

ProReport

WERBEAGENTUR GMBH, Musterstadt

Erstellt am XX.XX.XXXX

Haftungsausschluss:

Dieser ProReport wurde unter Verwendung KI-gestützter Analysetechnologien erstellt und redaktionell überprüft. Er dient ausschließlich allgemeinen Informationszwecken und ersetzt nicht die eigene Recherche, rechtliche, steuerliche oder finanzielle Beratung bzw. individuelle Bewertung eines Unternehmens.

Die enthaltenen Informationen basieren auf öffentlich zugänglichen und geprüften Quellen. Da KI-Systeme auf Datenmustern beruhen, können sie im Einzelfall unvollständige oder nicht aktuelle Angaben enthalten. Trotz größter Sorgfalt übernimmt companybase UG (haftungsbeschränkt) keine Haftung für die Vollständigkeit, Aktualität oder Richtigkeit der Informationen.

1. EXECUTIVE SUMMARY

Der vorliegende Research-Report stellt eine umfassende Analyse der WERBEAGENTUR GMBH mit Sitz in Musterstadt dar. Die Untersuchung basiert auf einer systematischen Auswertung von Primärquellen, insbesondere amtlichen Registern wie dem Handelsregister und dem Bundesanzeiger, sowie Sekundärquellen aus der Fachpresse und tertiären Indikatoren zur Reputation.¹ Die WERBEAGENTUR GMBH operiert als multidisziplinäre Agenturgruppe im Bereich der B2B-Kommunikation und Markenführung. Mit einer Bilanzsumme von ca. X Mio. EUR zum XX.XX.XXXX und einer Mitarbeiterstärke von ca. XXX Personen hat sich das Unternehmen als feste Größe im Bereich komplexer Kommunikationsdienstleistungen etabliert.¹

Die strategische Ausrichtung der Gruppe ist durch eine Diversifikation in spezialisierte Business-Units wie Healthcare, Finance, Industry und Software gekennzeichnet.⁵ Eine wesentliche Säule des Geschäftsmodells stellt die Verknüpfung von strategischer Beratung mit operativer Umsetzung dar, wobei die Werbeagentur Tochter GmbH & Co. KG als bedeutende Tochtergesellschaft einen signifikanten Anteil am Gesamtökosystem hält.⁶ Die finanzielle Lage zeigt zum Stichtag XX.XX.XXXX eine Eigenkapitalquote von ca. XX %, während gleichzeitig beträchtliche Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen bestehen, was auf eine enge finanzielle Verflechtung innerhalb der Gruppe hindeutet.¹

2. UNTERNEHMENS-DNA & LEISTUNGEN

Die WERBEAGENTUR GMBH definiert sich selbst als inhabergeführte Agenturgruppe, die sich auf die Kommunikation für erklärungsbedürftige Produkte und Marken spezialisiert hat.⁵ Das Unternehmen verfolgt einen integrierten Ansatz, der über die klassische Werbung hinausgeht und Disziplinen wie Strategie, Kreation, digitale Transformation und Produktionsdienstleistungen verbindet.⁴

Strategische Positionierung: Kundenzentrierung

Das zentrale Paradigma der Agentur ist der Übergang von klassischem B2B-Marketing zu einem kundenzentrierten Ansatz. Hierbei wird die Prämisse verfolgt, dass auch in professionellen Beschaffungskontexten Entscheidungen von Menschen getroffen werden, deren Informationsbedürfnis und emotionale Bindung durch zielgerichtetes Storytelling und nutzerzentrierte digitale Lösungen adressiert werden müssen.⁴ Dieser Ansatz findet Anwendung in den vier primären Kernsektoren des Unternehmens:

Sektor	Zielsetzung und Mechanismen
Industry	Unterstützung von Unternehmen in den Bereichen Robotik, Automation und Maschinenbau bei der Kommunikation komplexer technologischer Innovationen. ⁵

