

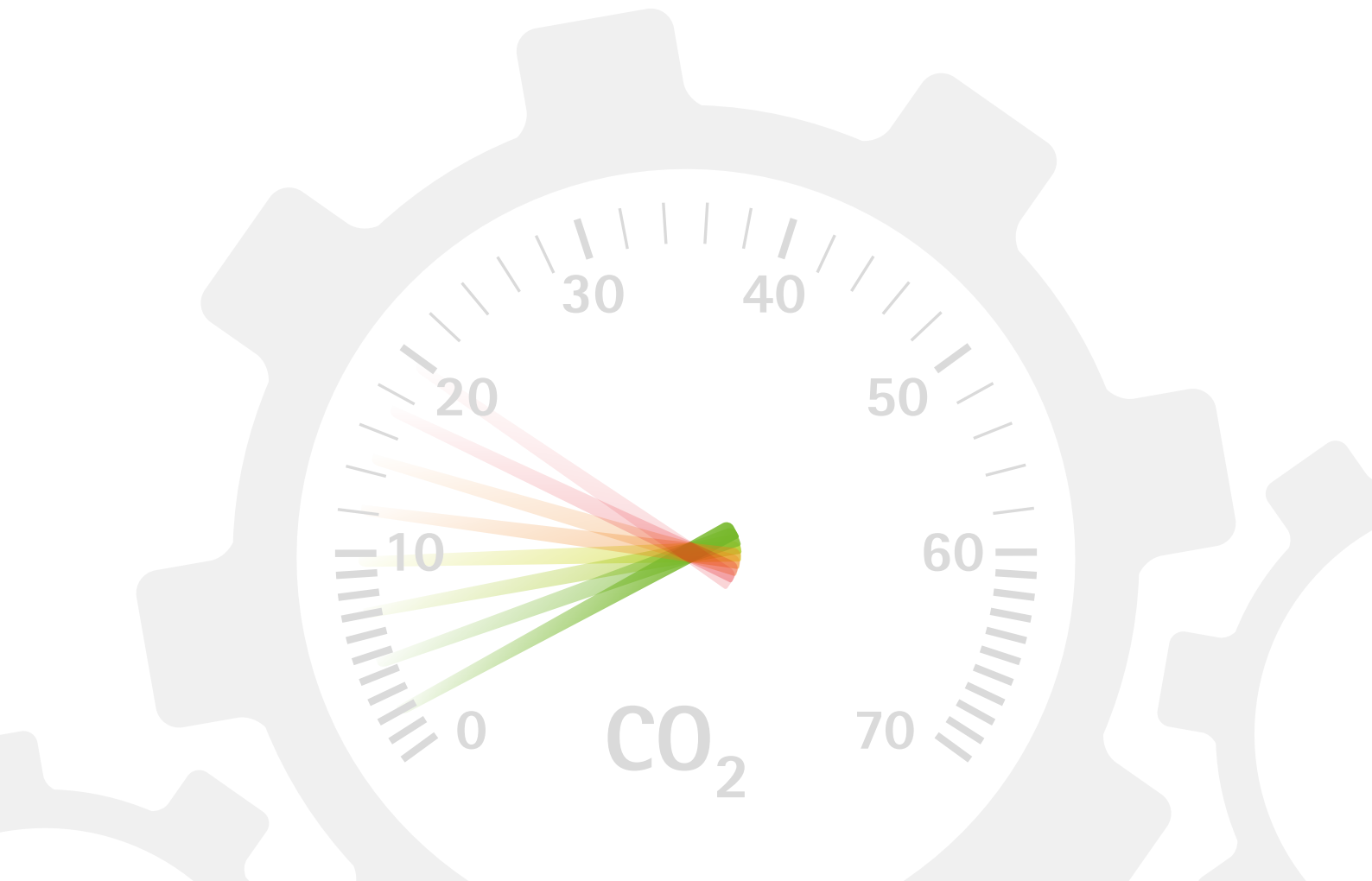


Klimaschutz in Unternehmen im Rheinland

Ergebniszusammenfassung aus einer Umfrage im März und April 2023

Inhalt

Einleitung	3
Umfrageteilnehmer	4
Auswirkungen von Klimawandel und Klimaschutz in den Unternehmen	5
Unternehmerische Maßnahmen zur Reduzierung von Treibhausgasemissionen	6
Investitionen in Klimaschutzmaßnahmen	7
Motivationen der Unternehmen für Klimaschutzmaßnahmen	8
Klimaziele und CO ₂ -Bilanzen in Unternehmen	10
Hürden beim unternehmerischen Klimaschutz	12
Unterstützungsangebote beim Klimaschutz in Unternehmen	13
Fazit	14
Impressum	15



Einleitung

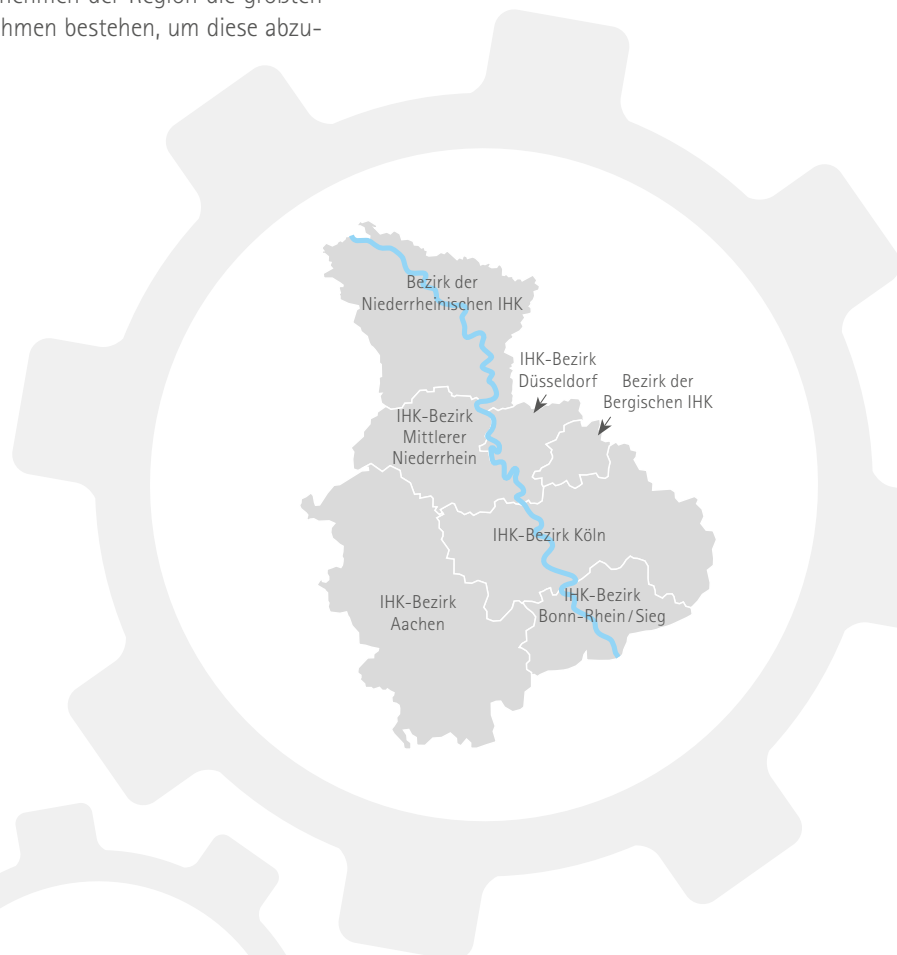
Neben einer Vielzahl verschiedener Herausforderungen, die gerade das Weltgeschehen dominieren und auch die Wirtschaft beschäftigen, bleibt der Klimawandel ein wesentliches Aufgabengebiet, dem sich Unternehmen wie Gesellschaft gleichermaßen stellen. Die Bemühungen zur CO₂-Reduzierung erfordern dabei erhebliche Anstrengungen, die zusätzlich zu den aktuell vielfältigen Krisen unternommen werden müssen.

