

akzentto

BERATUNGSVERBUND ABG-PARTNER – DAS MAGAZIN



Marketing

Multisensorisches
Markenerlebnis

4



Steuern

Coronakrise beeinflusst
den Jahresabschluss

6



Management

Erfolgreiche Sanierung
in der Praxis

8



Inhaltsverzeichnis

3  **Recht:**
Mögliche Folgen einer
Insolvenzverschleppung

4  **Digitale Publikationen:**
Multisensorisches
Markenerlebnis

6  **Coronakrise:**
Auswirkungen auf den
Jahresabschluss

8  **Sanierung:**
Erfolgreiche Beispiele aus
der Praxis

10  **Aktuelles aus dem
ABG-Verbund:**
Neue KollegInnen und
spannende Events

Liebe Leserinnen und Leser,

Lockdown und kein Ende? Manchmal fühlte es sich in den letzten Monaten und Wochen genauso an. Viele Unternehmen sind ausgezehrt, die Herausforderungen für Wirtschaft, Politik und Gesellschaft sind enorm. In einigen Bereichen gab es allerdings auch schon vor der Pandemie angeschlagene Unternehmen. Die vielfältigen staatlichen Hilfen und die lange Aussetzung der Insolvenzantragspflicht haben da manch einen Unternehmer fälschlich in Sicherheit gewiegt, obwohl er längst hätte Insolvenz beantragen müssen. Die Tiefenbacher Insolvenzverwaltung zeigt Ihnen deshalb, worauf Sie achten müssen, um nicht in den Fall einer Insolvenzverschleppung zu geraten und wie es um die Haftbarkeit der Geschäftsführung bestellt ist.

Auch in den Bilanzen der Unternehmen schlägt sich die Corona-Pandemie nieder – sei es wegen außerplanmäßiger Kredite oder Umsatzausfällen. Unsere Experten der ABG Steuerberatung haben für Sie zusammengefasst, was Sie beim Jahresabschluss 2020 unter anderem bei Abschreibungen und Rückstellungen beachten sollten.

Die Corona-Krise zeigt bei manchen Unternehmen Defizite im Geschäftsmodell oder in der Betriebsführung auf. Hier sind Restrukturierungen und Sanierungen wichtige Maßnahmen für eine aussichtsreiche Fortführung. Die ABG Consulting zeigt gelungene Sanierungen aus der Praxis. Und weil für die erfolgreiche



Weiterentwicklung der Geschäftstätigkeit eine zeitgemäße und professionelle Öffentlichkeitsarbeit unabdingbar ist, beleuchten unsere Marketing-Spezialisten, welchen Beitrag digitale Publikationen im Kommunikationsmix dabei leisten können.

Wir wünschen Ihnen viel Vergnügen bei der Lektüre. Sollten Sie unsere Unterstützung benötigen, z. B. bei der Erstellung des Jahresabschlusses, der Einführung eines Digitalmagazins oder im Sanierungsfall, dann sind die Steuerberater, Rechtsanwälte, Wirtschaftsprüfer, Unternehmensberater und Kommunikationsprofis von ABG-Partner gern für Sie da.

Blieben Sie gesund

Friedrich Geise

BEI INSOLVENZ- VERSCHLEPPUNG:

Haftungsgefahr für Unternehmer

Viele Branchen stehen durch die Corona-Pandemie finanziell schwer unter Druck, zum Beispiel der Einzelhandel, die Gastronomie, Kultureinrichtungen. Aber trotz dieser bedrohlichen Zustände stagniert aktuell die Zahl der Unternehmensinsolvenzen auf niedrigem Niveau. Das liegt vielen Experten zufolge in der zeitweisen Aussetzung der Insolvenzantragspflicht bis 30. April 2021 begründet. Einige Unternehmen sind allerdings bereits wieder antragspflichtig gewesen, ohne dass es ihnen bewusst war.

Regelung galt nur noch im Ausnahmefall

Die Aussetzung der Insolvenzantragspflicht galt nur unter folgenden Voraussetzungen:

1. Ein Unternehmen ist erst durch die Pandemie in finanzielle Schieflage geraten.
2. Das Unternehmen hat staatliche Hilfszahlungen wie die Dezemberhilfe beantragt und wartete auf Auszahlung.
3. Die ausstehenden Zuschüsse reichen aus, um die wirtschaftliche Situation der Firma zu stabilisieren.

