

13.9.  
2023

[www.markt-intern.de/webinare](http://www.markt-intern.de/webinare)

### Interaktives Live-Webinar Krypto-Steuersünder im Visier der Finanzverwaltung



M. Figatowski



Th. Franke-Roericht

Kryptowährungen spielen eine zunehmende Rolle. Derzeit existieren ca. 30.000 verschiedene Kryptowährungen, so dass die Auswahl riesig ist. Bei der Investition in Krypto-Assets stellen sich für Krypto-Anleger eine Reihe von steuerrechtlichen Fragen. Das Webinar vermittelt ihnen nicht nur die aktuellen steuerrechtlichen Sach- und Streitpunkte, sondern auch die technischen Basics, um Krypto-Steuerfälle verstehen zu können. Das Webinar behandelt das Thema mit folgenden Schwerpunkten:

- Technisches Grundwissen
- Überblick über die Rechtslage
- Steuerliche Überlegungen
- Korrektur vs. Selbstanzeige

**Zielgruppe:** Steuerberater und steuerlich versierte Anleger für Krypto-Währungen, Banken, Finanzdienstleister

**Ihr Referenten:** **Martin Figatowski** ist Rechtsanwalt und Partner der Kanzlei **GTK Rechtsanwälte PartG mbB** (Bonn). Zuvor war er mehrere Jahre als Sachgebietsleiter und Referent in der Finanzverwaltung und beim BZSt

tätig. Er hat sich auf die steuerrechtliche Beratung von blockchain-basierten Geschäftsmodellen spezialisiert. Weitere Felder umfassen das streitige Steuerrecht und die Strafverteidigung.

**Thorsten Franke-Roericht** ist ebenfalls Rechtsanwalt in eigener Kanzlei in Düsseldorf mit den Schwerpunkten Steuerstrafrecht, Wirtschaftsstrafrecht und Crypto Crime. Er publiziert regelmäßig zu diesen Themen und ist darüber hinaus als Referent tätig. Gemeinsam mit Rechtsanwalt Martin Figatowski hat er die Alliance Crypto Crime Defense – eine kanzleiübergreifende Kooperation im Bereich Krypto-Strafrecht und Krypto-Compliance – ins Leben gerufen

**Termin: Mittwoch, 13. September 2023, 14:00 bis 15:30 Uhr.**

**Infos zur Anmeldung:** Für 'markt intern'-Abonnenten beträgt der Preis für das Webinar 119 € zzgl. 19 % MwSt. Nichtabonnenten zahlen 179 € zzgl. 19 % MwSt. Die Teilnehmer erhalten zeitnah nach der Veranstaltung die Webinar-Präsentation sowie Checklisten zur Selbstkontrolle und zum Einüben eines effizienten Umgangs mit Rechtsfragen. Ihre Online-Anmeldung nehmen Sie bitte vor unter [www.markt-intern.de/webinar-shop](http://www.markt-intern.de/webinar-shop).

## „Bessere Zukunftsaussichten für Fachhändler, die stationär und online verkaufen“

Diese Prognose, verehrte Leserin, geehrter Leser, sagt einer, der es wissen muss: **Wolfgang Rill**, langjähriger Top-Manager in verschiedenen führenden Markenunternehmen, hat mit Gründung der Unternehmensberatung **Rill-Consulting/Recklinghausen** den Schritt in die Selbstständigkeit gewagt. Seit Anfang August stellt er seine Expertise Unternehmen der Branche zur Verfügung. Wir haben Wolfgang Rill auf den Zahn gefühlt und ihn zu den aktuellen Herausforderungen und natürlich zum Verhältnis Fachhandel-Hersteller befragt.

**'markt intern':** Durch Ihre langjährige Expertise und Managementenerfahrungen in der Gartengeräte- und Werkzeugbranche kennen Sie sowohl den Handel als auch die Herstellerseite bestens. Welchen Herausforderungen müssen sich die Akteure aktuell stellen?

**Wolfgang Rill:** „Die Pandemie und der Krieg in der Ukraine haben makroökonomische Spuren hinterlassen. Wir hatten Unterbrechungen in den Lieferketten, sehr große Kostensteigerungen bei den Energiepreisen und nicht zuletzt Rohstoffmangel.

