedeutet für den Unternehmer nicht zwingend ein großes jährliches Umsatzplus, sondern in erster Linie eine kontinuierliche Verbesserung der Qualität, die sich nur mithilfe eines qualifizierten und gleichzeitig zufriedenen und motivierten Teams realisieren lasse. „Die Grundlage unserer Arbeit im Umgang mit vertraulichen Unterlagen ist absolute Verlässlichkeit. Wir setzen auf langfristige Beschäftigungsverhältnisse, faire Arbeitsbedingungen und Festanstellungen.“

Die Liste der namhaften Betriebe, Dienstleister und Behörden in der Region, die zum Teil schon seit Jahrzehnten die Dokumentenarchivierung dem Expertenteam von bmd anvertrauen, ist beeindruckend lang. Die Art der Aufträge erstreckt sich von der einmaligen Digitalisierung und Konservierung historischer Unterlagen bis hin zur

täglichen Anlieferung umfangreicher Dokumentenmengen aller Formate. 

„Je eher den Leuten der Mehrwert klar ist, den das ECM-System bringt, desto größer ist die Akzeptanz und die Motivation, die neuen Möglichkeiten zu nutzen.“

Jan Soose

„Wer auf flexible Arbeitszeitmodelle, Mobilität und Kollaboration setzt, kommt gar nicht daran vorbei, die Abläufe sukzessive zu digitalisieren.“

Jan Soose



**bmd GmbH**

Schmiedestraße 11

57076 Siegen

Telefon 0271 / 77 25 00

E-Mail: [info@bmdsiegen.de](mailto:info@bmdsiegen.de)

[www.bmdsiegen.de](http://www.bmdsiegen.de)

# Von Küssen, Mut und Badelatschen

➤ Die Kreativagentur VIEREINHALB liefert Leidenschaft ohne Kuschelkurs. Sie hilft Unternehmen dabei, sich selbst besser kennenzulernen, um dadurch mit mehr Selbstvertrauen in die Zukunft zu starten. Welche Witze sie ihren Kunden dabei auftischen, wonach ihre Bäckchen als Kind gerochen haben und warum ihre Zehenpartie immer gut belüftet ist? Die Agenturgründer Fabian Aufderheide, David Spieler und Sebastian Uting verraten es hier

**PARTNER  
DES  
MITTEL  
STANDS**



Die Agenturgründer Fabian Aufderheide, David Spieler und Sebastian Uting.

sich wie ein fieser Ohrwurm nicht mehr aus dem Kopf bringen lässt, das ist die Kunst, die Produkte und Unternehmen einzigartig macht. Zum Glück gibt es bei VIEREINHALB.

## Küssen, ja. Kuscheln, nein.

Nächstes Jahr feiern die Sauerländer ihr 10-jähriges Agenturjubiläum. Seit Sebastian Uting, David Spieler und Fabian Aufderheide VIEREINHALB im Jahr 2014 gegründet haben, wollten schon einige Unternehmen einen ersten Kuss. Den gibt es bei VIEREINHALB aber erst nach einem Date und auch nur ohne Kuschelkurs. Denn die Devise der Kreativen ist klar und deutlich: Es braucht mutige Werbung. Kampagnen, die Kante zeigen, Stellung beziehen und Lust auf etwas Neues machen. „Zu zeigen, wer man ist, macht dabei natürlich auch angreifbar“, sagt Sebastian Uting. „Zu sein, wie alle anderen, macht uns austauschbar“, fügt er mit verheißungsvoller Miene hinzu. Hier brauchen Unternehmen einfach mehr Selbstvertrauen, um zu einer echten Marke zu werden. Und genau da kommt wieder die Kunst ins Spiel: Das Feingefühl, die perfekte Balance und eine scharfe Ausrichtung der Marke.

„Wir brauchen keinen Witz, der jedem ein müdes Lächeln abringt. Wir brauchen einen Witz, der unsere Zielgruppe so zum Lachen bringt, dass sie sich kaum halten kann. Denn nur dann erzählt man den Witz weiter“, veranschaulicht David Spieler die einleuchtende Vorgehensweise der Markenbildung bei VIEREINHALB. Zu

**K**ennen Sie noch den Namen Ihrer ersten großen Liebe? Vermutlich werden Sie diese Frage ohne lang zu grübeln mit „Ja“ beantworten. Zu viele Emotionen, Bilder, Gerüche und Erinnerungen verbinden Sie damit, als könnten Sie sie vergessen haben. Kennen Sie auch noch den Namen der Creme, die Ihre Mutter Ihnen als Kind auf die Bäckchen schmierte?

Klar, denn mit Marken ist es das Gleiche. Das Gefühl von Geborgenheit, die blaue Dose mit dem weißen Schriftzug, der Duft. Nur wenige Marken schaffen es natürlich, sich mit dem ersten Kuss zu messen (zum Glück). Aber doch gibt es das Unterbewusste, dass uns nochmal hinschauen lässt, wenn wir eine Werbung sehen oder eben nicht. Der kurze Moment, der Interesse, Begierde oder Neugierde weckt. Wer in der Masse untergeht und macht, was alle machen, wird bestenfalls vergessen, vermutlich aber gleich übersehen.