Health	Fachkommunikation an der Schnittstelle zwischen medizinischem Fachpersonal, Patienten und weiteren Stakeholdern unter Berücksichtigung regulatorischer Anforderungen. ³
Finance	Aufbereitung und Vereinfachung abstrakter Finanzprodukte und Versicherungsleistungen für spezifische Zielmärkte. ⁵
Software	Entwicklung authentischer Markenbotschaften für B2B SaaS-Unternehmen. ⁵

Operative Leistungsbereiche

Das Leistungsportfolio der WERBEAGENTUR GMBH ist in spezialisierte Fachabteilungen untergliedert, die sowohl autark als auch in interdisziplinären Projektteams agieren:

1. **Brand Communication & Design:** Dieser Bereich umfasst die Entwicklung von Corporate Identity (CI) und Corporate Design (CD) sowie die Umsetzung großangelegter Markenrelaunch-Projekte.⁵ Ein Beispiel hierfür ist die Arbeit für Unternehmen wie Musterkunde1 oder Musterkunde2.³
2. **Digital Marketing:** Die digitale Unit fokussiert sich auf Customer Centricity. Das Spektrum reicht von der Web-Entwicklung über E-Commerce-Systeme bis hin zu Performance-Marketing und Social-Media-Strategien.⁵ Im September XXXX wurde die Agentur beispielsweise für die Shopbetreuung des Musterkunde3 mandatiert.⁸
3. **Produktion:** Über die Werbeagentur Tochter GmbH & Co. KG werden seit über XX Jahren Lösungen im Bereich Produktion angeboten.⁵ Dies umfasst klassische Print- und Mailingprojekte, Full-Service-Konzepte und internationale Logistik.¹
4. **Media & PR:** Die hausinternen Media-Spezialisten steuern B2B-Kanäle von der Mediaplanung bis zum Monitoring.⁵ Die PR-Abteilung betreut sowohl klassische Pressearbeit als auch Content-Strategien für soziale Netzwerke.⁵
5. **Event & Live Communication:** Dieser Bereich umfasst die Konzeption und Durchführung von Live-, Hybrid- und Online-Events.⁵ Hierbei nutzt die Agentur auch eigene Veranstaltungsflächen wie „Location1“ oder „Location2“ am Hauptsitz in Musterstadt.⁵

3. QUALITÄTS-INDIKATOREN & REPUTATION

Die Qualität der Dienstleistungen der WERBEAGENTUR GMBH wird durch externe Zertifizierungen, Verbandsmitgliedschaften und Branchenpreise untermauert. Die Reputation als Arbeitgeber ist hingegen Gegenstand kritischerer Betrachtung in externen Quellen.

Zertifizierungen und Standards

Das Unternehmen legt Wert auf die Einhaltung international anerkannter Standards, was

insbesondere für die Zusammenarbeit mit Konzernkunden im Rahmen des Supply Chain Managements von Bedeutung ist:

- **ISO 9001:** Zertifizierung des Qualitätsmanagementsystems durch den TÜV Süd.¹¹
- **ISO 14001:** Zertifizierung des Umweltmanagementsystems, was die Implementierung ökologischer Prozesse im Agenturbetrieb belegt.¹¹
- **GWA-Mitgliedschaft:** Als Mitglied des Gesamtverbands Kommunikationsagenturen erfüllt Werbeagentur die quantitativen und qualitativen Aufnahmekriterien des führenden Branchenverbands in Deutschland.⁵

Branchenauszeichnungen

Die kreative Leistungsfähigkeit der Agentur wurde in den letzten Jahren mehrfach prämiert:

- **BoB (Best of B2B) Award:** Silber im Juni XXXX.⁹
- **ADC Award:** Auszeichnung durch den Art Directors Club im Jahr XXXX.⁹
- **DDC Award:** Auszeichnung durch den Art DDC im September XXXX.⁹

Reputation als Arbeitgeber (Sentiment-Analyse)

Die Auswertung von Arbeitgeberbewertungsportalen wie Kununu ergibt ein ambivalentes Bild der Unternehmenskultur. Stand November XXXX liegt der Score bei **X,X von 5 Sternen** bei einer Weiterempfehlungsrate von lediglich **XX %**.²