Im Jahr 2022 haben exorbitant hohe Lieferkosten dazu geführt, dass die Preise für Produkte, die in Fernost oder USA produziert werden, in die Höhe geschossen sind. Als sich die Logistikkosten wieder etwas erholt hatten, wurden von einigen Herstellern die Preise wieder leicht gesenkt. Einige Hersteller haben auf diese Entwicklung reagiert und planen, wichtige Produktionsstätten



wieder nach Deutschland oder dem europäischen Ausland zu verlagern. Eine richtige Entscheidung, denke ich. Die Preissteigerungen haben zu einer hohen Inflationsrate geführt. Das reale Einkommen wird weiter sinken und hat erheblichen Einfluss auf unser Kaufverhalten. Die Konsumenten greifen immer mehr auf ihr Ersparnis zurück, um ihren Lebensstil einigermaßen aufrecht zu erhalten. Doch das sind nicht alle Sachverhalte, mit denen sich Hersteller und Fachhändler beschäftigen müssen. Dazu kommen noch ein Fachkräftemangel und eine nicht geregelte Nachfolger-Problematik. Es ist anzunehmen, dass diese Sachverhalte uns weiterhin begleiten werden.“

**'markt intern': Wenn Sie Ihren Blick auf die maßgeblichen Markengeräteanbieter im Fachhandel richten: Sehen Sie brachliegendes Potenzial? Wenn ja, wo wären Ansatzpunkte für eine Verbesserung/Intensivierung der Zusammenarbeit mit dem Fachhandel?**

**Wolfgang Rill:** „Jeder Hersteller sollte mittlerweile wissen, dass die Bedeutung der batteriebetriebenen Geräte stetig zunimmt. Es gibt immer noch Hersteller, die ihren Schwerpunkt auf benziniert betriebene Gartengeräte legen und bei denen Akku-Geräte nur am Sortimentsrand zu finden sind. Diese Hersteller haben keine Zukunft. Nicht nur die Preise sollten marktgerecht sein, sondern auch die angebotene Sortimentsbreite. Es macht auch keinen Sinn, batteriebetriebene Traktoren nur mit Seitenauswurf anzubieten und nicht auch als Heckfänger. Viele Hersteller haben das erkannt, einige leider nicht. Nehmen wir die Akku-Handhelds. Ist die Werbung mit noch mehr Leistung, noch kürzeren Ladezeiten oder noch längeren Laufzeiten alles? Es ist wichtig, aber wer spricht davon, dass die Geräte leicht sind und auch von Frauen leicht zu bedienen sind? Gibt es andere Themen, womit der Hersteller die Fachhändler unterstützen kann? Klares Ja, zum Beispiel bei der Digitalisierung. Die Zukunftsaussichten der stationären Fachhändler sind um ein Vielfaches günstiger, wenn sie sowohl stationär als auch online ihre Produkte verkaufen. Hier können die Hersteller zum Beispiel bei der Erstellung einer Website unterstützen. Gleiche Unterstützung kann bei der Shop-Einrichtung, beim Marketing oder auch in der Bereitstellung von Marktdaten erfolgen.“

**'markt intern': Schöpft der Fachhandel – insbesondere der Gartengerätefachhandel – seine Potenziale aus? An welchen Stellschrauben kann und muss Ihrer Einschätzung nach justiert werden, um Ergebnisverbesserungen zu erreichen?**

**Wolfgang Rill:** „Auch die Fachhändler haben Potenziale, die sie ausschöpfen können. Wir brauchen uns nur die Stärken des Gartengerätefachhandels ansehen: ■ Service ■ Erstklassige Beratung ■ Erreichbarkeit ■ Kompetente Produktvorführung ■ Inbetriebnahme von Großgeräten ■ Nähe, Erfahrung ■ Eigene Werkstatt ■ Der persönliche Kontakt. Und wer wirbt mit diesen Stärken? Es gibt Hersteller, die zum Beispiel den Winterservice für Roboter unterstützen. Es macht keinen Sinn, sich in der Werbung einen Preiskampf mit Baumärkten zu liefern. Umso mehr Sinn macht es, Produkte zu führen, die exklusiv für den Fachhandel produziert werden. Große Fachhändler sind sogar in der Lage, ein eigenes Private Label zu führen. Damit ist der Händler aus jedem Preiskampf raus. Ein Verkauf der Geräte auf einer eigenen Online-Plattform macht sehr viel Sinn. Wer das macht, ist für die Zukunft bestens aufgestellt. Neben den vielen Sachverhalten, die hier aufgeführt sind, sollte

auch eine Frage beantwortet werden: 'Welcher Hersteller hat mich in dieser schwierigen Zeit gut unterstützt?'“