Doch um anders zu sein, braucht es Mut – als Mensch und als Marke. Natürlich hätte man damals auch sagen können: „Diese blaue Dose, da weiß doch keiner, was drin ist. Schreib doch auch mal alle Vorteile auf die Verpackung. Und dieser Duft. Vanille ist doch jetzt im Trend.“ Aber zu tun, was alle tun, ist eben nicht das Geheimnis. Eine Marke zu erschaffen, die

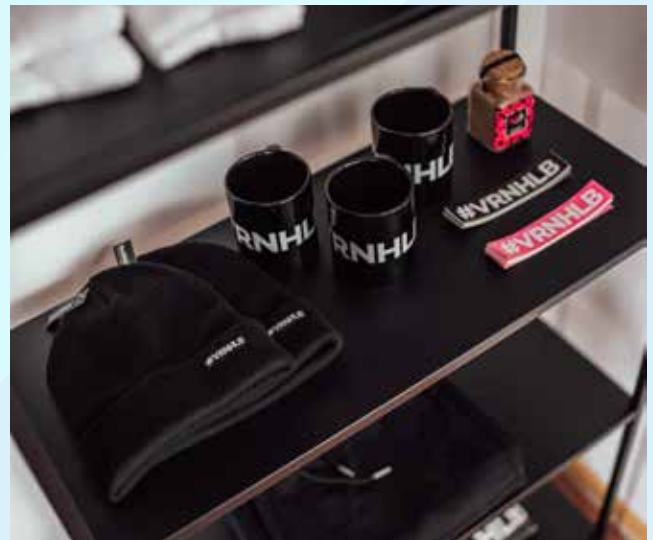
## Über VIEREINHALB

Die Kreativagentur VIEREINHALB mit Sitz in Schmallenberg entwickelt schlagkräftige Werbung für mutige Marken. Ein 25-köpfiges Team kümmert sich hier um sämtliche Belange der Kundschaft, von Markenentwicklung und Strategie über Design bis zum digitalen Marketing über alle Kanäle. Geführt werden die Geschäfte von David Spieler, Sebastian Uting und Fabian Aufderheide.





Foto: Grand Visions



Ausgezeichnet: „German Brand Award“ für den neuen MAREDO Look.


wissen, was die eigene Marke ausmacht, ist dabei der Schlüssel. Häufig ist das den Unternehmen allerdings gar nicht so klar. Deshalb werden bei VIEREINHALB nicht nur Marken geschaffen. Die Crew kümmert sich auch darum, sie zu schärfen und zukunftsfähig auszurichten – on- und offline. „Die Finessen liegen hierbei oft im Detail. Unterbewusst beeinflusst uns so viel mehr, als wir aktiv wahrnehmen. Zum Beispiel entscheidet ein Web-auftritt innerhalb von Sekunden darüber, ob wir uns überhaupt anschauen wollen, was hier angeboten wird oder nicht“, sagt Fabian Aufderheide, dessen Herz unverkennbar für die Programmierung schlägt.

### Von Stolz und geschwollenen Logos

Den Zauber der eigenen Marken-DNA nutzt die Kreativagentur natürlich auch

selbst. Sich für andere zu verbiegen oder die eigene Identität durch Ja-Sagen für den Etat zu verfälschen, ist bei VIEREINHALB keine Option. Hier kann es gut und gerne passieren, dass die kreativen Köpfe Ihnen in Badelatschen und Tennissocken die Tür öffnen (natürlich nur mit VIEREINHALB-Branding drauf). Branding ist hier eben so eine Sache. Wenn der Agentur-Hoodie mit plakativem VIEREINHALB-Logo auf der Brust jedoch dafür sorgt, dass selbige vor Stolz anschwillt, dann ist das eben genau das Gefühl, das man nicht mehr vergisst. Dann geht es um viel mehr als ein Sweatshirt, das wärmt. Genau diese Wärme der ganz besonderen Art schafft die VIEREINHALB-Crew auch in den Unternehmen.

„Der Moment, wenn Kundinnen und Kunden voller Stolz auf unser Projekt blicken, weil sie sich selbst darin wiederfinden, aber doch überrascht sind, was


in ihnen steckt, ist der, für den wir jeden Tag antreten“, sagt David Spieler. Und manchmal eben auch in Badelatschen. 




**VIEREINHALB**

**VIEREINHALB GmbH**

Weststraße 11  
57392 Schmallenberg  
Tel.: 02972 / 962 777 0  
hallo@viereinhalb.io  
www.viereinhalb.io

 viereinhalb.io

 @viereinhalb

# Krisen meistern und (auf) die Zukunft bauen

**PARTNER  
DES  
MITTEL  
STANDS**

➤ In Hemer ist ein Bauunternehmen zu Hause, das auf über 150 Jahre Firmengeschichte zurückblicken kann. Verfuß steht für Tradition und Innovation, die Familie setzt seit 1872 architektonische Zeichen innerhalb der südwestfälischen Baulandschaft. In dieser Zeit gab es nicht nur Hochphasen, sondern auch Herausforderungen. Wie man sich denen erfolgreich stellt, weiß Georg Verfuß. Er führt das Unternehmen in der vierten Generation und verrät, warum die Energiewende eine enorme Chance für den Bausektor sein kann



Das Bauunternehmen Verfuß feierte im vergangenen Jahr sein 150. Jubiläum.

