

akzento

BERATUNGSVERBUND ABG-PARTNER – DAS MAGAZIN



Management und Finanzen

Verschenkte Potentiale der Sanierung

4



Steuern

6

Investitionen bilanziell und steuerlich betrachtet



Marketing

Die optimale Unternehmenswebsite

8



Inhaltsverzeichnis

3 **Unsere neuen Partner:**

Finanzierungsspezialisten
und juristische Expertise

4 **Sanierung rechtzeitig planen:**

Tipps zum Neustart
aus der Krise

6 **Investitionen geschickt angehen:**

Steuerersparnis und
Bankenrating im Blick

8 **Die optimale Internetpräsenz:**

Mit der Website den
Umsatz steigern

10 **Aktuelles aus dem ABG-Verbund:**

Erweiterung der Geschäfts-
leitung und neue Websites

Sehr geehrte Damen und Herren,

nach vielen Wochen im Ausnahmezustand treten immer mehr Lockerungen in Kraft. Nicht nur privat müssen Menschen jetzt wieder in ihren Alltag finden, auch Unternehmer sollten aus der Rückkehr zur Normalität das Beste machen. Das heißt auch: Die Herausforderungen, die schon vor der Pandemie da waren, neu zu bewerten und anzugehen.

Deshalb widmen wir uns in dieser akzent-Ausgabe Themen, die Mittelständlern unter den Nägeln brennen. Dazu gehört ganz aktuell auch wieder verstärkt die Unternehmenssanierung. Sie genießen nach wie vor einen schlechten Ruf – zu Unrecht, wie unser Beitrag zeigt. Die Kollegen von ABG Consulting-Partner beleuchten hier die Vorteile einer rechtzeitigen Nachjustierung im Unternehmen. Ein wichtiges Thema sind auch immer wieder Neuanschaffungen im Betrieb. Wie lassen sich hier Kosten reduzieren, wie sich der steuerliche Rahmen ausschöpfen und wie stärkt man die Verhandlungsposition gegenüber der Bank? Im Artikel geht unsere Steuerexpertin solchen Fragen nach. Die Marketingexperten unseres Hauses haben sich daneben Gedanken gemacht, was eine erfolgversprechende Website heute auszeichnet. Denn eines ist bereits jetzt klar: Die Welt wird nach Corona eine noch digitalere sein. Da ist eine optimierte – und gut auffindbare – Internetpräsenz ein entscheidender Dreh- und Angelpunkt für Unternehmen.

Weil uns das Thema Website auch selbst am Herzen liegt, haben wir die Onlineauftritte unseres Beratungsverbundes und von ABG Marketing runderneuert: für noch mehr Nutzerfreundlichkeit,



bessere Auffindbarkeit und ansprechenderes Design. Werfen Sie gern einmal einen Blick auf www.abg-partner.de oder www.abg-marketing.de und sagen Sie uns Ihre Meinung.

Was die aktuelle Situation auch zeigt: Zusammen geht alles leichter. Deshalb freuen wir uns umso mehr, Ihnen unsere neuen Kooperationspartner vorstellen zu können. Die Experten von credicon werden Sie künftig zum Thema alternative Finanzierung beraten. Die Juristen von Merz & Stöhr und Kanzlei SFSK stehen Ihnen ab sofort gern bei allen rechtlichen Fragen zur Seite.

Ich hoffe, unser akzento bereitet Ihnen viel Freude beim Lesen und regt den einen oder anderen Lösungsansatz an. Haben Sie konkrete Fragen, dann melden Sie sich gern jederzeit bei uns – unsere Experten aus Steuer- und Unternehmensberatung, Wirtschaftsprüfung, Finanzierung, Recht und Marketing sind für Sie da.

Bleiben Sie gesund

Friedrich Geise

Dürfen wir vorstellen: Unsere neuen Partner

Wichtige Grundlagen unseres Beratungsverbundes sind ein effektives Netzwerk und die Zusammenarbeit mit versierten Spezialisten unterschiedlicher Bereiche. Wir möchten Ihnen drei neue Partner vorstellen, mit denen wir uns künftig gemeinsam für Sie stark machen. Als Mandant des ABG-Beratungsverbundes können Sie so auch auf umfassende Expertise in den Bereichen alternative Finanzierung und Recht setzen.

credicon 

ABG kooperiert mit Finanzierungsspezialisten

ABG geht künftig mit den Finanzierungsspezialisten von **credicon** gemeinsame Wege. Damit wird die Expertise des Beratungsverbundes um die individuelle Prüfung, Verwaltung, Überwachung und Vermittlung von Leasing-, Factoring- und anderen Finanzierungsverträgen erweitert. Bei credicon verfügt man über mehr als 20 Jahre Erfahrung am Finanzierungsmarkt und weiß, dass alternative Ansätze Mittelständlern oftmals nützliche Optionen bieten – gerade für die Sicherung von Liquidität in Krisenzeiten. Jedoch ist es vielen Unternehmen nicht möglich, den Markt permanent und umfassend im Blick zu haben und die jeweils optimale Finanzierungsoption zu finden. Hier unterstützen die Experten von credicon bei der Auswahl der passenden Finanzierungsquellen. Außerdem wissen sie, worauf man in den entsprechenden Verträgen achten sollte. Deren Verwaltung übernimmt credicon auf Wunsch ebenfalls. Weitere Informationen: www.credicon.de