**'markt intern': Als ausgewiesener Branchenkenner, sowohl auf Industrie- als auch auf Handelsseite, werden Sie mit Ihrer jüngst gestarteten Unternehmensberatung sicher alle Hände voll zu tun bekommen. Was können Sie uns an dieser Stelle über die Schwerpunkte Ihrer Beratungsleistungen verraten?**

**Wolfgang Rill:** „Bei Fachhändlern und auch bei Herstellern ist die Vorgehensweise ähnlich. Am Anfang steht immer die Analyse. Bei Fachhändlern wird analysiert: ① Wie ist die Präsentation der Produkte/Marken? ② Wie ist die Innen- und Außendarstellung des Betriebes? ③ Wie ist die Lagersituation? ④ Wie ist die Umsatz- und Margensituation? ⑤ Wie stellt sich die Profitabilität dar? ⑥ Wie ist die Personalsituation? ⑦ Stimmen die Prozesse? Ähnlich ist die Vorgehensweise bei Herstellern: ① Ist das angebotene Produktportfolio marktgerecht? ② Wie ist die Umsatz- und Margensituation? ③ Welcher Service wird angeboten? ④ Sind die Preise marktgerecht? ⑤ Wie erfolgreich sind die angebotenen Marken? ⑥ Stellt der Service die Fachhändler zufrieden? Aus der Analyse ergeben sich möglicherweise verschiedene Aufgaben oder auch größere Projekte. In allen Fällen kann ich mit meiner langjährigen Erfahrung als Führungskraft in dieser Branche entweder als Berater oder auch als Interim-Manager helfen.“

## Expertise

**Wolfgang Rill, Rill Consulting, Recklinghausen**

### Sales Director Germany

Bereich Fachhandel Deutschland bei der Firma MTD Products AG (jetzt Stanley Black & Decker Outdoor GmbH)

### Product Market Manager

Erarbeitung internationaler Sortimentskonzepte bei der Firma MTD Products AG

### Leiter Key Account Management

Marke WOLF-Garten und verantwortlich für die Außendienststeuerung bei der Firma MTD Products AG Geschäftsbereich WOLF-Garten

### Geschäftsführer

WOLF Garten Deutschland GmbH (Vertriebsgesellschaft)

### Vertriebsleiter

Marktkauf Handelsgesellschaft mbH & Co. OHG, Sparte: Baumarkt

### Vertriebsleiter

Hellweg Die Profi-Baumärkte GmbH & Co. KG



Wolfgang Rill  
© Rill Consulting

## Von Aufsitzmäher bis Zug-Kappsägen: Themen, Trends, Tipps

**i&M Bauzentrum Tönnies übernimmt Nonis** Mit Wirkung zum 1.1.2024 überträgt der langjährige Inhaber und Geschäftsführer Oliver Nonis alle Geschäftsanteile des Mobau-plus Bauzentrum Nonis in Köln an das i&M Bauzentrum Tönnies/Remscheid. Oliver Nonis scheidet zum Stichtag aus

dem Unternehmen aus. Der Geschäftsbetrieb werde in gewohnter Weise unter Beibehaltung des vertrauten Mitarbeiterstammes fortgeführt. Für Kundschaft und Lieferanten blieben also alle Ansprechpartner erhalten. Die beiden Bauzentren verbindet eine jahrzehntelange Partnerschaft – beide sind Gesell-