„Die Branche befindet sich aktuell im Krisenmodus“, stellt Georg Verfuß fest. „Steigende Bauzinsen, explodierende Materialpreise und Auftragsstornierungen in Millionenhöhe beherrschen die Medien.“ Man blicke auf eine 12-jährige Phase des Aufschwungs zurück – dann kamen Corona-Pandemie und Ukraine-Krieg. „Die Zeiten der Niedrigzinsen sind vorbei und werden auch so schnell nicht wiederkommen. Es ist aber zu erwarten, dass sich der Markt in den kommenden Monaten wieder abkühlt. Der Höhepunkt ist überschritten.“ Doch das sei nur ein Teil der Wahrheit. „Gleichzeitig herrscht enormer Bedarf. Beispielsweise im Wohnsektor. Laut Studien fehlen deutschlandweit über 700.000 Wohnungen – das größte Defizit seit 20 Jahren. Es ist also definitiv Potenzi-

al vorhanden“, weiß Verfuß. Die Rahmenbedingungen seien jedoch nicht optimal. „Investoren und Projektplaner warten auf Zeichen aus der Politik. Gezielte Förderungen oder die Möglichkeit erhöhter Abschreibungen ... Es müssen definitiv Maßnahmen ergriffen werden, um den Bau von Wohnraum anzukurbeln.“

## Starke Wurzeln in Südwestfalen

Der Bauunternehmer und sein Team planen Lebens- und Arbeitsräume für öffentliche und private Bauherren. Man konzentriert sich auf Südwestfalen und Umgebung, ist hauptsächlich im Sauerland, Rheinland, Ruhrgebiet und Bergischen Land aktiv. „Wir reagieren flexibel auf den konkreten Bedarf unserer Auftraggeber“, weiß

Benjamin Kreuzer, Teil der Geschäftsführung und Leiter der 2010 gegründete Niederlassung in Köln. Auch in Wipperfürth befindet sich ein Verfuß-Standort. „Als Generalunternehmer führen wir entweder ganzheitlich durch den gesamten Bauprozess oder konzentrieren uns als Spezialist auf Planung und Rohbau.“ Firmengründer und Maurermeister Christian Joseph Verfuß zog mit Handkarren durch Hemer. Eines seiner ersten Bauprojekte, die Gaststätte Mettgenpin in Sudwig, prägt bis heute das Ortsbild. 1982 stieg Urenkel Georg Verfuß ins Unternehmen ein und legte den Fokus auf den Schlüsselfertigbau und die Altbausanierung.

## Energetische Sanierung als Motor

„Die Politik hat sich klare Ziele gesetzt. Aber ohne eine Anpassung des Baubestandes wird der Klimawandel nicht



Die Geschäftsführung des Unternehmens: Benjamin Kreuzer, Georg Verfuß und Henning Treude.





gelingen“, ist sich der Bauunternehmer sicher. Er sieht im Bereich energetische Sanierung enorme Chancen für die Branche. „Der Einbau von effiziente Heizanlagen – beispielsweise Wärmepumpen – können in ein schlecht gedämmtes Gebäude ist sinnlos. Man baut ja auch keinen Porsche-Motor in einen Käfer ein.“ Das treffe nicht nur auf Ein-Fami-

lien-Häuser, sondern auch auf Industrie- und Gewerbebauten zu. „Die Energiekosten haben sich zu einem entscheidenden Faktor entwickelt“, so Verfuß. „Der Gebäudebestand muss also umfassend ertüchtigt werden, damit langfristig eine zukunftsfähige und gesetzeskonforme Produktion möglich ist.“ Das Unternehmen ist Mitglied in der Deutschen Gesellschaft für nachhaltiges Bauen (DGNB) und beschäftigt Energieberater sowie einen Nachhaltigkeitsmanager.