Indikator	Bewertung	Analyse der Kommentare
Arbeitsbedingungen	Hoch (X,X/5)	Gelobt wird das moderne Büro, die ergonomische Ausstattung und die IT-Infrastruktur. ²
Vorgesetztenverhalten	Mittel	Kritik an Mikromanagement, fehlender Feedbackkultur und hohem Druck. Extern kommunizierte Werte wie Mut und Respekt werden laut Rezensenten intern nicht konsequent gelebt. ²
Gehalt / Sozialleistungen	Niedrig	Die Vergütung wird im Vergleich zum regionalen Durchschnitt und zur Arbeitsbelastung als unterdurchschnittlich wahrgenommen. ²

Work-Life-Balance	Mittel	Homeoffice (40-60%) und flexible Arbeitszeiten sind vorhanden, jedoch wird von einer ungleichen Arbeitslastverteilung berichtet. ²
--------------------------	--------	---

Analytische Einordnung: Die Diskrepanz zwischen der hohen Qualität der physischen Arbeitsumgebung und der Kritik an der Führungskultur deutet auf eine "Präsenzkultur" hin, die im Widerspruch zu modernen "New Work"-Versprechen stehen könnte. Die Agentur hat darauf reagiert, indem sie im Januar XXXX eine Position für Transformationsmanagement geschaffen hat, um Veränderungsbedarfe in der Gruppe zu analysieren.¹³

4. REFERENZEN & MARKTREPRÄSENTANZ

WERBEAGENTUR GMBH verfügt über ein diversifiziertes Kundenportfolio, das von mittelständischen "Hidden Champions" bis hin zu börsennotierten Großkonzernen reicht.

Aktuelle Mandate und Neugeschäft (XXXX-XXXX)

In den letzten 24 Monaten konnte die Agentur bedeutende Mandate sichern und bestehende Beziehungen ausbauen:

- **Referenzkunde1:** Ernennung zur Lead-Agentur im Januar XXXX.³
- **Referenzkunde2:** Übernahme des Lead-Mandats für Marketing und Kommunikation im November XXXX.⁵
- **Referenzkunde3:** Entscheidung für Werbeagentur als strategischer Partner im Mai XXXX.³
- **Referenzkunde4:** Übernahme des globalen Produktions-Etags im April XXXX.⁹
- **Referenzkunde5:** Gewinn eines internationalen Pitches im August XXXX.¹⁴

Langfristige Referenzkunden

Zu den etablierten Referenzen gehören Unternehmen wie **Referenzkunde6** (Healthcare), **Referenzkunde7** (Medizintechnik), **Referenzkunde8** (Industrie) und **Referenzkunde9** (SaaS).³

5. UNTERNEHMENSGRÖSSE & HISTORIE

Die WERBEAGENTUR GMBH blickt auf eine über XX-jährige Unternehmensgeschichte zurück, die von einer kontinuierlichen Erweiterung des Leistungsspektrums geprägt ist.

Historische Meilensteine

Die Wurzeln des Unternehmens liegen in den späten XXXXer Jahren. Ein entscheidender Schritt

war der Formwechsel von der UG zur GmbH im Jahr XXXX.¹⁵

- **XXXX:** Umwandlung der „Werbeagentur UG“ in die WERBEAGENTUR GMBH.¹
- **XXXX:** Integration der Werbeagentur Tochter GmbH & Co. KG zur Stärkung der Produktions-Expertise.¹
- **XXXX:** Verschmelzung mit der Musteragentur GmbH und Kapitalerhöhung auf XXX.XXX EUR.¹
- **XXXX:** Umzug in das neue Headquarter in Musterstadt

Personal- und Standortkapazität

Mit ca. XXXX Mitarbeitern zählt Werbeagentur zu den größeren inhabergeführten Agenturen in Deutschland.³ Das Büro in Musterstadt umfasst die obersten drei Etagen eines modernen Bürogebäudes und bietet neben Arbeitsplätzen auch Co-Working-Flächen.⁷

6. NIEDERLASSUNGEN & INTERNATIONALITÄT

Der operative Fokus der WERBEAGENTUR GMBH liegt auf dem Standort Musterstadt, jedoch ist das Unternehmen durch Netzwerke global handlungsfähig.

