

Mai 2023

Dialog Impuls

DAS MAGAZIN
DER STADTSPARKASSE DÜSSELDORF
FÜR WIRTSCHAFT, GESELLSCHAFT
UND FINANZEN.

Die Nächsten, bitte!

Wie die nächste Generation die Düsseldorfer
Wirtschaft prägt



Liebe Leserinnen und Leser,

Ich freue mich sehr, Sie in meiner neuen Rolle und Verantwortung für Sie als unsere Firmenkund:innen begrüßen zu dürfen. Als Unternehmerinnen und Unternehmer stehen Sie auch 2023 wieder vor großen Herausforderungen. Fachkräftemangel, hohe Inflation und die Themen Nachhaltigkeit sowie Digitalisierung werden uns alle weiterhin beschäftigen und fordern. Dennoch gibt es auch Grund zur Hoffnung und zum Optimismus.

Wir dürfen stolz sein auf eine Wirtschaftsregion, die sich mit frischen Ideen und Rückgrat den Herausforderungen stellt. Zum Beispiel die jungen Handwerkerinnen, die wir Ihnen in diesem Heft vorstellen. Mit Mut und Gestaltungswillen setzen sie Innovationen um und ebnen damit den Weg für Veränderungen – auch, um Traditionen, die ihnen wichtig sind, für Gegenwart und Zukunft zu erhalten. Als Stadtparkasse Düsseldorf verstehen wir uns als wichtigen Partner für diesen Transformationswillen. In den vergangenen Monaten habe ich erleben dürfen, wie die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Stadtparkasse diesen Anspruch leben: Wir sind vor Ort, mit den Menschen und Unternehmen auf Dauer eng verbunden und stehen gemeinsam mit ihnen für den Wandel.

Lassen Sie sich inspirieren von unseren Einblicken in das junge Handwerk und dessen Ideen aus Düsseldorf für die Region und weit darüber hinaus. Ich wünsche Ihnen viel Freude beim Lesen und hoffe auf viele persönliche Gespräche mit Ihnen in der Zukunft.

Ihre



Henrietta Six

Mitglied des Vorstandes Stadtparkasse Düsseldorf





Märkte im Fokus

- 04 Kommentar: Jetzt beginnt die Arbeiterlosigkeit**
Ein Kommentar von Dr. Tobias Zimmermann, StepStone-Group-Evangelist und Arbeitsmarktexperte.
- 05 Auf in die Zukunft: Neue Ideen treffen auf altes Handwerk**
Sophie Hinkel, Lena Backes, Juliane und Victoria Frankenheim über das Arbeiten zwischen erhaltenswerten Traditionen und zeitgemäßen Innovationen.
- 10 KKL Holding GmbH: Wandel mit Konstante**
Bei der KKL Klimatechnik-Vertriebs GmbH hat sich viel verändert. Immer dabei: die Stadtparkasse Düsseldorf.
- 12 RheinRiff: Auf der Erfolgswelle**
Drei Macher bauen in Düsseldorf die größte Indoor-Surfwelle der Welt.

Impulse

- 15 EU-Whistleblower-Richtlinie: Schutz für Hinweisgeber:innen**
Die Richtlinie schützt Informant:innen, die Missstände in Unternehmen und der öffentlichen Verwaltung aufdecken.
- 16 Digitalisierung im Multikanal: Online-Banking Business**
Noch mehr Online-Services für geschäftliche Transaktionen und Aufträge.
- 17 Podcast #DigiDUS: Düsseldorf digital**
Was macht eine Stadt zur „Smart City“ und wie profitiert der Mittelstand davon?

Start-up meets Mittelstand

- 18 nuwo – PAGOPACE: It's a match: kreative Ideen für den Mittelstand**
Zwei innovative Geschäftsideen von mutigen Macher:innen

Einblicke

- 20 Henrietta Six: „Ich bin durch und durch ein Kind der Sparkasse“**
Henrietta Six ist seit dem 1. Mai 2023 Mitglied des Vorstands. Sie weiß, wie wir noch besser auf Kundenbedürfnisse eingehen können.
- 22 Im Gespräch: Staffelübergabe im Private Banking**
Giuseppe Mini folgt Andreas Vogt als Generalbevollmächtigter und Direktor Private Banking.

Kapitalmarkt

- 26 Nießbrauchdepot: Wertpapiere zu verschenken, kann sich auszahlen**
Wer viel zu vererben hat, sollte möglichst früh die Vermögenswerte an die nächste Generation weitergeben.
- 27 Marktcommentar: Leichte Entspannung auf den Kapitalmärkten**
Eine Einschätzung von Andreas Vogt.

Kommentar

Fachkräftemangel war 2010. Jetzt beginnt die Arbeiterlosigkeit

Von Dr. Tobias Zimmermann, StepStone-Group-Evangelist und Arbeitsmarktexperte

Es ist höchste Zeit, dass wir uns der Realität stellen: Längst ist nicht mehr der Fachkräftemangel eine große Herausforderung, sondern wir stehen vor einer Ära der Arbeiterlosigkeit. Während die Nachfrage am Arbeitsmarkt weiter hoch bleibt, werden von nun an immer weniger Erwerbstätige zur Verfügung stehen. Was heißt das für die Arbeitswelt der Zukunft? Wir benötigen mehr Arbeitnehmer:innen aus dem Ausland, vieles wird automatisiert, es wird deutlich mehr Kolleg:innen über 60 Jahre geben und die lineare Erwerbsbiografie hat ausgedient. Flexibilität ist Trumpf: in der Personalplanung wie der Arbeitsgestaltung. Aber das Wichtigste ist: Wir müssen die Menschen in den Mittelpunkt stellen. Unternehmen, die sich jetzt proaktiv auf diese Veränderungen einstellen, bietet sich eine vielleicht einzigartige Chance. Sie müssen schleunigst anfangen, zeitgemäß zu rekrutieren und bewerberfreundliche Prozesse zu etablieren. Unternehmen müssen diverser werden, um Bewerber:innen nicht von vornherein auszuschließen. Sie müssen Jobs menschlicher, sinnhafter und produktiver machen, zum Beispiel durch Smart Work, Re- und Upskilling oder eine attraktive Unternehmenskultur. Und sie müssen intensiv in die Entwicklung ihrer Mitarbeitenden investieren, anstatt vergeblich nach der eierlegenden Wollmilchsau zu suchen. Wer sich jetzt einen Vorsprung verschafft, wird in der Ära der Arbeiterlosigkeit den Wettbewerbsvorteil schlechthin haben: die Menschen. Und ganz nebenbei die Zukunft der Arbeit prägen.

Dr. Tobias Zimmermann ist StepStone-Group-Evangelist und Arbeitsmarktexperte. Der promovierte Politologe verantwortet als Head of Insights & Creation die StepStone-Forschung zu Arbeit und Arbeitsmarkt.



Sie gestalten
Düsseldorf mit (v.l.):
Sophie Hinkel,
Juliane Frankenheim
und Lena Backes.



Illustration: Uwe Watschounsk; Foto: Michael Lübke



Auf in die Zukunft

Neue Ideen treffen auf altes Handwerk

Sie sind jung, sie haben Power und viele neue Ideen. Sophie Hinkel, Lena Backes, Juliane und Victoria Frankenheim sind Düsseldorf Handwerkerinnen aus Leidenschaft. Drei Interviews über das Arbeiten zwischen erhaltenswerten Traditionen und zeitgemäßen Innovationen.

Sophie Hinkel

Die 26-Jährige leitet seit Anfang 2022 in fünfter Generation die stadtbekanntes Bäckerei Hinkel mit 100 Mitarbeitenden.

Die Erwartungen der Kund:innen an einen Bäcker sind klar, die Lust auf Experimente ist vielleicht nicht so groß: Wie viel Spielraum für Neues haben Sie in einem Traditions Handwerk?

Sophie Hinkel: Eines der ältesten Handwerke in die Moderne zu überführen und dabei die Tradition beizubehalten, reizt mich enorm. Wir haben unfassbar gute alte Rezepte, teilweise aus der ersten Hinkel-Generation, die natürlich bleiben werden. Gleichzeitig testen wir sehr gern Neues:

Schwarzbrot mit Lakritzsirup und Cranberrys, Brot mit Grünkohl und



Mettenden, vegane Kuchen, alternative Süßungsmittel oder Mehlsorten ... Wir haben glücklicherweise sehr viel Spielraum, weil unsere Kunden offen sind für unsere Neukreationen. „Neues“ umfasst für mich aber nicht nur die Produkte, sondern auch die Prozesse: Wie schafft man es, den Betrieb so zu organisieren, dass mehr Zeit für das eigentliche Handwerk bleibt?

Ihr Vater hat den Betrieb auf „Museumsbacken“ umgestellt. Viel Handwerk, wenig Maschinen. Wie passt das zur heute geforderten Digitalisierung?

Sophie Hinkel: Wir digitalisieren nicht blind drauflos. Wo sie sinnvoll sind, dürfen digitale Prozesse Einzug halten. Wir nutzen beispielsweise ein digitales Warenwirtschaftssystem, digitale Buchhaltung, cloud-basierte Datenspeicherung oder Microsoft Teams. Anderes, wie die KI-gesteuerte Bestelloptimierung, haben wir in den Filialen wieder aussortiert. Wir haben festgestellt, dass die Datenerfassung zu aufwendig wäre, um das Tool sinnvoll einzusetzen. Anders sieht es im B2B-Bereich aus: Hier haben wir eine saubere Datengrundlage und nutzen die KI. Museumsbackstube bleiben wir trotzdem.

Welche Rolle spielt das Thema Nachhaltigkeit für Sie?

Sophie Hinkel: Eine riesige, natürlich auch motiviert durch die Energiekrise. Wir nutzen Wärmerückgewinnung der Öfen, betreiben eine Photovoltaikanlage und kaufen so regional wie möglich ein. Unsere Eier kommen beispielsweise aus Remscheid,

ein Teil des Mehls wird in Ratingen angebaut. Restbrot kommt nicht in die Tonne, sondern ins neue Brot – das wir auch gern in Jutebeuteln verkaufen.

Ist Brot aus Mehlwürmern auch nachhaltig? Immerhin haben Sie damit den ersten Platz beim Backwaren-Designpreis der Bäckerfachschule in Olpe gewonnen.

Sophie Hinkel (lacht): Klar, deswegen nenne ich den „Düsselhoppen“ auch „Brot der Zukunft“. Aber keine Sorge, Mehlwurmmehl setzen wir weiterhin nur für Sonderkreationen ein – obwohl ich persönlich davon überzeugt bin, dass wir als Gesellschaft uns daran gewöhnen müssten.

Wie gelingt es Ihnen, der Bäckerei Hinkel ihren eigenen Touch zu geben?

Sophie Hinkel: Zum einen durch Experience Marketing. Ich liebe dieses Handwerk und möchte unsere Kund:innen daran teilhaben lassen. Der Markt wird immer kleiner, viele kaufen ihr Brot deutlich billiger beim Discounter. Ich muss meinen Kund:innen Argumente dafür liefern, warum sie bei mir deutlich mehr zahlen sollen – und das auch noch gern. Dies kann gelingen, indem ich das Handwerk erlebbar mache, Emotionen wecke, das Entstehen einer Backware authentisch und ehrlich nach außen bringe. Einfach den Zauber des Handwerks vermitteln. Das schaffe ich beispielsweise durch einen Imagefilm, durch Backstubenführungen, Onlinemarketing oder Events. Mein zweites großes Thema ist moderne Führung im alten Handwerk.

Wie muss die aussehen?

Sophie Hinkel: Es ist faszinierend: Im Handwerk sind wir enorm auf die Menschen angewiesen, damit das Produkt gut wird. Aber Führung findet nicht statt, eher ein Managen oder Organisieren. Mir wurde beispielsweise schon gesagt, ich müsse mehr Arschloch sein, um nicht schwach zu wirken. Das ist doch verrückt! Mein Führungsstil hingegen setzt auf Austausch, transparente, respektvolle Kommunikation auf Augenhöhe. Ich möchte die Menschen

mitnehmen. Betriebe, die sich hier nicht weiterentwickeln, werden es in Zukunft schwer haben.