### Leidenschaft für Qualität

„Mit dem Einsatz neuester Technologien aus den Bereichen Anlagentechnik und Baustoffe planen und bauen wir für unsere Kunden nachhaltige und effiziente Wohn- und Industriegebäude. Wir planen und bauen Projekte über den Mindeststandard hinaus und erfüllen so die verschiedenen KfW-Anforderungen bis hin zum Passivhaus“, erklärt Henning Treude, zuständig für den kaufmännischen Part innerhalb der Verfuß-Geschäftsleitung. Bauen ist für das Unternehmen kein Mittel zum Zweck, sondern Herzensangelegenheit. Das Team aus Ingenieuren, Architekten, Bauleitern, Beton- und Stahlbaumeistern, Maurermeistern und Facharbeitern punktet mit fundiertem Fachwissen und gibt für jedes Projekt 150 Prozent. Damit das so bleibt, schuf

das Bauunternehmen am Standort in Hemer bereits vor über zehn Jahren das Bau-Innovationszentrum. Die Einrichtung bietet den 120 Mitarbeitern Raum für Kommunikation und Weiterbildung. Vorträge, Workshops oder Ausstellungen – die Räumlichkeiten werden vielfältig genutzt. Hier finden außerdem zweimal pro Jahr die Verfuß-Akademietage

statt. Dann stehen neben praxisnahen Schulungen auch Teambuilding-Angebote auf dem Programm. „Der Bausektor befindet sich im stetigen Wandel. Wir werden mit zukunftsweisende Materialien und moderner Anlagentechnik konfrontiert“, so Verfuß. „Deshalb ist es heute wichtiger denn je, am Puls der Zeit zu sein und ganz bewusst in das interne Know-how zu investieren. Wir möchten unseren Mitarbeitern Perspektiven bieten. Und das auch in Krisenzeiten.“

„Laut Studien fehlen deutschlandweit über 700.000 Wohnungen – das größte Defizit seit 20 Jahren. Es ist also definitiv Potenzial vorhanden.“

**Georg Verfuß**

### Revitalisierung Schritt für Schritt

Grundlage für die Gebäudesanierung bildet eine umfassende Begutachtung des Status Quo. Für die Analyse von Bausubstanz und Anlagentechnik kommt moderne Technik in Form von Thermografiekameras und Strömungs- sowie Feuchtemessgeräte zum Einsatz. Mit deren Hilfe wird überprüfen die Bauexperten aus dem Hause Verfuß, an welchen Stellen die Immobilie Energie verliert oder benötigt. Der Haus-Check dient als Grundlage für die Erarbeitung des Sanierungskonzeptes, das energiesparende Maßnahmen sinnvoll zusammenstellt.

- Schadensanalyse aller Bauschäden: Expertise mit Handlungsempfehlungen und Kanaluntersuchungen
- Energetische Sanierung: Energiekonzept mit verschiedenen Sanierungsvarianten, Energieausweis, Thermografie und Blower-Door-Test (Messung von Luftdichtheit in Gebäuden)
- Umbau und Anbau im Bestand: Individuelle Planungen für Ihr zukunftsgerechtes Wohnen, fachmännische Empfehlungen, planerische Kompetenz

**VERFUß**  
BAUEN SEIT 1872.


**Verfuß GmbH**


Mendener Straße 40 · 58675 Hemer

Tel.: 02372 / 92710

info@verfuss.de

www.verfuss.de

 Verfuß

 @Verfuss



# Persönlich. Kompetent. Verlässlich.

➤ „Immer da, immer nah“: Das gilt bei der Provinzial nicht nur für Privatkunden. Die Provinzial-Agentur von Michaela Freiburg an der Baarstraße in Iserlohn ist seit jeher ein zuverlässiger und vor allem kompetenter Partner, wenn es darum geht, auch für Gewerbekunden maßgeschneiderte, individuelle Versicherungs- und vor allem Risikokonzepte zu entwickeln. Dabei garantiert die Agenturleiterin: „Verlässlichkeit ist unser oberstes Prinzip“




„Immer da, immer nah“ und ein eingespieltes Schutzengel-Team: Provinzial-Geschäftsstellenleiterin Michaela Freiburg (3. v. l.), Peer Witt, Babette Merz und Sandra Hinz.

Unternehmen brauchen ganz andere Versicherungskonzepte als Privatkunden. Sie müssen sich gegen zahlreiche Risiken absichern, dabei brauchen sie die Gewissheit einer schnellen Hilfe und Abwicklung im Schadensfall. Cyberkriminalität ist hier ein ganz wichtiges Thema. „Neben den akuten wirtschaftlichen Schäden droht ein tiefgreifender Vertrauensverlust“, erklärt Michaela Freiburg, die ihren Kunden den persönlichen Kontakt zu festen Ansprechpartnern, verlässlichen Terminen, genauso wie die schnelle Hilfe im Schadensfall garantiert. „Immer da, immer nah“ eben. „Wir sind in der Lage, auch höhere Schäden unkompliziert und kurzfristig abzuwickeln.“ Michaela Freiburg leitet die Provinzial-Geschäftsstelle, in der sie selbst 1988 ihre

Tätigkeit bei der Provinzial begann, seit 2010 und ist seit 2022 Mitglied im Paula Netzwerk. Gemeinsam mit ihren vier Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, darunter ein Auszubildender, berät sie Privat- und Gewerbekunden aus dem Märkischen Kreis und der angrenzenden Region im gesamten Versicherungswesen.

Das Schutzengel-Team Iserlohn legt größten Wert auf eine bedarfsgerechte Beratung und individuelle Lösungen. „08/15 gibt es hier nicht!“, sagt Michaela Freiburg, deren Team-Mitglieder sich deshalb nicht als Verkäufer sondern eher als Entscheidungsgrundlagengeber verstehen. Um das zu gewährleisten, bildet sich die gesamte Agentur, nicht nur im Rahmen der gesetzlichen Vorschriften, stetig weiter.

