

# akzent

BERATUNGSVERBUND ABG-PARTNER – DAS MAGAZIN



## Management und Finanzen

Den Jahresabschluss durch Pre-Rating optimieren

4



## Arbeitgeber

Mitarbeitern zum Jahreswechsel eine Freude machen

7



## Marketing

Die eigenen Regeln der Industriekommunikation

8

## Inhaltsverzeichnis

- 3**  **Neues aus dem ABG-Verbund:**  
Sport-Sponsoring und Mittagessenzuschuss
- 4**  **Planung Strategie 2020:**  
Welchen Einfluss Pre-Rating auf den Jahresabschluss hat
- 6**  **Fragen zum Jahresabschluss:**  
Steuerexpertin Isabel Franzka erklärt Hintergründe
- 7**  **Steuertipps für Arbeitgeber:**  
Mitarbeitern zum Jahreswechsel eine Freude machen
- 8**  **Industriekommunikation:**  
Maßnahmen und Besonderheiten
- 10**  **Investoren aufgepasst!:**  
Unsere aktuellen M&A-Projekte

Sehr geehrte Damen und Herren,

wenn sich ein Jahr dem Ende neigt, wird es Zeit, Bilanz zu ziehen. Persönlich und natürlich auch im Unternehmen: Was wurde erreicht? Was soll nächstes Jahr in Angriff genommen werden? Welche Partner muss man sich dafür an Bord holen?

Ein nützliches Hilfsmittel hierbei und viel mehr als nur eine lästige Pflicht ist der Jahresabschluss. Er zeigt die Entwicklung des Unternehmens anhand klarer Zahlen, Daten und Fakten – erlaubt dadurch auch wichtige Schlüsse für die Zukunft. Gerade für Bankpartner ist der rechnerische Abschluss ein wichtiges Indiz, um die Kreditwürdigkeit eines Betriebes zu bewerten. Unsere Experten aus den Bereichen Steuer- und Unternehmensberatung informieren Sie in dieser Ausgabe der akzentu zu den Themen Jahresabschluss, Bankenrating und zu den Möglichkeiten des sogenannten Pre-Ratings. Damit können Sie nämlich die Bewertung durch die Bank schon einmal vorab simulieren.



Zum Jahresende möchten Sie sicherlich auch Ihrem Team mit einer Geste für das Geleistete danken – ohne wirtschaftliche und steuerliche Aspekte zu vernachlässigen. Deshalb haben unsere Steuerexperten einmal einige nützliche Optionen zusammengetragen.

Ein kleines Dankeschön sagt zwar mehr als tausend Worte, doch manchmal kommt es auch auf die richtige Sprache an. Gerade in der Kommunikation mit Kunden, Partnern und Mitarbeitern ist es entscheidend, den richtigen Ton zu treffen. Unsere Marketing-Fachleute zeigen, welche Besonderheiten in der Industriekommunikation zu beachten sind. Ein paar persönliche Einblicke in meine Pläne für die Zukunft möchte ich Ihnen zudem gern in einem Interview geben.

Haben Sie viel Freude beim Lesen dieser akzentu-Ausgabe. Das gesamte Team von ABG-Partner wünscht Ihnen eine friedliche Weihnachtszeit und einen guten Start in ein glückliches und erfolgreiches 2020.

Herzliche Grüße



Friedrich Geise

# News aus dem ABG-Beratungsverbund



Lecker und gesund ist der tägliche Mittagstisch, den die Kollegen am Standort Dresden genießen.  
© René Pesth

## ABG fördert gesundes Mittagessen

Das Mittagessen schmeckt den Kollegen am Standort in Dresden zukünftig noch besser – es wird nämlich seit kurzem von den Dresdner ABG-Gesellschaften der Steuerberatung, Consulting und Marketing bezuschusst. Die Unterstützung wird für eine Mahlzeit pro Arbeitstag gewährt – an insgesamt 15 Arbeitstagen im Monat. „Als klar war, dass die KONSUM DRESDEN eG direkt neben dem ABG-Gebäude eröffnen würde, wollten wir das täglich frische Angebot nutzen, um eine gesunde Lebensweise unserer Mitarbeiter zu unterstützen“, sagt Friedrich Geise, Gründer vom Beratungsverbund ABG-Partner. Das Angebot wird rege angenommen und der Aufenthalt außerhalb des Büros fördert zudem die Konzentration nach der Mittagspause.

## Umzug der ABG Steuerberatungsgesellschaft mbH in moderne Büroräume

Die Kollegen am Bayreuther Standort genießen ihren Arbeitstag in neuen Räumlichkeiten. „Unser neues Büro liegt zentral in der Innenstadt und ist für unsere Mandanten nun noch besser zu erreichen“, meint Christine Mösbauer mit einem Lächeln im Gesicht. „Wir haben zudem wesentlich mehr Platz sowie komfortablere Räume“, ergänzt sie.

Neue Adresse: ABG Steuerberatungsgesellschaft mbH  
Wölfelstraße 8 • 95444 Bayreuth



Erfolg, Fairness, Teampay – den Beratungsverbund ABG-Partner und das Bobteam Friedrich verbindet mehr als nur die Leidenschaft für den Bobsport.  
© Füssel

## Wir sponsorn das Bobteam Friedrich - Unterstützung mit Weltklasseniveau

Die ABG Marketing, ABG Consulting und ABG Steuerberatung haben sich zusammengetan, um das Bobteam Friedrich – mehrfacher Weltcupssieger, Weltmeister und doppelter Olympiasieger – mit einem Sponsoring zu weiteren Erfolgen anzuspornen. Auch in dieser Saison stehen wieder viele Termine an – nicht zuletzt die Weltmeisterschaft im heimischen Altenberg. Auf eine neue, gemeinsame und ebenso erfolgreiche Saison 2019/20!