Die sieben Industrie- und Handelskammern des Rheinlands – dies sind die IHKs Aachen, Bonn/Rhein-Sieg, Düsseldorf, Köln und Mittlerer Niederrhein sowie die Bergische und die Niederrheinische IHK – haben daher untersucht, was auf die regionale Wirtschaft in Sachen Klimaschutz zukommt und wie die Unternehmen dies angehen. Sie haben zu diesem Zweck die Unternehmen der Region zu ihren Klimaschutzmaßnahmen sowie zu ihren Motiven und Schwierigkeiten befragt.

Die vorliegende Untersuchung erfasst zunächst den aktuellen Status quo der unternehmerischen Klimaschutzmaßnahmen im Rheinland. In welchen Bereichen spüren die Unternehmen die Auswirkungen des Klimawandels bereits heute, und welche Maßnahmen werden seitens der Unternehmen bereits durchgeführt oder sind geplant? Wie wirken sich die Maßnahmen auf die Investitionstätigkeit aus, und welche Motive bewegen die Unternehmen zu ihren Klimaschutzbemühungen?

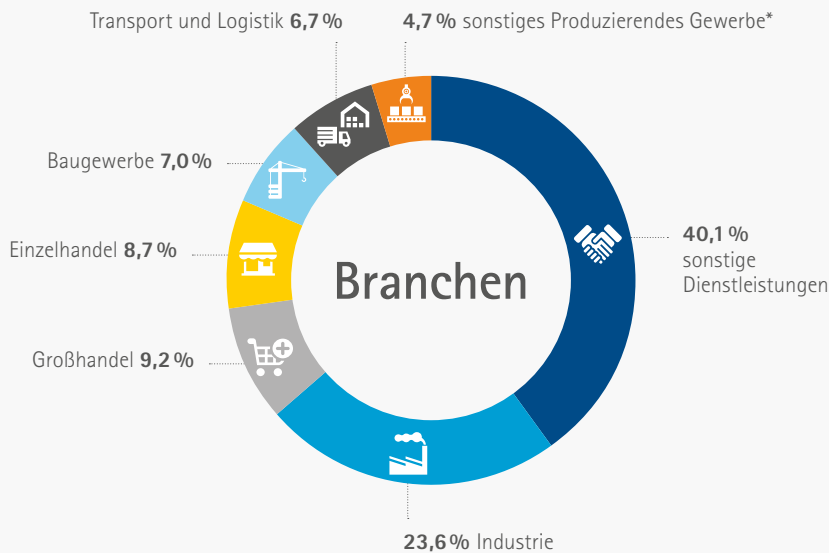
Letztlich soll auch geklärt werden, worin für die Unternehmen der Region die größten Hemmnisse bei der Umsetzung von Klimaschutzmaßnahmen bestehen, um diese abzubauen und einen besseren Klimaschutz zu ermöglichen.

Die detaillierten Ergebnisse finden Sie im Folgenden.



Umfrageteilnehmer

Verteilung der Antworten nach Branchen (in Prozent)



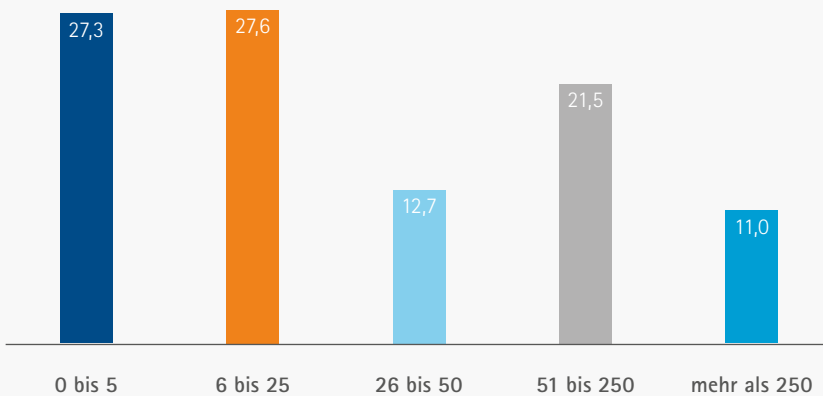
* z. B. Bergbau, Energie-, Abfall- und Wasserwirtschaft

Die Industrie- und Handelskammern im Rheinland haben im März und April 2023 die Unternehmen ihrer jeweiligen Kammerbezirke zu ihren Klimaschutzaktivitäten befragt. Die Befragung erfolgte online, rund 1.000 Mitgliedsunternehmen haben teilgenommen.

Die Teilnehmer kommen dabei zu einem Großteil (zu fast zwei Dritteln) aus dem Dienstleistungsbereich: Dabei 9,2 Prozent aus dem Großhandel, 8,7 Prozent aus dem Einzelhandel, 6,7 Prozent sind Transport- oder Logistikunternehmen und weitere 40,1 Prozent entfallen auf alle sonstigen Dienstleistungen. Außerdem sind 23,6 Prozent der Antwortenden Industrieunternehmen, 7 Prozent kommen aus dem Baugewerbe und 4,7 Prozent aus dem sonstigen Produzierenden Gewerbe.

Mehr als die Hälfte der Unternehmen haben bis zu 25 Mitarbeiter, ein gutes Drittel zwischen 26 und 250 Mitarbeiter. 11 Prozent der Unternehmen haben mehr als 250 Mitarbeiter.