Konsequenzen drohen

Wer unschlüssig ist und einfach nur abwartet, macht sich möglicherweise der fahrlässigen Insolvenzverschleppung schuldig, die mit einer Geldstrafe oder Haftstrafe bis zu einem Jahr geahndet werden kann. Doch dies ist nicht die einzige drohende Konsequenz. Die Geschäftsleitung haftet zudem persönlich für alle Zahlungen, die vom Unternehmen nach der Insolvenzreife ausgingen. Hinzu kommen u.U. weitere mögliche Strafverfahren wegen Betrugs und Untreue sowie Tätigkeitsverbote.

Auch eine Haftung für versäumte Abgaben besteht, wenn etwa Körperschaft-,

Umsatz-, Gewerbe- oder Lohnsteuer nicht abgeführt wurden. Außerdem steht es unter Strafe, Sozialversicherungsbeiträge nicht abzuführen.

Das Haftungsrisiko verschwindet auch nicht einfach. „Rutscht“ ein Unternehmen vielleicht momentan noch „durch“, befindet sich aber später in einem Insolvenzverfahren, wird auch die Vergangenheit aufgerollt. Dann werden zurückliegende Insolvenzverschleppungen in der Regel erkannt. Eine absolute Verjährung tritt erst nach zehn Jahren ein.

Ein Insolvenzverfahren kann nicht nur vom Unternehmen selbst, sondern u.U. auch von seinen Gläubigern beantragt werden. So können beispielsweise Finanzbehörden oder etwa Krankenversicherer bei ausbleibenden Steuerzahlungen oder Sozialbeiträgen einen sogenannten Fremdantrag stellen.

Rechtzeitig Insolvenz beantragen

Um sich diesen Risiken nicht unnötig auszusetzen, muss die Geschäftsleitung den finanziellen Status ihres Unternehmens jederzeit genau im Blick haben. Besteht die Pflicht zum Insolvenzantrag, muss dieser von der Geschäftsführung beim zuständigen Insolvenzgericht gestellt werden. Dafür gibt es je nach Insolvenzgrund unterschiedliche Fristen: bei Vorliegen einer akuten Zahlungsunfähigkeit drei Wochen, bei Eintritt einer Überschuldung sechs Wochen. Zahlungsunfähig ist in der Regel, wer über einen Zeitraum von drei Wochen (mindestens) 90 Prozent seiner fälligen Verbindlichkeiten nicht begleichen kann.



Mögliche Folgen einer Insolvenzverschleppung

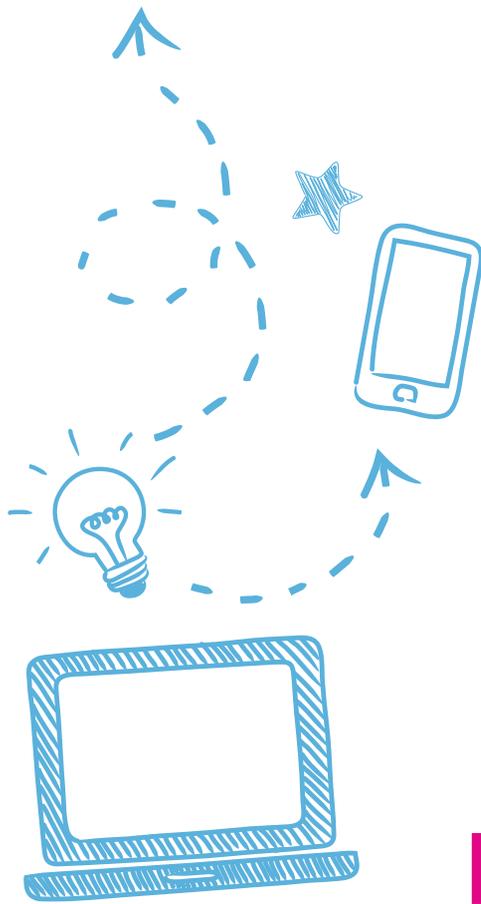
- Geld- oder Haftstrafe von bis zu einem Jahr bei fahrlässigem Handeln
- Geld- oder Haftstrafe von bis zu drei Jahren bei Vorsatz
- Fünfjähriges Tätigkeitsverbot als GeschäftsführerIn und Vorstand
- Belegung mit einem Gewerbeverbot
- Persönliche Haftung für nach Insolvenzreife autorisierte Zahlungen
- Potenzielle Anschlussverfahren wegen Betrugs, Untreue oder vorenthaltener Sozialleistungen