 **MERZ & STÖHR**
RECHTSANWÄLTE

Tiefgehende juristische Expertise an Bord

Die Rechtsanwälte der Kanzlei **Merz & Stöhr** erweitern künftig das Netzwerk des ABG-Beratungsverbundes. Der Partner sieht sich selbst als Wirtschaftskanzlei, die Mittelständler durch alle Unternehmensphasen begleitet. Der zentrale Anspruch ist dabei die Durchsetzung der Mandanteninteressen, ganz gleich, ob es um außergerichtliche Verhandlungen, gerichtliche Interessenvertretung oder die Begleitung einer individuellen Unternehmensidee geht. Die Rechtsanwaltspartnerschaft Merz & Stöhr arbeitet kompetent, effizient und zielorientiert. Die Expertise umfasst sämtliche Beratungsfelder, die für den Mittelstand entscheidend sind, darüber hinaus ist die Kanzlei versiert auf dem Gebiet von Unternehmenskäufen und -verkäufen sowie der Unternehmensnachfolge. Wesentliches Leitbild der Juristen ist der ganzheitliche Beratungsansatz. Diese globale Betrachtung von Anliegen sowie die umfassende, fachlich qualifizierte und in sich abgestimmte Beratung wird nun auch ABG-Mandanten bei Bedarf zuteil. Weitere Informationen unter: www.merz-dresden.de

SFSK
SCHMITT | SITTIG
FENGLER | KOCH
RECHTSANWÄLTE | WIRTSCHAFTSPRÜFER | STEUERBERATER

Erfahrener Partner auf dem Gebiet Recht

Seit Kurzem arbeitet ABG mit der **Kanzlei SFSK** zusammen. Damit erschließen sich für die Mandanten des Beratungsverbundes weitere effektive Synergien. Denn bereits mehr als zwei Jahrzehnte stehen die Anwälte der Kanzlei SFSK für fundierte juristische Unternehmensberatung. Zu den Fachgebieten der Experten gehören das Handels- und Gesellschaftsrecht, das nationale und internationale Vertragsrecht, das Steuer- und Arbeitsrecht, das Bank- und Wertpapierrecht sowie das Bau- und Architektenrecht. Die Juristen bieten überdies auch bei der Insolvenz- und Sanierungsberatung ihre Unterstützung an. Fachliche Kompetenz, gepaart mit einem hohen Maß an praktischer Erfahrung, ist die Säule der Arbeit von SFSK. Der Ansatz der Kanzlei ist dabei pragmatisch und lösungsorientiert – das Credo lautet „Prozesse möglichst vermeiden“. Ist Streit dennoch unumgänglich, unterstützt man auch im Rahmen von Mediationen, Schiedsverfahren oder – wenn nötig – vor Gericht. Mehr über den Partner: www.sfsk-law.de

SANIERUNG: DAS SCHAF IM WOLFSPELZ

Das Wort „Sanierung“ ruft bei Unternehmern häufig ein gewisses Unbehagen und im allgemeinen eher negative Assoziationen hervor. Die Folge: Eigentlich notwendige Sanierungsmaßnahmen werden ausgesessen und solange aufgeschoben bis es zu spät ist. Dabei gibt es für dieses schlechte Image der Sanierung keinen Grund: Sie gibt neuen Aufwind, stärkt Unternehmen für die zukünftige Geschäftstätigkeit und kann sogar vor der Insolvenz bewahren, wenn man sie nur frühzeitig angeht.

Starten wir mit einem Beispiel: Sie sind mit Ihrem Auto unterwegs und der Sprit neigt sich dem Ende. Das Warnsignal leuchtet auf. Bevor das Auto stehen bleibt und die Fahrt abrupt endet, steuern Sie eine Tankstelle an. Mit neuer Energie geht die Fahrt dann weiter. Ein ganz normaler Vorgang. Geht es allerdings um die Geschäftstätigkeit von Betrieben, verhalten sich Unternehmer leider nicht immer so vorausschauend. Warnzeichen werden ignoriert bis der Totalausfall eintritt und die Insolvenz droht.

Dabei brauchen auch Unternehmen – so wie Autos – hin und wieder frische Energie oder eine zusätzliche „Überholung“, um den weiteren Geschäftsweg erfolgreich zu bestreiten. Ein adäquates Mittel dafür ist die außergerichtliche Sanierung. Sie kann ein sinnvolles Instrumentarium sein, wenn Unternehmen sich an einem kritischen Punkt in ihrer Geschäftstätigkeit befinden – aber die Krise noch nicht zu weit fortgeschritten ist. Um bei dem Autobeiispiel zu bleiben: die Warnsignale leuchten und man sollte handeln.