**PARTNER  
DES  
MITTEL  
STANDS**

Schadensfälle werden immer vor Ort besichtigt und dokumentiert. Um eine kurzfristige Abwicklung zu gewährleisten, unterstützt das Team auch in der Vermittlung von qualifizierten Fachfirmen. Dabei nutzt die Agentur die Möglichkeit, vor allem ihre Gewerbekunden untereinander zu vernetzen. Peer Witt, Mitarbeiter im Team von Michaela Freiburg, ist ebenfalls ausgebildeter Gewerbefachberater, also darauf fokussiert, mittelständische Unternehmer im Bereich von Personen- und Sachversicherungen abzusichern und sich außerdem um die privaten Versicherungsanliegen von Unternehmern, Gewerbetreibenden und Selbstständigen zu kümmern. Dazu nutzt er das starke Produktportfolio der Provinzial mit innovativen Beratungstools. 

**PROVINZIAL** 

**Provinzial Geschäftsstelle Freiburg**

**Ansprechpartnerin:**

**Michaela Freiburg**

Baarstraße 146 · 58636 Iserlohn

Tel.: 02371/40042

freiburg@provinzial.de

www.provinzial.de/west/freiburg

 [provinzial.freiburg](https://www.facebook.com/provinzial.freiburg)

 [@provinzial\\_freiburg](https://twitter.com/provinzial_freiburg)

# Unternehmensverkauf: Mit Struktur statt unter Wert

**PARTNER  
DES  
MITTEL  
STANDS**

➔ Südwestfalen ist die Heimat des starken Mittelstands. Hier treffen Hidden Champions auf Familienunternehmen, die seit Generationen die lokale Wirtschaft prägen. Jutta Fritsch und Thomas Winkler von der Märkische MittelstandsConsult GmbH (MMC) begleiten Mittelständler von der Gründung bis zum Unternehmensverkauf. Letzteres kann besonders in Krisenzeiten eine Herausforderung sein – welche Fehler man unbedingt vermeiden sollte

Jutta Fritsch und Thomas Winkler sind die Geschäftsführer von MMC in Lüdenscheid.



## Vorbereitung entscheidend für Kaufpreis

Man solle genügend Vorlauf einplanen und einem klaren Fahrplan folgen, bei dem ein Schritt auf dem anderen aufbaut. „Wer frühzeitig die Weichen stellt und jemanden ins Boot holt, der die Sprache des Mittelstands spricht, vermeidet Enttäuschungen. Wir kennen die Unternehmensstrukturen in der Region genau und wissen, worauf es ankommt“, so Winkler. Grundlage für den Verkauf bildet eine intensive Vorbereitungsphase, während der man sich gründlich mit dem eigenen Unternehmen auseinandersetzt, Ziele absteckt und Dealbreaker festlegt. „Der Prozess

„Der Prozess startet nicht erst mit der Bewertung. Vorher geht es darum, alle Unternehmensbereiche genau zu analysieren.“

**Jutta Fritsch**

greift bei Bedarf auf ein großes Netzwerk an Spezialisten zurück.“

## Unternehmensverkauf nicht business as usual

Im nächsten Schritt erstellen die Unternehmensberater ein aussagekräftiges Unternehmensexposee, mit dessen Hilfe potenzielle Käufer gezielt angesprochen werden. Fehlende Struktur und utopische Preisvorstellungen seien die häufigsten Fehler, die rund um den Unternehmensverkauf gemacht werden. „Der Unternehmer hat sein Alltagsgeschäft fest im Griff. Der Verkauf des Unternehmens ist aber nicht alltäglich“, betont Winkler. „Deshalb macht es definitiv Sinn, einen Partner an seiner Seite zu haben, der durch den Prozess führt.“



**Märkische MittelstandsConsult GmbH**

Buckesfelder Str. 102

58509 Lüdenscheid

Tel.: 02351 / 673300

info@mmc-luedenscheid.de

www.mmc-luedenscheid.de

**D**as Institut für Mittelstandsforschung (IfM) schätzt, dass bis zum Jahr 2026 bundesweit 190.000 Unternehmen den Besitzer wechseln werden, allein 40.000 in Nordrhein-Westfalen. „Einfach mal machen funktioniert in den wenigsten Fällen. Je besser die Vorbereitung, desto besser das Ergebnis“, weiß Thomas Winkler, Geschäftsführer von MMC. Die Unternehmensberatung mit Sitz in Lüdenscheid betreut Mittelständler aus Südwestfalen rund um die Themen Finanzierung, Controlling und Sanierung. Steckenpferd des erfahrenen Teams ist der Unternehmensverkauf. „Die Komplexität des Prozesses wird häufig unterschätzt. Der Zeitfaktor ist entscheidend.“

„Wer frühzeitig die Weichen stellt und sich jemanden ins Boot holt, der die Sprache des Mittelstands spricht, kann langfristig bessere Ergebnisse erzielen.“

