

FIFTH EDITION

# THE GROW [MAGAZINE]

# THE GROW

**THE GROW**

VORWORT	4
BERNHARD SCHINDLER	6
EHRliche WORTE	116

**THE GROW CHAPTER**

CHAPTER	32
VORSTÄNDE	34
CHAPTER BADEN-WÜRTTEMBERG	63
GRÜNDUNG CHAPTER WIEN	64

**THE GROW CIRCLES**

CIRCLE WEB 3.0	50
GRÜNDUNG CIRCLE WOMEN LEADERSHIP	44
CIRCLE HEALTH	48
CIRCLE INTRAPRENEURSHIP	51
CIRCLE ESG	54
CIRCLE FINANCE FÖRDERUNG & INVESTMENT	60
CIRCLE GRÜNDUNG STARTUP MENTORING	62

**THE GROW TV**

INNOVATION TALK	68
THE PERFECT MATCH	34

**THE GROW ONLINE**

HOME PAGE	98
PLATTFORM	100
APP	104

**THE GROW KAMMERN & BRANCHEN**

VORWORT	110
DIE VORSTÄNDE DER BRANCHEN	112
STIMMEN DER BRANCHEN	114

**INTERVIEWS**

STEFAN WINHELLER	72
VAYA WIESER-WEBER & RALF SCHMITT	74
PEER HARTOG	124
TIMO RENNER	132
SERDAL GÜZEL & BEDRETTIN ALTAY	133

**THE GROW ON THE ROAD**

THE GROW ZU BESUCH IM BUNDESTAG	66
---------------------------------	----

**THE GROW AKADEMIE**

THE GROW AKADEMIE	106
-------------------	-----

**BEITRÄGE**

NADINE DORAU	10
VERA PETERS	12
DR. THOMAS ENDRES	14
PETRA KURZ-OTTENWÄLDER	16
DENIS SPIERS	18
LBRAHIM MEFIRE KOUOTOU	20
SEBASTIAN GOERING	22
STEFFEN HETZEL	24
MARCO RUBULOTTA	26
ANIKA TANNEBAUM	28
DR. ANNETTE-LOUISE HIRMER	30
MICHAEL HORST	40
CHRISTIAN GRALL	42
MARC MAIER	43
REHAN KHAN	70
WOLFGANG MARKS	76
STEFANIE BUSSE	77
DIRK KREUTER	78
ANNIKA JUNKER	80
THOMAS ZUCHTRIEGEL	82
DAGMAR BOETTGER	84
UTE ENGELHARDT	86
HENDRIK ARYUS	88
JULIA S & DR. MARIO CHLECKER-VON KELTERBORN	90
ALEXANDRA UND ARMIN BALLHORN	92
EVA HÄGE-HERRMANN	94
FATIME CETINKAYA	95
VOLKER WIEDEMANN	96
CHRISTIAN GERICKE	117
DOMINIK HÄGELE & THORSTEN SCHIFFGENS	120
FRANK BRÖKER	120
RONNY SCHAUSTEN	122
HERBERT NISSEL & FRANK SCHWARZ	126
DR. ROMANO GROHMANN	128
MATT RENZI	129
ANDRÉ PILSS	130

**THE GROW STARTUP PORTRÄT**

GREENFOR	38
----------	----

**THE GROW PROJEKTE**

BIENEN	108
HOODDIES	136

**SUCCESS STORIES MIT THE GROW**

ERFOLGREICH NETZWERKEN	106
------------------------	-----

**IMPRESSUM**

IMPRESSUM	155
-----------	-----

# EINE BETRACHTUNG DER LETZTEN 24 MONATE THE GROW WÄHREND PANDEMIE, KRIEG UND ANDAUERNDER KRISEN

VON BERNHARD SCHINDLER

Wie uns allen bekannt ist, ist der deutsche Mittelstand von besonderer Bedeutung für die wirtschaftliche Stabilität und das soziale Gefüge des Landes. Die vergangenen Jahre haben jedoch Pandemien, Kriege und andauernde Krisen mit sich gebracht, die den Mittelstand vor vielfältige Herausforderungen gestellt haben. Nicht zuletzt die aktuell politische Lage.

## PANDEMIE: COVID-19 UND DIE AUSWIRKUNGEN AUF DEN MITTELSTAND

Die COVID-19-Pandemie hat ab dem Jahr 2020 zu massiven wirtschaftlichen Verwerfungen geführt, von denen auch der deutsche Mittelstand betroffen war. Viele mittelständische Unternehmen mussten aufgrund von Lockdown-Maßnahmen, Unterbrechungen in Lieferketten und Nachfrageeinbrüchen Umsatzeinbußen hinnehmen.

Die Pandemie führte zu einer erhöhten Volatilität auf den Finanzmärkten und beeinträchtigte die Investitionstätigkeit der Unternehmen.

In dieser Zeit des Umbruchs zeigten sich jedoch auch Chancen für mittelständische Unternehmen. Viele Betriebe setzten verstärkt auf Digitalisierung, um Homeoffice-Lösungen für ihre Mitarbeiter zu schaffen, den Vertrieb und die Produktion zu optimieren oder digitale Geschäftsmodelle zu entwickeln. Die Pandemie fungierte somit als Katalysator für die Einführung neuer Technologien und Prozesse im Mittelstand.

Die staatlichen Hilfsprogramme, wie Kurzarbeitergeld, Überbrückungshilfen und Kreditgarantien, konnten die negativen Auswirkungen der Pandemie auf den Mittelstand abfedern. Es zeigte sich jedoch, dass nicht alle Branchen gleichermaßen von den Hilfen profitieren konnten. Insbesondere der Einzelhandel, die Gastronomie und der Veranstaltungssektor waren stark betroffen.

## KRIEGE UND GEOPOLITISCHE KRISEN: FOLGEN FÜR DEN DEUTSCHEN MITTELSTAND UNSICHERHEIT

Neben der Pandemie haben auch Kriege und geopolitische Krisen direkte und indirekte Auswirkungen auf den deutschen Mittelstand. Die unmittelbaren Folgen von Kriegen betreffen in erster Linie Unternehmen, die in den betroffenen Regionen tätig sind. Infrastrukturschäden, Lieferkettenunterbrechungen und Sicherheitsrisiken für Mitarbeiter führen zu Produktionseinschränkungen und Umsatzverlusten.

Indirekte Auswirkungen von Kriegen und geopolitischen Krisen sind zum Beispiel Handelsbeschränkungen, Sanktionen und wirtschaftliche Unsicherheit. Diese Faktoren beeinflussen die Exporttätigkeit deutscher Mittelständler und können zu Engpässen in der Versorgung mit Rohstoffen und Vorprodukten führen. Ein Beispiel hierfür sind die wirtschaftlichen Sanktionen gegen Russland infolge des Ukraine-Konflikts, die den Export deutscher Maschinen und Anlagen beeinträchtigten.

## DER KLIMAWANDEL

Der Klimawandel stellt eine andauernde Krise dar, die ebenfalls erhebliche Auswirkungen auf den deutschen Mittelstand hat. Unternehmen sind zunehmend mit den Folgen von Extremwetterereignissen konfrontiert, wie Überschwemmungen, Dürren oder Stürmen, die zu Schäden an Infrastruktur, Produktionsanlagen und Lieferketten führen können.

Darüber hinaus erfordert der Klimawandel eine Anpassung der Geschäftsmodelle und Investitionen in klimafreundliche Technologien, um den wachsenden regulatorischen Anforderungen und dem steigenden gesellschaftlichen Bewusstsein für Nachhaltigkeit gerecht zu werden.

## DEMOGRAFIE?

Auch demographische Veränderungen, wie der fortschreitende Alterungsprozess der Gesellschaft, stellen eine andauernde Herausforderung für den Mittelstand dar. Der demographische Wandel führt zu einem Mangel an Fachkräften, der die Innovationsfähigkeit und das Wachstum der Unternehmen einschränken kann.

Um diesem Problem entgegenzuwirken, müssen mittelständische Betriebe verstärkt in die Aus- und Weiterbildung ihrer Mitarbeiter investieren, flexible Arbeitszeitmodelle anbieten und sich für die Integration von Zuwanderern einsetzen.

## RESILIENZ DES MITTELSTANDES IN AKTUELLEN ZEITEN

Trotz der vielfältigen Herausforderungen, die Pandemie, Krieg und andauernde Krisen für den deutschen Mittelstand mit sich bringen, zeichnet sich dieser durch eine bemerkenswerte Resilienz aus. Die Anpassungsfähigkeit und Flexibilität der mittelständischen Unternehmen ermöglichen es ihnen, auf veränderte Rahmenbedingungen zu reagieren und sich neuen Herausforderungen zu stellen.

Eine wichtige Rolle bei der Bewältigung der Krisen spielt die Innovationskraft des Mittelstandes. Die Entwicklung neuer Produkte, Dienstleistungen und Geschäftsmodelle trägt dazu bei, die Unternehmen wettbewerbsfähig zu halten und auf veränderte Marktbedingungen zu reagieren. Darüber hinaus unterstützt die enge Zusammenarbeit zwischen Wissenschaft, Wirtschaft und Politik die Entwicklung von Lösungsansätzen für die Bewältigung der Herausforderungen.

## FAZIT

Die Veränderungen des Mittelstandes in Deutschland während Pandemie, Krieg und andauernder Krisen zeigen, dass diese Unternehmen einerseits erheblichen Herausforderungen ausgesetzt sind, andererseits jedoch auch über die Fähigkeit verfügen, sich diesen anzupassen und zu überleben. Die Resilienz des Mittelstandes beruht auf einer Kombination aus Flexibilität, Anpassungsfähigkeit und Innovationskraft, die es ermöglicht, auf veränderte Rahmenbedingungen zu reagieren und wirtschaftliche Stabilität zu gewährleisten.

In Zukunft wird es für den Mittelstand entscheidend sein, die Chancen und Risiken, die sich aus Pandemien, Kriegen und andauernden Krisen ergeben, frühzeitig zu erkennen und darauf angemessen zu reagieren. Die Zusammenarbeit zwischen Unternehmen, Politik und Wissenschaft wird dabei eine zentrale Rolle spielen, um gemeinsam Lösungen für die Bewältigung der Herausforderungen zu entwickeln und den deutschen Mittelstand für zukünftige Krisen zu wappnen.

Bernhard Schindler  
Chairman THE GROW



# MEINE 32 PUNKTE FÜR IHREN UNTERNEHMERISCHEN ERFOLG

VON BERNHARD SCHINDLER

## AUFGRUND DER GESAMTHEITLICHEN LAGE HABE ICH FÜR SIE MEINE PERSÖNLICHEN 32 PUNKTE AUFBEREITET – PRIORITÄR GEORDNET:

### 1. Vorsorge und Risikomanagement:

Mittelständische Unternehmen sollten ihre Risikomanagement-Strategien überprüfen und anpassen, um mögliche Gefahren frühzeitig zu identifizieren und entsprechende Gegenmaßnahmen zu ergreifen. Dies beinhaltet auch die Vorbereitung auf zukünftige Pandemien, Kriege und andauernde Krisen durch Notfallpläne und Reserven.

### 2. Digitalisierung und Technologie:

Die fortschreitende Digitalisierung und der Einsatz neuer Technologien bieten enorme Chancen für den Mittelstand. Unternehmen sollten diese Entwicklung aktiv nutzen, um ihre Geschäftsprozesse zu optimieren und neue Geschäftsfelder zu erschließen. Dies umfasst auch die Investition in die IT-Infrastruktur und die Schulung der Mitarbeiter im Umgang mit digitalen Technologien.

### 3. Nachhaltigkeit und Klimaschutz:

Um den Herausforderungen des Klimawandels gerecht zu werden, sollten mittelständische Unternehmen ihre Geschäftsmodelle auf Nachhaltigkeit ausrichten und in umweltfreundliche Technologien investieren. Dies kann zu einer verbesserten Wettbewerbsposition und einer höheren gesellschaftlichen Akzeptanz führen.

### 4. Internationalisierung und Diversifikation:

Um Risiken durch geopolitische Krisen zu minimieren, sollten mittelständische Unternehmen ihre Exportaktivitäten diversifizieren und neue Märkte erschließen. Die Zusammenarbeit mit internationalen Partnern und die Anpassung an lokale Marktbedingungen sind dabei von entscheidender Bedeutung.

### 5. Fachkräftesicherung und demographischer Wandel:

Um dem drohenden Fachkräftemangel entgegenzuwirken, sollten mittelständische Unternehmen in die Aus- und Weiterbildung ihrer Mitarbeiter investieren und Maßnahmen zur Vereinbarkeit von Beruf und Familie fördern. Die Integration von Zuwanderern und die Förderung von Vielfalt im Unternehmen können ebenfalls zur Sicherung des Fachkräftebedarfs beitragen.

### 6. Zusammenarbeit und Netzwerkbildung:

Die Vernetzung mit anderen Unternehmen, Forschungseinrichtungen, StartUps und politischen Institutionen kann dazu unweigerlich beitragen, gemeinsame Lösungsansätze für die Bewältigung von Krisen zu entwickeln und Synergieeffekte zu nutzen. Der Austausch von Wissen und Erfahrungen sowie die Bündelung von Ressourcen, das Wissensmanagement und der persönliche Kontakt können die Resilienz des Mittelstandes in diesen Zeiten von Pandemie, Krieg und andauernden Krisen stärken.

### 7. Innovationskultur und Forschung:

Eine starke Innovationskultur ist entscheidend für die Wettbewerbsfähigkeit des Mittelstandes. Unternehmen sollten in Forschung und Entwicklung investieren und eine Kultur der Offenheit und Zusammenarbeit fördern, um neue Ideen und Technologien zu generieren. Kooperationen mit Hochschulen und Forschungseinrichtungen können den Technologietransfer unterstützen und die Innovationskraft des Mittelstandes stärken.

### 8. Agilität und Anpassungsfähigkeit:

Die Fähigkeit, schnell auf Veränderungen im Marktumfeld und auf neue Herausforderungen zu reagieren, ist von großer Bedeutung für den Mittelstand. Unternehmen sollten ihre Organisationsstrukturen und Prozesse flexibel gestalten, um eine hohe Agilität zu gewährleisten. Hierzu sind unter anderem flache Hierarchien, kurze Entscheidungswege und ein hohes Maß an Eigenverantwortung der Mitarbeiter sehr förderlich.

### 9. Kommunikation und Transparenz:

Die offene und transparente Kommunikation von Herausforderungen und Chancen innerhalb des Unternehmens sowie gegenüber Kunden, Lieferanten und politischen Entscheidungsträgern ist entscheidend für die Resilienz des Mittelstandes. Dies schafft Vertrauen und fördert die Zusammenarbeit zwischen den verschiedenen Stakeholdern.

### 10. Politischer Dialog und Einflussnahme:

Mittelständische Unternehmen sollten aktiv am politischen Dialog teilnehmen und ihre Interessen gegenüber politischen Entscheidungsträgern vertreten. Durch die Teilnahme an Verbänden, BRANCHEN und anderen Organisationen können sie ihre Stimme bündeln und die Rahmenbedingungen für den Mittelstand in Zeiten von Pandemie, Krieg und andauernden Krisen mitgestalten.

### 11. Stärkung der regionalen Wertschöpfung:

Um die Abhängigkeit von globalen Lieferketten zu reduzieren und die Resilienz gegenüber externen Schocks zu erhöhen, sollten mittelständische Unternehmen die regionale Wertschöpfung stärken. Dies kann durch den Ausbau von regionalen Partnerschaften, die Zusammenarbeit mit lokalen Zulieferern und die Förderung der regionalen Wirtschaft erreicht werden.

### 12. Unternehmensnachfolge und Generationswechsel:

Die Planung und Gestaltung der Unternehmensnachfolge sind von besonderer Bedeutung für die Zukunftsfähigkeit des Mittelstandes. Unternehmen sollten frühzeitig Nachfolgelösungen entwickeln und die Übergabe von Verantwortung und Know-how an die nächste Generation gewährleisten. Dabei können auch externe Berater und Netzwerke unterstützen.

### 13. Finanzierung und Liquiditätsmanagement:

Um in Krisenzeiten finanzielle Engpässe zu vermeiden, sollten mittelständische Unternehmen ein effektives Liquiditätsmanagement betreiben und auf eine solide Finanzierung achten. Dazu gehören unter anderem eine diversifizierte Finanzierungsstruktur, der Aufbau von Finanzreserven und die regelmäßige Überprüfung der Liquiditätssituation.

### 14. Soziale Verantwortung und Mitarbeiterbindung:

Die soziale Verantwortung und die Bindung der Mitarbeiter sind zentrale Faktoren für den Erfolg des Mittelstandes. Unternehmen sollten in die Gesundheit, Weiterbildung und Zufriedenheit ihrer Mitarbeiter investieren und eine Unternehmenskultur schaffen, die auf Werten wie Fairness, Respekt und Teamgeist basiert.

### 15. Monitoring und strategische Planung:

Die kontinuierliche Beobachtung und Analyse von Marktentwicklungen, Technologietrends und geopolitischen Veränderungen ist essenziell für die strategische Planung des Mittelstandes. Unternehmen sollten ihre Strategien regelmäßig überprüfen und anpassen, um in Zeiten von Pandemie, Krieg und andauernden Krisen erfolgreich agieren zu können.

### 16. Förderung von Unternehmertum und Gründungen:

Um die Wettbewerbsfähigkeit und Innovationskraft des Mittelstandes langfristig zu sichern, sollten Unternehmertum und Gründungen aktiv gefördert werden. Dies umfasst die Schaffung von Rahmenbedingungen, die den Zugang zu Kapital, Know-how und Netzwerken erleichtern, sowie die Integration von unternehmerischen Fähigkeiten und Denkweisen in Bildung und Ausbildung.

### 17. Anpassung an regulatorische Veränderungen:

Mittelständische Unternehmen sollten sich frühzeitig über regulatorische Veränderungen informieren und ihre Geschäftsmodelle und Prozesse entsprechend anpassen. Dies beinhaltet die Einhaltung von Umwelt-, Sozial- und Governance-Standards sowie die Anpassung an neue steuerliche und rechtliche Anforderungen.

### 18. Einbindung von Stakeholdern:

Die Einbindung von Stakeholdern wie Kunden, Lieferanten, Mitarbeitern und der Gesellschaft insgesamt ist für den Erfolg des Mittelstandes in Zeiten von Pandemie, Krieg und andauernden Krisen entscheidend. Eine offene und transparente Kommunikation sowie die Berücksichtigung der Interessen und Bedürfnisse der verschiedenen Stakeholder können das Vertrauen stärken und die langfristige Erfolgssicherung fördern.

### 19. Förderung von Diversität und Inklusion:

Die Förderung von Diversität und Inklusion kann die Innovationskraft und Wettbewerbsfähigkeit des Mittelstandes stärken. Unternehmen sollten eine vielfältige Belegschaft anstreben, die unterschiedliche Perspektiven, Erfahrungen und Fähigkeiten einbringt, und eine inklusive Unternehmenskultur schaffen, die alle Mitarbeiter wertschätzt und fördert.

### 20. Stärkung der Markenidentität und -positionierung:

Um sich in einem zunehmend globalisierten und wettbewerbsintensiven Umfeld zu behaupten, sollten mittelständische Unternehmen auf eine starke Markenidentität und -positionierung setzen. Dies umfasst die Kommunikation von Werten, Traditionen und Alleinstellungsmerkmalen sowie die Pflege eines authentischen und kundenorientierten Markenauftritts.

### 21. Cybersecurity und Datenschutz:

In einer zunehmend digitalisierten Welt ist der Schutz von sensiblen Informationen und die Sicherheit der IT-Infrastruktur von entscheidender Bedeutung. Mittelständische Unternehmen sollten in ihre Cybersecurity investieren, um sich gegen Cyberangriffe und Datenverluste zu schützen, und die Einhaltung der Datenschutzbestimmungen gewährleisten.

### 22. Entwicklung einer digitalen Strategie:

Um den digitalen Wandel erfolgreich zu meistern, sollten mittelständische Unternehmen eine umfassende digitale Strategie entwickeln, die sowohl interne Prozesse und Strukturen als auch externe Faktoren wie Kundenbeziehungen und Lieferketten berücksichtigt. Die digitale Strategie sollte regelmäßig überprüft und an aktuelle Entwicklungen angepasst werden.

### 23. Zusammenarbeit mit Start-ups:

Die Zusammenarbeit mit Start-ups kann dem Mittelstand Zugang zu neuen Technologien, Geschäftsmodellen und Talenten verschaffen. Unternehmen sollten Partnerschaften und Kooperationen mit Start-ups suchen, um voneinander zu lernen und gemeinsam innovative Lösungen zu entwickeln.

### 24. Investitionen in Infrastruktur und Logistik:

Um die Effizienz und Flexibilität ihrer Geschäftsprozesse zu erhöhen, sollten mittelständische Unternehmen in den Ausbau und die Modernisierung ihrer Infrastruktur und Logistik investieren. Dies beinhaltet den Einsatz von Automatisierung, Robotik und digitalen Technologien zur Optimierung der Produktion, Lagerhaltung und Distribution.

**25. Anpassung an veränderte Kundenbedürfnisse:**

Die Bedürfnisse und Erwartungen der Kunden verändern sich in Zeiten von Pandemie, Krieg und andauernden Krisen. Mittelständische Unternehmen sollten auf diese Veränderungen eingehen, indem sie ihr Produkt- und Dienstleistungsangebot anpassen und einen stärkeren Fokus auf Aspekte wie Nachhaltigkeit, Sicherheit und Kundenservice legen.

**26. Stärkung der Unternehmenskultur:**

Eine starke Unternehmenskultur ist in Krisenzeiten von besonderer Bedeutung, um die Motivation und das Engagement der Mitarbeiter zu erhalten. Mittelständische Unternehmen sollten eine Kultur der Zusammenarbeit, des Vertrauens und der Resilienz fördern und ihren Mitarbeitern die notwendigen Ressourcen und Unterstützung bieten, um die Herausforderungen von Pandemie, Krieg und andauernden Krisen gemeinsam zu bewältigen.

**27. Nachhaltigkeit und Umweltverantwortung:**

Umweltverantwortung und Nachhaltigkeit sind in der heutigen Geschäftswelt von großer Bedeutung und werden von Kunden, Mitarbeitern und anderen Stakeholdern zunehmend erwartet. Mittelständische Unternehmen sollten Nachhaltigkeitsstrategien entwickeln, umweltfreundliche Technologien und Verfahren einsetzen und ihre CO2-Emissionen reduzieren, um ihrer ökologischen Verantwortung gerecht zu werden.

**28. Personalentwicklung und lebenslanges Lernen:**

Die kontinuierliche Weiterentwicklung der Mitarbeiter ist für den Erfolg des Mittelstandes unerlässlich. Unternehmen sollten in die Aus- und Weiterbildung ihrer Mitarbeiter investieren und lebenslanges Lernen fördern, um den Anforderungen des sich ständig wandelnden Arbeitsmarktes gerecht zu werden.

**29. Risikomanagement und Vorsorge:**

Ein effektives Risikomanagement und die Entwicklung von Vorsorgemaßnahmen sind entscheidend, um den Mittelstand in Zeiten von Pandemie, Krieg und andauernden Krisen widerstandsfähig zu halten. Unternehmen sollten potenzielle Risiken identifizieren, bewerten und geeignete Maßnahmen ergreifen, um ihre negativen Auswirkungen auf das Geschäft zu minimieren.

**30. Digitalisierung der Kundenbeziehungen:**

Die Digitalisierung bietet neue Möglichkeiten, um die Beziehung zu Kunden zu stärken und den Kundenservice zu verbessern. Mittelständische Unternehmen sollten digitale Kanäle und Technologien nutzen, um mit ihren Kunden in Kontakt zu treten, personalisierte Angebote zu erstellen und den Verkaufs- und Serviceprozess zu optimieren.

**31. Internationale Zusammenarbeit und Exportstrategien:**

Die Erschließung neuer Märkte und die Stärkung der internationalen Zusammenarbeit sind wichtige Faktoren, um den Mittelstand in Zeiten von Pandemie, Krieg und andauernden Krisen zu stärken. Unternehmen sollten ihre Exportstrategien überdenken, neue Absatzmärkte erschließen und internationale Kooperationen aufbauen, um ihr Geschäft auszuweiten und ihre Wettbewerbsposition zu festigen.

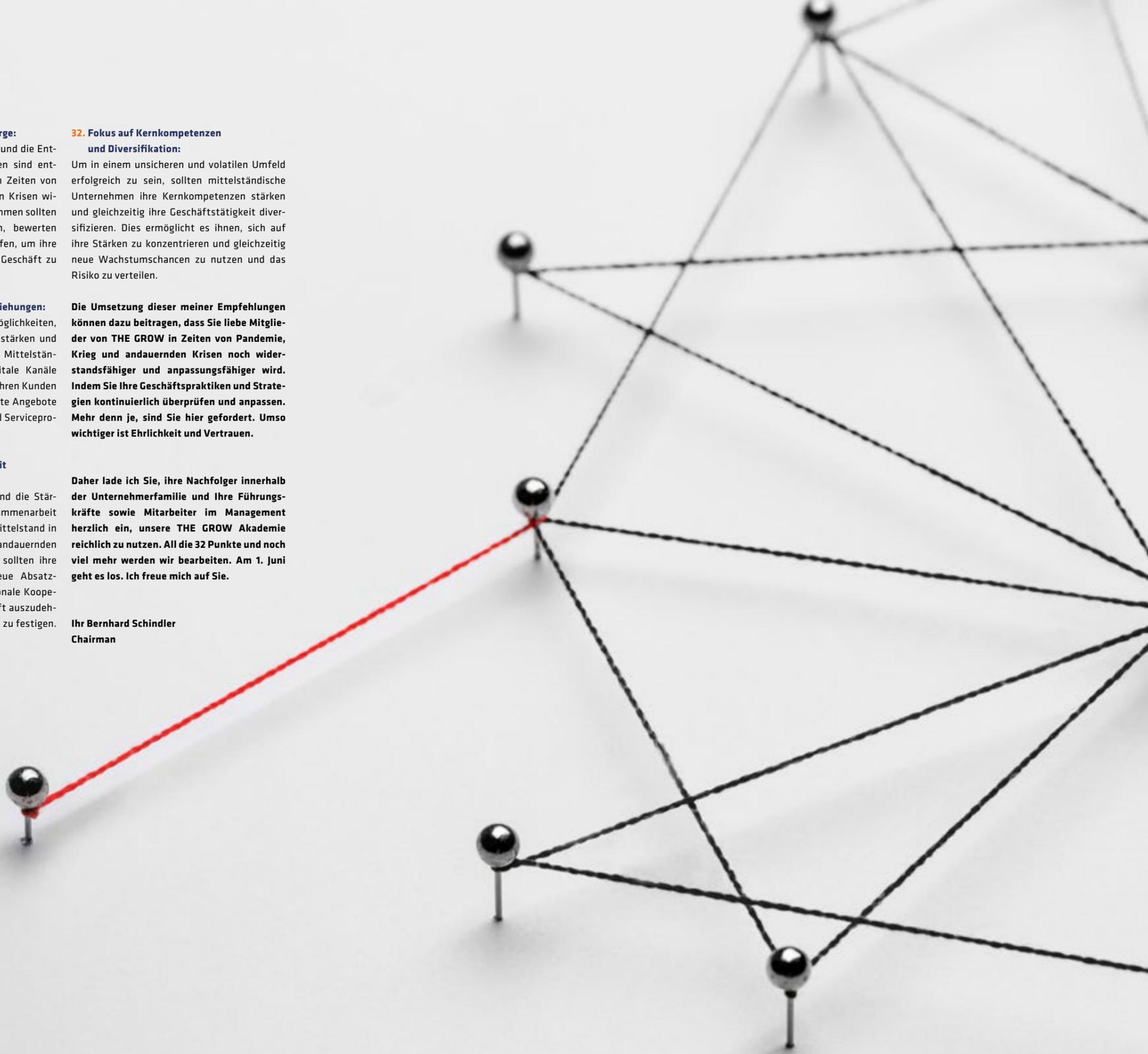
**32. Fokus auf Kernkompetenzen und Diversifikation:**

Um in einem unsicheren und volatilen Umfeld erfolgreich zu sein, sollten mittelständische Unternehmen ihre Kernkompetenzen stärken und gleichzeitig ihre Geschäftstätigkeit diversifizieren. Dies ermöglicht es ihnen, sich auf ihre Stärken zu konzentrieren und gleichzeitig neue Wachstumschancen zu nutzen und das Risiko zu verteilen.

**Die Umsetzung dieser meiner Empfehlungen können dazu beitragen, dass Sie liebe Mitglieder von THE GROW in Zeiten von Pandemie, Krieg und andauernden Krisen noch widerstandsfähiger und anpassungsfähiger wird. Indem Sie Ihre Geschäftspraktiken und Strategien kontinuierlich überprüfen und anpassen. Mehr denn je, sind Sie hier gefordert. Umso wichtiger ist Ehrlichkeit und Vertrauen.**

**Daher lade ich Sie, ihre Nachfolger innerhalb der Unternehmerfamilie und Ihre Führungskräfte sowie Mitarbeiter im Management herzlich ein, unsere THE GROW Akademie reichlich zu nutzen. All die 32 Punkte und noch viel mehr werden wir bearbeiten. Am 1. Juni geht es los. Ich freue mich auf Sie.**

**Ihr Bernhard Schindler  
Chairman**



# BIST DU SOZIAL NACHHALTIG?

## ZWISCHEN VERGÄNGLICHKEIT UND BESTÄNDIGKEIT – EINE PHILOSOPHISCHE BETRACHTUNG VON WERTEN IM NETZWERK.

**NADINE DORAU IST PROFESSIONELLE GASTGEBERIN. NACHFAHRIN EINER JAHRHUNDERTER ÜBERDAUERENDE METZGERDYNASTIE HAT SIE SICH MIT IHRER LEIDENSCHAFT EXZELLENTER KULINARIK, BEMERKENSWERTEN VERANSTALTUNGEN, BESTEN UMGANGSFORMEN UND NACHHALTIGEM AUFTRETEN EINEN NAMEN GEMACHT.**

**NADINE TRITT ALS VORSTANDSMITGLIED DER DEUTSCHEN KNIGGE GESELLSCHAFT, ALS GASTGEBERIN DES UNTERNEHMENS „SCHMECKEREI“, ALS AUTORIN DES BUCHES „SEI MEIN GAST“, ALS HOST DES PODCASTS „PARTY POSSIBLE“, ALS „ZERO WASTE BOTSCHAFTERIN DES FIXENATURHOFS, ALS MITGLIED DES „CLUBS EUROPÄISCHER UNTERNEHMERINNEN“, UND ALS BRANCHEN-VORSTAND DER „THE GROW“ CHAMBER „TOURISMUS, HOTELLERIE, GASTRONOMIE“ AKTIV FÜR DEN SCHUTZ DER NACHHALTIGEN WERTE EIN.**

Es ereignet sich auf der Bühne des Lebens ein fortwährendes Schauspiel, in welchem Akteure kommen und gehen, in den unterschiedlichsten Posen und Masken. Was bleibt – zumal so scheint – sind Werte, die wir aufstellen und an denen wir uns in unserem Dasein orientieren. Werte, gleichsam Leuchttürmen, leiten unser Handeln durch die ungewisse Weite, die das existenzielle Meer andeutet, und geben uns Stabilität in einer Welt, die sich stets im Wandel befindet.

Könnte man die Welt auf einen einheitlichen Wert reduzieren, hätte man sie rational entschlüsselt. Doch sie trotz solcher Reduktionen und spielt mit der Vielfalt. Die Werte, die wir uns erkoren haben, sammeln sich in einem bunten Strauß philosophischer und moralischer Prinzipien, dem wir eine ästhetische Ordnung verliehen haben. Doch ist es nicht die Banalität der Harmonie, gleich einer sanitären Mischbatterie, die nur sorgfältig austariert werden muss, um uns wohlige Wärme zu schenken.

Es ist das subtile Ringen mit den Dialektiken, die unseren Werten innewohnen. Liegt nicht der höchste Wert des Lebens in der Auseinandersetzung mit den Werten selbst?

Wo sich philosophische Geister um Platon versammelten, war es Sokrates, der den Wert der Selbsterkenntnis betonte, denn, wie seine Worte überliefert sind: „Erkenne dich selbst.“ Diese fundamentalen Worte drängten das Individuum, sich seiner selbst bewusst zu werden, um eine persönliche Philosophie zu entwickeln und seinen eigenen sozialen und sittlichen Wert zu erkennen.

Doch wie weit ist es möglich uns selbst zu erkennen und braucht diese Erkenntnis nicht geradezu einen sozialen Abgleich?

Erkämpfen wir uns die Verwirklichung des Individuums „ICH“ um uns selbst zu finden und zu verwirklichen oder um die uns gleichen zu erkennen und gemeinsam das große Ganze zu gestalten?

Jene Betrachtung führt unweigerlich zur Idee der Freiheit – ein Wert, der durch die Zeiten hindurch am stärksten erkämpft wurde.

Freiheit, die wir heute eher verstehen als die Möglichkeit zur Selbstverwirklichung.

Mit der Freiheit geht die Verantwortung einher – ein heikles Gleichgewicht, das jetzt geschaffen werden muss.

Die Freiheit ruft uns unentwegt zur Wahl eines individuellen Weges auf, und mit ihr wird der Held aufgefordert, sich zu fragen: „Wie soll ich handeln, um in diesem Kontext der Pluralität und des ständigen Umbruchs treu zu bleiben und den Tugenden gerecht zu werden, die mein Dasein durchweben?“

Die Wertsphäre ist ein dynamischer Kosmos, in dem die Werte oftmals kollidieren und ineinander übergehen. Gleich einem großen Gobel, der aus vielen Fäden gewoben ist, entsteht erst im Gesamtbild eine Narration, die den Betrachter in Bann zieht und ihm die Welt in vielen Farben präsentiert.

Wir verstehen also, es braucht das WIR – auch für das ICH. Es braucht das kunstvolle Gewebe „Netzwerk“.

Werte und Zusammenhalt sind also die Bausteine harmonischer Gemeinschaften.



Nadine Dorau, Autorin & Unternehmerin



In Zeiten rasanten Wandels und oft unübersichtlicher Komplexität weben wir eifrig an den scheinbar fragilen Fäden, die unser Netzwerk aus Beziehungen und sozialen Verbindungen ausgestalten.

Durch behutsames Knüpfen und festes Verknüpfen dieser Bande erschaffen wir ein filigranes Tragwerk, auf dem wir uns verlassen und in dem wir uns verwebt fühlen können. Zusammenhalt und Loyalität verleihen diesem Geflecht die notwendige Stabilität, um an anderer Stelle leichtfüßig das Leben und die Herausforderung tanzen zu können.

Dabei entfalten Werte wie Respekt, Toleranz und Mitgefühl ihr volles Potential, indem sie sich in unseren Handlungen manifestieren und somit unsere sozialen Beziehungen prägen. Als gemeinsames Wertegerüst verankern sie in uns nicht nur ein klares Verständnis des Richtigen und des Guten, sondern auch ein Gefühl tiefer Zugehörigkeit und gemeinsamer Identität. Und genau hier finden wir dann den ausschlaggebenden Schlüsselfaktor. Den Erhalt der Identität schaffen wir durch den aktiven Schutz der Werte.

Zivilisation, Gemeinschaft, Gesellschaft wird gelebt und somit lebendig gehalten. Das Streben nach Zusammenkunft, Austausch und Entwicklung braucht die menschliche Begegnung. Willkürlich jedoch, dürfen wir nicht mit der Wahl unseres menschlichen Gegenübers umgehen. Es braucht den Gleichgesinnten, der eine ähnliche Verständnis von Werten hat wie wir selbst, der auch Wachstum als Wert versteht.

Auf diese Weise weben wir unser Netzwerk stets weiter, schaffen Raum für Gemeinschaft und fördern ein lebendiges Miteinander, geprägt von Vertrauen und ehrlichem Austausch.

Sozial nachhaltig bist du, wenn du als Teil eines Netzwerkes ein Teil des großen Ganzen bist.

Wenn du deine Werte, dein Wissen und deine Gesellschaft mit anderen – mit Gleichgesinnten teilst.

**WIR VERSTEHEN ALSO, ES BRAUCHT DAS WIR – AUCH FÜR DAS ICH. ES BRAUCHT DAS KUNSTVOLLE GEWEBE „NETZWERK“.**

Nadine Dorau, Autorin & Unternehmerin

# DIE LIFE SAFARI ALS GAMECHANGER

WENN AUS ABENTEUERN UNTERNEHMENSERFOLGE WERDEN

**IN JEDEM VON UNS STECKT ETWAS WILDES, WAS NUR DARAUF WARTET, ENTDECKT ZU WERDEN UND UNSEREN LEBENSHUNGER ZU STILLEN.**



Vera Peters,  
Chapter Vorstandschaft NRW &  
Vorständin Branche Consulting

**VERA PETERS, BUSINESS-ABENTEURERIN MIT HERZBLUT REDNERIN, AUTORIN, VISIONÄRIN. SIE STEHT FÜR MUTIGE ENTSCHEIDUNGEN UND STARKE LÖSUNGEN, ANGEFANGEN VON IHREM ENTSCHLUSS, ALS EINZIGE FRAU UNTER MÄNNERN LUFT- UND RAUMFAHRTTECHNIK ZU STUDIEREN, BIS ZUR TATKRÄFTIGEN UMSETZUNG VON UNTERNEHMENS- UND LEBENSPROJEKTEN ÜBERALL AUF DER WELT.**

**AUCH ALS GRÜNDERIN UND BOTSCHAFTERIN VON „NEEDS & DREAMS E.V.“ UND MANAGER OHNE GRENZEN UNTERSTÜTZT SIE MENSCHEN UND ORGANISATIONEN IN IHRE EIGENE KRAFT, INS TUN UND IN IHRE EIGENVERANTWORTUNG ZU GELANGEN. SIE IST ENERGIEVOLL UND LEBENDIG. SIE IRRITIERT, WECKT AUF, SPRÜHT VOLLER KREATIVITÄT UND IST GLEICHZEITIG EINFÜHLSAM UND EMOTIONAL.**

**LIEBEVOLL ALS „FEUERHERZ“ BEZEICHNET, UNTERSTÜTZT SIE ALS GESCHÄFTSFÜHRERIN VON BUSINESSART SEIT MEHR ALS 25 JAHREN MEHR ALS 1500 UNTERNEHMER, GESCHÄFTSFÜHRER UND FÜHRUNGSKRÄFTE, DIE EIGENE ENTSCHEIDUNGSSTÄRKE ZU ERLEBEN UND MIT FREUDE UND BEGEISTERUNG SICH SELBST UND ANDERE ERFOLGREICH ZU FÜHREN.**

In jedem von uns steckt etwas Wildes, was nur darauf wartet, entdeckt zu werden und unseren Lebenshunger zu stillen. Dafür sind wir hier, im südlichen Afrika. Es ist etwa sieben Uhr abends. Es dämmt. Hier geht die Sonne recht schnell unter und damit wird das Licht innerhalb von

wenigen Minuten von 100 auf null gedimmt, wie ausgeknipst. Vor uns lodert das Feuer, es knistert und wir sitzen in geselliger Runde am flackernden Lagerfeuer.

Der Tag hat sich längst mit einem gigantischen Sonnenuntergang verabschiedet. Leuchtend gelb stand die Sonne als überdimensionaler Ball am roten Himmel und wirkte bizarr vor der schwarzen Silhouette wilder Tiere, die ihre letzten Streifzüge entlang der Abendlandschaften machten. Auch für sie ist ein aufregender Tag zu Ende gegangen, ähnlich wie für uns, nur sicherlich auf eine ganz andere Art und Weise.

Nach spannenden Erzählungen über unsere Erlebnisse des Tages sitzen wir jetzt schweigend im Kreis um unser Lagerfeuer. Wir spüren die Wärme in der Dunkelheit. Es riecht angenehm nach Mais und geröstetem Brot. Es ist still geworden um uns herum ... nur in der Ferne hören wir einige Hyänen wie junge Katzen rufen. Welch eigentümlicher Klang.

Für uns ungewohnt in dieser wilden und gleichzeitig geborgenen Atmosphäre, die wir hier Tausende Kilometer von zu Hause entfernt genießen dürfen. Und in dieser Situation entsteht ein Moment der Stille, der Besinnung, in dem wir über unsere eigenen Werte sprechen. Über das, was wir fühlen, was wir uns wünschen, und über das, was wir loswerden wollen. Es gibt für mich keinen besseren Ort als gerade diesen hier, mitten in Afrika, ganz nah bei uns selbst.

Wir sind berührt, demütig und gleichzeitig angeregt von den persönlichen Erlebnissen jedes Einzelnen. Unter einem Meer von unendlich vielen leuchtenden Sternen haben wir auch stille Zeit für unseren inneren Dialog. Ich liebe diese gemeinsamen Abende mit meinen Weggefährten und die beinahe mystisch-schöne Atmosphäre, die uns umgibt.

Sie reißt uns mit in eine andere Welt, die mir und all den anderen Abenteurern Freiheit und Einheit mit dem Universum vermittelt, die aber auch hält, was sie uns verspricht. Von diesem Kontinent geht eine besondere Stille aus, die auf seltsame Weise eine innere Einkehr mit-schwingen lässt, uns eins werden lässt mit uns selbst und eine Sensibilisierung für die eigenen Bedürfnisse mit sich bringt.

Gleichzeitig lernen wir unterm Ahnenbaum, wie wir mit mehr Respekt und veränderter Kommunikation Generationskonflikte lösen, beim Kolonnenfahren achtsamer werden und unsere Teams erfolgreich machen oder beim Beobachten von Geparden erkennen, knallhart zu fokussieren.

All das, was in unserer hektischen, europäischen Alltagswelt allzu oft und zu schnell verloren geht. Wenn wir dann wieder gefüllt sind, können wir ganz leicht unsere Herzen für die Bedürfnisse anderer öffnen. Denn nur wer Fülle in sich selbst spürt, kann andere daran teilhaben lassen und unendlich davon abgeben. Wow, das hört sich aber jetzt mächtig spirituell an. Sind wir Samariter oder Pilger?

Nein, da muss ich selbst schmunzeln. Wir sind LIFE Safari® – Abenteurer, die, wie »Safari« auf Suaheli bedeutet, auf ihrer persönlichen Reise zu sich selbst und ihrem erfolgreichen Business, ganz bodenständig und geerdet, unterwegs sind.

Wir sind Unternehmer und Führungskräfte, die sehr untypisch, einzigartig, individuell reisen und nah am wirklichen Leben drableiben. Wir lernen von erfolgreichen Innovations- Unternehmen nachhaltig zu wirtschaften. Ja, richtig gelesen! Hier auf dem afrikanischen Kontinent! Wir lernen von Einheimischen, wie sie im Kampf gegen Wilderer den Bestand an Elefanten oder Geparden retten.

Wir wandern einige Tage mit ihnen in den Wildreservaten durch den Busch und gehen wie Ranger auf Spurensuche, halten dabei Ausschau auch nach unseren eigenen, bisherigen Spuren und planen, welche wirklich wichtigen Spuren wir in der Zukunft hinterlassen wollen. Über das LIFE Safari-Mentoringprogramm haben wir uns schon als Gruppe seit Wochen mit diversen Themen rund um erfolgreiches Unternehmertum und Chef\*in-Balance auseinandergesetzt.

Zwei Wochen lang sind wir nun hier in der Wildnis Afrikas unterwegs, zum Innehalten und Arbeiten an konkreten Neuausrichtungen, um

über uns und unser Leben und für unsere Generationen, unsere Unternehmen, Kunden, Mitarbeiter und die Gesellschaft unendlich viel zu lernen. Endlich Klarheit erhalten, Mut entwickeln und pragmatisch ins Tun kommen. Das sind Afrikas Lektionen für uns – für ein anderes Mindset, Handeln und Zupacken.

**DENN UNSERE ERLEBNISSE UND ERFAHRUNGEN VON HEUTE PRÄGEN UNSER DENKEN UND HANDELN VON MORGEN.**

In den letzten Tagen hatte es geregnet, endlich. Der Weg ist mit dickem Schlamm bedeckt und fast nicht befahrbar. Die starken Regenfälle haben den Boden durchweicht und die Straße halbiert. Und so passiert es ... Wir bleiben mitten auf der Strecke in knietiefem Schlamm stecken, in so richtigem, dickflüssigem, fast breiigem Schlamm.

Es geht nicht vorwärts und nicht zurück, und Abasi, einer unserer afrikanischen Fahrerkollegen aus Arusha, ist echt bemüht, uns hier rauszubekommen. Er fährt nochmal vor und wieder zurück. Durch die weit geöffneten Fenster spritzt uns der Schlamm bis ins Gesicht. Noch lachen wir, bis die Situation heißt „festgefahren!“.

Wie reagierst du in Situationen, die aussichtslos sind? Keine Unterstützung oder Hilfe in Sicht ist?

Irgendwo „in the middle of nowhere“ in Tansania? Welche Gedanken kommen dir als Erstes in den Sinn? Und welche Ähnlichkeiten kannst du zu deinem Vorgehen im Leben zuhause erkennen?

Während unserer Abenteuerreisen lernt jeder seine persönlichen Einstellungen und Verhaltensweisen zu verstehen. Hier kann sich niemand verstellen. Hier fallen die Masken. Jetzt ist einer der Punkte gekommen, an dem du dich selbst bestens kennenlernst. Pur. Willst Du mental so weitermachen? Welche Ressourcen hast Du? Wer hilft Dir im Alltag aus der „Patsche“?

Nun ist wieder afrikanische Geduld gefragt. Gleichzeitig lernen wir viel über aktive Selbstorganisation von Teams. Keine große Organisationsstruktur, kurze Wege, klare Abstimmung und MACHEN statt QUATSCHEN. Mutige und schnelle Entscheidungen sind gefragt – dann folgen auch starke Lösungen.

So quatschen wir nicht über New Work, Scrum oder agile Methoden, sondern wir testen sie selbst, machen uns ein Bild davon, was wie und warum wirksam ist. Ganz nebenbei. So mag ich es! Maisha ni safari – das Leben ist eine Reise und unsere geht weiter.

**DIE LIFE SAFARI IST EINE ERFOLGS- UND ARBEITSREISE FÜR UNTERNEHMER, GESCHÄFTSFÜHRER UND FÜHRUNGSKRÄFTE, DIE ZWISCHEN ÜBERWÄLTIGENDER NATUR, AUSSERGEWÖHNLICHEN MENSCHEN UND ATEMBERAUBENDEN TIEREN AN IHREN TIEFSTEN SEHNSÜCHTEN, GRÖSSTEN VISIONEN UND SCHÖNSTEN VERÄNDERUNGSPLÄNEN FÜR DIE ZUKUNFT ARBEITEN.**

# FIRMEN IN NOT

## WAS TUN WENN MAN GEHACKT WURDE

Mittlerweile haben alle Firmen das Thema IT-Security in irgend einer Form aufgegriffen und auf die eigene Digitalisierungsagenda gesetzt. Es ist klar, dass bei stärkerer Verwendung von Digitalen Lösungen auch die IT-Sicherheit im Grundsatz mitgedacht werden muss, wobei die Bereitschaft von Firmen IT-Risiken einzugehen - bewusst oder unbewusst - sehr unterschiedlich ausgeprägt ist. Es kommt aktuell also recht häufig vor, dass man Opfer eines Hackerangriffs wird. Das liegt auch daran, dass sich die digitalen Angreifer sehr professionell aufstellen und auch die Verfügbarkeit von leistungsfähigen Angriffswerkzeugen und Angriffsstrategien aus krimineller Perspektive in den letzten Jahren dramatisch verbessert hat.

Im Fall eines Angriffs ist die Aufstellung der eigenen Organisation und die Verfügbarkeit von technischen Mitteln, mit denen man einem solchen Angriff wirksam begegnen kann sehr wichtig. Da jeder Angriff und auch die Rahmenbedingungen in jeder angegriffenen Firma immer unterschiedlich sind, muss auch die Vorgehensweise individuell gestaltet sein und immer wieder iterativ an die Situation angepasst werden.

Gemeinsam mit Partnern unterstützen wir regelmäßig Firmen, die mit einem Hackerangriff konfrontiert sind. Daher möchte ich gerne einige Hinweise geben, die sich aus den Erfahrungen ergeben, die wir beim IT-Krisenmanagement gemacht haben:

### 1. STELLEN SIE DIE FORENSIK GUT AUF:

Das bedeutet, die Firma vor weiterem Eindringen der Angreifer zu schützen. Damit stellen Sie auch sicher, dass sie klare und belastbare Informationen haben, welche Teile Ihrer IT sie später wieder hochfahren können. Es gibt mittlerweile Tools, die man auch dann noch aktivieren kann, wenn man bereits angegriffen wurde. Das ist nicht ideal aber erheblich besser als noch vor wenigen Jahren. Wir können solche Tools für Sie bereitstellen.

### 2. ORGANISIEREN ODER KOMPLETTIEREN SIE DIE KRISENSTAB-ARBEIT:

Es ist wichtig die Zusammensetzung des Krisenstabes auf die Situation anzupassen. Vertreter der Businessunits sind von zentraler Bedeutung, weil damit Priorisierungen von wichtigen Prozessen und IT-Applikationen möglich wird. IT-Profis sind wichtig, um die logischen Zusammenhänge der angegriffenen Systeme zu verstehen und die Voraussetzungen für ein späteres Wiederanfahren technisch herzustellen. Wichtig ist aus unserer Sicht eine klare Rollenverteilung, eine enge zeitliche und inhaltliche Taktung des Krisenstabs und die geeignete Einbindung der gesamten Organisation.

### 3. STRUKTURIEREN UND PRIORISIEREN SIE DIE MASSNAHMEN:

Es gibt Reihenfolgen mit denen der Schutz von technischen Komponenten hochgefahren werden muss. Die Verfügbarkeit von Daten und Backups ist wichtig, ebenso wie die Klärung der Frage, ob sich der Angreifer noch in Backups eingeknistet hat. Ganz zentral ist es herauszufinden, welche Systeme höchste Priorität für das Unternehmen haben und ob es Notlösungen gibt, mit denen man sich - wenn auch eingeschränkt - arbeitsfähig hält. Dies sind typische Beispiele von Maßnahmen, die permanent bearbeitet, gegeneinander abgewogen und priorisiert werden müssen. Man kann nicht alles auf einmal machen.

### 4. GEHEN SIE DAS WIEDERANFAHREN MIT BEDACHT AN UND HOLEN SIE SICH VERSTÄRKUNG:

Verhandeln mit Hackern, Strukturieren der Kommunikation nach innen und außen, Klärung ob und wenn ja wie Zahlungen erfolgen sollen, schnelles Etablieren von technischen Umgehungslösungen - all das sind Beispiele von Themen, die in einer Angriffssituation wichtig werden können. Nicht immer sind in der eigenen Organisation ausreichend Erfahrungen für solche Ausnahme-Themen vorhanden. Auch wenn externe Unterstützung nur punktuell und begleitend ist, kann sie helfen, teurere Fehler zu vermeiden und sich in eine bessere Position zu bringen.

### 5. MACHEN SIE AUS DER SCHLECHTEN SITUATION ETWAS GUTES:

Spätestens wenn das Schlimmste überstanden ist, bieten sich viele Gelegenheiten, Prozesse zu verbessern, mit alten Technologien aufzuräumen und das neu entstandene Bewusstsein in der Firma für einen modernen Umgang mit IT zu nutzen. Nach einer Stabilisierungsphase lohnt es sich immer, über den so genannten „Future Mode of Operation“ nachzudenken und Maßnahmen auszuwählen, die Sie auch mit Blick auf Ihre Services und Produkte nachhaltig besser aufstellen.

Hackerangriffe passieren häufig und wenn man gut vorbereitet ist sinkt die Wahrscheinlichkeit, ein Opfer zu werden. Und dennoch macht es einen großen Unterschied, wie man sich im Fall eines Angriffs organisiert und aufstellt. Nicht selten erleben wir es, dass eine solch unerfreuliche Situation in der Rückschau ein Booster war, sich konsequenter und mutiger für die digitale Zukunft aufzustellen.

Da die Digitalisierung nur nachhaltig gelingt, wenn man Innovationen und operative Exzellenz gleichermaßen im Griff hat, haben wir es uns zur Aufgabe gemacht, unsere Kunden genau in diesem Punkt zu unterstützen. Die corporate momentum GmbH begleitet und unterstützt Unternehmen mit, so wie wir es nennen, Digital Execution Services bei ihren Digitalisierungsaktivitäten. Dies gilt auch für Krisensituationen wie Hackerangriffe. Mit erfahrenen Managern und gemeinsam mit unseren Lösungs-Partnern machen wir das notwendige Know How punktgenau verfügbar. Im Idealfall gelingt es gemeinsam, die Krise gut zu überstehen und den Schwung für nachhaltige Verbesserungen zu nutzen. Wofür wir stehen? - Professionell. Punktgenau. Echt.“



DR. THOMAS ENDRES, Gesellschafter, CEO & Founder der corporate momentum GmbH, Chaptervorstandschaft Rheinland-Pfalz

# WIE DESIGNT MAN EIN ZEITLOSES PRODUKT?

## INDUSTRIEDESIGN MIT LANGER NUTZUNGSDAUER

**MATERIALAUSWAHL UND -EINSPARUNG, ENERGIEEFFIZIENTE HERSTELLUNG UND RECYCLINGFÄHIGKEIT: ALLES WICHTIGE ASPEKTE, WENN ES UM INDUSTRIEDESIGN GEHT. ABER WIRKLICH NACHHALTIGES PRODUKTDESIGN MUSS WEITER GEHEN. DIE DESIGNAGENTUR OTTENWÄLDER UND OTTENWÄLDER (OUNDO) VERSPRICHT ZUSÄTZLICH EINE LANGE NUTZUNGSDAUER.**

Die Frage nach der Verantwortung steht vielerorts auf der Agenda – auch im Produktdesign. Ist sie gewachsen? Wenn es um den Bereich Nachhaltigkeit geht, heißt die Antwort „Ja“. Denn eine funktional und optisch ansprechende Gestaltung allein genügt nicht mehr. Das beweist die Designagentur Ottenwälder und Ottenwälder. Sie verbindet nachhaltiges Design mit ethischer Verantwortung und unterstützt Hersteller dabei, nachhaltig erfolgreich zu sein. Ihr Produkt- und Industriedesign ist zukunftsfähig, weil es sich durch lange Nutzungszyklen, Zeitlosigkeit und ressourcenschonende Produktion und Materialien auszeichnet.

### **ECODESIGN: NUR MATERIALAUSWAHL UND RECYCLFÄHIGKEIT?**

Produkt- und Industriedesign hat sich in Sachen Ecodesign lange vor allem auf Umweltaspekte konzentriert. Es ging um Dinge, die noch heute wichtig sind: Materialauswahl und -Einsparung, energieeffizientere und schadstoffärmere Herstellung und Recyclefähigkeit. Aber dieser Anspruch genügt heute weder den Herstellern der Industrie noch ihren Kunden. Der Ansatz von OUNDO erweitert ihn um die Funktion einer langen Nutzungsdauer – bestenfalls über Jahrzehnte. Denn es geht genauso um formale Zeitlosigkeit eines Produkts oder einer ganzen Anlage mit hoher Qualität.

### **GEGENTEIL VON NACHHALTIGEM DESIGN**

Solche Produkte haben eine große Modernität über den Zeitpunkt ihrer Entwicklung hinaus, ohne dabei einer Mode zu folgen. „Genau darum geht's heute“, erklärt Geschäftsführerin Petra Kurz-Ottenwälder, „denn die ständige Jagd nach immer neuen Trends ist das Gegenteil von nachhaltigem Design.“

Und noch einen zweiten Effekt beschreibt die Designerin, die mit Max Ottenwälder die Agentur vor über 25 Jahren gegründet hat: Unternehmen fokussieren stark auf Design-to-Cost. „Gerade in diesem Zusammenhang ist es dringend notwendig Design-to-Sustainability als Kern des Design-to-Cost zu begreifen, denn bis zu 80 % der Umweltauswirkungen eines Produkts sind durch dessen Design bestimmt.“

### **LEBENSDAUER EINES PRODUKTS**

Deshalb gilt es, alles zu hinterfragen, ist der Einfluss von Design doch immens: Funktionen, Materialwahl, Technologien, Produktzyklus, Kosten, Zielgruppe und das Aussehen eines Produkts oder Systems. Laut EU Beschluss Nr. 1386 von 2013 muss Ökodesign auch die Kriterien Haltbarkeit, Reparaturfähigkeit, Wiederverwendbarkeit, Recyclierbarkeit, recycelte Inhaltstoffe und Lebensdauer eines Produkts erfüllen. Nur ein langlebiges Produkt kann demnach ein nachhaltiges Produkt sein. Für diese Entwicklung steht die Designagentur, das deshalb von seinen Industriekunden früh in den Prozess eingebunden wird.