Verteilung der Antworten nach der Anzahl der Beschäftigten (in Prozent)



Auswirkungen von Klimawandel und Klimaschutz in den Unternehmen

Die Unternehmen wurden als Erstes gefragt, in welchen Bereichen sie die Auswirkungen des Klimawandels und der damit verbundenen Klimapolitik spüren. Die Antworten für die verschiedenen Bereiche konnten auf einer Skala von 1 bis 5 gegeben werden, also von „1 – überhaupt nicht“ bis hin zu „5 – sehr stark“.

Die Antworten zeigen, dass gesetzliche Auflagen als bedeutendste Auswirkung wahrgenommen werden (46,9 Prozent für die Antworten „stark“ und „sehr stark“). Dies spiegelt vor allem die gestiegene Belastung der Unternehmen durch bürokratische Auflagen und Dokumentationspflichten im Bereich Klimaschutz wider. Aber auch den gesellschaftlichen Druck (38,6 Prozent) und die CO₂-Bepreisung (ebenfalls 38,6 Prozent) spüren viele Unternehmen.

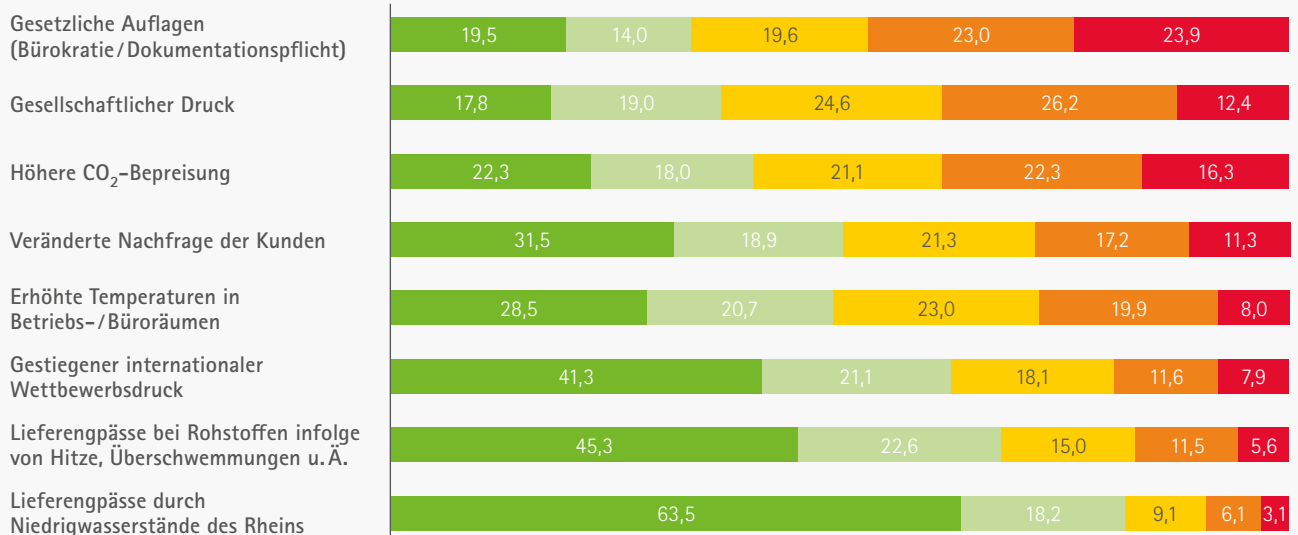
Eine veränderte Kundennachfrage spüren dagegen etwas weniger Unternehmen, dennoch geben dies immerhin noch 28,5 Prozent von ihnen an. Das spielt vor allem im Baugewerbe, welches direkt mit Kundenwünschen zu energieeffizienten Bauweisen konfrontiert ist, eine große Rolle. Daher geben 54 Prozent der Bauunternehmen an, hier starke oder sehr starke Auswirkungen zu spüren.

Eine insgesamt eher geringe Bedeutung haben Auswirkungen durch erhöhte Temperaturen in Betriebsräumen (27,9 Prozent), im Bereich eines gestiegenen internationalen Wettbewerbsdrucks (19,5 Prozent) oder Lieferengpässe bei Rohstoffen infolge klimatischer Extremereignisse (17,1 Prozent). Allerdings sind die Anteile für gestiegenen internationalen Wettbewerbsdruck unter den Industrie- und Logistikunternehmen mit knapp 30 Prozent deutlich größer. Lieferengpässe durch Niedrigwasserstände des Rheins betreffen dagegen nur eine Minderheit der Unternehmen, aber immerhin noch 9,2 Prozent.

Unternehmen spüren Druck vor allem durch gesetzliche Regelungen, Gesellschaft und Kunden

In welchen Bereichen spüren Sie in Ihren Unternehmen die Auswirkungen des Klimawandels und der damit verbundenen Klimapolitik? auf einer Skala von 1 – überhaupt nicht bis 5 – sehr stark, in Prozent

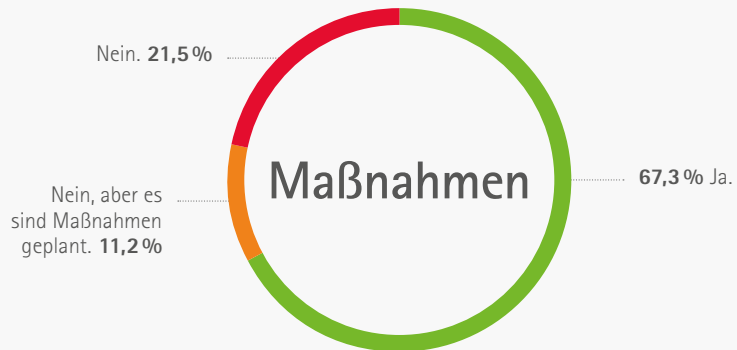
überhaupt nicht – 1 – 2 – 3 – 4 – 5 – sehr stark



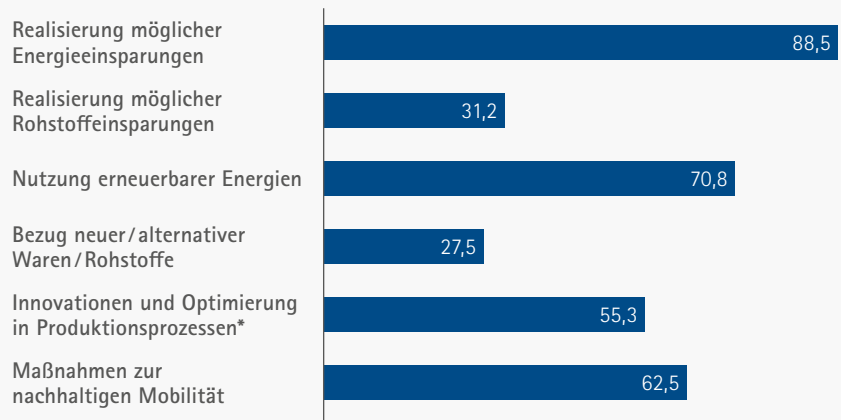
Unternehmerische Maßnahmen zur Reduzierung von Treibhausgasemissionen

Energieeinsparungen und Umstellung auf erneuerbare Energien bedeutendste Maßnahmen

Haben Sie schon konkrete Maßnahmen zur Reduzierung der Treibhausgasemissionen in Ihrem Unternehmen getroffen?



