



NextGenerationCFO₂₀₁₇

Heinrich Heine Campus Conference

Konferenzbericht



Mehr als 1.200 Studierende und Praktiker trafen sich am 21. November 2017 auf dem Campus der Düsseldorfer Heinrich-Heine-Universität zur Konferenz NextGenerationCFO.2017 unter dem Motto „CSR meets Performance!“. Gemeinsam mit achtzehn führenden Experten aus dem Finanz- und Rechnungswesen, wie Finanzvorständen, sowie Mitgliedern von Aufsichtsräten aus deutschen und internationalen Unternehmen diskutierten sie, wie sich Nachhaltigkeit mit der notwendigen ökonomischen Performanceoptimierung vereinbaren lässt. Denn soziale Verantwortung gewinnt nicht nur durch den Klimawandel an gesellschaftlicher Bedeutung und ist längst keine freiwillige Leistung mehr, sondern die Pflicht eines jeden – auch für Unternehmen.

Zum Auftakt der Konferenz betonte Ulrich Lehner, Vorsitzender des Aufsichtsrats bei thyssenkrupp sowie der Deutschen Telekom, dass Unternehmen eine besondere gesellschaftliche und wirtschaftliche Verpflichtung zur Daseinsfürsorge tragen. Das Auflösen des Spannungsfeldes zwischen Nachhaltigkeit und Performance sei dabei die hohe Kunst der Unternehmensführung. Das hob auch Guido Kerkhoff, Finanzvorstand bei thyssenkrupp, hervor, der erläuterte, wie „durch konkrete Nachhaltigkeitsziele, die ebenso wie die finanzielle Performance, Teil des Controlling-Regelprozesses sind“, soziale Verantwortung gelebt werden kann. Über den ökonomischen Nutzen einer Corporate Social Responsibility (CSR) herrsche Einklang: „Tue Gutes und profitiere davon“. Theo Siegert, Vorsitzender der Schmalenbach-Stiftung merkte als dritter Keynote-Sprecher allerdings an, dass die traditionellen finanzorientierten Instrumente der Unternehmenssteuerung hierfür nicht ausreichen, sondern dass neue, nachhaltigkeitsbezogene Kennzahlen erforderlich seien.

Neben zwei weiteren Panels zu den Themen „Green Controlling statt Green Washing: Nachhaltigkeitsstrategien in die Unternehmenssteuerung integrieren!“ sowie „Faktenbasierte Berichterstattung oder Cheap Talk: Wie kann glaubwürdige Nachhaltigkeitsberichterstattung funktionieren?“, konnten sich die Konferenzteilnehmer außerdem bei einer Vielzahl von Firmenständen über Berufschancen in Rechnungswesen, Controlling und Wirtschaftsprüfung informieren und Career Services, wie z.B. den professionellen CV-Check der Düsseldorfer Personalberatung WeberJakobus in Anspruch nehmen. Den Abschluss der Konferenz bildete die Diskussion „CFOs unplugged: Nachhaltigkeit und Digitalisierung: (K)ein Widerspruch?“ und mündete in dem Konsens, dass kein Widerspruch vorliege, sondern Nachhaltigkeit und Digitalisierung vielmehr gegenseitig voneinander profitierten – sowohl im Sinne der Unternehmen als auch im Sinne der Gesellschaft.

Organisiert wurde die Konferenz als Gemeinschaftsprojekt der studentischen Unternehmensberatung Heinrich Heine Consulting und dem Lehrstuhl für Accounting an der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf unter der Schirmherrschaft von Keynote-Sprecher Ulrich Lehner sowie von Andreas Pinkwart, Minister für Wirtschaft, Innovation, Digitalisierung und Energie.

Der Finanzvorstand im Spagat zwischen finanzieller Performance und nachhaltiger Führung!

Auf der HHU Campus-Konferenz NextGenerationCFO.2017 geben führende Experten Antworten auf die Frage, wie sich Corporate Social Responsibility (CSR) und finanzielle Profitabilität verbinden lassen.