### **DIE RICHTIGEN FRAGEN**

„Ein in allen Dimensionen nachhaltiges Design erreichen wir, wenn der gesamte Produkt-Entwicklungsprozess im Unternehmen begleitet werden kann“, beschreibt Max Ottenwälder den optimalen Workflow. „Wir müssen die richtigen Fragen stellen: Was soll diese Maschine inhaltlich ausdrücken und visualisieren? Welchen Nutzen hat sie und wie soll sie den Menschen unterstützen? Wie geht der Mensch damit um?“ Damit beginnt der Prozess. Weitere Fragen drehen sich um Form, Materialität, Wirkung und Lebensdauer.

### **VON ANFANG AN ZU ENDE GEDACHT**

Diese Vorgehensweise im Designprozess macht Produkte nicht nur sinnvoller, sondern auch effizienter und hilft Unternehmen beim Erreichen nachhaltiger Wachstumsziele. Dafür denken die Designerinnen und Designer bei OUNDO von Anfang an ans Ende. Das ist logisch im nachhaltigen Sinne: „Bei der Beratung legen wir Wert auf ein umweltschonendes und sozial vertretbares Design und wirken auf ressourcenschonende Produktionsweisen und Materialien, auf Langlebigkeit, Update-Fähigkeit und ein fache Benutzungs hin“, sagt Ottenwälder.

Für ihn heißt das, schon bei der Entwicklung auf ein mögliches Recycling zu schauen. Ein weiterer Aspekt ist die Wartung einer Maschine oder ganzen Anlage: Was braucht der Service? Sind Maschinenteile für ihn gut erreichbar? Wie lässt sich die Logistik einfach lösen und wie lassen sich Teile einsparen?

### **AGILE ARBEITSPROZESSE**

Für den Bereich Sondermaschinenbau von Schaeffler gestaltete die Agentur Montagezellen und Bearbeitungsmaschinen neu. Das neue Design hatte wesentlichen Einfluss auf die Verkettung der Maschinen auf dem Shopfloor. Durch eine lineare Prozessanordnung benötigen sie nun deutlich weniger Fläche. Das spart Bau- und Betriebskosten und schont die Umwelt. Agile Arbeitsprozesse sorgen seitdem für zufriedener und motiviertere Mitarbeiter:innen bei Schaeffler.

Auch bei der Partbox, ein für Schubert Additive Solutions entwickelter 3D-Printer, steht Nachhaltigkeit im Vordergrund. Denn durch das Streaming von Teilen werden Komponenten auf die nachhaltigste Art direkt vor Ort produziert, dort, wo sie benötigt werden, per Datentransfer.

### **IOT- UND CLOUD-LÖSUNGEN**

Mit IoT- und Cloud-Lösungen kommen weitere Entwicklungen zum Tragen, die den Maschinenpark nachhaltiger machen – sofern sie beim Design der Maschinen mitgedacht werden. Ottenwälder erläutert: „Wenn eine Maschine oder Anlage über eine Cloud-Anbindung immer im optimierten Zustand produzieren kann, ist das nachhaltig.“

So entfallen bei der Fernwartung Arbeitsaufwand und Anfahrtswege für das Servicepersonal. Stillstände und Produktionsausfall werden minimiert. Auch lässt sich Verschleiß frühzeitig feststellen und Ersatzteile können schon vor Ort sein, bevor sie ausfallen.“ Eine Designagentur, in der nachhaltiges Denken so maßgeblich ist, muss aber auch selbst vorbildlich sein: Ottenwälder und Ottenwälder ist ein klimapositives Unternehmen.



**DIE STÄNDIGE JAGD NACH IMMER NEUEN TRENDS IST DAS GEGENTEIL VON NACHHALTIGEM DESIGN**

**PETRA KURZ-OTTENWÄLDER,**  
Geschäftsführerin OUNDO, Chaptervorständin Baden Württemberg  
& Core Team Circle Women Leadership

# WAS IST BEIM DEWISENHANDEL SO INTERESSANT?

## WIE IST IHR BERUFLICHER BACKGROUND?

Ich bin Ende der 80er Jahre über den Vertrieb in die Versicherungswirtschaft gekommen, habe dann aber schnell festgestellt, dass mir der Finanzierungsbereich, die Immobilien und die Kapitalanlage wesentlich mehr Freude machen. Anfang der 90er Jahre habe ich dann meinen ersten Fonds gekauft, Ende der 90er begann ich mit dem Handel von Pennystocks. Später folgten Optionsscheine und CFDs.

## WAS IST IHR LEITMOTIV?

„Intelligence in Sophtware“ – Jahrzehntelange Erfahrung, menschliche Intelligenz, integriert in Sophtware macht eine überdurchschnittliche Performance erreichbar!

## WELCHES SCHLÜSSELERLEBNIS HAT SIE VERANLASST, DIE SOFTWARE ZU ENTWICKELN?

Die nächtlichen Wake-Up-Calls zu Tokio Zeit. Rausgeklingelt zu werden, wenn andere schlafen. Weil es einfach nichts gab, was jahrzehntelange Erfahrung zufriedenstellend replizieren konnte, entschloss ich mich eine Software zu entwickeln, die diese Arbeiten für mich automatisiert.

## WAREN SIE VON ANFANG AN ERFOLGREICH?

Ganz und gar nicht. Zuerst programmierten wir nur den Einstieg in einen Markt, dann folgten einige Versionen mit automatisiertem Handel. Die ersten Versionen waren noch nicht perfekt. Eine professionelle Handelsstrategie, fundierte Marktkenntnis und ein genaues Timing mussten in Software übersetzt werden. Als erfahrener Händler siehst du einen Chart und erkennst sofort viele Details. Dieses Wissen, diesen Blick, muss man der Software erst einmal beibringen. Aber wir haben es geschafft.

## VERFOLGEN SIE EINE KLAR DEFINIERTE STRATEGIE?

Ja, die Strategie war mehr Leben, weniger eigener Handel und Zeit vor dem Rechner. Wir mussten der Software also beibringen, dass sie genau das tun soll, was ich in meinem Kopf habe. Und dazu brauchte es mehr als 28 Monate intensiver Entwicklung, bis wir die erste Version an den Start bringen konnten. Im Dezember 2019 war es soweit und wir konnten nach 39 Handelstagen 300 % Rendite erzielen.

Wir hatten den ersten Erfolg!. In den Folgemonaten gab es heftige Turbulenzen am Markt, die Währungen schlugen Kapriolen. Das war für uns eine glückliche Fügung: Der Stresstest für unsere Software. Wir konnten Fehler eliminieren und wichtige Features einbauen. Es war einfach perfektes Timing, das unseren Usern jetzt wertvolle Vorteile bringt. Heute sind wir im 46. Release, haben zahlreiche weitere Funktionen hinzugefügt und den Code so perfektioniert, dass man wirklich von „Intelligence in Sophtware“ sprechen kann.

## WIE LANGE ARBEITEN SIE FÜR GEWÖHNLICH?

Ich arbeite sehr gerne, weil mir das Erschaffen und Erreichen Freude macht, in der Regel um die 10 Stunden am Tag. Ich kann mit einem großartigen, generationenübergreifenden Team wirken. Hier entstehen starke Ideen, wir haben richtig Spaß und hochzufriedenen Kunden. Und mein Wochenplan gibt mir jedoch Mittwoch und Freitag Nachmittag frei – das gönne ich mir und meiner Familie.

## WAS IST IHR PERSÖNLICHES ZIEL?

Privat habe ich meine wichtigsten Ziele schon erreicht, alles, was dazu kommt ist „really nice to have.“ Mein persönliches großes Ziel ist es, die Sophtware 1000FTAD weiter zu „sozialisieren“ und auch Personen und Familien mit weniger Startkapital zu attraktiven Konditionen anbieten zu können.

## WEM KÖNNEN SIE ALS BEI THE GROW ALS NETZWERKPARTNER ZUR SEITE STEHEN?

1000FTAD eignet sich in erster Linie für professionelle und semi-professionelle Investoren, die den Devisenhandel als Ergänzung ihres Portfolios sehen und die Risiken richtig einschätzen können – wie Vermögensverwaltungen und Private Offices, private Investoren und Unternehmer. Für Partner haben wir ein spannendes Vertriebsmodell.

## WAS SPRICHT FÜR EINE SOPHTWARE WIE 1000FTAD?

Sehr viel. 1000FTAD arbeitet vollautomatisch 24/5 und – einmal richtig eingestellt – öffnet und schließt sie ihre Handelspositionen präzise im unteren Millisekundenbereich.

## WAS SAGEN SIE ZU DER AUSSAGE

### „ERST VERSTEHEN, DANN INVESTIEREN“

Nun, niemand sollte in was auch immer investieren, wenn er nicht verstanden hat, um was es geht. Dazu braucht es nicht unbedingt Fach- oder Detailwissen, doch es ist einfach ein Unterschied, ob ich eine klassische Beteiligung zeichne, eine Immobilie erwerbe oder mit Aktien oder Währungen handle. Im Handel mit 1000FTAD sollte man als User schon genau wissen, was da wann und wie passiert, wenn man die Sophtware startet. Wir sind unseren Kunden da gerne behilflich und es sind dabei schon tiefe Freundschaften entstanden.



DENIS SPIERS, Head of global Sales 1000FTAD

## WARUM IST ES SINNVOLL, EINEN TEIL DES VERMÖGENS ÜBER DIE SOFTWARE 1000FTAD ZU MANAGEN?

Nach der langen Zeit von Niedrig- oder Negativzinsen, zieht der Markt endlich wieder an. Allerdings verlieren jetzt andere Investitionen, wie z. B. Immobilienengagements dadurch an Attraktivität. Die Sophtware hilft dem User dabei bei einem hohen, jedoch kalkulierbaren Risiko, attraktive Erträge zu erzielen – schnell abrufbar. Und mit unserem ausgeklügelten Wallet-System sowie den Hedging-Trades, die die Sophtware vollkommen automatisch für offene Positionen ausführt, ist es eine spannende und bereichernde Ergänzung in jedem Portfolio.

## WAS SIND DIE VORTEILE MIT DER SOFTWARE 1000FTAD ZU ARBEITEN?

Einmal eingestellt, arbeitet die Sophtware vollkommen selbständig auf einem separaten Server in einem großen Rechenzentrum. Der User kann so seinen täglichen Geschäften nachgehen und muss sich nicht ständig um sein Konto oder seine Sophtware kümmern. Trotzdem hat er sein Handelskonto und alle Bewegungen über seine App jederzeit und überall abrufbar.

## WAS SIND DIE CHANCEN UND RISIKEN MIT EINER SOFTWARE ZU ARBEITEN?

Naturbedingt birgt der Handel von CFDs auf Devisenpaare ein sehr hohes Risiko, vergleichbar mit Optionsscheinen. Dafür besteht andererseits natürlich auch die Chance auf sehr hohe Gewinne. Und jetzt kommt 1000FTAD ins Spiel. Ziel ist es, möglichst viel vom Gewinn und möglichst wenig vom Risiko mitzunehmen.

## WAS IST BEIM DEWISENHANDEL SO INTERESSANT?

Dieser Markt ist der größte weltweit. Hier werden rund 6,7 Billionen US-Dollar täglich gehandelt. Er ist gleichzeitig der liquideste Markt und es gibt den 24/5 Handel. Die Handelskonditionen sind extrem günstig und interessant. Über unsere Partnerbroker handeln unsere User ihre Kontrakte für die Währungspaare völlig ohne Kommissionen und zusätzliche Gebühren.

## WIE IST 1000FTAD AUFGESTELLT?

Zum Erfolg der Sophtware bis heute haben insgesamt 32 tolle Menschen beigetragen, die in 15 Ländern und 4 Kontinenten verteilt sind. Ich bin sehr froh, dass wir in diesem stark männerdominierten Business fast 20% Frauen im Team haben. Ein starkes Produkt und eine tolle Dienstleistung lebt von vielen unterschiedlichen Blickwinkeln. Unser Partnernetzwerk befindet sich in Teilen Europas, Südamerikas, Afrikas und Asiens.

In Liechtenstein haben wir einen strategischen lizenzierten Partner, die Taragon Capital AG. Für den Salesbereich ist unser empathischer und teamorientierter Denis Spiers verantwortlich. Er wird hier vom charismatischen und innovativen Michael Voelkel, unserem Spezialisten für Werbung und Netzwerk unterstützt. Kaufmännische Angelegenheiten und die Geschäftsführung regelt meine älteste Tochter Sabrina Effland mit großer Leidenschaft und Akribie.

# EHEIM

## VOM SPIELZEUGHERSTELLER ZUM GLOBAL PLAYER

Mit der Erfindung des Aquarien-Saugfilters machte EHEIM die Aquaristik erst zu dem, was sie heute ist: Ein Hobby für breite Bevölkerungsschichten und Millionen Liebhaber weltweit.

1949 gründete der junge Ingenieur Gunther Eheim in Esslingen bei Stuttgart seine erste Firma zur „Reparatur und Herstellung technischer Spielwaren“. Geschäftsraum war die Veranda des Schwiegervaters. Hier wurden Modell-Eisenbahnen repariert und umgebaut. Später zog die Firma in das nur wenige Kilometer entfernte Deizisau um. Hier hat EHEIM bis heute seinen Hauptsitz.

1953 stellte Eheim erstmals seinen heute noch legendären Modell-Trolley-Bus vor. Dieser wurde zwar zu einem Verkaufsschlager, aber der Durchbruch kam erst mit einem Springbrunnen für Modelleisenbahn-Anlagen und einer dafür konstruierten erstmals wasserdichten Kreiselpumpe mit Magnetkupplung. Die Idee, diese spezielle Kreiselpumpe mit einem Reinigungsbehälter zu kombinieren, führte schließlich zur Entwicklung eines Saugfilters für Aquarien.

Die Marke EHEIM wurde zu einem internationalen Begriff und wird allgemein mit hochwertiger Qualität gleichgesetzt. Dabei spielt auch das Merkmal „Made in Germany“ eine bedeutende Rolle.

Mit dem EHEIM.DIGITAL Konzept hat das Unternehmen neue Maßstäbe in der Aquaristik gesetzt. Es gibt gute Gründe für diesen Technologiewechsel. Ein Beispiel ist die Wahrung optimaler Lebensbedingungen für Fische: Bei über 30° C gibt der Futterautomat keine Nahrung ins Wasser - weil die Wasserqualität kippen und Sauerstoffmangel entstehen könnte, gleichzeitig wird eine Email-Warnung an den Aquarianer versendet. Wenn weitere Produkte hinzugefügt werden, verbinden sich die Geräte automatisch miteinander.

Auf Grund der Geräte-Kombination gibt es bestimmte Hierarchien: Wenn der Futterautomat angeht, muss der Kunde nicht erst programmieren, dass der Filter ausgeht. Das läuft automatisch. Diese Funktionen und Wechselwirkungen geben uns die Möglichkeit Knowhow zu vermitteln und helfen Aquarianern Fehler zu vermeiden.

Im Grunde ist es wie mit allen digitalen Techniken: „Es gibt eine Fülle an Möglichkeiten, die wir uns heute noch gar nicht vorstellen können. Bleiben Sie neugierig...“, erklärt der EHEIM Geschäftsführer Ibrahim Mefire Kouotou.



**IBRAHIM MEFIRE KOUOTOU,**  
Entrepreneur & Geschäftsführer Ceo  
bei Eheim Verwaltungs GmbH



# THE SMELL OF SUCCESS



Werden auch Sie Teil dieser unglaublichen Erfolgsgeschichte. [www.the-grow.com](http://www.the-grow.com)

# EUROCONSIL

## AUSBLICK AUF DIE ZU ERWARTENDEN CHANCEN EINER ERFOLGREICHEN UNTERNEHMENSNACHFOLGE IN 2023/2024

**TROTZ BEGINN DES NEUEN JAHRES SIND DIE HERAUSFORDERUNGEN IMMER NOCH DIESELBEN, UNTERNEHMER MANAGEN DIE KOSTENSTEIGERUNGEN DER INFLATION UM DIE WETTBEWERBSFÄHIGKEIT DES UNTERNEHMENS ZU STEIGERN, PACKEN MASSNAHMEN AN DIE DEM DROHENDEN FACHKRÄFTEMANGEL IM EIGENEN UNTERNEHMEN ENTGEGENWIRKEN UM DIE EIGENEN UMSÄTZE UND MARKANTEILE ZU STEIGERN UND LAST BUT NOT LEAST, BESCHÄFTIGT SICH JEDER SECHSTE UNTERNEHMER (QUELLE: KFW) MIT DER FRAGE DER #UNTERNEHMENSNACHFOLGE FÜR SEIN UNTERNEHMEN.**

Warum? Das Durchschnittsalter der Unternehmer liegt derzeit so hoch wie noch, der Anteil der Unternehmen die innerhalb der Familie an die Kinder der Unternehmer übertragen werden, ist mit knapp 40 % so niedrig wie noch nie. Die Anzahl der zum Verkauf stehenden Unternehmen ist ein Mehrfaches so hoch wie die Anzahl derer, die ein Unternehmen erwerben möchten, der Markt für #Unternehmenstransaktionen hat sich im letzten Jahr 2022 zum Käufermarkt entwickelt.

Und dennoch, der #Mittelstand, die #Familienunternehmen, sind das Rückgrat unserer Wirtschaft in Deutschland, die Familienunternehmen stellen mehr Arbeitsplätze als die allseits bekannten Konzerne und gerade deshalb unterstützen wir von #EUROCONSIL die #Familienunternehmer, suchen und finden die bestmöglichen Investoren um die Unternehmen erfolgreich fortführen zu können und begleiten den gesamten #Transaktionsprozess mit Teams von erfahrenen Steuer- und Rechtsexperten, damit der Firmeneigentümer mit der Unternehmensnachfolge eine weitere #Erfolgsstory schreiben und die Krönung seines unternehmerischen Lebenswerkes vollziehen kann.

Der erste Schritt ist dabei immer die #Unternehmensbewertung, diese ist die Basis aller darauf aufbauenden Aktivitäten und sollte an den Wirtschaftsprüferstandard IDW-S1 angelehnt sein. Letztendlich geht es für den #Unternehmensverkäufer ja auch darum, den höchst möglichen Verkaufspreis zu erzielen, neben anderen individuell zu berücksichtigenden Aspekten.

Diese können bspw. den Verkauf oder die langfristige Verpachtung der Betriebsimmobilien betreffen, die Fragestellung ob Familienmitglieder weiterhin in die Leitung des Unternehmens eingebunden sein sollen und ob der Verkauf von Unternehmensanteilen oder der komplette Verkauf des Unternehmens die bestmögliche Lösung darstellt. Alle diese Fragen müssen im Vorfeld geklärt und dann von Beginn des Transaktionsprozesses konsequent berücksichtigt werden.

Alternativ zum Firmenverkauf sind zunehmend auch Transaktionsstrukturen wie Buy and build oder ähnliche Rückbeteiligungsmodelle bzw. #Fusionen eine Option die Unternehmensnachfolge zu regeln. Der Vorteil solcher Transaktionsstrukturen liegt darin, dass der Unternehmer so auch nach seinem Ausscheiden aus dem operativen Geschäft noch Möglichkeiten der Einflussnahme auf sein Unternehmen behält.

Last but not least geht es neben der Erzielung eines interessanten Verkaufspreises auch darum die Weichen für die Zukunft des Unternehmens weiterhin auf Erfolg zu stellen und bei der Transaktion die hohe Komplexität von #Unternehmensverkäufen und Fusionen durch ein professionelles Team rechtssicher umzusetzen. Neben der Erstellung des Exposés, welches stets vollständig und aktuell gehalten werden muss um keine rechtliche Auseinandersetzung zu riskieren, betrifft dies vor allem die vollstän-

dige Einrichtung des Datenraums, der den Kaufinteressenten im Vorfeld einer Transaktion zur Verfügung zu stellen ist.

Der Umfang der in den #Datenraum einzuliegenden Dokumente liegt bereits bei kleineren Firmen bei mehreren hundert Einzeldokumenten, mit Mittelständlern im zweistelligen oder dreistelligen Umsatzbereich sind dies nicht selten weit mehr als tausend Dokumente. Auch hier gilt wie im #Unternehmensexposé, der Verkäufer ist zur Vollständigkeit und Aktualität verpflichtet und allein das Thema Vollständigkeit erweist sich nicht selten als Grundlage juristischer Auseinandersetzungen nach der #Firmenübernahme, wenn der Käufer feststellt, dass diese nicht gegeben war.

Last but not least ist ein weiteres Erfolgskriterium die Anzahl der Interessenten. Größere und überregional agierende M&A - Gesellschaften wie EUROCONSIL verfügen oft über mehrere Tausend Kaufinteressenten, die sie in einen solchen Prozess einsteuern, es liegt auf der Hand, dass je mehr Investoren sich für ein Unternehmen interessieren, je besser werden letztendlich auch die Vertragsbedingungen und der Kaufpreis für den das Unternehmen abgebenden Unternehmer sein.



### SEBASTIAN GÖRING

Der Autor ist Managing Partner von EUROCONSIL Unternehmensnachfolge M&A. Ferner ist er am Steinbeis Zentrum Stuttgart Spezialist für M&A-Transaktionen und Unternehmensnachfolgen.

### ÜBER EUROCONSIL:

EUROCONSIL ist eine der führenden M&A - Gesellschaften in Deutschland. Mit den Standorten Stuttgart, Berlin, Düsseldorf, Frankfurt/M., Hamburg, Dessau und Mainz fühlt sich EUROCONSIL vor allem familiengeführte Unternehmen und deren Gesellschaftern/Eigentümern in Unternehmensverkaufs- und Fusionsprozessen zu deren Erfolg verpflichtet.



# SELBSTBESTIMMTES, FLEXIBLES ARBEITEN – EINE EIGENE CONNECTIONS PLATTFORM – ESG

VIELE WEGE FÜHREN ZUM ERFOLG.



**STEFFEN HETZEL**, Managing Director bei BITLY EUROPE,  
Investor & Member Leadteam Circle ESG

**SEIT MITTE 2020 BIN ICH FÜR DIE BITLY EUROPE GMBH (VORMALS EGODITOR GMBH - DIE COMPANY HINTER WWW.QR-CODE-GENERATOR.COM) TÄTIG. ICH STARTETE ALS CFO, DURFTE IN DIESER FUNKTION CORONA UND DEN BOOM VON QR CODES AM EIGENEN LEIB MITERLEBEN, EINEN ZUKAUF BEGLEITEN, DANN IM LAUFE VON 2021 DEN VERKAUF AN DIE US-GESELLSCHAFT BITLY INC. GRÖSSTENTEILS LEITEN UND BIN SEIT MÄRZ 2022 ALS MANAGING DIRECTOR FÜR DAS OPERATIVE EUROPAGESCHÄFT VON BITLY UND DIE ZUGEHÖRIGE POST-MERGER-INTEGRATION VERANTWORTLICH.**

**MIT DIESEM ARTIKEL MÖCHTE ICH DEN MITGLIEDERN EINEN KURZEN EINBLICK IN DIE ENTWICKLUNGEN DER LETZTEN KNAPP DREI JAHRE GEBEN UND MÖCHTE EUCH DREI HAUPTTHESEN MITGEBEN:**

- 1.) Um langfristig digitale Interaktionen mit Kunden zu ermöglichen, braucht jede Firma eine Connections Plattform
- 2.) Remote-First is here to stay
- 3.) DEI und ESG werden immer wichtiger um Unternehmenswert zu generieren und Talente anzuziehen

**1.) UM LANGFRISTIG DIGITALE INTERAKTIONEN MIT KUNDEN ZU ERMÖGLICHEN, BRAUCHT JEDE FIRMA EINE CONNECTIONS PLATTFORM**

Was ist Bitly überhaupt und warum bieten die Dienstleistungen einen Mehrwert?

Bitly hat weltweit über 500.000 Kunden in über 190 Ländern. Diese Kunden nutzen die Bitly Connections Plattform, um Markenvertrauen aufzubauen, sich mit ihrer Zielgruppe zu verbinden und digitale Erlebnisse sowohl in der physischen als auch in der digitalen Welt freizuschalten. Dies führt zu über 10 Milliarden monatlichen Interaktionen zwischen Bitly-Benutzern und ihren Kunden in Hunderten von Branchen über angeklickte Links und gescannte QR-Codes.

Das QR-Code-Geschäft von Bitly wächst dabei rasant, da Marken und Unternehmen zunehmend QR-Codes in ihre Marketingstrategie einbeziehen, um ihre Offline-Kunden mit interaktiven Online-Erlebnissen in Kontakt zu bringen. Allein in der ersten Hälfte des Jahres 2022 verzeichnete Bitly einen Anstieg der QR-Code-Erstellungen um 152 %, während Endnutzer im Vergleich zum Vorjahreszeitraum 55 % mehr Scans generierten.

Seit das Link-in-Bio-Angebot (eine Art private Linksammlung, die sich über einen Link oder QR Code erreichen lässt) von Bitly im Juli 2022 aus der Beta-Phase heraus gestartet ist, ist die Anzahl der erstellten Link-in-Bios um durchschnittlich 42 % pro Monat gestiegen. Immer mehr Nutzer erkennen den Vorteil, dass ihre Zielgruppe all ihre Inhalte von einem Ort aus ansteuern kann. Dies hilft dabei, mehr Aufrufe, Verkäufe, Abonnenten und Leads zu generieren.

Wer digital erreichbar und sichtbar sein möchte, benötigt somit eine Connections Plattform, um mit seinen Kunden zu interagieren.

**2.) REMOTE-FIRST IS HERE TO STAY**

Wir bauen bei Bitly eine globale Company, in der wir das Geschäft aus den USA mit dem in Deutschland kombinieren, weiterentwickeln und dadurch Mehrwert für unsere globalen Kunden schaffen. Die Umsetzung dessen ist nicht immer leicht, da unsere Mitarbeitenden von der Westküste in den USA, über Texas, Denver, New York City, Bielefeld bis nach Berlin verteilt sind. Vereinzelt haben wir noch Mitarbeiter im europäischen Ausland oder arbeiten mit Dienstleistern in Osteuropa oder noch weiter östlich zusammen.

All das unter einen Hut zu bekommen ist vor allem aufgrund der Zeitzonen nicht immer einfach, doch dank oder gerade wegen Corona und vermehrter Arbeit im Homeoffice konnte hier ein großer Schritt nach vorne gegangen werden.

Ich war die vergangenen drei Jahre ungefähr 20-mal im Büro und dies auch eher nur zum Socializing und um Leute zu treffen, jedoch nicht für Meetings. Alles findet bei uns digital und mittlerweile auch vermehrt asynchron über Slack oder Mails statt- dadurch habe ich vermutlich mehr Präsenzzeit (10 Tage) in New York verbracht als an meinem Wohnort, Berlin. Und ich muss sagen, es klappt sehr gut.

Klar erfordert das entsprechende Arbeiten viel Eigenverantwortung und teilweise sind die Abende etwas länger, aber dafür kann man sich dann auch morgens entspannt um Sport, Einkäufe oder Ähnliches kümmern.

Selbstbestimmtes, flexibles Arbeiten ist daher das, was vor allem höher Qualifizierte auch einfordert. Von zu Hause arbeiten hat auch den Vorteil, dass ich meinen Sohn täglich zu Gesicht bekomme. Wir dachten letztes über eine „Back-to-Office“ Policy nach, um wieder mehr Präsenz zu ermöglichen. Bei der Erhebung ist uns dann aber klar geworden, dass es nicht praktikabel ist. Während Corona haben wir deutschlandweit eingestellt, Mitarbeiter sind umgezogen und die Lebensgewohnheiten haben sich in den vergangenen Jahren massiv verändert.

Das Ganze gekoppelt mit dem nun immer stärker durchschlagenden Fachkräftemangel führt zu einer Position der Stärke von Arbeitnehmern, so dass wir diese erst gar nicht mehr zum Unterschreiben des Arbeitsvertrages bekommen, wenn wir nicht die volle Flexibilität anbieten.

Mit Sicherheit gibt es auch Berufsgruppen, auf die das nicht zutrifft, aber wir sind im digitalen Bereich unterwegs, und da ist es einfach die neue Realität - man kann das anerkennen oder verleugnen. Drum herumkommen wird man nicht!

Wie genau man trotz allem eine Firmenkultur schaffen kann - und hierdurch eine Differenzierung gegenüber anderen Arbeitgebern - ist nun die größte Herausforderung. Dies wird aber auf jeden Fall unter der Prämisse eines Remote-First-Ansatzes sein.

**3.) DEI UND ESG WERDEN IMMER WICHTIGER UM UNTERNEHMENSWERT ZU GENERIEREN UND TALENTE ANZUZIEHEN**

DEI (Diversity, Equity, Inclusion) - was ist das denn für ein Projekt und wofür brauchen wir das denn?“ Das war mein erster Gedanke, als wir im Rahmen des Post-Merger-Integration-Prozesses die Workstreams gemeinsam mit unserer neuen Muttergesellschaft Bitly Inc aus den USA zusammengetragen haben.

Klar, als deutsche GmbH mit einem Private-Equity Investor (Flex Capital Management GmbH aus Berlin) sind wir mit dem in Europa sehr präsenten Thema ESG (Environmental, Social, Governance) in Kontakt gekommen, mussten regelmäßig einen ESG-Score erheben und wussten, dass das auch ein relevantes Kriterium für einen Verkauf des Unternehmens war. Allerdings konnten weder die beiden Co-Gründer von Egoditor noch ich als damaliger CFO etwas mit DEI anfangen.

Voller Interesse gingen wir somit in unseren ersten Call dazu und lernten recht schnell, wie unfassbar wichtig das Thema in den USA bereits ist und welchen Mehrwert es auch in Deutschland vor allem für die Mitarbeiterbindung und Mitarbeiterzufriedenheit liefern kann.

Grob gesagt, ist das Ziel dahinter, ein möglichst vielfältiges, gerechtes und inklusives Unternehmen zu schaffen, in dem jeder als sein „wahres Ich“ kommen kann und sich wohl fühlt. Und diesen Wertekanon nicht nur in der Kultur, sondern auch im täglichen Arbeiten zu verankern. Wir merken bereits in den USA, wie wichtig das Kandidaten bei der Arbeitgeberwahl ist. Gerade auch für die Gen Z wird dies immer wichtiger.

Natürlich bleibt die Maxime Geld zu verdienen, aber ohne die entsprechend qualifizierten und motivierten Mitarbeiter wird das leider nichts. Und für diese wird es immer wichtiger, dass der Arbeitgeber einfach auch menschlich „das Richtige tut“.

# CULTURAL FIT – WIE ZUSAMMEN FINDET, WAS ZUSAMMEN GEHÖRT

WARUM ES NIE EINFACHER WAR, DAS RICHTIGE PERSONAL FÜR DAS EIGENE UNTERNEHMEN ZU FINDEN.

Steter Wandel und permanente Personalknappheit sind zu den neuen Konstanten in der deutschen Wirtschaft geworden und haben den Arbeitsmarkt grundlegend verändert. Das verunsichert Unternehmen und Arbeitnehmende gleichermaßen. Dabei eröffnet gerade die aktuelle Arbeitsmarktsituation Personalsuchenden ungeahnte Möglichkeiten.

Verzweifelte Unternehmen und frustrierte HR-Manager – die einen leiden stark unter den Folgen der nicht besetzten Vakanzen und die anderen finden oft einfach nicht konsequent genug die richtigen Kandidaten. Und das, obwohl wir gemäß der neuesten Gallup-Studie Allzeit-Höchststand an aktiv Arbeitssuchenden haben und sich die Wechselbereitschaft in Deutschland drastisch gestiegen ist – und noch weiter zunehmen wird. Entsprechend angespannt ist die Lage für alle Beteiligten.

Woran liegt das? Neben der Digitalisierung stellen die demographische Entwicklung, die Globalisierung und die zunehmende Volatilität der Wirtschaftsmärkte den Arbeitsmarkt auf den Kopf und als Folge Unternehmen vor immer größer werdende Herausforderungen. Steter Wandel ist zur neuen Konstante in der Wirtschaft geworden und in der Gesellschaft haben sich die Paradigmen schneller als je zuvor weiterentwickelt.

Wir lesen von „Generation Z“, Work-Life-Balance, absolutem Arbeitnehmermarkt, einzigartigen Recruiting-Trends, stark gestiegenen Personalbedarfen über alle Branchen hinweg und wissen, dass jeden Tag mehr Arbeitsmarktteilnehmer in Rente gehen, als neue dazu kommen. Die Unternehmen fürchten wenig überraschend gemäß Allianz Risk Barometer vor allem Betriebsunterbrechungen, Cyberfälle sowie die Energiekrise und – erstmals in den TOP 10-Risiken vertreten – die Auswirkungen des Fachkräftemangels.

Und zugegeben – im Kern haben alle diese Punkte Ihre Berechtigung und belegen deutlich, dass sich der Arbeitsmarkt grundlegend verändert hat. Eine weitere Tatsache ist aber auch, dass das noch nie so schnell passiert ist und sich daraus so viele neue Chancen ergeben haben. Was sich nun noch verändern muss, ist die Art, wie Mitarbeitende und Arbeitgebende zusammen finden. Wenn Unternehmen sich dessen bewusst sind, werden sie mehr passende Menschen anziehen, Ihre Produktivität steigern und so – ganz nebenbei – das Arbeitsleben in Deutschland stark verbessern.



MARCO RUBULOTTA, RUBULOTTA CONSULTING,  
& HR Evoluzzer

Wer die neuen Chancen nutzen will, der muss sich stärker denn je mit der eigenen Identität als Arbeitgeber auseinandersetzen. Diese Identität bestimmt, für wen sie der richtige Arbeitgeber sind und wer dauerhaft zu ihnen passt. Sie stellt das stabile Fundament der modernen Personalgewinnung dar und wird maßgeblich von der vorherrschenden Kultur im Unternehmen geprägt.

Diese Identität ermöglicht überhaupt erst eine Identifikation von Zieltalenten mit den Unternehmenswerten. Die so entstandene Identifikation ist die Grundlage dafür, dass im Unternehmen später die richtigen Menschen motiviert miteinander arbeiten. Es ist daher unerlässlich, die Unternehmenskultur transparent nach außen zu tragen.

Auf diese Weise können sich Zieltalente bereits frühzeitig mit der Arbeitgeberidentität des Unternehmens auseinander zu setzen. Dabei gilt: Gehalt und etwaige Sachleistungen sind zwar ebenso von Interesse wie der wirtschaftliche Fortbestand des Unternehmens, wer aber die richtigen Mitarbeitenden dauerhaft binden und entwickeln will, muss eine greifbare und authentische Arbeitgebermarke haben, die eine Identifikation mit Werten und Kultur zulässt.

Eine Studie von „CompanyMatch“ zeigt, dass 60% der Befragten aufgrund von Differenzen zwischen eigener Persönlichkeit und Unternehmenskultur bereits ein Unternehmen verlassen haben. Im Recruiting ist es daher elementar wichtig, herauszufinden, ob die Persönlichkeit der Kandidaten zu den Wertevorstellungen und dem Umgang im Unternehmen passt.

Es steht also fest: Akzeptieren Arbeitgebende das neue Fundament für erfolgreiche Personalgewinnung und vermitteln Ihre Arbeitgeberidentität authentisch nach außen, können potentiell neue Mitarbeitende bereits im Vorfeld besser prüfen, ob die Grundlagen einer dauerhaften und langfristigen Arbeitsbeziehung gegeben sind. Und all das funktioniert Dank der Digitalisierung und den vielen neu entstandenen digitalen Kanälen unkomplizierter, kostengünstiger und schneller denn je.



# ERFOLGSFAKTOR RADIKALE KUNDENZENTRIERUNG

## HEBEN SIE (SICH) AB DURCH GELUNGENEN CUSTOMER SERVICE.

Kundenservice ist ein Schlüsselfaktor für den Erfolg jedes Unternehmens. Doch was bedeutet Kundenservice wirklich? Es geht darum, Ihre Kunden in den Mittelpunkt Ihres Unternehmens zu stellen und sicherzustellen, dass sie eine positive Erfahrung machen - egal ob es sich um den Kauf eines Produkts oder um die Lösung eines Problems handelt. Kundenservice ist mehr als nur eine Abteilung in Ihrem Unternehmen. Es ist eine Mentalität, die von allen Mitarbeitern getragen werden sollte.

Der Kundenservice wird oft unterschätzt. Ihrer Erfahrung nach befindet sich jedoch genau, da das größte Potenzial, durch das sich erfolgreiche Unternehmen absetzen. Und wo gibt es mehr direkten Kontakt als im Customer Service? Anika Tannebaum sieht den Customer Service als Marketing der Zukunft!

### DER KUNDENSERVICE DER 5-STERNE-HOTELLERIE ALS BASIS

Ihr Startpunkt im Customer Service war die 5-Sterne-Hotellerie. Im Hilton Regent's Park London und in den InterContinental Hotels in London und Berlin war es ihr Schwerpunkt sicherzustellen, dass die Anfragen der Gäste zur vollsten Zufriedenheit erfüllt wurden, und zwar abteilungsübergreifend. Diese radikale Kundenzentrierung der Luxushotels nahm Sie dann mit zu Audi, Bentley, Booking.com, eBay und natürlich auch mit in ihre Selbstständigkeit.

Erst kürzlich realisierte sie, dass sie auch heute noch all ihre Kunden und Kundinnen als Gäste ansehe und ihnen einen erstklassigen 5-Sterne-Service bieten möchte. Sie sieht den Service und eine ganzheitliche Kundenzentrierung als Differenzierungsmerkmal erfolgreicher Firmen weltweit! Denn das ist die Grund Voraussetzung zum Gewinn loyaler Kunden!

### EMPOWERMENT DES TEAMS

Vieles von dem, was sie heute weiß, verdankt sie ihrem Job beim Milliarden Unternehmen Booking.com. Dort baute sie den europaweiten Customer Service mit 450 Mitarbeitenden, 20 Operations Managers und in 39 verschiedenen Sprachen auf.

Sie lebte interkulturelle Teamentwicklung. Berlin war einer von 13 Standorten. Noch heute ist sie stolz darauf zu sagen, dass der Berliner Standort nach Vergleich der Kennzahlen die höchste Zufriedenheit, die höchste Produktivität und die niedrigste Fluktuation aufwies. Woher das kam? Ihr damaliger Vorgesetzter machte ihr am allerersten Tag klar, dass er nicht ihr „boss“ sei, sondern ihr „facilitator“. Er meinte, er ist verantwortlich dafür, dass jeder seine Arbeit bestmöglich ausführen und umsetzen kann.

Diesen Satz werde ich nie vergessen! Denn für mich war das der Beginn meiner veränderten Wahrnehmung von einer guten Führungskultur. Es ging um ein vernetztes Miteinander, abteilungsübergreifende Verantwortung und das Nutzen von Schwarmwissen, um zum bestmöglichen Ergebnis zu kommen = Intrapreneur Leadership!. Die Mitarbeitermotivation stieg ins Unermessliche. Und können Sie sich vorstellen wozu hochmotivierte Teams fähig sind?

Von den anderen Site-Managern wurde ich hin und wieder gefragt, wie ich das anstellte. Heute weiß ich, das war Leadership auf Augenhöhe, mit Empowerment, Purpose und Empathie. Ich befähigte meine Mitarbeitenden, ihre Aufgaben bestmöglich auszuführen, wir entwickelten einen kollektiven Sinn für unsere Teamarbeit mit einem gemeinsamen Ziel und legten großen Wert auf ein wertschätzendes Miteinander.

Aus meiner Erfahrung heraus ist es das Wichtigste ein Wir-Gefühl mit einem gemeinsamen Sinn für die Arbeit zu erschaffen. Wenn das Ziel klar ist und alle aus freien Stücken dort ankommen möchten, dann schafft man den Weg viel schneller, benötigt weniger Krafteinsatz oder das Ergebnis wird schlichtweg besser. Und genau deshalb benötigen wir ehrliches Interesse an unseren Mitmenschen und ihren Belangen.

Dass meine Methode wirklich erfolgversprechend ist, realisierte ich als ich bei eBay mit Brands4Friends zwei Jahre in Folge den Service Champion Award für den besten Kundenservice gewann. Nummer 1 unter all den Onlineshops in Deutschland wird man nicht mal eben so. Es braucht eine gute Strategie und eine absolute Kundenzentrierung.

### GREAT LEADERS. GREAT SERVICE.

Mit diesen Erfahrungen im Handgepäck helfe ich heute dem erfolgreichen Mittelstand, Start-ups und E-Commerce Unternehmen aus den unterschiedlichsten Branchen ihren Customer Service aufzubauen und zu optimieren. Anfangs finde ich oft die gleiche Situation vor. Der Kundenservice existiert so nebenbei und „läuft schon“ irgendwie. Meistens wurde bereits im Vertrieb und Marketing geschaut, wie man „noch mehr“ verkaufen könne.

Nur geht es dem Kunden nicht unbedingt um die Produkte, sondern häufig viel mehr um das Gefühl dahinter. Welche Emotionen wecken wir in unserer Kundschaft? Ist es der Wunsch nach Freiheit, Unabhängigkeit, Attraktivität, Zugehörigkeit oder etwas anderes? Eine optimale Kundenbindung erreichen wir nur, wenn wir die Bedürfnisse des Kunden antizipieren können.

Um sich von der Masse an Wettbewerbern abzuheben, sollte die Customer Service Abteilung also so ins Unternehmen integriert sein, dass sie einen heißen Draht in jede Abteilung hat, der in beide Richtungen funktioniert. Soll heißen: Alle für die Kunden relevanten Informationen müssen dem Kundenservice-Team vorliegen, damit es schnell und zuverlässig alle Kundenanfragen bearbeiten kann.

Hier empfiehlt sich ein gutes vernetztes CRM System mit intelligentem Self Help. Denn die meisten Kunden möchten sich nicht im Unternehmen melden. Sie müssen sich melden, weil die Informationen nicht präsent sind.

Raus aus den Silos und rein in die vernetzte Teamarbeit! Der Kunde wird Mittelpunkt aller Prozesse und Interaktionen. Wie wird unser Unternehmen und unser Produkt AUS SICHT DES KUNDEN wahrgenommen? Welche Emotionen erwecken wir? Zudem braucht es eine gesunde Feedback-Kultur, die die Rückmeldungen der Kunden:Innen zur Optimierung der Unternehmensprozesse nutzt. Übrigens gibt es interne und externe Kunden! Denn auch Mitarbeitende und Geschäftspartner können Ihre Kunden sein.

Feedback können Sie an jedem Touchpoint des Customer Journey einholen und auswerten. Am besten gelingt das mit einem durchdachten System, dessen Ziel es ist, die Kundenzufriedenheit stetig zu verbessern und loyale Kundenbeziehungen aufzubauen.



Anika Tannebaum ist eine gefragte TOP Expertin und Speakerin für gelungene Customer Service, Kundenzentrierung sowie moderne Führung. Mit über 20 Jahren internationaler Erfahrung in hochkarätigen Leadership-Positionen und ihrer unverwechselbaren, mitreißenden Art berät die Vollblut-Optimistin Führungskräfte und High Potentials.

Sie begleitet Start-ups, erfolgreiche Mittelstandsunternehmen und schnell wachsende Milliarden-Unternehmen (Unicorns) dabei, ihre Servicestrategie zu optimieren, Kundenerlebnisse zu schaffen und den Customer Service zu skalieren und für die Zukunft aufzustellen.

### DIGITALISIERUNG DES KUNDENSERVICES

Die Digitalisierung war in vielen Bereichen ein eher schleicher Prozess, bis das Jahr 2020 plötzlich einen abrupten Umschwung verlangte. Die Corona-Pandemie wirkte besonders bei den mittelständischen Unternehmen viel Umdenken. So durfte ich auch hier den Verantwortlichen die Angst vor der Komplexität nehmen und effizientere Wege erschaffen, die Kundenzufriedenheit zu messen und zu verbessern und gleichzeitig skalierbar zu machen.

Neue CRM-Systeme, Ticketsysteme, Reportings der Telefonanlage, Kontaktformulare und neue Abläufe innerhalb des Unternehmens – all das, um alltägliche Prozesse sowohl für das Customer Service Team als auch für die Kundschaft zu erleichtern und zu beschleunigen. Sie sehen der Customer Service ist keine Randabteilung sondern Mittelpunkt des Unternehmens!

Aus meiner Sicht ist das Kundenerlebnis die Summe aus der Erwartungshaltung und der Realität. Manche Dinge sind Hygiene-Faktoren, die ich einfach erwarte, ohne dass sich mein Erlebnis verbessert. Eine funktionierende Technik, das Einhalten von Service Versprechen und fehlerfreie Software sollten selbstverständlich sein. Denn sind diese Hygiene-Faktoren mal nicht vorhanden, ist die Enttäuschung groß und sehr deutlich spürbar. Abgesehen von persönlichen, individuellen Vorlieben, können wir einige Erwartungen pauschalisiert zusammenfassen.

Wenn ich in einem Onlineshop ein Produkt bestelle, dann erwarte ich, dass dieses Produkt in der angegebenen Lieferzeit geliefert wird. Ist es pünktlich, wurde meine Erwartung erfüllt. Jedoch empfinde ich das nicht als besonders bemerkenswerte Leistung. Sollte meine Bestellung hingegen später ankommen, erwarte ich, dass ich in der Zwischenzeit darüber informiert werde und ggf. Alternativen aufgezeigt werden.

Wenn ich den Kundenservice erreichen möchte, erwarte ich, dass mir geholfen wird. Geht niemand ans Telefon, obwohl ich es mehrfach versuche oder lande ich in der Warteschlange ohne zu wissen, wie lange die Wartezeit sein wird, dann bin ich frustriert. Das sollte der Vergangenheit angehören und kann man einfach mit guten technischen Möglichkeiten lösen.

Je mehr Erwartungen nicht erfüllt werden, desto unwahrscheinlicher ist eine erneute Bestellung bei diesem Unternehmen. Oder in anderen Worten: Je mehr WOW-Erlebnisse der Kunde hat, desto wahrscheinlicher ist der nächste Einkauf.

Ich arbeite ja gern mit meiner WOW-Brille. Wenn Sie durch meine WOW-Brille auf Ihr Unternehmen schauen, gibt es vieles zu entdecken. Probieren Sie es gern selbst einmal aus und setzen sich hypothetisch die WOW Brille auf.

Wie sieht Ihr Unternehmen aus Sicht des Kunden und von außen aus? Ist es eher traditionell oder modern? Wie einfach ist der Erstkontakt? Werden Sie freundlich empfangen? Wie wird mit Ihrem Anliegen umgegangen? Werden Sie gesehen? Wie lange müssen Sie warten? Wird Ihnen geholfen? Wie viele kleine und große WOW-Momente können Sie bei dieser Betrachtung sammeln? Haben ihre Kunden\*Innen ein erstklassiges Erlebnis? Überprüfen Sie die Kundenzentrierung Ihres eigenen Unternehmens doch einmal durch einen Blick durch die WOW-Brille. Ich helfe Ihnen auch gern dabei!

Ich setze mich mit Begeisterung für den besten Kundenservice in und bringe dafür die Erfahrung aus den besten Firmen dieser Welt mit ein. Wir wollen gemeinsam Erfolg gestalten. Denn dieser beginnt IM Unternehmen. Wenn Sie es schaffen Ihre Produkte, Programme und Prozesse durch die Brille der Kunden zu betrachten, differenzieren Sie sich von der Masse des Wettbewerbs.

### WAS IST DER UNTERSCHIED ERFOLGREICHER FIRMEN WELTWEIT? EIN GELUNGENER KUNDENSERVICE!

Unter dem Slogan „GREAT LEADERS. GREAT SERVICE.“ berät die TOP Expertin ganzheitlich bei der Umsetzung einer kundenzentrierten Service Strategie in Unternehmen! Denn nichts ist in der Theorie so einfach wie die Praxis und dafür hat sie ihre einzigartige CUSTOMER SERVICE MASTERCLASS entwickelt. Die Masterclass ist direkt auf der Webseite zu finden: unter [www.anika-tannebaum.de](http://www.anika-tannebaum.de).

Heute betreut sie in erster Linie stark wachsende E-Commerce Unternehmen und ist auf dem Customer Service Gebiet eine absolute Expertin. Mit gelungenen Service zu loyalen Kunden! Sind Sie dabei?

# DIE PARALLELWELT ZWISCHEN POLITIK UND WIRTSCHAFT / WIRKLICHKEIT: EIN AUFRUF ZUR VERÄNDERUNG

PERSÖNLICHE GEDANKEN VON DR. ANNETTE-LOUISE HIRMER

Wenn man aus der Corona-Pandemie etwas Positives ziehen möchte, dann das, dass sie wie ein Brennglas wirtschaftliche und gesellschaftliche Probleme, Missstände und Ungleichheiten aufdeckte und dazu beitrug, dass in kürzester Zeit bis dahin als unmöglich bezeichnete Themen umgesetzt wurden: Videokonferenzen, Webinare, Home Office oder auch digitale Verkaufsmöglichkeiten.

Für mich offenbarte sich aber seit der Corona Pandemie vor allem auch eines: die Parallelwelt zwischen Politik und Wirtschaft / Wirklichkeit.

Vor Corona ging es den meisten Unternehmen und Bürgern in Deutschland vergleichbar sehr gut – seit Jahrzehnten. Die in der Politik gemachten Entscheidungen spielten in der Wirtschaft nur eine marginale Rolle. Man konnte sich erlauben, dass die in der Politik mehr oder weniger machen, was sie wollen. Jetzt sieht es aber anders aus.

Corona, Ukraine Krieg, Inflation sowie steigende Energie- und Finanzierungskosten haben bei den meisten Unternehmen und Bürgern die Liquiditäts-Reserven aufgebraucht, den Verschuldungsgrad erhöht und fordern hohe Anstrengungen diese zu bewältigen. Nur ein geringerer Teil der Unternehmen und der Bevölkerung sind Gewinner dieser Zeit.

Verabschiedete, anstehende oder angedachte Regelungen zu Home Office, 4-Tage-Woche, Arbeitszeiterfassung, Gendern, Mindestlohn, Datenschutz, Heizen und Verbrennermotoren beruhen auf guten und richtigen Absichten, sind jedoch (teilweise) in der Umsetzung nicht zu Ende gedacht und verschlingen in einer bereits kritischen Phase zwei wertvolle Ressourcen: Zeit und Geld.

Eine 4-Tage Woche oder Home-Office in einem Dienstleistungsunternehmen umzusetzen ist eine andere Sache als im stationären Einzelhandel, in dem Mitarbeiter vor Ort zu Öffnungszeiten gebraucht werden.

Dass ein Arbeitgeber für den Rahmen der Erfassung und Einhaltung der Arbeitszeiten Sorge zu tragen hat, ist nachvollziehbar, aber dass er auch für die tatsächliche Arbeitszeiterfassung eines Mitarbeiters verantwortlich gemacht werden soll, führt zu weit. Dies gilt auch für eventuelle Zuständigkeit des Arbeitgebers die richtige Zimmertemperatur beim Mitarbeiter zuhause zu gewährleisten, abhängig davon, ob Telearbeit, Home-Office oder mobiles Arbeiten vereinbart ist. Im Sprachgebrauch einunddaselbe, aber für den Gesetzgeber nicht. So nehmen die als Arbeitgeber gesetzlich einzuhaltenden Regeln von Telearbeit über Home-Office zum mobilen Arbeiten ab.

Um in allen städtischen Texten, Briefen, Bekanntmachungen oder in IT-Lösungen, gendergerecht zu werden, hat die Stadt München Ende 2022 ein Budget in Höhe von ca. 4 Mio.€ freigegeben. Für 1.320 € p.a. erhalten benachteiligte Kinder über die Chancenstiftung ein Jahr lang Nachhilfe und schaffen damit ihren Schulabschluss. Die Stadt München hätte somit 3.030 Kindern in Deutschland einen Schulabschluss ermöglichen können, der für sie, damit aber auch für die Gesellschaft, lebensverändernd wäre.

**Neben mehr Komplexität, Bürokratie und Zeitaufwand führen diese Regelungen für mich vor allem zu drei Punkten:**

1. Unmündige Bürger
2. Verlust der unternehmerischen Freiheit
3. Verschwendung von Steuergeldern

Wir brauchen aber mündige Bürger, die nicht nur für sich selbst Verantwortung übernehmen, sondern auch für ihren Staat und ihre Gesellschaft. Dafür brauchen sie unternehmerische Freiheit entlang eines sinnvollen Rahmens und die Gewissheit, dass Steuergelder zielführend eingesetzt werden. Ein Blick in das Schwarzbuch des Bundes der Steuerzahler zeigt leider jährlich (noch) das Gegenteil auf.

So hat z. B. die Stadt Leipzig gegen den Rat von Fachleuten in 2014 einen Gebäudekomplex für 500.000 Euro veräußert, um ihn in 2022 für ca. 15 Mio. € als Flüchtlingsunterkunft wieder zurückzukaufen. Der Ankaufspreis entspricht nun dem 30-fachen des damaligen Verkaufserlöses.

**Warum besteht eine solche Diskrepanz zwischen Politik und Wirtschaft / Wirklichkeit?**

Meines Erachtens liegt es daran, dass es keine einheitliche, übergreifende Vision von Deutschland gibt, die eingesetzten Maßnahmen nicht auf diese Vision einzahlen, die Führungsmannschaft in ihren Stärken, Talenten und Fähigkeiten nicht divers genug ist und ein leistungsorientiertes Vergütungssystem - eine attraktive Arbeitgebermarke - fehlt.

**Aus meiner beruflichen Erfahrung weiß ich, dass Unternehmen erfolgreich sind, wenn sie folgende 8 Kernaspekte berücksichtigen und die dazugehörigen Fragen für sich beantworten und in der Umsetzung leben:**

1. **Visions- & Strategiekonformität:** Wofür mache ich es? Was will ich erreichen? Bin ich einzigartig? Agiere ich wertstiftend? Zahlen alle Aktivitäten darauf ein?
2. **Kundenorientierung:** Wer kauft es – Wer ist der Endkonsument? Kenne ich auch den Kunden jedes Prozessschrittes? Verstehe ich Mitarbeiter, Lieferanten, Kreditgeber, Wettbewerber, Politiker etc. auch als Kunden? Kenne ich die Talente, Stärken meiner Mitarbeiter und nutze ich diese bewusst und sinnvoll?

3. **Prozessorientierung:** Denke ich in Prozessen? Habe ich alle Einflüsse, Wechselwirkungen meiner Aktivitäten durchgespielt und eingepreist?

4. **Ganzheitlichkeit:** Habe ich alle relevanten Betroffenen berücksichtigt? Habe ich den richtigen Aktivitäten-Mix gewählt, um eine ausgeglichene finanzielle (wirtschaftliche), soziale und ökologische Rendite bzw. Bilanz zu erzielen?

5. **Rollen-Denken:** Habe ich die Verantwortung an die richtigen Personen übertragen? Werden die Rollen (Verantwortlichkeiten) auch richtig gelebt?

6. **Kommunikation:** Kenne und erfülle ich die Informations- und Kommunikationsbedürfnisse meines Endkonsumenten und meiner Prozesskunden? Habe ich Entscheidungen erklärt und begründet?

7. **Glaubwürdigkeit:** Stimmen mein Denken, Sagen und Handeln überein oder agiere ich widersprüchlich?

8. **Messbarkeit:** Habe ich für alle Aktivitäten messbare (nachvollziehbare) Ziele festgelegt und messe ich sie auch regelmäßig?

**MEINE ABSCHLUSS- UND GRETCHENFRAGE IST NUN:**

Warum wenden wir diese Erfolgskriterien der Wirtschaft nicht auf die Politik an? Wie schön wäre es mit The Grow eine eigene Deutschland Vision zu erarbeiten und zu verbreiten?

**P.S.** Wer wissen will, was Chat GPT aus meinen Gedanken macht, geht bitte auf [www.alh-hirmer.de/wissenswertes/](http://www.alh-hirmer.de/wissenswertes/) und macht sich als mündiger Bürger seine eigenen Gedanken daraus.