Warnsignale können sein:

- Die Umsatzzahlen und/oder Erträge sinken
- Die Fluktuation steigt, gute Mitarbeiter verlassen das Unternehmen
- Kreditlinien werden überzogen
- Die Zahl der Reklamationen steigt an
- Die Zahlung der Sozialabgaben oder Umsatzsteuer ist überfällig

Die Ursachen für Unternehmenskrisen sind vielfältig und können externer sowie interner Natur sein. Auch ein Zusammenspiel ist möglich:

- Marktveränderungen
- Branchenkrise
- Konjunkturerinbruch
- Neue wirtschaftliche oder politische Regulierungen
- Schlechtes oder gar kein Controlling
- Kein oder nur unzureichendes Forderungsmanagement
- Private Ursachen im Inhabenumfeld
- Fehlender Vertrieb und keine Öffentlichkeitsarbeit

Betriebe, die ihre unternehmerische Krisensituation mitschleifen und nicht proaktiv bekämpfen, sind dementsprechend leichte Ziele für zusätzliche externe Angriffe. So wirkt die aktuelle Coronakrise beispielsweise wie eine Art Brandbeschleuniger – Unternehmen, die sich vor dem Ausbruch der Pandemie bereits in einer Schieflage befanden, kämpfen jetzt um ihre Existenz. Sie haben häufig auch keinen Anspruch auf die KfW-Förderkredite und müssen sich ohne staatliche Unterstützung wieder in die Spur bringen. Je länger die Unternehmenskrise besteht, umso komplexer wird sie – und umso schwieriger oder vielleicht sogar aussichtsloser wird eine Rettung. So rechnet der Kreditversicherer Coface im Zuge der Coronakrise in Deutschland mit einem Anstieg der Firmeninsolvenzen um elf Prozent. Und die nächste externe Gefahr könnte jederzeit wieder in den Startlöchern stehen.

Frühzeitig gegensteuern

Deshalb unser Expertenrat aus jahrzehntelanger Praxiserfahrung: Gehen Sie eine Unternehmenskrise in einem frühen Stadium an, sobald die Warnzeichen sichtbar werden. Und stellen sie Ihr Unternehmen krisensicher oder zumindest krisenresistenter auf, bei Bedarf mit externer Unterstützung. Denn genau das macht doch einen guten Unternehmer aus. Er sorgt dafür, dass sein Betrieb sich so weiterentwickelt, dass er am Markt bestehen kann. Es beweist Weitsicht und Gestaltungskraft. Oder würden Sie es einem

Eigentümer negativ auslegen, wenn er sein Haus rechtzeitig – vor dem Zusammenfall – sanieren lässt?

Ein geordnetes Sanierungsverfahren gibt Unternehmen in der Krise neue Perspektiven, um wieder Gewinne zu erwirtschaften, nachhaltig erfolgreich zu arbeiten und wettbewerbsfähig zu sein. Dabei setzt sich ein solches Verfahren häufig aus einer finanziellen Sanierung und einer leistungswirtschaftlichen Sanierung zusammen. Kurzgefasst: Erst wird finanzieller Handlungsspielraum hergestellt, dann folgt die Restrukturierung des Geschäftsmodells und der Prozesse.

Das Thema Sanierung ist komplex und für ein Unternehmen neben dem Alltagsgeschäft allein schwer zu stemmen – schließlich geht es um nichts geringeres als eine grundlegende Anpassung der Unternehmensstrategie und Unternehmensorganisation. Die ABG Consulting-Partner unterstützt Sie gern mit ihrer starken Expertise. Wir wissen, wie ein wasserdichter Sanierungsplan aufgebaut ist, welche Finanzierungsmöglichkeiten der Markt bietet, wie man mit den Banken sprechen muss, welche Fördermittel es gibt und welche Fallstricke bei Sanierungsmaßnahmen lauern.

Gemeinsam können wir bei rechtzeitigem Handeln den Neustart aus der Krise meistern. Und sollte eine Insolvenz unvermeidbar sein, so stehen wir auch hier beratend zur Seite.



Was gehört zu einem ganzheitlichen Sanierungskonzept (nach IDW S 6):

- Ermitteln der Ursachen für die Krise
- Analyse des Krisenstadiums
- Ermitteln des wirtschaftlichen und rechtlichen Status quo
- Ausarbeiten eines ganzheitlichen Sanierungskonzepts mit Umsatz- und Rentabilitätsberechnungen, Restrukturierungsplan sowie Entschuldungsszenario inklusive nötiger Sanierungsmaßnahmen
- Aussagen zu Sanierungsbeiträgen der Stakeholder
- Aussagen zur Unternehmensfortführung