Prof. Dr. Barbara E. Weißenberger / Mark Alexander Müller / Leonhard J. Lössle

Umweltschutz, Kinderarbeit, Diktatur – ein Weltklimaabkommen reicht nicht aus, um sozialer Verantwortung in der Gesellschaft gerecht zu werden. Nicht nur in der Politik, sondern auch für Unternehmen rückt nachhaltiges Handeln immer weiter in den Rang wesentlicher Unternehmensziele auf. Die Herausforderung die sich dabei stellt, ist, wie soziale Kompetenzen neben ökonomischen Zielen umgesetzt werden können. „Tue Gutes und profitiere davon“, betonte Anja Steinbeck, Rektorin an der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf bei Ihrer Eröffnungsrede der HHU Campus-Konferenz NextGenerationCFO.2017. Dieser Meinung schloss sich Thomas Geisel, Oberbürgermeister der Landeshauptstadt Düsseldorf uneingeschränkt an. Nachhaltigkeit habe erst dann etwas mit Performance zu tun, wenn keine kurzfristige Shareholderoptimierung im Fokus unternehmerischen Handelns steht.



Über 1.200 interessierte Studierende und Praktiker waren Teil der Campus-Konferenz NextGenerationCFO.2017

Waren früher zufriedenstellende finanzielle Geschäftskennzahlen hinreichend, blicken Investoren – ebenso wie Mitarbeiter oder Kunden – heute vermehrt auf die CSR-Berichterstattung der Unternehmen zu ökologischen und sozialen Nachhaltigkeitszielen. Für den Finanzvorstand bedeutet das auch eine erhebliche Ausweitung der internen Steuerungs- und Berichtssysteme. Denn Konflikte zwischen den Zielen unterschiedlicher Anspruchsgruppen treten jetzt offener als bisher zutage und stellen neue Anforderungen an die Unternehmensführung.

Hauptdomäne des Finanzvorstands (Chief Financial Officer, CFO) ist seit vielen Jahren die Bereitstellung von transparenten und verlässlichen Finanzdaten sowohl für interne Planungs-, Reporting- und Steuerungszwecke, als auch für die externe Investorenkommunikation. Der CFO stellt das notwendige finanzielle Fundament für die inhaltliche Identifikation und Umsetzung von erfolgreichen Geschäftsstrategien bereit, damit in anderen Ressorts zielführende leistungswirtschaftliche Entscheidungen, zum Beispiel für Lieferantenmanagement, Technologieauswahl, Personalführung oder Vertriebsstrategien, getroffen werden können.



Prof. Dr. Ulrich Lehner erläutert die Verantwortungen von Unternehmen gegenüber der Gesellschaft und den Investoren.

Die Trennung zwischen finanz- und leistungswirtschaftlicher Unternehmensführung schwimmt allerdings zunehmend.

Grund dafür ist die gesellschaftlich geforderte Integration von ökologischen und sozialen Nachhaltigkeitszielen in die Unternehmensführung. Denn heute ist es zu kurz gegriffen, Unternehmen auf die materielle Ebene der Güterproduktion gegen Entgelt zu

reduzieren. Als gesellschaftliche Akteure beeinflussen sie in vielfältiger Form menschliche Lebensbereiche: Durch Nutzung ökologischer Ressourcen ebenso wie die Gestaltung von Arbeitsplätzen, als Trägermedium für das Durchsetzen politischer Ziele wie Chancengleichheit oder Integration ebenso wie im lokalen bürgerschaftlichen Engagement. Daraus resultieren vielfältige Erwartungen nicht nur von Investoren, sondern auch weiterer wichtiger Anspruchsgruppen wie Kunden, Mitarbeitern oder Politik an Unternehmen für ein gesellschaftlich verantwortliches Verhalten (Corporate Social Responsibility, CSR) über die finanzielle Dimension von Effizienz bzw. Profitabilität hinaus.