ABG Bayreuth und die Bayreuth Tigers – Spitze im Sport und in der Beratung  
© Eishockeyclub Bayreuth „die Tigers“ e.V. Sportverein

## Sponsoring der Bayreuth Tigers – Engagement für einen Top-Verein

Auch der Standort in Bayreuth unterstützt einen regionalen Sportverein: die Bayreuth Tigers. Das Team spielt in der zweithöchsten Liga im deutschen Eishockey und sorgt immer wieder für spannende Partien. Seit der Saison 2019/20 unterstützt die ABG Steuerberatung die Bayreuth Tigers mit Sitzkissen im VIP-Bereich, damit die Fans die Spiele wohligh, weich und bequem live mitverfolgen können.



# Rating, Pre-Rating und was das alles mit dem Jahresabschluss zu tun hat

Banken bewerten bei Kreditentscheidungen die Bonität von Unternehmen. Eine zentrale Informationsquelle für solche Ratings ist der Jahresabschluss. Über ein sogenanntes Pre-Rating lässt sich die Bewertung vorab durch das Unternehmen simulieren und der Jahresabschluss entsprechend optimieren.

Gegen Jahresende ist die Anspannung in Unternehmen meist mit Händen zu greifen: Da sollen oft möglichst viele Projekte über die Bühne gehen, um dem Jahresabschluss noch einmal einen Auftrieb zu verleihen. Oder es wird überlegt, wie die Steuerlast geringgehalten und der Abschluss entsprechend optimiert werden kann. Unternehmer, die in nächster Zeit Investitionen planen und an die weitere Entwicklung ihres Betriebes denken, stehen hier oft zwischen den Stühlen. Denn natürlich wollen sie den Gewinn drücken, um die Steuerlast möglichst geringzuhalten. Aber: Wer Investitionskredite zu guten Konditionen bekommen möchte, muss einen möglichst hohen Gewinn sowie eine angemessene Eigenkapitalanteilquote ausweisen. Denn dies sind zentrale Faktoren bei der Risikobewertung durch die Bank, dem sogenannten Rating.

## Was genau ist ein Kreditrating?

Über Ratings ermitteln Banken die Kreditwürdigkeit – auch Bonität genannt – von Unternehmen. Dadurch können die Häuser besser einschätzen, wie hoch das Risiko ist, dass ein Kreditnehmer später ausfällt. Bewertet wird die Bonität des Betriebes anhand einer Benotung. Je besser die Note, desto geringer die Ausfallwahrscheinlichkeit. Das Rating ist daher entscheidend dafür,

- ob überhaupt ein Kredit vergeben wird,
- was die Konditionen und die Höhe des Kredites sind,
- welche Sicherheiten gefordert werden,
- wie hoch die Gebühren ausfallen,
- ob das Unternehmen an die Sanierungsabteilung verwiesen wird,
- welche Informationen der Betrieb offenlegen muss.

Die Bonität spielte für Banken schon immer eine Rolle, doch spätestens seit der Finanzkrise und der strengeren Gesetzgebung ist dieses Kriterium noch stärker in den Fokus gerückt. Die Häuser müssen nun bei der Kreditvergabe an Risikokunden mehr Eigenkapital hinterlegen. Deshalb wird bankenseitig immer stärker auf eine gute Bonität geachtet. In das Kreditrating der Geldinstitute fließen verschiedene quantitative und qualitative Faktoren ein, die Aufschluss über die Zahlungsfähigkeit des Unternehmens geben sollen.

## Einflussfaktoren auf das Rating

### Wichtige quantitative Faktoren:

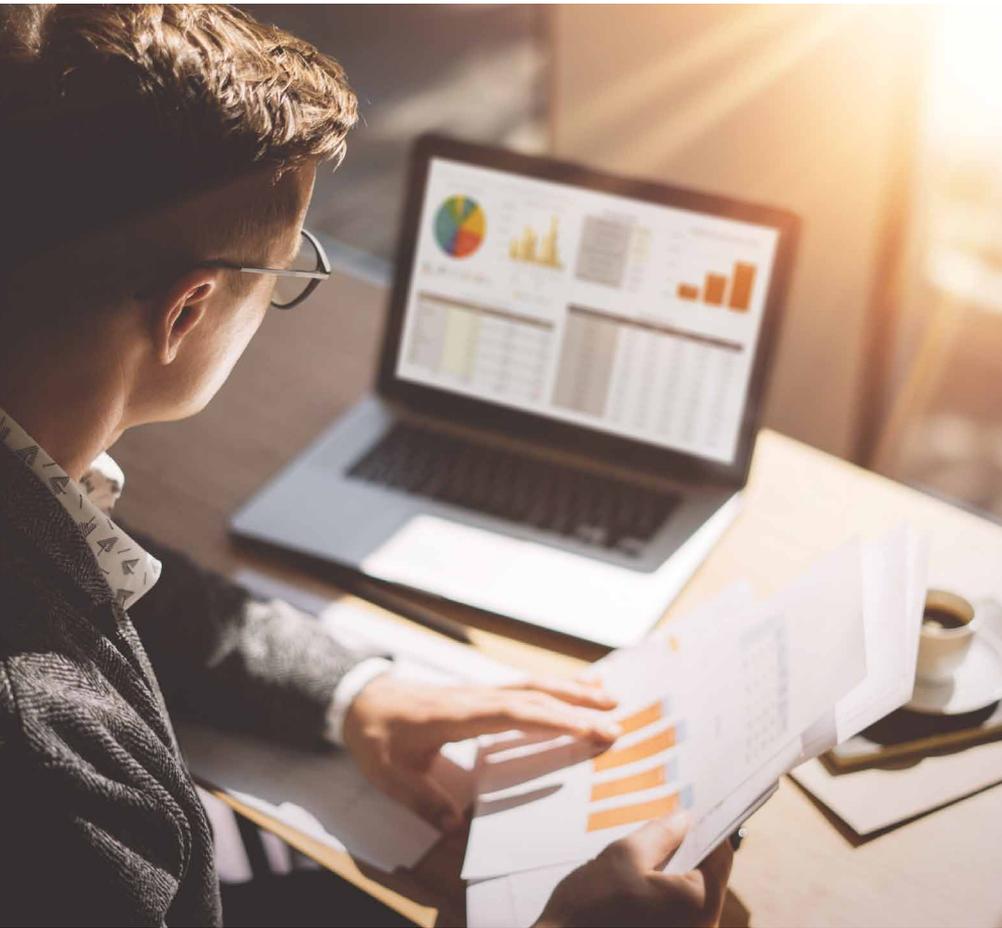
- *Eigenkapitalquote*
- *Umsatzrentabilität*
- *Kreditlaufzeiten*