Wenn „Ja“ oder „Geplant“: Worauf beziehen sich diese Maßnahmen? (Mehrfachnennungen möglich, in Prozent)



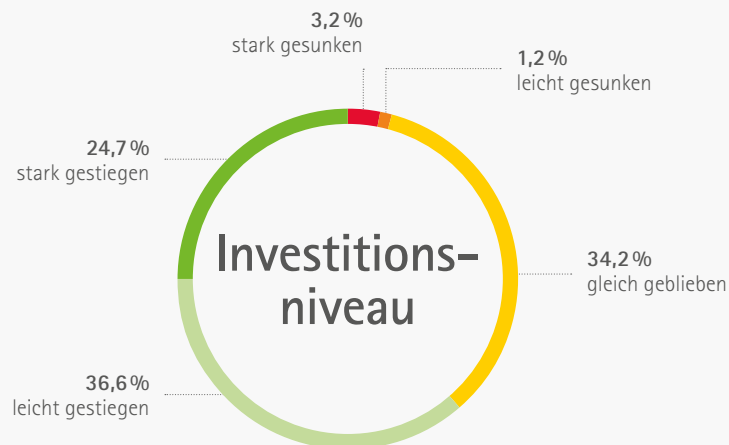
* nur Industriebetriebe

Mehr als zwei Drittel der Unternehmen haben bereits konkrete Maßnahmen zur Treibhausgasreduzierung getroffen. Weitere 11,2 Prozent geben an, Maßnahmen zu planen. Der größte Teil dieser Maßnahmen bezieht sich auf die Realisierung von Energieeinsparungen. Aber auch die Nutzung erneuerbarer Energien und Maßnahmen zur nachhaltigen Mobilität gehören zu den drei wichtigsten Maßnahmenfeldern. Rohstoffeinsparung oder der Bezug alternativer Waren und Rohstoffe spielen dagegen eine geringere Rolle.

Auch die Innovation und Optimierung von Produktionsprozessen können wesentliche Reduzierungen der Emissionen herbeiführen. Dies ist vor allem in Industriebetrieben ein wesentliches Feld, wie auch die Antworten zeigen. 55,3 Prozent der Industriebetriebe nehmen die Innovation und Optimierung von Produktionsprozessen in den Blick. Im Vergleich zur Gesamtwirtschaft spielen mögliche Rohstoffeinsparungen in der Industrie außerdem eine größere Rolle, dies geben 43,1 Prozent als Maßnahme an. In der gesamten Wirtschaft sind es rund 31 Prozent.

Investitionen in Klimaschutzmaßnahmen

Wie hat sich das Investitionsniveau in Klimaschutzmaßnahmen in Ihrem Betrieb in den letzten fünf Jahren verändert?



Deutlicher Anstieg der Investitionen in Klimaschutz

Maßnahmen für den Klimaschutz haben in den Unternehmen in den letzten fünf Jahren spürbare Investitionen erfordert. Rund ein Viertel der Unternehmen gibt an, dass das Investitionsniveau in Klimaschutzmaßnahmen insgesamt in den letzten fünf Jahren bei ihnen deutlich gestiegen ist. Bei mehr als einem Drittel ist es leicht gestiegen, ein weiteres Drittel hat konstante Investitionen in den Klimaschutz. Nur ein sehr geringer Teil der Unternehmen hat seine Investitionen dagegen reduziert.

Damit kam es bei rund 60 Prozent der Unternehmen in den letzten fünf Jahren zu einem Anstieg der Klimaschutzinvestitionen. Vor allem im Produzierenden Gewerbe (68 Prozent) und im Bereich Transport und Logistik (73 Prozent) sind diese Anteile noch größer. Im Einzelhandel ist der entsprechende Anteil der Unternehmen zwar am geringsten, aber auch dort hat etwa die Hälfte aller Betriebe die Klimaschutzinvestitionen erhöht.



Motivationen der Unternehmen für Klimaschutzmaßnahmen

Welche Bedeutung haben die folgenden Gründe für Ihre Klimaschutzmaßnahmen?
auf einer Skala von 1 – vollkommen unwichtig bis 5 – sehr wichtig, in Prozent

vollkommen unwichtig – 1 – 2 – 3 – 4 – 5 – sehr wichtig

Klimaneutralität als gesellschaftliche und ökologische Verantwortung



Reduzierung von Kosten



Imageverbesserung



Attraktivität für Mitarbeiter



Impulsgeber für Innovation



Kundenanforderungen



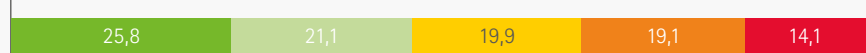
Erfüllung politischer Anforderungen/Vorgaben



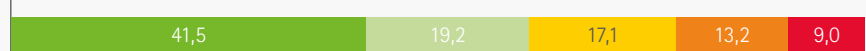
Reduzierung des unternehmerischen Risikos



Chancen durch die Eröffnung neuer Märkte und Zielgruppen



Aussicht auf Vorsprung im internationalen Wettbewerb



Druck durch Wettbewerber



Für den Anstieg der Investitionen und die Durchführung von Maßnahmen zur Reduzierung der Treibhausgasemissionen gibt es viele verschiedene Gründe. Am häufigsten geben die Unternehmen an, Klimaneutralität als gesellschaftliche und ökologische Verantwortung zu sehen (65,1 Prozent für die Antworten „wichtig“ und „sehr wichtig“). Dies zeigt, dass bei den Klimaschutzmaßnahmen vieler Unternehmen auch die Eigenmotivation eine große Rolle spielt. Als zweithäufigste Motivation wird die Reduzierung von Kosten genannt (57,1 Prozent), die durch die Erzielung von Energie- und Rohstoffeinsparungen erreicht werden kann.