Um über die Umsetzung von ökologischen und sozialen CSR-Maßnahmen zu informieren, wird die Finanzberichterstattung von Unternehmen inzwischen um weitere Berichtsformate ergänzt: Angefangen von dem Rahmenkonzept der bereits in 2002 gegründeten Global Reporting Initiative über das Integrated Reporting-Framework, das eine Verzahnung von Finanz- und Nachhaltigkeitsinformationen auf Basis der dahinterstehenden Werttreiberketten fordert, bis hin zur jüngsten Erweiterung des HGB-Lageberichts um eine nichtfinanzielle Erklärung. Denn seit 2017 sind EU-weit alle großen kapitalmarktorientierten Gesellschaften mit über 500 Mitarbeitern verpflichtet, eine nichtfinanzielle Erklärung zu Umwelt-, Arbeitnehmer- und Sozialbelangen sowie zur Achtung von Menschenrechten und Korruptionsbekämpfung abzugeben.



Thomas Geisel bei seiner Begrüßungsrede über CSR als langfristige Unternehmensverantwortung

Wie allerdings erreicht werden kann, dass die Unternehmensinformationen zur ökologischen und sozialen Nachhaltigkeit im Rahmen der CSR-Berichterstattung nicht nur als reine Imagekampagnen ohne Substanz („Greenwashing“) wahrgenommen werden, stellt den CFO und seinen Finanzbereich vor große Herausforderungen. Denn das Erreichen finanzieller Performance-Ziele oder niedriger Absatzpreise lässt sich im Regelfall nicht mit der maximalen Erfüllung von ökologischen oder sozialen Nachhaltigkeitszielen vereinbaren – Akzeptanzprobleme

und Enttäuschungen bei den unterschiedlichen Anspruchsgruppen sind dann vorprogrammiert. Andererseits steigt der Druck, es allen recht zu machen: Gerade institutionelle Investoren nehmen heute zunehmend solche Unternehmen in ihr Portfolio auf, die gleichermaßen durch Profitabilität und Corporate Social Responsibility überzeugen. So belegt der jüngste Jahresbericht der Global Sustainable Investment Alliance, dass im Durchschnitt jeder vierte Euro, der von professionell verwalteten Fonds investiert wird, inzwischen an Unternehmen geht, die auch aktiv Maßnahmen für eine nachhaltige Unternehmensführung ergreifen. Für die Steuerung heißt dies: Es reicht nicht mehr, wenn sich der Business Case einer Geschäftsstrategie finanziell rechnet, sondern auch der Sustainability Case, also das Geschäftsmodell aus Nachhaltigkeitsperspektive, muss aufgehen.

Vor diesem Hintergrund dürfen Fragen der Übernahme ökologischer oder sozialer Verantwortung nicht erst thematisiert werden, wenn es um die CSR-Berichterstattung geht, fordert Ulrich Lehner, Aufsichtsratsvorsitzender von thyssenkrupp und Schirmherr der Konferenz „NextGenerationCFO.2017: CSR meets Performance!“ an der Düsseldorfer Heinrich-Heine-Universität. Stattdessen müssen Unternehmen ihr strategisches Leitbild und die daraus abgeleiteten Entwicklungspfade im Spannungsfeld von Corporate Social Responsibility und Performance explizit formulieren, um die Diskussion mit den unterschiedlichen Anspruchsgruppen von Investoren über Gewerkschaften und Kunden bis hin zur Politik überhaupt erst gestalten zu können. Die proaktive Rolle, die Unternehmen hierbei einnehmen, ist nicht zu unterschätzen. In vielen Fällen ist nämlich das technologische und inhaltliche Know-how für



Unterhaltsam ging es auch neben den Panels zu – ein Austausch zwischen Studenten und Praktikern

die Entwicklung neuer Produkte und Dienstleistungen, die gleichzeitig sowohl nachhaltig, als auch finanziell erfolgreich sind, nicht unmittelbar am Markt vorhanden, sondern resultiert aus unternehmensinternen Innovationsprozessen. Der japanische Managementforscher Noriaki Kano spricht in diesem Zusammenhang von der Notwendigkeit, Produkte mit ‚Begeisterungseigenschaften‘ zu entwickeln: Nachhaltige Problemlösungen, die die Kunden zunächst nicht kennen oder erwarten, und die deshalb zu einer überproportionalen Zufriedenheit führen. Ein Beispiel dafür ist das Carbon2Chem-Projekt, in dem bei thyssenkrupp Gase aus der Stahlerzeugung als Rohstoff in der Chemieproduktion genutzt werden, um den CO₂-Ausstoß zu reduzieren.