Standortstrategie

Das Unternehmen konzentriert sich auf den Standort Musterstadt als "Heimathafen". Es gibt keine Hinweise auf eigenständige Zweigniederlassungen in anderen deutschen Städten, was auf eine zentralisierte Management-Struktur hindeutet.¹

Internationale Netzwerke

Um globale Kunden wie Musterkunde oder Musterkunde zu betreuen, nutzt WERBEAGENTUR strategische Netzwerke:

1. **Musternetzwerk1:** Verbund von XX strategisch verteilten Agenturen, die gemeinsam über 100 globale Marken verwalten.⁵ Die Partner sind inhabergeführte Agenturen in ihren jeweiligen lokalen Märkten, was eine hohe Umsetzungskompetenz vor Ort garantieren soll.¹⁸
2. **Musternetzwerk2:** Ein globales Netzwerk mit über XXX unabhängigen Agenturen in XX Ländern.⁵ Dies ermöglicht Werbeagentur den Zugriff auf lokale Expertise weltweit, ohne die Kosten einer eigenen Niederlassungsstruktur tragen zu müssen.

7. EIGENTÜMERSTRUKTUR & KONZERNBEZUG

Die WERBEAGENTUR GMBH ist Teil eines Geflechts aus verschiedenen Gesellschaften, die mehrheitlich von der Familie Mustername kontrolliert werden.

Konzernstruktur (Auszug)

Gesellschaft	Rolle / Beziehung
Werbeagentur GmbH	Operative Zentrale und Holding für Beteiligungen. ¹
Werbeagentur Tochter GmbH & Co. KG	Tochtergesellschaft (GmbH ist Kommanditistin); operativer Arm für haptische Werbung. ⁶
Werbeagentur Special GmbH & Co. KG	(Ehemalige) Beteiligung für Spezialmarketing; Löschung/Liquidation im Jahr XXXX dokumentiert. ²¹

Aktionärsstruktur

Laut Handelsregistereintrag vom XX.XX.XXXX sind insgesamt **X Firmen** als Gesellschafter beteiligt.¹ Name wird als maßgeblicher wirtschaftlich Berechtigter geführt, wobei auch weitere Familienmitglieder wie Name in zentralen Positionen (Beirat, Geschäftsführung Tochtergesellschaften) eingebunden sind.¹⁰

8. FINANZIELLE STABILITÄT & WIRTSCHAFTLICHKEIT

Die Bilanzdaten der WERBEAGENTUR GMBH zum XX.XX.XXXX weisen ein stabiles, aber durch konzerninterne Verpflichtungen geprägtes Finanzbild auf.

Bilanzanalyse zum XX.XX.XXXX (Aktiva)

Position	Betrag (EUR)	Anteil am Gesamtvermögen
Anlagevermögen	X.XXX.XXXX	XX,X %
- Sachanlagen (BGA)	XXX.XXX	XX,X %
- Finanzanlagen (Anteile verb. Untern.)	XXX.XXX	XX,X %
Umlaufvermögen	X.XXX.XXX	XX,X %
- Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	X.XXX.XXX	XX,X %
- Unfertige Erzeugnisse/ Leistungen	XXX.XXX	XX,X %
- Forderungen gegen verbundene Unternehmen	XXX.XXX	X,X %
- Schecks, Kassenbestand, Guthaben	XXX.XXX	X,X %

Rechnungsabgrenzungsposten	XXX.XXX	X,X %
Bilanzsumme Gesamt	X.XXX.XXX	100,0 %

(Datenquelle: North Data / Bundesanzeiger ¹)

Bilanzanalyse zum XX.XX.XXXX (Passiva)