Was, neben moderner Führung, können „alte Meister“ von Ihnen lernen?

Sophie Hinkel: Im Handwerk muss sich die allgemeine Einstellung zum Thema Arbeit ändern. Ich kann es nicht mehr hören: „Die Jugend von heute will nicht mehr arbeiten!“ Meine Personalleiterin ist 26, mein Filialleiter ist 23, das halbe Verkaufsteam ist jünger als 25 – und das sind alles Menschen, auf die ich mich zu 100 Prozent verlassen kann! Es schafft einfach keiner, junge Leute zu begeistern, weil sich niemand mit der Sinnfrage auseinandersetzt. Wir Jungen möchten einer Arbeit nachgehen, die Sinn ergibt. Ich biete das.

Wie führen Sie die Bäckerei in die Zukunft?

Sophie Hinkel: Wir versuchen, immer mehr „back to the roots“ zu gehen: Wir setzen vor allem auf Qualität und gesündere Produkte. Alte Getreidesorten, Vollkorn, Nüsse, das wird immer beliebter. Wir arbeiten gerade mit einer Studie daran, richtig gute gesunde Backmischungen ohne Zusatzstoffe in den Einzelhandel zu bringen. Corona hat ja gezeigt, wie gern Menschen selbst backen. Was das Unternehmen angeht, möchte ich nicht wachsen, eher den Betrieb entzerren, falls sich in der Altstadt eine bezahlbare Immobilie auftut. Ein kleines Café, eine Innovationsbackstube mit Backkursen, Räume für Mitarbeitende schaffen – das alles ist möglich. Außerdem beobachten wir genau, ob die Altstadtlage auch in zehn Jahren noch gut funktioniert oder ob das Leben dann vielleicht mehr in den Vierteln stattfindet. Und bei Gastauftritten im WDR oder ZDF möchte ich natürlich weiterhin für unser Handwerk werben.

Was muss, bei allem Streben nach Neuem, auf jeden Fall so bleiben wie immer?

Sophie Hinkel: Der Betrieb mit den zwei Filialen und unsere traditionelle handwerkliche Backwarenherstellung nach alten Rezepten!



Lena Backes

Lena Backes, 28, ist seit 2020 eine von zwei Braumeister:innen im Füchschen – in einer der letzten traditionellen Altbierbraustätten in Düsseldorf.

Bierbrauen war bis in die frühe Neuzeit Frauensache. Heute ist nur noch etwa jeder zehnte Brauer oder Mälzer weiblich. Warum haben Sie sich für den Job entschieden?

Lena Backes: Für mich war klar, dass ich ein Handwerk ausüben möchte. Es ist einfach ein schönes Gefühl, nach Feierabend das anfassende zu können, was man geleistet hat. Als gebürtige Düsseldorferin bin ich mit der besonderen Brauhauskultur aufgewachsen und habe schon immer die Fünf-Liter-Dosen mit den verschiedenen Motiven der Füchschen-Brauerei gesammelt. Die Affinität zum Bier war also schon lange da. Bei einer USA-Reise habe ich dann die Craftbeerszene kennengelernt und realisiert, wie vielfältig Bier ist und wie kreativ der Beruf sein kann.

Wie kreativ können Sie im Füchschen sein?

Lena Backes: Am Altbierrezept wird nichts geändert, aber wir brauen immer wieder spezielle Biere wie das Weihnachtsbier oder den leichten Maibock. Beide durfte ich im Füchschen schon kreieren. Etwas ganz Verrücktes auf den Markt zu bringen, würde allerdings gar nicht zur Tradition und Geschichte des Brauhauses passen. Es geht aber nicht nur darum, neue Rezepte zu entwickeln, sondern auch um die Optimierung von Produktionsprozessen. Ich habe zum Beispiel den Sudprozess angepasst, sodass wir jetzt effizienter produzieren können.

Haben Sie es schwerer als männliche Kollegen, neue Ideen umzusetzen?

Lena Backes: Ich persönlich fühle mich nicht benachteiligt. Meine direkten Kolleg:innen und mein Chef sind sehr offen für meine Vorschläge. Ich bemerke jedoch eine gewisse Skepsis, wenn ich mit externen Technikern zusammenarbeite. Gerade in technischen Fragen habe ich es als junge Frau manchmal schwerer, ernst genommen zu werden.

Was können „die Alten“ von Ihnen lernen?

Lena Backes: Mein Braumeister-Kollege schätzt mich dafür, dass ich so enthusiastisch und mitreißend bin. Ich denke, das liegt daran, dass man als Frau in einem männerdominierten Beruf immer das Gefühl hat, 110 Prozent geben zu müssen. Außerdem pflege ich einen kommunikativen Führungsstil mit meinen Mitarbeiter:innen und meine Tür steht ihnen immer offen. Dadurch entsteht ein gesunder Austausch, der zu einem angenehmen und konstruktiven Arbeitsklima führt.

Welche Rolle spielen Digitalisierung und künstliche Intelligenz in der Braubranche?

Lena Backes: Künstliche Intelligenz ist noch kein Thema, aber bestimmt und hoffentlich in der Zukunft. Es wäre doch super, wenn sich die Brauanlage den Qualitätsschwankungen der Rohstoffe selbst anpassen könnte. Beim Thema Digitalisierung kommt es auf die Größe der Brauerei an. In industrielleren Brauereien ist sie schon weit fortgeschritten, kleinere nutzen zum Beispiel gute Warenwirtschaftssysteme. Im Füschen haben wir viel von Papier auf digital umgestellt.

Bierbrauen ist ein Handwerk mit langer Tradition. Muss es sich verändern, um zukunftsfähig zu bleiben?

Lena Backes: Das Brauhandwerk lebt von der Modernisierung und hat immer schon einen stetigen Wandel erfahren. Heute sind beispielsweise alkoholfreie Biere viel stärker gefragt als vor einigen Jahren. Als besondere Herausforderung kommt aber heute der Fachkräftemangel hinzu. Handwerksberufe müssen einfach attraktiver und von der Gesellschaft mehr anerkannt werden! Hier ist ein kollektives Umdenken gefragt, denn das fängt in der Schule an: Von Schüler:innen, die Abitur machen, wird meist ein Studium erwartet, das finde ich nicht richtig. Auch an Gymnasien sollten Ausbildungsberufe besser beworben werden. Junge Menschen sollten bei der Berufswahl auf sich selbst hören und überlegen, was ihnen Spaß macht. Es gibt für mich daher auch keine Frauen- oder Männerberufe. Und natürlich muss die Braubranche, wie jede andere, auch die Nachhaltigkeit in den Fokus rücken. Durch den Kohlenstoffmangel haben zum Beispiel einige Brauereien in der Produktion schon von CO₂ auf Stickstoff umgestellt, aber auch die Optimierung der Energieeffizienz, des Wasserverbrauchs und der Wärmerückgewinnung ist wichtig.

Juliane und Victoria Frankenheim

Juliane (31) und Victoria (29) Frankenheim sind seit 2017 Geschäftsführerinnen des Bestattungshauses Frankenheim und führen ein rund 30-köpfiges Team.

Ihr Bestattungshaus hat eine über 150-jährige Geschichte, Sie beide sind die sechste Generation. Wie viel persönlichen Spielraum für Neues gibt es da?

Victoria Frankenheim: Man muss sich von der Geschichte frei machen, die Zeiten ändern sich. Heute spielt die Trauerbegleitung eine viel größere Rolle als früher, also entwickeln wir uns in dem Bereich ständig weiter. Als ausgebildete Yogalehrerin biete ich beispielsweise Yoga für Trauernde an. Hier überlegen wir gerade, Online-Videos zum Download anzubieten. Auch ein Podcast ist im Gespräch, wir haben einfach so viele Themen!

Juliane Frankenheim: Uns ist wichtig, das Haus zu öffnen und die Menschen zu uns einzuladen. Im Herbst planen wir Kindertheater und eine Krimilesung in unserer Hauskapelle. Auch das Thema Nachhaltigkeit hat an Bedeutung gewonnen. Hier haben wir mit der Naturweg-Linie eine neue Produktlinie für Säрге entwickelt, die Holz aus Deutschland statt aus Osteuropa verwendet. Und für die vielen Dokumentenfahrten in der Stadt nutzen wir Elektroautos. Unser Spielraum ist also sehr groß, auch in einem Traditions Handwerk.

Wie innovativ sind Sie im Branchenvergleich?

Juliane Frankenheim: Ich bin selbst Bestatterin und denke bei dem Wort immer an einen alten Mann mit Schnurrbart und Anzug, der ein silbernes Auto fährt. Genau deshalb ist es uns so wichtig, die Menschen einzuladen. Nur durch ein Miteinander können wir dieses Bild aus den Köpfen der Menschen kriegen. Ich würde sagen: Die Branche wandelt sich insgesamt, aber wir sind ganz vorn dabei.

Victoria Frankenheim: Und das macht einfach super viel Spaß!

Ihr Vater hat bereits vieles umgekrempelt und das Geschäft auf die Angehörigen statt auf die Verstorbenen ausgerichtet. Was machen Sie anders als Ihre Eltern?

Victoria Frankenheim: Ich denke, Führung funktioniert heute einfach anders. Nicht unbedingt besser oder schlechter, aber anders.

Juliane Frankenheim: Unser Vater macht seinen Job jetzt seit 40 Jahren. Damals war der Arbeitsmarkt nicht so wie heute, die Mitarbeitenden und ihre Bedürfnisse ändern sich ja auch. Wir müssen uns heute wesentlich mehr bemühen, wir bewerben uns quasi um die Bewerber:innen. Ich würde sagen, wir führen heute bedürfnisorientierter und haben mehr auf dem Schirm, wie es den Mitarbeitenden gerade geht oder wie wir sie unterstützen können.

Kann es bei der heute schwierigen Personalsuche ein Vorteil sein, wenn junge Frauen ein Geschäft führen?

Victoria Frankenheim: Das sorgt zumindest regelmäßig für einen Überraschungseffekt, aber positiv, denn es signalisiert: Hier gibt's ein junges Team. Wir haben mittlerweile viele junge Leute, aber insgesamt die ganze Bandbreite von 20 bis 70 Jahren. Das ist toll, weil die Älteren einen unglaublichen Erfahrungsschatz mitbringen und die Jüngeren immer mehr

Lust auf den Beruf haben. Vor allem seit Corona suchen die Menschen eine sinnstiftende Arbeit.

Was kann die alte Generation denn von Ihnen lernen?

Juliane Frankenheim: Selfcare. Früher wurde bis zum Umfallen gearbeitet. Inzwischen wissen unsere Mitarbeitenden, dass sie auch mal zu Hause bleiben können, wenn es ihnen nicht gut geht oder wenn sie einen fordernden Sterbefall betreut haben.

Victoria Frankenheim: Aber auch neue Ansätze in den Abläufen.

Welche Rolle spielen Digitalisierung und KI dabei für Sie?

Victoria Frankenheim: Wir wünschten, eine größere. Wir sind mit unserer Software leider sehr abhängig von Dritten. Es gab schon Ansätze, beispielsweise mischt jetzt ein Berliner Start-up mit, aber das wird noch dauern. Obwohl wir versuchen, die Ablage schmal zu halten, ist unser Büro alles andere als papierlos. Hier ist aber vor allem die Stadt gefragt, ihre Prozesse zu verändern, zum Beispiel im Standesamt. Solange wir noch Dokumente von A nach B fahren oder sogar faxen müssen, kommen wir nicht weiter.