Auch die Verbesserungsmöglichkeit des Images ist vielen Unternehmen eine Motivation (53,4 Prozent). Interessant ist in diesem Zusammenhang in Zeiten des steigenden Fachkräftemangels auch die relativ große Bedeutung der Attraktivitätssteigerung für Mitarbeiter, die Unternehmen als wichtigen bis sehr wichtigen Grund für ihre Klimaschutzbemühungen angeben (48 Prozent).

Etwas weniger – jeweils rund 40 Prozent der Unternehmen – erfüllen mithilfe der Klimaschutzbestrebungen aus ihrer Sicht vor allem politische Vorgaben oder Kundenanforderungen.

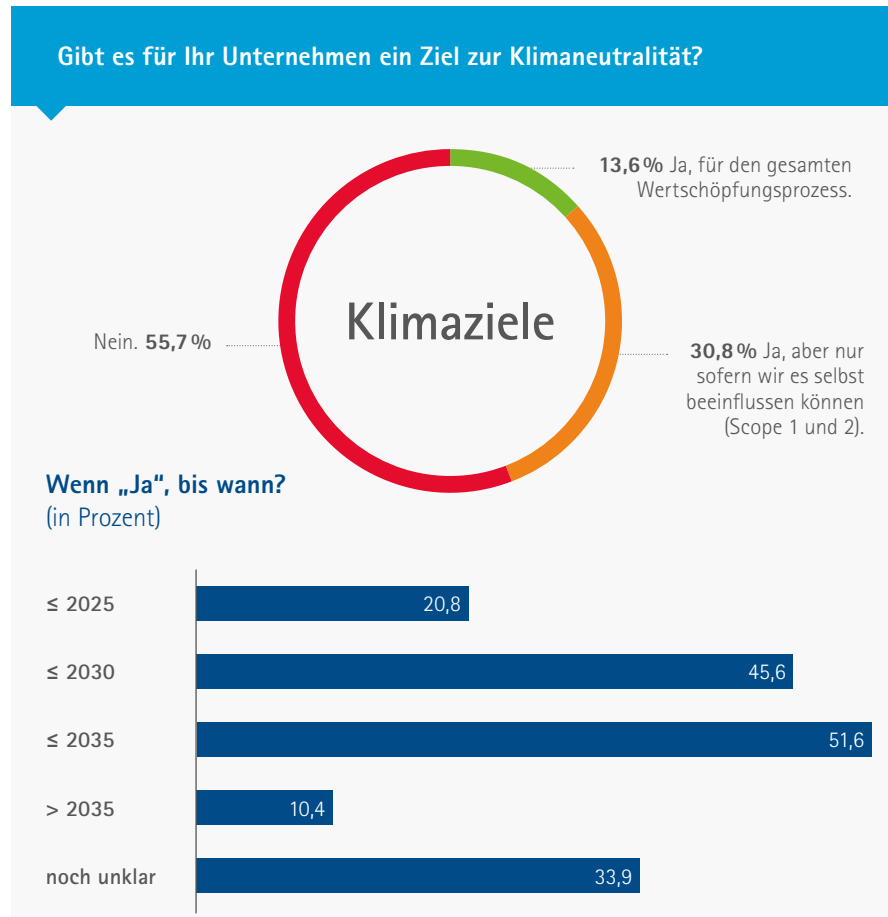
43,8 Prozent sehen außerdem die Möglichkeit, damit Impulsgeber für Innovationen werden zu können. Wobei immerhin ein Drittel Chancen auf die Eröffnung neuer Märkte sieht. Druck durch Wettbewerber oder eine Aussicht auf Vorsprung im internationalen Wettbewerb sehen dagegen deutlich weniger Unternehmen (16,6 beziehungsweise 22,2 Prozent). Rund 34 Prozent sehen die Möglichkeit auf Reduzierung ihres unternehmerischen Risikos.

Gesellschaftliche Verantwortung und Einsparungsmöglichkeiten als Hauptmotive für betrieblichen Klimaschutz