Position	Betrag (EUR)	Erläuterung
Eigenkapital	XXX.XXX	Entspricht einer Quote von XX,X %. ¹
- Gezeichnetes Kapital	XXX.XXX	Stammkapital der GmbH. ¹
- Kapitalrücklage	XXX.XXX	. ¹
- Differenz Bilanzgewinn/ Gewinnvortrag	-XXX.XXX	Negativer Vortrag deutet auf Verluste oder hohe Entnahmen hin. ¹
Rückstellungen	XXX.XXX	Für Steuern und sonstige Verpflichtungen. ¹
Verbindlichkeiten	X.XXX.XXX	Hoher Fremdkapitalanteil. ¹
- gegenüber Kreditinstituten	XXX.XXX	Bankverbindlichkeiten. ¹
- gegenüber verbundenen Unternehmen	X.XXX.XXX	Verbindlichkeiten innerhalb der Gruppe. ¹
- aus Lieferungen und Leistungen	XXX.XXX	Operative Verbindlichkeiten. ¹
Bilanzsumme Gesamt	X.XXX.XXX	. ¹

Wirtschaftliche Beurteilung

Die Eigenkapitalquote von XX,X % liegt im moderaten Bereich für Dienstleistungsunternehmen. Auffällig ist die hohe Verschuldung gegenüber verbundenen Unternehmen (ca. X,X Mio. EUR). Dies deutet darauf hin, dass die WERBEAGENTUR GMBH in hohem Maße von der Liquidität anderer Gruppenteile abhängig ist oder als Finanzierungshub innerhalb der Gruppe fungiert. Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen (X,XX Mio. EUR) übersteigen die operativen Verbindlichkeiten (XXXk EUR), was auf eine gesunde operative Auftragslage hindeutet.¹

9. SCHUFA-Bonitätsauskunft (Kurzauskunft)

Zur Einschätzung der Bonität von WERBEAGENTUR GMBH enthält dieser ProReport im Anhang

eine Original SCHUFA-Bonitätsauskunft (Kurzauskunft).

Bitte beachten Sie hierzu die SCHUFA Produktbedingungen: <https://companybase.io/schufa/>.

10. MANAGEMENT & KOMPETENZ

Die Führungsebene der WERBEAGENTUR GMBH zeichnet sich durch eine Mischung aus familiärer Kontinuität und externer Spitzenexpertise aus.

Geschäftsführung

1. **Vorname Nachname (Vorsitzender):** Seit der Gründung zentrale Figur. Er verfügt über mehr als XX Jahre Erfahrung in der Agenturführung und hat die Transformation zum B2B-Spezialisten maßgeblich gestaltet.⁴
2. **Vorname Nachname (Kreativ-Geschäftsführer):** Seit Januar XXXX in der Geschäftsführung. Name gilt als einer der herausragenden Kreativen Deutschlands. Seine Vita umfasst die Geschäftsführung bei Wettbewerber1 sowie Stationen bei Wettbewerber2 und Wettbewerber3. Er betreute Großkunden wie Konzern1, Konzern2, Konzern3.²²

Beirat

Der Beirat überwacht die Geschäftsführung und berät bei strategischen Entscheidungen:

- **Vorname Nachname (Vorsitzende):** Gründungsmitglied und seit XXXX Geschäftsführerin der Werbeagentur Tochter GmbH & Co. KG.¹⁰
- **Vorname Nachname:** Mitglied seit XXXX. Er bringt Managementenerfahrung aus der internationalen Industrie ein (u.a. Unternehmen1, Unternehmen2, Unternehmen3).¹⁰
- **Vorname Nachname:** Finanzexperte mit Hintergrund im Healthcare-Bereich (u.a. Unternehmen1, Unternehmen2) und Spezialisierung auf Restrukturierung.¹⁰

11. KULTUR & KOMMUNIKATION

Die interne Kommunikation und Kultur der Agentur sind geprägt durch den Versuch, traditionelle Agenturstrukturen in moderne "New Work"-Modelle zu überführen.