### Zentrale qualitative Faktoren:

- *Qualität von Management und Controlling*
- *Markt- und Branchensituation*
- *Transparenz, Bankenbeziehungen, Finanzkommunikation*

## Und wie kommt nun der Jahresabschluss ins Spiel?

Banken beziehen nahezu all ihr Wissen zu den quantitativen Unternehmensfaktoren aus der Analyse des jeweiligen Jahresabschlusses. Also zu Faktoren wie: Rentabilität, Produktivität, Zahlungsverhalten sowie Vermögens- und Kapitalstruktur des Betriebes. Die Daten des betrachteten Unternehmens werden mit Branchenkennzahlen verglichen und um Informationen von Verbänden oder anderen Banken ergänzt. Im Ergebnis



erhält das Kreditinstitut die voraussichtliche Kapitaldienstfähigkeit des betrachteten Unternehmens – also, wie sicher es den anvisierten Kredit auch zurückzahlen kann.

### Pre-Rating zeigt Verbesserungspotenzial

Für mittelständische Unternehmen ist das Rating durch die Banken eine große Herausforderung. Immer bleibt die bange Frage: Wird meine Bonität gut genug sein, um Kredit für dringend benötigte Investitionen zu bekommen? Doch Unternehmer müssen nicht blind darauf vertrauen, dass ihr Jahresabschluss die Analysten der Bank schon irgendwie überzeugen wird. „Mit unserem sogenannten Pre-Rating kann der Rating-Prozess und die Notenvergabe durch das Kredithaus vorab simuliert werden. Dazu werden die Jahresabschlussunterlagen analysiert, die entscheidenden Kennzahlen herausgelöst und eine Bewertung analog zu jener der Bank durchgeführt“, sagt Ronny Baar, Geschäftsführer von ABG Consulting-Partner. Das Pre-Rating zeige, zu welchen Kreditaussichten das bisherige unternehmerische Handeln führe. Mit dem Prognosetool könnten nun verschiedene Szenarien durchgespielt und der Jahresabschluss entsprechend optimiert werden.

### Wie können Mittelständler den Jahresabschluss anpassen?

Ein zentraler Punkt für das Kredit-Rating der Bank ist das Eigenkapital eines Betriebes. Je höher es ist, desto besser für die Bonität. In Sachen Jahresabschluss bedeutet dies: Je mehr Gewinn verbucht wird, desto höher auch das Eigenkapital, desto günstiger für die Bonität und letztlich auch für die Kreditentscheidung. Damit stehen Unternehmer jedoch vor dem eingangs erwähnten Dilemma: Mehr Gewinn bedeutet in der Regel auch höhere Steuern. Die möchten wirtschaftlich denkende Unternehmer natürlich gern vermeiden. Deswegen wird hier üblicherweise auf minimale Steuerlast hin optimiert, beispielsweise durch:

- Inanspruchnahme von Sonderabschreibungen
- Vermeidung von Kostenaktivierung
- geringstmögliche Bewertung von Inventur-Beständen
- Bildung steuerfreier Rücklagen
- höchstmöglicher Ausweis von Rückstellungen

Doch Steuerersparnis ist eben nur die eine Seite der Medaille, wie Baar weiß: „Plant ein Betrieb größere Investitionen, ist er die nächsten Jahre meist auf die Hilfe von

Kreditgebern angewiesen. Hier kann ein allzu steueroptimierter Jahresabschluss ein Hindernis darstellen, da dieser weniger Gewinn und damit ein geringeres Eigenkapital aufweist. Das kann unter Umständen die Bonität verschlechtern und die Kreditvergabe erschweren.“ Betriebe, die größere Anschaffungen planen, könnten jedoch auch ihr Eigenkapital stärken und den Jahresabschluss so auf Gewinn und Liquidität hin optimieren. Unter anderem durch:

- Geld- oder Sacheinlagen wie beispielsweise Immobilien
- Verzicht auf Gesellschafterdarlehen
- Erhöhung des Stammkapitals durch Einzahlungen
- Abbau von Verbindlichkeiten
- Verkauf von Lagerbeständen
- Forderungsverkauf beispielsweise durch Factoring

### Ziele und Grenzen von Pre-Rating und Optimierungen

„Durch das simulierte Bank-Rating sollen strategische Schwachstellen aufgedeckt und bessere Kennzahlen für das Rating ermöglicht werden. Letztlich dient dies dazu, das Unternehmen zu stärken und es auch künftig handlungsfähig zu machen“, sagt Geschäftsführer Baar. Bei der Optimierung und den Gestaltungsspielräumen gibt es natürlich auch Grenzen, die zu beachten sind. Dazu zählen:

- Steuer- und handelsrechtlicher Rahmen
- Aufwand-Nutzen-Verhältnis
- Zeitraum bis zum Wirken der Maßnahmen
- Schwer kalkulierbare Wechselwirkungen einzelner Optimierungen
- Zukunft nie völlig durch Prognosen vorhersagbar

