

# Consulting News

Issue 52  
April 2025

- 01 Editorial
- 02 Die EU-Kommission erleichtert Nachhaltigkeitsberichterstattung
- 03 Personalgewinnung im Retail – worauf kommt es an?
- 04 Der Weg zur Führungskraft: Klare Regeln und Kontrolle
- 05 Der «Hidden»-Masterplan des Ruins: Strategie? Planung? Reine Zeitverschwendung!



«Spart nicht mit dem Personal, gute Leute kosten kein Geld, sondern sie bringen Geld.»

Carsten Maschmeyer

## 01 Editorial

Letzten Monat hatte ich die Gelegenheit, mit Julian Simons, Managing Director der Mediaplus Group, einige spannende Fragen zu diskutieren. Wir haben zum Beispiel darüber gesprochen, was die Prioritäten von Führungskräften heutzutage sind oder welche Rolle der Aufsichtsrat in einem Unternehmen spielen sollte. Die Antworten finden Sie auf meinen Social-Media-Kanälen. Lassen Sie sich inspirieren! [Ich freue mich auch über Ihre Erfahrungen und Meinungen zu diesen Themen.](#)

Mit herzlichen Grüßen  
Ihre Monique Fischer

## 02 Die EU-Kommission erleichtert Nachhaltigkeitsberichterstattung

Die Europäische Kommission hat Vorschläge zur Vereinfachung der EU-Vorschriften und zur Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit angenommen, die zusätzliche Investitionen freisetzen sollen. Hier aus meiner Sicht die wichtigsten Änderungen im Bereich der Nachhaltigkeitsberichterstattung (CSRD und EU-Taxonomie):

- Etwa 80 Prozent der Unternehmen sind nun von der CSRD ausgenommen, um sich auf die grössten Unternehmen zu fokussieren, da ihre Tätigkeiten vermutlich die grössten Auswirkungen auf Mensch und Umwelt haben.
- Berichtspflichten für grosse Unternehmen werden auf 2028 verschoben.
- Kriterien zur «Vermeidung erheblicher Beeinträchtigungen» (DNSH), die Umweltverschmutzung beim Einsatz von Chemikalien verhindern oder eingrenzen sollen, werden vereinfacht und gelten horizontal für alle Wirtschaftszweige im Rahmen der EU-Taxonomie.

## 03 Personalgewinnung im Retail – worauf kommt es an?

Die Einzelhandelsbranche ist ein hart umkämpftes und schnelllebiges Geschäft. Der Wettbewerb hat sich in den letzten Jahren verschärft. Viele Läden haben ihre Öffnungszeiten verkürzt oder ganz geschlossen, weil sie nicht genug Personal haben, um ihre Kund:innen zu bedienen. Umso härter ist der Wettbewerb um gute Mitarbeitende. Eine angemessene Vergütung und Sozialleistungen sind Grundvoraussetzungen für ein gesundes Arbeitsverhältnis. Darüber hinaus gibt es viele weitere Möglichkeiten, als Unternehmen die Anreize für Bewerber:innen und Mitarbeitende zu erhöhen.

Mehr lesen

## 04 Der Weg zur Führungskraft: Klare Regeln und Kontrolle

Kommunizieren Sie Ihre Erwartungen und führen Sie transparente Regeln ein. Sorgen Sie dafür, dass die Regeln von allen verstanden und eingehalten werden. Das hilft, Missverständnisse und Unstimmigkeiten zu vermeiden und die Arbeitsatmosphäre und -abläufe zu optimieren.

Meine Führungstrainings

## 05 Der «Hidden»-Masterplan des Ruins: Strategie? Planung? Reine Zeitverschwendung!

Warum sich den Kopf über Konzepte und Zielgruppen zerbrechen, wenn Sie einfach drauflos wirtschaften können? Strategie ist für Langweiler:innen, Kund:innen kommen von selbst! Marketing? Völlig überbewertet! Verkaufen Sie einfach überall hin und wie es Ihnen gefällt.

So geht's natürlich nicht! Fakt ist: Wer langfristig erfolgreich sein will, muss die richtigen Fragen stellen. Erfolgreiche Unternehmen wissen genau, wen sie ansprechen, für welche Werte sie stehen und wie sie sich am Markt positionieren. Ein klarer Unternehmens- und Marketingplan spart nicht nur Zeit und Geld, sondern sorgt auch dafür, dass die Marke nachhaltig wächst.

Mehr «Tipps» auf LinkedIn

## Vertriebs News WELT!

### Hermès übertrifft Erwartungen

Der französische Luxuskonzern konnte im vergangenen Jahr ein unerwartet hohes Umsatzwachstum verzeichnen. Vor allem Produkte wie die Birkin- und Kelly-Taschen verkauften sich im Weihnachtsgeschäft trotz Preiserhöhungen gut.

### & Other Stories startet mit neuem Ladenkonzept

Damit reagiert das Unternehmen auf veränderte Shopping-Gewohnheiten und den wachsenden Wunsch nach einem individualisierten Einkaufserlebnis. Das neue Store Design in Hamburg, Frankfurt und Köln schafft eine harmonische Wohnatmosphäre für Kreativität und Selbstverwirklichung. Die Umgestaltung soll sowohl Markenidentität als auch Kundenbindung stärken.