Juliane Frankenheim: Wir haben während der Coronazeit mit digitalen Trauerfeiern und digitaler Trauerbegleitung angefangen, merken aber auch, dass die Menschen eher den persönlichen Austausch und Kontakt suchen. Trotzdem ist das Thema spannend.

„Gestorben wird immer“, sagt man so schön. Sind Bestattungen ein Selbstläufer, oder was muss sich in der Branche ändern?

Juliane Frankenheim: Neben der Digitalisierung wünsche ich mir mehr Flexibilität, um auf die Bedürfnisse der Trauernden einzugehen. Zehn Kalendertage für eine Erdbestattung sind verdammt wenig Zeit, um alles zu organisieren und sich als Angehörige:r darauf einzustellen.

Victoria Frankenheim: Und wir sollten den Menschen mehr Mut machen, über den Tod zu sprechen. Er betrifft uns alle früher oder später.

Und was muss so bleiben, wie es war?

Victoria Frankenheim: Was immer wichtig bleiben wird, ist ein Ort für die Trauer. Aus trauerpsychologischer Sicht macht daher auch die viel diskutierte und gesetzlich vorgeschriebene Friedhofspflicht Sinn. Wenn ich meine Liebsten im Garten beerdige, nehme ich die Trauer überall mit hin. Gleichzeitig darf die Friedhofskultur aber gern noch offener und lebhafter werden. Aus Friedhöfen könnten Parks werden. Ich glaube, je mehr die nachfolgenden Generationen das Ruder in die Hand nehmen, desto mehr wird sich ändern.



KKL Holding GmbH

Wandel mit Konstante

Mit einem Geschäftskonto fing alles an. Seitdem hat sich bei der KKL Klimatechnik-Vertriebs GmbH viel verändert: Nachfolge, Gründung einer Holding, Wachstum, weitere Übernahmen. Im Wandel ist eine Konstante geblieben: Die Sparkasse Düsseldorf hat das Unternehmen von Anfang an begleitet und wird dies auch in Zukunft tun.

Ist Klimatechnik heute, da die Sommer immer heißer werden, ein Selbstläufer? „Jein“, sagt Patrick Peters, Geschäftsführer der KKL Holding. „In der heutigen Zeit spielen energieeffiziente Klimaanlage eine immer bedeutendere Rolle. Vor allem im Sommer sind diese sehr gefragt, im Winter eine Wärmepumpe zum Heizen. Aber gleichzeitig stehen wir vor großen Herausforderungen: Wir dürfen die Klimaziele der Bundesregierung nicht außer Acht lassen, um das 1,5-Grad-Ziel zu erreichen. Aus diesem Grund deckeln Gesetze den zulässigen Stromverbrauch von Geräten. Zusätzlich stellen wir uns tagtäglich den Aufgaben, die durch die Coronapandemie und den Krieg in der Ukraine entstanden sind: Stockende Lieferketten und ein stetig ansteigender Fachkräftemangel sind nur einige Beispiele, die das Wachstum eingrenzen. Obwohl wir personell sehr gut aufgestellt sind, können wir aus den zuvor erwähnten Gründen nicht die erwünschte Anzahl an veralteten Geräten gegen nachhaltige Geräte austauschen.“

Nachfolge mit Schwung

Patrick Peters und Ingo Hoffmann leiten die KKL Klimatechnik-Vertriebs GmbH seit 2016. Damals waren beide schon seit



**Ein gutes Team (v.l.):
Firmenkundenbetreuer
Daniel Baese,
Ingo Hoffmann,
Patrick Peters und
Frank Bockermann,
Leiter Abteilung
Unternehmenskunden**

mehr als zehn beziehungsweise 20 Jahre im Unternehmen. Als sich Gründer Andreas Kohmann nach 30 Jahren aus dem Betrieb zurückziehen wollte, übernahmen sie 2018 unter Beteiligung eines Investors seine Anteile. Einen Investor ins Boot zu holen, war dem Gründer wichtig, um genügend Schwung für die Weiterentwicklung des Unternehmens zu generieren. So wurde aus der KKL Klimatechnik-Vertriebs GmbH gemeinsam mit der 2016 übernommenen FM Service GmbH die KKL Holding.

Wachstum und Digitalisierung

In den vergangenen Jahren hat sich die Holding trotz der Herausforderungen stetig entwickelt: Mit der XIUS GmbH und der Kälte-Klima-Technik Doubaras GmbH wuchs die Holding weiter, der Umsatz verdoppelte sich bis 2023. Dabei setzten die Geschäftsführer nicht nur auf Wachstum, sondern auch auf Digitalisierung. Hausinterne Prozesse wie Rechnungsfreigaben wurden digitalisiert, KI-gestützte Dokumentenmanagement- und ERP-Systeme implementiert. Patrick Peters und Ingo Hoffmann eröffneten in Köln einen Co-Working-Space für ihre Mitarbeiter:innen, um auch hier die Marktpräsenz ausbauen zu können. Die interne Zusammenarbeit

wurde auf Microsoft Teams umgestellt, die Website modernisiert und Social-Media-Kanäle wurden bespielt. Beim Neubau von Rechenzentren durch die FM

Anfangs sei es manchmal schwierig gewesen, die Mitarbeitenden für Neues zu begeistern. Aber durch Schulungen und Multiplikator:innen in den Abteilungen sei es ihnen gelungen, auch Zweifelnde mitzunehmen.

Die KKL Holding

Die KKL Holding hat heute 230 Mitarbeitende in vier Unternehmen:

- KKL Klimatechnik-Vertriebs GmbH (Kälte-, Klima-, Lüftungstechnik)
- FM Service GmbH (Generalunternehmer Rechenzentrumsbau)
- XIUS GmbH (Fertigung von Pumpenanlagen, Systemlösungen und Steuerungseinheiten für Kühl- und Kaltwassersysteme)
- Kälte-Klima-Technik Doubaras GmbH (Kälte- und Klimatechnik)

Service GmbH setzen sie unter anderem auf Building Information Modeling (BIM), eine Methode zur optimierten Planung von Bauwerken mithilfe einer Software. Hier arbeiten alle Beteiligten dank digital modellierter Bauwerksdaten vernetzt zusammen. „Wer weiß, vielleicht nutzen wir in Zukunft Sprachcomputer und diktieren, statt zu tippen“, schmunzelt Patrick Peters.

Azubis als Ideengeber:innen

Wenn es um neue Ideen geht, fragen die Geschäftsführer auch gern die Jüngsten in der Holding: „Im Bereich der Kälte- und Klimatechnik zählen wir zu einem der größten Ausbildungsbetriebe Deutschlands. Das nutzen wir, um am Puls der Zeit zu bleiben“, erklärt Patrick Peters. Prozesse immer wieder zu überdenken und regelmäßig einen Blick über den Tellerrand zu werfen, sei enorm wichtig für den Erfolg der letzten Jahre gewesen.

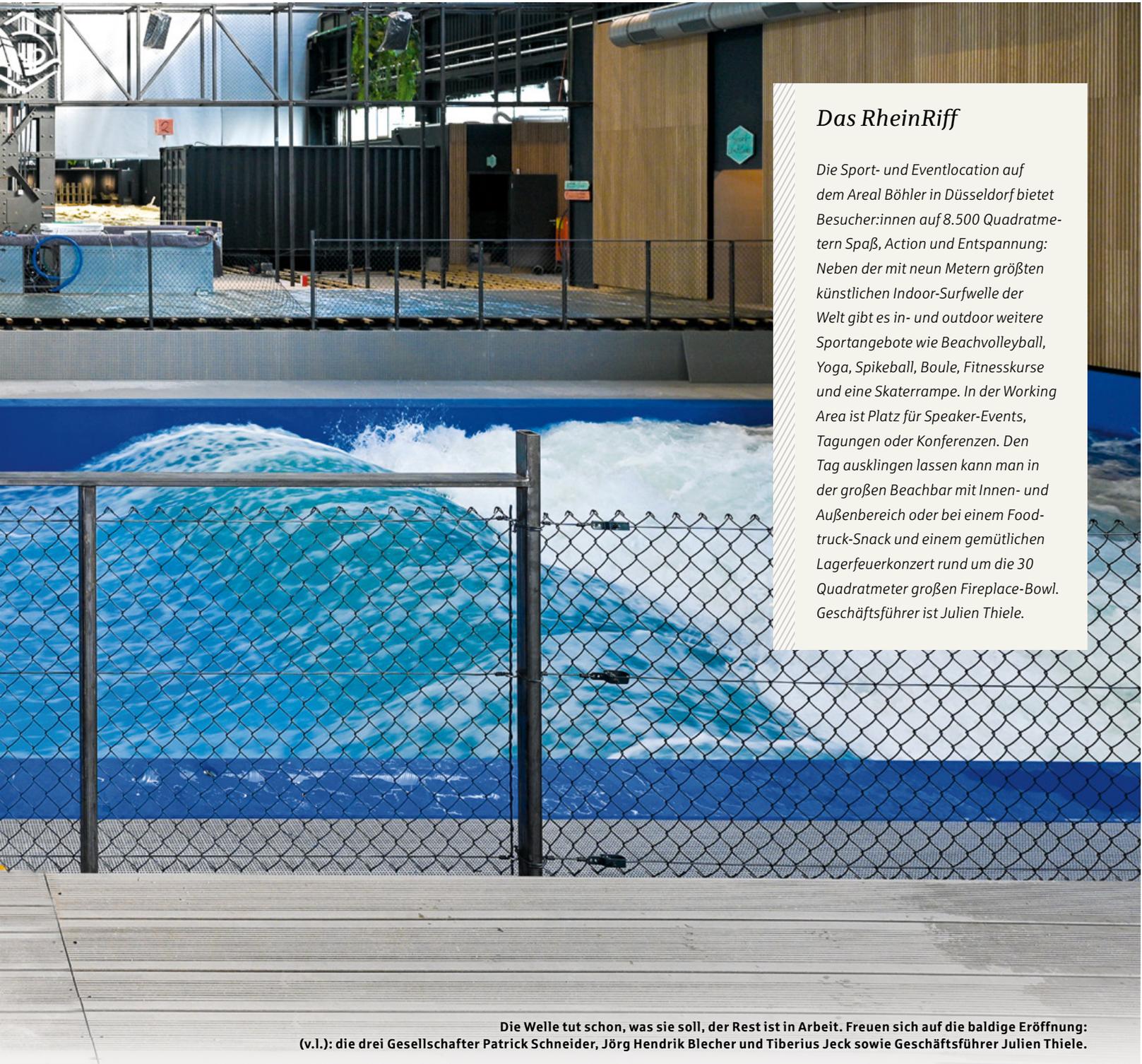
Erfolgreich sollen auch die kommenden Jahre werden: Patrick Peters und Ingo Hoffmann wollen die Holding weiter stärken, organisches Wachstum vorantreiben, den Standort Düsseldorf ausbauen und neue Standorte in Deutschland eröffnen. Auch nachhaltige Klimatisierung, zum Beispiel durch Wärmepumpentechnologie, wird ein Zukunftsthema sein. Die Stadtparkasse Düsseldorf wird sie auch dabei gern begleiten.



RheinRiff

Auf der Erfolgswelle

Surfen mitten in der Stadt? Dank des „Einfach mal machen“-Mindsets der Gründer Patrick Schneider, Jörg Hendrik Blecher und Tiberius Jeck kein Problem. Im Frühjahr 2023 eröffneten sie die größte Surfhalle der Welt.



Das RheinRiff

Die Sport- und Eventlocation auf dem Areal Böhler in Düsseldorf bietet Besucher:innen auf 8.500 Quadratmetern Spaß, Action und Entspannung: Neben der mit neun Metern größten künstlichen Indoor-Surfwelle der Welt gibt es in- und outdoor weitere Sportangebote wie Beachvolleyball, Yoga, Spikeball, Boule, Fitnesskurse und eine Skaterrampe. In der Working Area ist Platz für Speaker-Events, Tagungen oder Konferenzen. Den Tag ausklingen lassen kann man in der großen Beachbar mit Innen- und Außenbereich oder bei einem Foodtruck-Snack und einem gemütlichen Lagerfeuerkonzert rund um die 30 Quadratmeter großen Fireplace-Bowl. Geschäftsführer ist Julien Thiele.