schafter der **EUROBAUSTOFF**, beide sind angeschlossen an das Zentrallager Rheinland und bündeln ihre Aktivitäten in der **Allianz ProfiplusWest**. „Das i&M Bauzentrum Tönnies erweitert durch diese Maßnahme sein Einzugsgebiet nahtlos um einen weiteren sechsten Standort angrenzend an das Bergische Land“, erläutert Geschäftsführer **Carsten W. Tönnies**. „Und Mobau-plus Nonis profitiert nachhaltig von den hierdurch entstehenden Synergien und bleibt eine bewährte Adresse für Unternehmer und private Bauherren in Köln“, erklärt Oliver Nonis. So könne Nonis zukünftig auf zentrale Funktionen wie Marketing, Sortiment, Fuhrpark, IT und Rechnungswesen von Tönnies zugreifen. „Für mich kam nur ein Verkauf an ein inhabergeführtes, erfolgreiches Unternehmen aus der Region in Betracht, idealerweise aus der ProfiplusWest. Unsere Mitarbeitenden haben so die bestmöglichen Chancen auf eine erfolgreiche Zukunft im gewohnt familiären Führungsstil. Die Weichen sind also optimal gestellt und der Startschuss ist erfolgt!“, ist der bisherige Inhaber der **Peter Nonis GmbH** überzeugt. Beim i&M Bauzentrum Tönnies freue man sich bereits auf die neuen Kolleginnen und Kollegen und sehe in der Zusammenlegung der jeweiligen Stärken eine insgesamt bessere Positionierung in einem zur Zeit schwierigen Marktumfeld.



Oliver Nonis und Carsten W. Tönnies besiegeln die Übernahme  
© EUROBAUSTOFF

**Klimaneutrale Vertriebskataloge** Der **E.I.S. Verband** verwendet seit diesem Jahr für alle Vertriebskataloge ein komplett neues und modernes Design. Klare Strukturen, Übersichtlichkeit und Anwenderfreundlichkeit waren wesentliche Vorgaben zum neuen Layout. Nach der Ausgabe des Kataloges **Schweißtechnik** im Frühjahr ist gerade der knapp 1.300 Seiten starke Werkzeugkatalog an die Mitglieder ausgeliefert worden. Über 90 % der dort enthaltenen 22.000 Artikel sind im Zentrallager verfügbar. Im September folgen dann schon die neuen Kataloge **Elektrowerkzeuge** und **Baugeräte**. Alle Werbemittel sind als elektronische Blätterkataloge im Katalogportal OXOMI verfügbar und werden in den Gruppenwebshop Sellsite eingespielt. Die klassifizierten Artikel-daten werden dort während der gesamten Kataloglaufzeit regelmäßig aktualisiert. Aufgrund der Non-Profit-Struktur des Verbands werden die Werbemittel der E.I.S. tatsächlich auch besonders preisgünstig an die Mitglieder abgegeben. Seit geraumer Zeit produziert die E.I.S. ihre Vertriebskataloge klimaneutral. Dabei werden über die Zusammenarbeit mit **ClimatePartner** regionale Projekte unterstützt, wie etwa



© E.I.S. Verband

die Wiederaufforstung eines durch Sturm geschädigten Bergwaldes im Allgäu. Zudem werden internationale, zertifizierte Klimaschutzprojekte gefördert. So wird bspw. in Kolumbien ein Regenwald geschützt und dessen Biodiversität bewahrt.