Werte und Leitbilder

Die offiziellen Unternehmenswerte sind **Kreativität, Team und Verantwortung**.⁵ Diese sollen sowohl im Umgang mit Kunden als auch in der Mitarbeiterführung als Richtschnur dienen. Die Agentur betont ein Umfeld, das Talente unabhängig vom Hintergrund fördert und interdisziplinäres Denken unterstützt.²³

Talententwicklung: Werbeagentur Academy

Um den Herausforderungen des Arbeitsmarktes zu begegnen, betreibt das Unternehmen die "Werbeagentur Academy". Hier werden Junioren systematisch auf die Anforderungen der B2B-

Kommunikation vorbereitet. Erfolgsmeldungen über bestandene Prüfungen und Übernahmen in Festanstellungen sind fester Bestandteil der Unternehmenskommunikation (z.B. XXXX).⁹

Externe Kommunikation und News-Strategie

Die WERBEAGENTUR GMBH pflegt ein aktives News-Archiv auf ihrer Website, das monatlich über Neugeschäfte, Personalien und gewonnene Awards berichtet.³ Verantwortliche Ansprechpartner für die Presse ist Vorname Nachname (PR).⁷

12. ZERTIFIZIERUNGEN & COMPLIANCE

Compliance- und Nachhaltigkeitsstandards sind für Werbeagentur als B2B-Dienstleister wettbewerbsentscheidend.

Qualitäts- und Umweltzertifikate

Die Agentur ist nach den Normen **ISO 9001** und **ISO 14001** zertifiziert.¹¹ Diese Zertifizierungen werden regelmäßig durch den Zertifizierer erneuert, zuletzt bestätigt für den Zeitraum bis XXXX/XXXX.⁹

Nachhaltigkeitsinitiativen

Werbeagentur engagiert sich in mehreren internationalen Initiativen zur Förderung verantwortungsvoller Geschäftspraktiken:

- **UN Global Compact:** Beitritt zum Netzwerk Deutschland zur Förderung der zehn Prinzipien für Nachhaltigkeit.¹¹
- **Initiative2:** Bewertung der Nachhaltigkeitsleistung.¹¹
- **Initiative3:** Überwachung sozialer Standards in der globalen Lieferkette.¹¹

13. RECHTSSTREITIGKEITEN & ÖFFENTLICHE KRITIK

Im Rahmen der Recherche konnten keine Hinweise auf aktuell laufende, reputationsschädigende Rechtsstreitigkeiten oder Gerichtsverfahren gegen die WERBEAGENTUR GMBH identifiziert werden.

Kritische Punkte

Die einzige signifikante Form der öffentlichen Kritik findet sich auf Arbeitgeberbewertungsportalen. Hier werden Themen wie Gehaltsgefüge und Managementstil kritisiert.² Ein Reddit-Thread deutet zudem darauf hin, dass das Unternehmen aktiv gegen negative Google-Bewertungen vorgeht, was zu einer Diskrepanz zwischen der Bewertung auf Google (über 4 Sterne) und auf Fachportalen wie Kununu (3,1 Sterne) führt.²

Im Handelsregister sind verschiedene Löschungen und Verschmelzungen dokumentiert, wie etwa

die Löschung der "Werbeagentur Special GmbH & Co. KG".²¹ Solche Vorgänge sind jedoch im Rahmen einer Konzernbereinigung oder Portfolio-Optimierung als üblich einzustufen und stellen per se keine negative Indikation dar.

14. KI-BASIERTE GESAMTEINSCHÄTZUNG

Die WERBEAGENTUR GMBH stellt sich als **finanziell belastbare und strategisch klug positionierte** Agenturgruppe dar. Die Fokussierung auf den B2B-Sektor und die Kombination aus klassischer Agenturleistung und Produktionsdienstleistungen verschafft dem Unternehmen eine Alleinstellung im regionalen Markt (Region) und eine hohe Relevanz für Industriekunden.