### IHR ANSPRECHPARTNER



**Ronny Baar**  
Geschäftsführer

ABG Consulting-Partner  
GmbH & Co. KG  
Telefon +49 351 437 55-46  
baar@abg-partner.de

## Grundlegendes zum Jahresabschluss – Fragen an Steuerexpertin Isabel Franzka

### **Was sagt der Jahresabschluss aus?**

Er zeigt, wie das Unternehmen in den letzten 12 Monaten gewirtschaftet hat. Dazu enthält der rechnerische Abschluss die Bilanz des letzten Geschäftsjahres – also das Vermögen, das Kapital und die Schulden des Betriebes auf einen Stichtag bezogen – und eine Gewinn- und Verlustrechnung. Bei Kapitalgesellschaften ist zudem in der Regel ein Anhang Pflicht, der bestimmte Positionen sowie die angewandten Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden näher erläutert.

### **Wozu dient der Jahresabschluss?**

Er dient der Dokumentation, der Information und der Bemessung von Steuern sowie Ausschüttungen an Gesellschafter. Unternehmer erfüllen damit die Pflichten des Handelsgesetzbuches und des Steuerrechts. Außerdem bietet er ein umfassendes Bild, wie sich der Betrieb entwickelt hat. So können Schlüsse für die Zukunft gezogen werden.

### **Wer muss den Jahresabschluss machen?**

Grundsätzlich alle, die nach Handelsgesetzbuch als Kaufleute gelten.

### **Wem nutzt der Jahresabschluss?**

Unternehmern, Gesellschaftern, Geschäftsführern, Mitarbeitern, Steuerbehörden, Banken, Investoren, Gläubigern, Schuldnern, Kunden, Lieferanten, Wirtschaftsauskünften – letztlich allen, die Interesse an der Entwicklung des Unternehmens haben.

### **Was sind typische Fehler beim Erstellen des Jahresabschlusses?**

Ihn gar nicht erst zu machen! Manche Unternehmer sind tatsächlich überzeugt, sie müssten das nicht. Oft ist auch unklar, was in der Bilanz angesetzt werden darf und was nicht. Beispielsweise dürfen Vertriebskosten für noch laufende Projekte in der Bilanz nicht aufgeführt (man spricht auch von „aktiviert“) werden. Manchmal werden zudem eigentlich private Aufwendungen auf das Unternehmen gebucht. Auch die Begriffe Anschaffungs- und Herstellungskosten sind nicht immer ganz klar: Bei einem Fahrzeugkauf müssen beispielsweise Zulassung, Umbau oder Transport als Anschaffungsnebenkosten aufgeführt werden.

### **Was ist beim Jahresabschluss zu beachten?**

Die Fristen einhalten: In der Regel müssen Mittelständler den Jahresabschluss sechs Monate nach Abschluss des Geschäftsjahres vorlegen. Spätestens zur Offenlegung – wenn das Unternehmen dazu verpflichtet ist – oder zur Abgabe der Steuererklärung, 14 Monate nach Ende des Geschäftsjahrs – sofern steuerlich beraten –, sollte er vorliegen. Sonst drohen Bußgelder und andere Sanktionen. Außerdem müssen wichtige Daten und Dokumente zur Hand sein: Saldenbestätigungen, Stichtagsauszüge aller Firmenkonten, Verträge, Aufzeichnungen besonderer Vorkommnisse, Verfahrensdokumentation, Buchführungsbelege, alle Dokumente zu Kassen- und Warenwirtschaftssystemen.



### **Lohnt es sich für Unternehmer, den Jahresabschluss selbst anzufertigen?**

Das hängt von der Komplexität des Unternehmens ab und vom buchhalterischen Know-how. Auf jeden Fall sollten sich Unternehmer genügend Zeit lassen: Die Ausarbeitung nimmt bei einfacheren Fällen zwischen drei Tagen und drei Wochen in Anspruch. Bei komplizierten Betriebsstrukturen kann es bis zu drei Monaten dauern – Vollzeit. Heutige Computerprogramme erleichtern die Arbeit hierbei etwas. Die anschließende Analyse des Jahresabschlusses dauert dann noch einmal genauso lang. Trauen sich Unternehmer das nicht zu oder haben einfach keine Zeit, kann externe Unterstützung durch Fachleute wie Steuer- oder Unternehmensberater eine vernünftige Lösung sein.

#### IHRE ANSPRECHPARTNERIN



**Isabel Franzka**  
Prokuristin und Steuerberaterin

ABG Allgemeine Beratungs- und Treuhandgesellschaft mbH  
Steuerberatungsgesellschaft  
Telefon +49 351 437 55-49  
franzka@abg-partner.de

# Wie Arbeitgeber ihren Mitarbeitern etwas Gutes tun – und sich selbst

Jahresende: Zeit der Betriebsfeiern und kleinen Gesten an die Belegschaft. Doch Unternehmer wollen nicht nur Mitarbeitern danken, sie denken auch wirtschaftlich: Wie schlagen meine gewährten Leistungen bei Steuer- und Sozialversicherung zu Buche? Hier eine Auswahl möglicher „Geschenke“, ihre Vorteile und was es zu beachten gilt.

## Sachzuwendungen

Als kleine Präsente zu Weihnachten sind Sachzuwendungen wie Rabatt- oder Tankgutscheine, Eintrittskarten oder Ähnliches beliebt. Sie sind als Betriebsausgaben ansetzbar und bis zu einer bestimmten Obergrenze steuer- und sozialversicherungsfrei.