**Dr. Annette-Louise Hirmer**, Gesellschafterin der Hirmer Gruppe und Expertin für Prozesseffizienz und Markenführung (ALH Hirmer / HIRMER)

# CHAPTER & VORSTÄNDE



**AKTUELL  
14 CHAPTER  
IM DACH RAUM.  
WEITERE SIND  
IN PLANUNG!**



**COO KLAUS BUSCHMEIER**  
Ansprechpartner für THE GROW Chapter- und  
Regionenaufbau, Chapter Vorstandschaften



## BADEN-WÜRTTEMBERG

Das Land der Weine, der Seen und der Technologien. Unser Chapter BaWü geleitet von zwei kreativen Köpfen steht für regionale Vernetzung, den stetigen Austausch und der nachhaltigen Zusammenarbeit - getreu dem Motto - „Wer bist Du, was machst Du und was können wir gemeinsam machen?“

M: [romulo.kuranyi@the-grow.com](mailto:romulo.kuranyi@the-grow.com)

VORSTÄNDE:



**PETRA KURZ OTTENWÄLDER**  
GF OTTENWÄLDER & OTTENWÄLDER  
INDUSTRIE DESIGN



**ROMULO KURANYI**  
ENTREPRENEUR &  
KÜNSTLER



## BAYERN

Das Land des Bieres, der Seen, Berge und Schlösser mit einer der stärksten Wirtschaftskraft der Republik. Die Vorstandschaft hat sich vor allem die Verbindung von Tradition und Innovation auf die Fahne geschrieben und lädt zu regelmäßigen Netzwerktreffen ein.

M: [jan.kempf@the-grow.com](mailto:jan.kempf@the-grow.com)

VORSTÄNDE:



**JAN KEMPF**  
FLIESEN KEMPF  
GMBH & CO. KG



**NICO LINDNER**  
VBA EVENTS GMBH



**MARTIN KILIAN**  
MÜNCHENER SCHLÜSSELDIENST  
GMBH KILIAN GMBH



**BIANCA ANGELA MARIA HEIGL**  
SYSTEMIC BUSINESSCOACH



## BERLIN

Landeshauptstadt, Metropole und Kulturheimat. Geführt von großartigen Unternehmer:innen, die das Netzwerk und den regionalen Austausch in den Vordergrund stellen. Mit außergewöhnlichen Veranstaltungen und unermüdlichen Einsatz präsentiert das Chapter Berlin THE GROW in einer unverwechselbaren Wirkung.

M: [anika.tannebaum@the-grow.com](mailto:anika.tannebaum@the-grow.com)

VORSTÄNDE:



**ANIKA TANNEBAUM**  
CUSTOMER SERVICE  
& LEADERSHIP CONSULTING



**STEFANIE BUSSE**  
FBO, DIE ZAHN- &  
GESICHTSSPEZIALISTEN



**ANDREW JANISCH**  
FBO, DIE ZAHN- &  
GESICHTSSPEZIALISTEN



**INGO KERSTEN**  
PILOT & INHABER 1STCLASSJETS  
IKR AVIATION SERVICES GMBH



## HAMBURG

Moin aus dem Norden! Das Chapter Hamburg im hohen Norden findet sich vor allem in den Themen kreativer Außenwirkung und Tec-gestützter Lösungen wieder. Die Unterstützung junger GründerInnen sind für die beiden Vorstände eine Selbstverständlichkeit und aktuelles Thema wie nie zuvor.

M: [carsten.paschke@the-grow.com](mailto:carsten.paschke@the-grow.com)

VORSTÄNDE:



**PATRICIA SCHWEIZER**  
GESCHÄFTSFÜHRERIN  
ALLSERV GMBH



**CARSTEN PASCHKE**  
CEO THE STUDIUS



## MITTELDEUTSCHLAND

Mitteldeutschland: Sachsen, Sachsen Anhalt & Thüringen. Ein wahrlich edler Fleck unseres wunderschönen Deutschlands: Innovativ, Frech und Traditionell. Mit einem starken Vorstandsteam geben wir Vollgas, wenn es um die Stimmen der Innovationen geht!

M: [max.jankowsky@the-grow.com](mailto:max.jankowsky@the-grow.com)

VORSTÄNDE:



**MILEN VOLKMAR**  
CEO  
Q-SOFT GMBH



**MAX JANKOWSKY**  
CEO  
GIESSEREI LÖSSNITZ GMBH



**JONA BÖTTGER**  
GESCHÄFTSFÜHRER  
JB ENGINEERING GMBH



## NRW

Das Chapter Nordrhein Westfalen - unser 1. Chapter, mit besonderem Stolz! Der DHL Hub, die herausragende Stimme in die Politik, oder das typische Kölsch. Wir zeigen, dass StartUps und Mittelstand gemeinsam können

M: [mario.ernst@the-grow.com](mailto:mario.ernst@the-grow.com)

VORSTÄNDE:



**MARIO ERNST**  
CEO  
PIEL GRUPPE



**VERA PETERS**  
GESCHÄFTSFÜHRERIN VON  
BUSINESSART



## RHEIN-MAIN METROPOLREGION

Innovationsgeladen mit Womenpower unserer beiden Vorständinnen: das Chapter Rhein-Main mit Sitz in Frankfurt. Wir zeigen, dass StartUps und Mittelstand eine Symbiose sind, wenn Sie gelebt wird. Dafür steht THE GROW, die Stimme der Innovationen.

M: [vanessa.weber@the-grow.com](mailto:vanessa.weber@the-grow.com)

VORSTÄNDE:

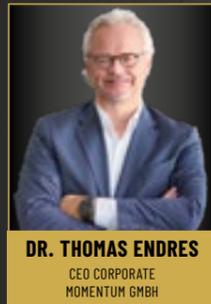


## RHEINLAND-PFALZ

Die innovationsgeladene Metropolregion mit Sitz in Rheinland Pfalz. Mit geballter Expertise aus langjähriger Erfahrung steht die Vorstandschaft vor allem für langfristiges und innovatives Unternehmertum, das sich gegenseitig im Netzwerk unterstützt.

M: [timo.renner@the-grow.com](mailto:timo.renner@the-grow.com)

VORSTÄNDE:



## SAARLAND

Das Saarland ist der ideale Standort für Startups und große Unternehmen gleichermaßen. Mit einer starken Wirtschaft und einer zukunftsorientierten Innovationskultur bietet das Saarland ideale Bedingungen für eine erfolgreiche Unternehmensentwicklung. Wir sind sicher, dass das Saarland in Zukunft eine führende Rolle in der deutschen Wirtschaft spielen wird und wir sind stolz darauf, ein Teil davon zu sein.

M: [dirk.barth@the-grow.com](mailto:dirk.barth@the-grow.com)

VORSTÄNDE:



## SALZBURG

Innovationen aus den Bergen? Nachhaltigkeit und Emotionen? Mit Salzburg verbindet THE GROW unsere einzigartige Future Night, bei der mehr als 500 TeilnehmerInnen begrüßt wurden!

M: [martin.zauner@the-grow.com](mailto:martin.zauner@the-grow.com)

VORSTÄNDE:



## TIROL

Tirol, Traditionen und Werte treffen auf Innovationen und New Business. Mit unserem von Peter Seiwald und Entrepreneur Gregor Gebhardt gegründeten StartN in Kitzbühel mit unter auch der Sitz von THE GROW Tirol revolutionieren wir den Austausch von StartUps und Mittelstand.

M: [peter.seiwald@the-grow.at](mailto:peter.seiwald@the-grow.at)

VORSTÄNDE:



## WEITERE CHAPTER-ERÖFFNUNGEN IN 2023:

MECKLENBURG-VORPOMMERN,  
NIEDERSACHSEN &  
IN DER SCHWEIZ (28.06.23)

# WAS HAT EIN PAPIERKORB MIT UNSERER REISE BEI THE GROW ZU TUN?

## GREENFOR STORY

„Hej Franzi, warum putzt du dir denn deine Zähne mit einer Holzzahnbürste?“... fragte mich ein Kind in der Kita in der wir arbeiteten, mittags beim Zähne putzen.

Am Vormittag waren wir im Wald spazieren und sammelten all den Müll auf den wir fanden, steckten diesen in Müllbeutel und nahmen ihn mit zurück in die Kita.

Unsere Kinder wussten ganz genau warum dieser Müll, so schlecht für unsere Natur und schließlich auch für uns Menschen war & am Mittag hatten sie dann „dieses Plastik, über das wir am Vormittag sprachen, im Mund“

Das passte für uns nicht zusammen. Wir begannen uns damit zu beschäftigen wie wir unsere Kita nachhaltiger machen könnten. Wie wir das, was unsere Kinder schon wussten und was wir mit ihnen besprachen auch im Alltag anwenden konnten.

Dabei konzentrierten wir uns auf Verbrauchsprodukte, schließlich wollten wir Müllberge reduzieren, Plastik vermeiden und die Gesundheit der Kinder und Mitarbeiter verbessern. All diese nachhaltigen Produkte gab es bereits, doch keine Anbieter, der es Kitas und auch Schulen einfach machte, ausschließlich nachhaltig zu beschaffen.

Also beschlossen wir, eher in einem Nebensatz und ohne zu wissen was das bedeutet: „Na dann müssen wir das eben machen!“ Zwei Monate später saßen wir bei unserer ortsansässigen IHK und gründeten die GreenFOR GbR (Okt. 2020).



Es folgte der Aufbau einer Website, diese wurde im Juni 21 gelauncht und parallel Social Media bespielt, wir eigneten uns Produktwissen an und mieteten ein Lager an, wo wir die ersten Produkte anboten. Dies erfolgte noch alles im Nebenerwerb, wir waren noch 35 h/Woche in der Kita angestellt. Es wurde alles am Freitag Nachmittag und am Wochenende „verfeinert“.

Schritt für Schritt bauten wir GreenFOR auf.

Von Beginn an wollten wir Impact schaffen, obwohl wir kein Geld hatten, um zusätzliche Projekte zu unterstützen, wurden wir der erste Plastikneutrale Onlineshop für Verbrauchsprodukte im DACH Raum!. (mehr dazu in unserem Blogbeitrag auf [www.green-for.com](http://www.green-for.com)) Der „richtige“ Schritt in die Selbstständigkeit erfolgte im September 2021 OHNE finanzielle Sicherheit, Krediten, Investoren oder ähnlichen. Wir haben es einfach gemacht!

Im März 2022 ploppte ein Newsletter von THE GROW Secret Investors auf. Diese landete im Papierkorb unseres Mailfachs. Beim Aussortieren des Papierkorbs haben wir diese wieder gefunden & die Bewerbung für Secret Investors eher beiläufig abgeschickt. Wir füllten diese paar Zeilen aus und versendeten es. Es war ganz leicht, versuchen wir es.

Ein paar Tage später lag bereits die Einladung zum Pitch nach München im Postfach! Und? Wir haben es geschafft: von über 1.000 Bewerber:innen haben wir, GreenFOR, es geschafft unter die letzten 10 Bewerber:innen zu kommen. Die ersten acht Unternehmen standen auf der Bühne und wir saßen 2 Tage auf der



„Ersatzbank“ falls eines der anderen Start Ups ausfallen sollte. Auch daraus haben wir etwas gemacht, wir führten Gespräche hinter der Bühne und lernten. Geduld zahlt sich aus und ja, wir standen nicht AUF der Bühne, aber dahinter und führten Gespräche mit THE GROW Mitgliedern.

Es folgten Kontakte zur Chaptergründung Mitteldeutschland, mit Milen Volkmar /Q-Soft GmbH, Klaus Neubert / Pfennigpfeifer / Retailgroup.

Mit Klaus Neubert verbindet uns die unsere GreenFOR Zahnbürste in Zusammenarbeit mit DSA Schulmarketing und Pfennigpfeifer starten wir im Mai die Kampagne „Gesund beginnt im Mund“, wobei unsere Kinderzahnbürste zunächst in 100 Kitas verteilt wird.

Parallel dazu wird ab Mai unsere Zahnbürste auch im Einzelhandel und online verfügbar sein.

Wir lernten durch THE GROW Marcell Jansen und Prof. Dr. Torsten Weber kennen, auch hier entstanden Synergien und Möglichkeiten der Zusammenarbeit. Auf jeden Fall ein wertvoller Austausch.

Auch das ist THE GROW, eine Grundlage ins Netzwerken zukommen, zuzuhören, zu beobachten und zu lernen. Das zu nutzen und anzugehen, den Mut zu haben, weitere Schritte zu gehen, auch wenn es am Anfang noch nicht sinnstiftend ist, es ist alles möglich. Verstehen tut man es erst im Nachhinein. Es gab mehr Höhepunkte als Tiefschläge, auch die meisterten wir.

Die Förderungen in Thüringen blieben aus. Netzwerken stärkte uns und wir bekamen nach drei Kreditabsagen, wobei auch eine Bank meinte, „es wäre schon schön gewesen, sie hätten einen Mann im Gründerteam gehabt!“ - endlich einen Kredit.

Im Sommer 2022 kam dann unser heutiger Gesellschafter und Investor in unser Büro „spaziert“ unterhielt sich mit uns und sagte schließlich „ich möchte gern in euch investieren“. Schnell begeisterte er einen weiteren Investor. Im Dezember 2022 haben wir die GreenFOR GmbH gegründet. WACHSTUM ist angesagt!

# NACHHALTIGKEIT DURCH REFURBISHMENT

MICHAEL HORST, FOUNDER & ENTREPRENEUR

Nachhaltige Entwicklung, Circular Economy, Corporate Social Responsibility (CSR), ESG, Refurbishment und viele weitere Themenkreise werden immer wichtiger für die Wettbewerbsfähigkeit. Sie gewinnen im eigenen Unternehmen und bei Kunden immer mehr an Bedeutung und sind längst kein „Randthema“ mehr, auch im Mittelstand- und Privatkundenumfeld. So ist beispielsweise die Aufbereitung und damit Weiternutzung von Kleidung, Fahrrädern, Möbeln und vielem mehr nicht nur an diejenigen gerichtet, die sich nichts Neuwertiges leisten wollen, sondern werden von Kunden in allen (Preis)Segmenten aktiv nachgefragt.

Im Zuge des allgemein steigenden Umweltbewusstseins, der zwingenden Notwendigkeit Ressourcen zu schonen und nationale und internationale Anforderungen zu erfüllen, gewinnt die nachhaltige Nutzung von Elektrogeräten immer mehr an Bedeutung. Die Verlängerung der Nutzungsdauer kann dabei nicht nur beim Erstnutzer erreicht werden.

Durch professionelle Aufbereitung und Wiedereinsatz an anderer Stelle können ein oder mehrere weiteren Lebenszyklen die ursprünglich eingesetzten Rohstoffe länger nutzen. Dadurch werden nicht nur weniger Metalle wie etwa Aluminium, Kupfer, Gold, Silber, Platin, Palladium und Kobalt benötigt, auch nicht mehr (teil)wiedergewinnbare Rohstoffe wie Wasser, Energie und Um-

weltverschmutzung können reduziert werden. Re-Use, Refurbishment, Repair und Remanufacturing besitzen großes Potential im Sinne der Ressourceneffizienz, das Gleichgewicht zwischen dem Nutzen der Technik und Umweltlasten zu verbessern.

Seit Gründung 2010 werden bei der inhabergeführten Firma ELiProCoM Konzepte für die Kreislaufwirtschaft von IT und Telekommunikationsprodukten konsequent umgesetzt und angeboten. Für Geschäftsführer Michael Horst ist Nachhaltigkeit in der Branche seit jeher ein Herzenthema, dass er bereits seit über 20 Jahren in unterschiedlichen Konzernen und Verbänden betreut und mitgestaltet. „Über diese Zeit sind die Herausforderungen komplexer, aber auch die Möglichkeiten umfangreicher geworden“, sagt Michael Horst.

Dies spiegelt sich nicht zuletzt in den UN Sustainable Development Goals (SDGs) wider, zu denen die Rückführung und Aufbereitung einen Beitrag in mehreren Bereichen leisten kann, nicht nur zum nachhaltigen Konsum und Produktion sowie als Umweltschutzmaßnahme. Sie kann zur Bekämpfung von Armut und hochwertiger Bildung durch günstigere, aufbereitete Produkte beitragen, unterstützt bezahlbare und saubere Energie durch Reduzierung des Energieverbrauchs beim Herstellungsprozess, fördert menschenwürdige Arbeitsbedingungen und

nachhaltiges Wirtschaftswachstum und schafft regionale und (teils) inklusiven Arbeitsplätze.

Für ELiProCoM und Michael Horst stehen diese Ziele im Mittelpunkt ihres Handelns und Denken, nicht erst seit dem Beitritt zum UN Global Compact Netzwerk. Er engagiert sich seit vielen Jahren aktiv in verschiedenen Gremien der Branchenverbände zu Ansätzen der Circular Economy und ist Experte in entsprechenden DIN- und ISO-Normungsausschüssen.

Die Lebensdauer und damit die Nutzung bereits eingesetzter Rohstoffe kann in zirkulären Geschäftsmodellen durch verschiedene Strategien maximiert werden, bevor Hardware endgültig einem Recycling zugeführt wird. Eine Möglichkeit ist die professionelle Aufbereitung, das Refurbishment.

Dabei wird bereits genutzte Hardware zunächst von einem spezialisierten Betrieb mithilfe einer geeigneten Testumgebung auf Funktionstüchtigkeit geprüft, wobei häufig über 100 Einzeltests durchgeführt werden. Benötigt das Gerät eine Reparatur, wird es mit Originalersatzteilen repariert und gewartet.

Übersteigen die Kosten der Reparatur den Wert des Gerätes, können funktionsfähige Ersatzteile gewonnen werden, die häufig an anderer Stelle wieder zur Reparatur genutzt werden können.

„Nur was absolut nicht wiederverwendet werden kann oder aus Umweltgesichtspunkten nicht weiter genutzt werden sollte, sollte ins Recycling gelangen“, so Michael Horst.

Neben typischen Arbeitsplatzgeräten, wie Notebooks, Tablets, Smartphones und Druckern spielt dieser Ansatz immer mehr im Umfeld der Rechenzentren und IT-Infrastrukturen eine große Rolle. Server, Switches, Storage und deren Anlagen werden immer häufiger von großen Betrieben übernommen und wieder aufbereitet, wenn diese etwa in eine Cloud-Lösung, oder ein Hosted-Environment wechseln.

Da an anderer Stelle diese Geräte und Komponenten häufig als Ersatzteile oder Erweiterungen in bestehenden Lösungen benötigt werden, ist das Refurbishment ökologisch und wirtschaftlich sinnvoll.

Der Einsatz von Re-Use-Modellen schont wertvolle Ressourcen, reduziert die Umweltbelastung und ist wirtschaftlich, für Verkäufer und Käufer. Dennoch werden in vielen Unternehmen und Haushalten Geräte immer noch nicht für eine Aufbereitung zurückgegeben.

Laut einer Umfrage des Digitalverbands bitkom, liegen rund 300 Millionen ungenutzte Handys, Laptops und Tablets in den Schubladen der deutschen Haushalte. Nach eigenen Angaben gibt jeder zweite Befragte an, mehr als drei Althandys in der Schublade zu horten. Dieses Material würde ausreichen, um den Materialbedarf für die Smartphone Produktion der nächsten zehn Jahre zu decken. Woran liegt dies?

Einen Grund sieht Michael Horst im Schutz der auf den Geräten gespeicherten Daten. Viele Nutzer haben Bedenken ihre gebrauchten Geräte einem Unternehmen zu überlassen, wenn Sie nicht wissen, wie und wo Ihre Daten sicher gelöscht werden und was mit Geräten und Datenträger passiert.

Eine Bestätigung, oder ein Löschzertifikat allein reicht vielen Kunden nicht, wenn sie nicht wissen, wie die Löschung genau durchgeführt und sicher dokumentiert wird.

Durch die vielen unterschiedlichen Technologien und damit notwendigen Kenntnisse herrscht oft Verunsicherung und die Geräte werden ins Recycling geben, weil die Datenträger dann zerstört werden.

Dabei wird häufig übersehen, dass hierbei genauso Prozess und Vernichtungsmethode je nach Speichertechnologie zu berücksichtigen sind. Seit Gründung hat sich ELiProCoM auf die Konzeption und Umsetzung der Datensicherheit bei der Außerbetriebnahme von IT und Telekommunikationsprodukten fokussiert, damit mehr Geräte einer Wiederverwendung zugeführt werden.

Eine weitere Herausforderung sieht Michael Horst darin, dass ein belastbarer Wert fehlt, der die positiven Effekte auf die Nachhaltigkeit aufzeigt. Die CO<sub>2</sub> Einsparung ist zwar populär, lässt die bereits erwähnten Faktoren wie Energieaufwand, Wasserverbrauch und Arbeitsbedingungen aber außer Acht.

Es fehlt an Konsens zu einem Berechnungsansatz zur Bezifferung der Umweltvorteile, die durch eine Verlängerung der Nutzungsdauer durch Re-Use & Co. entstehen können. Refurbishment „zählbarer“ zu machen würde Unternehmen und Behörden bei Ihren Reporting-Anforderungen wesentlich unterstützen und damit deren Wunsch nach einem nachhaltigen Re-Use Ihrer nicht mehr benötigten Hardware fördern.

Nachhaltige Wiederverwendung von Produkten ist in aller Munde. Die Möglichkeiten die sie für uns als Unternehmer und unsere Gesellschaft bietet sind bei Weitem noch nicht genutzt. ELiProCoM möchte zusammen mit seinen THE GROW Netzwerkpartnern Bewusstsein und neue Lösungen schaffen, damit möglichst viele Geräte sicher, umweltbewusst und qualitativ hochwertig im Kreislauf bleiben. Kommen Sie gerne auf uns zu, wir freuen uns über jeden Mitstreiter, Diskussionspartner und Kooperationen im Sinne der Nachhaltigkeit.

FÜR JEDES ZURÜCKGEBENE GERÄT  
SPENDEN WIR AN DIE STÄDTISCHE  
FORSTVERWALTUNG FÜR  
DIE AUFFORSTUNG DES MÜNCHNER  
STADTWALDES.

# SO VERERBT & VERSCHENKT MAN RICHTIG

CHRISTIAN GRALL

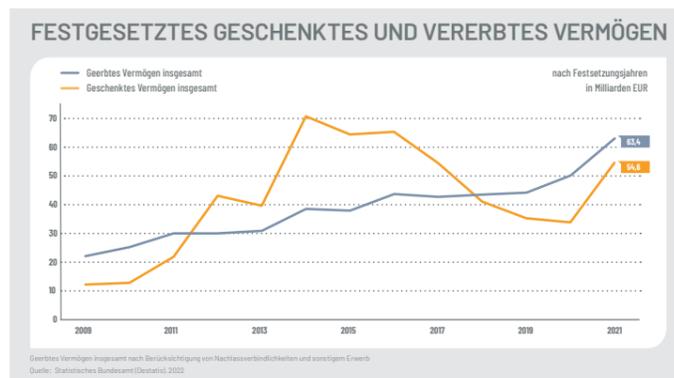


Die 1995 gegründete PROJECT Investment Gruppe ist spezialisiert auf die Initiierung, das Management und den Vertrieb von Kapitalanlagen im Bereich der Immobilienentwicklung. Das Produktportfolio umfasst Publikumsfonds sowie semi-professionelle und institutionelle Investmentlösungen. Mehr als 32.000 Zeichner haben bislang über 1,4 Milliarden Euro in PROJECT-Beteiligungsangebote investiert. Aktuell befinden sich über 120 Immobilien mit Schwerpunkt Wohnen in deutschen Metropolregionen mit einem Verkaufsvolumen von mehr als 3 Milliarden Euro in der Entwicklung.

Je nach Verwandtschaftsgrad umfassen die regulären Freibeträge 20.000 bis 500.000 Euro. Oft reichen diese Freibeträge jedoch nicht aus. In der Folge wird die Vermögensübertragung mit Erbschafts- bzw. Schenkungssteuern belastet. Um dies möglichst zu vermeiden bzw. zu minimieren, eignen sich bestimmte gewerblich geprägte Investmentbeteiligungen wie der sogenannte Alternative Investmentfonds (AIF).

»Anhand einer Beispielrechnung am Angebot Metropolen 22 zeigen wir auf, wie und in welchem zeitlichen Rahmen Privatanleger ihre Investmentbeteiligung optimalerweise vererben oder verschenken können«, sagt Christian Grall, Geschäftsführer der PROJECT Vermittlungs GmbH. Weitere Informationen unter [www.erben-und-schenken.project-investment.de](http://www.erben-und-schenken.project-investment.de).

Der vom Bamberger Kapitalanlage- und Immobilienentwicklungsspezialisten PROJECT Investment aufgelegte AIF »Metropolen 22« verfügt über die für Privatanleger entscheidende Konzeption, um im Rahmen einer Vererbung oder Verschenkung eine steuerliche Begünstigung zur erzielen.



# LICHT INS DUNKEL!

MARC MAIER HAT DEN DURCHBLICK IN  
VERSICHERUNGSFRAGEN!



Mark Maier, Allianz Hauptvertretung, Entrepreneur

Privatfinance Police, Versicherungsinvestment, Multi Asset Fondskonzepte, Hybride Kapitalanlagekonzepte, all das sind Begriffe und Bezeichnungen, die bei so manchem ein Fragezeichen erzeugen. Marc Maier bringt Licht ins Dunkel!

Um im heutigen doch sehr wackeligen Finanzmarkt die eigene und passende Lösung für mögliche Anlagen zu finden, gleicht einem Irrgarten, aus dem man ohne Hilfe schwer herausfindet.

Mit langjähriger Expertise und Erfahrung im Bereich Investment und Finanzierung berät Maier zu passgenauen Anlagenkonzepten und Finanzierung.

Vor allem die Absicherung im Bereich Vermögensschutz, oder Wettbewerbsrecht, Zinssicherung für Kommunen, Genossenschaften, Stiftungen und Wohnbaugesellschaften, gehören zur Kernkompetenz des Unternehmens. Immer individuell auf das Unternehmen, oder die Kommune, aber auch auf Stiftungen zugeschnitten.

Große Unternehmen setzen unter anderem auf Stiftungen, um das Kapital auch in mögliche soziale Projekte investieren zu können und vor Zugriffen von Außen zu schützen, auch hier bietet Marc Maier und sein Team die optimale Begleitung.

THE GROW steht für das Unternehmen als Netzwerkpartner und eine gemeinsame Sicherung des Mittelstands in Deutschland, hier möchte sich das Unternehmen einsetzen und gemeinsam zu nachhaltigem Erfolg beitragen.



THE GROW TV

# GRÜNDUNG CIRCLE WOMEN LEADERSHIP AM WELTFRAUENTAG IN FRANKFURT

FRAUENKOMPETENZ UND -POWER

Nach langer und großer Vorfreude gründeten wir am 08. März – pünktlich zum Internationalen Frauentag – den THE GROW Women Leadership Circle in den Räumlichkeiten der MarketDialog GmbH und Helen Hain bei Frankfurt.

In diesem Zuge tagte das Gründerteam des Women Leadership Circles, um eine gemeinsame Vision, Mission und Purpose für sich zu erarbeiten. Das Team setzt sich aus großartigen, zielorientierten Frauen zusammen und konnte nach nur zwei Stunden die wichtigsten Punkte festlegen. Das übergeordnete Ziel lautet „Parität, 50/50, Gleichstellung“.

Die Vision des Women Leadership Circles ist eine paritätische und solidarische Gesellschaft, in der Frauen und Männer gleiche Chancen haben und gemeinsam an einer besseren Zukunft arbeiten, die eine gerechtere Welt gestaltet. THE GROW soll als Vorreiter:innen- Netzwerk von erfolgreichen Unternehmer:innen fungieren.

Ziel des Circles ist es, durch strukturelle Veränderungen und die Schaffung von Bedingungen die Gleichstellung von Frauen in Wirtschaft, Gesellschaft und Politik zu erreichen. Die Mission von THE GROW ist es, erfolgsorientierte Frauen zu stärken und sichtbar zu machen. Dabei sollen die vorhandenen Mittel und Kanäle des Netzwerks genutzt werden und die Mitglieder sowie ihre sozialen Plattformen als Botschafter:innen dienen.

THE GROW sowie das Circle-Gründerteam bedanken sich bei allen Teilnehmenden und bei den Frauenverstehern, wie Bernhard Schindler oder Jan Kempf die bei der Erreichung der Ziele unterstützt haben. Zusammen mit den starken Männern an ihrer Seite ist das Team entschlossen, die Herausforderung anzunehmen und eine bessere Zukunft zu gestalten, damit zukünftige Generationen eine Gesellschaft vorfinden, in der Gleichstellung eine Selbstverständlichkeit ist.



Nicole Wiegand, Helen Hain, Vaya Wieser-Weber, Petra Kurz-Ottenwälder, Tamara Link, Vanessa Weber, Patricia Schweizer, Anika Tannebaum, Silvia Holzapfel, Lena Schweizer, Vera Peters & Mai Dang Goy & Isidora Muthmann

# KOMMITEE DES CIRCLE WOMEN LEADERSHIP



**NICOLE WIEGAND**

EXPERTIN IMPACT ENTREPRENEURSHIP,  
SOCIAL SUSTAINABILITY /  
KOMMUNIKATION THE GROW



**ISIDORA MUTHMANN**

PR / INFLUENCER  
MANAGEMENT,  
NEW MEDIA



**HELEN HAIN**

EXPERTIN FÜR VERTRIEB, KEYNOTE SPEAKERIN,  
CHAPTERVORSTÄNDIN RHEIN-MAIN



**VAYA WIESER-WEBER**

EXPERTIN WEITERBILDUNG  
UND EVENTS



**VERA PETERS**

EXPERTIN FÜR HIGH  
PERFORMANCE TEAMS,  
LIFE SAFARI



**PETRA KURZ-  
OTTENWÄLDER**

EXPERTIN FÜR INDUSTRIE- UND  
PRODUKTDESIGN



**ANIKA TANNEBAUM**

EXPERTIN FÜR CUSTOMER SERVICE,  
CHAPTERVORSTÄNDIN BERLIN



**MAI DANG-GOY**

EXPERTIN FÜR PERSONAL- UND  
FÜHRUNGSKRÄFTE-ENTWICKLUNG



**PATRICIA SCHWEIZER**

UNTERNEHMENSFÜHRUNG,  
FRAUENMANAGEMENT IN TECHNISCHEM  
BRANCHEN, CHAPTERVORSTÄNDIN HAMBURG



**TAMARA LINK**

PR / INFLUENCER  
MANAGEMENT, NEW MEDIA



**LENA SCHWEIZER**

SCHULTERSCHLUSS  
IM UNTERNEHMEN,  
GENERATIONENÜBERGREIFEND



**VANESSA WEBER**

EXPERTIN ÜBERNAHME  
FAMILIENUNTERNEHMEN /  
NACHHALTIGKEIT, CHAPTERVORSTÄNDIN  
RHEIN-MAIN



**SILVIA HOLZAPFEL**

EXPERTIN FÜR PERSONALUND  
FÜHRUNGSKRÄFTE,  
ENTWICKLUNG



**KATJA RUHNKE**

EXPERTIN FÜR FINANCE  
UND INVESTMENT



**CONNY HÖRL**

EXPERTIN FÜR FINANCE  
UND INVESTMENT



**JULIA FINKEISSEN**

EXPERTIN WEB 3.0 /  
KRYPTO & CO.



**CHRISTINA MATHESIUS**

EXPERTIN WOMAN  
EMPOWERMENT



**STEFANIE BUSSE**

NETWORK ALS GRUNDLAGE /  
WIEDEREINSTIEG I.D.  
SELBSTSTÄNDIGKEIT

# CIRCLE HEALTH ZU GAST BEI ENTREPRENEUR ANDREAS SPAETGENS – GESCHÄFTSFÜHRER DER MAX GRUNDIG KLINIK

Was für eine großartige Fortführung des Auftaktes in Hamburg im vergangenen Jahr - zum Thema Gesundheit lud der Leader des Circle Health Andreas Spaetgens nach Bühl in die Max Grundig Klinik ein und wir durften mit 70 Gästen u.a. mehr zu den Themen Männergesundheit und Resilienz erfahren.

Die Gesundheit der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in einem Unternehmen ist ein wichtiger Faktor für den Erfolg und die Leistungsfähigkeit des gesamten Teams. Doch auch als Unternehmer:in ist es von großer Bedeutung, auf die eigene Gesundheit zu achten.

Ein gesunder Lebensstil, ausreichend Bewegung und eine ausgewogene Ernährung sind die Grundlagen für ein gesundes Leben. Dabei sollten auch die Bedürfnisse des Körpers, wie ausreichend Schlaf und Erholung, nicht vernachlässigt werden. Wenn wir uns um unsere eigene Gesundheit kümmern, können wir auch besser für unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sorgen.

Als Unternehmerin oder Unternehmer ist es wichtig, ein gesundheitsförderndes Arbeitsumfeld zu schaffen. Dazu gehört unter anderem, dass die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ausreichend Bewegungsmöglichkeiten und gesunde Mahlzeiten zur Verfügung haben. Auch Pausen sollten regelmäßig eingelegt werden, um den Körper zu entlasten und die Konzentration aufrechtzuerhalten.

Zudem kann es sinnvoll sein, ein betriebliches Gesundheitsmanagement einzuführen. Hierbei werden Maßnahmen zur Förderung der Gesundheit der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter geplant und umgesetzt. Dazu können beispielsweise Gesundheitschecks, Rückenschulungen oder betriebliche Sportangebote gehören.

Ein gesundes Unternehmen ist nicht nur erfolgreicher, sondern auch attraktiver für potenzielle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Wer sich in einem gesunden Arbeitsumfeld wohlfühlt, ist motivierter und leistungsfähiger. Deshalb sollten Unternehmerinnen und Unternehmer die Gesundheit ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie die eigene Gesundheit als wichtigen Faktor für den Erfolg des Unternehmens betrachten.

Fabian Hambüchen und Simon Zachenhuber sind als ehemalige Leistungssportler Experten im Bereich der körperlichen und mentalen Belastbarkeit. Als Leistungssportler haben sie gelernt, wie wichtig es ist, den eigenen Körper und Geist auf Höchstleistungen vorzubereiten und dabei auch Rückschläge zu überwinden.

Resilienz spielt dabei eine zentrale Rolle. Resilienz beschreibt die Fähigkeit, schwierige Situationen und Rückschläge zu bewältigen und gestärkt daraus hervorzugehen. Dabei geht es nicht nur um körperliche Belastbarkeit, sondern auch um die psychische Widerstandsfähigkeit. Als Referenten können Fabian Hambüchen und Simon Zachenhuber wertvolle Impulse und Tipps geben, wie man die eigene Resilienz stärken kann. Dabei geht es beispielsweise um den Umgang mit Stress, die Entwicklung von Bewältigungsstrategien und die Förderung der eigenen Gesundheit.

Durch ihre Erfahrungen als Leistungssportler können sie auch verdeutlichen, wie wichtig es ist, Ziele zu setzen, hart zu arbeiten und sich auch in schwierigen Situationen nicht entmutigen zu lassen. Dabei geht es nicht nur um den sportlichen Bereich, sondern auch um die Übertragbarkeit auf den beruflichen Alltag und das Leben im Allgemeinen.

Beide kennen die Entbehrungen aus familiärer und privater Sicht, wenn man sich einer Unternehmung ganz und gar verschreibt – so auch bei UnternehmerInnen, die täglich dafür einstehen das Beste aus sich und der verfügbaren Zeit herauszuholen. Umso wichtiger ist es, auf die innere Stimme zu hören!

Im Talk mit Prof. Dr. Torsten Weber als Experte im gesamten Bereich der Nachhaltigkeit, so auch der nötigen Grundkonstitution des Teams, wurde sehr schnell deutlich, wie elementar die künftige Implementierung von Möglichkeiten der Steigerung der Resilienz in einem Unternehmen sein wird, wenn man nachhaltig erfolgreich werden und sein möchte.

A Keynote a day keeps the doctor away..... Die Männergesundheit ist ein Thema von enormer Wichtigkeit, das oft nicht ausreichend Beachtung findet. Viele Männer vernachlässigen ihre Gesundheit und nehmen seltener Vorsorgeuntersuchungen wahr. Dabei können regelmäßige Arztbesuche und Check-Up-Untersuchungen dazu beitragen, Krankheiten frühzeitig zu erkennen und zu behandeln.

Die Wichtigkeit dessen konnten Dr. med. Christian Graz als Chefarzt der Psychosomatik der Max Grundig Klinik und Prof. Dr. med. Stephan Kruck als Facharzt der Urologie mehr als deutlich in ihren jeweiligen Vorträgen darstellen.

Als Vorbild für die Angestellten ist es wichtig, offen und transparent darüber zu kommunizieren, wie wichtig Gesundheit im Unternehmen ist. Auch als Unternehmer sollten Männer regelmäßige Vorsorgeuntersuchungen wahrnehmen und auf eine gesunde Lebensweise achten. Nur so können sie langfristig gesund und leistungsfähig bleiben und ihr Unternehmen erfolgreich führen.

Eine Möglichkeit, die Männergesundheit im Unternehmen zu fördern, ist die Einführung von betrieblichen Gesundheitsmaßnahmen. Hierbei können beispielsweise Gesundheitschecks, Impfungen oder betriebliche Sportangebote angeboten werden. Auch eine gesunde Ernährung und ausreichend Bewegungsmöglichkeiten am Arbeitsplatz können dazu beitragen, die Gesundheit der Mitarbeiter zu verbessern.

Es ist wichtig, das Bewusstsein für die Männergesundheit zu stärken und Männer dazu zu ermutigen, regelmäßige Arztbesuche wahrzunehmen und auf ihre Gesundheit zu achten. Eine offene und transparente Kommunikation kann dabei helfen, Vorbehalte abzubauen und das Thema Gesundheit in den Fokus zu rücken.

Insgesamt ist die Männergesundheit ein wichtiges Thema, das im betrieblichen Alltag oft vernachlässigt wird. Dabei können gezielte Maßnahmen dazu beitragen, die Gesundheit der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu fördern und langfristig den Erfolg des Unternehmens zu sichern.



THE GROW TV

# EINE EINFÜHRUNG IN GANZ NEUE DIMENSIONEN – DAS METAVERSE.

EIN TAG IM CHAPTER NRW

Zu Gast bei Chapter Vorstand NRW – Mario Ernst „Piel“ durften wir von unseren Experten Stefan Spelter von myverse, Daniel Spierer und Daniel Stahl von Cryp2D, sowie Frau Prof. Julia Finkessen eine Einführung in künftige Orte des Austauschs erfahren, dem Metaversum. Hier werden künftig Bewerbungsgespräche mit Hologrammen und Avataren stattfinden, der Ort und die Zeit werden völlig unerheblich sein und der HR-Bereich zum Beispiel im Thema Recruiting, das gerade aktuell die gesamte IT-Branche betrifft, wird sich komplett revolutionieren.



Sascha Matussek – Experte für Steuerrecht Kryptowährung konnte künftiges Vorgehen im Bankenwesen in Bezug auf Web 3.0 und die Veränderung der damit verbundenen Dezentralisierung in der Finanzwelt aufzeigen. Die Blockchain Technologie auf dem Vormarsch, doch auch hier gibt es jede Menge rechtliche Aspekte, die für UnternehmerInnen zu beachten sind.



THE GROW TV

# DEUTSCHES LUFT- & RAUMFAHRTZENTRUM STUTTGART

CIRCLE INTRAPRENEURSHIP / DR. MAX LUDE



*„Wir leben in einer Welt, die wir gar nicht mehr kapieren. Deshalb bin ich ein großer Verfechter der Context Competence. Innovationen und neue Ideen brauchen genau diese Competence, ich muss Vorgänge aus verschiedensten Bereichen verstehen und deren Zusammenhänge erkennen können.“* sagt Dr. Lude in seinem Vortrag am Deutschen Luft- und Raumfahrtzentrum.

Die neue Generation, the young people, die unwahrscheinlich schnell unterwegs sind und auf der anderen Seite die old economy, die manchmal etwas behäbig erscheint, ist immer wieder präsent in Ludes Vortrag. Und doch ist die Notwendigkeit der Symbiose der beiden Generationen so wichtig wie nie zuvor, um künftig bestehen zu können und das eigene Unternehmen mit Hilfe von Intrapreneurship wettbewerbsfähig zu halten.

Laut Lude steht die Befähigung des eigenen Teams selbst innovativ zu denken im Vordergrund, um für die sogenannte Gen Z als Arbeitgeber künftig attraktiv bleiben zu können. „Act like a Owner!“ muss die Devise heißen. Verbinde die Erfahrung mit neuen und innovativen Ideen und Wegen.

**SEHEN SIE DIE GESAMTE KEYNOTE VON DR. MAX LUDE „PHILONEOS“ AUF THE GROW TV.**



## INTRAPRENEURSHIP & GENERATION Z: IMPLEMENTIERUNG NEUER IDEEN, INNOVATIONEN & TRADITIONEN

Intrapreneurship bezieht sich auf unternehmerische Aktivitäten innerhalb einer bestehenden Organisation oder eines Unternehmens, bei der Mitarbeiter innovative Ideen entwickeln und umsetzen, um das Unternehmen voranzubringen. In der heutigen Geschäftswelt spielt die junge Generation, insbesondere die Generation Z, eine wichtige Rolle bei der Implementierung neuer Ideen und Innovationen.

Die Generation Z umfasst Menschen, die in den späten 1990er und frühen 2000er Jahren geboren wurden und nun in das Arbeitsleben eintreten. Diese Generation wird oft als innovativ, technologieaffin und zukunftsorientiert beschrieben. Sie bringt frische Perspektiven und kreative Ansätze mit, um bestehende Geschäftsmodelle zu hinterfragen und neue Lösungen zu entwickeln.

Die Implementierung neuer Ideen in traditionellen Organisationen kann jedoch auf Herausforderungen stoßen. Traditionelle Unternehmen sind oft etabliert und haben feste Prozesse und Hierarchien. Intrapreneurship erfordert jedoch Flexibilität, Offenheit für Veränderungen und die Bereitschaft, Risiken einzugehen. Es kann eine Herausforderung sein, diese Kultur in Unternehmen zu etablieren und neue Ideen von jungen Mitarbeitern, einschließlich der Generation Z, zu akzeptieren.

Erfahrung und Unternehmergeist sind auch entscheidende Faktoren bei der Implementierung von Intrapreneurship. Erfahrene Mitarbeiter können von ihrer Expertise und ihrem Wissen profitieren, um innovative Ideen zu entwickeln und erfolgreich umzusetzen. Gleichzeitig können junge Mitarbeiter mit ihrem Unternehmergeist und ihrer Kreativität neue Perspektiven einbringen und innovative Lösungen finden.

Arbeitgeber stehen vor der Herausforderung, den Generationenwechsel zu managen und die Bedürfnisse der Generation Z zu verstehen. Dazu gehören nicht nur finanzielle Anreize wie Bezahlung, sondern auch Aspekte wie Work-Life-Balance und die Möglichkeit, von zu Hause aus zu arbeiten (Homeoffice). Die Generation Z legt oft Wert auf Flexibilität, Autonomie und eine ausgewogene Work-Life-Balance, um ihre Arbeitszufriedenheit und Produktivität zu steigern.

Künstliche Intelligenz (KI) und Fortschritt spielen ebenfalls eine große Rolle in der heutigen Geschäftswelt. KI wird zunehmend in Unternehmen eingesetzt, um Prozesse zu automatisieren, Datenanalysen zu verbessern und innovative Lösungen zu entwickeln. Die Generation Z ist oft mit Technologie aufgewachsen und kann dazu beitragen, KI in Unternehmen zu integrieren und Innovationen voranzutreiben.

Insgesamt ist Intrapreneurship in der jungen Generation, insbesondere in der Generation Z, ein wichtiges Thema. Die Implementierung neuer Ideen und Innovationen erfordert die richtige Kultur, eine Kombination aus Erfahrung und Unternehmergeist sowie die Berücksichtigung der Bedürfnisse und Erwartungen der jungen Mitarbeiter. Unternehmen, die in der Lage sind, Intrapreneurship erfolgreich zu implementieren, können von den frischen Perspektiven und innovativen Lösungen profitieren, die von der jungen Generation eingebracht werden.



Mai Dang Goy, Dr. Max Lude, Silvia Holzapfel & Lena Schweizer



# DER CIRCLE ESG



**Sandra Happel**

ESG (Environmental, Social, Governance) ist und wird zukünftig noch viel stärker, ein wichtiger Erfolgsfaktor für Umsatzsteigerung und Kosteneffizienz im Mittelstand sein.

Und somit spielt ESG bei allen Restrukturierungs- und Transformationsprojekten eine große Rolle. Bei einer zukunftsfähigen Organisations-Entwicklung ist der erste Ansatzpunkt das Thema „Governance“. Die Konzeption eines nachhaltigen und auf Wachstum ausgerichteten strategischen Führungskonzepts dient für alle weiteren ESG-Entscheidungen als Navigationssystem und ermöglicht die stringente Implementierung einer ergebnisstarken ESG-Strategie.

Als geschäftsführende Gesellschafterin einer internationalen Unternehmensberatung berät Sandra Happel Unternehmen in den unterschiedlichsten Transformationsprozessen und entwickelt Strategien zur Restrukturierung und Krisen-Steuerung. Für eine schlüssige Wachstumsstrategie richtet sie die ESG-Kriterien auf eine langfristige konsistente Wirkung in allen relevanten Steuerung-Themen aus. Dazu gehören beispielweise Ressourcenknappheit, Mitarbeiter-Gewinnung und Risikomanagement.



**Bettina und Rolf Dothagen**

Wir leben in einer Zeit mit hohem Entscheidungs- und holistischem Veränderungsdruck für Unternehmer des Mittelstands. Das, was Rolf Dothagen – als erfolgreicher Entrepreneur – und Bettina Bohlmann – als namhafte Expertin für den Kulturwandel von tradierten Unternehmen – zusammengebracht hat, war ihr Verständnis für die Bedeutung von Nachhaltigkeit | ESG für den Unternehmenserfolg.

*„Unsere Passion und Leidenschaft ist das Arbeiten mit Menschen im komplexen und anspruchsvollen Organisationsumfeld. Wir lieben es zu erleben, wenn unsere Klienten einen Aha-Moment haben, weil Zusammenhänge klar werden, die Lösung auftaucht und der Erfolg greifbar geworden ist. Und zwar mit nachhaltiger Wirkung.“*

Gemeinsam begleiten sie Führungskräfte und deren Teams, die sich den strategischen Herausforderungen aus der neuen ESG-Gesetzgebung, den Mehrgenerationenansprüchen zur Mitarbeiterbindung sowie den Anforderungen aus dem Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz

Als erfahrene und zertifizierte Consulting-Expertin führt Sandra Happel Management- und Führungsteams durch notwendige Veränderungen. Dabei legt sie Wert darauf, dass die einzelnen Maßnahmen zirkulär aufeinander einzahlen, damit sich Unternehmen krisensicher und wirkungsvoll in eine nachhaltige Zukunft bewegen.

Sandra Happel freut sich sehr, ein Mitglied des ESG Circles zu sein, um gemeinsam mit dem Lead Team aus ganz unterschiedlichen Perspektiven einen Wegweiser für die The Grow-Mitglieder rund um das Thema ESG zu entwickeln

erfolgreich und energispendend stellen und optimal vorbereiten wollen. Sie starten also mit dem S (=Social) und G (=Governance) im ESG. Und damit mit dem Faktor Mensch, als Initiator, Treiber, aber auch Blockierer von Veränderung und wirtschaftlichen Fortschritt. Gemeinsam werden dann zügig und nachhaltig wirksam an den E (=Environmental) Innovationen, Kennzahlen und Veränderungen gearbeitet.



**Daniel Piontek**

Als approbierter Psychotherapeut und Unternehmensberater erlebt Daniel Piontek täglich, dass Veränderungsdruck unbequem, aber zur langfristigen Entwicklung unabdingbar ist. Menschen und Unternehmen, die sich nicht entwickeln, stagnieren, kreisen um sich selbst und fallen aus der Kultur heraus.

Die kommenden Gesetze zur Berichtspflicht über unternehmerische Auswirkungen auf unsere Umwelt (Environment), unsere Gesellschaft (Social) und Unternehmensführung (Governance) – kurz ESG Reports – verlangen Unternehmenden einiges ab. Darüber kann man sich ärgern und protestieren. Besser wäre die reife Auseinandersetzung.

Daniel bringt dazu im THE GROW ESG Circle die psychologische Methoden ein. Er steht für Wertschöpfung durch ganzheitliche Verankerung von Strategie, insbesondere qualitativen Metriken, Rollen, Prozessen und IT. Immer zentriert um den wichtigsten Erfolgsfaktor, die Menschen im Kontext ihrer Unternehmungen. Ohne sie geht nichts und ihnen noch mehr KPI um die Ohren zu hauen, kann sogar zum Risiko werden.

Verantwortungsgefühl, Erleben von Ganzheit, Sicherheit und Verbundenheit mit der Thematik sind nur wenige Beispiele, wie ESG-Potentiale Traction bekommen. Daniel freut sich auf die Arbeit im THE GROW ESG Circle. Denn wenn wir als Unternehmende anfangen, uns mit der unbequemen Thematik zu konfrontieren, können wir ESG und uns selbst unternehmerisch und menschlich sinnvoll entwickeln.



**Pirmin Wipf**

Zugegeben, ESG ist eine grosse Herausforderung - Unternehmertum ist generell eine Herausforderung. ESG wird Unternehmen und damit seine Menschen zusätzlich fordern und wesentlich beeinflussen. Mit welcher Haltung und Einstellung das Management an das Thema ESG herangeht, ist dabei die entscheidende Frage.

Hier kommt die Passion von Pirmin Wipf zum Zuge. Dank seiner jahrelangen Management Erfahrung hat Pirmin die vielen Sonnenseiten, doch auch viele Schattenseiten von Führung und Management kennen gelernt. Dabei steht für ihn die Haltung im Zentrum: „Handle da, wo du direkten

Einfluss hast und übernehme die Verantwortung dafür.“ Das tönt einfach und logisch, doch die Umsetzung ist sehr komplex.

Dies gilt insbesondere für die Umsetzung von ESG. Wie gelingt es, die zusätzlichen Prozesse, KPI's und vielen anderen Massnahmen sinnvoll, erfolgreich und nachhaltig umzusetzen? Der Flaschenhals jeder Umsetzung ist immer der einzelne Mensch, also gilt es hier besonders Aufmerksamkeit und Fokus zu geben. „Beginne mit dem Warum. Das Was und Wie ergibt sich daraus automatisch.“

Mit welcher Haltung geht das Management an ESG heran, welches Bewusstsein schwingt in den Analysen und Entscheidungen mit, das sind zentrale Fragen, welche zu Beginn ehrlich und ohne Tabus beantwortet werden sollten. Denn nur mit Sinn, Wertschätzung, Freude und Enthusiasmus lassen sich Menschen von jeder Herausforderung und folgende Mehrarbeit begeistern.



**Steffen Hetzel**

Für Steffen Hetzel ist das Thema ESG nicht nur beruflich, sondern auch im persönlichen Kontext super-relevant und nimmt nun seit mehreren Jahren einen immer stärkeren Stellenwert ein. Beruflich, weil die Einhaltung von ESG-Standards sowohl für Finanzierungen und Unternehmensbewertungen immer relevanter wird, Mitarbeiterbindung und -commitment erhöht, als auch Prozesse und Strukturen in Unternehmen selbst professionalisiert werden.

Persönlich, da er durch die Arbeit in einem US-zentrierten Unternehmen das Thema DEI (Diversity, Equity und Inclusion) - was als Ergänzung oder in Deutschland eher als Teilgebiet von ESG gesehen werden kann - völlig neu verstanden hat und lernte, wie wichtig dessen Integration in den Arbeitsalltag ist. Langfristiges Ziel dabei ist es, dass jeder sein „wahres selbst“ zur täglichen Arbeit bringt und sich nicht verstellen oder eine Rolle spielen muss.

Dies wird gerade in der heutigen Zeit von Arbeiterlosigkeit, Work-Life-Balance und Purpose dem die Mitarbeiter abfragen immer entscheidender um großartige Talente für das eigene Unternehmen gewinnen zu können.

Schließlich fasst er recht klar zusammen, warum er ein so großer Unterstützer von ESG ist: „Es gibt einen Rahmen und sorgt dafür, dass wir das Richtige tun: für die Umwelt, für die Kollegen, für das Unternehmen und für einen selbst.“

# ESG BRAUCHT (KEIN) MENSCH?!

## IN ENGER ZUSAMMENARBEIT MIT DEM CIRCLE NACHHALTIGKEIT UND CIRCLE ESG – GEMEINSAM GEFORDERTE ZIELE ERREICHEN KÖNNEN!

Die Europäische Union hat im Green Deal zugesichert, bis 2025 klimaneutral zu werden. Unternehmen müssen dafür die sogenannte Zeche zahlen! Das Mittel dazu ist die ESG-Berichtspflicht. ESG (Environmental, Social, and Governance) ist kein Trend, sondern eine Notwendigkeit für Unternehmen. Kunden, Investoren und Mitarbeiter achten immer mehr auf Nachhaltigkeit, gesellschaftlichen Impact und Kriterien der Unternehmensführung.

Eine reine Ankündigung auf social Media man wolle sich dem Thema widmen reicht bei Weitem nicht aus, es ist Substanz gefragt. Keine Zeit mehr für Halbwissen und ein „auf den Zug aufspringen“ – jetzt werden die Umsetzungen messbar!

Gerade im Mittelstand ist bei diesem Thema die Verunsicherung und die Ablehnung groß. Oftmals aus pragmatischen Gründen: Ressourcenmangel, Komplexität des Themas und der Erfassung notwendiger Daten.

Fast 60% der mittelständischen Unternehmen sehen sich lt. einer Befragung von PwC nicht in der Lage, die notwendigen ESG-Daten zu erfassen, diese müssen grundlegend auch erst einmal vorhanden sein!

Dabei birgt in der ESG-Thematik als strategisches Werkzeug gerade für den Mittelstand ein großes Potential stabil in die Zukunft zu gehen und langfristige Wettbewerbsvorteile zu generieren und zu sichern.

### DIE 5 WESENTLICHEN HEBEL SIND HIERFÜR:

**1. ZUGANG ZU KAPITAL:** Investoren und Kreditgeber legen zunehmend Wert auf ESG-Kriterien. Unternehmen, die ihre ESG-Performance verbessern, können daher leichter Zugang zu Kapital erhalten.

**2. INNOVATION:** ESG kann auch als Treiber für Innovationen dienen, z.B. durch die Entwicklung neuer umweltfreundlicher Produkte oder die Implementierung von neuen Geschäftsmodellen, die soziale und ökologische Aspekte berücksichtigen.

**3. RISIKOMANAGEMENT:** ESG-Maßnahmen können dazu beitragen, Risiken zu minimieren, z.B. durch die Implementierung von Umwelt- und Sozialstandards in der Lieferkette oder die Vermeidung von Governance-Verstößen. Dies kann langfristige Kosten und Reputationsrisiken reduzieren.

**4. KUNDENBINDUNG:** Immer mehr Kunden achten bei ihrer Kaufentscheidung auf die ESG-Performance von Unternehmen. Unternehmen, die sich auf ESG fokussieren, können daher eine höhere Kundenbindung erreichen und neue Kunden gewinnen.

**5. MITARBEITERBINDUNG:** ESG kann auch dazu beitragen, Mitarbeiter zu binden, indem es ein attraktives und vor allem sozial verträgliches Arbeitsumfeld schafft, das den Bedürfnissen und Erwartungen der Mitarbeiter entspricht.

### ESG IST CHEFSACHE! ALLES ANDERE WÄRE FAHRLÄSSIG!

ESG muss von der Geschäftsleitung gewollt und umgesetzt werden. Es ist kein „Nebenbei“-Thema, was sich wegdelegieren lässt. Es ist – und wird immer mehr – ein strategisches Unternehmensführungs-Werkzeug. ESG kann nicht isoliert betrachtet werden, sondern ist ein integraler Bestandteil der Geschäftsstrategie.

### ÄNGSTE IM MITTELSTAND VOR ESG :

Im Mittelstand gibt es häufig Ängste und Vorbehalte gegenüber der Einführung von ESG (Environmental, Social, Governance) Maßnahmen. Hier sind einige der häufigsten Ängste und Bedenken:

**1. KOSTEN:** Viele Unternehmen befürchten, dass die Einführung von ESG-Maßnahmen mit hohen Kosten verbunden ist und sich negativ auf die Finanzen auswirkt.

**2. KOMPLEXITÄT:** Die Einführung von ESG-Maßnahmen erfordert ein gewisses Maß an Expertise und kann als zu komplex empfunden werden.

**3. ZEIT- UND PERSONALRESSOURCEN:** Viele Unternehmen sehen die Einführung von ESG-Maßnahmen als zeitaufwendig und personell anspruchsvoll an, was zu Engpässen in anderen Bereichen des Unternehmens führen kann.

**4. KONFLIKT MIT GESCHÄFTSZIELEN:** Unternehmen befürchten, dass ESG-Maßnahmen in Konflikt mit den Geschäftszielen stehen und sich negativ auf die Wettbewerbsfähigkeit auswirken.

**5. MANGELNDE RELEVANZ:** Einige Unternehmen sind der Meinung, dass ESG-Maßnahmen für sie nicht relevant sind, da sie keine direkten Auswirkungen auf ihr Geschäft haben.