Klimaziele und CO₂-Bilanzen in Unternehmen

Hälfte der Unternehmen mit Klimaziel plant, bis 2035 klimaneutral zu sein

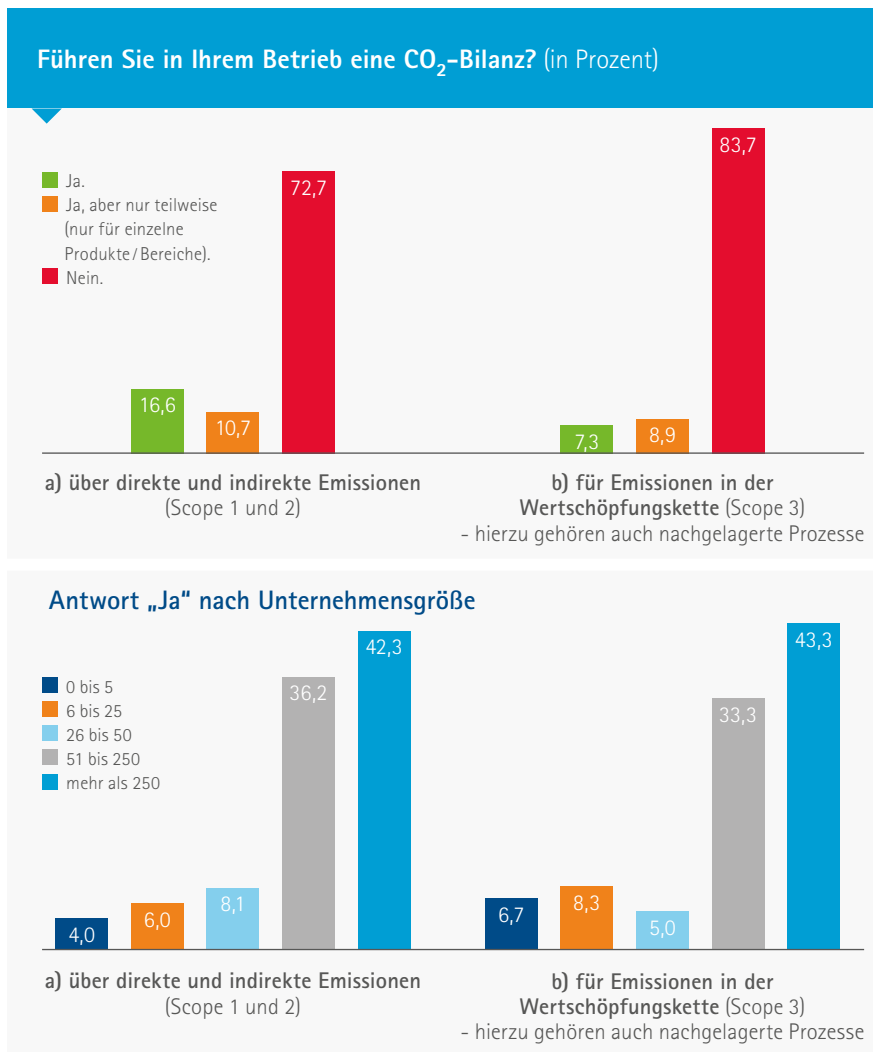


Die bedeutendste Motivation für die Unternehmen für Klimaschutzmaßnahmen ist es, dass ihr Betrieb aus gesellschaftlicher und ökologischer Verantwortung heraus klimaneutral werden soll. In diesem Zusammenhang haben viele Unternehmen bereits konkrete Ziele für ihre Klimaneutralität definiert. Mehr als 44 Prozent der Unternehmen haben sich ein konkretes Ziel zur Erreichung ihrer Klimaneutralität gegeben. Hierbei muss unterschieden werden, wie weit sich dieses Ziel auf die Wertschöpfungsprozesse des Unternehmens erstreckt. 13,6 Prozent der Unternehmen geben an, ein Ziel zur Klimaneutralität zu haben, das den gesamten Wertschöpfungsprozess umfasst (Scope 1, 2 und 3). 30,8 Prozent setzen ihr Klimaziel dagegen ausschließlich für die Bereiche, die das Unternehmen jeweils selbst beeinflussen kann. Dies sind alle direkten Emissionen (Scope 1), die im Unternehmen beispielsweise durch die Verbrennung von Energieträgern entstehen (also durch Gas zur Beheizung oder Produktion, oder Diesel für den Antrieb von Fahrzeugen des Fuhrparks), sowie solche indirekten Emissionen (Scope 2), die zwar nicht im Unternehmen anfallen, aber beispielsweise durch die Bereitstellung von Strom, Dampf oder Wärme entstehen. Emissionen innerhalb der weiteren Wertschöpfungskette werden dabei nicht berücksichtigt.

Sofern ein Ziel zur Klimaneutralität besteht, haben rund 60 Prozent der befragten Unternehmen dieses Ziel auch an eine konkrete Jahreszahl gebunden: rund 20 Prozent der Unternehmen agieren bereits klimaneutral oder wollen dies in Kürze, bis 2025, sein.

Mehr als 50 Prozent der Unternehmen mit Klimaziel wollen bis 2035 klimaneutral sein. Für die übrigen 10 Prozent bestehen diese Ziele jenseits des Jahres 2035.

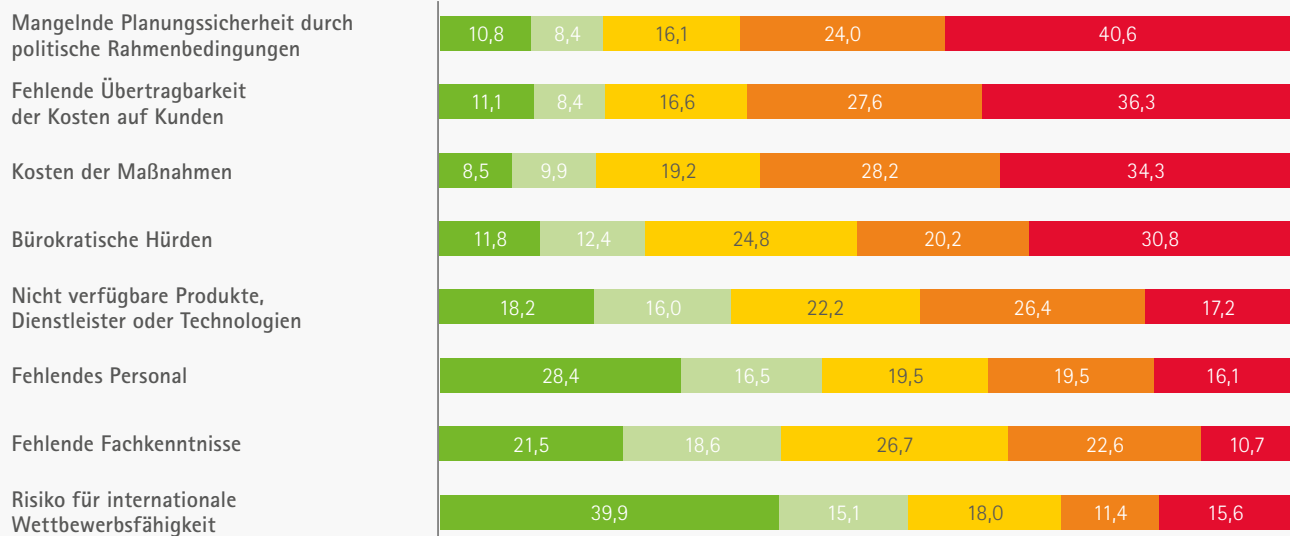
Zur Unterstützung der Erreichung dieser Ziele führen einige Unternehmen eine CO₂-Bilanz. Rund 27 Prozent führen eine solche Bilanz ganz oder teilweise über all jene Emissionen, die im Unternehmen direkt beeinflusst werden können. Immerhin noch rund 16 Prozent schließen auch alle nachgelagerten Prozesse in der Wertschöpfungskette in ihre Bilanz ein. Eine Aufschlüsselung der antwortenden Unternehmen, die eine CO₂-Bilanz führen, nach ihrer Mitarbeiteranzahl verdeutlicht, dass die Erstellung einer CO₂-Bilanz auch eine Frage der Unternehmensgröße und personeller Ressourcen ist. Jeweils rund ein Drittel der Unternehmen, die eine vollständige CO₂-Bilanz für direkte oder indirekte Emissionen oder die gesamte Wertschöpfungskette erstellen, haben zwischen 51 und 250 Mitarbeiter, mehr als 40 Prozent der Unternehmen, die dies machen, haben sogar mehr als 250 Mitarbeiter. Hier wird deutlich, dass vor allem größere Unternehmen über die Ressourcen verfügen, um die teils aufwendigen CO₂-Bilanzen für das genauere Monitoring ihrer Klimaziele zu erstellen.