Allerdings hebt ein strategisches Leitbild alleine nicht automatisch das kreative Potenzial für derartige Problemlösungen. Guido Kerkhoff, als Finanzvorstand von thyssenkrupp auch verantwortlich für die Integration von Nachhaltigkeitsstrategien in den finanziellen Controlling-Regelkreis, beschreibt als weiteren notwendigen Schritt die Formulierung spezifischer, messbarer und mit einem konkreten Zeithorizont versehenen Ziele im Bereich ökologischer und sozialer Nachhaltigkeit. Derartige CSR-Ziele müssten wie der finanzielle Zielkatalog mit konkreten Maßnahmen und Verantwortlichkeiten bis hinein in das Performance Management für Vergütungsfragen hinterlegt werden. Dabei sei es eine Illusion, so Kerkhoff, alle Ziele und Maßnahmen in ein harmonisches CSR-Gesamtpaket integrieren zu können – es lasse sich allenfalls eine Balance erreichen, in der die widerstreitenden Interessen der verschiedenen Anspruchsgruppen gegeneinander abgewogen werden, ohne dass einzelne dieser Stakeholder ihre Maximalforderungen durchsetzen können. Schlüsselfaktor für eine erfolgreiche CSR-Strategie sei deshalb die nachvollziehbare Kommunikation und Begründung für den Entwicklungspfad im Spannungsfeld von finanziellem Erfolg und verantwortlichem Verhalten. Denn obwohl es zwar umfassende Belege dafür gibt, dass eine nachhaltige Unternehmensausrichtung auf ökologische und soziale Ziele langfristig auch mit einer überlegenen ökonomischen Performance einhergeht, kann es auf dem Weg dorthin kurzfristig zu starken Konflikten und Entscheidungsdiemmata kommen.



Guido Kerkhoff erklärt, wie bei thyssenkrupp Nachhaltigkeitsziele in die Unternehmensstrategie integriert werden.

Zentrale Herausforderung für den Finanzbereich ist in diesem Zusammenhang die Bereitstellung geeigneter Informationssysteme für die Steuerung von CSR-Maßnahmen. Bisher liegt im Finanzbereich hier der Schwerpunkt auf der Nutzung buchhalterischer Systeme, die aber allein die ökonomische Dimension des Geschäfts abbilden, mahnt Theo Siegert, Vorsitzender der Kölner Schmalenbach-Stiftung. Finanzkennzahlen müssten deshalb durch ein breites Spektrum neuer Kennzahlen ergänzt werden, die die unterschiedlichsten Themenbereiche abdecken – angefangen bei CO₂-Ausstoß und Energieeffizienz über Mitarbeiterzufriedenheit und Arbeitssicherheit

bis hin zur unternehmensinternen Diversity. Derartige Nachhaltigkeitskennzahlen müssen einerseits aussagekräftig sein, um dem Management die geforderte Orientierung in der Steuerung zu geben und andererseits verlässlich, um hinreichend gute Prognosen zu erlauben. Dabei muss ein Mindestmaß an Transparenz gewährleistet werden, die der Nachvollziehbarkeit dient, um für die Außenkommunikation des CSR-Reportings vom Abschlussprüfer zumindest einer kritischen Durchsicht (Review) unterzogen werden zu können, und schließlich müssen sie ohne hohen



Dr. Sebastian Wolf bei seinem Vortrag über die Partnerschaft von Nachhaltigkeit und finanziellem Erfolg.