### Was ist zu beachten?

Die monatliche Freigrenze von derzeit 44 Euro pro Arbeitnehmer darf nicht überschritten werden. Liegt das Geschenk auch nur einen Cent darüber, wird sofort die volle Steuer und Sozialversicherung fällig. Achtung: Auch andere Leistungen fallen unter diese Freigrenze. Hier also genau schauen: Welche Zuwendungen haben Arbeitnehmer im Dezember schon erhalten?



## Weihnachtsgeld

Das ist ein meist freiwilliges finanzielles Dankeschön des Arbeitgebers an das Team, zusätzlich zum geschuldeten Lohn.

### Was ist zu beachten?

Weihnachtsgeld ist voll steuer- und sozialversicherungspflichtig. Wenn es vertraglich, tariflich oder gesetzlich festgesetzt ist, dann kann Weihnachtsgeld auch verpflichtend sein. Ebenso, wenn es drei Mal hintereinander freiwillig gezahlt wurde – es zählt dann als „betriebliche Übung“. Zudem gilt beim Weihnachtsgeld der Gleichbehandlungsgrundsatz: Wird es im Unternehmen gezahlt, dann an alle Beschäftigten. Ausnahmen sind bei stichhaltiger Begründung jedoch möglich.

### Kleiner Tipp:

Ist die Finanzspritze zum Jahresende nur einmalig geplant oder unklar, ob sie fortgeführt wird? Dann hilft ein schriftlicher Hinweis, dass es eine freiwillige Zahlung ist, über die jedes Jahr neu entschieden wird, die „betriebliche Übung“ zu verhindern.

## Weihnachtsfeier

Auch bei der festlichen Betriebsfeier können Steuervorteile genutzt werden: Es steht für zwei betriebliche Feiern im Jahr jeweils ein Freibetrag bei Steuer und Sozialversicherung von zurzeit insgesamt 110 Euro pro Arbeitnehmer zur Verfügung. Darunter fallen auch Geschenke, die während der Feier überreicht werden.

### Was ist zu beachten?

Die Feier muss tatsächlich den Charakter einer Betriebsveranstaltung tragen. Es sollte sich also um ein geselliges Beisammensein handeln, begleitet beispielsweise von Musik und Bewirtung. Sollte der Freibetrag ausgeschöpft sein oder die Weihnachtsfeier dieses Jahr bereits die dritte Feierlichkeit im Unternehmen darstellen, können die Kosten mit 25 Prozent pauschal versteuert werden und wären gleichzeitig sozialversicherungsfrei.

## Erholungsbeihilfe

Ein beliebtes Dankeschön für Geleistetes sind auch im Zusammenhang mit Urlaub gewährte Vergütungen. Gibt es im Unternehmen beispielsweise Betriebsferien über Weihnachten und Neujahr, könnte den Arbeitnehmern auch Erholungsbeihilfe gezahlt werden.

### Was ist zu beachten?

Die Beihilfe ist einmal jährlich maximal drei Monate vor oder nach einem Urlaub der jeweiligen Arbeitnehmer möglich. Bis zu einer Grenze von derzeit 156 Euro für den Arbeitnehmer, 104 Euro für dessen Ehepartner und 52 Euro je Kind gilt hier eine Pauschalbesteuerung von 25 Prozent und Sozialversicherungsfreiheit. Werden diese Beträge überschritten, gelten die volle Besteuerung und Sozialabgabepflicht.

## IHRE ANSPRECHPARTNER



Bayreuth

**Christine Mösbauer**

Geschäftsführerin und Steuerberaterin

ABG Steuerberatungsgesellschaft mbH

Telefon +49 921 788 988-10

moesbauer@abg-partner.de



München

**Bettina Wanner**

Prokuristin und Steuerberaterin

ABG Allgemeine Beratungs-

und Treuhandgesellschaft mbH

Steuerberatungsgesellschaft

Telefon +49 89 139 977-54

wanner@abg-partner.de



# Sprechen Sie „Industrie“?

Eine Studie des „bundesverband industrie kommunikation“ (bvik) unter 317 Teilnehmern aus dem Industrie- und Dienstleistungsbereich zeigt: Für Industrieunternehmen wird die Trennung zwischen B2B- und B2C-Marketing immer wichtiger. Allerdings sehen immer noch 26 Prozent der Befragten keinen Sinn in einer zielgruppenspezifischen Ansprache. Ein Fehler! Die Kommunikationswege und -mittel ähneln sich zwar teilweise. Aber: Die Erwartungen, die Geschäftspartner und -kunden an Inhalte stellen, unterscheiden sich maßgeblich von denen der Endkonsumenten.

Zwischen Industrieunternehmen und ihren Kunden – oftmals andere Firmen aus dem industriellen Sektor – werden häufig langfristige Verträge geschlossen. Deshalb zielt die Kommunikation in diesem Bereich stark auf Themen wie Vertrauen, Expertise und Verlässlichkeit ab.

## Große Maßnahmen-Palette

Zu den gängigsten Publikationsformen der Industriekommunikation zählen:

Fallstudie, Whitepaper, Pressemeldung, Fachbeitrag oder Advertorial, Newsletter, Broschüre und Flyer. Außerdem sind die Firmenwebsite sowie ausgewählte Social-Media-Plattformen oft wichtige Kommunikationskanäle. Im Kern der Industriekommunikation geht es immer darum, dass erklärungsbedürftige Produkte oder komplexe Sachverhalte verständlich und korrekt erklärt werden. Die zielgruppengerechte Aufbereitung der Inhalte, beispielsweise für Ingenieure, Entwickler, Produktionsleiter oder die Geschäftsführung, ist dabei oberste Prämisse.