Die Welle tut schon, was sie soll, der Rest ist in Arbeit. Freuen sich auf die baldige Eröffnung: (v.l.): die drei Gesellschafter Patrick Schneider, Jörg Hendrik Blecher und Tiberius Jeck sowie Geschäftsführer Julien Thiele.

Ist er jetzt völlig verrückt geworden?“ Als Hendrik Blecher endlich die Katze aus dem Sack lässt, ist sein Umfeld zunächst perplex. Erst im Sommer 2020, mitten in der Coronakrise, hatte er in sechster Generation das Familienunternehmen als alleiniger Eigentümer, Gesellschafter und operativer Geschäftsführer übernommen. Die August Blecher GmbH & Co. KG bietet weltweit Schneidlösungen unter anderem für die Schwermetall- und Hygienepapierindustrie an. Noch im selben Jahr fängt er an, die größte Indoor-Surfwelle der Welt mitten in Düsseldorf zu planen. Nur eine verrückte Idee? Wohl kaum: Im Mai feierte das RheinRiff Eröffnung.

Aus dem Hobby wird ein Businessplan

„Nach dem Stress mit der Firmenübernahme habe ich einen Gang runtergeschaltet und wollte im Urlaub surfen lernen. Auf dem Weg zur Arbeit kam ich immer an der stehenden Surfwelle in Langenfeld vorbei, also dachte ich, ich teste das Surfen erst einmal dort. Schon beim dritten Mal war mir klar: Das ist mein neuer Sport!“, erinnert sich Hendrik Blecher. Der heute 39-Jährige ist so begeistert, dass er während der Pandemie sogar Lieferantengespräche an die Welle verlegt.

Nachhaltigkeitscheck

Um den Energiebedarf so weit wie möglich mit erneuerbaren Energien abzudecken, haben die Gründer eine Fotovoltaikanlage auf der kompletten Dachfläche installieren lassen. Sie nutzen die Abwärme der Wasserpumpen und statten Mitarbeitende mit hybriden oder E-Autos aus sowie mit Fairtrade-Shirts. Das Mobiliar des RheinRiffs ist größtenteils „up-gecycelt“. Das Angebot des „urbanen Urlaubstags“ reduziert das Bedürfnis, an ferne Strände zu reisen, und die damit verbundene CO₂-Belastung.



Auch das smoney-hub in der Stadtparkasse Düsseldorf surft mit auf der RheinRiff-Erfolgswelle.

Sein Geschäftspartner Patrick Schneider ist ebenfalls schnell angefixt von der neu entdeckten Sportart. Zwischen dem Surfen sprechen sie über ihre neue strategische Partnerschaft, aber auch immer wieder darüber, wie das perfekte Drumherum für eine Welle aussehen müsste. „Stell dir doch mal vor ...“ So fingen ziemlich viele Sätze in dieser Zeit an. Und da kam einiges zusammen. Eine Welle, mitten in Düsseldorf, ganzjährig nutzbar, mit Beachvolleyballfeldern, mit einer richtigen Community ... Sie fingen an, zu recherchieren: Wie viele Beachvolleyballplätze gibt es in Düsseldorf und Umgebung? Wie ist die Nachfrage? Was kostet eine Welle? Wer baut so etwas? Innerhalb weniger Tage hatten die beiden einen halben Businessplan geschrieben.

Perfekte Location für Teamevents

Schnell war klar: Die Investition klingt nicht unmöglich, aber die Lage wird entscheidend sein. Damit steht und fällt das Projekt. Also durchkämmten sie die Stadt von oben bis unten. Wegen Corona gab es zu der Zeit viele Leerstände, doch überraschenderweise erhielten sie nur Absagen. „Die meisten haben direkt abgewunken, als wir sagten, wir wollen die Halle nicht zur Lagerung nutzen“, erzählt Hendrik Blecher. Erst im Areal Böhler fanden sie eine geeignete Halle mit Innen- und Außenbereich, die allerdings viel größer war als geplant. Kein Grund aufzugeben, im Gegenteil: Die beiden Unternehmer passten einfach ihren Businessplan der Location an, planten mehr Sandsportplätze, einen sehr großzügigen Gastro- und Eventbereich und ein Konferenzzentrum. „Im Areal Böhler finden an über 200 Tagen im Jahr Messen mit über 200.000 Besucher:innen statt. Die Aussteller dort haben viel zu wenig Platz für ihr Geschäft, die Nachfrage nach modernen, variablen Konferenzräumen ist groß“, weiß

Hendrik Blecher. Aber auch außerhalb der Messen eignet sich das RheinRiff perfekt für Team-Events. „Wir treffen hier den Nerv der Zeit. Unternehmen suchen Highlights, mit denen sie ihre Teams aus der Reserve locken können. Durch das viele Home-office gehen der persönliche Kontakt und viel Kommunikation verloren. Im RheinRiff können Teams in Ruhe arbeiten und den Tag sportlich ausklingen lassen.“

Mit Tiberius Jeck fanden Hendrik Blecher und Patrick Schneider bald einen dritten Investor und leidenschaftlichen Mitgründer, so dass auch der Finanzierung der vergrößerten Planung nichts mehr im Weg stand. 200.000 Menschen, so ihre Prognose, werden das RheinRiff zu Beginn pro Jahr besuchen.

Buddy-Check fürs Herzensprojekt

Operativ eingreifen wollen die Gesellschafter nicht, das RheinRiff war von Anfang an ein Herzensprojekt und wird es bleiben. Hendrik Blecher ist es wichtig, auch weiterhin voll und ganz für seinen Familienbetrieb da zu sein. Ob er auch mal Angst hatte, dass er sich übernimmt? „Klar habe ich mich zwischendurch gefragt, ob unsere Kalkulation noch stimmt, aber in solchen Fällen machen Patrick und ich den Buddy-Check – manchmal auch mitten in der Nacht. Wir rufen uns an und fragen: Sind wir okay? Passt alles? Fühlen wir uns noch wohl? Wir waren immer sehr ehrlich miteinander und haben die Ideen des anderen kritisch beleuchtet. Und letztendlich ist man entweder Unternehmer – oder eben nicht.“

Weitere Informationen erhalten Sie unter:
rheinriff.de

EU-Whistleblower-Richtlinie

Schutz für Hinweisgeber:innen

Die EU-Whistleblower-Richtlinie, die seit 2019 in Kraft ist, schützt Informant:innen, die Missstände in Unternehmen und der öffentlichen Verwaltung aufdecken. Die Kernaussage der EU-Richtlinie ist klar: Unternehmen mit 50 oder mehr Beschäftigten müssen zukünftig interne Kanäle etablieren, über die Meldungen sicher an eine unabhängige Person geschickt werden können.

Der Dieselskandal bei Volkswagen, kriminelle Bilanzfälschungen bei Wirecard, Überwachung von Mitarbeitenden bei Lidl – prominente Fälle wie diese zeigen: Interne Hinweisgeberinnen und Hinweisgeber können einen wichtigen Beitrag zur Aufdeckung von Missständen leisten. Sie können aber auch in kleineren Unternehmen auf Korruption, Steuerhinterziehung, Umweltverschmutzung oder andere Verstöße aufmerksam machen. Im Fall eines Apothekers in Bottrop, der Krebsmedikamente für mindestens 3.700 Patienten streckte, um sich zu bereichern, waren es eine phar-

mazeutisch-technische Angestellte und der kaufmännische Leiter, die Zivilcourage zeigten. Mit der Anzeige gefährdeten sie ihren eigenen Job.

Damit sind sie kein Einzelfall. Doch die Angst vor Jobverlust, Mobbing, Diskriminierung oder Gefährdung von Leben und Gesundheit sollte kein Grund sein, über Missstände zu schweigen. Die Whistleblower-Richtlinie soll Tippgeber:innen vor diesen Risiken schützen und ihre Position stärken. Der deutsche Gesetzentwurf kehrt die Beweislast um und sieht Strafen von 20.000 Euro, in schwerwiegenden Fällen sogar bis zu 100.000 Euro vor.

Interne Meldekanäle

Der Gesetzentwurf schreibt vor, dass Organisationen einen internen Meldekanal implementieren müssen. Dieser Kanal muss für eigene Arbeitnehmer:innen, Freelancer:innen und Geschäftspartner:innen erreichbar sein – beispielsweise per E-Mail, Telefon oder Web-Formular. Ein elektronisches Hinweisgebersystem, das zusätzlich gleich die Dokumentationspflichten bedient, ist eine weitere Möglichkeit, den Kanal zu etablieren. Unternehmen können so frühzeitig auf Probleme reagieren und Schäden begrenzen – und müssen das

„Ein richtig angelegtes Hinweisgebersystem schafft Sicherheit und Vertrauen für Beschäftigte und Geschäftspartner und bildet ein ‚Frühwarnsystem‘ für das Unternehmen.“

Andrea Berneis,
Rechtsanwältin,
Ombudsfrau



sogar, indem sie Maßnahmen ergreifen, um die Missstände abzustellen.

Unabhängige Vertrauensperson

Gleichzeitig sieht der Gesetzentwurf vor, dass Informant:innen eine klare, vertrauenswürdige Anlaufstelle haben müssen, an die sie sich wenden können. Die beauftragte Person, die für den internen Meldekanal zuständig ist, muss in der Ausübung ihrer Tätigkeit unabhängig sein und über die notwendige Fachkunde verfügen. Das bedeutet, dass sie weder Weisungen von Vorgesetzten noch von anderen Mitarbeitenden befolgen muss und unabhängig arbeiten soll. Zudem muss sie über Kenntnisse im Datenschutz, in der Informationsverarbeitung und im Arbeitsrecht verfügen. Der Grund: Die beauftragte Person soll in der Lage sein, Hinweise entgegenzunehmen, rechtlich zu prüfen und gegebenenfalls an die zuständigen Stellen weiterzuleiten. Dabei muss sie die Anonymität und den Schutz der Hinweisgeber:innen sicherstellen.

All das soll dazu beitragen, dass sich in Unternehmen eine entsprechende „Speak-up-Kultur“ etabliert: Die Organisation bietet Unterstützung und Ressourcen für Whistleblower:innen, um sicherzustellen, dass ihre Bedenken angemessen behandelt werden und dass sie vor möglichen Konsequenzen geschützt werden. Dies kann beispielsweise eine Beratung durch eine unabhängige Stelle oder einen Anwalt beinhalten. Der Vorteil für Unternehmen, wenn Mitarbeitende zunächst einen internen Kanal nutzen: Sie können entsprechend reagieren. Wenden sich Hinweisgeber:innen hingegen direkt an externe Stellen wie das Bundesamt für Justiz, die Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht oder das Bundeskartellamt, wird das Unternehmen im Zweifelsfall unvorbereitet von den Ereignissen überrollt.

Weitere Informationen zum Thema unter www.berneis-legal.de und in unserem [LinkedIn-Kanal](#) unter [#RechtEinfach](#).

Digitalisierung im Multikanal

Online-Banking Business: von Auskunft bis Zahlungsverkehr

Viele digitale Lösungen sind unseren Kund:innen schon beim privaten Banking ans Herz gewachsen. Jetzt bieten wir auch gewerblichen Kund:innen noch mehr Online-Services für geschäftliche Transaktionen und Aufträge an.

Das Online-Banking Business ist speziell auf die Bedürfnisse unserer Firmenkund:innen ausgerichtet. Es liefert zum einen Informationen, Produkte, Services und echte Mehrwerte. So wird dort zum Beispiel noch in diesem Halbjahr ein Zugang zur Schufa-Auskunft geschaffen. Zum anderen gibt es einen Bereich für Transaktionen mit einer neuen Nutzerverwaltung. Sie möchten Mitarbeitenden den Zugriff auf einzelne Konten ermöglichen? Oder Ihr elektronisches Postfach ganz gezielt für weitere Nutzer:innen öffnen? All das ermöglicht die neue Nutzerverwaltung – und das rund um die Uhr, 24/7 – unabhängig von Öffnungs- und Bearbeitungszeiten.