Hürden beim unternehmerischen Klimaschutz

Welche Aspekte bereiten in Ihrem Betrieb Schwierigkeiten bei der Umsetzung von Klimaschutzmaßnahmen? auf einer Skala von 1 – kein Problem bis 5 – wesentliches Problem, in Prozent

kein Problem – 1 – 2 – 3 – 4 – 5 – wesentliches Problem

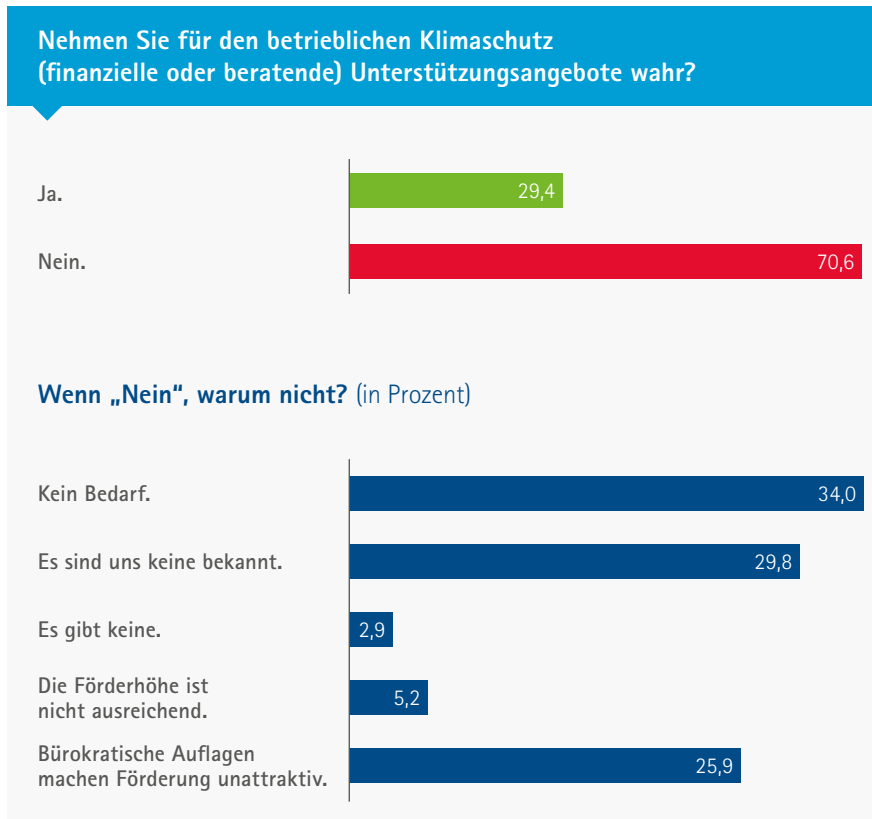


Fehlende Planungssicherheit und hohe Kosten als Hauptprobleme

Die Industrie- und Handelskammern haben die Unternehmen außerdem gefragt, welche Aspekte ihnen Schwierigkeiten bei der Umsetzung ihrer Klimaschutzmaßnahmen bereiten. Als Hauptschwierigkeit (Nennung als Problem mit den Werten 4 oder 5 auf der Skala) wird eine mangelnde Planungssicherheit durch die politischen Rahmenbedingungen benannt – und zwar von fast zwei Dritteln der Unternehmen. Ständige Änderungen in den Förderprogrammen und unterschiedliche Akzente der wechselnden politischen Mehrheiten tragen nicht zu sicheren Rahmenbedingungen bei. Eine ähnlich große Bedeutung als Schwierigkeit haben aus Unternehmenssicht die Kosten der Maßnahmen selbst (62,5 Prozent) sowie die fehlende Möglichkeit, diese Aufwendungen auf die Kunden zu übertragen (63,9 Prozent). Dies verdeutlicht, in welchem Maße der bereits beschriebene Anstieg der Investitionen die Unternehmen auch vor Herausforderungen stellt. Rund die Hälfte der befragten Unternehmen sieht außerdem Probleme durch bürokratische Hürden. Ein weiteres Problemfeld sind fehlende Produkte, Dienstleister oder Technologien (knapp 44 Prozent) sowie fehlendes Personal oder Fachkenntnisse (jeweils für rund ein Drittel). Ein Risiko für die internationale Wettbewerbsfähigkeit wird hingegen von 27 Prozent der Unternehmen gesehen.

Betrachtet man nur einzelne Branchen, werden dabei deutliche Unterschiede erkennbar. Im Bereich Transport und Logistik sehen rund 40 Prozent der Unternehmen ein Risiko für die internationale Wettbewerbsfähigkeit, in der Industrie sind es sogar 48 Prozent. Beide Wirtschaftsbereiche sind sehr exportstark. Somit konkurrieren die Unternehmen mit internationalen Wettbewerbern, die womöglich nicht in gleichem Maße in den Klimaschutz investieren (müssen) und damit auch nicht die Kosten an ihre Kunden weitergeben müssen. Zudem sind gerade diese Branchen sehr stark an die Entwicklungen der Preise und Verfügbarkeiten von Energien und Rohstoffen gebunden, welche entscheidende Felder des Klimaschutzes ausmachen.

Unterstützungsangebote beim Klimaschutz in Unternehmen



Oft nicht bekannt
oder zu bürokratisch

Passend zu der Zahl der Unternehmen, die Schwierigkeiten im Bereich fehlender Kenntnisse oder hoher Kosten bei Klimaschutzmaßnahmen haben, nehmen insgesamt rund 30 Prozent der Unternehmen finanzielle oder beratende Unterstützungsangebote wahr. Diese bestehen überwiegend in Beratungen durch Fachfirmen, beispielsweise im Bereich Energieberatung, oder in der Nutzung finanzieller Programme, wie beispielsweise solche der KfW bzw. des BAFA. Auch Netzwerkangebote oder die Teilnahme an freiwilligen Programmen (Ökoprotit u.Ä.) helfen den Unternehmen.

Die Gründe dafür, keine Unterstützungsangebote wahrzunehmen, sind vielfältig. 34 Prozent der Unternehmen haben keinen Unterstützungsbedarf, knapp 30 Prozent kennen keine passenden Angebote. Knapp 3 Prozent geben an, dass für sie keine passenden Angebote existieren. Andere Gründe hängen mit der Förderung selbst zusammen. Rund 5 Prozent nennen eine zu geringe Förderhöhe als Grund der Nichtinanspruchnahme. Sie können offenbar die notwendigen Eigenleistungen nicht einbringen. Eng damit verbunden sehen 26 Prozent ein Problem in den bürokratischen Auflagen, die mit den Förderungen zusammenhängen. Ein entsprechend hoher Aufwand kann zusätzlich dafür sorgen, dass auch die Förderhöhe nicht ausreicht, um diesen Aufwand zu kompensieren.

Nachbesserungsbedarf sehen die Unternehmen deshalb vor allem bei einer Entbürokratisierung der Unterstützungsprogramme. Auch die mangelnde Planungssicherheit durch politische Prozesse muss aus Sicht vieler Unternehmen behoben werden. Außerdem werden notwendige Verbesserungen der Ladeinfrastruktur angesprochen sowie eine verbesserte Förderung bei der Installation von Photovoltaikanlagen in Unternehmen.