IHR ANSPRECHPARTNER



Simon Leopold

Geschäftsführer
und Unternehmensberater

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

INVESTITIONEN

– im Spannungsfeld zwischen Kostensenkung, Steuern und Bankenrating

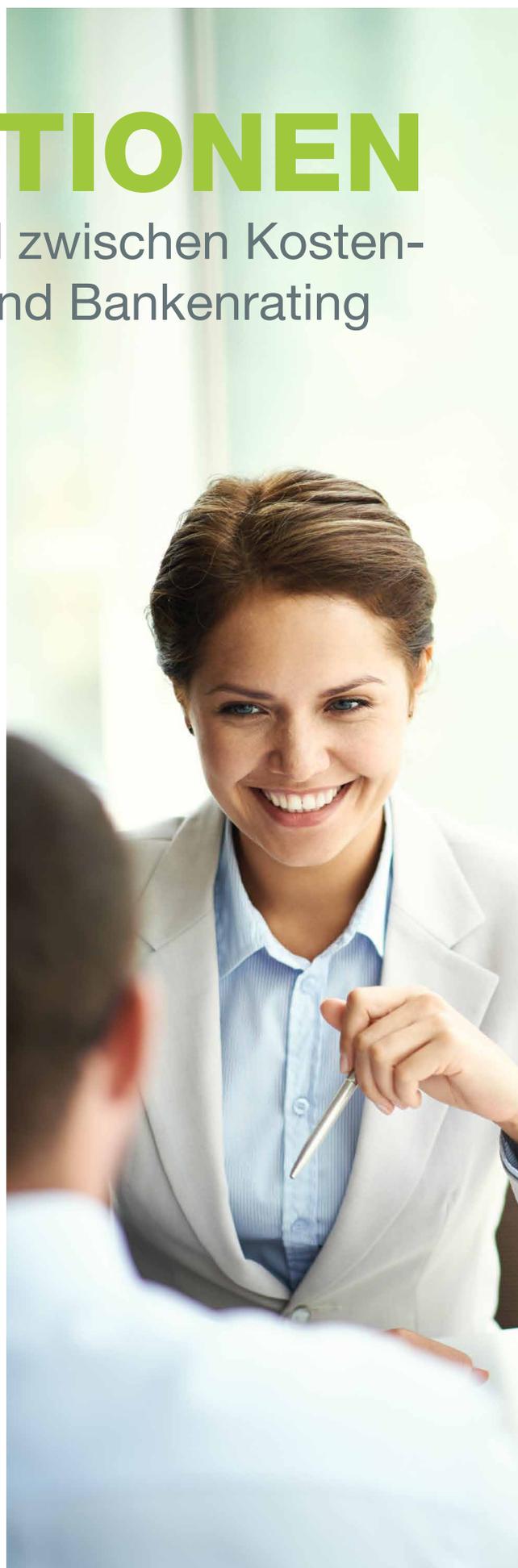
Stehen im Betrieb Neuanschaffungen wie Maschinen oder Fahrzeuge an, dann stellt sich stets die Frage: Wie finanzieren? Oft wird ein Kredit benötigt. Dafür müssen jedoch erst einmal die Kapitaldienstfähigkeit und ein entsprechendes Bankenrating nachgewiesen werden. Für die entsprechende Bonitätsprüfung sind ein gutes bilanzielles Ergebnis und ein möglichst hoher Gewinn von Vorteil. Damit steigt allerdings auch die Steuerlast. Hohe Steuern verringern wiederum die Liquidität – es stehen weniger Mittel, beispielsweise für Anschaffungen, zur Verfügung. Es ist ein Dilemma. Doch es gibt eine Reihe von Möglichkeiten, damit umzugehen, wie Steuerberaterin Isabel Franzka in diesem Beitrag erklärt.

Die Steuerlast senken

„Im Zuge einer größeren Neuanschaffung sollten Unternehmer die Steuern möglichst senken und ihre Liquidität verbessern“, sagt Franzka. Wird beispielsweise ein Investitionsabzugsbetrag (IAB) gebildet, stehen nach Steuerabzug mehr eigene Mittel zur Verfügung, die dann in die jeweilige Anschaffung fließen können. Die Expertin erklärt das am Beispiel: „Nehmen wir an, ein Mandant hat in seinem Jahresabschluss ein gutes Ergebnis von 150.000 Euro vor Steuern gemacht. Das wären, wenn wir einmal von einem Steuersatz von 32 Prozent ausgehen, 48.000 Euro, die er im Normalfall an das Finanzamt abführen müsste. Nun plant dieser Mandant jedoch eine große Anschaffung, beispielsweise eine Spezialmaschine, die ihn 100.000 Euro kosten wird. Da sich der Unternehmer vorher mit seinem Steuerberater abgestimmt hat, weiß er, dass er in diesem Fall einen Investitionsabzugsbetrag bilden kann. Es wird also ein IAB von maximal 40 Prozent der Anschaffungskosten angesetzt. Diese 40.000 Euro können nun vom Betriebsergebnis abgezogen werden: Es reduziert sich auf 110.000 Euro und damit auch die Steuerausgaben auf nur noch 35.200 Euro. Es stehen also 12.800 Euro mehr an Eigenmitteln bereit.“

Die Bilanzart entscheidet

Auch durch die Art der Bilanz lassen sich bei Investitionen in manchen Fällen Vorteile erzielen. Die Bilanz ist die Aufstellung des Unternehmensvermögens zu einem bestimmten Stichtag. Gemeinsam mit der Gewinn-und-Verlustrechnung (GuV) bildet sie den Jahresabschluss. Bilanzieren müssen



Unternehmer bestimmter Rechtsformen wie der GmbH oder der OHG, und auch der gewerbliche Unternehmer mit über 600.000 Euro Umsatz oder mehr als 60.000 Euro Gewinn ist dazu verpflichtet. Doch Bilanz ist nicht gleich Bilanz – es gibt die Handels- und die Steuerbilanz. „In der Regel machen die meisten Unternehmen eine Handelsbilanz. Bei Investitionen lohnt es sich aber unter Umständen, die beiden Bilanzarten zu vergleichen und zu schauen, ob sich dadurch Vorteile ergeben. So bietet beispielsweise die Steuerbilanz bei Anschaffungen die Möglichkeit eben des IAB oder bestimmter Rücklagenbildungen. Sollten sich die Ergebnisse zwischen den beiden Bilanzierungsarten unterscheiden, geht für das Finanzamt die Steuerbilanz vor, da es hier das Ziel ist, die Höhe der Steuer zu ermitteln. Banken verwenden in der Regel die Handelsbilanz“, erklärt Franzka.