zusätzlichen Verwaltungsaufwand auch noch wirtschaftlich ermittelbar sein. Bisher mangelt es im Finanzbereich oft noch an der Datengrundlage, um nichtfinanzielle CSR-Kennzahlen in der geforderten Regelmäßigkeit und Verlässlichkeit überhaupt zu ermitteln, zum anderen ist auch das notwendige Knowhow zu ihrer Auswertung und Interpretation noch nicht hinreichend vorhanden. Genau das ist aber notwendig, wenn der CFO auch künftig die Business Partner-Rolle für das Top Management weiterhin wahrnehmen will, fordert Thomas Fischer, CEO der Managementberatung Allfoye. Der Aufbau der Kompetenzen in allen drei Dimensionen einer ökologischen, sozialen und ökonomischen Performancemessung gehört deshalb zu den großen Hausaufgaben, die für den CFO und seinen Bereich heute anstehen.

Im Panel „Green Controlling statt Green Washing: Nachhaltigkeitsstrategien in die Unternehmenssteuerung integrieren!“, moderiert von Barbara E. Weißenberger, Inhaberin des Lehrstuhls für BWL, insb. Accounting der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf, wurden die Konflikte zwischen CSR und Performance diskutiert, und wie diese beseitigt werden können.

Sebastian Wolf, Direktor Structural Cost Controlling and Special Projects bei Henkel sieht hier vor allem das Controlling als Verantwortungsträger, wenn es um die und Konkretisierung, Implementierung und Messung von Nachhaltigkeitszielen geht. Insbesondere bei Investitionsentscheidungen sei es von Bedeutung, Nachhaltigkeitsaspekte zu berücksichtigen. Auch für Bernhard Colmsan, Inhaber von Colmsan Sustainability Consulting sieht das Controlling als Schnittstelle zwischen CSR und Performance. Insbesondere bei komplexen Unternehmensstrukturen gehe die Transparenz von Nachhaltigkeitszielen schnell verloren, sodass CSR-Kennzahlen maßgeblich als Steuerungsinstrument im Management Reporting integriert sein müssen. Einen wesentlichen Konflikt zwischen Nachhaltigkeit und Performance sieht Janine Maniora, Juniorprofessorin an der TU Dortmund im Zeithorizont. Während der Shareholder Value bereits kurzfristige Erfolge dokumentiert, zeigen sich die Renditen von Investitionen in CSR erst Jahre später. Auch werden vermeintliche CSR-Maßnahmen oft bewusst als PR-Maßnahmen missbraucht, oder von der Öffentlichkeit als solche verstanden. Die Langfristige und stetige Ausrichtung und Kommunikation von CSR-Maßnahmen sei daher von wesentlicher Bedeutung. Dafür biete sich ein Integrated Reporting als übergeordnetes System zur Steuerung an.

Das von Daniel Reimsbach, Assistant Professor für Accounting an der Radboud University in Nijmegen, moderierte Panel „Faktenbasierte Berichterstattung oder Cheap Talk: Wie kann glaubwürdige Nachhaltigkeitsberichterstattung funktionieren?“



Spannende Diskussionen ergaben sich im Panel Green Controlling.

fokussierte dabei die Glaubwürdigkeit und den tatsächlichen Nutzen von Nachhaltigkeitsinformationen in der externen Unternehmensberichterstattung aus den Perspektiven von Investoren, der Forschung und der Prüfung. Für die wissenschaftliche Perspektive war Corinna Ewelt-Knauer, Professorin für Financial Accounting an