**2. FESTLEGUNG VON ESG-ZIELEN:** Unternehmen sollten klare ESG-Ziele definieren, die mit den Geschäftszielen in Einklang stehen. Diese Ziele sollten messbar sein, um den Fortschritt im Laufe der Zeit zu überwachen.

**5. KOMMUNIKATION DER ESG-MASSNAHMEN:** Unternehmen sollten ihre ESG-Maßnahmen transparent kommunizieren, z.B. durch die Veröffentlichung von ESG-Berichten oder die Teilnahme an ESG-Rankings.

### EINFÜHRUNG ESG IM MITTELSTAND

Die Einführung von ESG (Environmental, Social, Governance) im Mittelstand erfordert eine systematische und strukturierte Herangehensweise. Hier sind einige Schritte, die Unternehmen bei der Umsetzung von ESG-Maßnahmen beachten sollten:

#### 1. ANALYSE DER EIGENEN

**ESG-PERFORMANCE:** Unternehmen sollten ihre ESG-Performance analysieren und bewerten, um die Stärken und Schwächen zu identifizieren. Hierbei können auch Kunden, Mitarbeiter und andere Stakeholder eingebunden werden.

**3. ENTWICKLUNG EINER ESG-STRATEGIE:** Basierend auf den identifizierten Stärken und Schwächen sowie den ESG-Zielen sollten Unternehmen eine ESG-Strategie entwickeln. Diese Strategie sollte auch Maßnahmen zur Umsetzung der Ziele enthalten.

**6. KONTINUIERLICHE VERBESSERUNG:** Die Umsetzung von ESG-Maßnahmen sollte als kontinuierlicher Prozess verstanden werden, der regelmäßig überwacht und verbessert wird.

**4. INTEGRATION VON ESG IN DIE GESCHÄFTS-PROZESSE:** Unternehmen sollten ESG in die Geschäftsprozesse integrieren, z.B. durch die Integration von ESG-Kriterien in die Lieferantenbewertung oder die Einrichtung eines ESG-Beirats.

Es ist wichtig zu betonen, dass die Einführung von ESG im Mittelstand keine Einheitslösung darstellt und auf die individuellen Bedürfnisse und Herausforderungen eines jeden Unternehmens zugeschnitten werden sollte.

## DU ALS UNTERNEHMER:IN BIST JETZT GEFRAGT!

Wer das Thema künftig ignoriert, muss mit hohen Strafen rechnen. Wer das Thema falsch angeht, mit Risiken und hohem Glaubwürdigkeitsverlust.

Wer einen simplen quantitativen Report abliefern, verschenkt Potentiale und verliert langfristig die Bindung von Kunden und Mitarbeitern.

### ESG STRATEGIE

Wie ist ESG in die Unternehmensstrategie eingebettet?

### ESG PROZESSE

Welche Abläufe werden verändert?

### ESG STAKEHOLDER

Welche Stakeholder samt ihrer Rollen und Verantwortlichkeiten sind zu identifizieren und wie zu qualifizieren?

### ESG IT

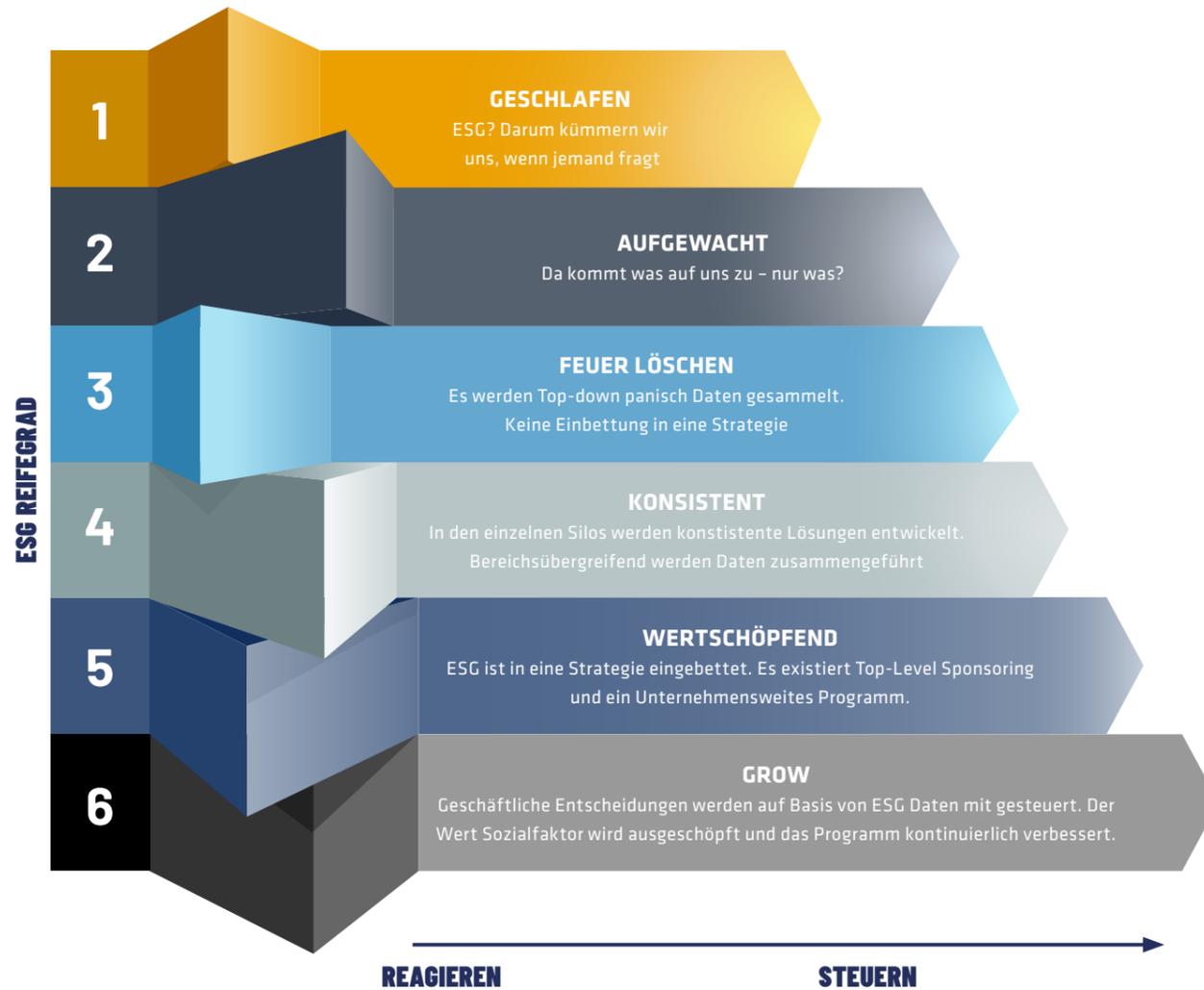
Wie werden die Daten technisch verarbeitet, aufbereitet und veredelt?

### ESG METRIKEN

Wie messen wir den Erfolg bei den einzelnen Stakeholdern, sowohl auf Arbeitsebene, als auch im Dashboard (bottom-up vs. Top-down Approach)



## WO STEHST DU IM ESG REIFEGRAD?



## RAUS AUS DEM DSCHUNGEL UND ANPACKEN!

Für Deinen finalen ESG Bericht bieten Dir die Standards wie momentan über 80 Metriken mit über 1.000 Datenpunkten an. Das ist viel zu viel, um das sofort in ein sinnvolles Programm zu gießen!

Die gute Nachricht ist: Für das Thema ESG haben wir (noch) genügend Zeit. Nicht alles muss sofort erreicht werden, im Gegenteil. Du kannst auf eine steile Lernkurve hinarbeiten. Mit zwei einfachen Fragen lässt sich komfortabel starten:

**1. WAS KANN MIR DAS THEMA STRATEGISCH NUTZEN?**

**2. WER ODER WAS BRAUCHEN WIR DAZU?**

Daraus ergibt sich die Wesentlichkeitsanalyse. Aus der Überlegung heraus, welche Stakeholder am ehesten auf Deine Unternehmensstrategie einzahlen, reduziert sich schon die Komplexität des Themas. Daraus folgt methodisch erst einmal aus der ganzen Vielfalt von Umweltdaten, sozialen Daten und Daten zur Unternehmensführung die für Dich wesentlichen Daten herauszufiltern.

## OHNE MENSCHEN GEHT NICHTS

Oftmals wird ESG den Faktor Environment, also auf Klimaschutz und die Umwelt reduziert, oder es ist die einzige Thematik, die man damit verbindet, gefährliches Halbwissen! Denn ohne den Faktor Mensch geht nichts, auch nicht bei der Erreichung des Gesamtziels.

Der Mensch ist in jedem Prozess oder jedem Projekt der Flaschenhals, diesem Aspekt gilt es von Beginn an besondere Beachtung und Aufmerksamkeit zu schenken. Wenn die Menschen auf Metriken treffen, die an ihnen vorbei gehen, wird das Thema nie sinnvoll gelebt und umgesetzt werden können, sondern immer ein ungeliebter Verwaltungsakt bleiben.

Darum ist es umso wichtiger, das Programm rund um die Stakeholder zu implementieren, womit wir beim Thema Führung angelangt sind. Gerade die Führungsebene eines jeden Unternehmens muss nun die Leistungsfähigkeit und das Bewusstsein hervorbringen können, gemeinsam mit den Beteiligten Wissensvermittlung und Umsetzung und die dafür notwendigen Strategien zu erarbeiten und anschließend anwenden zu können.



# CLEVER UND SMART IN DIE ZUKUNFT – INVESTITIONEN VON UNTERNEHMEN MIT ÖFFENTLICHEN FÖRDERGELDERN NACHHALTIG UND ERFOLGREICH UMSETZEN



Kai Schimmelfeder, GF Feder consulting

**„Fördermittel und Fördergelder für Unternehmen?“ – „Brauche ich nicht! Mir und meinem Unternehmen geht es sehr gut! Und von Corona bzw. einem Umsatzausfall bin ich auch nicht mehr betroffen. Und überhaupt: Uns geht es zu gut, um Förderprogramme und Fördergelder nutzen zu müssen!“**

Dabei geht es gar nicht darum, ob es einem Unternehmen zu gut geht, um öffentliche Förderprogramme zu nutzen. Vor „Corona“ haben bisher nur 9% der Unternehmen in Deutschland öffentliche Förderprogramme genutzt (Analyse von Creditreform 09.2019).

Die anderen 91% hatten vor „Corona“ auf diese finanziellen und wirtschaftlichen Vorteile verzichtet. Mit dem Verzicht geht aber auch ein finanzieller Verlust einher, denn mit Förderprogrammen lassen sich Investitionen clever und smart finanzieren. Lassen sich Zuschüsse (geschenktes Geld vom Staat) nutzen und somit Investitionen mit weniger eigenem Kapital umsetzen.

Auch die Wachstumsvorhaben von Unternehmen lassen sich mit verschiedenen Förderprogrammen und Fördergeldern zielgenau realisieren. Wer als Unternehmer seine Zukunft der nächsten Jahre plant und dabei festgestellt hat, dass es zu nennenswerten Investitionssummen kommen muss bzw. wird, der hat das Thema „Geld und Kapital“ auf dem Tisch.

Wer genügend Gewinne macht, könnte die Investitionen aus dem Cash-Flow bezahlen – muss es aber nicht. Kostengünstiger und finanziell sinnvoller ist die Nutzung verschiedener Förderprogramme. Damit können die Kosten der Investitionen co-finanziert werden bzw. lassen sich Eigenkapital und Cash-Flow an anderer Stelle nutzbar machen.

## Fördermittel und Fördergelder ist nur was für „schwache“ Unternehmen?

Jetzt in der „Nach-Corona-Zeit“ verbinden sehr viele Unternehmen das Thema Fördermittel mit „Hilfen vom Staat, für Unternehmen, denen es „schlecht“ geht“. Die Aufmerksamkeit liegt auf den Wirtschaftshilfen. Überall gibt es Meinungen und Stimmen und Erkenntnisse zum Thema Fördermittel – dabei auch Irrtümer und Fehldeutungen. Dabei gibt es seit vielen Jahrzehnten verschiedene Förderprogramme.

Aktuell sind es (ohne die Corona Wirtschaftshilfen) über 5.100 Förderprogramme. Ob Digitalisierung, Expansion, Energieeffizienz, Unternehmenskauf, Gründung, künstliche Intelligenz, Umweltschutz, Innovation, o.ä. – der „normale“ Rahmen (ohne Corona Wirtschaftshilfen) bieten in der Europäischen Union über eine Billion Euro (!) an Zuschüssen an.

In Deutschland allein über 50 Milliarden an Zuschüssen und hinzu kommen dann noch Förderkredite, staatliches Risikokapital, Bürgschaften und spezielle Startup- und Gründungsförderung.

Es geht nicht darum, ob ein Unternehmen Fördermittel braucht oder ob es „wirtschaftlich schwach“ ist, sondern die nutzbaren Vorteile sollten im Vordergrund stehen.

Fördermittel stehen für bestimmte Zwecke zur Erreichung bestimmter politischer bzw. wirtschaftlicher Ziele zur Verfügung!

Mit den genannten über 5.100 Fördermittel stellt es sich wie folgt dar: Die Menge an Förderprogrammen ist in ca. 1.500 Richtlinien und Verordnungen reguliert. Davon sind ca. 70% nur für die Regulierung von Zuschüssen „verantwortlich“.

Die Fördermittel bieten Vorteile wie z.B: Zinsvorteile, nicht rückzahlbare Investitionszuschüsse, Projektzuschüsse, Innovationszuschüsse, Regionalzuschüsse, Tilgungszuschüsse, tilgungsfreie Jahre bei Förderkrediten, Zinszuschüsse, etc.

Die Geschäftsführung eines Unternehmens, welches auf einen z.B. Investitionszuschuss „verzichtet“, weil es glaubt diesen nicht zu brauchen, kann mit dem Verzicht dem eigenen Unternehmen einen Vermögensschaden zuführen! Denn um nutzbare Vorteile aus den Fördermitteln zum Wohle des Unternehmens zu erhalten, ist mindestens eine Fördermittel-Analyse zu erstellen.

Da 70% der Fördermittel-Richtlinien sich auf Zuschüsse beziehen (geschenktes Geld vom Staat), und diese nicht bei „Hausbanken“ zu erhalten sind, reicht es nicht aus, mal die „Hausbank“ zu fragen.

Hier setzt die „Holschuld“ des Geschäftsführers ein. Dieser ist verantwortlich und sollte sich über alle Möglichkeiten der Fördermittel erkundigen bzw. recherchieren.

## Was ist förderfähig für Unternehmen?

Ob Digitalisierung im Speziellen, Wachstumsinvestitionen im Allgemeinen, die aktuell notwendigen Anpassungen von Unternehmen (Transformation), Investitions- und Innovationsvorhaben im Bereich der künstlichen Intelligenz, die eigene App, Vertriebsdigitalisierung, neue Webseiten oder andere Akquiseplattformen, Interessentengewinnung mit hybriden Mitteln und Investitionen (Offline und Online), virtuelle Fortbildungsprodukte (eigene Kundenakademie, Mitarbeiterakademie, o.ä.), Virtual und Augmented Reality Prozesse, der Kaufpreis eine Unternehmens oder die neue eigene Unternehmens-Immobilie – alles Investitionen, die sich ganz oder in Teilen mit Förderprogrammen finanzieren lassen.

Um die Zukunftsfähigkeit von Unternehmen auszubauen, Arbeitsplätze zu erhalten und neue zu schaffen, die Innovationsfähigkeit voranzutreiben, und schlussendlich auch wieder Steuern einzunehmen – deshalb sind Investitionen förderfähig.

## Meine „Hausbank“ hat alle Fördermittel! – Ein Irrtum kostet Ihr Geld!

Die sogenannten „Hausbanken“, also oft die Volks- und Raiffeisenbanken, Sparkassen oder Banken wie Deutsche Bank, Hypovereinsbank, Commerzbank o.ä. können nur einen Teil aus der Menge der Fördermittel „haben“. Meist sind es die Förderkredite.

Investitionszuschüsse, also Geld vom Staat, die bei Investition als nicht rückzahlbare Fördermittel genutzt werden können, bekommen Unternehmen von Förderinstituten, bei Ministerien, o.ä. Institutionen. Die Hausbanken können an Unternehmen kein Geld oder Kredit verschenken, und deshalb bekommen Sie bei Hausbanken auch keine Investitionszuschüsse.

Grundlage sind hier verschiedene Gesetze und auch die mit der Europäischen Kommission im März 2002 vereinbarte „Verständigung II“, die die Aufgaben der „Hausbanken“ und der Förderinstitute regelt. Hier zeigt sich auch die Aufteilung und Beantragungsregelung für öffentliche Förderprogramme. Es gibt Institute für „geschenktes Geld vom Staat“ und es gibt „Hausbanken – die das Geld zurückhaben wollen!“

Im Gegensatz zu den Förderinstituten bekommen Unternehmen bei den Förderinstituten kein Sparbuch, oder können dort Geld anlegen, o.ä.

## Wir sind schon ein altes Unternehmen – also „alte Hasen“ und bekommen bestimmt keine Fördermittel!

Das Alter eines Unternehmens ist in der Fördermittel-Welt ein Parameter zur Einteilung, welches Fördermittel für welches Unternehmen nutzbar ist.

Auf das Alter kommt es grundsätzlich nicht an. Viele Förderprogramm-Einteilungen sehen vor, dass „Gründer-Fördermittel“ für Unternehmen vergeben werden, die bis 3 Jahre alt sind, oder manche bis 5 Jahre. Es gibt aber „Gründer-Fördermittel“, die bekommen Unternehmen noch, wenn diese schon 10 Jahre alt sind!

Bestehende Unternehmen bekommen andere Fördermittel, weil die Unternehmenssituation eine andere ist und andere Parameter entscheiden, ob es zu einer Förderung kommt oder nicht. „Alte“ Unternehmen (oftmals mit mehr als 3 Jahren Betriebstätigkeit...) bekommen neben den Förderkrediten auch andere Fördermittel wie Zuschüsse als geschenktes Geld vom Staat (nicht rückzahlbar) für Investitionen im Bereich Innovation, Umwelt, Entwicklung, Forschung, Technologie, etc.

## So gehen Sie clever und erfolgreich vor, wenn es um Förderprogramme geht:

**1. Vorbereitungszeit planen:** Wenn Sie eine Investitionsidee oder ein Investitionsvorhaben umsetzen wollen, sollten Sie frühzeitig mit der Planung beginnen. Je nach Größe und Umfang des Vorhabens sind sechs Monate, ein Jahr oder sogar noch längerer Zeitraum vor der Beantragung zum Erfolg des ganzen Projektes notwendig. Zu Beginn – und das gilt für »alte« bestehende, sowie für junge »neue« Unternehmen – starten Sie mit einer IST-Analyse Ihres Unternehmens. Dann erfolgt eine Umfeldanalyse: Was ist in Ihrem Markt »los«? Was machen Ihre Konkurrenten?

**2. Fördermittel-Dschungel:** Es gibt über 5.100 Förderprogramme! Mit dabei sind EU-Fördermittel, dann die Förderprogramme auf deutscher Ebene und die der einzelnen Bundesländer. Nutzen Sie mindesten die Förderdatenbanken des Wirtschaftsministeriums oder nehmen Sie Kontakt mit uns auf, um die richtigen und sinnvollen Förderprogramme beantragen zu können.

**3. »Verständigung II« nutzen:** Von (Haus-)Banken kann es keine Zuschüsse in Form von geschenktem Geld vom Staat geben. Das regelt die sogenannte »Verständigung II«. Es gibt dort keinen direkten Zuschuss. Für die Zuschüsse zuständig sind die über hundert Förderstellen – diese sind Ansprechpartner für Ihr Unternehmen.

**4. Maßnahmenbeginn beachten:** Die Antragstellung erfolgt immer vor der Unterschrift o.ä. von Verträgen. Es gibt keine Rückwärtsförderung. Wenn Sie die Antragstellung vor Maßnahmenbeginn verpassen, ist die Förderung »weg«. Ausnahmen sind möglich

**5. Unternehmensdaten optimieren:** Um auch die »Restfinanzierung« der geplanten Investition kostengünstig zu finanzieren, ist die Bonität zu prüfen und zu optimieren. Hierzu gibt es Auskunftsstellen, die über die Bonität des Unternehmens Aussagen treffen. Diese sollten Sie vorher kontaktieren

**6. Strategie visualisieren:** Malen Sie sich ein Bild von Ihrem Unternehmen und dem Erfolg aus, den Sie erreichen wollen, um jetzt zu »sehen«, wie es in zehn Jahren in Ihrem Unternehmen aussehen soll. Ohne Vision finden Sie keine erfolgreiche Richtung und keine passenden Investitionsentscheidungen. Malen Sie Bilder, erstellen Sie Skizzen und zeichnen Sie Strichfiguren, um die einzelnen Positionen zu erkennen und daraus weitere Erkenntnisse zu gewinnen! Bilder verdeutlichen Situationen und veranlassen Sie dazu, mehr über die Dinge nachzudenken!

**7. Planung erstellen:** Fertigen Sie aus Ihren Daten und Erkenntnissen eine Gesamtplanung an: Welche messbaren Zahlen (Umsatz, Gewinn, Investitionssummen, Mitarbeiteranzahl, etc.) werden Sie zu welchem Zeitpunkt erreicht haben? Welche Kostenpositionen sind jetzt »neu« zu bedenken? Welche Abhängigkeiten treten auf? Welche Marktdaten nehmen wie Einfluss auf ihre geplante Investition? Welche Chancen ergeben sich? Welche Stärken können Sie mit ihrem Unternehmen ausspielen? Welche Risiken sind in den Griff zu bekommen und wo hat Ihr Unternehmen Schwächen?

**8. Investitionsliste erstellen:** Wenn Sie alle Planungsdaten und die damit verbundenen Informationen final erstellt haben, fügen Sie alles in einer Investitionsliste zusammen. Diese benötigen Sie für die Förderanträge, für die Co-Finanzierung und als ihr eigenes Kontrollinstrument zur späteren Umsetzung.

**9. Eigenkapital einsetzen:** Oftmals wird Eigenkapital einzusetzen sein. Dies wirkt sich positiv auf das Investitionsvorhaben aus. Wichtig: Die Summe der Zuschüsse verringert sich deswegen nicht und bleibt in der Höhe bestehen.

**10. Umsetzung (Beantragung):** Erst wenn alle Unterlagen richtig ausgefüllt wurden und vollständig vorhanden sind und auch die Art der Antragstellung korrekt definiert wurde, geht es in die Antragsstellung und erst danach in die Umsetzung der Investition.

# THE GROW CIRCLE GRÜNDUNG STARTUP MENTORING

BEI CK VENTURES, IM CK WORK SPACE



**„WIR GEBEN GRÜNDERINNEN AUCH EINEN PHYSISCHEN RAUM SICH ZU ENTWICKELN.“**

Mit dem Workspace von Katja Ruhnke und Conny Hörl ist ein Ort der Ideenfindung entstanden, der unsere Entrepreneur:innen schwer beeindruckt hat.

Im Zuge der Circle Gründung StartUp Mentoring durften wir erfahren, was es heißt ein StartUp zu unterstützen und dies braucht weitaus mehr, als finanzielle Investis.

Mentoring ist eine Aufgabe, die viel unternehmerisches Wissen braucht. Vor allem die Persönlichkeitsentwicklung muss eine sehr bedeutende Rolle in der Entwicklung eines gesamten Unternehmens einnehmen

Einen kleinen Auszug aus Investorinnen Expertise durften wir von Conny und Katja aus ihren 14 Beteiligungen in verschiedenste StartUps erhalten und unter anderem auch von THE GROW Entrepreneurin Silvia Holzapfel, selbst Investorin, die an diesem Tag „Mindme“ mit einer ganz neuen und innovativen Möglichkeit der Weiterbildung vorstellte.

„Als Kind dachte ich immer, jede Familie hat ein Aktien Depot. Das ist die Form der Geldanlage.“ so Katja Ruhnke und stellt noch einmal klar nach vorne, dass female Investment ein großes Thema in der aktuellen Anlagewelt ist und auch künftig sein wird. „Hier ist vor allem das Bildungswesen gefragt, auch die Frauen auf Investitionsmöglichkeiten vorzubereiten.“



Den ganzen Beitrag finden Sie auf: [www.the-grow.tv](http://www.the-grow.tv)

# ROMULO KURANYI WIRD CHAPTER VORSTAND BADEN-WÜRTTEMBERG!

**Neben Petra Kurz Ottenwälder von „DUNDO“ ist Romulo Kuranyi nun Chapter Vorstand Baden-Württemberg und wir erhalten einen ganz neuen Blick auf das Unternehmertum. Vor allem eines verbindet Petra und Romulo – die uneingeschränkte Kreativität!**

Kunst ist eine Form des Unternehmertums - ein Blickwinkel auf das Bewusstsein für Kunst – Kunst und Unternehmertum sind zwei Begriffe, die auf den ersten Blick möglicherweise nicht viel gemeinsam haben. Während Kunst oft mit Kreativität, Selbstausdruck und ästhetischem Genuss assoziiert wird, wird Unternehmertum oft mit Geschäftssinn, Risikobereitschaft und Gewinnstreben in Verbindung gebracht. Doch bei genauerem Hinsehen wird deutlich, dass Kunst und Unternehmertum mehr gemeinsam haben, als man zunächst vermuten mag.

Ein interessanter Blickwinkel auf das Bewusstsein für Kunst ist die Erkenntnis, dass Künstlerinnen und Künstler in gewisser Weise auch Unternehmerinnen und Unternehmer sind. Kunstwerke sind nicht nur Ausdruck von Kreativität und Talent, sondern auch Produkte, die von Künstlerinnen und Künstlern geschaffen und auf dem Markt präsentiert werden. Wie bei jedem anderen Unternehmertum erfordert auch die Kunst eine Menge Planung, Organisation, Marketing und Verkaufsfähigkeiten, um erfolgreich zu sein.

Viele Künstlerinnen und Künstler müssen sich mit der Vermarktung ihrer Werke auseinandersetzen, sei es durch den Verkauf von Gemälden, Skulpturen, Fotografien oder anderen künstlerischen Produkten. Sie müssen ihre Zielgruppe identifizieren, ihre Werke bekannt machen, Preise festlegen, Verkaufsgalerien oder Online-Plattformen nutzen und Kundenbeziehungen aufbauen und pflegen. All dies erfordert unternehmerisches Denken und Handeln, um ihre Kunstwerke erfolgreich zu verkaufen und Einnahmen zu generieren.



Darüber hinaus müssen Künstlerinnen und Künstler auch ihre eigenen Marken aufbauen und pflegen. Dies gelingt Romulo Kuranyi in einer hervorragenden Art und Weise. Wir freuen uns sehr mit Petra und Romulo ein so kreatives Duo an der Spitze des Chapters Baden-Württemberg zu wissen.



THE GROW TV

# CHAPTER GRÜNDUNG WIEN

IM SCHLOSS SCHÖNBRUNN

An einem der schönsten Orte in Wien, dem Schloss Schönbrunn, durften wir gemeinsam mit den neuen Vorständen Andreas Mezei und Wolfgang Kalny das Chapter Wien gründen. Dass in so einer geschichtsträchtigen Location auch Innovation im Vordergrund stehen kann, haben die mehr als 60 Gäste in ihrem Austausch bewiesen und mehrfach betont. Dafür steht THE GROW – Verbindung von Traditionen und Innovationen.



Der Chapter Talk in Wien fokussierte maßgeblich zwei große Themenbereiche unter dem auch das Motto der Chapter Gründung stand: „Wien – Stadt des Tourismus und der Technologie!“

Im Bereich der technologischen Entwicklung fokussiert sich Wolfgang zum Beispiel auf die Lösung des Transports via Flugdrohnen und der Ressourcennutzung, diese sind unter anderem bereits bei Gleisarbeiten der österreichischen Bahn im Test.

Andreas ist im innovativen Bereich der Schönheitsbranche führend in der Verwendung verschiedener Lasertechniken. In diesem Bereich hat Mezei trotz Krisen der letzten Jahre eher einen Boom erlebt und kann beobachten, dass im Bereich Schönheitspflege mehr Geld investiert wird als vor einigen Jahren. Vor allem auch bei Menschen, die in Österreich eine neue Heimat gefunden haben und die fortschrittliche Entwicklung sehr zu schätzen wüssten.



Aus der Sicht von Andreas und Wolfgang ist Wien neben den kulturellen Schätzen, auch ein Schmelztiegel für verschiedene Menschen und Kulturen, welche dadurch im Bereich der Innovation ein wichtiges Drehkreuz in Europa und darüber hinaus darstellen.

Beide erwähnten mehrfach, dass sie sich freuen als Chaptervorstände gemeinsam mit THE GROW in Wien wirken zu können. Sie freuen sich über den neuen Aufbau des Chapters und der damit verbundenen Aufgaben, um die Innovationen noch mehr in den Vordergrund des Erfolgs stellen zu können.

**Auch Sie möchten gerne in den neu entstehenden Chapters in Österreich und der Schweiz aktiv mitwirken?**

**Wir freuen uns auf Ihre Nachricht an:  
Klaus.Buschmeier@the-grow.com**

DIE EINTRITTSKARTE  
ZU EINEM  
**EINZIGARTIGEN  
NETZWERK!**

[WWW.THE-GROW.COM](http://WWW.THE-GROW.COM)



THE GROW TV

# THE GROW ZU GAST IM DEUTSCHEN BUNDESTAG

### Für unsere Chapter Vorstände hieß es Herzlich Willkommen in der Regierungszentrale Deutschlands.

Der Präsident des Bundestags selbst - Wolfgang Kubicki nahm sich die Zeit, um mit unseren Chapter Vorständ:innen im Meetingraum des Präsidialamtes in den persönlichen Austausch zu gehen.

Angespannte Lagen seien derzeit das vorherrschende Thema in vielen Bereichen unseres Landes, so Kubicki. Das Einschleusen von Klimaklebern in den Sitzungssaal durch die eigenen Abgeordneten. Rechtsradikale Parolen und unangebrachte Äußerungen in den Sitzungen sind Querschüsse, die unsere Regierung derzeit sicherlich nicht on Top brauchen kann und wertvolle Zeit raubt.

Gewachsene Unternehmen können aus ihren Netzwerken schöpfen und Kontakte aktivieren, jedoch junge Gründer:innen haben hier noch einen oft viel zu weiten und undurchsichtigen Weg vor sich. Und gerade hier setzt THE GROW an und wird auch weiterhin die Türen öffnen, um die Bedürfnisse des Mittelstands schneller an die Regierung weitergeben zu können.



Die momentanen kritischen Situationen wurden bereits beim Empfang durch enorme Sicherheitskontrollen spürbar. Nur kleine Gruppen, vorab wurden alle Anmeldungen bereits geprüft, keine Besichtigung diverser und empfindlicher Bereiche. Dies stellt die Besonderheit unseres Besuchs im Bundestag noch einmal auf eine andere Ebene und vor allem die Möglichkeit, die THE GROW bieten kann.

Zeit, die besser in neue Energiepolitik und vor allem auch in die Förderungsthemen des Mittelstandes investiert werden sollte. Das sind wichtige Punkte, die auch unsere Regierungsvertreter beschäftigen.

Der fehlende „direkte Draht“ zur Politik wurde von unseren Vorständen angesprochen. Wie können Innovationen und neue Wege schneller umgesetzt werden, wenn der bürokratische Aufwand eine zu große Hürde und zeitliche Bremse darstellt?

Wolfgang Kubicki plädiert an die Unternehmer:innen weiterhin so eine großartige Motivation im Unternehmertum walten zu lassen und beteuert, dass er auch weiterhin als Ansprechpartner zur Verfügung stehen wird.

Ein Besuch des Brandenburger Tors, als Zeichen für einen fortschrittlichen Weg unter dem Dach der Gemeinschaft rundete die Tour der Chaptervorstände ab.

# WELCH GROSSARTIGEN WORTE ÜBER SOCIAL MEDIA PLATTFORMEN

VIELEN LIEBEN DANK VERA PETERS – CHAPTER VORSTANDSCHAFT NRW

### DANKE AN THE GROW!

- für die Einladung zum Vorstandstreffen der Chapter.
- für den (nur durch Dich, Bernhard Schindler, möglichen) freundschaftlichen
- Austausch in kleiner Runde mit Bundestagsvizepräsident Wolfgang Kubicki, der uns humorvoll und locker in Empfang nahm. Seine persönliche Sichtweisen über Wirtschaft und Entrepreneurship haben mich sehr beeindruckt und noch heute hier und da zum Nachdenken gebracht.
- für die Insider-Einblicke in den Bundestag und seine Arbeitswege „unterirdisch“ kennenzulernen, auf einem Blick Friedrich Merz zu begegnen und die Fraktionsräume während der Sitzungswoche sehen zu dürfen.
- für die exklusive Berlin Capital Club Atmosphäre, samt Gaumenfreuden und fußläufigem Nachtcocktail zum Abschluss.

Ein weiteres Highlight durfte ich über das persönliche Kennenlernen von Etienne Salborn auf dem historischen Gelände des Tempelhofs erleben. Ein kleines „Wunder“, dass ich ihn hier in Deutschland „erwischen“ konnte, da er mit seiner jungen Familie in Uganda lebt.

Etienne ist Changemaker und Founder von SINA (Social Innovation Academy), indem er u.a. Jugendliche bis zum erfolgreichem Entrepreneurship und Ownership begleitet. Wow! Natürlich haben wir uns direkt über gemeinsame Herzensthemen, die LIFE Safari und über Sinn und Unsinn von Spenden ausgetauscht. Ich freue mich riesig darauf, seine Projekte in wenigen Wochen in der Nähe von Entebbé/Uganda kennenzulernen.

+ Danke an alle Beteiligten für solche, gemeinsamen Unternehmerzeiten, an denen ich von anderen lernen, Energie tanken und fließen lassen darf! Klaus Buschmeier Nicole Wiegand Steffi Busse Jan Kempf Max Jankowsky Vanessa

Weber Patrizia Schweizer Ingo Kersten Jona Böttger Dietmund Peters Dr. Karl G Leutschaft Martin Kilian Josef Köppl Nico Lindner Maurizio Moreschini Ubuntu, liebe Unternehmer-Abenteurer!

Eure Vera



Zwei Tage, eine kurze Nacht sind vorbei und noch immer bin ich begeistert und dankbar für die intensiven Gespräche, inspirierenden Unternehmensstrategien und die anregende Netzwerkarbeit - nicht zu vergessen die lustige Fahrt im Elektro-Oldtimer mit gleichzeitigem Wissenstransfer über Themen der Bundeshauptstadt.



# WEITERE SPANNENDE BEITRÄGE AUF UNSERER PLATTFORM

## INNOVATION TALK AIWANGER / GIPFEL E-MOBILITÄT

Adrian Zierer und Wulf Schlachter, Kurt Sigl, Silke Frank und Chairman Bernhard Schindler waren unter anderem TalkpartnerIn als Experten beim Gipfel E-Mobilität bei Charge Construct in Ingolstadt, die mit unseren EntrepreneurInnen ihre Erfahrungen in den Bereichen E-Mobilität und Wasserstoff teilten. Auch unser Ehrengast - der bayerische Wirtschaftsminister Hubert Aiwanger teilte seine Sicht der Notwendigkeit einer passenden Infrastruktur mit und ging mit den Gästen in den Austausch. Zu sehen auf The Grow tv.

[www.the-grow.tv/de-int/playerpage/1598771](http://www.the-grow.tv/de-int/playerpage/1598771)



## CHAPTER TALK SAARLAND

Unsere neuen Chaptervorstände Dirk Barth und Wolfgang Marks tauschten sich mit Mai Dang Goy, Bernhard Schindler und stellv. Landesvorsitzende der FDP Angelika Hießerich-Peter.

Regionaler Aufschwung stand groß über der Innovation Talkrunde bei der Chaptergründung im Saarland. Gerade Chaptervorstand Wolfgang Marks, der mit Amapharm einer der größten Arbeitgeber der Region ist und weltweit mit führend im Bereich Vitamin-Nahrungsergänzungsmittel sprach vor allem behördliche und bürokratische Hindernisse für Unternehmer:Innen an, die es dringend zu verbessern gilt.

[www.the-grow.tv/de-int/playerpage/1599523](http://www.the-grow.tv/de-int/playerpage/1599523)



## CHAPTER TALK RHEINLAND-PFALZ

Auch die Chapter Gründung Rheinland-Pfalz mit Timo Renner, Markus Ley und Dr. Thomas Endres als neue Chapter Vorstandschaft war ein voller Erfolg für regionales Wachstum. Jungen und traditionelle Unternehmer müssen künftig in den Austausch gehen und voneinander profitieren, so die einhellige Meinung. Die aktuellen Neuerungen können nur mit Expertise von erfahrenen UnternehmerInnen geteilt und im Unternehmen erfolgreich umgesetzt werden.

[www.the-grow.tv/de-int/playerpage/1601491](http://www.the-grow.tv/de-int/playerpage/1601491)



## SALZ21

Zusammen mit Ralf Schmitt von den Impulspiloten rockte Chairman Bernhard Schindler die Main Stage auf der Salz21. Innovationen müssen täglich gelebt werden, junge Gründer brauchen Durchhaltevermögen und Unterstützung und die Welt muss wissen, was in den Unternehmen hinter verschlossener Tür passiert und Großartiges entsteht. Die Salz21 bietet diese Möglichkeit der Präsentation und Bernhard Schindler, Carina Falk und Ralf Schmitt konnten eindrucksvolle Einblicke in ein funktionierendes Netzwerk und der daraus entstehenden Wachstumsmöglichkeiten vorstellen.

[www.the-grow.tv/de-int/playerpage/1599521](http://www.the-grow.tv/de-int/playerpage/1599521)



## BUCHVORSTELLUNG „CHEFSACHE METAVERSE“ MIT PROF. JULIA FINKEISSEN

Das Metaverse ist Chefsache - dafür setzt sich Prof. Julia Finkeissen ein. Ihr Herzblut zu diesem Thema steckt in ihrem neuen Buch mit selbigem Titel. Mit einer Leichtigkeit erzählt Julia ihre Erfahrungen mit der Chefebene und den notwendigen Maßnahmen die die neue Form der Digitalisierung in ein Unternehmen bringen können und künftig auch müssen.

[www.the-grow.tv/de-int/playerpage/1586645](http://www.the-grow.tv/de-int/playerpage/1586645)



## THE GROW INNOVATION TV-TALK WEB 3.0 KITZBÜHEL

NFT, Blockchain und Co. Immer wieder begegnen uns diese Begriffe und was kann letztendlich daraus entstehen und vor allem WIE? Daniel Spierer, Gregor Gebhardt, Thomas Zuchtriegel, Julia Finkeissen und Peter Seiwald talkten mit Bernhard Schindler über die neuesten Errungenschaften der Kryptowährung. Jedoch in einem waren sich alle einig, Digitalisierung muss bereits in die Schulen - hier entsteht das Wissen von morgen und vor allem auch die Innovationen!

[www.the-grow.tv/de-int/playerpage/1586603](http://www.the-grow.tv/de-int/playerpage/1586603)



## INNOVATION TALK MIT DEM EXPERTEN KAI SCHIMMELFEDER „DER FÖRDERMITTEL- PAPST“ IN 3 TEILEN

In einem wissensgeladenen 3-Akter erklärt Kai Schimmelfeder die Möglichkeiten der Förderungsmaßnahmen in Deutschland. Die Töpfe sind voll und Förderungen werden kaum abgerufen. Was steckt dahinter - ganz klar der Bürokratie Wahnsinn. Seitenweise Anträge, Behördengänge, Nachweise und dann das Bittstellen bei der eigenen Hausbank. Ist das wirklich notwendig? Nein, so Schimmelfeder. Diesen Irrgarten löst er mit seinem Unternehmen auf und findet die passende Lösung für Unternehmer und Unternehmerinnen, einzig eines ist dazu zunächst notwendig: Der Wille diesen Weg zu gehen!

[www.the-grow.tv/de-int/playerpage/1577888](http://www.the-grow.tv/de-int/playerpage/1577888)



# RABB IT SOLUTIONS

## BESTER UNABHÄNGIGER FULL-SERVICE IT-LÖSUNGSANBIETER – WESTDEUTSCHLAND

Die Betonung der Kundenzufriedenheit hat die Kraft, B2B-Unternehmen zu einem respektablen Wachstum in ihrem Bereich zu verhelfen. Rabb IT Solutions hat sich als vertrauenswürdiger Dienstleistungsanbieter für Unternehmen in Europa erwiesen. Hier sprechen wir mit dem CEO, Rehan Khan, über den enormen Erfolg seines Unternehmens, das bei den European Enterprise Awards 2022 einen beeindruckenden Titel gewonnen hat.

Mit exzellentem Fachwissen, Qualität und sympathischen Dienstleistungen arbeitet Rabb IT Solutions hart daran, die besten Ergebnisse für Unternehmen in Not zu erzielen. Rabb IT Solutions wurde 2005 gegründet und besteht aus einem Team von Spezialisten, die sich zum Ziel gesetzt haben, innovative Managed Services für mittelständische Unternehmen in ganz Europa zu entwickeln, um diese beim Aufbau einer effizienten IT-Infrastruktur zu unterstützen.

Das Unternehmen, das zunächst Computerhardware und Software verkaufte, entwickelte sich zu einem der erfolgreichsten Anbieter von Managed IT Services. Die Kernwerte von Rabb IT Solutions sind Kompetenz, Zuverlässigkeit und Ansprechbarkeit, so dass das Unternehmen enge Beziehungen zu seinen zahlreichen Kunden aufbauen kann. Mit seinem User Help Desk (UHD) stellt Rabb IT Solutions sicher, dass es für jeden seiner Kunden einen ITIL-zertifizierten, zentralen Ansprechpartner gibt, der die Kunden unterstützt und ihnen das Leben erleichtert, indem er eine nahtlose und effektive Kommunikation ermöglicht.

Rabb IT Solutions ist 24 Stunden am Tag, 7 Tage die Woche und 365 Tage die Woche erreichbar und garantiert damit nicht nur einen umfassenden Support, sondern gibt seinen Kunden auch ein Gefühl der Sicherheit, egal zu welcher Tageszeit. Zu den weiteren Dienstleistungen gehören maßgeschneiderte Programme und Netzwerke für Unternehmen, Wireless LAN, VPN vor Ort, zu Hause und auf dem Handy.

Rabb IT Solutions stellt auch seine Warenwirtschaftssysteme, Analysetools, Projektsoftware, Simulationssoftware, Grafik und Publishing vor. Rehan Khan, CEO von Rabb IT Solutions, erklärt die Bedeutung der Dienstleistungen von Rabb IT Solutions: „Gerade die Covid-19-Pandemie hat gezeigt, wie dezentral Unternehmen heute arbeiten und mit ihren Mitarbeitern und Geschäftspartnern kommunizieren müssen. Das hat natürlich zu vielen neuen Geschäftsfeldern im Bereich der Cybersicherheit geführt. Es vergeht kaum ein Tag, an dem nicht über Hackerangriffe berichtet wird.“

**GERADE DIE COVID-19-PANDEMIE HAT GEZEIGT, WIE DEZENTRAL UNTERNEHMEN HEUTE ARBEITEN UND MIT IHREN MITARBEITER:INNEN UND GESCHÄFTSPARTNERN:INNEN KOMMUNIZIEREN MÜSSEN.**

**Rehan Khan, CEO Rabb IT Solutions**

„Rabb IT Solutions setzt sich nicht nur für den Schutz seiner Kunden ein, sondern unterstützt auch unsere Umwelt. Das Hauptgebäude des Unternehmens ist mit einer Fotovoltaikanlage zur Stromerzeugung ausgestattet, und es werden zahlreiche Energiesparmaßnahmen zur Verlängerung der Lebenszyklen durchgeführt. Darüber hinaus verbessert sie das Recycling und die Abfallentsorgung. Die Software ist dann verfügbar, wenn der Kunde sie braucht, und er verbraucht nur das, was er braucht – das spart Ressourcen und letztlich Geld.“

Rabb IT Solutions belegte Platz 5 im Channel Partner Programm „Platz 1 in den Bereichen Beratungskompetenz, Reaktionszeit und unkomplizierte Zusammenarbeit sowie Einfachheit der Abrechnung.“ Channel Partner befragte Kunden von Managed- und Cloud-Service-Anbietern und befand Rabb IT Solutions als eines der Top-Unternehmen in diesem Bereich, das für seine überdurchschnittlichen Leistungen in den Hauptkategorien „Qualität, Leistung, Service und Effektivität“ auch mit dem bemerkenswerten HIPE AWARD 2021 (High Performance Award) ausgezeichnet wurde.

Bei rund 10.000 Bewerbungen pro Jahr ist eine solche Auszeichnung nur schwer zu erlangen – für Rabb IT Solutions war dies jedoch kein Problem. Natürlich wäre all dies ohne die Mitarbeiter von Rabb IT Solutions nicht möglich. Das engagierte, dynamische Team hinter dem Unternehmen hat dazu beigetragen, das Versprechen von trendigen Ideen für seine Kunden umzusetzen.

Das Unternehmen konzentriert sich auf seine Kompetenz für den Erfolg seiner Kunden, indem es eine schnelle Reaktionszeit hat. Seine bewundernswerte Managementstruktur bedeutet, dass sie einen schnellen Entscheidungsfindungsprozess haben, der sie fachmännisch durch all ihre aktuellen und zukünftigen Bemühungen führt.



**Rehan Khan, CEO Rabb IT Solutions**

Rehan erzählt uns: „Wir haben uns verpflichtet, unsere Arbeitsweise ständig zu verbessern. Die Werte Teamarbeit, Respekt, Kundenorientierung, Sicherheit, Integrität und Qualität stehen bei allem, was wir tun, im Mittelpunkt. Darüber hinaus sollen die Mitarbeiter motiviert werden, für unsere Kunden immer mehr zu geben, als von uns erwartet wird.“

Die Mission von Rabb IT Solutions, die Kundenzufriedenheit in den Mittelpunkt zu stellen, hat in den 17 Jahren ihres Bestehens sicherlich viele Unternehmen beeindruckt, und viele positive Bewertungen heben die Leistungen der Spezialisten von Rabb IT Solutions hervor.

Sascha Dörflinger: „Wir werden seit zwei Jahrzehnten vom Team von Herrn Khan unterstützt und freuen uns auf die weitere Zusammenarbeit in der Zukunft. Durch die tadellose Beratung und fachliche Kompetenz der Mitarbeiter der Rabb IT Solutions GmbH können wir unser Unternehmen in Sachen IT / EDV weiterentwickeln und haben immer die neueste Hard- und Software im Einsatz.“

Vielen Dank dafür. „Dass Rabb IT Solutions nun bei den European Enterprise Awards 2022 als bester unabhängiger Full-Service-IT-Lösungsanbieter Westdeutschlands ausgezeichnet wurde, ist ein Beleg für den ungebrochenen Erfolg.“

Das Unternehmen hat eine große Zukunft vor sich und plant, das Geschäft weiter auszubauen, was dem Unternehmen weitere großartige Möglichkeiten eröffnet. Rehan sagt: „Wir wollen weiter wachsen und unsere Präsenz in Form von zusätzlichen Standorten in Deutschland und später in Europa stärken. Wir wollen das führende IT-Unternehmen in Europa sein, das kundenorientiert arbeitet und Lösungen auch für die anspruchsvollsten IT-Anforderungen finden will. Das spornt uns jeden Tag aufs Neue an.“

# WIR MÜSSEN MANCHMAL IN KURZER ZEIT UMSETZEN, WOZU MAN SICH MEHRERE MONATE ZEIT NEHMEN SOLLTE

## INTERVIEW MIT DEM GESCHÄFTSFÜHRER DER WIRTSCHAFTSKANZLEI WINHELLER

**Groß werden in der Nische – das war die Strategie der Kanzlei WINHELLER seit ihrer Gründung 2006. Gestartet mit Start-up-Feeling und kleinem Team hat sich die Wirtschaftskanzlei mit Hauptsitz in Frankfurt am Main mittlerweile zu einem gewichtigen Player am Markt entwickelt. Rund 100 Mitarbeitende gehören heute zur Belegschaft. Und diese zeichnen sich vor allem durch ihre Spezialisierungen aus. Neben dem Gemeinnützigkeitsrecht, womit die Kanzlei in den 2000ern gestartet ist, setzt sich das Team heute vor allem aus Experten für Kryptowerte, Compliance und Steuerrecht zusammen.**

Wir haben Geschäftsführer Stefan Winheller zum Interview getroffen und u.a. gefragt, mit welchen Problemen sich Unternehmerinnen und Unternehmer täglich bei der Kanzlei melden.

### Herr Winheller, was hatten Sie heute Morgen neu auf dem Tisch?

Mein Tag hat heute damit begonnen, dass ich einen Geschäftsführer einer mittelständischen Unternehmensgruppe aus der Papierbranche mit 500 Mitarbeitern am Telefonat hatte, der mir erzählte, dass der 55-jährige Hauptgesellschafter gestern eine sehr schlechte Gesundheitsprognose von den Ärzten erhalten habe. Jetzt müsse man ganz schnell handeln und dafür sorgen, dass das Unternehmen nicht nach dem Tod des Gesellschafters aus steuerlichen Gründen vor die Wand fährt. Er war sichtlich aufgewühlt und etwas panisch.

### Und wie finden Sie dafür nun eine Lösung?

Wir strukturieren Unternehmen ja nicht zum ersten Mal um und gestalten Nachfolgekonzepte. Aber dieser Fall ist natürlich schon herausfordernd. Wir müssen jetzt in sehr kurzer Zeit etwas umsetzen, wozu man sich eigentlich mehrere Monate Zeit nehmen sollte. Wir werden dem Patriarchen wohl die Gründung einer Stiftung empfehlen, in die er das Unternehmen einbringt, um das Unternehmen so in ruhiges Fahrwasser zu bringen.

### Was sind aktuell die drei häufigsten Probleme, mit denen sich Unternehmerinnen und Unternehmer an Ihre Kanzlei wenden?

Das Thema Steuern spielt für Unternehmer natürlich immer eine wichtige Rolle. Daneben aber auch Fragen zum Schutz des Vermögens und zur Absicherung der Familie. In unsicheren Zeiten wie diesen schauen viele Unternehmer auch über die Grenzen und überlegen sich, ob sie ins Ausland investieren oder gar ins Ausland verziehen sollen.

Für die Unternehmen selbst ist neben dem Thema Steuern das Thema Compliance und Regulierung zunehmend relevant. Der Staat spart ja nicht mit neuen bürokratischen Regeln. Und die wollen eben eingehalten werden.

### Gibt es für alle Probleme Ihrer Kunden eine Lösung oder müssen Sie auch mal sagen, so geht es leider nicht?

Unser Ziel ist es, Lösungen zu bieten. „Kein Nein ohne Lösung“ sozusagen. Das deutsche Steuerrecht bietet schon die eine oder andere Möglichkeit. Stiftungen und Holdingstrukturen mit GmbHs werden daher häufig nachgefragt. Der Wegzug ins Ausland kann auch hier und da attraktiv sein, ist aber natürlich in erster Linie abhängig von der konkreten Lebenssituation des Unternehmers. Das Steuerrecht spielt da nur die zweite Geige. Und Unternehmen „compliant machen“ können wir natürlich auch.

Dafür haben wir ein eigenes Team. Und obwohl wir an sich immer nach Lösungen suchen: Manchmal hat der Mandant dann doch auch Vorstellungen, die sich auf legalem Weg nicht umsetzen lassen. Da sind wir dann aus dem Spiel.

### Sie beraten auch Unternehmen bei der Bilanzierung von Kryptowerten. Was hat denn der deutsche Mittelstand mit Kryptowährungen zu tun?

Wenn man den Umfragen glauben darf, besitzen ca. 10-15% der Deutschen Kryptowährungen. Und so kommt es, dass in der Beratung auch von Unternehmern das Thema Krypto immer häufiger vorkommt – natürlich vor allem bei den technikaffinen jüngeren Unternehmern speziell aus der Technik- und FinTech-Branche.

Und spätestens dann, wenn Kryptowährungen im Betriebsvermögen auftauchen, weil das Unternehmen z.B. Kryptowährungen als Bezahlung angenommen hat, selbst traded oder selbst ein Blockchain-Geschäftsmodell betreibt, müssen wir damit steuerlich und bilanziell umgehen.

Schon die Verbuchung von Kryptowerten ist jedoch nicht so einfach, vor allem dann nicht, wenn Tausende von Transaktionen in die Buchhaltung müssen. Gut, dass unsere Kunden dann auf eine Software wie CoinRacoon zurückgreifen können. Die von uns entwickelte Buchhaltungssoftware hilft dabei, sämtliche Kryptotransaktionen für die Finanzbuchhaltung aufzubereiten.

### Wie kam es dazu, dass Sie als Kanzlei in die Softwareentwicklung einstiegen?

Da es am Markt keine Lösung gab, haben wir gemeinsam mit einem Kooperationspartner eben selbst eine gebaut. Nach ein paar Monaten Entwicklung und hoher Nachfrage war schnell klar, dass unsere Buchhaltungssoftware CoinRacoon ein Erfolg wird. Ohne sie könnten wir einige Mandate ob der extrem hohen Zahl an Transaktionsdaten gar nicht bearbeiten.

### Braucht Ihre Mandantschaft durch ChatGPT und Co. eventuell bald gar keinen Rechtsanwalt oder Steuerberater mehr?

Ich kann nicht in die Glaskugel schauen. Aber ich bin fest davon überzeugt, dass wir ChatGPT und Co. künftig überall im Einsatz haben werden. So wie das Internet überall zugänglich ist und Mandanten schon heute sehr häufig mit recht klaren Vorstellungen zum Anwalt gehen und uns Profis schon mal ins Schwitzen bringen, so werden auch Tools wie ChatGPT dazu führen, dass die Menschen schon viel mehr Wissen in eine Beratung mitbringen.

Für uns Dienstleister heißt das, dass wir uns noch mehr spezialisieren müssen, weil für die Basics ein Anwalt oder Steuerberater nicht mehr nötig sein wird. Das kleine Geschäft wird vom Anwalt auf die Software verlagert werden. Aber wenn sie existenzielle und komplexe Herausforderungen zu bewältigen haben, werden Menschen weiterhin einen Berater aufsuchen, davon bin ich überzeugt.



ICH BIN FEST DAVON ÜBERZEUGT, DASS WIR CHATGPT UND CO. KÜNFTIG ÜBERALL IM EINSATZ HABEN WERDEN.

Stefan Winheller, Geschäftsführer der Wirtschaftskanzlei WINHELLER

# IMPULSPILOTEN DIE EXPERTEN FÜR UNKONVENTIONELLE EVENTS & WEITERBILDUNGEN

## INTERVIEW IMPULSPILOTEN GMBH MIT VAYA WIESER-WEBER & RALF SCHMITT

### WAS IST DIE WICHTIGSTE ERFAHRUNG IN IHRER ZEIT ALS UNTERNEHMER BISHER GEWESEN?

**Vaya Wieser-Weber:** Als das Geschäft im ersten Lockdown so einbrach, dass wir von einem auf den anderen Tag mit einer Auftragslage von KOMPLETT Null dastanden und dabei zu bemerken, was es mit mir persönlich gemacht hat. Dabei konnte ich bei mir beobachten, welche Glaubenssätze sofort gegriffen haben. Das war eine Schlüsselerfahrung, um zu realisieren, dass ich krisenstark bin.

Ich bin in meiner 4-köpfigen Familie hauptverantwortlich für das Einkommen und erinnere mich noch, wie ich nach der ersten Stornowelle beim Mittagessenzubereiten angefangen habe, zu portionieren.... Ich habe mich dann auf einen Spaziergang gemacht, bei dem mir klar wurde – wir werden wieder aufsteigen, wie der Phönix aus der Asche.

**Ralf Schmitt:** Das man mit einem guten Team alles schaffen kann. Und ein gutes Netzwerk ist wichtig. Wir haben mit unseren 10 Festangestellten alle wichtigen Kompetenzen inhouse plus ein großes, langjähriges und enges Netzwerk an Event- und Weiterbildungsspezialisten.

### WIE ENTSTEHT BEI IHNEN EINE IDEE UND WIE WIRD DIESER WEITERVERFOLGT?

**Vaya Wieser-Weber:** Ideen entstehen oft über die Begegnung mit inspirierenden Menschen. Da höre ich einen Vortrag, sammle einen spannenden Wissensnugget oder mich inspiriert eine Person. Wenn ich dann merke, wie ich hinter diese Ideen steige, ruft das bei mir wieder neue Ideen hervor.