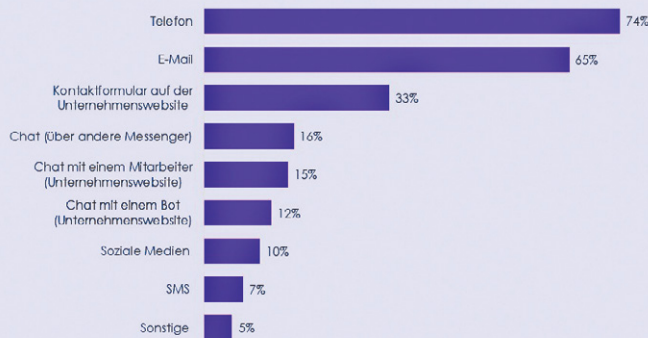
**GaLaBau 2024 in Nürnberg** In gut einem Jahr bildet die **GaLaBau 2024** (11. bis 14.9.2024) wieder das gesamte Angebotsspektrum für die Planung, den Bau und die Pflege von Urban-, Grün- und Freiflächen sowie Sportplätzen, Golfanlagen und Spielplätzen ab. Der Zuspruch auf Ausstellerseite, so die Messeveranstalter aktuell, sei groß: Viele Keyplayer, bekannte Unternehmen und spannende Newcomer haben ihre Standfläche zur **GaLaBau 2024** bereits angemeldet. Die 14 Messehallen sind zum jetzigen Stand sehr gut gebucht. **Noch nicht angemeldete Aussteller können jetzt noch bis zum 30.9.2023 vom Frühbuchervorteil profitieren.** Internationale Aussteller aus ganz Europa nutzen diese Gelegenheit, um den Fachbesuchern aus GaLaBau-Betrieben, kommunalen und bundesweiten Behörden, Landschaftsarchitekturbüros sowie Motorgerätefachhändlern ihre Produkte und Innovationen zu präsentieren. Das Angebotsspektrum erstreckt sich dabei von Bau- und Pflegemaschinen und -geräten über Stoffe, Bauteile und Pflanzen bis hin zu Dienstleistungen und deckt wie gewohnt die Bereiche kommunale und urbane Gestaltung, Privatgartengestaltung, Spielplätze, Sportplätze, Freizeitanlagen und Golfplätze ab. Als ideeller Träger der GaLaBau ist auch der **Bundesverband Garten-, Landschafts- und Sportplatzbau e.V. (BGL)** wieder mit dabei: „Die Messe GaLaBau begeistert mit ihrem starken Erlebnischarakter und als 'Familientreffen' der grünen Branche, auch international. Deshalb werden wir die Jubiläumsausgabe der 25. GaLaBau 2024 mit besonderen, emotionalen Highlights gebührend feiern. Hierauf dürfen sich Aussteller und Besucher schon heute freuen“, so BGL-Präsident **Lutze von Wurmb**. – Haben Sie sich den Termin schon notiert?



**Telefonisch erreichbar sein!** **Enreach**, ein führender Anbieter von Kommunikationslösungen, hat gemeinsam mit dem Markt- und Meinungsforschungsinstitut **YouGov** eine Umfrage unter 2.000 Menschen in Deutschland durchgeführt, um das Kommunikationsverhalten genauer zu untersuchen. Die Umfrage beleuchtet, welche verschiedenen Kommunikationskanäle Verbraucher für den Kontakt mit Unternehmen nutzen. Dabei zeigt sich, dass Telefon und E-Mail nach wie vor die meistgenutzten Kanäle sind: 74 % der Befragten gaben an, das Telefon zu nutzen, gefolgt von 65 %, die Unternehmen per

E-Mail kontaktieren. **Die Umfrage zeigt auch, wie verschiedene Chat-Arten von Verbrauchern genutzt werden.** So gaben 16 % aller Befragten an, über Messenger wie WhatsApp mit Unternehmen zu chatten. Diese Kontaktform ist in der Altersgruppe der 35- bis 44-Jährigen besonders beliebt (25 % nutzen diesen Kommunikationsweg), während der Chat mit einem Bot auf der Unternehmenswebsite bei den 18- bis 24-Jährigen besonders gut ankommt: In dieser Altersgruppe gaben 20 % an, mit Bots auf der Website zu chatten, im Durchschnitt aller Altersgruppen waren es nur 12 %. Neben den Verbrauchern, die Chat-Funktionen auf Unternehmenswebseiten nutzen, gaben weitere 33 % der Befragten an, Kontaktformulare auf den Webseiten zu nutzen. **Diese Ergebnisse unterstreichen die Bedeutung des Webauftritts von Unternehmen als zentraler Kontaktpunkt für Kunden und Interessenten.**

## KOMMUNIKATIONSKANÄLE KONTAKT MIT UNTERNEHMEN



© Enreach GmbH

## ICH KAUF GERN VOR ORT

„Digitalisierung und Globalisierung sind zwei unumkehrbare Trends, die die Entwicklung der Wirtschaft und aller daran Beteiligten massiv beeinflussen und fordern. Aber wir bei PFERD wissen, dass wir trotz dieser Verlagerung von Umsätzen, weg vom klassischen Geschäft an der Ladentheke, hin zu globalen E-Commerce-Anwendungen, einen starken regionalen Handel brauchen. Denn diese Handelspartner haben für PFERD nach wie vor eine wesentliche Bedeutung und Funktion in der optimalen Bedienung unserer gemeinsamen Kunden, den industriellen Endanwendern.“