IHR ANSPRECHPARTNER



Frank-Rüdiger Scheffler
Rechtsanwalt und Insolvenzverwalter

Tiefenbacher Insolvenzverwaltung
Telefon +49 351 477 82-51
scheffler@tiefenbacher.de
tiefenbacher-insolvenzverwaltung.de



Die klassische Unternehmenskommunikation befindet sich in einem Umbruch, der maßgeblich durch eine veränderte und diversifizierte Mediennutzung der Leser ausgelöst wurde. Längst reicht es nicht mehr, Kundenmagazine, Mitarbeiterzeitungen, Fachblätter, Jahresrückblicke oder Geschäftsberichte drucken zu lassen und diese an wichtige Kontakte zu senden. Leser beschränken sich in ihrer Mediennutzung häufig nicht mehr auf ein Magazin oder ein Gerät, sondern nutzen diese parallel nebeneinander, verlangen nach Multi-Channel-Angeboten. Das Smartphone ist stets griffbereit – ob im Büro, auf dem Weg zur Arbeit oder im Wartezimmer. Immer öfter ist in diesem Zusammenhang die Rede von der „Multiscreen Nation“. Google meint dazu: „If Content is King, Multiscreen is the Queen.“

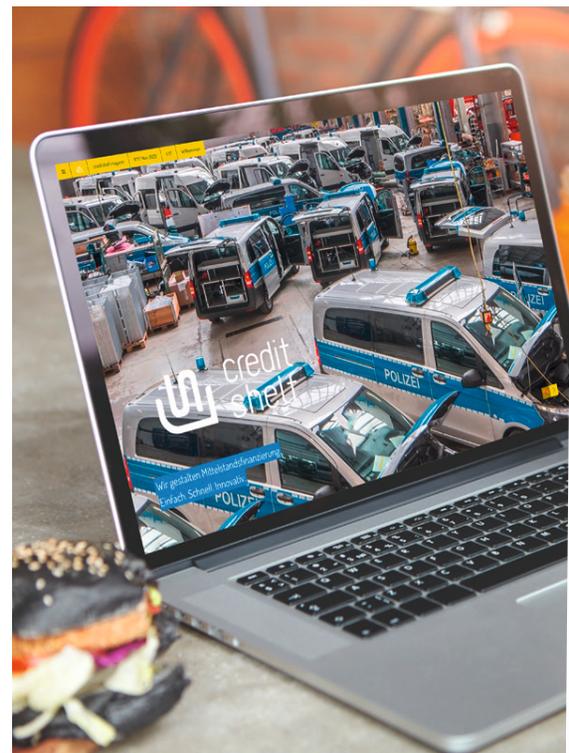
DIGITALE PUBLIKATIONEN:

MULTIMEDIALE MÖGLICHKEITEN FÜR IHRE MARKENKOMMUNIKATION



Immer und überall Zugang zum Kunden

Den Trend zu multimedialen Inhalten sollten Unternehmer mitgehen, wenn sie ihre Leser nicht verlieren wollen. Digitale Publikationen – weit mehr als das PDF einer Veröffentlichung, die auf die Website gestellt wird – sind eine Möglichkeit, zeitgemäß zu kommunizieren. Sie bieten den Vorteil, den hohen Informationsgehalt und die Glaubwürdigkeit von Printprodukten mit der Dynamik und Flexibilität des Web kombinieren zu können. Ob interaktiver Content, Bildstreifen, Videos oder die Vernetzung mit Social-Media-Kanälen – die Optionen, Inhalte auf multimediale Weise an eine zunehmend technikaffine Leserschaft zu übermitteln, sind vielfältig. Auf Social Media geteilte digitale Publikationen werden leicht gefunden, können gelikt und weiter geteilt werden. Die einfache Nutzung über den Internetbrowser und die für Mobilgeräte optimierte Gestaltung machen digitale Magazine zum leichten



und überall zugänglichen Erlebnis – zu Hause, auf Reisen oder auf dem Weg zur Arbeit.