Aber die besten Ideen bekomme ich, wenn mir Kunden von ihren Herausforderungen berichten. Wir konzepten und erarbeiten dann ihre Weiterbildungen oder Events maßgeschneidert und im Team. Wie lösungskreativ wir hier sind, erstaunt mich selbst immer wieder.

**Ralf Schmitt:** Ich mache zu jeder Jahreszeit Stand-Up Paddling (SUP). Dabei bekomme ich den Kopf am besten frei, um kreativ zu sein. Gleichzeitig entwickeln wir natürlich immer wieder neue Konzepte, die aus den Herausforderungen und Problemen unserer Kund:innen entstehen. Generell sind wir bei jedem Projekt kreativ, weil wir alle Events und Weiterbildungen immer individuell auf das Kommunikationsziel unserer Kund:innen hin gestalten.

### WAS WAR DIE SCHWIERIGSTE UNTERNEHMERISCHE SITUATION, MIT DER SIE UMGEHEN MUSSTEN / WAS WÜRDEN SIE IHREM JÜNGEREN „GRÜNDER-ICH“ GERNE SAGEN?

**Vaya Wieser-Weber:** In meinem vorletzten Unternehmen habe ich eine Zeit lang mit meinem Mann gearbeitet. Das hat aber nicht funktioniert. Es war dann sehr schwierig das erstens für mich persönlich klar zu bekommen und es dann zu kommunizieren. Das wichtigste Ziel dabei war, dass weder unserer Beziehung noch das Unternehmen Schaden nimmt. Am Ende ist es für alle super ausgegangen und wir sind immer noch zusammen.

**Ralf Schmitt:** Corona.

### WAS RATEN SIE EINEM GRÜNDER?

**Vaya Wieser-Weber:** Gute Netzwerke sind das A&O! Man sollte besonders nach Leuten Ausschau halten, die weiter sind als man selbst. Und gerade in der aktuellen Zeit hilft es sehr, sein Unternehmen ambidextrisch zu denken – also gleichzeitig bestehende Produkte oder Dienstleistungen optimieren UND parallel dazu genau so viel Energie in die Entwicklung eines neuen Produktes oder einer Dienstleistung zu investieren. Und: Geld auf der Seite zu haben, um auch mal eine mehrmonatige Durchstrecke zu überstehen, kann überlebenswichtig sein – besonders für ein junges Unternehmen.

**Ralf Schmitt:** Weitermachen. Umgibt dich mit Menschen, die Dinge besser können als du selbst.

### PERSÖNLICHE VORSTELLUNG ALS ENTREPRENEUR:IN?

**Vaya Wieser-Weber:** Ich sehe mich als innovative und quirlige Unternehmerin mit verrückten Ideen, die gleichzeitig, aber auch richtig „ackern“ kann. Ich habe den Kopf im Himmel und die Beine fest auf dem Boden und bin dabei sehr gut vernetzt. Ob als Vorständin der GSA, im Core Team des Circles Women Leadership oder in diversen anderen Business-Netzwerken. Alle diese Verbindungen bringen immer wieder neue Bewegung in unser Team und in die Entwicklung unseres Unternehmens.

**Ralf Schmitt:** Wir haben Bock unkonventionell zu arbeiten und Bock darauf, miteinander zu arbeiten. Dabei schaffe ich es, glaube ich, ganz gut, die Stärken meiner Mitarbeiter:innen zu fördern und sie dann für unser Unternehmen zu nutzen. Ich möchte aber gerne speziell die Sichtbarkeit der Frauen in unserem Team noch sichtbarer haben und sie mit ihrer Kompetenz auf die Bühne bringen.

### DEFINITION DES UNTERNEHMENS?

**Vaya Wieser-Weber:** Wir sind eine Agentur aus Hamburg, die auf unkonventionelle Events, Weiterbildung und Business Entertainment spezialisiert ist. Unkonventionalität ist unsere DNA. Wir bieten Full Service für unsere B2B Kunden.

**Ralf Schmitt:** Wir machen geile Events und Weiterbildungen und kombinieren diese einfach miteinander. Dazu haben wir alle Kompetenzen im Unternehmen, Projektleitung, Trainer und Bühnenexperten. Damit haben wir etwas geschaffen, was es so in Deutschland bisher noch nicht gibt.

Dazu kommt, dass ich als Vice-President der German Speakers Association (GSA) auch weltweit ein gutes Netzwerk an Trainer:innen und Speaker:innen habe. Und auch Vaya als GSA-Vorständin sowohl in der Trainer- als auch Speaker-Szene megagut vernetzt ist. Damit haben wir mehrere Hüte auf, die gerade in der Verbindung von Business Events und Weiterbildungen perfekt passen und uns zu sehr viel mehr machen, als einer Eventagentur.

### WAS ZEICHNET IHR UNTERNEHMEN AUS?

**Vaya Wieser-Weber:** Uns zeichnet aus, dass wir anders denken. Wir verknüpfen Event und Weiterbildung zu einem Erlebnis, rütteln wach und begeistern das Publikum und die Teilnehmenden für die Themen unserer Kund:innen, weil wir sie in überraschendes Infotainment verwandeln.

**Ralf Schmitt:** Wir haben eine Unternehmenskultur, in der wir Dinge einfach machen. Das funktioniert nur, wenn gleichzeitig auch eine gute Fehlerkultur herrscht und diese vor allem auch tatsächlich gelebt wird. Nicht alles läuft immer gleich perfekt, aber dieser Faktor wird mit einkalkuliert. Das macht uns schnell, kreativ und umsetzungsstark. Dazu braucht es außerdem ein großartiges Team, das bereit ist, sich auf diese Art von Zusammenarbeit einzulassen.

### IHRE VERBINDUNG ZU THE GROW?

**Vaya Wieser-Weber:** Vanessa Weber hat mich Bernhard Schindler vorgestellt und dann ging alles sehr schnell.

**RALF SCHMITT:** Ich war ehrlicherweise zuerst sehr skeptisch und habe mich dann von Vaya mitreißen lassen. Zum Glück!

### IHR PERSÖNLICHES HIGHLIGHT IM NETZWERK?

**Vaya Wieser-Weber:** Mein persönliches Highlight findet tatsächlich heute, am 8 März, dem Weltfrauentag statt. Wir gründen heute den Circle Women Leadership, bei dem ich die Ehre habe, die Prozessmoderation zu übernehmen. Ich freue mich darauf, mit den 17 Gründungsfrauen gemeinsam die Vision, den Purpose und die Mission zu definieren und im Anschluss gleich an der 1. Veranstaltung des neuen Circles in den Räumlichkeiten von THE GROW Mitglied Hellen Hain teilzunehmen.

**Ralf Schmitt:** Wir waren jetzt schon auf ein paar Events von THE GROW die alle Klasse waren. Der Neujahrsempfang hat mir sehr gut gefallen: Coole Location, 250 spannende Unternehmer:innen und das Netzwerken passiert sehr angenehm und auf Augenhöhe.



**GUTE NETZWERKE SIND DAS A&O! MAN SOLLTE BESONDERS NACH LEUTEN AUSSCHAU HALTEN, DIE WEITER SIND ALS MAN SELBST.**

# WIR DÜRFEN VORSTELLEN: DAS WELTWEIT ERSTE VITAMIN-FRUCHTGUMMI

DER NEUE CHAPTER VORSTAND IM SAARLAND –  
EIN ECHTER WELTMARKTFÜHRER UND UNTERNEHMER  
WOLFGANG MARKS.

„Viele mögen in diesem gesundheitsbewussten Produkthelden nur ein genüssliches Gummibärchen sehen. Und das ist angesichts seiner Hauptzielgruppe – der Kinder – auch so gewollt. Erst ein Blick in seine über 20-jährige Erfolgsgeschichte offenbart seine vielfältige Persönlichkeit“.

So der Eingangstext auf der Homepage des Unternehmens Amapharm im Saarland im beschaulichen Ort Neunkirchen. Doch dahinter verbirgt sich noch viel mehr als ein Gummibärchen. Langjährige Erfahrung, hauseigene Forschung und wissenschaftlich fundierte Produktionen von hochwertigsten Nahrungsergänzungsmitteln.

Marks wurde im Zuge seiner langjährigen Beratertätigkeit für die Pharmaindustrie Anfang der Neunzigerjahre durch einen anspruchsvollen Auftrag zum Querdenken angeregt: Er sollte für ein problematisches Arzneimittel eine angenehme Darreichungsform finden. Hier war wohl die Geburtsstunde des heute so erfolgreichen Vitamin-Fruchtgummi. Marks selbst ist Apotheker und wusste bereits vor 20 Jahren genau, welche Zusammensetzung nötig sein müsste, um den Markt der Nahrungsergänzungsmittel zu revolutionieren.

Als innovativer Unternehmer war er der Zeit bereits in den 90ern einen Schritt voraus und so entsteht mit Amapharm nicht nur ein erfolgreiches Familienunternehmen, sondern ein international agierender und auf 1A Qualität basierender Betrieb. In 90 Ländern weltweit werden die Produkte von Amapharm angeboten und aus einer ursprünglich reinen Beraterfirma wurde ein Herstellungsbetrieb und heutiger Weltmarktführer!

„Aus Ideen werden Projekte und Lösungen, diese gilt es nachhaltig zu verfolgen und umzusetzen.“ so Marks. Ideengeber ist er in vielerlei Hinsicht und zieht so natürlich auch das Interesse des internationalen Marktes auf sich. So kann Marks im vergangenen Jahr auch in den USA die Produktion an den Start gehen lassen. Doch weshalb nicht in der EU, nicht in Deutschland wachsen und sich vergrößern?

Hier findet Wolfgang Marks bei der Chapter Gründung Saarland im März klare Worte in Richtung Behörden platziert. Die Möglichkeiten sind begrenzt, Lösungsansätze werden in ihrer Entwicklung ausgebremst und unnötig verzögert.

So muss er zum Beispiel einen eigens für Busse ausgelegten Wendepunkt auf seinem Firmengelände bereitstellen, damit seine Mitarbeiter öffentliche Verkehrsmittel auf dem täglichen Weg zum Arbeitsplatz nutzen können, von Seiten der Stadt – keine Unterstützung.



**Wolfgang Marks**, Ceo Amapharma & Chaptervorstand Saarland

Und dabei ist Marks mit Amapharm Arbeitgeber für über 300 Mitarbeiter. Man sollte meinen, dass die Aufgabe der Landesvertreter ist, die Unternehmen in der Region als Wachstumsgeber und Innovatoren wirtschaftlichen Aufschwungs zu sehen und schätzen zu wissen. Weit gefehlt und dies bringt Marks am Abend auch direkt an die richtige Stelle, denn der Bürgermeister sitzt unter den Gästen der Chapter Gründung.

Hidden Champion – ja auf ganzer Linie! Aber Werte und nachhaltige Verfolgung sind Wolfgang Marks wichtiger als schneller Erfolg. Gemeinsam wachsen, sich austauschen, Wissen vermitteln und voneinander und der Expertisen der jeweils anderen profitieren. Dies möchte Wolfgang Marks gemeinsam mit THE GROW umsetzen.

# EXPERTIN FÜR SERVICE UND EXPERTISE IM GESUNDHEITS- MANAGEMENT!

STEFANIE BUSSE

Stefanie Busse ist gemeinsam mit Andrew Janisch die Geschäftsführerin der renommierten Zahnarztpraxis f80 in Berlin. Ihr Ziel ist es, dass sich die Patienten in ihrer Praxis rundum wohlfühlen, ihre Bedürfnisse äußern können und sich von Minute 1 an dem Patientenservice widmen und nicht in erster Linie der Behandlung. Dafür setzt das Team die neuesten Techniken aus der Zahnmedizin und modernste Möglichkeiten der Digitalisierung ein.

Auch besondere Events in der Praxis tragen dazu bei, dass die Patienten ein besonderes Erlebnis genießen können. So stellt Stefanie Busse immer wieder Berliner Künstler:innen und deren Arbeiten vor, lädt das Netzwerk in die Praxis ein und auch hier könnte man vor Ort glatt vergessen, dass man in einer Klinik für modernste Zahngesundheit zu Gast ist.

Besonders am Herzen liegt Stefanie Busse der Kundenservice. Es wird alles möglich gemacht, um den Patienten ein optimales und angenehmes Gesundheits-Erlebnis zu bieten. Die Praxis f80 ist sieben Tage die Woche geöffnet und fast rund um die Uhr erreichbar. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind Experten auf ihrem jeweiligen Fachgebiet, darauf legen Steffi und Andrew größten Wert.

Wissensvermittlung, Schulungen und Fortbildungsmöglichkeiten weltweit für ihr Team und bieten dadurch Leistungen auf höchstem Niveau. Der Mensch steht im Vordergrund und soll dies vollumfänglich spüren können. Der Aufenthalt ist mehr ein Abholen, ein zu Gast sein und dahinter steht jede Menge KnowHow und Expertise.

Stefanie Busse ist nicht nur eine Expertin für den Wohlfühlfaktor in ihrer Praxis, sondern auch als Netzwerkerin auf höchster Ebene bekannt. Sie verfügt über ein breites, aber sehr auserwähltes Netzwerk, so auch gemeinsam mit THE GROW und setzt sich dafür ein, dass ihre Patienten auch außerhalb der Praxis von einem erstklassigen Service profitieren können und sich so auch der Kreis wieder schließen kann.



**Stefanie Busse**, F80, Die Zahn- & Gesichtsspezialisten, Vorstandschaft Branche Gesundheit & Heilberufe



# DIRK KREUTER

## VISITENKARTEN, DRESSCODE, PITCH – DIE WELT DES OFFLINE-NETZWERKENS

**ALS SPEAKER, MULTIUNTERNEHMER UND VERANSTALTER EIGENER NETWORKING-EVENTS KENNT DIRK KREUTER SICH MIT DIESER THEMATIK AUS WIE KEIN ZWEITER. WIE SICH SOWOHL IN DEUTSCHLAND ALS AUCH INTERNATIONAL AM EFFEKTIVSTEN GESCHÄFTLICHE KONTAKTE KNÜPFEN LASSEN UND WAS DER GRÖSSTE UNTERSCHIED ZWISCHEN ONLINE- UND OFFLINE NETWORKING IST, ERKLÄRT ER UNS IM INTERVIEW:**

**HERR KREUTER, VIELLEICHT DIREKT ZU BEGINN: GIBT ES EINEN KARDINALSFEHLER, DEN ENTSCHIEDER, UNTERNEHMER ODER VERTRIEBLER BEIM NETZWERKEN BEGEGEN KÖNNEN?**

Das beginnt tatsächlich schon bei der Auswahl der korrekten Zielgruppe. Wer ein Networking-Event besuchen möchte, um seinen Kundstamm zu erweitern, muss einen klar festgelegten Abnehmerkreis definieren – und auch wissen wo sich dieser aufhält.

Findet sich die Zielgruppe auf Golfplätzen zusammen, besuchen sie regelmäßig Events wie die Vertriebsoffensive oder finden sie sich in Netzwerken wie Jetstream oder dem Industrieclass zusammen?

Ein Produkt, das auf Architekten ausgelegt ist bekommt eben selbst der beste Verkäufer nicht auf einem Ärztekongress an den Mann. Zudem kann es auch dazu kommen, dass eine Veranstaltung von Verkäufern überlaufen ist und die wirklichen Entscheider nur noch eine kleine Minderheit ausmachen. Wenn die Gesellschaft zu 90 Prozent aus Jägern besteht, kommen diese deutlich schwerer an die verbliebenen 10 Prozent Beute heran.

**ANGENOMMEN ICH HABE DIE PERFEKTE VERANSTALTUNG FÜR MICH GEFUNDEN UND BIN AUCH SCHON VOR ORT. WAS NUN?**

Na Attacke natürlich! Die Königsdisziplin für erfolgreiches Networking ist es, erst einmal ins Gespräch zu kommen. Ein cleverer Einstieg sollte daher nicht erst spontan entwickelt, sondern vorher geplant und eingeübt werden. Natürlich spielt aber auch Improvisation noch immer eine große Rolle, da sich die Richtung einer Konversation nie vollständig vorhersehen lässt.

Gelingt das, kommt die immer noch wichtigste Waffe des Netzwerkens zum Einsatz: die Visitenkarte. Im direkten Austausch erweist sie sich immer noch als beste Option für die spätere Kontaktaufnahme; als oftmals einzige Möglichkeit des Nachfassens. Sie einerseits gewissenhaft zu sammeln und andererseits selbst zu verteilen bleibt weiterhin essenziell. Wenn auch beinahe nur noch in Deutschland. Im Ausland – vor allem in den arabischen Staaten – funktioniert viel mehr über den Nachkontakt per Instagram und Whatsapp.

**UM ÜBERHAUPT ERST IN EIN ZIELFÜHRENDES GESPRÄCH ZU KOMMEN, MUSS DOCH SICHERLICH AUCH DER AUFTRITT STIMMEN?**

Auf jeden Fall! Dresscodes sind dem modernen Netzwerken ebenso erhalten geblieben wie die Visitenkarte. Sich nicht overdressed, aber auf gar keinen Fall underdressed zu präsentieren, erweist sich heute genauso wie vor 100 Jahren als selbstverständlich. Genauso wichtig ist allerdings, dass Networker auch weit über das Event und das erste Kennenlernen hinaus im Gedächtnis ihrer Gesprächspartner bleiben.

Deshalb setzen die Erfahrenen auf Akzente in ihren Outfits: Das reicht von auffälligen Schuhen, über bunte Manschettenknöpfe bis hin zu extravaganten Schals. Frauen haben in dieser Hinsicht natürlich deutlich mehr Möglichkeiten mit diversen Accessoires aus der Masse herauszustechen. Solche visuellen Erinnerungen setzen sich nachhaltig im Gedächtnis des Gegenübers fest.

**DAS IST ABER NUR EIN TEIL DES GEHEIMNISSES, NICHT WAHR?**

Äußerliche Merkmale sorgen für den Wiedererkennungswert, doch verkaufen lässt sich nur durch Rhetorik. Oftmals erweisen sich Networking Events als extrem schnelllebig – es befinden sich viele Leute vor Ort, die in begrenzter Zeit mit möglichst vielen potenziellen Kunden sprechen möchten. Deshalb muss der Pitch zum eigenen Produkt, der Dienstleistung oder dem generellen Geschäftsfeld sitzen.

Kurz, prägnant, auf den Punkt und am besten vorher einstudiert, sodass der Vortrag verständlich und selbstbewusst daherkommt. Auf die bekannte Frage „Und was machen Sie?“ kann sich der Networker immer an dieser Modellantwort orientieren: „Ich helfe Zielgruppe dabei bestimmtes Ergebnis zu erreichen, indem ich vorhandene Leistung biete.“

**NUN WEISS JEDER, DASS ICH DER RICHTIGE ANSPRECHPARTNER BIN. DOCH WOHER WEISS ICH, DASS ICH MIT JEMANDEM SPRECHE, DER AUCH MICH WEITERBRINGT?**

Durch das Stellen der richtigen Fragen. Networker sollten bei persönlichen Gesprächen gezielt und direkt zum geschäftlichen kommen. Wie schon erwähnt haben derartige Veranstaltungen einen eher schnelllebigen Charakter – daher ist es auch überhaupt nicht unhöflich eine Konversation schnellstmöglich zu beenden, sobald die Antworten des Gegenübers nicht in die richtige Richtung gehen.

Hier macht natürlich der Ton die Musik, aber generell gehört es zum üblichen Vorgehen bei wenig Aussicht auf Erfolg zum nächsten Versuch weiterzuziehen

**NUN KOMMT ES SICHERLICH SELTEN VOR, DASS ES AUF SOLCHEN VERANSTALTUNGEN SELBST ZU VIELEN ABSCHLÜSSEN KOMMT. WIE SIEHT DAS WEITERE VORGEHEN AUS?**

Der nächste Schritt? Sofortiges Nachfassen – am besten noch am gleichen Abend! Ein Großteil der Kaufentscheidungen wird erst zwischen dem fünften und zwölften Nachfasskontakt getroffen. Dranzubleiben und sich immer wieder zurück ins Gedächtnis zu rufen lohnt sich also extrem, denn vielleicht benötigt der Kunde das Produkt nicht jetzt oder morgen oder übermorgen; aber in einem Monat plötzlich ganz dringend.

**IN EINER DIGITALISIERTEN WELT MAG ES VIELEN KOMISCH VORKOMMEN ZUM NETZWERKEN ÜBERHAUPT NOCH DAS HAUS ZU VERLASSEN. WAS WÜRDEN SIE DAGEGEN SAGEN?**

Dass auch in Businessfragen nun alles vermehrt digital abläuft, ist eigentlich auch schon das größte Argument für Networking in Präsenz. Kaum jemand traut sich noch den persönlichen Kontakt zu suchen, weshalb die Entscheidungsdichte bei solchen Veranstaltungen meist deutlich höher ist als noch zu früheren Zeiten. Das heißt natürlich nicht, dass Online-Angebote komplett ignoriert werden sollten.

Auf LinkedIn, Xing oder Instagram bringt die Sichtbarkeit den Mehrwert. Sich dort mit prägnanten Texten und einer klaren Brand-Identity zu präsentieren, kann oftmals schon zu Interesse bei potenziellen Kunden führen. Der anschließende Kontakt bis zum letztendlichen Abschluss geht allerdings in der Regel etwas langsamer vonstatten. Hier sollten sich die Networker zunächst eine Beziehung zum Gegenüber aufbauen und ihn erst später mit der Kaufentscheidung konfrontieren.

**SIE SETZEN ABER WEITERHIN AUF DIE GANZ PERSÖNLICHE SCHIENE?**

Ich sehe den Erfolg ja regelmäßig mit eigenen Augen auf den Events die ich selbst ausrichte oder innerhalb der Netzwerke, die ich mit aufgebaut habe. Besucher der Vertriebsoffensive und Mitglieder im Jetstream vernetzen sich dort am laufenden Band und knüpfen Geschäftsbeziehungen oder Partnerschaften, die über Jahre erfolgreich sind. Wie soll ich diesem Modell da jemals abschwören?

### Dirk Kreuter

**Dirk Kreuter ist Europas bekanntester Verkaufstrainer, erfolgreicher Speaker und Unternehmer. In den letzten 32 Jahren hat er sowohl DAX-Konzernen als auch kleinen und mittelständischen Unternehmen Millionenumsätze beschert. 2016 änderte er seinen Fokus und konzentriert sich seitdem auf offene Seminare und digitale Mentoring-Programme.**

**Zu seiner Zielgruppe gehören vor allem engagierte Unternehmer, die durch kontinuierliches Wachstum den nächsten Schritt zum Marktführer machen möchten. Veranstaltungen wie die Vertriebsoffensive oder der Unternehmer Endspurt ziehen regelmäßig Tausende begeisterte Zuschauer an. Innerhalb von fünf Jahren skalierte er sein Unternehmen von zehn Mitarbeitern und zwei Millionen Euro Jahresumsatz auf 100 Mitarbeiter und 44,6 Millionen Euro Jahresumsatz.**

**Dirk Kreuter ist Autor, Co-Autor und Mitherausgeber von über 30 Fachbüchern, DVDs, E-Books, Newslettern und Hörbüchern, die bereits in mehreren Ländern erschienen sind. Sein aktuelles Werk „Unfaire digitale Dominanz“ erschien Anfang des Jahres im hauseigenen BV Best-seller Verlag.**



# DIE BESTEN KÖPFE FÜR KMU & START-UPS



## MIT ARBEITGEBERATTRAKTIVITÄT DAS UNTERNEHMEN ZUKUNFTSSICHER MACHEN

**Zahlreiche gleichzeitig auftretende Krisen und Herausforderungen haben die Dynamik für Unternehmen in den vergangenen Jahren verschärft. Die Zeiten zuverlässiger Prognosen und einfacher Ursache-Wirkungs-Prinzipien sind passé. Wir leben in einer komplexen Welt der schnellen Veränderungen mit einer sehen hohen Themenvielfalt:**

- Technologischer Fortschritt (z. B KI, erweiterte Konnektivität, digitale Identität)
- Sozio-kulturelle Wertediskussionen
- Auswirkungen des Klimawandels und ökologische Nachhaltigkeit
- Innen- und weltpolitische Unsicherheit
- Demografischer Wandel und Fachkräftemangel
- Energiekrise

Die sogenannte VUKA-Welt (volatil, unsicher, komplex, ambig) macht selbstverständlich auch nicht vor unseren Unternehmen halt. Klassisches Management in Form von Planung, Steuerung und Kontrolle wird schwieriger und wir erleben kürzere Produktlebenszyklen, kürzere Entwicklungszyklen, agile Arbeitsmethoden, Risikomanagement, Changemanagement, Business process reengineering, etc.

**Um nicht den Fokus zu verlieren, kann man die Komplexität auf ein Minimum reduzieren bzw. auf eine hohe Flughöhe abstrahieren:**

### 1. WANDEL VERSTEHEN

Das Verständnis des Wandels ist die stabile Grundlage für Unternehmen, um erfolgreich agieren und wachsen zu können.

Zunächst braucht es hierfür eine große Offenheit, um alles, was passiert, wahrzunehmen. Dabei ist es hilfreich, möglichst viele verschiedenen Sichtweisen zu integrieren. Dies ermöglicht, die Situation umfassend zu betrachten und Kunden, Märkte sowie Disruptionen im neuen Licht zu sehen.

Diverse und heterogene Teams sowie die Auseinandersetzung mit Gegensätzen und Widersprüchen mögen anfangs zwar anstrengender erscheinen, zahlen sich mittelfristig jedoch sehr schnell aus. Denn bessere Lösungen und Antworten werden von Teams erarbeitet.

Wenn wir darüber hinaus die Dinge nicht losgelöst voneinander betrachten, sondern verstehen, dass es sich meist um Wechselwirkungen zwischen ihnen handelt, dann wird es leichter aktiv an Lösungen zu arbeiten und in die Gestaltungshoheit zu kommen.

### 2. WANDEL MIT HOHER INNOVATIONSKRAFT GESTALTEN

Eine hohe Innovationskraft im Unternehmen ist die Voraussetzung, um Wandel gestalten zu können. Bei den rasanten Veränderungen mit komplexen Auswirkungen kann dies auch nicht mehr auf den Schultern Einzelner lasten. Die Einbindung aller verfügbarer Kompetenzen sowie der breiten Schwarmintelligenz ist notwendig.

Hierfür braucht es fähige und begeisterte Mitarbeitende, die mit Engagement und Kreativität innovative Lösungen erarbeiten, um Kunden, Trends und Märkte auch morgen noch mit wettbewerbsfähigen Produkten und Services bedienen zu können.

Die wenigsten Innovationen sind durch DIE eine geniale Idee entstanden, die einer oder eine im Unternehmen hatte. Innovationskraft kann methodisch und unternehmenskulturell erarbeitet und aktiv gefördert werden. Folgende Faktoren fördern Innovationen:

- Kreativität und neue Denkansätze im Kleinen und Großen fördern
- Ideen aufgreifen und (im vereinbarten Rahmen) ausprobieren
- Vielfalt im Alltag leben
- Motivation fördern
- Entschlossenheit, Selbstverantwortung und Mut promoten
- Freiräume schaffen
- Kontexte mit Sinnhaftigkeit füllen

### 3. WERTSCHÄTZENDE UNTERNEHMENS-KULTUR ALS BASIS FÜR INNOVATION UND MITARBEITERBINDUNG

Egal, wie gut der strategische Plan ausgearbeitet ist, er wird scheitern, wenn das Team nicht die richtige Kultur hat. „Culture eats strategy for breakfast“ - dieses Zitat von Peter Ferdinand Drucker (US-amerikanischer Ökonom und Pionier der modernen Managementlehre) unterstreicht kurz und knapp die Wichtigkeit einer fördernden und wertschätzenden Unternehmenskultur.

Die Unternehmenskultur gilt als Treiber für Motivation, Leistungsfähigkeit und Bindung von Mitarbeitenden. Des weiteren entscheidet sie sehr häufig, ob und in welchem Tempo Innovationen hervorgebracht und Veränderungen umgesetzt werden.

Aktuell kann man über den technologischen Fortschritt rund um künstliche Intelligenz sowie die Auswirkungen auf verschiedenen Jobprofile ausgiebig diskutieren. Nichtsdestotrotz darf auch gesehen werden, dass jetzt und in den nächsten Jahren viele talentierte und engagierte Mitarbeiter:innen benötigt werden. Sie tragen dafür Sorge, dass die Unternehmen nicht den Anschluss verlieren, ihre Wettbewerbsfähigkeit aufrechterhalten und die Unternehmenszukunft sichern.

### Arbeitgeberattraktivität gewinnt und hält Mitarbeiter:innen

Zu Zeiten eines herrschenden Fachkräftemangels gepaart mit einem hohen Innovationsdruck hilft es, sich als Arbeitgeber attraktiv zu machen, um die passenden Menschen für sich zu gewinnen und zu halten.



Die Arbeitgeberattraktivität beschreibt im Grunde die Anziehungskraft, die Unternehmen auf Bewerber:innen und potentielle Mitarbeiter:innen haben sowie die Bindung der bestehenden Mannschaft an das Unternehmen.

Im aktuellen Wertekontext der arbeitenden Generationen ergeben sich folgende Elemente die bedacht und gestaltet werden dürfen. Durch diese fühlen sich die Menschen im Unternehmen wohl und sind bereit, ihre beste Leistung und Ideen einzubringen.

- Fördernde und wertschätzende Unternehmenskultur
- Moderne Arbeitsumgebung und -strukturen
- Weiterbildungs- und Aufstiegschancen
- Gesunde Führung
- Feelgood-Management und Mitarbeiter-Incentives
- Arbeitsplatzsicherheit und Vergütung



**Annika Junker**, nuvibes people development + incentives

Selbstverständlich ist die Ausgewogenheit der Faktoren sowie die Ausgangslage der aktuell bestehenden Unternehmenskultur mitentscheidend, an welcher Stellschraube zunächst gedreht wird, um die gewünschte Änderung zu bewirken.

**nuvibes - people development + incentives unterstützt von der Theorie in die Umsetzung zu kommen.**



**Wir sind ein junges Unternehmen aus Aschaffenburg und haben 3 Bausteine entwickelt, die es Unternehmen ermöglicht, ihre Arbeitgeberattraktivität pragmatisch im Alltag schnell zu verbessern:**

**FÜHRUNGSKRÄFTETRAINING.** Nur starke und inspirierende Führungskräfte können einen Unternehmenskultur prägen, die Menschen in die Kooperation führen und das Beste erreichen.

Mit verschiedenen Trainingsformaten unterstützen wir junge Führungskräfte in ihrer neuen Rolle anzukommen und etablierte Führungskräfte mit neuen Impulsen. Unser inhaltlicher Fokus liegt auf Trainings zur modernen Führung, New Work, Teamentwicklung und Kommunikation.

**HR-KONZEPTE.** Wir bieten umsetzungsfertige Konzepte zu den oben genannten Themenbereichen der Arbeitgeberattraktivität an. Nach einer Klärung, was im Unternehmen erreicht werden soll, wird das gewählte HR-Konzept noch mit unternehmensindividuellen Besonderheiten angepasst. Eine zeitlich vereinbarte Umsetzungsbegleitung erhöht darüber hinaus die Transfersicherung im Alltag.

**MITARBEITERGESCHENKE.** Wertschätzung darf nicht nur im täglichen Miteinander gezeigt werden, sondern zeigt sich auch in ansprechenden Geschenken. Eine aufrichtige Geste zu den verschiedenen Anlässen wirkt häufig sehr lange positiv und stärkt die Bindung. In unserem Shop (Launch im Juni 2023) kann man leicht und komfortabel das richtige Geschenk finden.

# MASTERS OF THE METAVERSE

## METAVERS

**Moment mal, metavers? Nicht „Metaverse“ oder „Meta“? „Nein, das ist kein Schreibfehler“, sagt metavers-Gründer Kai Thomas, „uns gab es schon lange, bevor jemandem in Kalifornien einfiel, dass der Begriff perfekt zur Zukunft der digitalen Kommunikation passt.“ Im Jahr 2015 entstand die Namensidee, die 2009 gegründete Kreativagentur Thomas firmierte fortan als metavers GmbH. „Damals wurde uns klar, dass wir für unsere Kunden einen ganz besonderen Mehrwert schaffen. Dieser Mehrwert besteht darin, die Dinge von einer Meta-Ebene aus zu betrachten. Dadurch eröffnet sich, um im Sprachbild zu bleiben, ein ganzes Universum neuer Möglichkeiten“, so Kai Thomas.**

Das Zentrum des „metaversums“ liegt in München. Von hier aus erweitert und verschiebt das metavers-Team rund um die Managing Partner Kai Thomas und Thomas Zuchtriegel die Grenzen des Machbaren immer wieder aufs Neue und führt die Kunden in neue, aufregende Welten. Genauer: In virtuelle Welten, die von Nutzer besucht, bewohnt und erlebt werden können. Dort – eben im Metaverse – interagieren diese Nutzer mithilfe von Virtual-Reality-Technologie und anderen Interaktionsmöglichkeiten wie Sprach- und Gestensteuerung. Und das in einer digitalen Umgebung, die oft der realen Welt ähnelt.

Kai Thomas und Thomas Zuchtriegel sehen ihre Rolle im Metaverse als Gastgeber, als Türöffner, als Wegweiser. In ihrem Werkzeugkoffer haben sie neben Virtual Reality noch weitere Tech-Lösungen wie Augmented Reality, Mixed Reality, Künstliche Intelligenz, Digital Twins, NFTs oder Blockchain – und vor allem deren intelligente Verbindung miteinander.

Die mittlerweile über 300 metavers-Kunden kommen aus allen großen Branchen. „Unsere Kernexpertise besteht darin, Unternehmen aufzuzeigen, wie sie das enorme Potenzial des Metaverse effektiv nutzen können. Im Dialog mit dem Kunden identifizieren wir neue Marktchancen, erarbeiten die Wege, Mittel und Ziele für neue Anwendungen, nehmen aber auch Ängste und machen Mut“, sagt Thomas Zuchtriegel.

Am Ende dieses Prozesses steht beispielsweise eine ganzheitliche Metaverse-Erfolgsstrategie, wie jüngst für einen der weltweit größten Automobilhersteller. Oder eine Prozessautomatisierung auf Basis von Digital Twins für einen Weltmarktführer der Maschinenbau-Branche. Oder auch Workshops über die Integration von Metaverse-Komponenten, um einen Weltmarktführer im Halbleiterbereich zukunftssicher aufzustellen. Oder, oder, oder...

Einer dieser Kunden ist Chris Bohrsen, ehemaliger Vizepräsident und General Manager von BOSCH OEM Diagnostics and Information Solutions. Er sagt über die Zusammenarbeit mit metavers: „Kai Thomas, Thomas Zuchtriegel und ihr Team sind Berater, technische Design- und Macher, die mit den Geschäftsmodellen der digitalisierten Wirtschaft vertraut sind und die Transformation im gesamten Unternehmen vorantreiben können. Sie sind genau die Richtigen dafür, über den Tellerrand zu schauen und Veränderungen in Organisationen voranzutreiben.“

„Sie sind genau die Richtigen dafür...“? Warum ist das so, was qualifiziert die beiden? Ein Blick in die Vita der beiden Managing Partner lohnt durchaus. Soviel sei verraten: Die Wege von Kai Thomas und Thomas Zuchtriegel verlaufen lange parallel und schließlich folgerichtig zusammen – zum metavers-Leistungsversprechen „leading innovation“.

Kai Thomas ist zunächst einmal Entrepreneur. Oder treffender: Digital Innovator. Und das aus Leidenschaft. Der 46-jährige geborene Ravensburger hat in seiner Karriere bereits sechs Start-ups erfolgreich aus der Taufe gehoben. Dazu gehört beispielsweise RE'FLEKT, gegründet im Jahr 2012, Anbieter von Enterprise-AR-Software und Remote-Lösungen. Vier Jahre später gründete Kai Thomas die XCYDE (heute PORTER GmbH), Kernprodukt ist eine Softwarelösung – mit VR, 3D und KI als tragenden Säulen – für die Bemusterung von Immobilien bereits in der Planungsphase. Im Jahr 2021 kam die Corticore GmbH hinzu, eine Fußballtraining-Software, die Virtual Reality und Künstliche Intelligenz nutzt, um die neuronalen Skills und damit das Scanning der Athleten zu trainieren und verbessern.

„Keimzelle“ von alledem ist die metavers GmbH. Eine logische Entwicklung, so Kai Thomas: „Meine Steckenpferde sind seit jeher die Entwicklung und Implementierung disruptiver digitaler Technologien und die Gründung von Startups im Computer-Vision-Umfeld. Alle meine Gründungen haben einen großen gemeinsamen Nenner: Neueste Technologien als Basis, dazu innovative Methoden der Zusammenarbeit und des Lernens, mit dem Ziel, Dinge aktiv zu hinterfragen, gestalten und verändern – und sie nicht unkritisch als gegeben hinzunehmen.“

Und – das ist Kai Thomas wichtig – dies an den tatsächlichen Bedürfnissen der Nutzer orientiert. Kein Schickimicki, kein Nice-to-have. Alles bodenständig, alles nutzwertig.

Thomas Zuchtriegel hat sich in seiner Karriere vor allem im Unternehmensumfeld bewegt. Bevor der 39-jährige Schwabe im Jahr 2021 zu metavers kam, war er 15 Jahre im Automotive-Umfeld tätig, die letzten elf davon bei der Audi AG/ Audi Business Innovation GmbH. Dort baute er mit 50 Mitarbeitenden die Automotive Visualisierung Plattform (AVP) auf. Ein Tool für die Visualisierung aller Fahrzeuge in allen Varianten und für alle Märkte, genutzt für verschiedenste Marketing- und Vertriebskanäle der Pkw-Marken Audi, Lamborghini, Cupra, Volkswagen sowie Volkswagen Nutzfahrzeuge.

Von Audi zu metavers ist es für Thomas Zuchtriegel nicht nur geografisch ein Katzensprung. „Ich möchte die Welt besser machen. Technik und innovative Technologien können uns helfen, Probleme zu lösen, die Menschen bisher für unmöglich gehalten haben. Ich liebe die Herausforderung, Antworten geben zu können. Antworten auf Fragen wie: Was könnte wie helfen? Oder: Wie könnte der Anwender profitieren?“

Und genau das ist Ansatz, den Zuchtriegel bei der metavers GmbH mit einbringt – dieses „Wer hätte das gedacht“-Momentum. Wer hätte das „damals“ gedacht, dass es heute, 2023, virtuelle Welten gibt, die besucht und erlebt werden können, in denen gelebt und gehandelt wird. Virtuelle Welten, die Geschäftsmodellen neues Leben einhauchen. „Ich nehme gerne neue Herausforderungen an und löse sie. Herausforderungen, bei denen alle sagen, dass es nicht geht, noch nie ging. Das treibt mich wirklich an.“



**Thomas Zuchtriegel**, Geschäftsführer & Gründer von metavers

„Leading innovation“, wissen Sie noch? Kai Thomas bringt das Unternehmensleitbild auf den Punkt: „Unser Ziel ist es, aus intuitiv nutzbarer Technologie und menschlicher Erkenntnis eine innovative, führende Art des Zusammenlebens und der Zusammenarbeit entstehen zu lassen.“

**Willkommen im Metaverse. Willkommen bei metavers.**

# WIE FÜHREN SIE TEAMS ZUM INNOVATIONSERFOLG?

DAGMAR BOETTGER

## WIE WERDEN TEAMS INNOVATIV? WIE FÜHREN SIE TEAMS ZU MEHR INNOVATIVER SCHLAGKRAFT? WAS SOLLTEN MANAGER TUNLICHST VERMEIDEN, UND WAS SOLLTEN SIE STATTDESSEN TUN?

Die Antworten zu diesen Fragen können mitentscheidend sein, wie Sie und Ihre Firma mit Hilfe von Innovationen erfolgreich bleiben. Vielleicht fragen Sie sich, was es da für Manager zu lernen gibt? Innovations- Teams sind doch eigentlich wie normale Teams, oder?

Genau das stimmt nicht! Gerade Innovationsprojekte bringen Menschen auf dem Weg von einem angestammten Geschäftsfeld zu einer neuen Idee auf eine Achterbahn der Gefühle, die einer gänzlich anderen Führung bedarf als ein bekanntes, operatives Grundgeschäft.

## UM IDEEN ZU EINER ERFOLGREICHEN INNOVATION ZU LENKEN, BRAUCHT ES GANZ BESONDERES LEADERSHIP.

Führung von Innovation wird heute zum Führungs-Skill Nummer 1. Gerade jetzt, inmitten des Umbruchs zum Digitalen Zeitalter und einer Umwälzung zu mehr Nachhaltigkeit, braucht es Orte, wo Neues entsteht. Menschliche Kreativität, Experimentierfreude und Zusammenarbeit brauchen den Rahmen. Bei allen Optionen, die KI, IoT, Robotics bieten, können nur Innovation-Leadership und Teamwork Innovationen gezielt entstehen helfen.

**DAS FÜHREN DIESER TEAMS WILL – ZUM WOHLER JUNGER TALENTE UND DER FÜHRUNGSKRAFT SELBST- GELERNT SEIN. DOCH HABEN WIR DAS GELERNT? NEIN, SCHON GAR NICHT IN TRADITIONELLEN FIRMAN!**

**UND GENAU DA HELEFEN DIE TRAININGS UND COACHING ANSÄTZE VON IGNITION GLOBAL.**

Innovationen entstehen zum einen, wenn Menschen Chancen auf Verbesserung des Bekannten oder Bestehenden unermüdlich entdecken und umsetzen (= inkrementelle Innovationen). Wenn zum anderen völlig neue Antworten auf große Fragen unserer Zeit gesucht und gefunden werden und ein Technologiesprung mit radikaler Marktveränderung (= "Structural Disruption") entsteht, kommt es zu Sprung- oder disruptiven Innovationen.

Wie Elektromobilität, das iPhone und mRNA Impfstoffe eindrucksvoll zeigen, lassen Forscherdrang, Durchhaltekraft und unternehmerischer Mut solche technologisch bislang undenkbar Lösungen und radikal neue Geschäfte entstehen, die vielen Menschen nutzen, neue Märkte eröffnen und große soziale und ökologische Probleme lösen.

Sie sind volkswirtschaftlich äußerst wichtig und prägen die Wirtschaftsentwicklung einer Firma, einer Region und eines Landes. Das wissen wir durchaus, denn der Erfolg von "Made in Germany" war davon geprägt. Doch sind wir jetzt für "Made in Germany 4.0" bereit?

Laut einer Studie von BCG aus dem Jahre 2021 sind nur 20% der befragten (internationalen) Firmen wirklich "ready to innovate", obgleich die Pandemie die Notwendigkeit für ein gut orchestriertes Innovation Management klar gezeigt hat.

## WIE WERDEN FIRMAN "READY TO INNOVATE"?

Die Hauptakteure, nämlich Teams und ihre Führungskräfte brauchen dabei unser Augenmerk, denn sie initiieren als Pioniere das „Zünden“ der Innovationsmaschine - oder scheitern. Ignition Global arbeitet mit ihnen, um sie methodisch zu schulen und die Qualität des Teamworks zu verbessern.

Nur Top-Teams kriegen Innovationen hin. Bei dieser Arbeit hat sich bewährt, aufkeimende menschengemachte Innovations-Barrieren aufzuzeigen und zu beseitigen. Die gewonnenen Erkenntnisse helfen so, bottom-up und top-down organisatorische Fallstricke gänzlich zu beseitigen (= Pincer Methode).



## WELCHE MENSCHEN-GEMACHTEN BARRIEREN KÖNNTEN TEAMS IM WEG STEHEN?

### 1. Innovation braucht Fragen und hohe Fehlertoleranz

Innovatoren sind Regelbrecher, geben sich nicht mit Bewährtem zufrieden und prüfen neue Entwicklungen als Opportunitäten. In der viel beachteten Studie von 2009 "Innovators DNA" erkannten Christianson, Gregersen und Dryer, dass Innovatoren ähnlich denken und handeln. Alle beobachten mit Neugierde und offenem Blick, ohne vorschnell zu „schubladisieren“.

Innovatoren wollen verstehen, fragen viel und genau, experimentieren, bis sie mit einem Trial-&-Error-Vorgehen zu neuen Antworten kommen. Ingvar Kamrad von IKEA fand so die günstigste Art, Möbeln für jedermann zu bauen und global zu vertreiben.

Was hat das mit traditionellen Firmen zu tun? Diese verharren in altbewährten Denk- und Geschäftsmodellen und switchen bei Technologiewechsel nur langsam um. Beispiele wie Blockbuster und KODAK zeigen: kontemplatives, überhebliches Denken waren der Anfang vom Ende. Das muss so nicht sein: Innovatives Denken kann man lernen.

### 2. Innovation braucht hohes Team Commitment und ein Brennen für die Sache

Zahlreiche Studien suggerieren, welche Faktoren das Team im Innovationsprojekt positiv beeinflussen. So prägen Teamgröße wie auch räumliche Nähe zueinander erfolgsversprechende Rahmen. Teams mit sehr unterschiedlichen Denkweisen, Expertisen und kreativen Charakteren bieten große Chancen für radikale Ideen und Lösungen. Doch genau diese "divers besetzten" Teams können sich in Missverständnissen und Divergenzen verhasen. Führung ist da der Schlüssel zum Erfolg.

So beeinflusst die Führungskraft direkt, ob sich Mitglieder emotional sicher und dem Team verpflichtet fühlen ("Affective Commitment"). Die beeinflusst innovatives Verhalten direkt. Nur solche Manager, die Emotionen, Werte und Beweggründe authentisch ausdrücken, können das Gefühl des echten Team-Commitments steigern. Nur dort, wo Teammitglieder dem Umfeld so stark vertrauen, dass positive und negative Emotionen Raum finden, entstehen unkonventionelle Ideen und ein Brennen für die Sache. Wie stark sind darin Ihre Führungskräfte?

### 3. Innovation braucht Spielwiesen und gleichzeitig die Bindung zum Business

Innovation braucht Freiräume. Und so ist es nicht überraschend, dass Innovations-Teams fernab der Firmenzentrale in sogenannten Innovation Labs arbeiten. Offene Räume, mit viel Platz für Brainstorming und Tüftelei stehen hier zur Verfügung. Doch ein Lab allein macht noch keine Innovation. So brauchen kreative "Spielwiesen" zum einen die Unabhängigkeit und zum anderen die strategische Bindung und langfristige Zielsetzung.

**Innovationen entstehen nicht über Nacht.** Eine der wichtigsten Aufgaben für firmeninterne Teams und ihre Manager liegt in der Antizipation und Bearbeitung von "Corporate Antibodies to Innovation". Altbewährtes Denken begründet Voreingenommenheit (Bias) und Zweifel.

**Innovationen bringen immer Veränderungen mit sich.** Bestehende Praktiken, Geschäftsmodelle und bis dato erfolgreiche Produkte werden damit irgendwann ersetzt. Unsicherheit und Ängste vor Macht- und Einflussverlust können den Innovationsprozess gehörig stören und müssen sensibel behandelt werden. Zwischen Bottom-up Impulsen und strategischer Top-Down Führung wird Innovation von „Innen“ zum neuen Habitus.

## ZIELE: DAS PROGRAMM VON IGNITION GLOBAL HAT DAHER ZWEI ZIELE

**1. Das Lernprogramm fördert drei Schlüsselfaktoren für innovative Teamarbeit und innovationsfördernde Führung: Mindset, Skillset, Toolset für Innovation (Denkrahmen, Befähigung, Ausrüstung), und**

**2. Durch den Innovation Readiness Check ist es möglich, die Innovationslandschaft, die das Team umgibt, sichtbar zu machen und Barrieren zu beseitigen.**

## SCHLUSSFOLGERUNG

Innovation formt die Champions League für Teams. Damit Innovationsvorhaben bei allen Risiken erfolgreich sein können, braucht es exzellentes Teamwork.

Ohne Kenntnisse über Innovationsprozesse, methodisches Fachwissen und mögliche Fallstricke drohen neue Ideen ungenutzt zu versanden und Innovationsprojekte zu scheitern. Daher setzt Ignition Global auf fallbezogenes Learning-by-Doing und die Kraft der Teams, innovativ zu werden. Es wäre doch gelacht, wenn wir "made in Germany" nicht auf eine neue Stufe bringen könnten. Wichtig ist, dass wir jetzt - innovativ geschult - aktiv werden.

**Sollten auch Sie mehr Innovationskraft wollen und Ihre Teams im In- und Ausland unterstützen wollen, steht Ignition Global gern für einen Switch zu mehr Innovation Mindset zur Verfügung.**

**Dagmar Boettger,**  
Innovation Coach und Firmeninhaberin Ignition Global

Sie hat 20 Jahre bei BASF im In- und Ausland Teams und Führungskräfte entwickelt und zu höherer Performance und besserer Zusammenarbeit begleitet. Gründete 2015 in Hong Kong dort die Innovationsberatung Ignition Global und arbeitete dort mit Teams und Führungskräften europäischer Firmen wie IKEA, NovoNordisk, METRO und Startups. Seit 2020 ist sie mit Mann und ihren drei Kindern plus Ignition in Deutschland.



1) <https://www.bcg.com/publications/2021/overcoming-the-readiness-gap>

2) <https://hbr.org/2009/12/the-innovators-dna>

# DIE KRAFT DER NATUR

## PFLANZLICHE UND HOMÖOPATHISCHE PRODUKTE VON SELECTED PHARMA

Mein Name ist Ute Engelhardt und ich bin Mitgründerin und Geschäftsführerin der Selected Pharma GmbH. Schon als junger Mensch habe ich eine besondere Verbindung zur Natur verspürt und mich für alternative Heilmethoden interessiert. Mit den Jahren entwickelte sich aus meiner Leidenschaft eine Mission: Ich wollte Menschen dabei helfen, ein gesünderes und vitaleres Leben zu führen, ohne dabei auf synthetische Medikamente zurückgreifen zu müssen – also habe ich zusätzlich eine Ausbildung als Heilpraktikerin gemacht.

Als Unternehmer, Arzt, Therapeut oder Ernährungsberater möchten Sie das Beste für Ihre Kunden und Patienten. Sie suchen nach Produkten, die effektiv, sicher und auf natürliche Weise helfen. Genau hier setzt die Selected Pharma GmbH an. Wir sind ein führendes Unternehmen in der Entwicklung und Herstellung von natürlichen und homöopathischen Produkten, die auf die individuellen Bedürfnisse unserer Partner und Patienten zugeschnitten sind.

Seit vielen Jahren arbeiten wir daran, die Kräfte der Natur zu nutzen, um Menschen zu helfen, ihr Wohlbefinden zu verbessern. Unsere Produkte basieren auf natürlichen Inhaltsstoffen und sind frei von künstlichen Farb- und Konservierungsstoffen sowie synthetischen Duft- und Aromastoffen. Wir verwenden ausschließlich hochwertige Rohstoffe und setzen auf eine schonende Verarbeitung, um die Wirksamkeit und Reinheit unserer Produkte zu gewährleisten.

Ein Schwerpunkt unserer Arbeit liegt in der Entgiftung des Körpers. In unserer modernen Welt sind wir täglich Umweltgiften und Schadstoffen ausgesetzt, die sich im Körper ansammeln und zu Beschwerden wie Müdigkeit, Kopfschmerzen, Hautproblemen, Verdauungsproblemen und chronischen Erkrankungen führen können. Unsere Entgiftungsprodukte unterstützen den Körper dabei, diese Schadstoffe auszuscheiden und sich von innen zu reinigen. Dabei setzen wir auf eine speziell ausgewählte Kombination aus bewährten pflanzlichen Mitteln.

Ein weiterer zentraler Schwerpunkt unserer Arbeit liegt in der Behandlung von Long COVID. Die langanhaltenden Symptome der COVID-19-Erkrankung sind eine große Herausforderung für viele Menschen und erfordern eine individuelle und ganzheitliche Therapie. Unsere hierfür speziell entwickelten Produkte unterstützen den Körper dabei, auszuscheiden, sich zu regenerieren und das Immunsystem zu stärken. Ich erinnere mich noch gut an den Moment, als wir dafür unsere ersten Produkte auf den Markt brachten und mich später die Patienten anriefen und sich bedankten.

Unsere Produkte sind nicht nur effektiv, sondern auch sicher und gut verträglich. Wir verzichten bewusst auf synthetische Wirkstoffe und setzen auf eine sanfte, aber dennoch effiziente Wirkungsweise. Unsere Produkte können sowohl präventiv als auch therapeutisch eingesetzt werden und helfen dabei, das natürliche Gleichgewicht des Körpers wiederherzustellen.

Als Unternehmen ist es uns wichtig, nicht nur unseren Partnern und Patienten zu helfen, sondern auch einen Beitrag zum Schutz der Umwelt zu leisten. Wir setzen auf nachhaltige und umweltfreundliche Produktionsverfahren und achten auf eine ressourcenschonende Verpackung. Unsere Produkte sind selbstverständlich frei von Tierversuchen und werden u.a. in Deutschland entwickelt sowie hergestellt.

Als Selected Pharma GmbH stehen wir für Qualität, Sicherheit und Wirksamkeit. Wir möchten dazu beitragen, dass immer mehr Menschen die Vorteile natürlicher und homöopathischer Produkte entdecken und sich für ein gesünderes und vitaleres Leben entscheiden. Wenn auch Sie Ihre Patienten mit unseren Produkten unterstützen möchten, stehen wir Ihnen gerne zur Seite. Wir bieten eine breite Palette an natürlichen und homöopathischen Produkten an, die individuell auf die Bedürfnisse Ihrer Kunden und Patienten abgestimmt werden können. Unser Team aus erfahrenen Wissenschaftlern und Experten steht Ihnen dabei zur Seite und berät Sie gerne bei der Auswahl und Anwendung unserer Produkte.

Unser Ziel ist es, dass immer mehr Menschen die Kraft der Natur entdecken und sich für eine natürliche und schonende Therapie entscheiden. Dabei möchten wir nicht nur helfen, akute Beschwerden zu lindern, sondern auch präventiv wirken und dazu beitragen, dass sich unsere Kunden und Patienten langfristig gesünder und vitaler fühlen.

Als Unternehmer, Arzt, Therapeut oder Ernährungsberater haben Sie eine wichtige Rolle dabei, Ihren Kunden und Patienten zu einem gesünderen und vitaleren Leben zu verhelfen. Indem Sie auf natürliche und homöopathische Produkte von Selected Pharma setzen, können Sie Ihren Kunden und Patienten eine sanfte und dennoch effektive Therapie anbieten. Wir freuen uns darauf, gemeinsam mit Ihnen zu arbeiten und dazu beizutragen, dass immer mehr Menschen von den Vorteilen natürlicher und homöopathischer Produkte profitieren können.

Innovation und Forschung sind bei Selected Pharma von zentraler Bedeutung. Wir arbeiten kontinuierlich an der Weiterentwicklung unserer Produkte und setzen auf neueste wissenschaftliche Erkenntnisse und Technologien. Dabei ist es uns ein besonderes Anliegen, dass unsere Produkte nicht nur wirksam sind, sondern auch gut verträglich und frei von Nebenwirkungen.

Unsere Erfahrung und unser Know-how in der Entwicklung und Herstellung natürlicher und homöopathischer Produkte zeichnen uns aus. Wir sind stolz darauf, dass unsere Produkte bereits vielen Menschen geholfen haben, ihre Gesundheit und ihr Wohlbefinden zu verbessern. Dabei ist uns der direkte Kontakt zu unseren Kunden und Patienten besonders wichtig. Wir hören Ihnen zu, beraten Sie individuell und stehen Ihnen bei Fragen und Problemen jederzeit zur Verfügung.

Als Unternehmen sind wir uns unserer Verantwortung gegenüber der Gesellschaft und der Umwelt bewusst. Wir setzen uns aktiv für den Schutz der Umwelt ein und achten auf eine nachhaltige Produktion und Verpackung unserer Produkte. Dabei arbeiten wir eng mit unseren Lieferanten und Partnern zusammen und fördern eine ressourcenschonende und umweltbewusste Arbeitsweise.

Wir sind die Selected Pharma GmbH – Ihr Partner für natürliche und homöopathische Produkte. Wir möchten dazu beitragen, dass immer mehr Menschen ein gesünderes und vitaleres Leben führen und sich für eine sanfte und schonende Therapie entscheiden. Wenn auch Sie auf der Suche nach effektiven und natürlichen Produkten sind, die auf die individuellen Bedürfnisse Ihrer Kunden und Patienten abgestimmt sind, sind Sie bei uns genau richtig. Wir freuen uns darauf, mit Ihnen zusammenzuarbeiten und dazu beizutragen, dass immer mehr Menschen von den Vorteilen natürlicher und homöopathischer Produkte profitieren können.