Diese Kunden erwarten Werkzeuge mit höchster Wirtschaftlichkeit und bester Funktion. PFERD bietet diese Lösungen. Und um sicherzustellen, dass die Anwender stets die beste, persönliche Lösung aus dem PFERD-Programm erhalten, ist oft das direkte Beratungsgespräch vor Ort, die genauen und gewissenhaften Tests und die aussagekräftige Auswertung aller für die Optimierung des Prozesses wichtigen Daten, erforderlich.

Der Handel kennt diese Anwender, er verfügt über vertrauensvollen Zugang zu diesen Unternehmen und zu ihren Entscheidern. Gemeinsam mit den PFERD-Spezialisten können diese Kunden

ideal beraten und versorgt werden. Aber auch logistisch ist der Handel ein immens wichtiger Partner, weil er durch schnelle, präzise Lieferungen regional passgenau dazu beiträgt, den Produktionsfluss dieser Kunden unterbrechungsfrei zu gestalten.



Jörg Hesse  
© PFERD

Zudem sehen wir Händler, die sich neben diesen angestammten regionalen Fähigkeiten zunehmend wirksame digitale Kompetenzen aneignen, die die gesamte Wertschöpfungskette von der Bestellung beim herstellenden Lieferanten bis hin zum kaufenden Kunden, abdecken. Damit erschließen sie sich selbst, aber auch ihren liefernden Herstellern, zusätzliche Umsatzpotenziale.

Für die regionale Betreuung der produzierenden Industrie ist dieser moderne PVH auf Sicht unverzichtbar.

Darum unterstützt auch PFERD die Kampagne ICH KAUF GERN VOR ORT, um die Bedeutung dieser Partner zu stärken und zu unterstreichen.“

Jörg Hesse, Geschäftsführer/CSO PFERD

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

Eine umsatzstarke Woche wünscht Ihnen  
Ihr



*Marko Schucht*  
Dipl.-Wirtschaftsjur. Marko Schucht  
– Chefredakteur –

Was ist der Unterschied zwischen dem Eiffelturm und der Bundesregierung?

Beim Eiffelturm sitzen die größten Nieten ganz unten!

## markt intern und **iii**DIREKT – volle Leistung für Abonnenten!

Europas größte Brancheninformationsbrief-Verlagsgruppe kämpft für den Erhalt und die Stärkung des deutschen Mittelstandes. Nutzen Sie deshalb unsere umfangreichen Zusatzangebote durch den Bezug eines unserer klassischen Print-Briefe inkl. Digitalversion und Online-Zugang oder der rein digitalen Variante. Sie sind noch kein Abonnent? Informationen zu den Möglichkeiten (bei jährlicher Berechnung mit 15 % Nachlass, beim Bezug mehrerer Briefe mit weiteren 40 % Nachlass) und Urheberrechten finden Sie unter [www.markt-intern.de](http://www.markt-intern.de). – Im **markt intern** Verlag erscheinen zumeist wöchentlich:

### Steuern & Mittelstand:

- arbeitgeber intern
- GmbH intern
- immobilien intern
- steuerberater intern
- steuertip
- umsatzsteuer intern

### Gesundheit & Freizeit:

- Apotheke/Pharmazie
- Augenoptik/Optomietrie
- Hörgeräteakustik
- in motion – Sport- plus Schuh-Handel
- Parfümerie/Kosmetik
- Spielwaren/Modellbau/Kreativ

### Technik & Lifestyle:

- Automarkt & Tankstelle
- Büro-Fachhandel
- Consumer Electronics
- Elektro-Fachhandel
- Foto-Fachhandel & -Studio
- Uhren & Schmuck

### Bauen & Wohnen:

- Eisenwaren/Werkzeuge/Garten
- Elektro-Installation
- Installation Sanitär/Heizung
- Möbel-Fachhandel

### International:

- EXCLUSIV (Schweiz)

Im **kapital-markt intern** Verlag erscheinen wöchentlich:

- Bank intern
- finanztip
- kapital-markt intern
- versicherungstip