Echter Servicekanal

„Mit dem neuen Online-Banking gelingt mir die konsequente Trennung zwischen meinen privaten und meinen geschäftlichen Konten und Postfächern – ein Schritt, den ich mir schon lange gewünscht habe und der wirklich zukunftsweisend ist“, so das Urteil unseres Kunden Christopher Büssen, geschäftsführender Inhaber der raumgut Immobilien GmbH, der das Firmenkundenportal bereits nutzt. Viele weitere praktische Services, die die bekannten Zahlungsverkehrsfunktionen ergänzen, stehen bereits heute zur Verfügung und werden kontinuierlich ausgebaut. Das Online-Banking Business ist also mehr als „nur“ ein Zahlungsverkehrsportal. Wir entwickeln es konsequent zu einem echten Servicekanal weiter. Auf gewerbliche Kunden spezialisierte Apps runden das Angebot ab und ermöglichen einen Kontozugriff jederzeit auch von unterwegs, optional mit direkter Anbindung an unsere Buchhaltungslösung. Natürlich können auch Konten anderer Banken eingebunden werden – per PIN und TAN oder per EBICS.



Thorsten Quast

„Mit dem Online-Banking Business erweitern wir unseren für Privatkunden schon sehr lange erfolgreich etablierten Kanal ‚Online-Banking‘ für unsere gewerblichen Kund:innen. Damit wollen wir auch elektronisch auf jedem Schreibtisch unserer gewerblichen Kund:innen präsent sein: Sie werden ihre Sparkasse morgens mit dem Desktop einschalten und erst abends wieder aus.“

Thorsten Quast,
Digitalisierungsmanager
Firmenkunden

Banking, wie Sie es wollen

Da Online-Banking Business auf unserer Internetlösung aufgesetzt, brauchen unsere Firmenkund:innen keine weitere Software zu installieren. Und wer unser Online-Banking bereits privat verwendet, wird sich auch im neuen Portal für Firmenkund:innen bestens zurechtfinden. Falls doch mal Hilfe benötigt wird: Interaktive Klickstrecken, eine Guided Tour und ein Online-Handbuch stehen für den Fall der Fälle genauso parat wie unsere telefonische Hotline. Im Sinne unserer Multikanalstrategie können unsere Firmenkund:innen selbstverständlich weiterhin ganz situativ entscheiden: Nutzen sie unsere Online-Services oder bevorzugen sie den persönlichen Kontakt – vor Ort in der Filiale oder telefonisch, beispielsweise mit einem Anruf im Business-Center, beziehungsweise bei Firmenkunden Direkt?

Ganz am Puls der Zeit

Mit unserem Online-Banking Business beantworten wir den vielfachen Wunsch unserer Kund:innen, keine aufwendigen Softwareinstallationen mehr pflegen zu müssen. Das Online-Banking Business ist als Bestandteil des digitalen Ökosystems „Sparkasse“ jederzeit nur einen Klick entfernt: www.sskduesseldorf.de/firmenkunden



Podcast #DigiDUS

Düsseldorf digital

Was macht eine Stadt zur „Smart City“ und wie profitiert der Mittelstand davon? Im Gespräch mit Düsseldorfs Chief Digital Officer Alexander Smolianitski checken wir, wie gut unsere Stadt für die digitale Transformation von Wirtschaft und Gesellschaft aufgestellt ist. Denn laut eGovernment MONITOR der Initiative D21 klafft eine riesige Digitalisierungslücke zwischen dem tatsächlichen Angebot von Kommunen und dem, was bereits möglich und gewünscht wäre.

Anders ist das in Düsseldorf, das im Bitkom-Ranking in die Top Ten der Smart Cities aufgestiegen ist. Doch was nutzt das beste Angebot, wenn es nicht wahrgenommen wird? Alexander Smolianitski setzt deswegen einerseits auf Kommunikation und denkt andererseits in der intensiven Netzwerkarbeit weiter: Gemeinsam mit Akteuren wie den Kammern, der Digitalen Stadt Düsseldorf und Unternehmen stärkt die Stadt die digitalen Kompetenzen und die Zusammenarbeit in der Wirtschaftsregion.

Alle Folgen des Podcasts #DigiDUS finden Sie auf der Website der Stadtparkasse Düsseldorf unter

www.sskduesseldorf.de/podcast und bei allen Podcastdiensten wie beispielsweise Apple Podcasts, Spotify oder Google Podcast.



nuwo – PAGOPACE

It's a match: kreative Ideen für den Mittelstand

Die eine war Lehrerin, der andere Spielerberater im Profifußball. Beide haben ihre Jobs ad acta gelegt und etwas Neues gewagt. Lisa Rosa Bräutigam ist Gründerin der ersten Homeoffice-as-a-Service-Plattform nuwo, Steffen Kirilmaz ist Mitgründer von PAGOPACE. Das Kölner Start-up steht für einen Ring, der nicht nur gut aussieht, sondern auch zum Bezahlen taugt. Zwei innovative Geschäftsideen von mutigen Macher:innen, mit Mehrwert für etablierte Unternehmen.

**Start-up-Woche
Düsseldorf: Wir
sind Matchmaker!**

Lernen Sie Lisa Rosa Bräutigam und Steffen Kirilmaz in unserem Workshop am 23.5.2023 von 11.00 bis 13.00 Uhr im smoney-hub in der Berliner Allee 33 in Düsseldorf kennen.
QR-Code scannen und dabei sein!



PAGOPACE – bezahlen mit Wow-Effekt

Der Geldbeutel quillt über, beult die Hosentasche aus und in der Handtasche sucht man ihn mitunter minutenlang. Das Smartphone? Befindet sich schon wieder im Stromsparmmodus und steht kurz vor dem Aus. Für Bernhard F. Wernberger, Lukas Schmitz und Steffen Kirilmaz liegt die Lösung all dieser kleinen Alltagsprobleme in einem Schmuckstück, dem sie den Namen „Pago“ gegeben haben: Ich bezahle.

Das Äußere des Rings ist eher unauffällig, doch im Inneren steckt ein kleiner NFC-Chip. Wer ihn im richtigen Winkel im Abstand von etwa drei Zentimetern ans Lesegerät einer Kasse hält, kann damit bezahlen – und zwar weltweit überall dort, wo das mit Kreditkarte möglich ist. Da die NFC-Technologie ohne Energie auskommt, ist kein Akku notwendig. Alles, was die Schmuckträger:innen vor dem ersten



nuwo – bereit für die neue Arbeitswelt

Was tun, wenn man mit Anfang 30 schon das Gefühl hat, am Karriereende angekommen zu sein? Lisa Rosa Bräutigam entschied sich für die Selbstständigkeit. Zurückgelassen hat sie den Beamtenstatus und sechseinhalb Jahre als Lehrerin in einer Grundschule, zuletzt als Co-Rektorin. Mehr sollte für sie in diesem Beruf erst einmal nicht drin sein. Bräutigam mochte ihn sehr, aber genauso liebt sie die Herausforderung und das Neue. Der erste Lockdown in Coronazeiten, als viele Menschen ihren gut ausgestatteten Bildschirmarbeitsplatz gegen das Homeoffice tauschen mussten, brachte sie auf ihre Geschäftsidee.

Herausforderung Homeoffice

Freundinnen und Freunde klagten über fehlende Bürostühle, Arbeit vom Sofa aus sowie Rücken- und Nackenschmerzen. „Ich fragte mich: Gibt es niemanden, der Homeoffice-Ausstattung as a Service anbietet?“ Schnell arbeitete sich Bräutigam in die Büromöbelbranche ein, das Thema ließ sie nicht mehr los. Im Januar 2021 folgte die Gründung von nuwo. Das Geschäftsmodell

Bezahlen tun müssen, ist, den Pago mit der eigenen Kreditkarte zu verbinden.

Begleiter für alle Fälle

So weit der Stand der Dinge. Die drei Gründer denken aber schon weiter: „Unsere Idee ist, Pago vom Bezahlring zum Alltagsbegleiter zu machen, der komplette Freiheit ermöglicht“, so Steffen Kirilmaz. „Ich öffne mein Auto und starte den Motor mit dem Pago, checke damit in der Firma ein, und auch der Schlüssel zu Haus oder Wohnung wird überflüssig.“ Im ersten Schritt planen Kirilmaz und Co., Freizeiteinrichtungen und Hotels für ihre Idee zu begeistern. Die Unternehmen könnten ihren Gästen mit dem Pago eine innovative und komfortable Lösung an die Hand geben. Beispiel Schwimmbad: Hier könnte der Ring Besucher:innen das Warten an der Kasse ersparen und das lästige, immer feuchte Armband für den Spindschlüssel ersetzen.

Gründergeist trifft Technologie-Know-how

Dass Steffen Kirilmaz Unternehmensgründer wurde, ist kein Zufall. Schon während des Studiums philosophierte er mit seinem Freund und Kommilitonen Lukas Schmitz über mögliche Start-

ups. „Wir haben einige Dinge ausprobiert. Sie waren nicht erfolgreich, haben aber Spaß gemacht.“ Nach dem Studium trennten sich die Wege der beiden, der Kontakt blieb. „Es war ungeschriebenes Gesetz: Wenn wir irgendwann eine Idee haben, von der beide überzeugt sind, lassen wir alles stehen und liegen.“ Das war der Fall, als die beiden Freunde Bernhard F. Wernberger begegneten, der zum Gründergeist das technische Know-how mitbrachte. Zusammengeführt hat die drei ein ehemaliger Mitbewohner von Kirilmaz und Neffe von Wernberger, der sich dachte: Wenn die drei die Köpfe zusammenstecken, kann etwas entstehen. Man könnte sagen: Recht hatte er.



Das PAGOPACE-Team: Steffen Kirilmaz, Bernhard F. Wernberger und Lukas Schmitz (von links)

Weitere Infos erhalten Sie unter:
www.pagopace.de

richtet sich sowohl an kleine als auch an große Unternehmen und begleitet sie in eine Welt, in der hybrides Arbeiten Alltag geworden ist.

„Mitarbeitende im Homeoffice auszustatten, stellt Unternehmen vor große Herausforderungen“, so Bräutigam. „Auswahl, Bestellung und Finanzierung von Büroausstattung binden Personal und ist kapitalintensiv, hinzu kommen rechtliche und steuerrechtliche Fragen.“ Mit nuwo gibt es nun eine digitale Plattform, die all diese Probleme löst. Mitarbeitende können sich über firmeninterne Webshops arbeitsstättenzertifizierte Möbelstücke aussuchen, die von ausgewählten Fachhändlern geliefert und montiert werden. Leasingmodelle zur Finanzierung lassen Unternehmen viel finanzielle Freiheit. Über die Plattform können die Arbeitgeber zudem Verträge abschließen und im Blick behalten, bei wem sich welche Produkte befinden.