Auch die Messe ist im Industriegüterbereich immer noch eines der wichtigsten Marketinginstrumente – selbst wenn sie in ihrem einstigen Ruhm als Top-Kommunikationsplattform eingebüßt hat. Insbesondere internationale Leitmesen der jeweiligen Branche sind ein Fachpublikumsmagnet. Nirgendwo sonst lassen sich einer großen Zielgruppe komplexe Produkte und Dienstleistungen so eindringlich face-to-face näherbringen. Zudem können Unternehmer auf einer Messe optimal netzwerken und den Kontakt mit Bestandskunden pflegen. Wichtig für einen gelungenen Messeauftritt sind jedoch klare Ziele und Botschaften. Starten Sie frühzeitig damit, Ihre Messepräsenz anzukündigen und begleiten Sie diese im besten Fall sogar





kommunikativ vor Ort: zum Beispiel mit kurzen Videos oder Interviews auf Social-Media-Kanälen.

Auch die klassische PowerPoint-Präsentation ist als vertriebsunterstützendes Tool derzeit noch nicht aus dem Kommunikationsmix wegzudenken. Hier gilt: Weniger ist mehr! Denn potenzielle Kunden sollen die oftmals komplexen Produkte und Dienstleistungen schnell und grundlegend verstehen. Die Folien begleiten dabei anschaulich das persönliche Gespräch

mit dem potenziellen Geschäftspartner – ohne diesen mit Informationen zu überfrachten.

### Branchenexperten als Influencer

Zum Schluss wollen wir uns noch dem Phänomen der Influencer widmen. Im B2C-Marketing sind sie kaum noch wegzudenken. Für viele Industrieunternehmen sind Influencer allerdings noch Neuland. Dabei kann auch das produzierende Gewerbe Markenbotschafter gewinnbringend in seine B2B-Kommunikation einbinden. Denn auch Geschäftspartner sind Menschen mit Emotionen. Und wie die meisten Menschen lassen sie sich gern von namhaften Persönlichkeiten überzeugen. Allerdings kann der Einsatz von Influencern nicht 1:1 aus dem Konsumentenmarketing übernommen werden. Industriegüter müssen rationaler „beworben“ werden. Hier kommen in erster Linie Branchenkenner und Experten zum Zug, die sich mit den neuesten Trends einer Branche auskennen. Kennen Sie zum Beispiel Prof. Dr. Ferdinand Dudenhöffer? Der Direktor des Center Automotive Research (CAR) an der Universität Duisburg-Essen ist ein anerkannter und vielzitatierter Experte in der Automobilbranche. Er wäre damit der perfekte Gastreferent auf dem Fachevent eines Automobilherstellers oder idealer Gastautor im Unternehmensblog eines Autozulieferers. Während also im B2C-Bereich eher der angesagte Promi als Influencer agiert, ist es in der B2B-Kommunikation der Branchenspezialist, der Kunde, der Business-Partner oder der Journalist eines Expertenblogs.

### Nachholbedarf bei interner Kommunikation

Vergessen Sie nicht die interne Kommunikation mit den Mitarbeitern: Auch diese

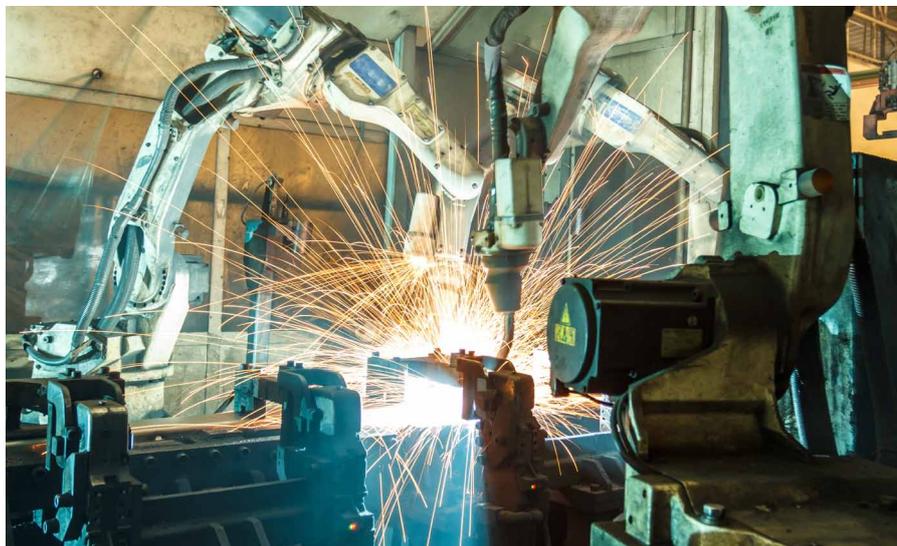
muss zielsicher und verständlich sein, damit sich die Kollegen stets angesprochen, eingebunden und somit abgeholt fühlen. Erfahrungsgemäß verwendet der Führungskreis und das oberste Management in einem Unternehmen eine andere Sprache als beispielsweise der Fertigungsmitarbeiter. Mitarbeitermagazine und sämtliche Informationen, die das gesamte Personal betreffen, sollten stets so formuliert sein, dass jeder sie versteht. Hier herrscht in vielen mittelständischen Unternehmen großer Nachholbedarf. Wie Sie sehen, gibt es viele Möglichkeiten der zielgerichteten Ansprache. Aber so vielseitig die einzelnen Unternehmen sind, so individuell sollte auch der passende Kommunikationsmix sein. Sie möchten Ihren Außenauftritt oder Ihre interne Kommunikation verbessern? Dann fragen Sie uns!

Wir sind Mitglied im „bundesverband industrie kommunikation“ (bvik). Dadurch sind wir in diesem speziellen Bereich fortlaufend auf dem neuesten Stand und können Sie stets kompetent beraten.