Fazit



Die Umfrageergebnisse zeigen, dass Klimaschutz und Klimawandel sich bisher für die Unternehmen vor allem in gesetzlichen Auflagen und deren bürokratische Folgen niederschlagen. Auch der damit verbundene gesellschaftliche Druck wird von einer Mehrheit der Unternehmen wahrgenommen. Die materielle und physische Betroffenheit ist hingegen in der Wirtschaft im Rheinland noch gering. Maßnahmen, um dem Klimawandel zu begegnen, werden von mehr als drei Vierteln der Unternehmen bereits durchgeführt oder sind geplant. Diese betreffen vor allem die Einsparung von Energie oder die Nutzung nachhaltiger Energieträger. So ist das Investitionsniveau bei der Mehrheit der Unternehmen in den letzten fünf Jahren, trotz zahlreicher anderer Herausforderungen, gestiegen. Besonders große und emittierende Wirtschaftsbereiche wie das Produzierende Gewerbe und die Logistikbranche haben in den letzten Jahren ihre Investitionen in den Klimaschutz erheblich erhöht. Die zwei wesentlichen Antriebsmotive dazu sind die gesellschaftliche und ökologische Verantwortung sowie die Möglichkeit, mittels der Maßnahmen Kosten zu reduzieren.

Die Ergebnisse der Umfrage weisen jedoch auch auf die deutlichen Hindernisse bei der Umsetzung der unternehmerischen Maßnahmen hin. Eine deutliche Mehrheit der Unternehmen kritisiert die mangelnde Planungssicherheit und den hohen bürokratischen Aufwand. Auch bestehende Unterstützungsprogramme werden als sehr bürokratisch wahrgenommen. Die politischen Rahmenbedingungen sollten daher verstärkt die unternehmerischen Planungsperspektiven im Blick haben, und die Klimaschutzinstrumente sollten marktbasierend und technologieoffen gestaltet sein. Detailliertere Auswertungen der Umfrage zeigen außerdem, dass die Klimaschutzmaßnahmen in Unternehmen erhebliche personelle Ressourcen binden, sodass vor allem kleinere Unternehmen Schwierigkeiten haben, umfassende Maßnahmen wie die Erstellung von CO₂-Bilanzen zu schultern. In diesem Sinne kommt eine Reduzierung bürokratischer Hemmnisse allen Unternehmen zugute und ermöglicht auch kleineren Unternehmen eine wirtschaftliche Umsetzung von Maßnahmen.

Die Unternehmen nehmen für ihre Klimaschutzmaßnahmen teils hohe Kosten in Kauf und die Umfrage verdeutlicht, dass die fehlende Übertragbarkeit dieser Kosten auf die Kunden als Hemmnis wahrgenommen wird. Insbesondere Unternehmen, die im internationalen Wettbewerb stehen, sind an dieser Stelle stark belastet. Langfristig sollte sich die Bundesregierung für eine stärkere internationale Verankerung des Klimaschutzes einsetzen und diesen vorantreiben. Denn letztlich wird die nationale Klimaschutzpolitik unwirksam, wenn sie im Ergebnis nur zu einem „Carbon Leakage“ und der Verlagerung deutscher Unternehmen ins Ausland führt, weil dort weniger Klimaschutzregelungen gelten. Zusätzlich sollten heute bestehende Nachteile im internationalen Wettbewerb für hiesige Unternehmen möglichst ausgeglichen werden.



Impressum

Herausgeber:

Industrie- und Handelskammer Aachen
Bergische Industrie- und Handelskammer Wuppertal-Solingen-Remscheid
Industrie- und Handelskammer Bonn/Rhein-Sieg
Industrie- und Handelskammer zu Düsseldorf
Industrie- und Handelskammer zu Köln
Industrie- und Handelskammer Mittlerer Niederrhein
Niederrheinische Industrie- und Handelskammer Duisburg-Wesel-Kleve zu Duisburg

Autoren/Redaktion:

Dr. Anna Kindsmüller
IHK Mittlerer Niederrhein
☎ 02151 635-352
@ Anna.Kindsmueller@mittlerer-niederrhein.ihk.de

Gregor Werkle
IHK Mittlerer Niederrhein
☎ 02151 635-353
@ Gregor.Werkle@mittlerer-niederrhein.ihk.de

Ansprechpartner:

Gregor Werkle
IHK Mittlerer Niederrhein
☎ 02151 635-353
@ Gregor.Werkle@mittlerer-niederrhein.ihk.de

Gestaltung:

360 Grad® Design, Krefeld

Stand:

Juli 2023

Alle Rechte liegen beim Herausgeber.

Ein Nachdruck – auch auszugsweise – ist nur mit ausdrücklicher schriftlicher Genehmigung des Herausgebers gestattet.

Ansprechpartner/-innen und Anschriften

Industrie- und Handelskammer Aachen

Theaterstraße 6-10 · 52062 Aachen

Daniel Borrmann

☎ 0241 4460-276, @ daniel.borrmann@aachen.ihk.de

🌐 ihk.de/aachen

Bergische Industrie- und Handelskammer

Wuppertal-Solingen-Remscheid

Heinrich-Kamp-Platz 2 · 42103 Wuppertal

Ralph Oermann

☎ 0202 2490-300, @ r.oermann@bergische.ihk.de

🌐 ihk.de/bergische

Industrie- und Handelskammer Bonn/Rhein-Sieg

Bonner Talweg 17 · 53113 Bonn

Kevin Ehmke

☎ 0208 2284-193, @ ehmke@bonn.ihk.de

🌐 ihk-bonn.de

Industrie- und Handelskammer zu Düsseldorf

Ernst-Schneider-Platz 1 · 40212 Düsseldorf

Gerd H. Diestler

☎ 0211 3557-210, @ Gerd.Diestler@duesseldorf.ihk.de

🌐 ihk.de/duesseldorf

Industrie- und Handelskammer zu Köln

Unter Sachsenhausen 10-26 · 50667 Köln

Christian Vossler

☎ 0221 1640-1504, @ Christian.Vossler@koeln.ihk.de

🌐 ihk.de/koeln

Industrie- und Handelskammer Mittlerer Niederrhein

Nordwall 39 · 47798 Krefeld

Gregor Werkle

☎ 02151 635-353, @ Gregor.Werkle@mittlerer-niederrhein.ihk.de

🌐 mittlerer-niederrhein.ihk.de

Niederrheinische Industrie- und Handelskammer

Duisburg · Wesel · Kleve zu Duisburg

Mercatorstraße 22-24 · 47051 Duisburg

Carolina Klimaschka

☎ 0203 2821-311, @ klimaschka@niederrhein.ihk.de

🌐 ihk.de/niederrhein