der Justus-Liebig-Universität Gießen, vertreten, die Rolle der Investoren hatte Gunnar Friede, Senior Fund Manager von der Deutschen Asset Management, inne und für die Sicht der Wirtschaftsprüfer war Christian Hell als Senior Manager für Sustainability Services von der KPMG an der Diskussion beteiligt. Wie Ulrich Lehner in seiner Keynote aufgriff, ist der Rollenwandel von CSR ein maßgeblicher Treiber für die Nachhaltigkeitsberichterstattung. Der stetig wachsende Adressatenkreis der Berichterstattung dürfe laut Gunnar Friede dabei keinesfalls vernachlässigt werden. Die Frage nach den Adressaten sei dabei keine Entweder-oder-Frage zwischen Share- und Stakeholdern, sondern bringe vielmehr eine gesamtheitliche Betrachtung im Sinne der Unternehmen zum Ausdruck. Aus diesem wachsenden Adressatenkreis resultieren immer komplexere und unstrukturierte Berichtsinhalte, deren Verifizierbarkeit die Wirtschaftsprüfung vor neue Herausforderungen stelle, so Christian Hell. Vor allem moralisch streitige und verschiedenen bewertbare Inhalte erschweren die dennoch objektive Plausibilisierung der Inhalte – insbesondere in einer globalisierten Welt, in der Werteeinstellungen zwischen Industrie- und Entwicklungsnationen stark divergieren können. Neben der Wertrelevanz der Berichtsinhalte misst Corinna Ewelt-Knauer vor allem der Glaubwürdigkeit eine große Bedeutung bei. Diese sei maßgeblich für die Qualität der Nachhaltigkeitsberichterstattung und fungiere mithin als entscheidender Indikator einer faktenbasierten Berichterstattung. Eine der



Auch im Panel zur faktenbasierten Berichterstattung fand ein Schlagabtausch statt.

größten Herausforderung sei weiterhin die geringe Vergleichbarkeit der Berichte. Diese resultiere aus den unterschiedlichsten Interessen von Stakeholdern und aus den Evolutionsstufen der Nachhaltigkeitsberichterstattung von Unternehmen. Beispielsweise berichten größere Unternehmen bereits auf einem gänzlich anderen Niveau als kleinere und mittelständische Unternehmen, so Christian Hell. Einigkeit herrscht insbesondere auch darüber, dass Cheap Talk in der Berichterstattung nicht funktioniert – in der kurzen Frist höchstens vorübergehend. Spätestens langfristig durchschauen Investoren die tatsächliche Fundierung der Berichte und passen ihre Erwartungen an. Aus der Prüfungsperspektive kann Christian Hell diesen Eindruck bestätigen, dass es in der Praxis nahezu keinen Cheap Talk gebe, aber verweist dennoch auf die nur schwierig zu ermittelnde Vergleichbarkeit. Um eine faktische Bindung an verantwortliches Handeln zu erreichen, herrschte abschließend Konsens darüber, dass Vorschriften allein nicht ausreichen und eine Einbeziehung von Nachhaltigkeitsindikatoren in die Anreizstrukturen notwendig sei. Von entscheidender Bedeutung sei es, so Corinna Ewelt-Knauer, über die Verantwortung nicht lediglich zu berichten, sondern diese in der gesamten Konzernstruktur zu leben – in den Worten Guido Kerkhoffs: „Ein Leitbild an die Wand zu nageln bringt nichts, es muss gelebt werden“.



Dr. Thomas M. Fischer bei der Moderation des Abschlusspanels.

Den fachlichen Abschluss der Konferenz bildete das Panel „CFOs unplugged! Nachhaltigkeit und Digitalisierung: (K)ein Widerspruch?“ mit Dominik Baum, CFO bei der C. Thywissen GmbH, Dirk Kruse, CFO der Doehler Group SE, Mathias Matthies, CFO (EMEIA) von Ernst & Young und Robert Abts, Geschäftsführer der Wirtschaftsförderung des Rhein-Kreis Neuss, moderiert durch Thomas M. Fischer, CEO der Allfoye Managementberatung.