**Beauftragen Sie jetzt den kostenlosen Quick-Check: Finden Sie heraus, wie es um Ihre interne und externe Kommunikation steht!**

- *Kurzanalyse Ihrer Online-Kanäle (Social Media, Website, Blog, Google, ...)*
- *Kurzanalyse Ihrer Offline-Kanäle (Informationsmaterial, Pressearbeit, Events/ Messen, Präsentation, ...)*



### IHRE ANSPRECHPARTNERIN



**Ina Jahn**  
PR-Consultant

ABG Marketing GmbH  
Telefon +49 351 437 55-35  
jahn@abg-partner.de



# Investoren aufgepasst!

Wenn sich Unternehmer für den Verkauf ihrer Firma entscheiden, können verschiedene Anlässe zugrunde liegen, beispielsweise die Suche nach einer Nachfolgelösung, wirtschaftliche Gründe oder andere Ausnahmesituationen. Wir sind Spezialist im Bereich Mergers & Acquisitions (M&A) und begleiten Unternehmen bei der Suche nach Investoren.

Wenn Sie interessiert daran sind, in mittelständische Unternehmen zu investieren oder gar eines zu übernehmen, dann prüfen Sie doch mal unsere aktuellen M&A-Fälle im Distressed-Bereich.

## Montessori-Grundschule

- Standort: ▪ Sachsen
- Geschäftsgegenstand: ▪ Schulische und außerschulische Förderung, Unterrichtung, Erziehung und Betreuung von Kindern sowie Jugendlichen
- Schulgröße: ▪ 16 Pädagogen, 101 Schüler
- Investment Highlights: ▪ Anerkanntes pädagogisches Konzept
- Vertrauensvolle und langjährige Beziehungen zu Eltern und Kindern



- Kindgerecht gestaltete Lernumgebung: großes, modernes Gebäude mit großzügigem Außengelände, mehreren Klassenräumen, hochwertigem Mobiliar und Lernmaterial-Ausstattung

## Pflegedienst

- Standort: ▪ Sachsen
- Geschäftsgegenstand: ▪ Tagespflege sowie ambulante Pflegeleistungen
- Unternehmensgröße: ▪ 5 Mitarbeiter
- Investment Highlights: ▪ Etabliertes Unternehmen und guter Ruf am Markt
- 15-jährige Unternehmenshistorie
  - Wachstumsmöglichkeiten vorhanden



## Bäckerei

- Standort: ▪ Sachsen
- Geschäftsgegenstand: ▪ Produktion und Verkauf sowie Belieferung von Großkunden mit Brot und Brötchen, Kuchen und Konditoreierzeugnisse, Stollen und Torten
- Unternehmensgröße: ▪ 35 Filialen im mitteldeutschen Raum, ca. 180 Mitarbeiter
- Investment Highlights: ▪ Langjährige Unternehmenshistorie
- Hoher Bekanntheitsgrad im Osten Deutschlands
  - Produktion & Filialvertrieb traditionsstarker Produkte
  - Vertrieb an Direktkunden und Händler
  - Qualifizierter Personalstamm mit langjähriger Erfahrung
  - Eigene Transportlogistik
  - Attraktives Frischekonzept für die Filialen (frontbaking)
  - Eigene Immobilie inkl. kapazitätsstarker Produktionsstätte
  - Erweiterungsmöglichkeiten vorhanden
  - IFS-Zertifizierung
  - Moderne Kühlkapazitäten



## Holzindustrie

- Standort: ▪ Sachsen
- Geschäftsgegenstand: ▪ Serienmäßige, industrielle Herstellung und Vertrieb von Holzwaren jeglicher Art
- Spezialisierung auf Komponenten für die Polstermöbel-Industrie
- Unternehmensgröße: ▪ ca. 30 Mitarbeiter
- Investment Highlights: ▪ Langjährige Unternehmenshistorie
- Vertrauensvolle und langjährige Geschäftsbeziehungen
  - Erweiterungsmöglichkeiten vorhanden
  - Neuausrichtung der wirtschaftlichen und gesellschaftsrechtlichen Strukturen möglich



Sie möchten nähere Informationen zu einem M&A-Projekt? Oder sind Sie selbst auf der Suche nach einem Investor für Ihr Unternehmen? Wir begleiten Sie dabei gern!

## Fleisch- und Wurstwaren

- Standort: ▪ Sachsen
- Geschäftsgegenstand: ▪ Produktion von hochwertigen Fleisch- und Wurstwaren für verschiedene Supermärkte, Discounter sowie Einzelhandelsgeschäfte
- Unternehmensgröße: ▪ ca. 70 Mitarbeiter
- Investment Highlights: ▪ Etabliertes Unternehmen und guter Ruf am Markt
- Eingeführte Marken aus dem Wurst- und Fleischbereich
  - langjährige Unternehmenshistorie
  - Gut gemischte Kundenstruktur aus Lebensmitteleinzelhändlern, dem Großhandel und Industriepartnern, eigener Werksverkauf und Online-Shop
  - Moderner Maschinenpark
  - Stetige Investitionen getätigt
  - Vielfältige Wachstumsmöglichkeiten vorhanden



## Hersteller von Präsentationssystemen

- Standort: ▪ Bayern (Oberfranken)
- Geschäftsgegenstand: ▪ Entwickeln, Gestalten und Produzieren kreativer Präsentationsobjekte und -formen für international renommierte Marken der Textil- und Möbelbranche sowie für Maßkonfektionäre
- Unternehmensgröße: ▪ ca. 30 Mitarbeiter
- Investment Highlights: ▪ Sehr hohe Qualität der Produkte
- Langjährige Unternehmenshistorie
  - Vertrauensvolle und langjährige Geschäftsbeziehungen (Kunden, Lieferanten)
  - Produktion von individuellen Kleinauflagen möglich, aber auch große Auflagen
  - Zusätzliche Möglichkeit der Übernahme der 100-prozentigen Tochterfirma in Tschechien
  - Grundstücke und Immobilien beider Unternehmen können auf Wunsch mit übernommen werden
  - Umfangreiche Möglichkeiten für den Aufbau zusätzlicher Geschäftsbereiche