Mietkauf oder eher Leasing?

Ein Unternehmer kann bei Anschaffungen auch über die Optionen Mietkauf oder Leasing nachdenken. Beide setzen eine dauerhafte Liquidität (mit Kapitaldienst bei Darlehen vergleichbar) voraus, bieten jedoch unterschiedliche Vor- und Nachteile. Beim normalen Mietkauf handelt es sich gewissermaßen um einen Kauf auf Kredit. Man erwirbt das gewünschte Objekt, nur wird es eben nicht mit einem großen Betrag gekauft, sondern der Preis über einen längeren Zeitraum abbezahlt. Diese Posten tauchen jedoch als Schulden in der Bilanz auf. Und da diese auch für Kreditgeber eine wichtige Informationsquelle ist, kann das für das Rating bei der Bank Nachteile bergen.

Beim Leasing hingegen verbleibt ein Objekt in der Regel im Eigentum des Leasinggebers, wird dem Unternehmen jedoch über einen längeren Zeitraum zur Verfügung gestellt. Für die Nutzung muss der Betrieb kontinuierliche Leasingraten bezahlen. „Leasing wird steuerlich völlig anders behandelt als ein Kauf. Die Leasingraten zählen als Betriebsausgaben und können in dieser Form steuerlich geltend gemacht werden“, so Franzka. Ein Nachteil des Leasings sei aber, dass man damit keinen Investitionsabzugsbetrag mehr bilden könne.

Fördermittel beantragen?

Staatliche Förderungen sind bei Unternehmern ebenfalls ein beliebtes Mittel, um Investitionen wirtschaftlich zu gestalten. Aus Steuersicht weist die Expertin darauf hin, dass sich durch Fördermittel auch die Möglichkeiten zur Abschreibung verringern. In Hinblick auf die Kreditverhandlung bei der Bank ergibt sich hingegen oft ein Vorteil, denn durch zusätzliche Fördermittel kann das benötigte

Darlehen geringer ausfallen. Damit werden in der Regel auch die Hürden für dessen Vergabe niedriger. Hinzu kommt der Umstand, dass durch Förderungen zudem die eigene Liquidität geschont wird – da so weniger Eigenmittel für den Kauf verwendet werden müssen. Gerade, wenn kein zusätzliches Bankdarlehen gewährt wurde, kann dieser Aspekt entscheidend sein.

Gibt es eine generelle Empfehlung?

„Ich kann nur raten, den gesetzlichen Rahmen bei Anschaffungen auszuschöpfen. Welche Optionen dabei jedoch im Einzelfall Erfolg versprechen, sollte frühzeitig durch eine strategische steuerliche Beratung und eventuell durch ein simuliertes Bankrating, ein Pre-Rating, geklärt werden“, resümiert Franzka. Für beides stehen die Steuerexperten und ihre Consulting-Kollegen aus dem ABG-Beratungsverbund jederzeit zur Verfügung.