Synthese der Ergebnisse

1. **Wirtschaftliche Lage:** Die Gruppe ist eng verflochten. Während die AG selbst eine moderate Eigenkapitalquote aufweist, deutet der hohe Anteil an konzerninternen Verbindlichkeiten auf eine zentrale Finanzsteuerung hin. Das Risiko wird durch die Diversifikation der Kunden (Kunde1, Kunde2, Kunde3) abgefedert.
2. **Management:** Mit der Berufung von Vorname Nachname hat die Agentur ihre kreative Schlagkraft massiv erhöht. Dies ist ein klares Signal für den Angriff auf größere, internationale Etats.
3. **Herausforderungen:** Die größte interne Hürde bleibt die Transformation der Unternehmenskultur. Die Diskrepanz zwischen dem modernen Außenauftritt (New Work) und der internen Wahrnehmung (Kununu-Scores) könnte langfristig zu Problemen bei der Mitarbeitergewinnung führen, sollte der Changemanagement-Prozess nicht greifen.
4. **Zukunftsansichten:** Durch die Zertifizierungen (Beispielzertifizierungen) und die Einbindung in globale Netzwerke (Netzwerk) ist Werbeagentur optimal für die steigenden Anforderungen an das Lieferantenmanagement großer Konzerne gerüstet.

Fazit: Die WERBEAGENTUR GMBH ist ein etablierter, professionell geführter Partner für B2B-Kommunikation mit einer starken kreativen Führung und soliden operativen Prozessen. Ein Investment oder eine Zusammenarbeit ist aus analytischer Sicht als risikoarm mit hohem Qualitätspotenzial einzustufen, sofern die kulturellen Herausforderungen beobachtet werden.

Quellen

1. Quelle/Link
2. Quelle/Link
3. Quelle/Link
4. Quelle/Link
5. Quelle/Link
6. Quelle/Link
7. Quelle/Link
8. Quelle/Link
9. Quelle/Link
10. Quelle/Link
11. Quelle/Link
12. Quelle/Link
13. Quelle/Link
14. Quelle/Link
15. Quelle/Link
16. Quelle/Link
17. Quelle/Link
18. Quelle/Link
19. Quelle/Link
20. Quelle/Link
21. Quelle/Link
22. Quelle/Link
23. Quelle/Link
24. Quelle/Link
25. Quelle/Link
26. Quelle/Link
27. Quelle/Link

Anhang

SCHUFA-Bonitätsauskunft (Kurzauskunft)

Anfragedaten

Kennziffer:	600/02207	Auftragsnummer:	KURZ-PDF-TEST-20251201165329
Anfrage:	X3 - Bonitätsprüfung	Anfragedatum:	01.12.2025

Stammdaten und Identifikation
Winterwald AG
Geschäftsanschrift:

 Lorenzstraße 19
 76135 Karlsruhe

Sitz:

 Karlstraße 67-69
 76137 Karlsruhe

SCHUFA-ID:	976867
Status:	Im Register eingetragen.
Rechtsform:	Aktiengesellschaft
USt-ID:	DE596823159

Registernummer:	HRB 6116
Amtsgericht:	50670 Köln

Gründungs- / Eintragungsdatum:	1966
---------------------------------------	------

Kommunikationsdaten

Telefon:	0721 / 654689716	E-Mail:	zentrale@winterwald.de
Fax:	0721 / 582516937	URL:	www.winterwald.de

Bonitätsinformationen
Bonitätsindex:

Bonitätsindexklasse: 100-249

Zu diesem Unternehmen liegen keine Informationen über kritische Zahlungsstörungen vor. Das Risiko, dass Zahlungsschwierigkeiten auftreten werden, ist stark unterdurchschnittlich.

Ausfallquote: 0,28 %

Die Ausfallquote gibt die Wahrscheinlichkeit einer Zahlungsstörung innerhalb eines Zeitraums von 12 Monaten an.

Kreditlimitempfung: 110.000,00 EUR

Das Kreditlimit ist das Ergebnis eines Scorings und kann einen Wert von maximal 250.000,00 EUR annehmen. Es bietet dem Vertragspartner lediglich einen Orientierungswert bei der Kredit-/Limitvergabe. Die Empfehlung zeigt an, in welcher Höhe ein typischer Lieferantenkredit (nicht Bankkreditlimit, Warenkreditversicherungslimit o.ä.) gemäß unserer automatisierten Einschätzung standardmäßig zum angefragten Unternehmen empfohlen werden kann.

Diese Auskunft ist nur für den Empfänger bestimmt. Der Empfänger darf die übermittelten Daten nur für den Zweck nutzen oder verarbeiten, für den sie erteilt bzw. angefordert worden sind.