Gesund und zufrieden

„Was uns darüber hinaus auszeichnet, ist unsere Software für eine digitale Gefähr-

dungsbeurteilung inklusive Unterweisung der Mitarbeitenden zu Hause, die wir zusammen mit einer Kanzlei entwickelt haben. Arbeitgeber sind damit rechtlich zu 100 Prozent auf der sicheren Seite – auch ohne Zugangsrecht zum Heimarbeitsplatz“, erklärt Bräutigam. „Das Modul steht allen Unternehmen offen, unabhängig davon, ob sie Ausstattung über uns beziehen oder nicht.“

Bräutigam ist sich sicher, dass die Frage, wie wir künftig arbeiten werden, zentral für Unternehmen ist und bleibt. „Viele gehen von einer Trias aus: dem agilen Office, dem Homeoffice und sogenannten Third Places, dezentralen Orten, wo Mitarbeitende zusammenfinden können. Mit unserer Plattform bieten wir Unternehmen die Möglichkeit, diese neue Arbeitswelt zu managen. Und zwar so, dass ihre Mitarbeitenden überall einen gesunden Arbeitsplatz haben, an dem sie sich wohlfühlen – auch über die Grenzen Deutschlands hinaus.“



Überzeugt von New Work: Lisa Rosa Bräutigam

Weitere Infos erhalten Sie unter:
www.nuwo.co



Interview Henrietta Six

„Ich bin durch und durch ein Kind der Sparkasse“

Henrietta Six ist seit dem 1. Mai 2023 als Mitglied des Vorstands verantwortlich für Firmenkunden und -kundinnen, Immobiliengeschäft und Treasury der Stadtsparkasse Düsseldorf: von der Unternehmensfinanzierung über Transformationskredite bis zur Beratung in Zukunftsthemen. Wie wir hier noch besser auf die Bedürfnisse unserer Kund:innen eingehen können? Wir stellen Henrietta Six und ihre Ideen dazu vor.

Einmal Sparkasse – immer Sparkasse? Warum sind Sie das beste Beispiel dafür?

Als ich 1994 aus meinem Geburtsland Ungarn nach Deutschland kam, war ich absolut fasziniert von der ersten Sparkassenfiliale, die ich sah. In Ungarn gab es während meiner Jugend kein vergleichbares Finanzinstitut. Dort verteilte man früher Lohntüten.

Mir war klar: Da möchte ich arbeiten. Ich hatte Glück und bekam einen Ausbildungsplatz bei der Stadtsparkasse Köln (heute Sparkasse KölnBonn). Dort erlebte ich eine großartige Kombination: einerseits viel mit Menschen zu arbeiten und andererseits sehr analytisch vorzugehen. Ich mag es, mit meinen Kolleg:innen eine Lernkurve zu entwickeln und Mehrwert zu schaffen – und natürlich auch gemeinsam erfolgreich zu sein. Schnell habe ich festgestellt: Ich bin durch und durch Sparkasse, ich glaube an das Geschäftsmodell und die Werte, die sie verkörpert. Nähe, Regionalität, für Bürger:innen und auch für den Mittelstand da zu sein, das ist eins zu eins so, wie ich agiere.

Woran machen Sie die Nähe fest?

Dazu gehört die Bürgerdividende, mit der wir unter anderem unserer Gemeinwohlverpflichtung nachkommen. Im vergangenen Jahr haben wir zum Beispiel rund 2,2 Millionen Euro in Spenden, Sponsoring, PS-Zweckerträgen sowie Stiftungsausschüttungen für 705 Projekte zur Verfügung gestellt. Aber Nähe bedeutet auch, Angebote wie smoney zu schaffen. Mit unserer Marke für junge Leute bieten wir einen Anlaufpunkt für eine Zielgruppe, die sich vorher noch nicht so gut von uns angesprochen gefühlt hat. Die Sparkassen haben bei einigen Menschen ein angestaubtes Image. Oft wird von dem roten Sparbuch erzählt. Dafür stehen wir auch, doch daneben noch für sehr viel mehr. Und schließlich erreichen wir ein Gefühl der Nähe, indem wir zusätzlich digital jederzeit erreichbar sind und ein breites Online-

Angebot bereitstellen. Das haben wir gerade mit unserer Multikanalstrategie gestärkt.

Wir öffnen unsere Türen zudem durch viele Veranstaltungen und sind in der Stadt mit ihren Netzwerken präsent. Karin-Brigitte Göbel lebt das als unsere Vorstandsvorsitzende vor und ich habe das Glück, dass sie und die anderen Vorstandskollegen mich zu vielen Gelegenheiten mitnehmen und dort vorstellen. Dadurch sind wir im ständigen Austausch mit unseren Kundinnen und Kunden, was uns ermöglicht, uns noch zielgerichteter an ihren Bedürfnissen auszurichten. Ich merke, dass diese Nähe auch unseren Mitarbeitenden sehr am Herzen liegt.

Wie wollen Sie die Zusammenarbeit im Firmenkundenbereich voranbringen?

Mir ist wichtig, dass wir auch tun, was wir sagen. Es reicht nicht, zum Beispiel im vertrieblichen Prozess eine neue Software einzuführen. Wir müssen uns auch um die Details kümmern und schauen: Ist sie kompatibel mit unseren anderen Tools? Ich stelle viele Fragen wie diese, decke Potenziale auf und schaffe damit zusammen mit meinem Team Mehrwert. Ich fordere dazu auf, weiterzudenken und zu fragen: Was ist das Ziel und wie erreichen wir es? Um bei dem Beispiel „Vertriebssoftware“ zu bleiben: Für mich ist die Aufgabe erst gelöst, wenn Medienbrüche tatsächlich aufgehoben und Prozesse effizienter werden – dann gewinnen auch der Kunde und die Kundin sowie die Mitarbeitenden.

Wenn ich morgens hierher in die Berliner Allee komme und unser Logo sehe, dann geht es mir gut. Ich möchte, dass es den Teams und Menschen in meinem Bereich genauso geht und dass sie Lust auf ihre Arbeit haben. In kritischen Momenten versuche ich, sie abzuholen und gemeinsam mit ihnen auf die Sachlage zu schauen.

„Der Wille zur Veränderung, Zielstrebigkeit und das Interesse an Menschen: Das sind die Eigenschaften, die meinen Lebensweg bahnten.“

Henrietta Six

Manchmal hilft aber auch einfach ein bisschen Humor, um motiviert zu bleiben und wieder voranzukommen.

Welche Herausforderungen gehen Sie in den kommenden Monaten an?

Ich bin immer noch in der Ist-Aufnahme. Aber klar ist, dass wir einem dynamischen Umfeld begegnen müssen: Digitalisierung, Nachhaltigkeit, Klimaziele, gesellschaftliche Verantwortung, die geopolitische Lage – darum kommen wir nicht herum. Wir alle müssen uns ändern. Mit unseren Customer Journeys, mit denen wir unterschiedlichste Prozesse aus Kundenperspektive unter die Lupe nehmen, sind wir schon inmitten dieser Transformation. Zusätzlich starten wir einige „Schnellboote“, die verschiedene Themen in kompakten Prozessen angehen.

Ich sehe es auch als unsere Aufgabe, als Vorbild voranzugehen und die Menschen in der Region, Unternehmer:innen ebenso wie die Bürger:innen, dabei zu unterstützen, in diesem Umfeld zu bestehen.

Welche Lösungen wollen Sie unseren Kund:innen anbieten?

Wir werden dem Mittelstand weiterhin den Rücken stärken, zum Beispiel in der Transformationsfinanzierung. Investitionen für mehr Nachhaltigkeit und Digitalisierung flankieren wir mit Beratung aus unserem Netzwerk, wie dem Digi-Check oder dem Energie-Check. Auch für den ESG-Bereich bauen wir unsere Kompetenzen aus. Für viele Kund:innen war das bisher noch kein Thema, weil es für sie nicht relevant war oder sie den Druck nicht spürten. Auch für diese Kund:innen wollen wir kompetente Partner sein, die sie auf der Transformationsreise mitnehmen und für den Gedanken gewinnen, dass CO₂-Reduktion

beispielsweise ein Wettbewerbsvorteil sein kann. Mit Schulungen zu dem Thema bleiben wir selbst am Ball, und darüber hinaus haben wir Vorstellungen davon, wie wir das an die Kund:innen weitervermitteln. Gleichzeitig bauen wir weiter unsere Netzwerke aus und bieten bei Veranstaltungen wie „Mittelstand im Dialog“ Gelegenheiten, neue Ideen einzubringen und gemeinsam Lösungen zu entwickeln.

Zur Person

Henrietta Six war vor ihrem Wechsel zur Stadtsparkasse Düsseldorf drei Jahre lang Bereichsleiterin Unternehmen und Kommunen/Firmenkundencenter bei der Sparkasse Krefeld. Zu ihren Aufgaben zählten neben den Firmenkunden und -kundinnen auch Immobilien, Kommunen und Spezialfinanzierungen.

Henrietta Six wurde 1974 in Tatabánya geboren. Der Großvater väterlicherseits war Donauschwabe. „Ich bin Ungarin durch und durch – aber ebenfalls sehr deutsch“, sagt sie. Der Liebe wegen kam sie 1994 nach Deutschland. Durch Nebenjobs finanzierte sie das angestrebte Studium und baute dabei ihre Sprachkenntnisse aus. Die Entscheidung, in Deutschland zu bleiben, fiel wenig später sowohl privat als auch beruflich: Sie heiratete und absolvierte eine Ausbildung zur Bankkauffrau bei der Stadtsparkasse Köln. Es folgten die Ausbildung zur Bankfachwirtin und der Lehrgang zur Sparkassenbetriebswirtin sowie ein Diplom zur Bankbetriebswirtin an der Frankfurt School of Finance & Management. Der Sparkasse KölnBonn blieb Henrietta Six in den folgenden 24 Jahren treu. Sie entwickelte sich zielstrebig weiter, war dort lange Zeit in leitender Position tätig, bevor sie für neue Herausforderungen nach Krefeld wechselte.



Im Gespräch

Staffelübergabe im Private Banking

Nach gut 14 Jahren verabschiedet sich im Mai 2023 Andreas Vogt als Generalbevollmächtigter und Direktor Private Banking von der Stadtsparkasse Düsseldorf. Nachfolger wird sein Stellvertreter Giuseppe Mini. Wir sprachen mit den beiden über die Erfolgsgeschichte des Private Banking.

Giuseppe Mini

Der gebürtige Wuppertaler ist verheiratet und lebt mit Frau und drei Töchtern im linksrheinischen Willich. Bevor der Diplom-Bankbetriebswirt 2008 zur Stadtsparkasse Düsseldorf kam, war er knapp 16 Jahre bei der Commerzbank in Wuppertal und Düsseldorf tätig – zuletzt als Abteilungsleiter vermögende Privatkunden. Bei der Stadtsparkasse hat er fünf Jahre als Filialbereichsleiter gearbeitet, bevor er ab 2013 als Abteilungsleiter Private Banking tätig war. Er ist seit gut einem Jahr stellvertretender Bereichsleiter und hat unter anderem die Verantwortung für das Wertpapierkernteam Private Banking getragen. Sein größtes Hobby ist neben der Familie das Tennisspiel. Mit seiner Begeisterung für den weißen Sport hat er sowohl seine Frau als auch seine zwischen acht und elf Jahre alten Töchter angesteckt: Die gesamte Familie ist aktiv bei der Tennisgemeinschaft Willich e. V., wo man Giuseppe Mini mindestens einmal pro Woche auf dem Trainingscourt findet.



Herr Vogt, Sie waren knapp 14 Jahre Direktor Private Banking bei der Stadtsparkasse Düsseldorf. Was hat sich in diesen Jahren verändert?

Andreas Vogt: Es gab in dieser Zeit viel Veränderungsdruck. Ich nenne nur die Stichworte Digitalisierung, Regulierung und die daraus abgeleiteten Anforderungen an das Wertpapiergeschäft sowie die ein oder andere personelle Veränderung. Ebenso war die Zeit von immer wiederkehrenden Turbulenzen auf den Finanzmärkten geprägt. Ich erinnere nur an die Finanz- und Euro-Schuldenkrise, die mit der langen Niedrigzinsphase verbundene Realzinsfälle für Anleger:innen, Krieg in Europa. Die Coronakrise hat sich als Treiber für Veränderung im Hinblick auf mehr Digitalisierung gezeigt. Insgesamt hat sich unser Private Banking als sehr widerstandsfähig erwiesen. Dank unseres ganzheitlichen Ansatzes waren wir stets in der Lage, die neuen Herausforderungen im gemeinsamen Interesse sowohl von Kundinnen und Kunden als auch der Bank zu meistern.