IHRE ANSPRECHPARTNERIN

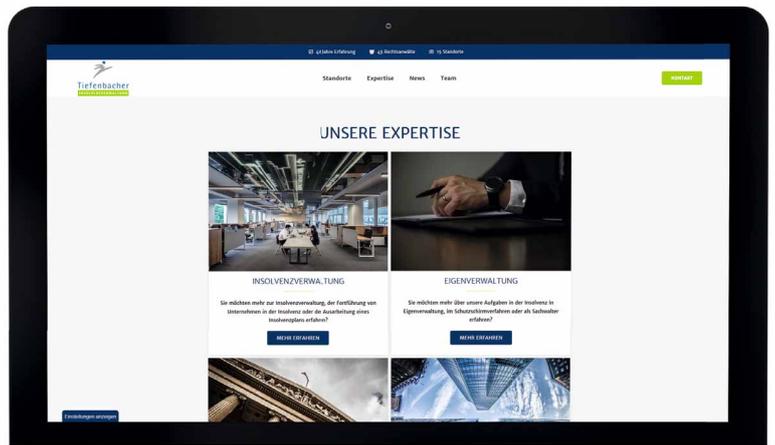


Isabel Franzka

Geschäftsführerin
und Steuerberaterin

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





www.tiefenbacher-insolvenzverwaltung.de

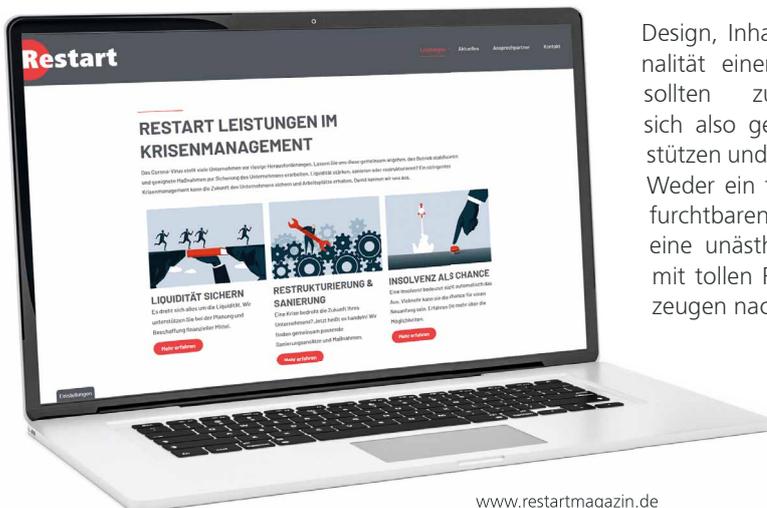
DIE WEBSITE ALS UMSATZTREIBER

Eine Unternehmenswebsite gilt als Herzstück für professionelles Online-Marketing, denn schließlich ist sie das Aushängeschild eines Unternehmens sowie Dreh- und Angelpunkt aller Social-Media- und Werbemaßnahmen im Internet. Mit einer Online-Präsenz können sich Unternehmen nicht nur umfangreich im Internet präsentieren, sondern Interessenten auch von ihren Kompetenzen, Dienstleistungen oder Produkten überzeugen – und im besten Fall direkt zum Kontakt oder Kauf animieren. Ein professioneller Internetauftritt ist für Unternehmen daher unverzichtbar.

Was macht eine gute Webpräsenz aus?

Die Zeiten, in denen Internetseiten nur als digitale Visitenkarte genutzt wurden, sind schon lange vorbei. Unternehmen haben das Potential, sei es zum Imageaufbau, zur Lead- und Geschäftsgenerierung, zum Verkauf von Produkten oder zur reinen Wissensvermittlung, erkannt und bauen es stetig aus. Aber was macht eine Website zu einem benutzerfreundlichen Internet-Angebot, das die Besucher überzeugt? Eine wichtige Rolle spielen, neben der passenden Domain, das Webdesign, redaktionelle Aspekte und die Programmierung der Seite.

Design, Inhalte und Funktionalität einer Online-Präsenz sollten zusammenspielen, sich also gegenseitig unterstützen und nicht behindern. Weder ein tolles Design mit furchtbaren Inhalten, noch eine unästhetische Website mit tollen Funktionen überzeugen nachhaltig.



www.restartmagazin.de

Wesentliche Merkmale einer guten Website:

- ☑ Klare Ziele und eindeutige Zielgruppenorientierung
- ☑ Eine einfache, strukturierte und damit benutzerfreundliche Navigation
- ☑ Gestaltung entsprechend der Unternehmensvorgaben (Corporate Design)
- ☑ Responsives Design, das die Besonderheiten von Desktop und mobilen Endgeräten berücksichtigt
- ☑ Inhaltlich passende, einfache und kurze Domain
- ☑ Interessante, abwechslungsreiche und zielgruppenorientierte Inhalte
- ☑ Kurze, prägnante und strukturierte Texte mit Zwischenüberschriften und Hervorhebungen
- ☑ Interaktions- und Kontaktmöglichkeiten
- ☑ Gut lesbare, einheitliche Schrift
- ☑ Kurze Ladezeit
- ☑ Suchmaschinenoptimiert als Basis für gute Auffindbarkeit



Die Ziele einer Unternehmenswebsite

Eine Internetseite kann unterschiedliche Ziele haben, welche im Vorfeld klar definiert werden müssen. Beispiele für Ziele sind:

1 Wahrnehmung

In erster Linie soll eine Online-Präsenz die öffentliche Wahrnehmung eines Unternehmens und dessen Sichtbarkeit im Internet steigern.

2 Leadgenerierung

Eine Website ist die ideale Plattform zur Generierung von vertriebsrelevanten Kontakten (Leads), beispielsweise über Newsletter-Anmeldungen oder Kontaktformulare.

3 Reichweite

Hochwertige und zielgruppen-gerechte Inhalte steigern die Verweildauer und reduzieren die Absprungrate, was sich wiederum positiv auf das Google-Ranking auswirkt. Dadurch erhöht sich die Reichweite der Internetpräsenz und somit des Unternehmens im Internet.

4 Umsatzsteigerung

Für die meisten Unternehmen ist es das oberste Ziel, den Umsatz der eigenen Firma zu steigern. Ein gut strukturierter und aufschlussreicher Online-Auftritt animiert Besucher, die Produkte zu kaufen oder Dienstleistungen in Anspruch nehmen.

Technische und datenschutzrechtliche Anforderungen an einen Internetauftritt

Die technischen Anforderungen an Websites werden immer anspruchsvoller. Neben der Suchmaschinenoptimierung (kurz SEO) oder dem responsiven Design – also die Ansicht der Website auf verschiedenen Endgeräten – muss auch die Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) berücksichtigt werden.