**Thomas Winkler**

Eins. Umfassende Beratung aus einer Hand ist unsere Stärke“, so Fritsch. „Unser Team ist breit aufgestellt und

# Wie Familienunternehmen den Fachkräftemangel überwinden können

**PARTNER  
DES  
MITTEL  
STANDS**

➤ Der Fachkräftemangel ist in den letzten Jahren zu einem ernsthaften Problem geworden. Unternehmen kämpfen um qualifizierte Mitarbeiter auf allen Ebenen, nicht nur um die hochbegehrten Fach- und Führungskräfte. Ein gutes Employer Branding ist wichtiger denn je



Die Melitta Group setzt seit 2019 auf strategisches Arbeitgebermarketing in Zusammenarbeit mit der FETTE BEUTE Gruppe.

## Arbeitgebermarke gehört in die Chefetage

Heute sollte das Thema Employer Brand im C-Level verankert sein und mit der gleichen Priorität bedacht werden, mit der über lange Jahre dem Thema Vertrieb begegnet wurde. Der Wunsch nach Wachstum wird in heutigen Zeiten nicht durch weitere Sales-Aktivitäten, sondern vor allem durch mehr Fokus und Aktivitäten zur Bindung und Gewinnung von Fachkräften beantwortet.

Menschen fehlen und die Situation wird sich nicht verbessern. Die Lösung: eine ernsthafte Priorisierung des Themas Arbeitgeberqualität und damit auch der Arbeitgebermarke im Unternehmen.

Das heißt konkret: Verankerung des Themas Employer Brand im C-Level und Management-Austausch über Themen wie Ziele, Haltung, Werte, Menschen, Kultur, Führungsqualität und Bindung im generellen Unternehmenskontext und auf Basis der dafür relevanten KPIs (so wie in anderen Bereichen, Sales voran, üblich).

Insbesondere Unternehmen, die aktuell stark nach Zahlen geführt werden, laufen Gefahr, ihre hohe Wirtschaftlichkeit auf Dauer zu verlieren, weil vernachlässigt wird, in gleichem Maße auch auf die Zufriedenheit der Mitarbeiter

**F**rüher war das Thema Vertrieb Kernanliegen nahezu eines jeden Unternehmens. Heute sind es die Fachkräfte. Sie zu halten und zu binden, stellt vor allem die Unternehmen vor immense Herausforderungen. Einige haben inzwischen den Fokus auf die Anforderungen der Arbeitnehmenden gerichtet. Andere haben diesen Wandel noch nicht vollzogen und sehen die Folgen. Probleme, Wachstumsstagnation, dazu sinkende Zufriedenheit im Unternehmen: eine Gemengelage, die zu einer Abwärtsspirale führen kann. Um dagegen anzugehen, braucht es Strategien und oft grundlegende

Anstrengungen zur Veränderung.

Es gibt immer noch Versuche, dem Fachkräftemangel mit immer lauter getrimmten Social-Media-Kampagnen zu begegnen. Nicht selten lässt man diese dann von Azubis ausgestalten, die den nativeren Zugang zu digitalen Medien haben. Aber das ist zu kurz gedacht: Die Behebung des Fachkräftemangels - ja, die in Teilen vorherrschende regelrechte Arbeiterlosigkeit - bedarf einer umfassenden Strategie zum Aufbau einer wettbewerbsstarken Arbeitgebermarke. Kommunikative Schnellschüsse sind da nicht die Lösung.





### Was Employer Branding in der Hotellerie leisten kann – The Chocolate on the Pillow Group

Ein Unternehmen, welches Arbeitgebermarke sehr wichtig nimmt: The Chocolate on the Pillow Group, ein Multibrand Hotel Operator aus Köln im Workshop mit der FETTE BEUTE Gruppe.



zu schauen. Die Schiefelage von hohem wirtschaftlichem Erfolg und deutlicher Unzufriedenheit in der Belegschaft und die daraus resultierende hohe Fluktuation als auch der hohe Krankenstand sind ein häufig zu beobachtendes Phänomen.

### Erfolgsfaktor Mensch im Auge behalten

Oft und bestenfalls fehlen die passenden Reporting-Strukturen an die Geschäftsführung und Gesellschafter. So fehlt die Möglichkeit, bei guten Zahlen auf eine mittlerweile eben genauso wichtige

Die FETTE BEUTE Gruppe gehört zu den deutschlandweit wenigen Spezialisten, die beim Aufbau einer Arbeitgebermarke sowohl die internen Aspekte - Leadership und Organisationsentwicklung – als auch die externen Aspekte der Marke(n) in der Veränderungskommunikation managen. Zu den Kunden der FETTE BEUTE Gruppe gehören deutschlandweit bekannte Unternehmen wie KIK, Hermes und die Melitta Group, darunter auch südwestfälische Betriebe wie Mubea, Kemper oder brill+adloff. Damit ist die FETTE BEUTE der Ansprechpartner für führende Familienunternehmen im Bereich Employer Brand – und hat diesem Thema nicht zuletzt durch die Gründung der Strategie- und Organisationsberatung triJen im Jahre 2020 noch einmal zusätzliches Gewicht und die Expertise gegeben, die ein professioneller Angang an dieses zentrale Zukunftsthema gebietet.