Im Zentrum der Diskussion standen die Fragen, ob sich aus der Perspektive eines CFOs nachhaltiges Handeln und das Schritthalten in puncto Digitalisierung widersprechen und inwieweit es dem CFO möglich ist nachhaltiges Handeln in seinem Verantwortungsbereich zu fördern. Dies seien entscheidende Faktoren im „War for Talents“, um auf junge Absolventen eine hinreichende Attraktivität ausstrahlen zu können. Nachhaltigkeit und Digitalisierung sind kein Widerspruch, so die gemeinsame Meinung der vertretenen CFOs. Vielmehr begünstigen sich digitale Technologien und das nachhaltige Handeln von Unternehmen gegenseitig. Als Beispiel wurde nicht zuletzt die erhebliche Vermeidung von Überschüssen in der Produktion durch eine passgenauere Planung im Hinblick auf das Tracking entlang ganzer Supply-Chains aufgeführt. Ein gänzlich falscher Ansatzpunkt, so der gemeinsame Tenor, sei die Ansiedlung von Nachhaltigkeitsbelangen in der PR-Abteilung. Eine große Diskrepanz herrsche allerdings noch zwischen großen und mittelständischen Unternehmen, so Abts – verantwortlich für das CSR Kompetenzzentrum des Rhein-Kreis Neuss. Viele kleine und mittelständische Unternehmen (KMU) seien sich immer noch nicht der Tragweite bewusst, was für eine bedeutende Chance das Thema Nachhaltigkeit darstelle. Insbesondere vor dem Hintergrund, dass mittelständische Unternehmen durch die Nutzung digitaler Technologien die besten Voraussetzungen besitzen, um dieser Divergenz entgegen zu wirken

und die Chancen für sich zu nutzen. Diese Diskrepanz liege aber nicht im nachhaltigen Handeln selbst, sondern in dessen Kommunikation. Mittelständische Familienunternehmen seien regelmäßig das Paradebeispiel für Nachhaltigkeit – gelebt über Generationen statt in kurzer Frist. Nachholbedarf existiere darin, diese gelebte Nachhaltigkeit auch im Sinne des Unternehmens zu nutzen.



Zufriedene Gesichter am Ende des Konferenztages.

Neben den vielfältigen fachlichen Diskussionen bot die NextGeneration-CFO.2017 allen Teilnehmerinnen und Teilnehmern viele Möglichkeiten, sich an zahlreichen Firmenständen von avantum consult, Bearing-Point, Deloitte, Ernst & Young, KPMG sowie Warth & Klein Grant Thornton über berufliche Perspektiven in Rechnungswesen, Controlling und Wirtschaftsprüfung zu informieren. Darüber hinaus gab es die Gelegenheit, umfassende Career Services wie professionelle Bewerbungsfotos oder individuelle CV-Checks und Karriereberatung durch die Düsseldorfer Personalberatung WeberJakobus zu nutzen. Als weitere Sponsoren unterstützten CTcon Management Consultants, Baker Tilly, Ebner Stolz und Stanton Chase die Veranstaltung großzügig finanziell. Beim abendlichen Heine-Chill Out mit Altbier und Brezeln waren sich Organisatoren wie Teilnehmer deshalb einig: „Die spannende fachliche Diskussion war eine großartige Fortsetzung der NextGenerationCFO den letzten beiden Jahren – und wird auch in Zukunft in jedem Fall fortgesetzt!“

© Lehrstuhl für Accounting

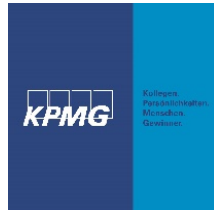
Univ.-Prof. Dr. Barbara E. Weissenberger
Lehrstuhl für BWL, insbes. Accounting
Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf
Fon: +49-211-81-03030 • Fax: +49-211-81-11883
barbara.weissenberger@hhu.de
www.accounting.hhu.de

Affiliate Professor of Accounting
Bucerius Law School, Hamburg
www.law-school.de

Bildmaterial: HHU/R.-M. Aust & M. Teichert

powered by

avantum
consult



 BAKER TILLY

STANTON CHASE

BearingPoint®

ctcon
MANAGEMENT CONSULTANTS

Deloitte.

 **EY** Building a better
working world


**EBNER
STOLZ**

 Warth & Klein
Grant Thornton | An instinct for growth™

WeberJakobus 
PERSONALBERATUNG

Partner


CSR
Kompetenzzentrum
Rhein-Kreis Neuss

 **DVFA**


IDW
INSTITUT DER WIRTSCHAFTSPRÜFER

 **IHK** Industrie- und Handelskammer
zu Düsseldorf

Medienpartner

FINANCE
Das Magazin für Finanzchefs

salt & pictures.

www.nextgenerationcfo.de

facebook.com/nextgenerationcfo