Eine interessante Online-Präsenz zu erstellen und dabei noch die technischen



Onlinemagazin creditshelfmagazin.creditshelf.com

5 Kundenbindung

Mithilfe einer Unternehmenswebsite kann man seinen Kunden durch hilfreichen Content sowie Referenzberichte und Kundenrezensionen einen informativen Mehrwert bieten. Oberstes Ziel hierbei ist, eine positive Beziehung zu seinen Kunden aufzubauen und langfristig zu halten.

6 Recruiting

Unternehmen, die über die Seite neue Mitarbeiter gewinnen möchten, sollten ein Karriereportal integrieren. Stellenausschreibungen, Benefits, Werte und weitere Hintergrundinformationen zum Arbeitsleben können so direkt über die eigene Seite kommuniziert werden.

Eine gehaltvolle Recruitingseite hat schlussendlich auch positive Auswirkungen auf das Employer Branding.

und datenschutzrechtlichen Fallstricke zu beachten, ist eine große Herausforderung – insbesondere für Laien. Deshalb sollten Unternehmen vor dem Beginn eines Webprojektes hinterfragen, ob sie es selbst stemmen können oder einen erfahrenen Experten ins Boot holen möchten. Die ABG Marketing GmbH hat bereits einigen Unternehmen genau diese Last von den Schultern genommen und sie beispielsweise bei einem Website-Relaunch begleitet oder bei der SEO-Optimierung unterstützt.

Sie möchten wissen, ob Ihre Website den gegenwärtigen technischen, datenschutzrechtlichen sowie gestalterischen Anforderungen entspricht. Dann melden Sie sich bei uns und machen Sie den kostenfreien ABG-Webcheck.

Senden Sie Ihre Domain mit dem Stichwort „ABG-Webcheck“ zur Prüfung an tausch@abg-partner.de.

Anforderungen an DSGVO-konforme Websites

- SSL-Verschlüsselung*
- Einbinden einer individuell zugeschnittenen Datenschutzerklärung*
- Einbinden von Pflichtfeldern bei Formularen mit personenbezogenen Daten*
- Anonymisieren der IP-Adresse bei Statistik-Tools*
- Cookie-Einwilligung*
- Vertrag zur Auftragsdatenverarbeitung mit dem Webhoster*

IHRE ANSPRECHPARTNERIN



Ilka Stiegler
Geschäftsführerin

ABG Marketing GmbH
Telefon +49 351 437 55-11
stieglar@abg-partner.de
www.abg-marketing.de



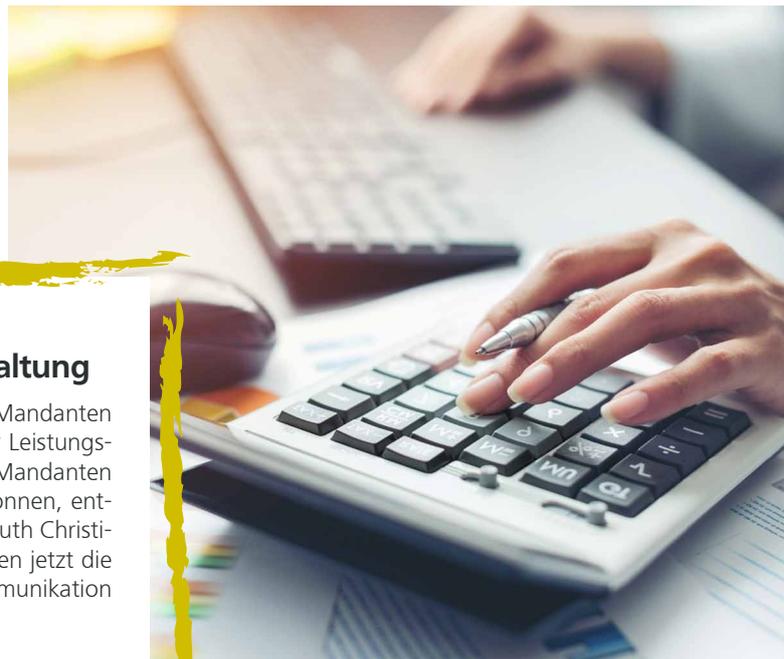
News aus dem ABG-Beratungsverbund



Diplom-Betriebswirtin (BA) Isabel Franzka ist seit sechs Jahren im Unternehmensverbund ABG-Partner angestellt.

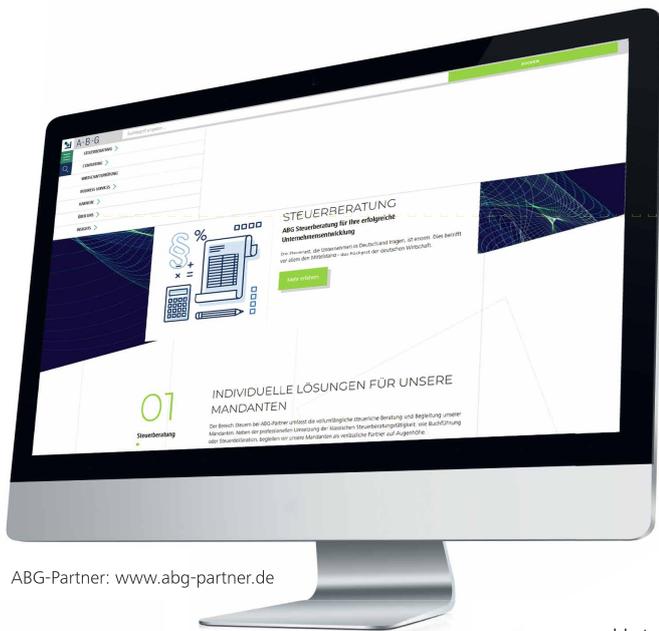
Isabel Franzka zur Geschäftsführerin am Dresdner Standort berufen