Sie sind von einer Großbank zur Stadtsparkasse gewechselt. Bereuen Sie diese Entscheidung?

Andreas Vogt: Ein klares Nein! In einer Großbank werden sämtliche strategischen Entscheidungen zentral, meist in Frankfurt, gefällt. Die regionalen Belange einer Stadt beziehungsweise einer Region finden dabei oftmals zu wenig Berücksichtigung. Ferner ist die Umsetzungs- und Entscheidungsgeschwindigkeit in einer Stadtsparkasse schneller. Darüber hinaus sind es zwei vollkommen verschiedene Kulturen. Sicherlich ist die Sparkassenwelt persönlicher und von einer hohen Kontinuität und Kundenorientierung geprägt.

Was hat das Private Banking unter Ihrer Ägide ausgezeichnet?

Andreas Vogt: Eigentlich müssten das meine Kundinnen und Kunden beantworten. Das Besondere ist sicherlich unser Ansatz

der „ganzheitlichen Beratung“, der so intensiv bei keinem unserer Wettbewerber in Düsseldorf gelebt wird. Private Banking der Stadtsparkasse Düsseldorf steht für eine nachhaltige Anlagenphilosophie und für Individualität. Wir sind keine Anlagenfabrik mit vorgefertigten Finanzprodukten, sondern eine exklusive Manufaktur, in der wir aufgrund der Bedürfnisse jedes einzelnen Kunden und jeder einzelnen Kundin sehr individuelle Konzepte entwickeln. Hinzu kommt der gesunde Beraterinnen- und Beratermix, verbunden mit der bereits erwähnten hohen Kontinuität an der Kundschaft. Unsere Berater:innen betreuen und beraten ihre Kund:innen zum Teil über mehrere Generationen hinweg. In meiner Amtszeit gab es darüber hinaus diverse Neueinstellungen, die von außerhalb des Sparkassenumfeldes den Weg in das Private Banking der Stadtsparkasse Düsseldorf fanden. Der damit verbundene Wissenstransfer und Erfahrungsaustausch untereinander ist ein nicht zu unterschätzender Mehrwert für die Kundschaft. Ferner haben wir extrem in Ausbildung und Weiterqualifizierung unserer Beratenden investiert.

Welche Neuerungen haben Sie angestoßen?

Andreas Vogt: Da ist der Bereich Immobilien an erster Stelle zu nennen. Wir waren Vorreiter im Sparkassensektor bei der Etablierung der Immobilienfinanzierung und -beratung im Private Banking. Aufgrund des ganzheitlichen Ansatzes erhalten unsere Kundinnen und Kunden hier durch unsere Expert:innen und Spezialist:innen eine exzellente Markt- und Standortkenntnis, verbunden mit flexiblen Finanzierungsstrukturen. Ebenfalls haben mein Team und ich unsere Beratungsmodelle im Wertpapierbereich neu strukturiert und das transparente und kundenorientierte Modell „DepotMandat“ entwickelt. Es richtet sich an Kapitalanleger:innen, die unter Einbindung von Wertpapierspezialist:innen die Volatilität der Märkte nutzen und ihr Portfolio als Entscheider:innen eigenständig steuern. Das

heißt, dass jede Kauf- oder Verkaufsentscheidung eigenständig durch den Kunden oder die Kundin erfolgt. Hinzu kommt das Modell „Vermögensverwaltung“ mit dessen Hilfe Kundinnen und Kunden Zugang zu einer professionellen und exklusiven Verwaltung des uns anvertrauten Vermögens erhalten.

Gibt es etwas, was Sie Ihrem Nachfolger Giuseppe Mini mit auf den Weg geben möchten?

Andreas Vogt: Eigentlich nein. Herr Mini wird seinen eigenen Weg finden. Wir haben ja viele Jahre intensiv zusammengearbeitet und das Private Banking gemeinsam erfolgreich gemacht. Ich denke, er wird vieles im Private Banking erhalten und zugleich Dinge verändern und anders machen. Das liegt in der Natur der Sache und ist am Ende auch gut so.

Wie sehen Ihre Pläne für die Zeit nach der Sparkasse aus?

Andreas Vogt: Da habe ich mich noch nicht endgültig entschieden. Zunächst gilt es, etwas Abstand zu finden und private Dinge, die berufsbedingt immer auf der Strecke geblieben sind, nachzuholen. Wer mich kennt, weiß aber auch, dass ich nicht der Typ bin, der sein Leben zukünftig nur mit Haus, Garten und Hobbies verbringen wird. Vielleicht ergibt sich ja eine Möglichkeit, meine jahrzehntelange Erfahrung und das aufgebaute Netzwerk auch zukünftig zu nutzen.

Herr Mini, lassen Sie uns mit etwas Persönlichem beginnen: Welche Personen, Ideen und Werte haben Sie geprägt?

Giuseppe Mini: Ganz eindeutig mein Vater, der aus Italien nach Deutschland ausgewandert ist, um hierzulande ein besseres Leben und eine Zukunft für seine Familie zu finden. Dafür hat er Tag und Nacht gearbeitet. Seine Werte Ehrlichkeit, Pünktlichkeit, Verlässlichkeit und Strebsamkeit sowie Mut und Entschlossenheit sind mir in Fleisch und Blut übergegangen.

Sie erscheinen als ein besonnener Mensch. Gibt es etwas, was Sie aufregt?

Giuseppe Mini: Ja, Leute, die problemorientiert denken und handeln! In Problemen sehe ich Herausforderungen, die einer Lösung bedürfen. Ich bin sowohl privat wie auch im Berufsleben stets „lösungsorientiert“.

Eine geradezu perfekte Überleitung zur nächsten Frage: Worin sehen Sie die größten Herausforderungen für das Private Banking der Stadtsparkasse Düsseldorf?

Giuseppe Mini: Wie Herr Vogt bereits gesagt hat, zählt sicherlich die Komplexität der Regulatorik dazu. Ein weiterer Punkt ist die demografische Entwicklung: Die junge Generation stellt andere Ansprüche als die Generation 50+ an das Private Banking. Sie ist wechselbereiter, sie hat vielfach andere Wertvorstellungen, beispielsweise über die Relevanz nachhaltiger Investments. Bei einer Vielzahl von ihnen stehen digitale Zugänge und Plattformen hoch im Kurs, sie fühlen sich vorrangig von Direktbanken und Neobrokern angesprochen. Was Digitalisierung und die Einbeziehung digitaler Medien betrifft, sind wir bereits sehr gut aufgestellt, sind die Benchmark unter Deutschlands Großsparkassen. Last, but not least müssen wir erfolgreich dem Fachkräftemangel entgegensteuern.

Welche Bedeutung hat Nachhaltigkeit für Sie?

Giuseppe Mini: Für mich als Familienvater bestimmt Nachhaltigkeit mein Handeln. Ich möchte und muss dazu beitragen, dass auch die nächsten Generationen eine lebenswerte Zukunft haben. Das beginnt im Kleinen zu Hause bei der Mülltrennung oder dem Energieverbrauch, Stichwort: Ressourcen schonen. Für den Kapitalmarkt heißt das: Es bringt niemanden weiter, Anlageprodukte nur als nachhaltig umzulabeln. Grundsätzlich werden Anlegerinnen und Anleger nicht am nachhaltigen Denken und Handeln vorbeikommen, auch nicht in der Vermögensstrukturierung.



„Künstliche Intelligenz und Machine Learning werden noch stärker Einzug in Prozesse halten, etwa um Kundenverhalten noch besser zu verstehen, Verbesserungsfelder zu ermitteln und Effizienz zu steigern. So bleibt mehr Zeit für maßgeschneiderte Beratung.“

Giuseppe Mini

Für mich bilden die 17 Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen Meilensteine. Anlageprodukte sollten generationentauglich sein und dazu beitragen, diese Ziele, wie Klimaschutz, menschenwürdige Arbeit für alle, sauberes Wasser oder den Aufbau globaler Partnerschaft, zu fördern. Nachhaltigkeit und persönliche Rendite sind im Übrigen seit Langem kein Widerspruch mehr. Auch die Stadtparkasse hat inzwischen ihre hauseigenen Fonds auf Fonds mit ökologischen und sozialen Nachhaltigkeitsmerkmalen umgestellt.

Um noch einmal auf die Digitalisierung zurückkommen: Sie hat das Private Banking zwar spät, aber inzwischen mit voller Wucht erwischt. Wie viel Digitalisierung wird es denn in Zukunft bei Ihnen geben?

Giuseppe Mini: Wir haben den Mut gehabt, Prozesse zu digitalisieren, die Stadtparkasse Düsseldorf war von Anfang an Vorreiter bei der Digitalisierung. Inzwischen belegen wir im Digitalisierungsranking Platz eins unter den Sparkassen des Rheinischen Sparkassen- und Giroverbandes. Seit knapp fünf Jahren offerieren wir mit unserem Robo-Advisor-Angebot eine digitale Vermögensverwaltung. Man kann sagen, dass die Coronakrise der endgültige Türöffner für die digitale Kundenkommunikation war. Auch für die ältere Generation wird beispielsweise Online-Banking immer selbstverständlicher. Ebenso wird immer öfter Online-Brokerage nachgefragt. Viele einfache Dinge können inzwischen von den Kundinnen und Kunden selbst erledigt werden. Ein weiterer Meilenstein wird die digitale Signatur bilden. Gefragt sind fallabschließende Prozesse, die papierarm und rechtssicher sind. Künstliche Intelligenz und Machine Learning werden noch stärker Einzug in Prozesse halten, etwa um Kundenverhalten noch besser zu verstehen, Verbesserungsfelder zu ermitteln und Effizienz zu steigern. So bleibt mehr Zeit für maßgeschneiderte Beratung – via Videocall, zu Hause, in der Firma des Kunden oder der Kundin oder auch bei uns in der Bank. Unsere Stärke sind

eben hybride Lösungen. Wichtig ist, dass alle Wege der Beratung unseren Kundinnen und Kunden offenstehen.

Welche Ziele haben Sie noch für 2023 in dem nun von Ihnen verantworteten Bereich?

Giuseppe Mini: Erst einmal gilt es, das Erreichte zu erhalten, die bisherigen Umstrukturierungen weiter mit Leben zu erfüllen. Ab Sommer wird uns eine externe Unternehmensberatung bei der Suche nach Prozessoptimierungen im Interesse unserer Kundinnen und Kunden unterstützen. Fragen sind beispielsweise: Wie erleben diese die Kontakte mit uns? Wo können wir uns weiter verbessern?

Abschließend an Sie noch die Bitte um einen Ratschlag für Anleger:innen in der aktuellen Situation auf den Finanzmärkten.

Giuseppe Mini: Bewahren Sie Ruhe, treffen Sie keine Kurzschlussentscheidungen und sprechen Sie mit Ihrem persönlichen Beratern! Trotz aller Volatilität bleiben Wertpapiere spannend und für die Vermögen unserer Kund:innen zur Diversifikation unausweichlich. Die Lage auf den Immobilienmärkten ist wegen der Zinsentwicklungen schwieriger geworden. Ich empfehle hier professionell gemanagte offene Immobilienfonds. Sie investieren in gewerbliche Topimmobilien an den nachgefragtesten Investitionsstandorten weltweit. Im Vergleich zu einer Einzelimmobilie, bei der es einer Mieterbetreuung oder regelmäßiger Instandhaltung bedarf, können Anleger:innen mit der Investition in einen Immobilienfonds das professionelle Fondsmanagement nutzen. Für das eigene Portfolio gilt: Langfristiger Erfolg beruht vor allem auf der richtigen Mischung der verschiedenen Anlageinstrumente. Die Gewichtung sollte gemeinsam mit unseren Anlageexpert:innen der aktuellen Situation angepasst werden.

Ihnen beiden vielen Dank für das Gespräch.