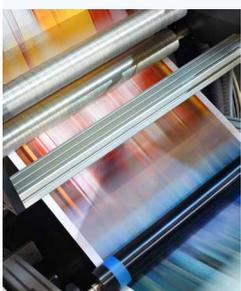
## Papier- und Pappfabrik

- Standort: ▪ Sachsen
- Geschäftsgegenstand: ▪ Herstellung von Bodenpappen, Rohfilz-pappe, Wollfilz-pappe, Unterlagenpappe
- Unternehmensgröße: ▪ ca. 30 Mitarbeiter
- Investment Highlights: ▪ Flexibilität in der Produktion / schneller Sortenwechsel möglich
- Besondere Maschinen für Spezialgrößen
  - Ökologische und nachhaltige Produkte mit hervorragender Qualität
  - Einziger Anbieter in Deutschland mit Herstellung von Rohfilz-pappe ab 200 Gramm pro Quadratmeter bis max. 950 Gramm
  - Überschaubare Wettbewerbssituation (2 Mitbewerber Europaweit)



## Rollenoffsetdruckerei

- Standort: ▪ Sachsen
- Geschäftsgegenstand: ▪ Druckvorstufe, Druck und Weiterverarbeitung sowie Logistik
- Unternehmensgröße: ▪ ca. 80 Mitarbeiter
- Investment Highlights: ▪ Als eine der wenigen Rollenoffsetdruckereien Europas druckt das Unternehmen nicht nur mit 5 Druckwerken, sondern mit einem vollwertigen 6. Druckwerk
- Green Publishing: nachhaltige Produktion von Druckerzeugnissen durch emissionsarmen und ressourcenschonenden Druck
  - Langjährige Unternehmenshistorie, namhafte Kunden
  - Motivierte und leistungsfähige zweite Managementebene
  - Erweiterungsmöglichkeiten vorhanden



## IHR ANSPRECHPARTNER



**Simon Leopold**  
Geschäftsführer

ABG Consulting-Partner  
GmbH & Co. KG  
Telefon +49 351 437 55-48  
leopold@abg-partner.de

## Beratungsverbund ABG-Partner

Steuerberater  
Rechtsanwälte  
Unternehmensberater  
Kommunikationsberater  
Wirtschaftsprüfer

[www.abg-partner.de](http://www.abg-partner.de)

### Gemeinsam erfolgreich: Beratungsverbund ABG-Partner

ABG-Partner ist ein Beratungsverbund mit wirtschaftlich selbstständigen Gesellschaften der Steuerberatung, Unternehmensberatung, im Bereich Recht, Kommunikation und Wirtschaftsprüfung. ABG-Partner betreut den klassischen Mittelstand – der Fokus liegt auf einem fachübergreifenden Beratungsansatz und der Bündelung von Kompetenzen. Wir sind Ihr Partner in allen Unternehmensphasen – von der Existenzgründung, in Wachstumsprozessen, bei Nachfolgen und in Sanierungen. Wir verbinden die verschiedenen Kompetenzen für den größtmöglichen Erfolg Ihres Unternehmens. So haben Sie selbst bei komplexen Prozessen feste Ansprechpartner – und das alles aus einer Hand. Das Team von ABG-Partner umfasst rund 120 Mitarbeiter, mit denen wir aktuell circa 2.000 Mandanten betreuen. Neben der fachlichen Kompetenz legen wir Wert auf eine partnerschaftliche, individuelle Beratung und unterstützen Sie bei allen unternehmerischen Fragen und Herausforderungen.

#### Mehrwert:

- *Ganzheitliche Beratung: steuerlich, betriebs- und finanzwirtschaftlich, kommunikations- und vertriebsseitig, rechtlich*
- *Schnelle, direkte Kommunikation innerhalb der Fachbereiche*
- *Leistungen variabel zusammenstellbar*
- *Feste Kalkulationsbasis*

München  
Romanstraße 22  
80639 München  
Telefon +49 89 139 977-0  
[muenchen@abg-partner.de](mailto:muenchen@abg-partner.de)

Dresden  
Wiener Straße 98  
01219 Dresden  
Telefon +49 351 437 55-0  
[dresden@abg-partner.de](mailto:dresden@abg-partner.de)

Herausgeber  
ABG Partner GmbH  
Friedrich Geise (V.i.S.d.P.)  
Romanstraße 22  
80639 München  
Telefon +49 89 139 977-0  
[muenchen@abg-partner.de](mailto:muenchen@abg-partner.de)  
[www.abg-partner.de](http://www.abg-partner.de)

Konzept und Umsetzung  
ABG Marketing GmbH  
Wiener Straße 98  
01219 Dresden  
Telefon +49 351 437 55-11  
[marketing@abg-partner.de](mailto:marketing@abg-partner.de)  
[www.abg-marketing.de](http://www.abg-marketing.de)

Bayreuth  
Wölfelstraße 8  
95444 Bayreuth  
Telefon +49 921 788 988-10  
[bayreuth@abg-partner.de](mailto:bayreuth@abg-partner.de)

Böblingen  
Sindelfinger Straße 10  
71032 Böblingen  
Telefon +49 7031 21 76-0  
[boeblingen@abg-partner.de](mailto:boeblingen@abg-partner.de)

Bildnachweis  
[www.istockphoto.com](http://www.istockphoto.com)  
Unternehmensfotos  
ABG Marketing GmbH & Co. KG

Haftungsausschluss  
Die Texte sind nach bestem Wissen und Kenntnisstand erstellt worden. Die Komplexität und der ständige Wandel der Rechtsmaterie machen es notwendig, Haftung und Gewähr auszuschließen.