Isabel Franzka ist ab sofort neue Geschäftsführerin am Standort Dresden. „Die Berufung von Isabel Franzka in die Geschäftsführung war ein weiterer wichtiger Schritt, unseren Standort Dresden strukturell zu optimieren und kurze Entscheidungswege vor Ort zu fördern“, begründet Gründer und Geschäftsführer Fritz Geise die Wahl von Isabel Franzka zur Geschäftsführerin. Isabel Franzka bevorzugt einen kollektiven Führungsstil. Ideen und Eigeninitiative seitens der Kolleginnen und Kollegen fördert sie ausdrücklich. Dabei ist es ihr auch wichtig, den guten Draht zu allen Mitarbeitern aufrecht zu halten. „Alle grundlegenden Entscheidungen fallen insbesondere in der Einarbeitungsphase immer in enger Abstimmung mit dem Kanzleiinhaber Fritz Geise“, so Isabel Franzka.



ABG in Bayreuth erweitert Leistungsspektrum um Lohnbuchhaltung

Der Bayreuther Standort der Steuerberatung bildet für seine Mandanten jetzt auch die Lohnbuchhaltung vor Ort ab. Bisher wurde dieser Leistungsbereich von den Kollegen in Dresden übernommen. Um die Mandanten in Bayreuth besser, schneller und umfangreicher betreuen zu können, entschieden sich Gründer Fritz Geise und Geschäftsführerin in Bayreuth Christine Mösbauer zu diesem Schritt. „Wir können unseren Mandanten jetzt die Komplettbetreuung mit kürzeren Wegen und verbesserter Kommunikation anbieten“, fasst Christine Mösbauer die Vorteile zusammen.

ABG-Partner: www.abg-partner.deABG Marketing GmbH:
www.abg-marketing.de

Moderne Website mit vielen Einblicken rund um den Beratungsverbund ABG-Partner

Der Beratungsverbund ABG-Partner ist mit einer neuen Website online.

„ABG - Ihr Partner für Unternehmer und Unternehmen endlich in neuem Design“, freut sich Projektkuristin und Steuerberaterin Manuela Feig, welche die neue Website vom Standort München aus als Projektleiterin betreute. Modern und übersichtlich gibt es für die Mandanten

alle Informationen, die für eine umfassende Beratung wichtig sind. Dazu erfährt der Leser Wissenswertes und Interna aus dem Beratungsverbund selbst. Der Beratungsverbund ist unter der gewohnten Domain in neuem Design erreichbar:

www.abg-partner.de

Auch die ABG Marketing GmbH hat sich online neu aufgestellt und präsentiert sich mit einer frischen sowie stylischen Website. Hier erfährt der Besucher nicht nur alles rund um die neuesten Projekte der Kommunikationsagentur, sondern lernt auch das Team genau kennen. Werfen Sie gern einen Blick auf:

www.abg-marketing.de



Umbauarbeiten bei den Kollegen der Steuerberatung



Echtes Naturfeeling im Büro können die Kollegen der ABG Marketing mit den Moosbildern in ihren neuen Büroräumen genießen

Neugestaltung der Büroräume am Standort Dresden

Die Büroräume der ABG Steuerberatung, ABG Consulting und ABG Marketing am Standort Dresden sind neu aufgeteilt und gestaltet worden.

- Die Kollegen der Steuerberatung haben ihr Großraumbüro umgebaut und sich so eine ruhigere Arbeitsatmosphäre ermöglicht.
- Die ABG Consulting ist komplett in die 3. Etage gezogen und genießt jetzt die Vorzüge der kurzen Wege in Bezug auf Abstimmungen.
- Auch das Team der ABG Marketing ist in den Genuss von mehr Platz gelangt und hat neue Räume bezogen. Für eine kreative Arbeitsatmosphäre haben sich die Kollegen ihre Räume mit Moosbildern verschönert – und nebenbei ein angenehmes Raumklima geschaffen.



Beratungsverbund ABG-Partner

Steuerberater

Rechtsanwälte

Unternehmensberater

Kommunikationsberater

Wirtschaftsprüfer

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

Dresden
Wiener Straße 98
01219 Dresden
Telefon +49 351 437 55-0
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
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
www.abg-marketing.de

Bayreuth
Wölfelstraße 8
95444 Bayreuth
Telefon +49 921 788 988-10
bayreuth@abg-partner.de

Böblingen
Sindelfinger Straße 10
71032 Böblingen
Telefon +49 7031 21 76-0
boeblingen@abg-partner.de

Bildnachweis
www.istockphoto.com
Unternehmensfotos
ABG Marketing GmbH

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.