# PUMA MESSERMANUFAKTUR SOLINGEN

## EIN FAMILIENBETRIEB MIT NAHEZU 255 JAHREN SOLINGER SCHNEIDWARENGESCHICHTE

### DIE GESCHICHTE DER PUMA-MESSER- MANUFAKTUR BEGANN IM JAHR 1769:

Damals trug Johann Lauterjung sein Markenzeichen in die Solinger Messermacherrolle ein. Seine Nachfahrin Renate Lauterjung verlagerte mit ihrem Mann, Oswald von Frankenberg und Ludwigsdorf, die Produktion auf Jagd-, Angel- und Sportmesser. Viele PUMA-Klassiker entstanden, darunter Waidbesteck, Jagdnicker, Saufeder, Rüdemann und Wildtöter.

Noch heute werden die Messerklingen von Hand geschliffen und „blaugepließt“: Pließen heißt das Glätten der verbliebenen Schleifriefen. Die aufwendigste Stufe ist das Blaupließen, welche die Schleifer/Innen bei PUMA beherrschen.

Das wohl bekannteste PUMA-Messer ist das „white hunter“, das Lex Barker als Old Shatterhand in »Der Schatz im Silbersee« einsetzte.

### DAS MESSER ALS TÄGLICHER BEGLEITER

Messer faszinieren und polarisieren. Nüchtern betrachtet sind es aber notwendige Werkzeuge, die aus dem Leben der Menschheit nicht mehr wegzudenken sind. Kein Wunder, denn Schneidwerkzeuge werden in allen denkbaren Bereichen benötigt. Bereits am morgendlichen Frühstückstisch schneiden wir damit unsere Brötchen auf, im weiteren Verlauf des Tages nutzen wir Messer für allerlei Aufgaben im Haus sowie in der Natur und am Abend schneiden wir damit wieder unsere Wurst für das Abendbrot.

Kurzum: Das Messer begleitet uns durch den gesamten Tag. Das Messer? Es muss richtig heißen: Die Messer! Denn nicht nur ein einziges Exemplar, sondern viele unterschiedliche Schneidwerkzeuge sind es, die je nach Verwendungszweck zum Einsatz kommen.



Am geläufigsten sind uns Haushalts- und Küchenmesser. Aber auch im handwerklichen Beruf, in der Freizeit und bei der Jagd kommen wir ohne spezielle Varianten nicht aus. Und wer ein Taschenmesser bei sich trägt, ist in der Lage verschiedene Schneidaufgaben auszuführen, die immer und überall anfallen können.

### DAS BESTE AUS TRADITION UND FORTSCHRITT

PUMA stellt Jagd-, Sport- und Freizeitmesser her. In einer Stadt, deren Namen nicht ohne Grund geschütztes Markenzeichen für Qualitätsmesser und Scheren ist: Solingen. Dem hohen Anspruch dieser Stadt wird PUMA gerecht und beeindruckt seit über 254 Jahren mit höchster Qualität bei Material und Verarbeitung.

Optimale Ergebnisse erzielt man durch optimale Verarbeitung. Die erreichen wir durch das intelligente Zusammenspiel von traditioneller manueller Fertigung und modernstem technischen Know how. Dort, wo der Einsatz neuer Fertigungstechnik der Verbesserung unserer Produkte und somit der Zufriedenheit unserer Kunden dient, machen wir sie uns zu Nutze.

Mit vollautomatischen CNC-Maschinen kann beispielsweise viel effektiver und exakter gearbeitet werden als eine manuelle Ausführung. Sie übernehmen zudem mit höchster Präzision gleich mehrere Arbeitsschritte auf einmal. Die traditionelle Manufaktur jedoch behält bei PUMA ihren größten Wert.

Durch das handwerkliche Können unserer Mitarbeiter/innen sowie deren Ideenreichtum und Persönlichkeit. Fähigkeiten, die eine Maschine nicht ersetzen kann. Deshalb steht auch am Ende eines jeden Prozesses nach wie vor die Qualitätsprüfung durch das erfahrene Auge unserer Mitarbeiter:innen.

PUMA ist heute führend auf dem Gebiet der Fertigung von Jagd-, Outdoor- und Freizeitmessern. Weltweit ist der Name PUMA ein Synonym für höchste Qualität und messtechisches Know how. Das verdanken wir auch der Wahl unserer Partner, bei denen sich ausschließlich Qualität durchsetzt.

Beim Entwerfen unserer Messer-Kollektionen vertrauen wir auf die langjährigen Erfahrungen und Fähigkeiten führender Messermacher, Designer, Anwender sowie Jagd- und Trekking-Spezialisten. Sie tragen einen großen Teil dazu bei, dass am Ende ein Produkt entsteht, das der vollsten Zufriedenheit unserer Kunden entspricht. Und darauf kommt es uns an.

### DER GENERATIONENWECHSEL

Bereits seit 25 Jahren ist die PUMA-Messermanufaktur nun im Besitz der Unternehmerfamilie Hiepass-Aryus. In Jahr 2016 trat Hendrik Hiepass-Aryus nach seinem Betriebswirtschaftsstudium mit Schwerpunkt Finanzen in den Betrieb ein und löste 2019 den damals angestellten Geschäftsführer Harald Lauer ab.



Hendrik Aryus, Geschäftsführer der PUMA Messermanufaktur Solingen

### THE GROW

Ich freue mich sehr ein Teil von The Grow zu sein. Durch das Netzwerk haben wir bereits Unterstützung bei Fragen z.B. zum Thema Personalgewinnung, IT-Infrastruktur, sowie Förderungen erhalten. Die Veranstaltungen, an denen ich bereits teilgenommen habe, waren alle samt spitze! Gerne laden wir auch noch einmal zu einer Veranstaltung in unsere Räumlichkeiten in Solingen ein.

**Sollten Ihnen noch scharfe Messer fehlen, sichern Sie sich mit dem Rabattcode: TheGrow10 10% Rabatt auf Ihr neues Küchenmesser.**

Messerscharfe Grüße aus Solingen  
Hendrik Hiepass-Aryus

[www.puma-kueche.de](http://www.puma-kueche.de)  
[www.pumaknives.de](http://www.pumaknives.de)

### DAS HABEN WIR SCHON IMMER SO GEMACHT!

Diesen Spruch habe ich des Öfteren zu hören bekommen. Nichtsdestotrotz blieb ich hartnäckig und habe alle Abläufe hinterfragt. Dies führen wir mit unserem Qualitätsmanagement fort, um die Optimierung von Geschäftsprozessen voranzutreiben. Wir blicken auf positive Jahre zurück und freuen uns auf eine wachstumsstarke Zukunft.



# SO GEHT NETWORKEN HEUTE!

## JULIA SCHLECKER-VON KELTERBORN UND DR. MARIO VON KELTERBORN, GRÜNDER VON CONTACTMECARD

Seit Herbst 2021 sind Julia Schlecker-von Kelterborn und Mario von Kelterborn mit ihrem Unternehmen Contact Me Solutions am Markt. Das Angebot: ContactMeCards - digitale Visitenkarten aus Edelstahl bzw. Carbon. Echte Hingucker, die durch Scannen eines dynamischen QR Codes oder durch das Lesen eines NFC Chips Kontaktdaten bei den Gesprächspartner:innen anzeigen und speichern lassen.

### „WIE ENTSTAND DIE IDEE, DIE FIRMA CONTACT ME SOLUTIONS ZU GRÜNDEN?“

Unsere Leitidee war und ist: „You never get a second chance to make a first impression.“ Wir sind selbst begeisterte Netzwerker und sehr viel unterwegs, deshalb lag es für uns auf der Hand, ein Tool zu entwickeln, das den Austausch der Kontaktinformationen von einer beinahe lästigen Pflicht am Ende eines spannenden Gesprächs zu einem Erlebnis macht!

### „CONTACTMECARDS SIND ALSO VISITENKARTEN MIT WOW-EFFEKT?“

Ja, so kann man das sagen! Wir werden alle digitaler, wollen moderne Technologie da einsetzen, wo sie eindeutig Nutzen addiert. Unternehmen streben danach, sich immer innovativer zu präsentieren; da ist die Visitenkarte aus Papier quasi ein Relikt aus vergangenen Zeiten. Durch die hohe Aufmerksamkeit und aufgrund der modernen und definitiv stylischen Gestaltung verschaffe ich mir den nicht zu vernachlässigenden emotionalen Vorsprung gegenüber meiner Konkurrenz und generiere mehr Leads.

### „SPIELT NACHHALTIGKEIT EINE ROLLE?“

Eine sehr wichtige, weshalb unser Material-Fokus auf Metall liegt, das seit Jahrtausenden recycelt wird. ContactMeCards sind ökologisch und ökonomisch nachhaltig. Ganz klar vermeide ich Papiermüll. Pro Jahr werden 140 Mrd. Papiervisitenkarten weltweit gedruckt, die zu 88% im Müll landen - nur im besten Falle wurden die Daten zuvor (richtig) abgetippt und gespeichert. Das Unternehmen spart ganz nebenbei Geld, da eine einzige ContactMeCard Hunderte Papiervisitenkarten ersetzt. Die Karte wird nicht mehr weitergegeben.

Ein dynamischer QR Code bzw. NFC Chip bedeutet, dass Daten jederzeit in Echtzeit geändert werden können. Somit habe ich nie wieder veraltete Visitenkarten. Durch unsere Reset-Funktion sind unsere Visitenkarten als einzige Karten weltweit vollständig übertragbar.

### WIE FUNKTIONIERT EINE CONTACTMECARD?

Nach Erhalt der ContactMeCard scanne ich den QR Code und hinterlege meine Kontaktdaten verschlüsselt auf einer gesicherten Webpage. Zusätzlich zu den üblichen Kontaktdaten kann ich ein Foto, meine Social Media Accounts und diverse Weblinks (z. B. Homepage, Image-Film, Produktübersichten, Referenzen) hinterlegen.

Es ist möglich, mehrere Profile (Business/Private oder unterschiedliche Sprachen für Messeauftritte) anzulegen, zwischen denen ich in Echtzeit wechseln kann. Meine Gesprächspartner:innen scannen den QR Code auf meiner Karte und speichern die Daten in der Kontakte-App auf dem Smartphone. Zusätzlich hat jeder Karteninhaber den QR Code auch auf dem Smartphone - Visitenkarten vergessen oder aufgebraucht? Das gibt es mit uns nicht mehr. Mit der ContactMeCard netwerke ich somit einfacher, effizienter und effektiver.

### WARUM SIND SIE BEIDE MITGLIEDER BEI THE GROW GEWORDEN?

Ein funktionierendes Netzwerk ist das A&O des Unternehmertums. Man inspiriert sich gegenseitig, man unterstützt sich gegenseitig. Bei THE GROW gefällt uns, dass man Netzwerken innovativer und kreativer denkt. THE GROW ist immer in Bewegung und erfindet sich permanent neu. Gerade heute haben wir uns der Online-Präsentation der neu geschaffenen BRANCHEN zugeschaltet. Eine großartige Möglichkeit, sich noch gezielter zu vernetzen und einander mit Rat und Tat zur Seite zu stehen.

Es ist interessant, durch die Profile der anderen Mitglieder zu surfen und Kontakte zu knüpfen. Und anders als bei anderen Plattformen, wir denken hier insbesondere an LinkedIn, hat man bei zahlreichen Veranstaltungen die Möglichkeit, in den direkten und persönlichen Austausch zu gehen.

Julia war vor kurzem bei der Gründung vom Women Leadership Circle in Eschborn dabei und erzählte von vielen schönen Gesprächen und Begegnungen. Es sind einfach alle richtig nett. Und weil wir es vorhin vom emotionalen Vorteil hatten: bei THE GROW versteht man es offensichtlich richtig gut, Party zu machen



Julia Schlecker-von Kelterborn & Dr. Mario von Kelterborn, Entrepreneure

### WEN WÜNSCHT IHR EUCH BEI THE GROW ALS KUNDEN?

Unsere Zielgruppe ist sehr breit gefächert. Eine ContactMeCard braucht im Prinzip jeder, der Informationen sehr schnell weitergeben möchte. Eben nicht nur Kontaktinformationen, sondern auch Geschäftsinformationen. Was habe ich anzubieten? Was zeichnet mein Unternehmen aus? Referenzen, Kennzahlen, die eigene Geschichte. Diese Informationen sind bei der ContactMeCard nur einen Klick entfernt.

Beispielsweise eignet sich unsere Karte für Einzelunternehmer:innen, die in unterschiedlichen Funktionen unterwegs sind und mehrere Profile nutzen. Unternehmen, die häufig auf Messen

sind, werden die Frage nach der Visitenkarte herbeisehnen. Dank der Übertragbarkeit lassen sich auch Freelancer und Aushilfskräfte unkompliziert mit Visitenkarten ausstatten.

Wir konnten vor kurzem einen großen Juwelier gewinnen, der nun seinen chinesischen Kund:innen die Kontaktdaten in chinesischer Sprache überträgt. Das Wealth Management einer großen internationalen Bank legt Wert auf eine entsprechend hochwertige Unternehmensdarstellung und wird zukünftig ContactMeCards einsetzen. Dies nur als ein paar Beispiele.

### NOCHMALS ZURÜCK ZU IHREM PRODUKT. WELCHE DESIGNS GIBT ES?

Möglich sind bereits einzelne personalisierte Karten mit gelasertem Logo und/oder Namen auf Basis einer schwarzen, weißen oder silbernen Edelstahlkarte.

Außerdem kann man eigene Editionen in Auftrag geben, getreu der Unternehmens-CI ab einer Auflage von 40 Stück. Und ganz neu und trendy gibt es Karten aus Carbon. Für kunstafine Unternehmer:innen haben wir eine eigene Charity Edition mit Louisa Clement aufgelegt, eine aufstrebende und sehr erfolgreiche junge Künstlerin. Wir sind natürlich bei der Erstellung des Kartendesigns behilflich.

# DU BIST DEIN BUSINESS – WIE GEHT ES DIR?

## WIE DU ALS UNTERNEHMER DICH SELBST UND DEIN UNTERNEHMEN WIEDER IN BALANCE BRINGST

Als Unternehmer:in bist Du der Ursprung und damit die Inspirationsquelle aller unternehmerischen Entscheidungen und Handlungen. Du gibst den Ton an, schwingst den Taktstock und Du bist das Gesicht des Unternehmens. Dies alles erfordert ein hohes Maß an Eigenverantwortung von Dir. Niemand wird für Dich den richtigen Fokus setzen und halten. Du bist absolut notwendige Grundvoraussetzung für das Funktionieren der Firma. Es muss Dir gut gehen, damit es dem Unternehmen gut geht. Dein Wohlergehen sorgt dafür, dass Du mit Deiner Unternehmung gut "abliefern" kannst. Deine Vision dient Dir selbst als Wegweiser und zeigt potenziellen wie auch künftigen Mitarbeitenden und Kund:innen, wie eine mögliche erfolgsversprechende Zusammenarbeit aussehen könnte.

Deine Emotionen jedoch können zum Stolperstein werden. Sie können Dich in beide Richtungen beeinflussen: Sie können Dir Energie und Motivation schenken, aber Dich auch jede Menge Kraft kosten und Dich stark verunsichern. Was für Dich gilt, das gilt selbstverständlich auch für Deine Mitarbeitenden oder Kund:innen: Es kann sein, dass sie mit sich selbst nicht "in Ordnung" sind.

### ALLES HÄNGT MIT ALLEM ZUSAMMEN

Vielleicht hast Du schon einmal davon gehört, dass alle Dinge eine innere Ordnung besitzen. Manche nennen es auch "systemische Ordnung". Jeder Mensch für sich und Menschengruppen (wie z. B. im Arbeitsverhältnis) besitzen ebenfalls eine systemische Ordnung. Diese gerät vor allem dann aus dem Gleichgewicht, wenn das, was Du tust, das nicht Deinem wahren Wesen entspricht. Doch auch innere oder äußere Ereignisse oder Prozesse können dazu führen, dass die natürliche innere Struktur aus

dem Lot gerät. Es kostet sehr viel Kraft, das Missverhältnis wieder auszugleichen oder zu versuchen, so zu tun, als sei alles in Ordnung, obwohl es das nicht ist. Wenn ein Teil des Großen und Ganzen aus der Bahn gerät, entstehen Wechselwirkungen im System. Deshalb ist es so wichtig, dass einer der größten Einflussnehmer auf das Unternehmen – die Unternehmerpersönlichkeit selbst – mit sich "in Ordnung" ist.

Da alles miteinander verbunden ist, wirken sich auch Verbesserungen schnell über viele Bereiche hinweg aus. In der Arbeit mit unseren Klient:innen ist es immer wieder spannend zu sehen, dass sie mit uns an einem Bereich arbeiten und dann feststellen, wie sich andere Lebensbereiche ebenfalls zu verändern beginnen. Doch eines zeigt sich jedes Mal ganz eindeutig: Wenn die Führungskräfte eines Unternehmens in ihrer ganzen Kraft sind, werden durch sie auch die Mitarbeitenden stärker.

### ES GEHT UM DICH!

Als Unternehmer:in bist Du gefordert, stark und unerschütterlich zu sein, der Motor, die treibende und mahnende Kraft – und auch allzu oft Energie-Tankstelle für alle Beteiligten. Wenn Du das über lange Zeit durchhältst, spürst Du irgendwann Erschöpfung, dabei gibt es noch so viel zu tun und Du hast mit der Firma noch sehr viel vor! Du bist noch lange nicht am Ende – doch Du spürst vielleicht schon die ersten Verschleißerscheinungen. An welche Energie-Tankstelle könntest Du Dich also wenden?

Jeder Mensch – und ganz besonders Führungskräfte und Unternehmer – benötigen ein Gegenüber, mit dem sie sich auf Augenhöhe austauschen können. Jemand, der ihnen aufrichtend den Rücken stärkt. Jemanden, der Dich wachrüttelt, wenn es notwendig ist, und Dir

sagt und zeigt, was gerade anliegt und wie es bestmöglich weitergehen könnte ... Ja, jemand, der Dir Dinge vermittelt, die Dein direktes Umfeld vielleicht nicht zu sagen wagt.

Dieses Gegenüber muss eine starke und erfahrene Persönlichkeit sein, bei der Du auch mal loslassen kannst und Mensch sein darfst. Jemand, der Raum gibt für Dich und Deine menschliche Seite sowie für Deine innersten Bedürfnisse. Jemand, der Dir Halt gibt, Dich wieder mit Energie auftankt und Dich geistig wieder ausrichtet.

### WIR SIND FÜR DICH DA!

**Alexandra von Herzkanal®** ist seit 2001 selbstständig. Sie ist Expertin für das Herstellen von systemischer Ordnung – und zwar sowohl im persönlichen System als auch in den Strukturen von Unternehmungen. Sobald sie mit Unternehmer:innen zu arbeiten beginnt, kommen Fragen zutage, die man sich regelmäßig stellen sollte – deshalb geben wir sie an dieser Stelle als Gedankenanstoß an Dich weiter: Was ist mein wahres Potenzial? Was entspricht meiner wahren Natur? Was ist der Sinn meines Daseins? Auf was bin ich innerlich ausgerichtet, woran orientiere ich mich?

Was bewegt mich gerade und womit muss ich mich auseinandersetzen, um entscheidende Entwicklungsschritte zu machen? Und zu guter Letzt: Wie findest Du die Anbindung ans Göttliche (manche nennen es Gott, den göttlichen Funken, das All-Eins oder höheres Selbst)? Wenn Du angebunden bist, wirst Du mehr Ruhe, Frieden und Erfüllung spüren – was sich auf Dein gesamtes System auswirken wird (Familie, Freunde und natürlich die Mitarbeitenden im Unternehmen).

**Armin von Herzkanal®** wiederum hat fast 20 Jahre lang als Führungskraft in verschiedenen Konzernen gearbeitet, Teams mit bis zu 1.000 Personen geführt sowie Mitarbeiter für die unterschiedlichen Hierarchieebenen rekrutiert und entwickelt.

Seine Arbeit mit Klient:innen ist immer wegweisend und hilft ihnen, von falschen Idealen und Selbstbildern abzulassen und echte Zufriedenheit im Privatleben und Beruf zu erlangen. Er gibt Dir folgende Fragen als Gradmesser mit auf den Weg:

- ☛ Wofür bist Du hier? Was willst Du wirklich?
- ☛ Was hindert Dich daran, erfolgreich zu handeln?
- ☛ Wie kannst Du Deine Potenziale und Deine persönlichen Stärken nutzen, um Deinen Weg in eine erfüllende Zukunft zu gehen?
- ☛ Was ist eine Vision? Was ist **DEINE** Vision? Wie kannst Du Deine Vision definieren und realisieren?
- ☛ Wie solltest Du Deine Vision auf die Zukunft abstimmen?
- ☛ Wie solltest Du Dich am Markt positionieren und bei Deinen (potenziellen) Kund:innen präsentieren, damit Du mit Deiner Vision verstanden wirst?
- ☛ Mit welchen Menschen solltest Du gemeinsam Deine Visionen verwirklichen und wie solltest Du mit ihnen umgehen?
- ☛ Welche Mitarbeiter:innen passen ins Team? Wer sind die richtigen Bewerber:innen? Worauf kannst, worauf solltest Du achten?
- ☛ Brauchst Du einen (neuen) Firmensitz? Wo sollte dieser sein? Welcher Standort bzw. welche Region ist günstig für Dich und Dein Vorhaben?

### DER NUTZEN VON SPIRITUALITÄT IM BUSINESS

Armin und Alexandra von Herzkanal® arbeiten mit einem großen Methodenkoffer, unter anderem mit Astrologie. Dabei handelt es sich nicht um Jahrmarktsastrologie, sondern fundiertes Wissen. Astrologie, sofern sie professionell ausgeübt wird, hat in der Tat sehr viel Nutzen für den unternehmerischen Alltag und bei der zukunftsweisenden Ausrichtung des Unternehmens. Am einfachsten kann man es anhand eines praktischen Anwendungsfalles erklären: Nehmen wir als Beispiel die Gründung eines neuen Unternehmens.



Armin & Alexandra Ballhorn, Gründer von Herzkanal® & Entrepreneure

### DIE FOLGENDEN PUNKTE WÜRDEN ARMIN MIT HILFE DER ASTROLOGIE IM GESPRÄCH GEMEINSAM KLÄREN:

- ☛ Passt die Geschäftsidee zu Dir als Gründerpersönlichkeit? Kann sie überhaupt erfolgreich sein?
- ☛ Was ist ein günstiger Starttermin (Notartermin) für die Gründung?
- ☛ Was sind die optimalen Termine für Kick-Off-Veranstaltungen, Mailings etc.?
- ☛ Wen suche ich für mein Team? Welche Charaktere ergänzen mich in meiner Unternehmerpersönlichkeit? (Fragen der Personalauswahl und -entwicklung werden geklärt und Armin erstellt Profile für die Personalauswahl.)
- ☛ Wo sind günstige neue Orte für Investition, Vertrieb und neue Standorte?
- ☛ Welches Personal ist an welchem Standort gut aufgehoben und wo gibt es konkrete Risiken? (Expansionshilfen, Internationalisierung usw.)
- ☛ Echte Zuversicht macht erfolgreich

Alexandra's Schwerpunkt ist vor allem die innere Anbindung ans Göttliche. Für sie ist jedes Unternehmen spirituell, da jeder Mensch spirituell ist – bewusst oder unbewusst. Wir Menschen sind auf der Suche nach dem inneren Kern, der Anbindung an das, was immer Kraft, Zuversicht, inneren Frieden und Mut schenkt.

In der Arbeit mit Unternehmer:innen oder der systemischen Arbeit mit Unternehmen achtet sie darauf, dass das Göttliche seinen Raum bekommt. Denn ohne die innere Anbindung gehen wir nur allzu leicht in Ängsten und Sorgen verloren – und mit uns das Unternehmen sowie die Mitarbeitenden.

Doch sobald wir das innere Licht wiederentdecken und wir in Übereinstimmung mit der eigenen Seele handeln, strahlen wir Liebe und Zuversicht aus. Und da alles mit allem verbunden ist, wird sich dies ganz wunderbar im gesamten Unternehmen entfalten.

Wie heißt es so schön bei Henry David Thoreau: **„Was vor uns liegt und was hinter uns liegt, sind Kleinigkeiten im Vergleich zu dem, was IN uns liegt. Und wenn wir das, was IN uns liegt, nach außen in die Welt tragen, geschehen WUNDER.“**

Dieses Zitat hat vor allem Armin so sehr berührt und geprägt, dass er es schon seit Jahren auf der Haut trägt. Alexandra & Armin von Herzkanal® möchten gemeinsam mit Dir erforschen, was IN Dir liegt, und Dir helfen, es in die Welt zu tragen. Mit ihnen hast Du erfahrene Mentoren an Deiner Seite, die mit Dir durch die tiefsten Schatten ans Licht gehen und weit darüber hinaus ...

# WIR SCHAUEN HINEIN

## ANGASCHMO

wir schauen hinein. wir fühlen den puls ihres unternehmens. wir arbeiten mit ihren ressourcen. inline mit ihrer strategie. nachhaltig gestalten wir die zukunft und wachsen gemeinsam über uns hinaus.

und ja. wir schreiben uns klein. weil nicht wir - sondern SIE wichtig sind.

angaschmo. steht für vertrauen den mitarbeitenden gegenüber. vertrauen in sie.

wir hören zu. wir erfinden das rad nicht neu. wir helfen ihnen dinge umzusetzen für die sie keine ressourcen oder nur teilweise knowhow haben. gemeinsam entwickeln wir einen plan oder geben empfehlungen. diese lehnen wir an unsere erfahrungen im aufbau von teams im saas und it-umfeld, in der projektarbeit mit personal-/kommunikations-/ verkaufsabteilungen und der strategischen beratung der start-up oder mittleren geschäftsführungsebene. unsere stärke ist die verhandlungsführung.

menschen zu bewegen einen unterschied zu machen. helfen über sich hinauszuwachsen. und es einfach zu wagen. das ist unsere vision. gerne beraten wir **SIE**.



**Eva Häge-Herrmann**, CEO angaschmo & Entrepreneurin

# MEHR SHOPPING-SPASS & UMSATZ

## MIT DEN IT-PROFIS VON CEKASO

**Fatime Cetinkaya, Geschäftsführerin des Software-Unternehmens cekaso hilft dem stationären Einzelhandel durch Digital-Beratung auf die Sprünge.**

Während sich der Onlinehandel in den letzten Jahren rasant entwickelt hat, finden wir im stationären Einzelhandel oftmals noch die gleichen Einkaufsprozesse wie vor 20 Jahren. Seien wir mal ehrlich: Ein Update ist längst überfällig.

Seit vielen Jahren als Digitalexpertin sehe ich meine Mission darin, den Einzelhandel wieder auf Augenhöhe des Onlinehandels zu bringen! Dafür muss aber die Customer Journey stimmen. Wie ist das im Möbelhaus oder im Fahrradgeschäft? Hier müssen Kunden immer noch verdammt geduldig sein, Personal suchen, ewig an der Kasse oder Warenausgabe stehen. Das muss einfacher gehen!

Deshalb unterstützt cekaso den Handel mit Digital-Beratung und vielen smarten digitalen Kundenservices. Das bringt mehr Umsatz ohne mehr Personal.

Im Strategiegelgespräch identifizieren wir die wichtigsten Baustellen und Zeitfresser unserer Kunden, dann schauen wir uns die Prozesse an, bewerten die Datenqualität und vorhandenen Systeme. Ausgehend von diesem Status quo entwickeln wir Schritt für Schritt pragmatische Lösungen, die intuitiv bedienbar sind. Dass sich Digitalisieren und Automatisieren lohnt, zeigt sich sofort im Tagesgeschäft.



**Fatime Cetinkaya**, Geschäftsführung cekaso & Entrepreneurin

Endlich können wir das Beste aus Online- und Offlinewelt im stationären Handel verbinden und Produktinformationen in Echtzeit liefern: z. B. durch Selbstbedienungsterminals, smarte Uhren für Verkäufer, digitale Preisschilder, Tracking, Chatbots und viele weitere digitale Angebote.

Wer seine Potentiale mit cekaso heben will, kann einfach einen kostenlosen Videocall vereinbaren unter [www.cekaso.com](http://www.cekaso.com).



# CHANGE IM UNTERNEHMEN

VOLKER WIEDEMANN

**Volker Wiedemann ist Experte für zukunftsfähige Unternehmen und berät nun schon seit knapp 20 Jahren unterschiedlichste Organisationen. Mittlerweile sorgt er dafür, dass mittelständische Unternehmen nicht nur heute erfolgreich sind, sondern auch zukunftsfähig sind, indem er sie mit Hilfe seines eigens dafür erstellten Modells zu einem »Integralen Unternehmen« entwickelt.**

Der Betrieb profitiert dabei vor allem dadurch, dass dieses Modell die Betrachtung nicht nur auf einzelne Bereiche wie z.B. Vertrieb oder Produktionsprozesse reduziert, sondern es bewertet das Unternehmen vielmehr als gesamtheitliche Einheit. In den Sektoren Innovation, Organisation, Mensch, Produktion sowie Service nimmt Volker Wiedemann insgesamt vierundsechzig Unternehmensfragmente genau unter die Lupe und entwickelt im Einklang mit der Geschäftsführung neue oder adaptierte Strategien und Konzepte und begleitet ebenfalls die Umsetzung für eine erfolgreiche Zukunft des Unternehmens.

Laut Volker Wiedemann braucht es vor allem zwei Faktoren, um ein Unternehmen bestmöglich für ein erfolgreiches Morgen zu rüsten: Zum einen benötigt es Stabilität in den bereits bestehenden Prozessen und Strukturen und gleichzeitig Flexibilität, um das Unternehmen rasch auf aktuelle Trendthemen adaptieren zu können. Somit ist gewährleistet, dass ein Unternehmen sowohl den aktuellen Erfolgskurs noch steigert, als auch einer ertragreichen Zukunft gelassen entgegensehen kann.



**Volker Wiedemann**, Experte für zukunftsfähige Unternehmen, Speaker, Autor

Für einen gelungenen Change zu einem »Integralen Unternehmen« kommt jedoch noch ein elementarer dritter Faktor hinzu: Ein mutiger Unternehmer, der bereit ist, in seinem Unternehmen gnadenlos hinzusehen und Verbesserungen - mit Lust auf Zukunft - umzusetzen.

Innerhalb des Change-Prozesses nach dem erwähnten Modell führt Volker zunächst ein Status-Review für eine erste Bestandsaufnahme durch, gefolgt von der Erstellung des Zielbildes. Mit diesem Zielbild kann der Unternehmer bereits - auch in Eigenregie - effektive Optimierungen in seinem Unternehmen herbeiführen. Das in dieser Phase von Volker entwickelte Konzept für ein zukunftsfähiges Unternehmen ist auch für die deutsche Volkswirtschaft von großem Interesse, weshalb der Staat den Unternehmer für die Erstellung des individuellen Konzepts durch Fördergelder unterstützt.

In Folge der ersten Phase wird eine konkrete unternehmensspezifische Bestands-Aufnahme durchgeführt, in der das Unternehmen vor allem durch die praktischen aber auch persönlichen Eigenschaften von Volker einen Nutzen zieht. Denn Volker hat einerseits einen vielfältigen und umfangreichen praktischen Erfahrungsschatz, andererseits ist er aber auch ein »hochsensibler Beobachter«, der mit seinen feinfühligsten Antennen jede Situation zügig analysiert.

Sein besonderes Merkmal ist jedoch die Identifikation von Fehlern in einem System. Bei auftretenden Problemen sucht er beharrlich so lange nach dem Fehler, bis er ihn gefunden hat und auch gleichzeitig schon Lösungsvorschläge für das Unternehmen parat hält. Darüber hinaus liegen seine Begabungen unter anderem in der Bestimmung von Sparpotentialen und er kommuniziert geschickt auf allen Hierarchieebenen.

Die letzten beiden Phasen im erwähnten Modell sind aufgeteilt in den Know-How-Transfer und die Stabilisierung. In diesen beiden Schritten wird das allgemeine und spezifische Know-How in den relevanten Bereichen im Unternehmen elementar gesteigert. In der letzten Phase, der Stabilisierung, finden primär Mentoring-Tätigkeiten statt, so dass das Unternehmen befähigt ist, sich von nun an selbstständig um seine Zukunftsthemen zu kümmern.

Das Unternehmen tritt ab nun sichtbar als zukunftsfähiger Marktteilnehmer für Partnerunternehmen auf, denn die Organisation erhält parallel zum Change-Prozess ihre offizielle Auszeichnung zum »Integralen Unternehmen«.

In einer hitzigen Diskussion vor einiger Zeit ist Volker Wiedemann bewusst geworden, dass unsere Welt - und damit auch unsere Geschäftswelt - unheimlich komplex geworden ist. Betrachten wir ein Unternehmen über die letzten dreißig oder vierzig Jahre hinweg, so ist die Organisation eines Unternehmens heute wesentlich unübersichtlicher geworden. Neue gesetzliche Vorgaben, mehr Konkurrenz, Globalisierung und weitere Faktoren haben dazu geführt, dass ein Unternehmen heutzutage bedeutend komplexer geworden ist.

Unternehmern fällt es heute entscheidend schwerer, den Überblick über die gesamte Organisation zu behalten und laufen Gefahr, Probleme nicht zu erkennen bzw. Trendthemen zu verschlafen. So erging es wohl auch vor einigen Jahren dem Unternehmen Nokia, das als einstiger Handy-Marktführer von einem Tag auf den anderen zum Rohrkrepiere wurde.

Aus diesem Grund hat Volker das Modell »Integraler Unternehmen« geschaffen, das die Komplexität im Business-Alltag vereinfacht und somit eine erfolgreiche Zukunft des Unternehmens gewährleistet. Bei der Entwicklung nach dem Modell können neben der Zukunftsfähigkeit auch Einsparungen im sechs- bis siebenstelligen Bereich generiert werden, eine Umsatzsteigerung bis hin zu einem zweistelligen Bereich erzielt werden und die Mitarbeiter sind auch motiviert, weil diese den angepassten Weg des Unternehmens mitgestalten.

Bei der Umsetzung helfen Volker Wiedemann vor allem seine vielfältigen Erfahrungen und

Fähigkeiten. So hat er in den letzten Jahren verschiedene Auszeichnungen erworben wie die Zertifikate zum NLP Master, agiler Coach, Train-the-Trainer, Projektmanagementfachmann, Contextueller Unternehmer und weitere. Darüber hinaus hat er etliche weitere Seminare besucht vor allem zur Persönlichkeitsentwicklung z.B. bei Tony Robbins in USA.

Weiterhin ist Volker Co-Autor eines Bestsellers, wurde als Keynote-Speaker bereits von der Tagespresse ausgezeichnet, ist seit 2018 durchgängig Top-Experte im Erfolg-Magazin und im Sommer 2023 erscheint sein erstes eigenes Buch zum Thema Finanzmanagement für Unternehmer. Mit der »Volker Wiedemann Show« betreibt er seinen eigenen Podcast, in dem er interessanten Unternehmern spielerisch deren Erfolgsgeheimnisse entlockt.

Volker hat The Grow als Gast beim Summit 2022 kennengelernt, Die Stimmung dort war für ihn so belebend, dass er sich entschied, in diesem fabelhaften Netzwerk ebenfalls seinen Beitrag für den Mittelstand zu leisten. Schnell war klar, dass hier echte Macher am Werk sind, die auch etwas bewegen wollen. Und genau darum geht es auch Volker: den Mittelstand in Fahrt bringen für eine erfolgreiche Zukunft unserer Unternehmen und damit unseres Landes.

Deshalb engagiert sich Volker auch intensiv im Netzwerk und übernimmt eine führende Rolle als Vorstand der CHAMBER Consulting/ Dienstleistungen.

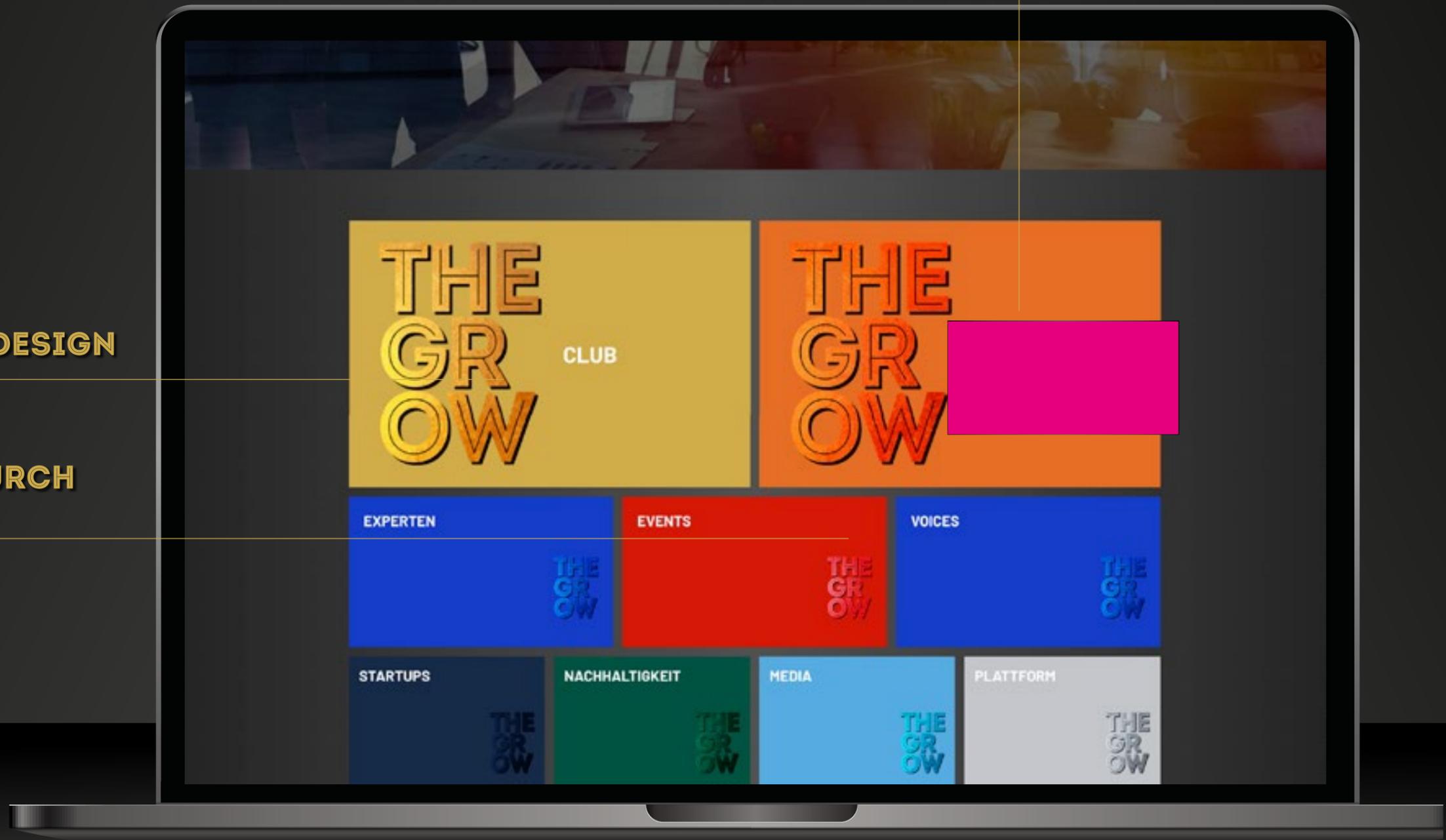
# NEUER STYLE 250% MEHR CONTENT! UNSER NEUER ONLINE-AUFTRITT

Der erste Eindruck zählt? Auf THE GROW.COM ist dieser sehr beeindruckend. Durch eine neue Farbgebung und die dadurch eindeutige Struktur stellt sich die neue THE GROW Homepage in gänzlich neuer Klarheit vor.

NEU:  
THE GROW KAMMERN

NEUES DESIGN

OPTIMIERTES  
USERINTERFACE DURCH  
FARBCODIERUNG



# THE GROW PLATTFORM



## THE GROW – DIE NEUE PLATTFORM UND DIE KAMMERN – VORSTELLUNG IM HAUS DER BUNDESPRESSEKONFERENZ IN BERLIN!

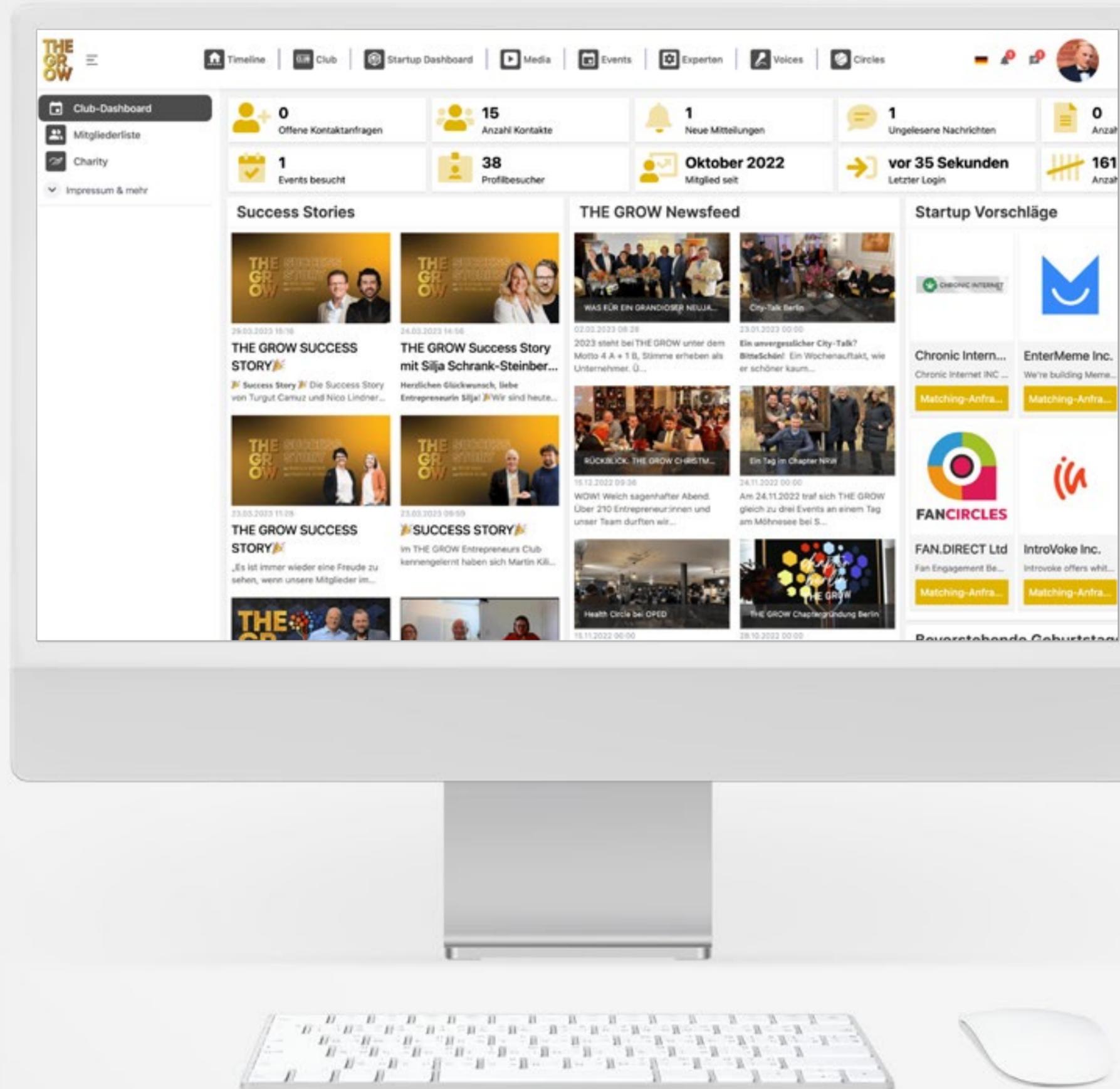
THE GROW Chairman Bernhard Schindler und Vorstandsvorsitzender der THE GROW Kammern Jan Kempf präsentierten die Neuigkeiten von THE GROW.com im imposanten Haus der Bundespressekonferenz in der Landeshauptstadt.

Nicht nur das Design hat sich verändert, die gesamte Benutzeroberfläche ist innovativ und bis ins kleinste Detail durchdacht! Die Plattform verwendet künftig Algorithmen und künstliche Intelligenz, die auf jeden Benutzer und jede Benutzerin und deren Interessen und Notwendigkeiten persönlich zugeschnitten sind. Das Finden für die passenden Netzwerkpartner wird so einfach wie nie zu vor.

Vor Ort präsentierte Plattform Manager Mario Raabe die einfache Handhabung und zeigte, wie „kinderleicht“ künftig das spezifische Vernetzen innerhalb des Netzwerks stattfinden kann.

Externe Einladungen von Unternehmern und Unternehmerinnen sind künftig ebenfalls möglich, und Benutzer können mit ihrem ganz persönlichen Netzwerk die News rund um THE GROW teilen, sofern sie das wünschen.

Auch die THE GROW KAMMERN starteten mit dem Tag der Vorstellung und sind bereits jetzt sehr gefragt. Jan Kempf, selbst Inhaber eines Handwerksbetriebs, erzählt aus seiner eigenen privaten und geschäftlich schweren Zeit und Geschichte und betont, wie wichtig es ist, Unterstützung zu erhalten. Diese Unterstützung wird es künftig aus dem Club durch die Experten geben und so ein großartiger und nachhaltiger Wissenstransfer in die jeweiligen Branchen stattfinden. Hier finden auch junge und kleinere Unternehmen jederzeit den richtigen Ansprechpartner, die richtige Ansprechpartnerin für aktuelle Themen.



## FEATURES FÜR UNTEREHEMEN – RELEVANTE VERANSTALTUNGEN IM BLICK

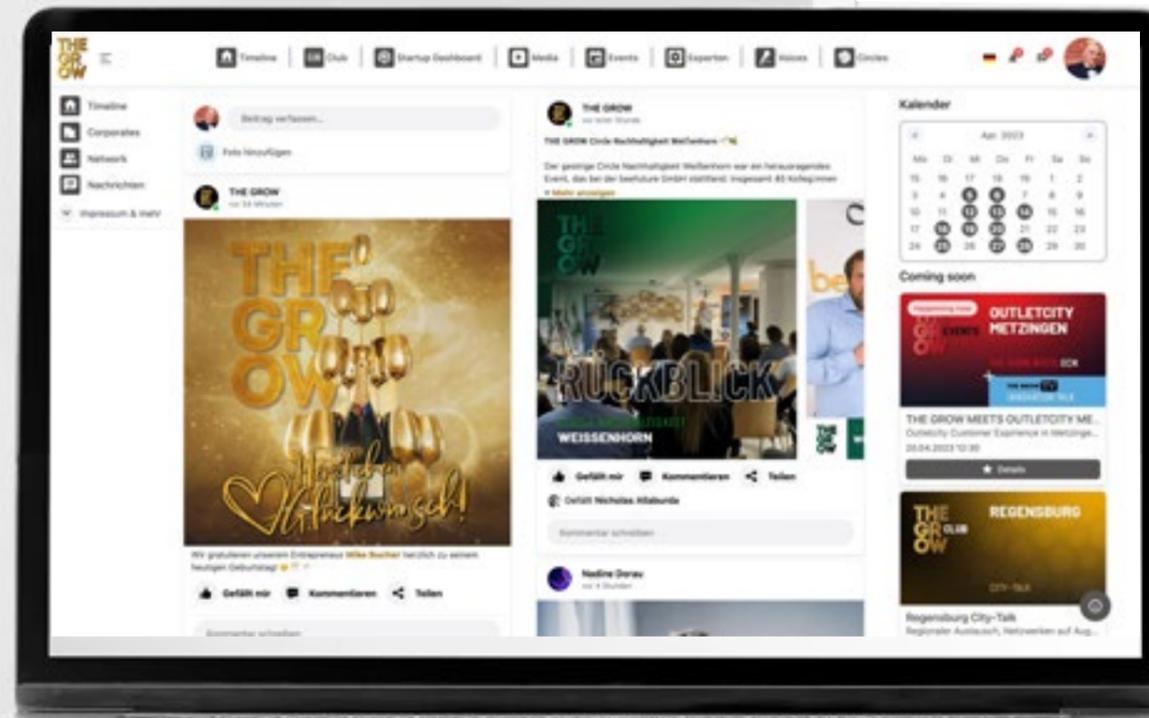
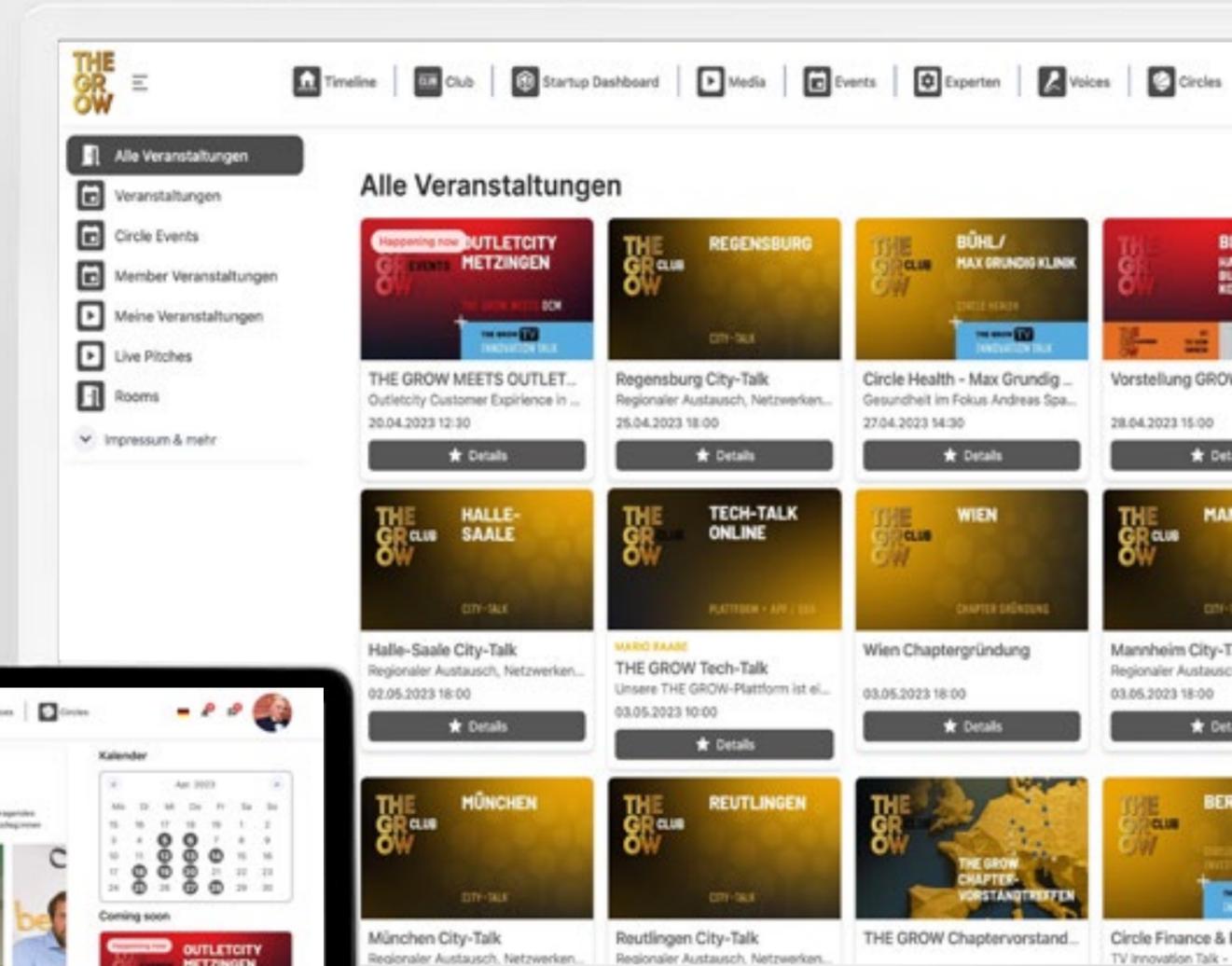
Auf unserer Plattform finden Sie spannende Events, Pitches, Coachings, Rooms und viele weitere. Viele davon stehen Ihnen kostenlos und exklusiv zur Verfügung.

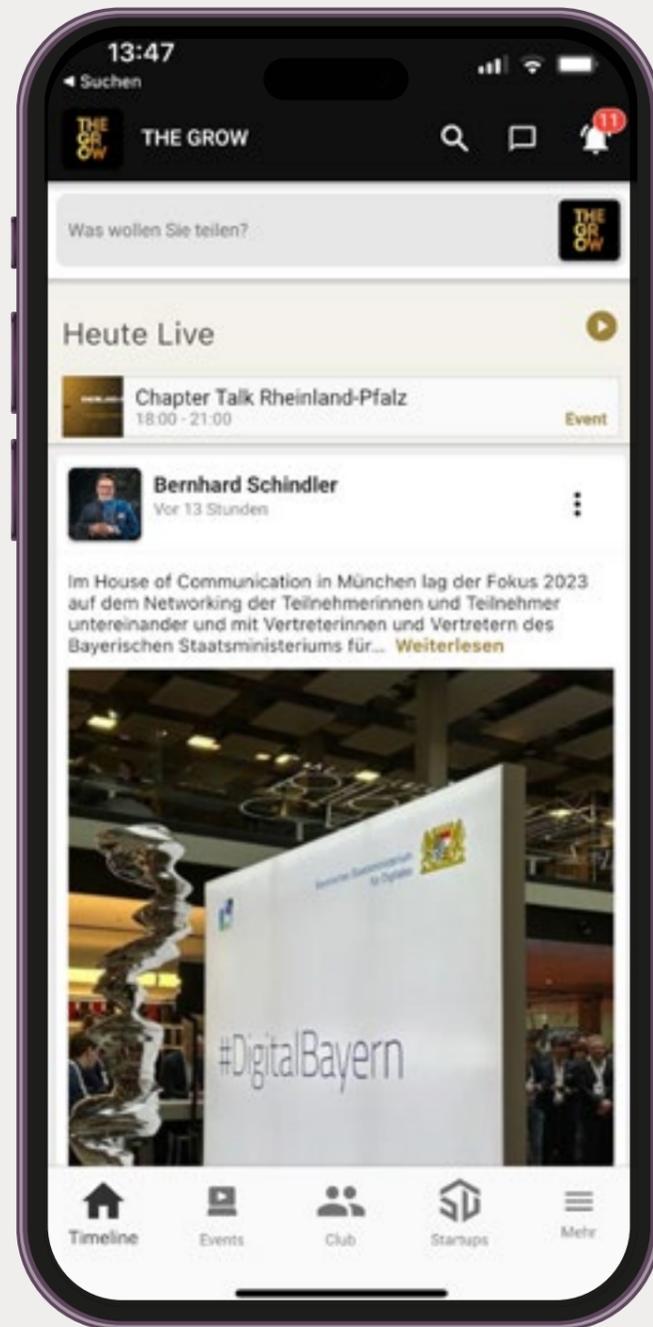
## FEATURES FÜR STARTUPS ECHE MACHER:INNEN & SPANNENDE THEMEN IN ONLINE ROOMS

Treten Sie Rooms bei, die Sie besonders interessieren oder erstellen Sie Ihren eigenen Room, um über ein bestimmtes Thema zu sprechen. In den THE GROW Rooms können Sie sich mit anderen THE GROW Mitgliedern per Video Call austauschen und diskutieren.

## SPANNENDER CONTENT UND FEATURES FÜR DIE BRANCHEN

Hier finden Sie relevante News rund um die StartUp Szene, lesen Blogartikel und bekommen Neuigkeiten über THE GROW. Freuen Sie sich auf spannende Beiträge und Interviews mit hochrangigen Gesprächspartnern aus Wirtschaft, Wissenschaft und Politik.





**THE GROW-APP, EINZIGARTIG  
& ALLES RASCH IM BLICK!**

Das gibt es nur bei THE GROW!



**MITGLIED WERDEN &  
GRENZEN SPRENGEN.**

[WWW.THE-GROW.DE/MITGLIED-WERDEN](http://WWW.THE-GROW.DE/MITGLIED-WERDEN)



## TERMINE ONLINE VORSTELLUNG: 15.06.2023 & 22.06.2023

### EINLEITUNG

Die Wissensvermittlung spielt eine zentrale Rolle für den Erfolg von Unternehmen im Mittelstand. Insbesondere CEOs und die erste Führungsebene haben die Verantwortung, sicherzustellen, dass ihre Mitarbeitenden über das notwendige Wissen und die Fähigkeiten verfügen, um ihre Aufgaben effektiv zu erfüllen. Eine Möglichkeit, die Wissensvermittlung im Mittelstand zu fördern, besteht darin, eine Akademie aufzubauen, die gezielt auf die Bedürfnisse des Unternehmens und seiner Mitarbeitenden ausgerichtet ist.