„Wir sind keine Anlagenfabrik mit vorgefertigten Finanzprodukten, sondern eine exklusive Manufaktur, in der wir aufgrund der Bedürfnisse jedes einzelnen Kunden und jeder einzelnen Kundin sehr individuelle Konzepte entwickeln.“

Andreas Vogt



Nießbrauchdepot

Wertpapiere zu verschenken, kann sich auszahlen

Wer viel zu vererben hat, sollte sich möglichst frühzeitig darum bemühen, die Vermögenswerte an die nächste Generation weiterzugeben. Nur so können die Steuerfreibeträge für Schenkung oder Erbschaft bestmöglich genutzt werden. Das Stichwort lautet Nießbrauch, bislang vor allem bekannt bei der Übertragung von Immobilien. Das gleiche Prinzip funktioniert auch bei Wertpapieren.



Die Idee des Nießbrauchs ist an sich recht simpel: Der oder die Schenkende überträgt Wertpapiere, behält sich jedoch die Nutzung von Dividenden oder Zinsen zu Lebzeiten vor. Durch den Nießbrauch sinkt der zu versteuernde Vermögensanteil. Zudem kann unter anderem auch vertraglich festgelegt werden, dass die Schenkung unter bestimmten Umständen widerrufen werden kann – sollte zum Beispiel der oder die Beschenkte ohne Zustimmung Wertpapiere aus dem Depot verkaufen. Damit wären die Zuflüsse aus dem Depot bis zum Lebensende sichergestellt. „Der erste Schritt ist, die eigene Vermögensnachfolge im Gesamtkontext zu betrachten und hier Klarheit zu gewinnen“, erläutert Andreas Vogt, Generalbevollmächtigter und Direktor Private Banking der Stadtsparkasse Düsseldorf. „Dazu zählt, eine tragfähige Altersvor-

sorgelösung aufzubauen, die einen angenehmen Lebensabend mit hoher finanzieller Sicherheit gewährleistet. Sind diese Dinge geklärt, kann die oder der Schenkungswillige festlegen, wer wann und wie bedacht oder eben auch bewusst nicht berücksichtigt werden soll. Hier können dann unterschiedliche Nießbrauchmodelle ein sehr vorteilhaftes Instrument sein, um die persönlichen Vorstellungen umzusetzen.“

Schenkungsvertrag und steuerliche Betrachtungsweise

Zur konkreten Vertragsgestaltung beziehungsweise zur Berechnung und Realisierung der steuerlichen Ersparnis sollten auf jeden Fall ein Rechtsanwalt sowie der Steuerberater hinzugezogen

werden. An dieser Stelle nur so viel: Die Berechnung des Steuervorteils ist im Prinzip relativ einfach. Er hängt vom Alter des oder der Schenkenden und einer angenommenen Jahresrendite ab. Der Wert des Nießbrauchs darf kapitalisiert werden. Dies geschieht mithilfe eines Vervielfältigers. Dieser berücksichtigt die zu erwartende Lebenszeit des Schenkenden. Je jünger also der Nießbraucher, desto höher der Wert des Nießbrauchs. Je höher der Nießbrauch bewertet werden kann, desto weniger Vermögen geht dementsprechend steuerrechtlich auf die nächste Generation über. Besonders lohnend kann es auch sein, frühzeitig an Nießbrauch zu denken. Dies ist beispielsweise besonders interessant, wenn die Freibeträge gering sind, zum Beispiel ist dies der Fall bei Schenkungen an Patenkinder oder Menschen, zu denen keine verwandtschaftlichen Beziehungen bestehen. Bei diesen Menschen fallen bereits Steuern ab einem Wert von 20.000 Euro an.

Vogt rechnet vor: „Ein 60 Jahre alter Vater möchte seinem Kind ein Wertpapierdepot von einer Million Euro übertragen. Ohne den Nießbrauch stehen dem Kind im Erbschaftsfall nur 400.000 Euro steuerfrei zu. Die Restsumme muss laut Schenkungssteuergesetz zu 15 Prozent versteuert werden – ergibt eine Steuerlast von 90.000 Euro. Das ändert sich deutlich bei einer Schenkung mit Nießbrauch. Nehmen wir einen durchschnittlichen Jahresertrag von vier Prozent. Dieser wird mit dem ‚Vervielfältiger‘ der statistischen Lebenserwartung der oder des Schenkenden multipliziert. Das ergibt eine Summe von rund 600.000 Euro, die nun von der Million abgezogen wird. Damit bleibt die Schenkung komplett innerhalb des Freibetrags von 400.000 Euro und es fallen keine Steuerzahlungen an.“ Voraussetzung ist allerdings, dass der Vater in der Regel noch zehn Jahre lang lebt, aber dies hängt vom Alter des oder der Schenkenden ab. Näheres regelt der Paragraph 14 des Bewertungsgesetzes.

Fazit

Nießbrauch mit Wertpapieren ist eine gute Option für alle, die nach der alten Volksweisheit „Mit warmer Hand schenken ist besser als mit kalter Hand“ handeln, sich zugleich aber abgesichert wissen wollen. Die Beschenkten profitieren davon, dass beim Nießbrauch nur eine erheblich geringere oder auch gar keine Steuerlast anfällt. Ein vom Anwalt oder Notar aufgesetzter Schenkungsvertrag verhindert, dass beim Nießbrauch Missverständnisse zwischen den beteiligten Familienangehörigen entstehen. Vogt: „Sprechen Sie mit Ihrem persönlichen Berater über die Möglichkeiten einer Schenkung mit Nießbrauch bei Wertpapieren. Er wird gemeinsam mit unseren Spezialisten vom Generationenmanagement sowie Ihrem Steuerberater und Ihrem Rechtsanwalt die für Sie passende Lösung finden.“

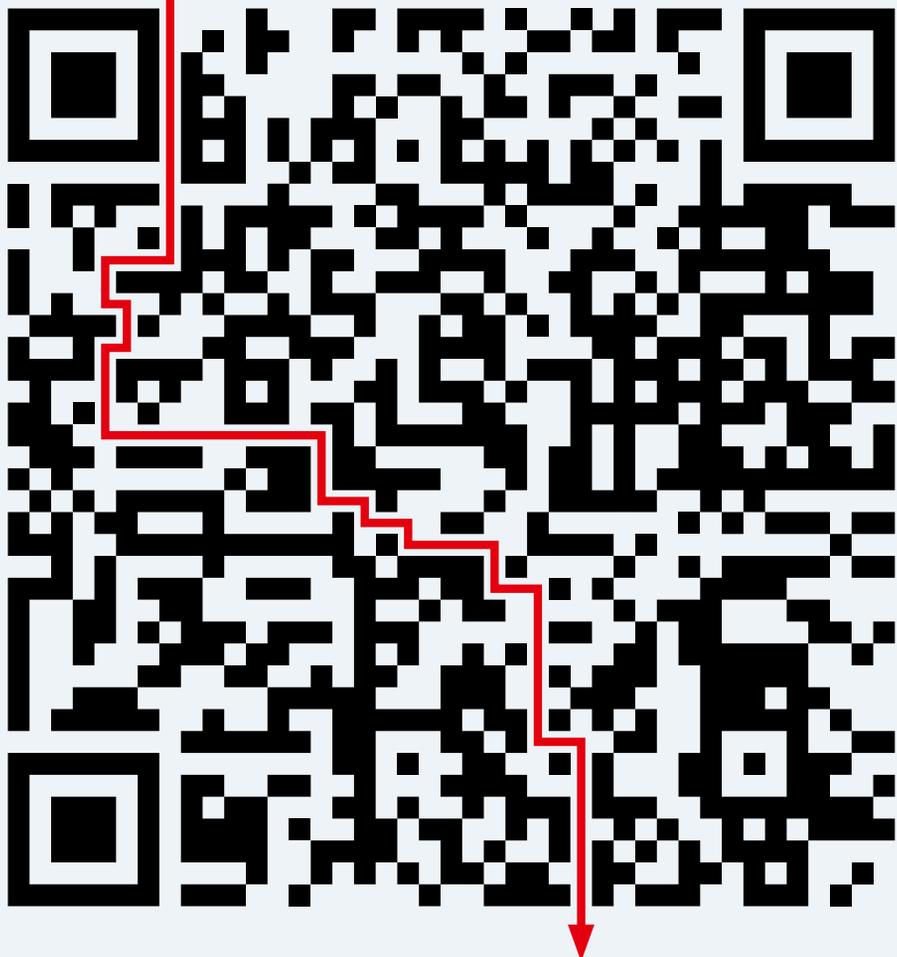
Leichte Entspannung auf den Kapitalmärkten

Marktkommentar: Andreas Vogt, generalbevollmächtigter Direktor Private Banking Stadtsparkasse Düsseldorf

Als wären Coronakrise, Krieg in Europa, Rezessionsrisiken, Inflation, Beschaffungskrisen oder Energiepreisexplosion nicht genug an Schockwellen für Anleger:innen und Wirtschaft, drohte Ende März auch noch eine Bankenkrise. Erinnerungen an den 15. September 2008 mit dem Crash der Investmentbank Lehman Brothers wurden wach, als die Nachricht vom Zusammenbruch der Silicon Valley Bank kam und kurz darauf der Schweizer Bankenriese Credit Suisse ins Taumeln geriet und ohne den staatlich eingefädelt Deal mit der UBS Pleite gegangen wäre. Doch es kam anders: Zwar haben die Ereignisse um die beiden Banken Spuren hinterlassen, doch bleiben die Zentralbanken auf Kurs „Inflationsbekämpfung“ und erhöhen die Leitzinsen. Die Inflation im Euroraum sinkt leicht ab, der ifo-Geschäftsklimaindex steigt zum fünften Mal in Folge. Für 2024 wird nun auch wegen der nachlassenden Inflation von den führenden deutschen Wirtschaftsinstituten in ihrer Frühjahrsprognose ein Wachstum von 1,5 Prozent erwartet. Die Aktienmärkte nahmen den Inflationsrückgang mit Befriedigung auf. Der deutsche Leitindex Dax legte eine deutliche Erholung hin. Grund hierfür war neben den guten Inflationsdaten vor allem aber die Beruhigung der jüngsten Turbulenzen im Bankensektor diesseits und jenseits des Atlantiks. Es zeigt sich, dass die Märkte hierzulande trotz der vielen Stressmomente gut abgesichert zu sein scheinen. Ich teile die optimistische Einschätzung von Chefvolkswirt Ulrich Kater von Deka Investment, dass sich auf den Aktienmärkten ein längerfristig positives Bild durchsetzen wird und dann der Markt seinen Weg in Richtung der alten und letztendlich auch neuer Höchststände fortsetzen wird.

Daher halte ich trotz aller Rückschlagrisiken, auch mit Blick auf die immer noch hohe Inflationsrate von aktuell 7,4 Prozent, Aktien für die beste Anlageklasse. Im Zuge des deutlich angestiegenen Zinsniveaus sind auch Anleihen wieder interessanter geworden. Prinzip für ein mögliches Investment sollte immer sein: je höher die Bonität des Emittenten, desto geringer das Risiko. Wer sein Geld allerdings nur am Geldmarkt parkt, ist angesichts der Inflation einer Entwertung seiner Geldbestände ausgesetzt. Für Anleger:innen mit einem breit gestreuten Portfolio und einem langfristigen Anlagehorizont ergibt sich derzeit kein unmittelbarer Handlungsbedarf. Es zeigt sich auch, dass ein breit diversifiziertes Portfolio zielführender denn je ist. Um den Turbulenzen an den Aktienmärkten zu entkommen, empfehle ich aktuell, ratierlich zu investieren – also statt die geplante Investitionssumme auf einen Schlag einzusetzen, sie in monatlichen Raten anzulegen. Suchen Sie das Gespräch mit Ihrem persönlichen Berater oder Ihrer persönlichen Beraterin.

Follow us



on LinkedIn