Säule des Erfolgs - die Mitarbeiter - zu schauen. Kommt die „schlechte Stimmung“ dann „oben“ an, haben sich meist auch schon Empfindungen und Stimmungen gefestigt, die dann umso schwerer wieder zu beheben sind und dazu führen, dass die eigentlich ja so notwendigen neuen Mitarbeiter durch aktuelle, öffentliche, schlechte Bewertungen abgeschreckt werden und fernbleiben.


Ein Umstand, der die Situation nur verschärft. Eine unzufriedene Mannschaft noch antreiben zu müssen, ist eine undankbare Aufgabe für jede Führungskraft und führt auch nicht zu der Inspiration, Geschwindigkeit und Mitwirkung, die ein Unternehmen braucht, um zu wachsen.

Heißt auch: laufende Optimierung des Produktes „Arbeitsstelle“ unter verschiedenen Perspektiven (Rahmenbedingungen, Transparenz, Mitarbeiterzufriedenheit, Benefits, Karrierepfade, Rollenklarheit), vor allem aber bezogen auf die wesentlichen Erfolgsfaktoren, wie die Qualität der Führung im Unternehmen.

Heißt ebenso: Aufbau von entsprechender Quantität und Qualität an Ressourcen, Prozessen und Struktur sowie Tools, um den Markt - in diesem Fall Bewerbermarkt - angemessen bearbeiten zu können, und zwar konsistent, kontinuierlich, attraktiv und kraftvoll. Heißt am Ende: ein gemäß der Dringlichkeit ausgestattetes Budget.

Der Erfolgsfaktor für Unternehmen heute ist, eine Führungsriege zu haben, die

erkannt hat, dass die neue Generation an erfolgreichen Unternehmen ihr Wachstum nicht nur auf Sales, sondern auf Leadership, ja schlussendlich Menschlichkeit baut. Eine Führung, die es versteht, das heutige Anforderungsset des Fachkräftemarktes mit einem ehrlichen und authentischen Wertekanon und dem daraus resultierenden, passenden Arbeitsumfeld zu beantworten und die über eine klare, gemeinsam gelebte Zielsetzung zu Höchstleistung führt.

Eine ernsthafte und nachhaltige Lösung zur Behebung der aktuellen Fachkräftesituation führt optionslos über die Überarbeitung und Kalibrierung des Aspektes „Arbeitgeber“. Die dafür notwendigen Prozesse greifen nicht von heute auf morgen, doch schon das ehrliche Sich-auf-den-Weg-Machen führt zu positiver Anerkennung durch die Belegschaft und zur Mitgestaltung des gemeinsamen Weges. An diesem Punkt steigt der Leistungs- und Innovationswille und es entsteht Wachstum. 

## FETTE BEUTE GRUPPE

FETTE BEUTE GRUPPE

Am Zollstock 3 · 57439 Attendorn

Tel.: 02722/6399-0

info@fette-beute.com

www.fette-beute.group

# Innovation aus Tradition

► Sie haben viele gute Ideen und gut gefüllte Auftragsbücher, haben aber nicht das Personal alle Aufgaben so umzusetzen, wie Sie es benötigen? Hier unterstützt die Schomaker GmbH & Co. KG

**PARTNER  
DES  
MITTEL  
STANDS**



Das Schomaker-Team: Felix Mick, Stephanie Schomaker-Lambert, Katharina Veneman und Thomas Schomaker (v. l.).



**D**ie Schomaker GmbH & Co. KG aus Menden im Sauerland hat mit ihrem Standort in Polen nahe der deutschen Grenze die Lösung! Mit über 2.500 Quadratmetern reiner Lagerfläche, 2.000 Quadratmetern Produktionsfläche und über 200 Mitarbeitern bietet das Unternehmen passgenaue Konfektionierungslösungen und Montagearbeiten auch für größere komplexere Projekte an.

Als ehemalige Buchbinderei sieht man den derzeitigen Wandel als Chance an. Das Erfolgsrezept in 35 Jahren ist, dass das Schomaker-Team in Menden persönlich zur Verfügung steht und sich auf ein starkes Produktionsteam im polnischen Stargard verlassen kann.

## Neue Stärken

Passgenaue Konfektionierungslösungen und Montagearbeiten sind die neuen Stärken des Unternehmens aus dem Sauerland, dass die Synergien mit dem Schwesterunternehmen SchoPa im polnischen Stargard geschickt nutzt.


„Insbesondere das gelebte Qualitätsbewusstsein ist einer der Trümpfe mit dem wir unsere Kunden überzeugen. Beim Registerstanzen, dem ursprünglichen Kerngeschäft des Standorts in Polen, werden fertig gebundene Bücher zur weiteren Veredelung bereitgestellt bei denen im Vorfeld bereits ein Großteil der Wertschöpfung erfolgt ist. Die Expertise im Bereich Stanzen ist auch in Zeiten der Digitalisierung gefragt“, betont das Vertriebsteam.