Der THE GROW Entrepreneurs Club ist ein Netzwerk, das den Mittelstand mit StartUps verbindet und Unternehmer:innen ein hochkarätiges Netzwerk ermöglicht. Durch den Austausch von Wissen und Erfahrungen können sowohl etablierte Unternehmen als auch StartUps voneinander profitieren und ihre Wettbewerbsfähigkeit stärken.

### HERAUSFORDERUNGEN BEI DER WISSENSVERMITTLUNG IM MITTELSTAND

Die Wissensvermittlung im Mittelstand kann aufgrund von begrenzten Ressourcen und Zeitknappheit eine Herausforderung darstellen. CEOs und die erste Führungsebene müssen sicherstellen, dass die Wissensvermittlung effektiv und effizient ist, um eine hohe Mitarbeiterzufriedenheit und einen erfolgreichen Geschäftsbetrieb zu gewährleisten.

### VORTEILE EINER THE GROW-AKADEMIE IM MITTELSTAND

Eine Akademie im Mittelstand bietet zahlreiche Vorteile. Sie ermöglicht es Unternehmen, ihre Mitarbeiter gezielt und bedarfsorientiert zu schulen. Die Schulungen können dabei auf die individuellen Bedürfnisse des Unternehmens und seiner Mitarbeiter zugeschnitten werden. Eine Akademie kann auch dazu beitragen, das Wissen und die Fähigkeiten der Mitarbeiter zu standardisieren und somit eine höhere Qualität in der Arbeit zu erreichen. Zusätzlich kann eine Akademie als Instrument zur Mitarbeiterbindung dienen und somit die Fluktuation reduzieren.

### AUFBAU EINER THE GROW-AKADEMIE IM MITTELSTAND

Um eine Akademie im Mittelstand aufzubauen, sind verschiedene Schritte notwendig. Zunächst müssen die Bedürfnisse des Unternehmens und seiner Mitarbeiter ermittelt werden. Dazu können zum Beispiel Mitarbeiterbefragungen, Kompetenzanalysen oder Bedarfsanalysen genutzt werden. Auf Basis dieser Ergebnisse können Schulungspläne und -konzepte entwickelt werden. Es ist wichtig, dass diese Schulungspläne und -konzepte auf die individuellen Bedürfnisse des Unternehmens und seiner Mitarbeiter abgestimmt sind.

Als nächstes muss die Infrastruktur für die Akademie geschaffen werden. Dazu gehört die Einrichtung von Räumlichkeiten, die Ausstattung mit der notwendigen Technik sowie die Einstellung von qualifiziertem Personal. Auch die Finanzierung der Akademie muss geklärt werden. Umsetzung und Erfolgskontrolle

Nachdem die Akademie im Mittelstand aufgebaut wurde, müssen Schulungen durchgeführt und der Erfolg gemessen werden. Hierbei können verschiedene Methoden wie zum Beispiel Prüfungen, Feedbackgespräche oder Beobachtungen genutzt werden. Eine regelmäßige Evaluation und Anpassung der Schulungspläne und -konzepte sind notwendig, um eine hohe Qualität der Schulungen sicherzustellen.

Der THE GROW Entrepreneurs Club bietet Unternehmer:innen im Mittelstand eine einzigartige Möglichkeit, ihr Wissen und ihre Fähigkeiten zu erweitern. Durch den Austausch mit StartUps und anderen Mitgliedern des Clubs können Unternehmer:innen wertvolle Einblicke gewinnen und ihr Netzwerk erweitern. Dabei wird die Wissensvermittlung auf eine neue Ebene gehoben, da nicht nur das Know-how von Experten, sondern auch die Erfahrungen von anderen Unternehmer:innen genutzt werden können.

### FAZIT

Insgesamt ist die Wissensvermittlung im Mittelstand von großer Bedeutung für den Geschäftserfolg. Eine Akademie kann dabei helfen, die Mitarbeiter gezielt und bedarfsorientiert zu schulen und die Qualität der Arbeit zu verbessern.



# 1 MIO. BIENEN VON THE GROW

## JETZT SIND SIE GEFRAGT!!!!

THE GROW und beefuture setzen sich für Nachhaltigkeit und den Schutz unserer Umwelt ein und haben eine großartige Zusammenarbeit ins Leben gerufen. Gemeinsam haben sie das Ziel, möglichst viele Bienenvölker mit über 1 Million Bienen im gesamten DACH-Raum zu positionieren. Aber warum sind Bienen eigentlich so wichtig für unsere Umwelt?

Bienen sind unverzichtbare Bestäuber von Pflanzen und tragen somit maßgeblich zur Erhaltung der Artenvielfalt bei. Außerdem sind sie ein wichtiger Indikator für die Gesundheit unseres Ökosystems. Ohne Bienen würde unsere Welt anders aussehen. Viele Pflanzenarten könnten nicht bestäubt werden und somit gäbe es weniger Nahrung für uns und andere Tiere.

Mehr zum Projekt erfahren Sie in folgendem Video:  
<https://www.the-grow.tv/de-int/playerpage/1598201>.

Um die Bedeutung von Bienen und Nachhaltigkeit weiter in den Fokus zu rücken, haben THE GROW und beefuture außerdem ein unvergessliches Nachhaltigkeitswochenende vom 23.06.2023 bis 25.06.2023 für Entrepreneur:innen in Kitzbühel organisiert. Das Wochenende wird vollgepackt sein mit aufregenden Aktivitäten, die die Schönheit der Natur näherbringen werden.

Für die Golf-Enthusiasten unter den Teilnehmenden gibt es ein Charity-Golfturnier, bei dem sie ihre Fähigkeiten unter Beweis stellen und gleichzeitig etwas Gutes tun können. Wer es gerne etwas aktiver mag, für den gibt es eine geführte E-Mountainbike-Tour durch die majestätischen Kitzbüheler Alpen. Hier können Abenteuerlustige ihre Grenzen austesten und sich von der atemberaubenden Landschaft verzaubern lassen.



Das Wochenende wird jedoch nicht nur sportlich, sondern auch lehrreich. Die Teilnehmenden werden tiefe Einblicke in das Thema Nachhaltigkeit erhalten und in die faszinierende Welt der Honigproduktion eintauchen. Sie werden erfahren, wie sie Nachhaltigkeit in ihr Unternehmertum implementieren können und wie sie ihre Produkte und Dienstleistungen auf eine umweltbewusste Art und Weise gestalten können.

Es ist Zeit, gemeinsam etwas Gutes für unseren Planeten zu tun. THE GROW und beefuture setzen sich mit ihrer Zusammenarbeit und dem Nachhaltigkeitswochenende für eine bessere Zukunft ein. Machen Sie mit!

### ANMELDUNG:

<https://my.the-grow.com/de/events/das-wochenende-der-nachhaltigkeit-beefuture-250>



**THE  
GROW** KAMMERN

**ENDLICH EINE STIMME  
HABEN & NICHT MEHR  
NUR IGNORIERT WERDEN.**



**JAN KEMPF**  
FLIESEN KEMPF GMBH & CO. KG,  
VORSTANDSVORSITZENDER KAMMERN

Gemeinsam zum Erfolg - Zusammenarbeit ist der Schlüssel zum Erfolg in einer sich ständig verändernden Welt. In unseren THE GROW Kammern steht das Miteinander im Mittelpunkt, um Unternehmen aus verschiedenen Branchen zu vernetzen und vertrauensvolle Beziehungen aufzubauen. Meine Vision ist es, ein offenes, ehrliches und wertschätzendes Kammernsystem aufzubauen, das speziell für Klein- und Mittelstandsunternehmen konzipiert ist.

Wir wollen eine moderne und wachstumsorientierte Gemeinschaft schaffen, die Unternehmer und Unternehmerinnen unterstützt und fördert. In unserer immer komplexer werdenden Welt ist es wichtiger denn je, dass wir uns vernetzen und zusammenarbeiten. Werde Teil unserer Community und wachse gemeinsam mit uns!

**MELTINGPOT DER IDEEN  
WISSENSTRANSFER VON ALLEN SEITEN**

Die Branchen schöpfen aus dem neuesten Wissen unserer über 1.000 Entrepreneur:innen & Top Expert:innen, aus den verschiedenen Circles & aus zahlreichen Innovation Talks.



**DER BLICK ÜBER DEN TELLERRAND  
NETWORKING IN ALLEN BRANCHEN**

Branchenübergreifendes Matchmaking und Vernetzen auf Augenhöhe - dieses Netzwerk und die daraus resultierenden Chancen sind wirklich einzigartig!

**EXKLUSIV UND INFORMATIV  
NETZWERKEN AUF ZAHLREICHEN  
VERANSTALTUNGEN**

Branchenübergreifende Netzwerke können neue Geschäftsmöglichkeiten eröffnen, indem sie Kooperationen, Joint Ventures oder Partnerschaften zwischen Unternehmen verschiedener Branchen ermöglichen.

FINANZEN / BANKEN

TOURISMUS / GASTRONOMIE / HOTELLERIE

HANDEL

HANDWERK

GESUNDHEIT & HEILBERUFE

IMMOBILIEN

INDUSTRIE

DATA, IT & KOMMUNIKATION

JUNGUNTERNEHMERINNEN

KULTUR UND BILDUNG

LAND-, FORTSWIRTSCHAFT & BERGBAU

VERKEHR & LOGISTIK

RECHT & STEUERN

CONSULTING, DIENSTLEISTUNG & MARKETING

# DIE VORSTÄNDE DER BRANCHEN

## BRANCHE HANDWERK



**MIKE OVERBECK**  
MEILENSTEIN MASSIVHAUS GMBH



**STEFFEN BAUEREISS**  
BAUEREISS GMBH



**ANDREAS KAISER**  
GOODMAN ENERGY GMBH

## BRANCHE RECHT & STEUERN



**KAI SCHIMMELFEDER**  
FEDER CONSULTING

## BRANCHE FINANZEN / BANKEN



**MARCUS D. SCHULZE**  
NATIONAL PAYMENT GMBH



**HERBERT NISSEL**  
COVAGO VERSICHERUNGSMAKLER GMBH



**FRANK SCHWARZ**  
THE BENEFIT COMPANY GMBH

## BRANCHE IMMOBILIEN



**SERDAL GÜZEL**  
NOYA GENERALPLANUNG & PROJEKTMANAGEMENT GMBH



**LENA SCHWEIZER**  
ALLSERV GMBH

## BRANCHE DATA, IT & KOMMUNIKATION



**BEDRETTIN ALTAY**  
NOYA GMBH



**FATIME CETINKAYA**  
CEKASO GMBH



**REHAN KHAN**  
RABB IT SOLUTIONS GMBH

## BRANCHE HANDEL



**KLAUS NEUBERT**  
PFENNIGPFEIFFER  
HANDELSGESELLSCHAFT MBH

## BRANCHE CONSULTING, DIENSTLEISTUNG & MARKETING



**JOSEF KÖPPL**  
SCALUP GMBH



**VERA PETERS**  
BUSINESSART BY VERA PETERS



**VOLKER WIEDEMANN**  
REDNER UND EXPERTE FÜR  
ZUKUNFTSFÄHIGE UNTERNEHMEN

## BRANCHE GESUNDHEIT & HEILBERUF



**STEFFI BUSSE**  
FBO – DIE ZAHN- UND  
GESICHTSSPEZIALISTEN



**BIANCA HEIDL**  
GESUNDHEITSBERATERIN

## BRANCHE VERKEHR & LOGISTIK



**RÜDIGER FROMM**  
PALETTEN-GIGANT GMBH



**INGO KERSTEN**  
1STCLASSJETS IKR AVIATION  
SERVICES GMBH



**ADRIAN ZIERER**  
CHARGE CONSTRUCT GMBH

## BRANCHE TOURISMUS, GASTRONOMIE & HOTELLERIE



**NADINE DORAU**  
NADINES SCHMECKEREI

## BRANCHE INDUSTRIE



**LEENA GAEBLER**  
SCHUMACHER PACK  
SOLUTION GMBH



**ANTON SENNEBOGEN**  
SENNEBOGEN  
MASCHINENFABRIK GMBH



**CHRISTOPHER KÖBLER**  
ALPHA-LAYTRON GMBH

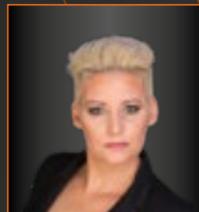
## BRANCHE JUNGUNTERNEHMERINNEN



**SANDRA HAPPEL**  
LEVERAGE EXPERTS



**JOHANNA LEISCH**  
GREENLING GMBH



**ANDREA OHM**  
H2O FOLIEN-TECHNIK GBR

## BRANCHE LAND, FORSTWIRTSCHAFT & BERGBAU



**VIELLEICHT SIE?**  
KONTAKTIEREN SIE JAN KEMPF  
JAN.KEMPF@THE-GROW.COM



**JAN KEMPF**  
VORSTANDSVORSITZENDER  
THE GROW KAMMERN

## GEMEINSAM ZUM ERFOLG

In einer Welt, die sich ständig verändert und weiterentwickelt, ist Zusammenarbeit der Schlüssel zum Erfolg. In unseren THE GROW Kammern steht das Miteinander im Mittelpunkt. Wir schaffen eine Plattform, auf der Unternehmen aus verschiedenen Branchen sich vernetzen und vertrauensvolle Beziehungen aufbauen können. Meine Vision ist es, ein offenes, ehrliches und vor allem wertschätzendes Branchen-System aufzubauen und gezielt für kleine und mittelständische Unternehmen einzustehen.

Da ich selber genau aus diesem Bereich komme, weiß ich, wie schwer es ist, gehört oder gesehen zu werden.

Mir ist wichtig, dass es nicht die nächste steife Vereinigung ist, die nur kostet und nichts bringt. Sondern dass wir ein modernes, helfendes und wachstumsorientiertes Branchen-System für Unternehmer:innen aufbauen.

In einer immer komplexer werdenden Welt ist es wichtiger denn je, dass wir uns vernetzen und zusammenarbeiten. In den THE GROW Kammern bieten wir eine Plattform, auf der wir gemeinsam die Zukunft unserer Branche gestalten können.

**Werde Teil unserer dynamischen & ambitionierten Community und lass uns gemeinsam wachsen!**



**SABRINA PÖSCHL**  
DEUTSCHE VERMÖGENSBERATUNG

## MENSCHEN BRAUCHEN MENSCHEN.

Mein Name ist Sabrina Pöschl, ich bin 24 und seit 5 Jahren Jungunternehmerin aus Neustadt an der Aisch. In meiner Tätigkeit als Finanzcoach, coache ich Unternehmen, Selbstständige und Privatpersonen, mit cleveren Konzepten in eine finanzielle Freiheit zu gelangen. Wir sind ein junges, dynamisches und stark wachsendes Team. Bei uns steht Erfolg und Spaß im Business mit an erster Stelle. Für mich war es als Kind schon das wichtigste richtig Karriere zu machen und für meine eigene Familie sehr gut Sorgen zu können. Durch diesen Beruf, meinen Traumberuf, kann ich mir meine Träume erfüllen.

Ich lebe und liebe die Finanzbranche seit meiner Ausbildung zur Bankkauffrau im Jahr 2015. In 8 Jahren habe ich sowohl selbst in meinem Unternehmen, als auch in der Finanzbranche einige „Ups and Downs“ miterlebt. Dadurch lernte ich den Spruch zu teilen, Kontakte braucht nur der der keine hat.

Denn gute Beziehungen und große Netzwerke zu pflegen und neu zu knüpfen sind elementar für den Erfolg einer Unternehmerin und eines Unternehmers. Wir haben alle täglich mit Geld zu tun, aber den wirklichen Umgang damit lernt keiner. Und genau hier werden engagierte Berater mit ernsthaftem Interesse an den Menschen gefragt. Ich berate selbst Kunden und bilde in meinem Team qualifizierte Berater mit Herz aus. Es ist noch sehr viel zu bewegen, in der Finanzbranche. Aber gemeinsam können wir die Finanzdienstleistungen auf das „Next Level“ bringen.

Geld ist nicht alles! Aber ohne Geld ist alles Nichts! Zumindest in unserer aktuellen Welt. Vielleicht möchten das manche nicht hören, aber wir sollten lernen mit Geld umzugehen. Wir können so viel Gutes mit Geld bewirken. Ich freue mich drauf gemeinsam die Zukunft zu gestalten.

## VOM INGENIEUR ALS QUEREINSTEIGER IN DIE FINANZWELT ...

... das ist meine Story. Mein Name ist Matthias Hintze ich bin 30 Jahre jung und seit drei Jahren selbstständig als Finanzcoach. Der Traum von der Selbstständigkeit und der Aufbau meines eigenen Unternehmens hat mich seit Beginn meines Studiums begleitet.

Eine Chance wird erst zu einer wirklichen Chance, wenn man sie erkennt und auch nutzt, so habe ich mit 27 beschlossen, nach mehrjähriger Berufserfahrung als Ingenieur im Bereich Mechatronik, einen neuen Karriereweg einzuschlagen. Der Drang nach einem selbstbestimmten Leben war hier zu groß, als dass ich diese Chance ungenutzt verstreichen lassen wollte.

Die Deutsche Vermögensberatung (DVAG) hat hier, mit ihrem Karriere- und Ausbildungssystem, für die optimalen Rahmenbedingungen gesorgt. Mit meinem Coach an meiner Seite hatte ich über 30 Jahre Berufserfahrung, auf die ich immer zurückgreifen konnte. Zusammen mit den vorgeschriebenen Qualifikationen ist mir der Quereinstieg erfolgreich gelungen.

Die Finanzdienstleistung wird oft sehr kritische gesehen, durch Verkaufsdruck von oben kommt das Interesse des Kunden oft nur an zweiter Stelle. Hier hat die DVAG ein andere Philosophie, hier steht das Kundeninteresse im Vordergrund. Dadurch kann ich in meiner Tätigkeit als Finanzcoach meine Kunden genau in den Punkten unterstützen, in denen sie auch Unterstützung wollen und brauchen.

Meine Kunden setzen sich zusammen aus Privatkunden, Selbstständigen und Unternehmen. Diese Kombination ist eine attraktive Abwechslung aber auch der Schlüssel zum Erfolg. Einem Unternehmen geht es gut wenn es seinen Mitarbeitern gut geht, deshalb ist es in der heutigen Zeit außerordentlich wichtig, einen Mehrwert für seine Mitarbeiter zu schaffen.

Mit meinen Möglichkeiten helfe ich dabei in Unternehmen Konzepte für betriebliche Altersvorsorge und betriebliche Gesundheitsvorsorge zu installieren. Gepaart mit verschiedenen Gesundheitsprogrammen die dabei helfen die Mitarbeiter wieder schneller aus dem Krankenstand zu begleiten.

Der größte Hebel steckt allerdings dann im zusätzlichen Coaching der Mitarbeiter und das erarbeiten einer Strategie wie jeder individuell einen effizienteren Umgang mit seinem verdienten Geld etablieren kann. Denn den Umgang mit Geld erlernen wir in unserem System leider nicht automatisch, deshalb ist es meine Motivation Menschen in diesen Themen weiterzuhelfen.

Als Quereinsteiger weiß ich, dass es immer Situationen im Leben gibt, in denen eine Chance zu erkennen ist. Weswegen auch ich andere Menschen, die eine solche Möglichkeit suchen, zeige und sie dabei unterstütze ihr eigenes Business als Finanzcoach aufzubauen. Ich habe meine Leidenschaft in meinem eigenen Unternehmen und in der Förderung meiner Kunden und Partner gefunden.



**MATTHIAS HINTZE**  
FINANZCOACH

**Sabrina Pöschl – darauf sind wir sehr stolz:**

**1. BRANCHENMITGLIED – EINE FRAU!**

# EHRlichKEIT IM GESCHÄFTSLEBEN – KANN MAN SICH DIESE ÜBERHAUPT LEISTEN?



Bernhard Schindler, Chairman THE GROW

Auf das alte Sprichwort „Ehrlichkeit lohnt sich“ reagieren bissige Spötter und TikTok Videos heutzutage mit „Aber nicht genug!“ Dieselbe Ansicht vertritt ein Buch, welches ich gerade gelesen habe: The Importance of Lying (Warum Lügen wichtig ist), wenn es sagt, dass Ehrlichkeit zwar „ein edles Ideal sein mag, aber im harten Kampf um Überleben und Sicherheit von geringem Wert ist. Der Mensch hat gar keine Wahl mehr. Er muß lügen, um zu leben.“

Glaubst du das, glaube ich das? Viele Geschäftsleute tun es. Und dies mehr und mehr! Unehrllichkeit ist so weit verbreitet, dass“man alles machen kann, solange man nur nicht erwischt wird“, wie es verlockend in einer Anzeige für ein „Familienspiel“ heißt, dessen Teilnehmer „Geschäftsunternehmen“ leiten. Für diejenigen jedoch, die im Geschäftsleben unehrlich sind, ist die Unehrllichkeit kein „Spiel“. Sie sagen oft: „Man kann es sich gar nicht leisten, ohne sie auszukommen.“ Ein Unternehmer, welche ich sehr schätze sagte mir vor kurzem: „Hinterfotzigkeit nimmt sonders gleichen zu, Dummheit geht einher, um größer zu wirken.“

Über das Gewissen sagte Daniel Drew, ein skrupelloser Finanzmann des vorigen Jahrhunderts, folgendes: „Auf Haarspaltereien haben wir uns gar nicht erst eingelassen ... Ein empfindliches Gewissen zu haben wäre dasselbe, als wenn ein Schmied einen Schurz aus weißer Seide hätte. Manchmal muss man sich eben die Hände schmutzig machen.“

Ist es wirklich wahr, daß man sein Gewissen unterdrücken muss, um im Geschäftsleben erfolgreich zu sein? Kann ein Geschäftsmann es sich nicht leisten, ehrlich zu sein? Da das Gewissen damit zu tun hat, ist meine ureigene Ansicht, dass Ehrlichkeit ins rechte Licht gestellt wird und zeigt, was Unehrllichkeit wirklich ist.

Spannend jedoch, wer steht zu wem, wenn unehrliche Auffliegen? Gibt es noch Rückenhalt oder nur noch hauen und stechen? Schlecht machen, denunzieren? Ich hasse Menschen, die dies tun! Und Menschen die keinen Arsch in der Hose haben und andere schlecht machen haben in meinem Leben auch nichts mehr zu tun. Ich schreibe das ganz bewusst als Chairman hier herein, weil es sich einige wohl zur Freude gemacht haben, ohne Wissen zu urteilen. So halte ich die schützende Hand über meine KollegInnen und Mitarbeitende, meine Familie und mir lieb gewordenes.

**SO EMPFEHLE ICH DIES EUCH AUCH ZU TUN. DAS LEBEN LIEBE KOLLEG:INNEN IST DOCH VIEL ZU KURZ, UM IRGENDINEM TREND ZU FOLGEN.**

Bernhard Schindler



# ÖKOLOGISCH, NACHHALTIG & SMART

CHRISTIAN GERICKE

**Die bitkasten AG aus Nürnberg hat einen erfolgreichen Turnaround erreicht, der eine Neupositionierung, signifikante Änderungen am Produkt und eine Umbenennung des Unternehmens innerhalb der letzten 2 Jahre beinhaltete. Zusätzlich dazu hat das Unternehmen zwei ISO-Zertifizierungen erhalten und eine starke Social-Media-Präsenz aufgebaut, um ein Momentum zu schaffen. Diese Maßnahmen haben zu einer gesteigerten Zufriedenheit der Mitarbeiter und einem starken Teambeitrag geführt.**

Dank dieser positiven Entwicklungen konnte die bitkasten AG einen strategischen Partner gewinnen und zuletzt sogar mehrere Kaufangebote erhalten. Das Unternehmen strebt danach, seine Erfolgsgeschichte fortzusetzen und weiter zu wachsen.

Es handelt sich dabei um einen alternativen Anbieter, der nach der Deutschen Post der größte private Anbieter physisch zugestellter Sendungen ist und nun ihr Kerngeschäft um eine digitale Zukunftsoption erweitern möchte.

Die bitkasten AG wird diesem Partner dabei helfen, sich in Zukunft digitaler und nachhaltiger aufzustellen.

Christian Gericke, CEO bitkasten AG dazu: „Der Verkaufsprozess einer Aktiengesellschaft inklusive einer umfangreichen Due Diligence war sehr intensiv, hat aber nur 7 Wochen gedauert, vom ersten Anruf bis zum Notartermin.“

Der deutsche Postdienst dvs erweitert seine Position als Lösungsanbieter für volumenstarke Geschäftspost, indem er eine 51%ige Beteiligung an dem in Nürnberg ansässigen digitalen Softwareanbieter bitkasten AG übernimmt.

Dieser Schritt ermöglicht es dvs, Kunden die Wahl zwischen traditioneller physischer Post und einer digitalen Alternative anzubieten. Die Akquisition wird keine Auswirkungen auf bestehende Strukturen, Verträge oder Bedingungen für Kunden, Partner oder Mitarbeiter beider Unternehmen haben.

Die bitkasten-Plattform garantiert Datenschutz und Rechtssicherheit für ihre Nutzer, die digitale Post von teilnehmenden Absendern empfangen und archivieren können. Der Schritt ist Teil von dvs' Strategie, sowohl im physischen als auch im digitalen Postversand führend zu werden, Kosten zu senken, Zustellzeiten zu verbessern und Nachhaltigkeit zu fördern.



Christian Gericke, CEO bitkasten AG

Weitere Informationen zur Mehrheitsbeteiligung des strategischen Partners können auf der Webseite der bitkasten AG unter <https://www.bitkasten.de/dvs-mehrheitsbeteiligung/> gefunden werden.



# „WIR LEBEN KUNDEN“ & STELLEN DEN MENSCHEN IN DEN MITTELPUNKT.

## DIE UNTERNEHMENSPHILOSOPHIE VON COVAGO VERSICHERUNGSMAKLER GMBH.

Die COVAGO ist ein unabhängiger Versicherungsmakler mit mehreren Standorten in Deutschland. Die Geschäftsleitung besteht aus Dominik Hägele und Thorsten Schiffgens. Unser Unternehmen berät Privat- und Gewerbekunden und entwickelt auch eigene Deckungskonzepte. Getreu unserer Unternehmensphilosophie „Wir leben Kunden“ stellen wir den Menschen in den Mittelpunkt. Unser Fokus liegt immer darauf, nah dran zu sein.

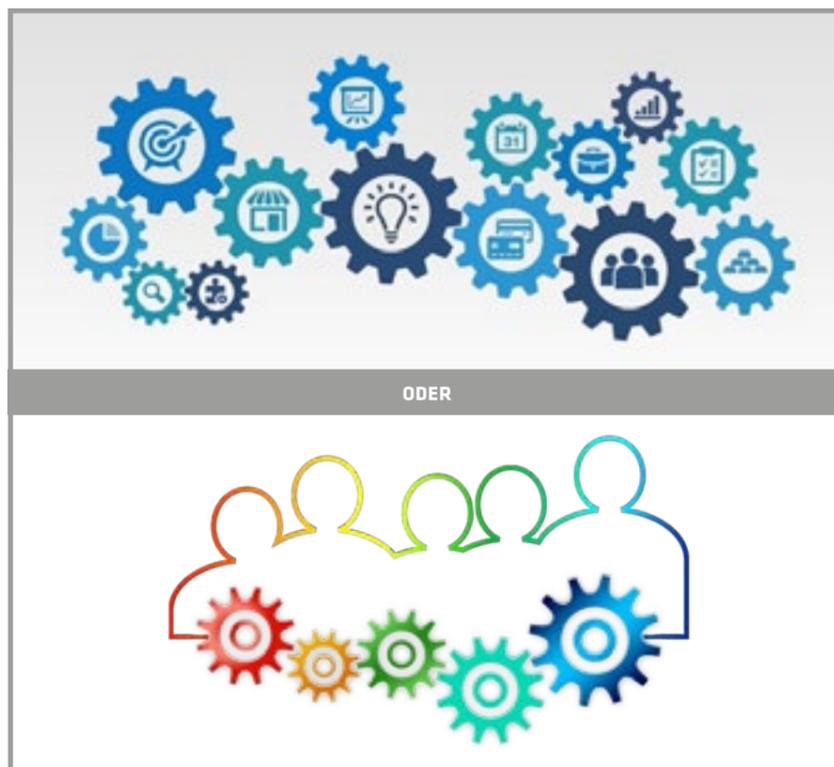
**EIN UNTERNEHMEN IST IMMER NUR SO GUT WIE DIE PERSONEN, DIE DAFÜR ARBEITEN.** „Von allem ein bisschen ergibt am Ende auch ein Ganzes“ ist NICHT unser Anspruch. Wir sind keine Alleskönner, sondern echte Spezialisten. Besonders stolz sind wir auf unser Spezialistentum in der COVAGO. Für jedes Thema haben wir Experten, welche sich genau auf den jeweiligen Bereich spezialisiert haben. So können wir im Team das beste Gesamtkonzept erarbeiten.

Wir können uns zu 100% auf unsere Mitarbeiter verlassen und können unseren Kunden einen hervorragenden außerordentlichen Service bieten. Egal ob persönlich oder digital, unsere Mitarbeiter passen sich an alle Kundenwünsche an, auch außerhalb der gängigen Geschäftszeit. Unsere Kunden entscheiden, wie und wo wir Sie beraten sollen. Möchte der Kunde zu uns ins Haus kommen, ist dieser herzlich Willkommen.

Egal ob beim Kunden, beim Versicherer oder bei den Mitarbeitern. Gerade deswegen sind wir einfach angenehm anders und stolz darauf. Den verstaubten Versicherungsmakler mit Anzug und Krawatte sucht man bei uns vergebens.

Ausgehend von den Bedürfnissen und Zielen eines jeden Einzelnen erarbeiten wir individuelle Vorsorge- und Absicherungskonzepte. COVAGO ist ein modernes sowie digitales, nahezu papierloses Unternehmen, welches mit der Zeit geht und die Mitarbeiter der COVAGO-Familie mit verschiedenen Arbeitszeitmodellen aktiv bei der Work-Life-Balance unterstützt. Unser Ziel ist ein bundesweiter hybrider Vertrieb, damit unsere Kunden zum Fan werden und durch unsere Dienstleistung begeistert werden.

Wir arbeiten eng mit über 100 Versicherungsgesellschaften zusammen und helfen bei der Entwicklung neuer zeit- und marktgerechter Versicherungsprodukte, hierbei ist es uns wichtig, dass der Versicherungsschutz gleich bleibt bzw. steigt und nicht die Prämie höher wird.



**Dominik Hägele & Thorsten Schiffgens,**  
Geschäftsführende Gesellschafter, COVAGO Versicherungsmakler GmbH

Möchte der Kunde, dass wir zu ihm ins Haus kommen sollen, dann besuchen wir ihn persönlich zu Hause. Und wenn der Kunde lieber eine Beratung per Video Call möchte, so setzen wir diese auch gerne auf diesem Weg um. Unsere Technik erlaubt überall eine Beratung. Wir gehen individuell auf jeden einzelnen Privat- oder Firmenkunde ein und bieten Lebensphasen-basierte Beratungen nach den jeweiligen Wünschen, Bedürfnissen und Prioritäten des Kunden. Der COVAGO-Service endet nicht bei Abschluss, sondern beginnt mit diesem, denn für uns steht der Kunde stets im Vordergrund.

Hierbei stehen wir bei Fragen, Änderungen, Anpassungen und im Leistungs-/Schadensfall immer mit einem offenen Ohr und unserer Expertise zur Verfügung. Unser Anspruch ist, dass jeder Kunde gut und ehrlich behandelt wird, beste Informationen erhält und fachmännische, verständliche wie auch empathische Unterstützung erhält. Im besten Fall ergibt sich daraus eine langfristige und vertrauensvolle Zusammenarbeit, in welcher wir den Kunden als Mensch weiter in den Mittelpunkt stellen können.

### WERTSCHÄTZUNG DER MITARBEITER

Wir arbeiten mit Mitarbeitern, die perfekt zu unserer Unternehmensphilosophie der COVAGO-Familie passen und unser Spezialistentum bereichern. Unsere Mitarbeiter erhalten von uns betriebliche Benefits, um Ihnen die gerechtfertigte Wertschätzung, welche sie verdienen, zu bieten und damit den Zusammenhalt zu steigern.

### NACHHALTIGKEIT AUCH BEI UNS EIN GROSSES THEMA

Das Thema Nachhaltigkeit ist in der heutigen Zeit nicht mehr wegzudenken. So haben wir uns sehr schnell für ein Projekt entschieden, mit dem wir uns identifizieren können, nachdem die Nachhaltigkeit im COVAGO-Alltag aktiv gelebt wird. Unsere Kunden dürfen uns bei Google bewerten (Google-Rezension) und für jede Bewertung wird als Dankeschön ein Baum im Namen unserer Kunden gepflanzt.

Unser COVAGO-Wald hat bereits über 500 Bäume, auf die wir sehr stolz sind. Feedback ist enorm wichtig. Denn nur so kann man als Unternehmen weiter wachsen. Wir für uns haben entschieden, dass wir diese Kundenbewertungen belohnen möchten. Denn sie bringen uns als Unternehmen weiter voran. Gleichzeitig etwas für die Umwelt zu tun, schien für uns die perfekte Lösung. Somit können wir und unsere gepflanzten Bäume wachsen.

Außerdem haben wir in unserem Portfolio auch alle aktuell vorhandenen nachhaltigen Versicherungslösungen für unsere Kunden.

### ZUSAMMENARBEIT MIT DEM THE GROW NETZWERK

The Grow als Netzwerkpartner ist ein freundschaftliches Miteinander auf Augenhöhe. Wir durften bereits viele tolle Veranstaltungen besuchen und durften zudem als Mitveranstalter unserer Partnerfirma The Benefit Company GmbH agieren.

Das Niveau und die Partnerindividualität der Veranstaltungen hat uns vollends von The Grow Netzwerk überzeugt. Das Networking in verschiedenen Branchen verbindet und man hilft sich gegenseitig, dieser Spirit ist einfach toll und wir sind stolz darauf, ein Teil davon sein zu dürfen und den Mitgliedern von The Grow einen Mehrwert bieten zu können, da wir einfach anders vorgehen.

Die COVAGO-Familie findet zu jeder Ausgangslage ein individuelles Vorsorge- und Absicherungskonzept, egal ob private oder geschäftliche Absicherung.

**Kommt gerne auf uns zu - wir kümmern uns.**

# UNTERNEHMERISCHES LEBENSWERK ERFOLGREICH UMSETZEN

FRANK BRÖKER

**Reichen Ihnen 5% Umsatzrendite? Reichen Ihnen also von 100,-€ Umsatz 5,-€ Gewinn vor Steuern? Das ist in etwa der Durchschnitt des produzierenden Gewerbes in Deutschland. Der gesamte Mittelstand kommt durchschnittlich auf ca. 7,5%. Sie werden mir zustimmen, dass das nicht viel ist.**

Apple mit Sitz in den USA hat seit Jahren eine Rendite zwischen 20% und 27%. Die Rational AG in Deutschland bewegt sich seit Jahren zwischen 20% und 30%. Selbst wenn wir jetzt bei den Finanzkennzahlen genauer hinschauen müssen, um Sie vergleichen zu können: Es gibt einige Unternehmen, die ein deutlich besseres Ergebnis einfahren als andere.

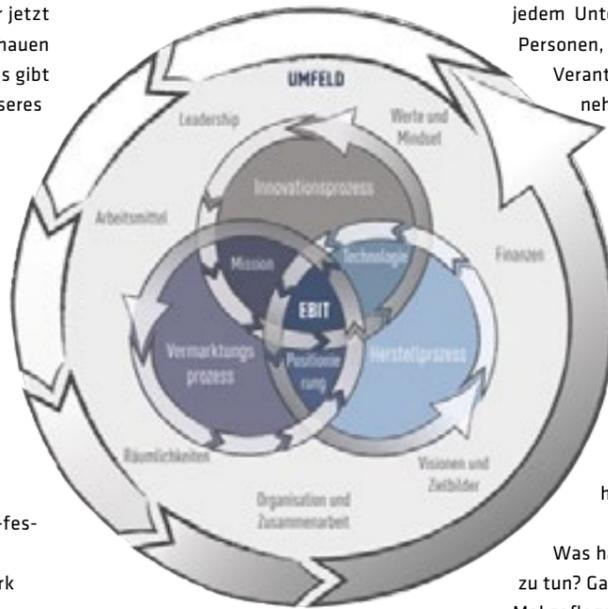
**Wenn Sie jetzt eher dem Durchschnitt angehören, dann sollten Sie sich folgende Fragen stellen:**

- ➊ Möchte ich das weiterhin akzeptieren?
- ➋ Habe ich bei all der Verantwortung für Mitarbeiter und Gesellschaft nicht mehr verdient?
- ➌ Möchte ich nicht unabhängiger werden von Banken und anderen Fremdkapitalgebern?
- ➍ Möchte ich mein Unternehmen krisen-fester oder resilienter machen?
- ➎ Was kann ich tun, um mein Lebenswerk erfolgreich umzusetzen?

Mein Name ist Frank Bröker. Aufgewachsen in einem kleinen Handwerksbetrieb, der bereits 1934 gegründet wurde, habe ich früh erfahren, was gut und was auch nicht so gut funktioniert. Aus meiner Geschichte ziehe ich meinen Antrieb jeden meiner Kunden erfolgreich zu machen. Ich beschäftige mich seit mehr als 25 Jahren damit, Produkte, Prozesse und ganze Unternehmen erfolgreicher zu machen und bringe Erfahrung von der Werkbank bis zur Unternehmensführung mit.

Seit 2016 habe ich dazu meine eigene Spezialberatung, die EBITengineers gegründet, die derzeit zehn Mitarbeiter zählt und weiterhin wächst.

Unser Ansatz ist ganzheitlich. Wir schauen bei jedem Kunden, bei jedem Projekt auf alle Aspekte eines Unternehmens und erreichen somit zum Teil die Verdopplung des Gewinns oder die Verdopplung der Ausbringung aus der Produktion.



Aktuell konnten wir durchschnittlich den Gewinn unserer Kunden um ca. 68% steigern und machen uns damit quasi selbst bezahlt. Dabei gehen wir über die relevanten Aspekte der drei Hauptprozesse eines jeden Unternehmens: Innovations-, Herstell- und Vermarktungsprozess.

Es gibt in Deutschland 3,4 Mill. Unternehmen, mit 35,1 Mill. abhängig Beschäftigten und einem Umsatz von insgesamt 7.790 Mrd. Euro. Hinter jedem dieser Unternehmen steht eine Idee, ein Geschäftsmodell und ein Ziel, das verfolgt wird. Dabei werden die Unternehmen im Durchschnitt gerade einmal 9 Jahre alt. Es ist also häufig ein ständiges Kommen und Gehen am Markt. Und damit kommen und gehen auch die Ideen und Geschäftsmodelle. Wir erleben einen ständigen Wandel. Dabei steht hinter jedem Unternehmen eine oder auch mehrere Personen, die mit vollem Einsatz und großer Verantwortung die Geschicke des Unternehmens so gut wie möglich leiten.

Als Unternehmer/in verbringen Sie häufig den größten Teil Ihrer Lebenszeit im und mit dem Unternehmen. Es ist also das eigene Ding oder schlicht das unternehmerische Lebenswerk, um das es geht. Und hier kommen wir ins Spiel. Um das unternehmerische Lebenswerk erfolgreich umzusetzen und zu erhalten, braucht es einen ganzheitlichen Ansatz.

Was hat Ganzheitlichkeit mit dem Fliegen zu tun? Ganz einfach. Wann sind sie das letzte Mal geflogen? Vielleicht sind sie auch einmal in Hamburg gelandet? Während des Landeanflugs haben sie oftmals die Gelegenheit, die gesamte Stadt zu sehen. Sie haben den gesamten Überblick. Wenn Sie jetzt in Hamburg auf dem Rathausplatz stehen, sehen Sie zwar einige prächtige Gebäude und sehen viele Menschen, jedoch haben sie niemals die Gelegenheit, einen Überblick über die gesamte Stadt zu bekommen.

In unseren Projekten sorgen wir dafür, dass alle Beteiligten den Überblick behalten, über das Ganze und achten darauf, dass die Optimierung aufeinander abgestimmt erfolgt.

Wir berücksichtigen dabei die Persönlichkeit des Inhabers, bzw. der Führungsmannschaft, die Keimzelle, bzw. das Fundament des Unternehmens, also die Randbedingungen und gehen dann über auf die drei Hauptprozesse eines jeden Unternehmens. Systematisch gehen wir durch alle Aspekte und finden so das Gesamtoptimum für Ihr Unternehmen, individuell auf Ihre Situation zugeschnitten.

Die drei Hauptprozesse sind dabei wie vorher schon erwähnt Innovationsprozess, Herstellprozess und Vermarktungsprozess. So können Sie sich sicher sein, dass alle Aspekte berücksichtigt werden und wir das bestmögliche Ergebnis für Ihr unternehmerisches Lebenswerk erreichen.

In der Darstellung unseres Ansatzes ist zu erkennen, dass alle Aspekte miteinander wirken. Die ganzheitliche Bearbeitung der Optimierungsprojekte ist wichtig für Ihren maximalen Erfolg. Selbst wenn wir „nur“ Ihren Herstellprozess optimieren, augenscheinlich, haben wir dennoch zu jeder Zeit auch die übrigen Aspekte Ihres Unternehmens im Blick.

Dabei denken wir nicht in Abteilungsgrenzen, sondern immer in Hauptprozessen. Die Produktentwicklung hat überwiegend Einfluss auf den Innovationsprozess. Der Herstellprozess wird beeinflusst von Einkauf, Produktion, Arbeitsvorbereitung und Logistik. Vertrieb und Marketing unterstützen den Vermarktungsprozess.



Frank Bröker, Inhaber & GF EBITengineers & Chaptervorstandschaft Hamburg

Wichtig ist zu verstehen, dass ein Denken in Abteilungsgrenzen ungenügend ist. Sie und Ihr gesamtes Unternehmen sollten sich immer wieder vor Augen halten, dass alle Aspekte in Verbindung stehen. Gerne unterstützen wir Sie dabei.

Unsere Erfolge sind dabei beachtlich. Wir konnten zuletzt für einen Kunden die Umsatzrendite von 12% auf fast 25% pro Jahr verdoppeln. Wir haben bei einem anderen die Produktion so organisiert, dass sich der Output pro Jahr verdoppelt hat. In der Summe unserer Projekte liegen wir aktuell bei einer durchschnittlichen Gewinnsteigerung von 68,9 % pro Jahr und haben uns immer, ausnahmslos, selbst bezahlt gemacht. Und darauf sind wir stolz.

Wenn Sie zukünftig überlegen, wie Sie Ihr Lebenswerk erfolgreich umsetzen wollen, dann denken Sie gerne an EBITengineers und Frank Bröker. Ich freue mich darauf, Sie persönlich kennenzulernen.

**Übrigens: Startups betreue ich zum Teil auch pro bono, denn Deutschland hat starke Unternehmen und gute Ideen verdient.**



# EIN ZUVERLÄSSIGER PARTNER FÜR GEBRAUCHTE MICROSOFT LIZENZEN

## TRUSTEDLICENSE



Ronny Schausten, CEO TrustedLicense

**ALS UNTERNEHMER SIND SIE STETS DARUM BEMÜHT, DIE EFFIZIENZ IN IHREM UNTERNEHMEN ZU STEIGERN UND DABEI BUDGET EINZUSPAREN, OHNE DABEI AUF QUALITÄT ZU VERZICHTEN. EINE MÖGLICHKEIT, DIES ZU ERREICHEN, IST DER EINSATZ GEBRAUCHTER SOFTWARE-LIZENZEN VON TRUSTEDLICENSE.**

### VORTEILE GEBRAUCHTER SOFTWARELIZENZEN

Anders als beim Kauf eines Gebrauchtwagens gibt es bei gebrauchten Lizenzen keinerlei Abnutzungsspuren. Stattdessen bietet das gebrauchte Softwareprodukt den gleichen Funktionsumfang wie am ersten Tag. Der erhebliche Unterschied zeigt sich jedoch im Preis: Wenn Sie in Ihrem Unternehmen Used Software von TrustedLicense einsetzen, können Sie bis zu 72% im Vergleich zum Kauf der jeweiligen Neulizenzen einsparen! Das bedeutet, dass Sie Ihr IT-Budget erheblich reduzieren können, ohne dabei auf die volle Funktionalität verzichten zu müssen.

Aber was ist mit der Rechtssicherheit? Dazu gibt es Grundsatzurteile auf europäischer und nationaler Ebene. Der Europäische Gerichtshof und der Bundesgerichtshof haben klargestellt, dass der Weiterverkauf von gebrauchter Software legal ist. Als Microsoft Partner stellt TrustedLicense sicher, dass die Übertragung der gebrauchten Softwarelizenzen nach geltendem Recht und gemäß den aktuellen Herstellervorgaben abläuft.

Sie erhalten ergänzend zum Download und den Lizenzen eine vollumfassende Dokumentation der rechtssicheren Übertragung. Mit diesen Unterlagen können Sie gegenüber dem Hersteller lückenlos nachweisen, dass Ihre Software rechtskonform erworben wurde.

Der Einsatz von gebrauchter Software von TrustedLicense ist also nicht nur eine kosteneffiziente Lösung, sondern auch eine sichere und rechtlich einwandfreie Alternative zu Neulizenzen. Sie behalten die volle Kontrolle über Ihre Software und können dabei erhebliche Kosten einsparen.

TrustedLicense arbeitet als Händler, Berater und Partner für seine Kunden und kauft gebrauchte Software-Lizenzen auf, um sie weiterzuverkaufen. Das Unternehmen bietet eine Vielzahl von gebrauchten Microsoft-Lizenzen, Betriebssystemen und Server-Anwendungen an, ist seit seiner Gründung in Deutschland ansässig und betreut mittlerweile Kunden in mehreren europäischen Ländern, die Software leasen, kaufen oder verkaufen möchten.

TrustedLicense verfügt über ein erfahrenes Experten-Team, das eng mit seinen Kunden zusammenarbeitet, um individuelle Lösungen anzubieten. Das Unternehmen setzt sich für eine vertrauensvolle Zusammenarbeit und einen offenen Austausch mit seinen Kunden ein und legt besonderen Wert auf die Zufriedenheit seiner Kunden. TrustedLicense ist ein verantwortungsbewusstes Unternehmen, dem es wichtig ist, wertvolle Ressourcen nicht zu verschwenden und seine Umweltauswirkungen zu minimieren.

### IM FALLE EINES SOFTWAREAUDITS UNTERSTÜTZEN WIR UNSERE KUNDEN – KOSTENLOS

Der Prozess der Vorbereitung auf ein Software Audit kann oft zeitaufwändig und ressourcenintensiv sein. Aus diesem Grund bieten wir eine proaktive Unterstützung für Softwareaudits an.

Unsere Experten stehen Ihnen zur Seite, um eine reibungslose Auditvorbereitung zu gewährleisten. Wir unterstützen unsere Kunden durch die proaktive Bereitstellung der notwendigen Unterlagen und übernehmen auf Wunsch die Kommunikation mit den Prüfern. Unsere Auditvorbereitung umfasst die Erstellung eines Softwareinventars und die Dokumentation der eingesetzten Software, um sicherzustellen, dass alle relevanten Informationen den Prüfern zur Verfügung stehen.

Insgesamt ist unsere proaktive Unterstützung für Softwareaudits ein wichtiger Service, der Unternehmen dabei hilft, die Einhaltung von Standards und Vorschriften sicherzustellen und gleichzeitig Zeit und Ressourcen zu sparen. Wir sind stolz darauf, ein vertrauenswürdiger Partner für unsere Kunden zu sein und ihnen jederzeit zur Seite zu stehen, um ihre Geschäftsprozesse zu optimieren.

### WIEDERHOLTE PREISSTEIGERUNGEN FÜR MICROSOFT 365

Angesichts der aktuellen Lage ist es von besonderer Bedeutung, dass Unternehmen ihre Kosten genau im Blick behalten und effiziente Maßnahmen ergreifen, um finanzielle Stabilität und Wettbewerbsfähigkeit zu gewährleisten.

Erneut hat Microsoft die Preise für das gesamte Portfolio der Microsoft Onlinedienste um 11% erhöht – betroffen sind beispielsweise Microsoft 365, Office 365 und Dynamics 365.

Schon im März des vergangenen Jahres hatte Microsoft die Preise für seine Produkte Microsoft 365 und Office 365 je nach Konfiguration zwischen 8,6 und 25 Prozent angehoben. Aktuell kündigt der Konzern weitere Preissteigerungen in den kommenden Jahren an. Solche nicht kalkulierten Preissteigerungen können Ihr IT-Budget erheblich aus dem Gleichgewicht bringen.

Hier kommt TrustedLicense ins Spiel. Als erfahrener Dienstleister für gebrauchte Software bieten wir eine rechtssichere und auditkonforme Möglichkeit, On-Premise Software-Lizenzen zu erwerben.

Vorteile von On-Premise Lösungen sind: lebenslanges Nutzungsrecht, keine fortlaufenden Kosten und auch bei einem möglichen Ausfall der Internetverbindung, kann der Mitarbeiter seine Arbeit fortführen.

### SOFTWARE LIZENZEN VERKAUFEN UND KAPITAL FREISETZEN

Wer Software verkaufen möchte, findet mit TrustedLicense daher ebenfalls einen verlässlichen Abnehmer. Dabei ist sichergestellt, dass der gesamte Verkauf rechtskonform und auditsicher abgewickelt wird. So genießen unsere Kunden, zu den viele namhafte Unternehmen zählen, auch beim Software Audit volle Sicherheit und Unterstützung.

Die Digitalisierung schreitet voran und damit einher geht auch die Aufrüstung der Software im Unternehmen. Doch diese Investitionen können erhebliche Kosten verursachen. Aus diesem Grund möchten wir Ihnen eine Möglichkeit vorstellen, wie Sie Ihr Kapital wieder freisetzen können, wenn Sie alte Lizenzen nach einem möglichen Upgrade nicht mehr benötigen.

Aktuell gibt es viele Unternehmen, die mit Programmen wie Office 365 in die Cloud migrieren. Dadurch werden die On-Premise-Lösungen überflüssig, sie sind aber dennoch im Besitz der Firma.

### AUCH HOMEOFFICE/ HYBRIDES ARBEITEN IST UND BLEIBT EIN THEMA BEI DEM ES OFT NÖTIG WIRD UMSTRUKTURIERUNGEN VON SOFTWARELIZENZEN VORZUNEHMEN.

Wir möchten Ihnen dabei helfen, solche Redundanzen zu vermeiden und zugleich Ihr Budget zu erhöhen. Wir sind stets am Ankauf von gebrauchten, nicht mehr benötigten Software-Lizenzen interessiert und unterbreiten Ihnen gerne ein individuelles Angebot.

Durch den Verkauf von nicht mehr benötigten Software-Lizenzen können Sie Ihr Kapital wieder freisetzen und für andere Investitionen im Unternehmen nutzen. Der Preis, den wir im Einzelfall zahlen können, richtet sich vor allem nach den angebotenen Versionen und der Anzahl der Lizenzen. In der Regel lohnt es sich jedoch in jedem Fall, nicht benötigte Software zu verkaufen – auch dann, wenn durch Rationalisierung nur einzelne Lizenzen freigeworden sind.



# MARKE, BEDEUTUNG & DEREN ERFOLG

## PEER HARTOG, GERLACHHARTOG MARKENKOMMUNIKATION

### WAS ZEICHNET EINE STARKE MARKE AUS?

Eine starke Marke ist eine, die von den Menschen geliebt wird. So sehr, dass sie einen höheren Preis akzeptieren als bei vergleichbaren Produkten - und die Marke nicht nur kaufen wenn sie runtergesetzt ist.

### WELCHE KRITERIEN BRAUCHT ES, DAMIT EINE MARKE EINE WIRKLICHE MARKE WIRD?

Früher unterschied sich eine Marke von einem Nicht-Marken-Produkt dadurch, dass die Marke gleichbleibende Qualität und Verfügbarkeit gewährleistet hat. Gleichbleibende Qualität und Verfügbarkeit sind in unserer heutigen Welt aber selbstverständlich, das reicht natürlich nicht mehr. Die Erfahrung im Marketing der letzten Jahrzehnte zeigt: Erfolgreiche Marken haben gute Produkte. Sehr erfolgreiche Marken haben darüber hinaus eine Haltung.

### WAS BEDEUTET: SEHR ERFOLGREICHE MARKEN HABEN EINE HALTUNG?

Eine außergewöhnlich erfolgreiche Marke steht für etwas. Sie steht für einen Wert, mit dem sich die Menschen identifizieren. Apple zum Beispiel steht für Kreativität. Die haben seit Anbeginn die Haltung, dass alles was sie designen so einfach und selbsterklärend ist, dass es deine Kreativität fördert.

Harley Davidson steht für einen Outlaw-Status und für Gemeinschaft. Oder Dove, der vermutlich erfolgreichste Marken-Relaunch der Nachkriegsgeschichte: Die haben sich 2006 neu positioniert und sich für ein neues Schönheits-Ideal stark gemacht. Und postuliert, dass Schönheit keine Frage von Idealmaßen ist. Diese Haltung haben sie dann in diversen sozialen Initiativen gelebt, und auch in der Werbung vertreten.

All das sind Haltungen, mit denen sich viele Menschen identifizieren. Und deswegen wirst du einen Harley Davidson Fahrer oder einen Apple User nicht in seinem Glauben erschüttern, nur weil Suzuki oder Samsung mal ein technisch besseres Produkt anbietet. Die fühlen sich von ihren Marken verstanden, das ist sozusagen eine Glaubensfrage. Deswegen sind Marken mit Haltung erfolgreich.

Dove hat seit der Neupositionierung dem Wettbewerber Beiersdorf massiv Marktanteile abgenommen und seinen Unternehmenswert vervielfacht!

### JETZT KANN MAN DAS HINTERFRAGEN:

Muss jedes Unternehmen eine Haltung haben? Überfordern wir damit nicht die Marken? Aber wir leben in der westlichen Welt in einer Welt des Überflusses. Niemand braucht noch eine Modemarke, noch einen Geschirr-Tab oder noch eine Biermarke. Marken, die dasselbe bieten wie andere, sind aber austauschbar. Und austauschbare Marken werden früher oder später nur noch verkauft wenn sie günstiger sind. Sie werden verramscht.

Das ist zum Beispiel fast dem gesamten überregionalen Pils-Biermarkt in Deutschland passiert. In den 90ern ging der Bier-Konsum zurück. Da wurden die Bierbrauer unruhig und fingen an, Marktforschung zu machen. In der Marktforschung wurden die Konsumenten gefragt, warum sie so wenig Bier trinken. Und wenn du die Menschen sowas fragst, dann wollen sie höflich sein und eine Antwort geben. Und dann sagen sie sowas wie: „Manchmal stört mich das Bittere am Bier.“ Also fingen die Brauer an, ihren Pils-Bieren die geschmackliche Charakteristik zu nehmen.

Wollten die Leute ja scheinbar so. Mit dem Ergebnis, dass nach ein paar Jahren niemand mehr seine bis dato bevorzugte Pils-Sorte von anderen unterscheiden konnte. Und wenn ich als Konsument feststelle, dass die alle Biere gleich schmecken, kaufe ich fortan natürlich das günstigere. Und das ist bis heute so: Die meisten Pils-Biere verkaufen bis sich heute nur noch wenn sie beim Discounter im Angebots sind. Rühmliche Ausnahmen sind Marken wie Jever oder Flensburger. Die haben ihre Haltung und ihre ursprüngliche Charakteristik über die Jahre bewahrt, auch in der Markenkommunikation.

Viele Studien zeigen zudem, dass die Menschen sich heute mehr von Marken wünschen als Konsumaufforderung. Laut der Studie „Meaningful Brands“ der weltweit größten Werbe-

agentur-Kette HAVAS erwarten allein 75% der Deutschen, dass Unternehmen sich aktiv an Lösungen für soziale und ökologische Probleme beteiligen. Und eine klare Haltung dazu einnehmen. Insbesondere die Millenials und Gen Z sind hier besonders anspruchsvoll.

### WAS BEDEUTET DIE THESE: MARKEN SIND DIE NEUE RELIGION GENAU?

Die Idee von Religionen ist es, den Menschen Werte zu vermitteln. Nun verlieren die westlichen Religionen aber zunehmend Anhänger. In Nordeuropa sind die Kirchen maximal noch Heilig Abend voll. Man kann sagen, die westlichen Religionen erreichen die Massen nicht mehr. Die Menschen haben aber auch in einer säkularen Gesellschaft das Bedürfnis nach geistigem Halt. Das ist die Chance für Marken, Werte hochzuhalten. Und zwar auch solche Werte, die früher von den Pfarrern gepredigt wurden, wie Liebe, Toleranz oder Gemeinschaftssinn.

Marken, die das glaubhaft machen, die glaubhaft einen intrinsischen Wert verkörpern, haben die Chance, Verwender zu Fans zu machen. Sie können zur Glaubenssache werden und mit ihrer Werbung virale Effekte erreichen.

### IST VIRALE WERBUNG DAS ALLHEILMITTEL ODER WAS IST HIER NOCH ZUSÄTZLICH ERFOLGVERSPECHEND?

Grundsätzlich hat sich da in den letzten 10, 15 Jahren sehr viel geändert. Vor einigen Jahren konnte man noch mit einem lustigen Video oder einer schrägen Bastelanleitung für eine „Osterkatze“ viral gehen, also mit wenig Media-Geld eine große Reichweite erzeugen. Der Zug ist heute längst abgefahren. Früher konnte ein Beitrag, der oft genug geklickt und geteilt wird, viral gehen, sich also hier ein Virus von Mensch zu Mensch verbreiten.

Heute hängt es mehr denn je vom Wohlwollen des Netzwerkes ab, ob ein Video virale Effekte erreicht. Und dazu muss man wissen, dass die Metas und TikToks dieser Welt kein Interesse haben, die Inhalte von Marken kostenlos zu verbreiten. Denn dann würden die Firmen ja kein Werbegeld mehr in die Hand nehmen.

### Ein Beispiel:

Auf der am stärksten wachsenden Social Plattform TikTok beispielsweise gehen 1, max. 2% aller Videos Viral, und das sind komischerweise auffallend häufig Inhalte von Companies und Influencern, mit denen TikTok kooperiert. Warum? Weil TikTok deren Videos auch solchen Nutzern in die Timeline stellt, zu deren Interesse das Video eigentlich nicht passt. Das heißt, sie umgehen den eigenen Interessen-basierten Algorithmus. Bei TikTok intern wird das „Heating“ genannt. Ich überlass dir, wie du das nennen willst ;-)

Und anders herum wird bei Instagram und FB die Verbreitung von organischen, also unbezahlten Beiträgen runter geregelt, je mehr Fans und Follower deine Marke dort hat. Wenn deine Marke nur wenige Tausend Fans oder Follower hat, wird dein Posting noch einer vergleichsweise großen Anzahl deiner Follower wirklich gezeigt. Das ist leider nicht mehr so, wenn du 100Tausend oder mehr Follower hast.

Viele Markenverantwortliche glauben, dass wenn sie sich mühsam 100 Tausend Follower erarbeitet haben, dass auch mehr oder weniger alle ihre Social Media Postings sehen. Schön wär's! Heute kannst du froh sein, wenn dein Posting noch 5% deiner 100Tausend Follower gezeigt wird. Und 5% ist nur die technische „Reichweite“, das heißt noch lange nicht, dass das Posting vom Betrachter auch wirklich wahrgenommen wird.

Die Sozialen Netzwerke fixen dich als kleiner Werbetreibender mit einer guten Reichweite an, und je größer du wirst, desto mehr regeln sie deine Reichweite runter, damit du dir über bezahlte Ads zusätzliche Verbreitung kaufen musst.

### UM ZU DEINER FRAGE ZURÜCK-ZUKOMMEN: IST VIRALE WERBUNG ALSO DAS ALLHEILMITTEL?

Nein. Denn du kannst dich als Marke oder Agentur nicht darauf verlassen, dass dein Beitrag oder Film wirklich viral geht, also für wenig Geld massig viele Menschen erreicht. Viralität ist ein Effekt, auf den man keine Strategie bauen sollte weil der Einfluss auf virale Effekte begrenzt ist. Das heisst nun aber auch nicht, dass der Einfluss gleich Null ist!

### CHANCEN UND GRENZEN VON VIRALER WERBUNG ...

Mit einer guten Idee, die zum Markenkern und zur Haltung des Unternehmens passt, kann man die Chance erhöhen, für vergleichsweise wenig Media-Geld mehr Verbreitung zu erlangen als andere Werbungtreibende.

Denn es ist nach wie vor so, dass originelle Werbung weniger Geld benötigt um wahrgenommen zu werden als durchschnittliche Werbung.

Das ist im digitalen Kontext nicht anders als früher bei klassischer Anzeigen-, Plakat- oder Fernsehwerbung. Es gibt auch Agenturen, die dir genau das versprechen: Wenn dein Werbefilm für Budget X nicht mindestens von so undso viel Millionen Menschen gesehen wird, brauchst du ihn nicht zu bezahlen.

Deren Problem ist allerdings: sie kennen sich zwar gut mit Verbreitungsalgorithmen aus, aber nicht mit Markenstrategien. Selbst wenn es denen gelingt, dir mit einem Werbe-Clip günstig viel Reichweite zu beschern, ist das ein One Hit Wonder. Als Marke brauchst du aber keinen einmaligen Paukenschlag, der ist nämlich schnell verhallt. Als Marke brauchst du eine Sinfonie, die über einen langen Zeitraum spielt und die Menschen nachhaltig verzaubert.

Und die Basis für eine solche Sinfonie ist ein Markenkern und eine Marken-Haltung, die als Leit-Thema durch deine Komposition, in unserem Fall, deine Kommunikations-Strategie führen.

Ein wunderbares Beispiel ist Dove, die mit ihrem Marken-Relaunch 2006 die Haltung angenommen haben, dass Schönheit keine Frage von Idealmaßen ist. Und die mit verblüffender Kommunikation viral gegangen sind und so für ein geringes Media-Budget die Herzen der Menschen getroffen haben - und dadurch ihren Marken- und Firmenwert vervielfacht haben. Oder About You, die wir 2017 neu positioniert haben mit einem Markenkern, der auf Individualität über die Mode stellt, und mit wenig Geld Millionen Reichweite, Fans, Follower und Kunden gewonnen haben.

### WARUM HAT DEUTSCHLAND EIN INNOVATIONSPROBLEM UND WIE KÖNNTEN WIR DAS LÖSEN?

Ich sehe da ein soziologischer-kulturelles Problem. Es waren preußischen Tugenden, die uns zur Ingenieur-Nation und zum Serien-Exportweltmeister gemacht haben, nämlich Fleiß, Pünktlichkeit, Zuverlässigkeit, Gründlichkeit. Das sind die Eigenschaften, die uns zu den besten Motor- und Anlagen-Konstrukteuren der Welt gemacht haben.

Leider stehen uns ebendiese Eigenschaften im digitalen Zeitalter im Weg. Gerade bei digitalen Innovationen gilt es nämlich, schnell zu sein, Lösungen auf den Markt zu bringen, auch wenn sie noch nicht hundertfach getestet und abgesichert worden sind.

Es gilt, Fehler im Innovationsprozess in Kauf zu nehmen und daraus zu lernen. Die Deutsche Gründlichkeit hasst aber Fehler und prüft neue Konzepte lieber so lange, bis sie nicht mehr neu sind. Weil nämlich der Wettbewerb aus China oder den USA inzwischen mutiger war und mit derselben Idee als Pionier voran gesprochen ist.

Wenn allerdings der Wettbewerb ein Erfolgs-Exempel statuiert hat, wenn von anderen bewiesen wurde, dass mit so einem Geschäftsmodell nachhaltig Geld zu verdienen ist, dann wird der Deutsche wach. Und traut sich auf den Markt. Diese Art, Innovation zu machen, heisst Benchmarking.

Das bedeutet mitnichten das Setzen von kreativen Benchmarks, wie der Begriff glauben machen könnte. Sondern schlichtweg Nachahmung bestehender Erfolgskonzepte. Also: Im mechanischen Bereich helfen die deutschen Tugenden, im digitalen Zeitalter sind sie hinderlich.

Deshalb hat Deutschland laut einer Studie der Boston Consulting Group in den Zukunftsbranchen kein Unternehmen in den Top 10 der Innovationsführer. Und bis auf SAP auch keine digitale Company von Weltruf. Deshalb schaffen wir es im Global Innovation Index seit Jahren nicht unter die Top 10.

### WAS MÜSSTEN WIR TUN, UM DAS ZU LÖSEN?

Zuallererst einmal müssten wir unseren Breitband Glasfaser-Ausbau und 5G UMTS zum Standard machen. Kann ja nicht sein, dass sogar Rumänien ein schnelleres Internet hat als wir.

Dann müssten wir unsere Innovationskultur überdenken und Try and Error als Arbeitsprinzip erlauben. Es gibt wenig, wo uns die amerikanische Kultur voraus ist, aber in einem Bereich können wir von den Amis lernen: In digitalen US-Unternehmen wird der Fehler nicht nur erlaubt, er wird als für Innovation unabdingbar gesehen und von Top Managern geradezu erwartet.

**Vereinfacht gesagt:** In deutschen Unternehmen fliegst du raus, wenn du einen Fehler machst. Wenn du deinen Kopf zu sehr aus dem Fenster steckst, bist du in Deutschland schnell als „kreativer Spinner“ gebrandmarkt. Im Silicon Valley fliegst du, wenn du keinen Fehler machst weil das bedeutet, dass du keine Impulse lieferst und nix riskierst. Da dürfen wir unsere Haltung ein wenig überdenken.

# MEHRWERTE FÜR DEN ARBEITSMARKT VON HEUTE

## THE BENEFIT COMPANY

Schon lange ist die Idee gewachsen, ein Unternehmen zu gründen, um eine allumfassende Mittelstandsberatung für Unternehmen von Unternehmern anbieten zu können. Eine Unternehmensgründung hat in der heutigen Zeit mit Mut und Engagement zu tun.

Im Dezember 2022 war es endlich soweit und The Benefit Company GmbH wurde gegründet. Die beiden Geschäftsführer Frank Schwarz und Herbert Nißel wissen durch Ihre langjährige Erfahrung, wo oftmals der Schuh drückt und mit welchen Problemen die Unternehmer tagtäglich kämpfen müssen.

Wir beraten transparent, ehrlich und bieten einen Austausch auf Augenhöhe. Unsere Erfahrung ist unser bestes Pferd, um dieses gemeinsam mit den mittelständischen Unternehmen von hinten aufzuzäumen - wir beraten ausschließlich nur Themen, die wir selber durchgemacht haben und in welchen wir uns als Profis verstehen.

Wir bieten unser exzellentes und einzigartiges Netzwerk mit einem kostenfreien Zugang an, um den Unternehmen den sofortigen Nutzen/Mehrwert zu bieten. Wie mit unseren eigenen Netzwerkpartnern streben wir eine langfristige, vertrauensvolle und erfolgsorientierte Zusammenarbeit an.

Wir wissen, was die mittelständischen Unternehmen benötigen: Sie brauchen Personal, ergonomische Sitzmöbel, Datenschutz, Cybersicherheit, Coaching, Training, Gesundheit und noch so vieles mehr.

### DER UNTERNEHMENSgegenSTAND VON THE BENEFIT COMPANY GMBH UMFASST DAHER FOLGENDES:

- ☛ Einbringung und Vermittlung von Beratungsleistungen für Unternehmen im Hinblick auf die Steigerung der Arbeitgeberattraktivität, der Gewinnerhöhung und der Ausgabenoptimierung
- ☛ Implementierung und Optimierung von betrieblichen Versorgungssystemen
- ☛ Durchführung von Trainings und Coachings für Unternehmen und deren Mitarbeiter

### WIR SCHAFFEN MEHRWERTE FÜR DEN ARBEITSMARKT VON HEUTE.

Betriebliches Gesundheitsmanagement für Arbeitgeber und Mitarbeiter, neu definiert und innovativ umgesetzt. Weitere Benefits und die Möglichkeit der Gehaltsoptimierung (mehr Netto vom Brutto) ergänzen unsere maßgeschneiderten Servicedienstleistungen.

### MIT UNS - DURCH BEGEISTERTE MITARBEITER - ZU EINEM STARKEN UNTERNEHMEN.

Gerne stellen wir einige Themenfelder unserer Beratungsleistung näher vor:

### PERSONALGEWINNUNG/-FÖRDERUNG

Viele Unternehmen unterschätzen die Möglichkeiten, die eigenen Bewerber und Mitarbeiter besser zu verstehen und im Unternehmen zu halten. Mit den passenden Benefit-Lösungen wird es einfacher, neue Mitarbeiter zu finden und zu halten. Dazu gehört auch Unternehmens- & Mitarbeitercoaching.

### GESUNDHEITSERHALTUNG/-FÖRDERUNG

Arbeitsort, -weise und Arbeitsmodelle haben sich in der letzten Zeit verändert. Folgen daraus sind gestiegene physische und psychische Belastungen. Wer es jetzt erkennt und darauf reagiert, wird auch in Zukunft erfolgreich sein.

### ENTHAFTUNG/RECHTSUNTERSTÜTZUNG:

Die Cybersicherheit rückt immer mehr in den Fokus. Dieses Thema ist oftmals wichtiger als andere bestehende Geschäftsrisiken. Darüber hinaus ist die Haftung der Manager ein weiteres großes Thema sowie der allgemeine Datenschutz.

### DIGITALISIERUNG:

Die Digitalisierung kommt in vielen kleinen und mittelgroßen Unternehmen zu kurz. Das Bewusstsein hierfür ist oftmals vorhanden, jedoch fehlt es vielen Betrieben an Zeit und Ressourcen für die Umsetzung. Unser Netzwerkpartner ist kostengünstig, schnell implementiert und ein echter Game Changer für die Personalarbeit.

### DURCH DIESE BEDARFSFELDER WERDEN FOLGENDE ERLEBBARE BENEFITS ERREICHT:

- ☛ Attraktivität des Unternehmens steigern (Gesundheitsbudget)
- ☛ Qualitätsverbesserung & Effizienzsteigerung im Personal
- ☛ Geldersparnis (mehr Netto vom Brutto)
- ☛ zukunftssichere Aufstellung der Personalprozesse (Mitarbeiterfindung/-skalierung/-potenziale erkennen/fordern/fördern)
- ☛ Zeitersparnis



Herbert Nißel & Frank Schwarz,  
Geschäftsführer, THE BENEFIT COMPANY

### ZUSAMMENARBEIT MIT DEM THE GROW NETZWERK

Wir freuen uns auf eine enge Zusammenarbeit mit Unternehmern auf Augenhöhe, bei welchem der Unternehmer mit einem anderen Unternehmer spricht und hierbei ein gegenseitiger Austausch von warmen Empfehlungen stattfindet. Bei The Grow herrscht immer eine freundschaftliche Atmosphäre mit Lösungen, Erfolg und Begeisterung.

Die Mehrzahl an Unternehmer, welche wir bislang kennenlernen durften, blicken nach vorne und sind bereit, mit einer gehörigen Portion Zivilcourage die Zukunft aktiv mitzugestalten. Alles mit überschaubaren Risiken, um das Schicksal selbst zu gestalten. Vor allem ziehen wir den Hut vor den Menschen, die durch die Ämter nicht nur bereit sind zu reden, sondern auch zum Mitgestalten.

Wir freuen uns auf eine enge Zusammenarbeit mit Unternehmern, die unsere Dienstleistung schnell zu schätzen wissen. Die Unternehmen profitieren von Anfang an von der langjährigen Expertise unseres Unternehmens. Besonders liegt Herbert Nißel und Frank Schwarz die Aufgabe als Vorstandsmitglied in den Kammern am Herzen und unterstützen so auch junge/kleinere Unternehmen bzw. StartUps.



# ZIELGENAU ZU MITARBEITERN

## GROHMANNEXECUTIVE

**WIE SCHAFFEN UNTERNEHMEN ES, SCHNELL UND ZIELGENAU PASSENDE KANDIDATEN FÜR IHRE OFFENEN STELLEN ZU FINDEN? WIE KANN MAN IN ENGEN BEWERBERMÄRKTEN FACHSPEZIALISTEN MIT GANZ SPEZIELLEN KENNNTNISSEN GEWINNEN? WIE GELINGT ES UNTERNEHMEN, DIE RICHTIGEN FÜHRUNGSKRÄFTE AN BORD ZU HOLEN?**

### BEWERBERSUCHE UND STELLENBESETZUNG IN ENGEN MÄRKTEN

Zugegeben, in vielen Fällen laufen Stellenbesetzungen ganz erfreulich gut und problemlos ab. Aber wie oft wirkt sich der Fachkräftemangel desaströs auf Besetzungsprojekte aus. Wir alle kennen die Situation, dass der Response auf die Schaltungen von teuren Stellenanzeigen miserabel sein kann. Und auch unter Einbezug anderer Methoden wie Active Sourcing, Social Media Recruiting oder Direct Search können die Ergebnisse ernüchternd sein. Besonders ärgerlich ist es, wenn der oder die unter den wenigen Kandidaten Auserkorene dann nach Vertragsangebot absagt oder die Probezeit nicht übersteht.

In den letzten 20 Jahren hat sich unser ganzes Denken und Handeln immer um die Lösung dieser schwierigen Besetzungsprobleme gedreht. Schließlich ruft man uns insbesondere dann, wenn es „harte Nüsse“ zu knacken gibt. Und in fast 1000 Suchprojekten konnten wir für unsere Kunden erfolgreiche Besetzungen von Fach- und Führungskräften erzielen.

### STELLENBESETZUNG NACH MASS UND MIT SYSTEM

In unserer Entwicklung haben wir einen kontinuierlichen Lernprozess vollzogen in einem Umfeld, in dem sich die Vorgehensweisen, Kommunikationsmedien und Suchmethoden unglaublich stark und rasant verändert haben. Substrat des Lernprozesses ist ein bestimmtes, eigenes Lösungsmuster, das wir „ASAB“ nennen und das für die vier Stufen Analyse, Suche, Auswahl und Besetzung steht.

Unsere Methode „ASAB“ enthält eine bestimmte systematische Vorgehensweise sowie Leitlinien und Methoden, die inhaltlich auf die projektspezifischen Anforderungen, Marktbedingungen und Kontexte angepasst werden.

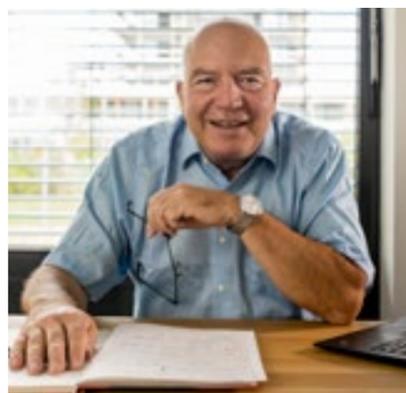
Bei uns ist kein Projekt „von der Stange“, sondern immer maßgeschneidert für den spezifischen Bedarf des Kundenunternehmens. Somit schaffen wir in einer partnerschaftlichen Zusammenarbeit die Voraussetzungen, aus denen erfolgreiche Besetzungen entstehen.

Übrigens bieten wir jedem Interessenten im ersten Beratungsgespräch eine kostenlose Analyse der erfolgsrelevanten Faktoren für das jeweilige Besetzungsprojekt und einen Lösungsvorschlag an. Dies unabhängig davon, ob wir beauftragt werden oder nicht.

### WANN SIND WIR MIT UNSERER ARBEIT ZUFRIEDEN?

Wenn wir einen engagierten und kompetenten Menschen in eine Position gebracht haben, in der er sich langfristig wohlfühlt oder aus der er sich weiterentwickeln kann, haben wir für ihn oder sie und die Familie einen wichtigen Beitrag für Lebensglück und Zufriedenheit geleistet. Dasselbe gilt auf der anderen Seite, wenn wir einen einzigartigen Fachspezialisten oder eine Führungspersönlichkeit gewonnen haben, die einen entscheidenden Beitrag für den Unternehmenserfolg geleistet hat.

**ES MACHT UNS GLÜCKLICH UND IST UNSERE WESENTLICHE MOTIVATION, WENN BEIDE SEITEN NACHHALTIG GLÜCKLICH SIND.**



Dr. Romano Grohmann,  
Geschäftsführer von GROHMANNEXECUTIVE

Sie haben eine schwierige Stellenbesetzung vor sich? Oder Sie sind im Allgemeinen am Thema „mehr Unternehmenserfolg durch besseres Personal“ interessiert? Dann nehmen Sie gerne und unkompliziert Kontakt mit mir auf. Schließlich kann die Möglichkeit, dass aus unserer Begegnung auch eine gegenseitige Erfolgsgeschichte erwächst, nicht ausgeschlossen werden.

**KONTAKTIEREN SIE UNS GERNE:  
GROHMANN@GROHMANNEXECUTIVE.COM**



# KONZEPT, DESIGN & INTERNET

## RENZI

**Die Digitalagentur mit klassischen Werten – Technology, Kommunikation & Design mit Herz**

**Als inhabergeführte Kommunikationsagentur mit Focus auf das Internet, sind wir seit 2006 in der D-A-CH-Region tätig. Unsere Kompetenzen umfassen alle klassischen Dienstleistungen einer Werbe- und Internetagentur.**

Unser ganzheitlicher und wertebasierter Ansatz erlaubt es uns, die Vorteile beider Welten aus klassischen Medien und digitalen Medien zu verbinden und neu zu entwickeln. Diese Transformation leitet in eine neue messbare Cross-mediale- oder Digitale-Kommunikation ein.



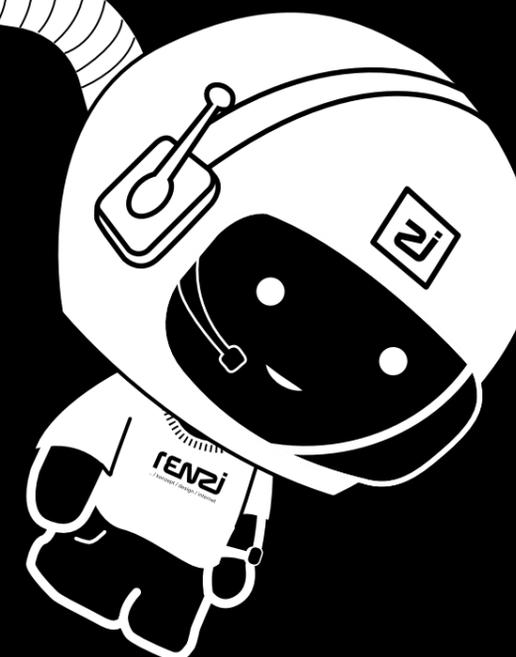
MATT RENZI, Inhaber WWW.RENZI.DE

Gemeinsam mit unseren Kunden konzipieren wir Strategien und Konzepte, die zur Aufmerksamkeits-, Leistungs- und Umsatzsteigerung führen. Denn wir wissen, wie Kommunikation funktionieren soll, damit sie in den Köpfen der Zielgruppen bleibt.

Wir beherrschen zudem Funktionsweisen der neuen, technisierten Welt mit den stets neuen Medien, Algorithmen und deren Programmierung.

Wir verstehen uns als professionelle Allrounder in sämtlichen Kommunikationsfragen - On- & Offline.

So sind wir für all Ihre Herausforderungen in der Kommunikation dieser Zeit Ihr perfekter Problemlöser und Partner.



# INVAREAL

## ASSET- & TRANSAKTIONSMANAGEMENT



André Pilß, CEO INVAREAL

Die INVAREAL GmbH ist ein unabhängiges Beratungs- und Asset Management Unternehmen, welches im Jahr 2016 von André Pilß gegründet wurde. Der Geschäftszweck liegt in der Ankaufsberatung, dem Asset Management und dem Transaktionsmanagement für nationale und internationale Investoren in den Assetklassen Büroimmobilien, Lagerimmobilien und Wohnimmobilien.

Zu den betreuten Mandaten zählen unter anderem die Parkside Office Gallery in Berlin mit ca. 25.000 m<sup>2</sup> Nutzfläche, eine Büroimmobilie in Berlin-Adlershof mit ca. 6.000 m<sup>2</sup> Nutzfläche und eine Lager- und Büroimmobilie in Frankfurt am Main mit ca. 5.600 m<sup>2</sup> Nutzfläche.

Neben den im Asset Management betreuten Mandaten wird die INVAREAL GmbH auch von Unternehmen, Family Offices und Privatpersonen mit der Ankaufsberatung beauftragt. Die INVAREAL GmbH führt für ihre Auftraggeber Gespräche mit den Marktteilnehmern (Makler, Verkäufer, Asset Manager usw.) auf der Suche nach einem adäquaten Immobilieninvestment.

Die INVAREAL prüft die wirtschaftlichen Parameter, erstellt einen Businessplan, führt eine Bewertung durch, erstellt die Finanzierungsanfrage und koordiniert notwendige Dienstleister für die rechtliche, technische und steuerliche Betrachtung. Darüber hinaus führt die INVAREAL alle Verhandlungen für ihre Mandanten, um schon im Ankauf das bestmögliche Ergebnis zu erzielen.

Eine weitere Dienstleistung der INVAREAL GmbH, neben dem Asset Management und dem Ankaufsmanagement, ist das Transaktionsmanagement. Hierbei geht es im Wesentlichen um den strukturierten und ergebnisorientierten Prozess des Verkaufs.

Die INVAREAL GmbH holt die notwendigen Verkaufsdokumente ein, erstellt einen vollständigen Datenraum, koordiniert beauftragte Makler, führt Verhandlungsgespräche, koordiniert Marketingmaßnahmen und ist Ansprechpartner für die Kaufinteressenten und deren Dienstleister während des Transaktionsprozesses.

Die derzeitige wirtschaftliche und politische Situation, aber auch die umweltrelevanten Herausforderungen führen zu einigen möglichen Risiken, die bei jedem Investment und jeder Unternehmung auftreten können. Das Gründen und Führen eines Unternehmens und das Investment in Vermögenswerte unterliegt vielen Variablen, dessen Änderung maßgeblich dafür sorgen, dass Unternehmens- und Renditeziele nicht erreicht werden.

Der Immobilienmarkt, die Wirtschaft, aber auch das soziale Leben sind seit der Pandemie, dem Kriegsbeginn und der gestiegenen Inflation mit erhöhten Risiken konfrontiert. Immobilienankäufe sind ins Stocken geraten, da die Zinsanpassung der EZB und der Finanzinstitute maßgeblichen Einfluss auf die Rendite des Immobilieninvestments haben.

Unternehmen sind mit hohen Kosten und dem bei einer Refinanzierung konfrontiert, wenn diese Refinanzierung überhaupt durchgeführt wird. Zahlungsausfälle können mitunter nicht mehr kompensiert werden, sodass ein Dominoeffekt bei der Zahlungsunfähigkeit auftritt.

Einen immer wichtigeren Faktor nehmen ESG (Environment, Social, Governance) Standards ein. Sie werden künftig bei Unternehmen und Immobilien angewandt werden und stellen viele Eigentümer, Investoren und Unternehmer vor großen Herausforderungen.

Den benannten Risiken und neuen Herausforderungen müssen sich ein jeder stellen. Die INVAREAL GmbH hat es sich zur Aufgabe gemacht, als Berater mit den aufgeführten Tätigkeiten für Unternehmer und Immobilieninvestoren, zur Verfügung zu stehen. Dabei können verschiedene Szenarien miteinander durchgeführt werden.

Die INVAREAL GmbH kann sich zum Beispiel um die Liquiditätsbeschaffung durch ein Sale-and-Lease-Back kümmern. Unternehmen mit einem Immobilienanlagevermögen könnten so frisches Kapital erhalten und durch die Anmietung der Immobilie weiterhin an dem Standort die Geschäftstätigkeit fortsetzen. Ein Immobilieninvestor hat bei diesem Vorgehen die Möglichkeit dessen Portfolio zu vergrößern und von Beginn an einen Cash-Flow zu erwirtschaften.

Bei Investoren, die ein Immobilienbestand haben und diesen gegebenenfalls noch erweitern möchten, stehen vor der großen Herausforderung, den Marktzinsen zu begegnen und die Immobilien ESG-Konform anzupassen. Da es noch keine einheitlichen Standards gibt, ist auch hier die INVAREAL GmbH darauf bedacht, dessen Mandanten zu informieren, Neuerungen zu kommunizieren und die Standards umzusetzen

Es muss ein Drahtseil Akt zwischen Wirtschaftlichkeit und nachhaltiger Erfüllung der notwendigen Standards gefunden werden. Beide Blickwinkel werden von der INVAREAL GmbH für die Mandanten betrachtet und bestmöglich umgesetzt.

### DETAILS ZU DEM GRÜNDER UND GESCHÄFTSFÜHRER ANDRÉ PILSS:

André Pilß ist in Mecklenburg-Vorpommern geboren und aufgewachsen. Nach dem Abitur absolvierte er eine Ausbildung zum Immobilienkaufmann in Kiel und ist danach nach Berlin gezogen, um das Studium zum Bachelor of Arts – Immobilienwirtschaft aufzunehmen.

Das Studium absolvierte André Pilß mit dem Abschluss zum Bachelor of Arts. Neben dem Studium war André Pilß als Property Manager und Vertriebsmitarbeiter in der Immobilienwirtschaft tätig.

Nach dem Abschluss zum Bachelor of Arts war André Pilß als angestellter Asset Manager tätig und betreute nationale und internationale Mandanten bei der Wertsteigerung ihrer gewerblichen Immobilieninvestitionen. Parallel war André Pilß bei der BBA – Berlin Brandenburgische Akademie der Immobilienwirtschaft eingeschrieben und nahm das Studium zum Master of Business Administration – Real Estate Management auf. Dies beendete er nach 4 Semestern mit dem Abschluss des MBA.

Nach dem Abschluss und der intensiven Berufserfahrung im Bereich Asset Management gründete André Pilß mit 30 Jahren das Asset- und Transaktionsmanagement-Unternehmen INVAREAL GmbH.

Seit nunmehr ca. 7 Jahren ist die INVAREAL GmbH überregional für nationale und internationale Investoren tätig.

Darüber hinaus investierte André Pilß in den letzten Jahren selbst in Immobilien, erwarb Forst- und Ackerfläche in Brandenburg und gründete mit einem Partner eine Investmentgesellschaft, welche Unternehmensbeteiligungen und Immobilienprojekte erwirbt. Zu den Beteiligungen gehören unter anderem Restaurants, eine Bar und ein Bistro, sowie ein Mehrgenerationenhaus.

André Pilß ist seit 4 Jahren verheiratet und ist mindestens einmal im Jahr in Brasilien, da er dort auch eine Immobilie erworben hat und mit seiner Frau, welche aus Brasilien stammt, gerne die Familie besucht.



## TIMO RENNER

## CHAPTERVORSTAND RHEINLAND-PFALZ



Timo Renner, Unternehmer, Chaptervorstand Rheinland-Pfalz

**LIEBER TIMO, SCHÖN, DASS WIR HEUTE VON DIR ETWAS MEHR ÜBER DICH ALS UNTERNEHMER UND DEINE VISIONEN UND MISSIONEN AUCH ALS CHAPTER VORSTAND RHEINLAND-PFALZ ERFAHREN DÜRFEN.**

**WARUM BIST DU MITGLIED BEI THE GROW?**  
Für mich ist es unglaublich wichtig Teil einer Wertegemeinschaft zu sein. THE GROW bietet ein Netzwerk, unabhängig der Größe eines Unternehmens und eine Plattform für StartUps auf der immer auf Augenhöhe kommuniziert wird.

Es ist immer der Wille spürbar sich gegenseitig zu unterstützen, das finde ich einfach großartig. Gerade die letzten drei Jahre mit all den Krisen haben gezeigt, wie wichtig eine Gemeinschaft ist, die vor allem gemeinsam voranschreiten möchte. Etwas bewegen wollen – das ist THE GROW.

Vor allem die Möglichkeit sich selbst einzubringen ist bei THE GROW auf so vielfältige Art möglich. Deshalb bin ich auch Chapter Vorstand Rheinland-Pfalz, um auch meine Region unterstützen und das Netzwerk repräsentieren zu können. Es ist unglaublich wichtig etwas zu geben, bevor man etwas nimmt. Ich gebe sehr gerne und daher nutze ich diese Möglichkeit in meinem Chapter.

Viele glauben, dass ein Netzwerk rein dem eigenen Umsatz dient, so sehe ich das nicht. Es gibt vielerlei Möglichkeiten sich gegenseitig zu unterstützen.

**WARUM IST DIR INNOVATION WICHTIG?**

Es geht ein Stück weit um Anpassung an Gegebenheiten. Das bekomme ich aber nur hin, wenn ich zum einen das Beste aus mir selbst heraus hole zum anderen zukunftsorientiert agiere.

Als Unternehmen kannst Du nur auf Dauer bestehen, wenn Du Tradition und Innovation verbindest. Es gibt viel, was in der Vergangenheit gut funktioniert hat, aber man muss sich anpassen können, um nicht stehen zu bleiben. Kopierer wird es immer geben und dann ist derjenige, oder diejenige ein Tickchen schneller, oder günstiger. Vielleicht habe genau ich noch ein Add on mehr, das mich und mein Unternehmen herausstellt.

Auch meine Kunden erwarten von mir, dass ich mit Neuerungen Schritt halte. Für mich ist der beste Kunde ein langfristiger Kunde und diese Bindung erreiche ich nicht, wenn ich immer auf dem Stand von vor 15 Jahren stehen bleibe. Innovation ist wichtig, um am Markt bestehen zu bleiben und auch auf die äußeren Gegebenheiten reagieren zu können.

**WODURCH UNTERSCHIEDET IHR EUCH AM FINANZMARKT? WIE SEID IHR POSITIONIERT?**

Wir sind spezialisiert auf steuerfreie und steueroptimierte Investmentstrategien. Wir schauen zum Beispiel für jeden Kunden die richtige Strategie zu erarbeiten. Das geht unter anderem in Richtung Wertpapiere, Edelmetalle, Währungsmanagement und auch Invest in Sachwerte wie Photovoltaik und Immobilien.

Erträge sollen hier steuerfrei bleiben, zumindest optimiert. Zum Beispiel kann man hier auch aus vergangenen Jahren Einkommensteuerbeträge zurückbekommen.

Unser USP ist der ganz spezielle und spitze Ast am Baum der Finanzwelt den wir besetzen. Wir heben uns ab, weil wir ein Konzept erarbeiten und die Invests unserer Kunden zusammenführen und festlegen, welches Ziel erreicht werden soll und dies ganz persönlich auf unsere Kunden zugeschnitten. Dazu braucht es auch die Basisarbeit, den Kunden kennenlernen und seine Wünsche und Bedürfnisse.

**WAS WÜNSCHST DU DIR ALS CHAPTER VORSTAND RHEINLAND-PFALZ FÜR DEINE REGION?**

Für die Region Rheinland-Pfalz wünsche ich mir, dass unser regionales Netzwerk sich hier für die UnternehmerInnen stark macht, verstehen möchte, was wird wirklich gebraucht und welche Werte möchten wir gemeinsam vertreten. Und andererseits natürlich auch die gemeinsame Ergänzung sich gemeinsam zu unterstützen und sich gegenseitig stärken.

Eine Idee entwickeln, auf einer vertrauensvollen und aktiven Basis. Ich wünsche mir, dass sich die Mitglieder aktiv einbringen und das natürlich auch bundesweit, um von gemeinsamen Ideen partizipieren zu können.

## SERDAL GÜZEL &amp; BEDRETTIN ALTAY

## NOYA GENERALPLANUNG &amp; PROJEKTMANAGEMENT GMBH

**SERDAL:** Bedrettin und ich sind Geschäftsführer der NOYA Generalplanung & Projektmanagement GmbH. Ich bin als Wirtschaftsingenieur für den Bereich der Immobilienentwicklung und Business Development zuständig. Die gesamte Bauplanung und die Ausführung.

**BEDRETTIN:** Ich bin als Architekt und Dipl. Ingenieur, für das Controlling der Planung, also die Fachplanung zuständig und ebenfalls Gesellschafter unserer Unternehmen.

**WIE STELLT IHR BEIDE DIE VERBINDUNG VON IT UND IMMOBILIEN HER IN BEZUG AUF „KRITISCHE INFRASTRUKTUR“?**

**SERDAL:** Wir sind spezialisiert auf die Planung und den Bau von Rechenzentren. Wir stellen den Ort und die Hülle für die Speicherung und Aufbewahrung von Daten. Das ist diese „kritische Infrastruktur“ die immer wieder genannt wird. Serdal: „Die IT ist viel mehr, als nur Daten. Das Rechenzentrum ist die Datenspeicherung und hier ist nicht nur das Gebäude und dessen Planung gefragt, sondern auch speziell die Haustechnik.“

Auch das Thema Data Systeme – Kühlungssysteme und Wärmesysteme. Alles, was ein Gebäude braucht, um als geografischer Standort infrage zu kommen, aber wie oben beschrieben auch haustechnisch optimiert, um die Infrastruktur vernünftig planen zu können. Für den Standort ist so eine spezielle Analyse notwendig, da baurechtliche Gegebenheiten vorhanden sein müssen, damit man den Standort vollumfänglich nutzen kann.

Die gesamte Projektbetrachtung liegt bei uns, Kostenrechnung, Dauer des Planungs- und Bauprozesses, Grundstücksuche und Verkaufsgespräche bis zur möglichen Datenverarbeitung. Hier ist die Brücke von baulicher Planung und Datenverarbeitung. Von Minute 1 bis Fertigstellung und Nutzung können wir den Prozess abbilden.

**IHR SEID AUCH BEIDE IN DEN KAMMERN ALS VORSTÄNDE AKTIV. IMMOBILIEN UND DATA / IT. WAS IST EURE MOTIVATION EUCH HIER EINZUBRINGEN?**

**SERDAL:** „Die Verzahnung zu den BRANCHEN ist so wichtig, weil wir die Brücke schlagen und das Thema gesamtheitlich begleiten. Von Entwicklung, Planung und bis zur konkreten Umsetzung bieten wir alle Aspekte des Projektes.“

Unser Ziel ist es Verständnis aufzubauen, dass wir in diesem speziellen Bereich jede Menge Expertise mitbringen und wir uns wünschen, dass die THE GROW Mitglieder in einen Marktbereich einen Einblick erhalten. Als Vorstände der beiden Branchenbereiche möchten wir aktive Wissensvermittlung anbieten. Wir müssen innovativer in den Sektor Datenverarbeitung und kritischer Infrastruktur Einblick erhalten und diesen verschaffen wir den THE GROW Club und den Branchenmitgliedern.

Bedrettin und ich möchten eine Form eines Kompetenzzentrums schaffen, um allen Mitgliedern erklären und verstehbar machen zu können, was es heißt Datenverarbeitung und auch Speicherung möglich zu machen, um auch langfristig voneinander profitieren zu können. Und natürlich ist es dann auch möglich gemeinsam mit den Mitgliedern Projekte durchführen zu können. Über THE GROW besteht die Möglichkeit Digitalisierung in Deutschland und dem DACH Raum vorwärts zu bringen.“

**Bedrettin:** „Wir haben in Deutschland einen großen Aufholbedarf in Sachen Digitalisierung! Die Herausforderungen Fachkräftemangel und Abwanderung und Anpassung an internationale Gegebenheiten beschäftigen uns alle.“

Wir können in den KAMMERN den UnternehmerInnen im DACH Raum Klarheit darüber geben, dass auch bei uns die hohen Potenziale liegen. Wir arbeiten daran, dass sich diese „eh-schon-alles-zu-spät“ Mentalität nicht durchsetzen wird, sondern wir uns gegenseitig unterstützen, dass das Branding „made in Germany“ wieder an Kraft gewinnt.

**Serdal:** Wir sehen uns in der Pflicht viel mehr Menschen und UnternehmerInnen über die Datenverarbeitung aufklären zu können. Es läuft hier eine unglaublich innovative Geschichte, die an der Bevölkerung so ein bisschen vorbeiläuft. Das möchten wir vor allem in den Kammern und über mögliche online Meetings regelmäßig in Form von Aufklärung zur Verfügung stellen. Wir sehen hier bei uns einen gewissen Bildungsauftrag.

**Bedrettin:** Auch politisch ist dies eine heikle Thematik. Es geht hier nicht um social Media und Co. sondern um wichtige Datensouveränität in Deutschland. Empfindliche Daten sowohl aus gewerblicher, militärischer aber auch aus privater Hand sind ein empfindliches Gut, die Sensibilität müssen wir in den Vordergrund stellen und auch der politischen Ebene den Wert des Ganzen bewusst machen.



Serdal Güzel &amp; Bedrettin Altay, Geschäftsführer der NOYA Generalplanung &amp; Projektmanagement GmbH

# SUCCESS STORIES

## AUSZUG UNZÄHLIGER ERFOLGSGESCHICHTEN AUS UNSEREM THE GROW-NETZWERK

Um ein Unternehmen zu einem Erfolg zu machen, erkennen unsere Unternehmer:innen frühzeitig, dass ein starkes Netzwerk wirtschaftliches Wachstum bedeuten kann. Durch die Zusammenarbeit können wertvolle Erfahrungen gesammelt und Visionen und Missionen geteilt werden und neue Ideen entstehen.

THE GROW ist bereits in vielen Fällen eine wertvolle Ressource und steht wie in den folgenden Success Stories für Zusammenarbeit und gemeinsamen nachhaltigen Erfolg!



## 1 SUCCESS STORY

### MANUELA BÜTTNER & FRANZISKA SEEBAUER

„Es ist immer wieder eine Freude zu sehen, wenn unsere Mitglieder im Netzwerk Erfolg haben. Besonders erfreulich ist es, wenn dieser Erfolg mit einem so wichtigen Thema wie Nachhaltigkeit verbunden ist. Deshalb sind wir auch besonders stolz darauf, dass Manuela und Franziska von Green FOR so viel Anklang mit ihren umweltfreundlichen Produkten finden.“

wollte. Das hat die Produktion der Zahnbürsten ins Rollen gebracht und ab Mai sind sie im Einzelhandel zu finden.

Aber das ist noch lange nicht alles! Zusammen mit Simon Licht von KHULULA haben die beiden Entrepreneurinnen eine gemeinsame Eventreihe in verschiedenen Segelclubs in Deutschland unter dem Hashtag #protectyourplayground ins Leben gerufen. Außerdem stehen sie im Austausch mit dem Nachhaltigkeitsprofi Prof. Dr. Torsten Weber, um Produktkooperationen mit the seventeen voranzutreiben. Und als wäre das noch nicht genug, haben sie auch schon erste Gespräche mit Ex-Bundesliga-profi und HSV-Vorstand Marcell Jansen als Bindeglied zur Fußball-Bundesliga geführt.



**Wir sind sehr stolz darauf, dass wir als Netzwerk einen Teil zum Erfolg von Green FOR sowie zur Nachhaltigkeit beitragen können. Manuela und Franziska haben mit ihren umweltfreundlichen Produkten eine echte Vision verwirklicht und zeigen, dass Nachhaltigkeit und wirtschaftlicher Erfolg Hand in Hand gehen können. Wir sind gespannt auf weitere Erfolge und werden die beiden Entrepreneurinnen auch weiterhin tatkräftig unterstützen.**

Inzwischen sind schon einige Success Stories entstanden. Ein Beispiel hierfür ist Klaus Neubert, Geschäftsführer der Handelskette Pfennigpfeiffer, der von den umweltfreundlichen Zahnbürsten von Green FOR begeistert war und diese unbedingt in seinen Regalen haben

## 2 SUCCESS STORY

### INTERVISTA & NATIONAL PAYMENT

Wir freuen uns sehr über eine erneute Erfolgsgeschichte bei THE GROW. Nachdem sich die beiden Entrepreneure Matthias Stauch und Marcus D. Schulze bei THE GROW kennengelernt hatten, schlossen sie sich zusammen und gründeten eine strategische Partnerschaft. Die National Payment GmbH mit Sitz in Bonn und die INTERVISTA AG mit Sitz in Potsdam haben es sich zur Aufgabe gemacht, den stationären Handel im Bereich Zahlungen zu digitalisieren.

Die Gründer haben es geschafft, ihre Kompetenzen zu bündeln und eine erfolgreiche Partnerschaft aufzubauen. Ihre Stärken ergänzen sich perfekt, was die Basis für den Erfolg der National Payment GmbH und der INTERVISTA AG bildet. Die Kunden schätzen die Flexibilität, Stabilität und Skalierbarkeit des Systems, das sich nahtlos in die Geschäftsprozesse integrieren lässt.

Dank des Engagements und der Zusammenarbeit der beiden Unternehmer konnte ein neuartiges Zahlungssystem entwickelt werden, das den POS-Bereich revolutioniert. Scannen, bezahlen und mitnehmen – so einfach war es noch nie, im Laden zu bezahlen. Die National Payment GmbH sorgt für eine zuverlässige und sichere Zahlungsabwicklung, während die INTERVISTA AG die Technologie dahinter liefert und für die nötige Skalierbarkeit sorgt.

Marcus D. Schulze und Matthias Stauch stehen Ihnen als Ansprechpartner zur Verfügung und helfen Ihnen gerne weiter, wenn es um die digitale Transformation Ihres Geschäfts geht. Mit ihrem Know-how und ihrer Erfahrung sind sie der ideale Partner, um den digitalen Wandel im Handel erfolgreich zu gestalten.

## 3 SUCCESS STORY

### SEBASTIAN BING, ENTREPRENEUR & FIVE-X GESCHÄFTSFÜHRUNG

Im Jahr 2021 hatte ich die Idee eines eigenen Bio Energy-drinks, den ich bis zur Marktreife bringen durfte. Leider schied ich dann aus der Firma aus, suchte aber permanent weiter nach innovativen Gründern, die eine ähnliche Ideologie wie ich verfolgten.

So kam im letzten Jahr Die Firma REBIRTH BIO-Drinks GmbH auf mich zu und nun erobern wir gemeinsam den Markt der kompromisslosen Generation, die auf Qualität und Geschmack nicht verzichten wollen.



Mit THE GROW gelingt es mir immer wieder die eigenen Gedanken und neue Ideen mit motivierten Unternehmer:innen verwirklichen und voran bringen zu können.

## 4 SUCCESS STORY

### OPTIMAL KOMMUNIZIEREN

Die Success Story von Turgut Camuz und Nico Lindner ist ein gutes Beispiel dafür, wie eine erfolgreiche Zusammenarbeit zwischen zwei Unternehmen entstehen kann, wenn sich die richtigen Personen und Kompetenzen finden.



Als Nico Lindner und seine VBA Events GmbH auf der Suche nach einem zuverlässigen Kommunikationsdienstleister waren, lernten sie Turgut Camuz im Netzwerk von THE GROW kennen.

Camuz konnte Lindner und sein Team mit seinen Services unterstützen und löste ein Problem, das Lindner schon seit Jahren belastet hatte: das Handling der Mobilfunkverträge.

Lindner beschreibt die Zusammenarbeit als äußerst positiv und effektiv. Durch die „One-Touch“-Betreuung von Turgut Camuz konnte er schnell und flexibel auf die Bedürfnisse seines Unternehmens reagieren und gleichzeitig persönlich betreut werden. Die Analyse der Mobilfunkverträge führte zu einer schnellen Tarifierung, die 20 % Ersparnis und doppeltes Datenvolumen auf alle Mobilnummern brachte.

Die erfolgreiche Zusammenarbeit zwischen Turgut Camuz (comuniversum) und Nico Lindner zeigt, wie wichtig es ist, die richtigen Partner zu finden, um das eigene Unternehmen erfolgreich zu führen. Durch eine gute Kommunikation, hohe Kompetenz und eine effektive Zusammenarbeit können Unternehmen wie die VBA Events GmbH erfolgreich wachsen und ihre Ziele erreichen.

## 5 SUCCESS STORY

### THE BENEFIT COMPANY

In der Welt des Unternehmertums spielt Vernetzung eine entscheidende Rolle für den Erfolg. Der THE GROW Entrepreneurs Club hat genau das als Ziel: die Förderung der Zusammenarbeit und des Wachstums unter seinen Mitgliedern. Die erst kürzlich gegründete The Benefit Company von Frank Schwarz und Herbert Nißel ist ein glänzendes Beispiel dafür, wie diese Zusammenarbeit wirken kann.



Herbert Nißel & Frank Schwarz, Geschäftsführer, THE BENEFIT COMPANY

The Benefit Company hat sich darauf spezialisiert, kleine und mittelständische Unternehmen (KMUs) dabei zu unterstützen, ihre Arbeitgeber-Attraktivität zu steigern und bessere Benefits für ihre Mitarbeiter anzubieten. Durch die Mitgliedschaft im THE GROW Entrepreneurs Club gelang es ihnen, innerhalb kürzester Zeit erfolgreiche Geschäftsbeziehungen mit drei Kolleg:innen aufzubauen.

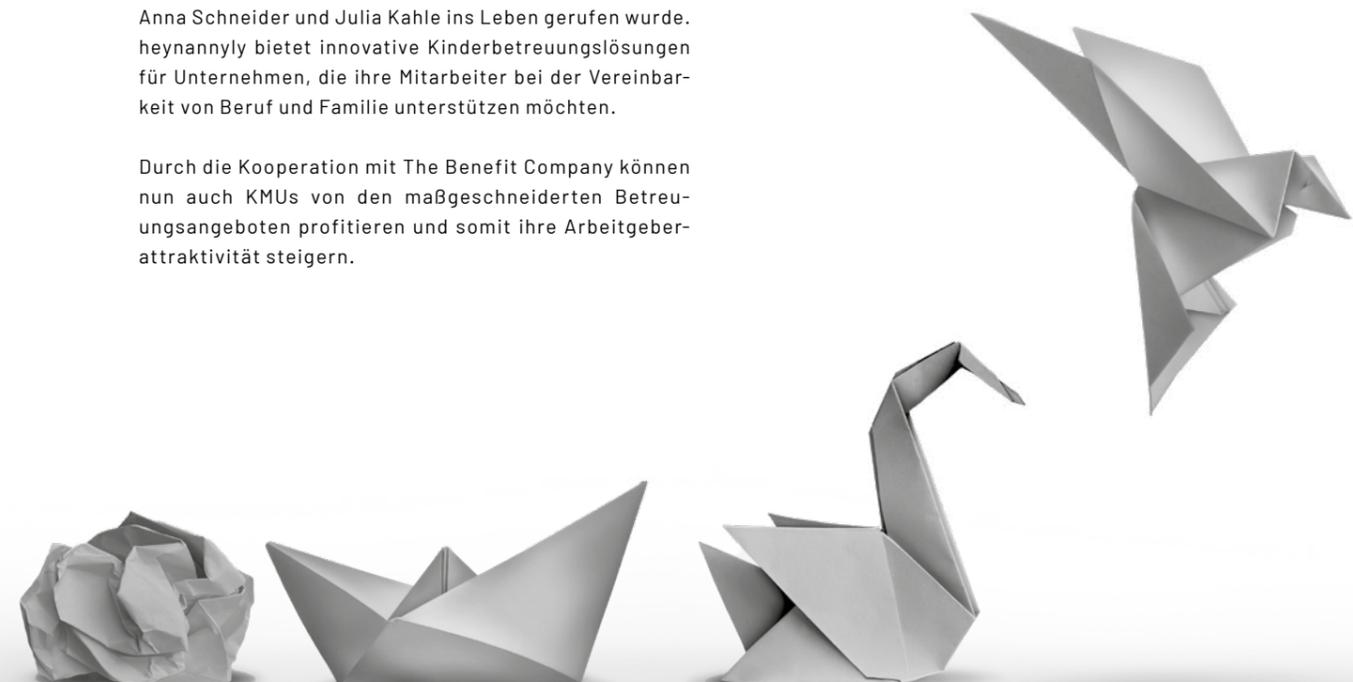
Die erste dieser Zusammenarbeiten entstand mit heynanny, einem Unternehmen, das von den Entrepreneurinnen Anna Schneider und Julia Kahle ins Leben gerufen wurde. heynanny bietet innovative Kinderbetreuungslösungen für Unternehmen, die ihre Mitarbeiter bei der Vereinbarkeit von Beruf und Familie unterstützen möchten.

Durch die Kooperation mit The Benefit Company können nun auch KMUs von den maßgeschneiderten Betreuungsangeboten profitieren und somit ihre Arbeitgeberattraktivität steigern.

Eine weitere Geschäftsbeziehung wurde mit HERO Recruiting, gegründet von den Entrepreneurinnen Milan Schuster und Georg Braun, angebahnt. HERO Recruiting ist eine innovative Unternehmensberatung, die Unternehmen bei der Suche nach qualifizierten Fachkräften unterstützt. Durch die Zusammenarbeit mit The Benefit Company profitieren KMUs von einem erweiterten Pool an Fachkräften, die sich von den angebotenen Benefits angezogen fühlen.

Schließlich konnte The Benefit Company auch eine Partnerschaft mit VBA Events von Entrepreneur Nico Lindner eingehen. VBA Events ist eine Full-Service-Eventagentur, die mit außergewöhnlicher Herangehensweise und gelebter Empathie Firmen-Anlässe inszeniert und umsetzt, die die Identifikation der Mitarbeiter mit dem eigenen Unternehmen stärkt und die Unternehmen somit von einer höheren Mitarbeitereffizienz profitieren.

Dank der Vernetzung und Zusammenarbeit im THE GROW Entrepreneurs Club konnte The Benefit Company innerhalb kürzester Zeit wertvolle Partnerschaften eingehen und somit ihr Angebot für KMUs erweitern und optimieren. Diese Erfolgsgeschichte zeigt, wie wichtig der Austausch und die gegenseitige Unterstützung in der Welt der Unternehmer:innen ist und wie der THE GROW Entrepreneurs Club dazu beiträgt, die Erfolge seiner Mitglieder zu fördern und zu beschleunigen.



## NEWS!

# EIN HOODIE FÜR JEDES THE GROW MITGLIED!

UNSERE NEUEN MITGLIEDER VON „HOODIE HOO“ HABEN SICH ZU IHREM EINSTAND ETWAS GANZ BESONDERES ÜBERLEGT. EIN NETZWERK STEHT FÜR SIE VOR ALLEM FÜR „GEMEINSAM GROSSES ERREICHEN“, EINE GEMEINSAME STIMME.

UND SO MÖCHTE HOODIE HOO ALLEN THE GROW MITGLIEDERN EIN GANZ BESONDERES GESCHENK MACHEN UND DIE MÖGLICHKEIT GEBEN, DIESE GEMEINSAMKEIT AUCH NACH AUSSEN „TRAGEN“ ZU KÖNNEN.



Hoodie Hoo

**BESTELLEN SIE SICH  
JETZT IHREN GANZ  
PERSÖNLICHEN  
HOODIE UNTER:**



[HTTPS://HOODIEHOO.TYPEFORM.COM/THEGROW](https://hoodiehoo.typeform.com/thegrow)

# THE GR OW

## IMPRESSUM

### HERAUSGEBER:

Bernhard Schindler

### AUSFÜHRUNG:

THE GROW Magazine  
Maximilianstr. 2  
80539 München

### GESCHÄFTSFÜHRUNG:

Bernhard Schindler & Jannis Brendel

### CHEFREDAKTION:

Nicole Wiegand, CCO

### LAYOUT:

René Schmitt / [www.grafikstube.net](http://www.grafikstube.net)

### DRUCK:

Bugl Druck  
Industriestraße 11  
84030 Ergolding / Landshut

### HEFTPREIS:

8,90 €

### BESTELLEN BEI:

[nico.rachl@the-grow.com](mailto:nico.rachl@the-grow.com)

### IHRE ANSPRECHPARTNER:

**Klaus Buschmeier**

CCO

[klaus.buschmeier@the-grow.com](mailto:klaus.buschmeier@the-grow.com)

**Nicole Wiegand**

CCO

[nicole.wiegand@the-grow.com](mailto:nicole.wiegand@the-grow.com)

**Anja Heggemann**

Bereichsvorständin

[anja.heggemann@the-grow.com](mailto:anja.heggemann@the-grow.com)

**Stephan von Bentzel**

Bereichsvorstand

[stephan.bentzel@the-grow.com](mailto:stephan.bentzel@the-grow.com)

**Maurizio Moreschini**

Vice President

[maurizio.moreschini@the-grow.com](mailto:maurizio.moreschini@the-grow.com)

**Nicholas Allaburda**

Bereichsvorstand

[nicholas.allaburda@the-grow.com](mailto:nicholas.allaburda@the-grow.com)

**Dirk Kröner**

Bereichsvorstand

[dirk.kroener@the-grow.com](mailto:dirk.kroener@the-grow.com)

### COPYRIGHT / VERVIELFÄLTIGUNG

Vervielfältigung sowie das Kopieren und Veröffentlichen der Inhalte aus diesem Magazin bedürfen der vorherigen Genehmigung des Herausgebers.

**SIE MÖCHTEN PARTNER  
VON THE GROW WERDEN?**

[WWW.THE-GROW.COM](http://WWW.THE-GROW.COM)



THE  
GR  
OW

THE  
GR  
OW CLUB

THE  
GR  
OW KAMMERN

THE GROW TV

[WWW.THE-GROW.COM](http://WWW.THE-GROW.COM)