Das Vertrauen der Kunden ist der Ansporn, sorgfältig mit den Produkten umzugehen. Ein weiterer Trumpf, von dem die Kunden profitieren, ist die ausgeklügelte Organisationsstruktur, die mit klaren Vorgaben und Anreizen für jeden einzelnen Mitarbeiter optimale Ergebnisse ermöglicht.

Heute gehören komplexe Montage- und Konfektionierungsarbeiten, saisonale Kampagnenverpackungen, Displaybau, biozertifizierte Foodverpackungen und vieles mehr zum Unternehmensportfolio. Auch bei diesen Aufgaben sind die Trümpfe ausschlaggebend für den

Erfolg. Komplexe Logistiklösungen und eine Rund-um-Betreuung vervollständigen das Angebot.

„Wir haben bisher immer eine Lösung für die Verpackungswünsche der Kunden gefunden, selbst wenn wir dafür Neues erfinden mussten. Es macht einfach Freude, gemeinsam mit dem Kunden an seinen Wünschen zu arbeiten. Unsere Erfahrungen aus dem Printbereich haben wir in diesen Zweig mitnehmen können und im Konfektionierungsbereich ausgeweitet“, erklärt Thomas Schomaker.

„Mit Tatendrang und Ideenreichtum setzen wir als Team erfolgreich ihre individuellen Projekte um und sind zuverlässiger Partner an Ihrer Seite“, führt Schomaker aus. 

**Schomaker**  
GmbH & Co. KG

**Schomaker GmbH & Co. KG**

Milanstraße 1  
58708 Menden

Tel.: 02373 / 91799-13  
thomas@schomaker.team  
www.schopa.pl



# Energetische Transformationskonzepte mit Substanz

**PARTNER  
DES  
MITTELSTANDS**

➤ Klimaneutralität und Nachhaltigkeitsberichterstattung: Die Anforderungen an viele Unternehmen steigen. G-TEC Consulting bietet individuelle Lösungen




**S**teigende Energiepreise, Energieknappheit und Energiewende – nie war die Notwendigkeit von kurz-, mittel- und langfristigen Energieeinsparmaßnahmen wichtiger. Bei gewerblichen Liegenschaften und in der mittelständischen Industrie bestehen spezielle Anforderungen: Kostenreduktion, Maximierung der Energieeffizienz, optimale Gebäudenutzung, innovative Technologien und moderne Systemlösungen – etwa bei Prozessenergie und Querschnittstechnologien – sowie deren sinnvolle und möglichst verlustfreie energetische Verknüpfung. Zudem werden ab 2024 weitaus mehr Unternehmen als bisher zur Nachhaltigkeitsberichterstattung

verpflichtet (CSRD). Auch dies betrifft in hohem Maß den deutschen Mittelstand.

## Transformation mit Kostenkompetenz

Ein Transformationskonzept ist die langfristig angelegte Strategie eines Unternehmens zur Erreichung der Treibhausgasneutralität. Das G-TEC-Konzept umfasst sowohl Quick Wins, die kurzfristig ergebnisrelevant sind, wie auch mittel- und langfristige Einsparungen. Neben den Kosten sind die Unabhängigkeit bei der zukünftigen Energieversorgung und die Einbindung in die Nachhaltigkeitsstrategie des Unternehmens relevant.

## Individuelles Consulting mit Perspektive

Energieeffizienz und regenerative Energien sind die Fokusthemen. Das Ziel heißt: wirtschaftliche und finanzierbare Transformation hin zur Klimaneutralität mit Fokus auf die Unternehmenssicherung. G-TEC Consulting ist ein Unternehmen der G-TEC Gruppe und bietet eine hohe Praxisexpertise für energieeffiziente und nachhaltige Systemlösungen bei Produktionsprozessen und Gebäudetechnologien. Zudem beraten wir zu Fördermitteln und unterstützen bei der Erstellung von Nachhaltigkeitsberichten. 

### Unser Consulting – Ihre Vorteile

Strategische und umsetzungsorientierte Beratung zur Unternehmenssicherung

- CO<sub>2</sub>-Bilanzierung
- Erarbeitung Klimastrategie
- Realisierung Klimaneutralität

Transformation mit Prozesssicherheit und wirtschaftlich umsetzbaren Lösungen

- Begleitung durch Experten für konstanten Betrieb und dauerhafte Wertschöpfung
- Nutzung von Fördermitteln

Praxis-Consulting für effizientes und nachhaltiges Energie-Management

Transfer von Einzelmaßnahmen in eine passgenaue Energie- und Nachhaltigkeitsstrategie

# G-TEC

G-TEC Consulting GmbH

Geschäftsführer Axel Schneider  
Friedrichstr. 60, 57072 Siegen

Tel.: 0271 / 33883-0

info@gtec.de

www.gtec-consulting.de