Aktualisierung jederzeit möglich

Digitale Magazine bieten nicht nur multi-screen-orientierten Lesern viele Vorteile, sondern auch den Unternehmern selbst. Firmenalltag und Menschen aus dem Unternehmen können gezeigt, aktuelle Ereignisse kommuniziert und die Marken-Story transportiert werden. Diese Inhalte können jederzeit bearbeitet und um weitere ergänzt werden. Zudem kann man das Nutzerverhalten erfassen und für cleverere Re-Marketing-Aktionen verwenden. Dann werden die Leser der digitalen Publikationen auch auf anderen Websites angesprochen.

Clever: Print und Online kombinieren

Jetzt sollte aber kein Unternehmer blindlings alle Veröffentlichungen auf digital umstellen. Viele Menschen genießen immer noch die haptische Erfahrung beim Durchblättern eines Magazins. Sie verlangen nach einer gründlichen Einordnung, Orientierung und Kommentaren, was eher in Printprodukten funktioniert. Vielmehr ist es das clevere Zusammenspiel



Die Möglichkeiten digitaler Magazine auf einen Blick:

- Bekanntheit von Unternehmen und Produkten steigern
- Vertriebsunterstützung durch vielseitige Kontaktmöglichkeiten
- Hochwertigen Content im Netz platzieren und so Themen besetzen
- Externe Inhalte problemlos einflechten
- Reichweite erzeugen (im Verhältnis kostengünstig)
- Suchmaschinenoptimierbar
- Messbarer Erfolg durch Statistiken
- Leichte Einbindung auf Website und Veröffentlichen in Social-Media-Kanälen
- Ansprechende, vielseitige Gestaltung
- Ideal für Mobilgeräte durch responsives Design
- Unkomplizierte nachträgliche Bearbeitung und Erweiterung der Inhalte
- Leser später erneut ansprechen durch Re-Marketing-Tools
- Einnahmequelle durch Werbung und Premium-Content

aus Print und Digital, das enorme Potentiale birgt, um die Kundenkommunikation zu bereichern. Im Printmagazin eines Unternehmens kann beispielsweise mit einem QR-Code direkt zum Online-Magazin oder weiteren medialen Angeboten geleitet werden. So wird das Leseerlebnis in einer multimedialen (Marken-)Erfahrung fortgesetzt. Oder anders: Wenn in der Printausgabe ein neues Produkt oder ein neuer Kunde kurz vorgestellt wird, birgt das Onlinemagazin die Möglichkeit, die Informationen mit einer ausführlichen Bildreportage oder Videoclips zu vertiefen. Andersherum kann auch in einem Onlinemagazin auf die gedruckte Ausgabe und die ausführlichere Betrachtung eines Themas hingewiesen werden. Grundsätzlich können Beiträge aus dem Kundenmagazin – egal, ob digital oder gedruckt – in leicht veränderter Form auf der Website weitererzählt, als Blogbeiträge verwendet und auf Social Media angeteasert werden. So generiert das Unternehmen zusätzliche Reichweite für seine Inhalte.

sowie eine passgenaue Ansprache binden. Den gewachsenen Anforderungen der „Multiscreen Nation“ wird sie zudem gerecht, wenn sie sowohl in Printmagazinen als auch online stattfindet. Nur so entsteht eine moderne und wirkungsvolle Markenkommunikation, die Unternehmen oder Produkte als Erlebnis inszeniert, Emotionen weckt sowie Nähe zur Firma schafft und diese tief im Bewusstsein verwurzelt.

*Mehr Traffic,
mehr Reichweite,
mehr Vielfalt!
Höchste Zeit für Ihre
digitale Publikation.*

Multisensorisches Markenerlebnis

Zeitgemäße Unternehmenskommunikation sollte die Aufmerksamkeit des Lesers durch einen wahrnehmbaren Mehrwert



Wünschen Sie eine kostenfreie Erstberatung zur Umsetzung? Nehmen Sie gern Kontakt zur ABG Marketing auf:

Ilka Stiegler, Geschäftsführerin
Telefon: +49 351 437 55 11
E-Mail: stiegler@abg-partner.de





WIE SICH CORONA AUF DEN JAHRESABSCHLUSS 2020 AUSWIRKT

Viele Unternehmen litten und leiden durch stockende Lieferketten, Zwangsschließungen und eingebrochene Umsätze. Manche mussten an ihre Reserven gehen, außerplanmäßig Kredite aufnehmen oder staatliche Hilfen in Anspruch nehmen. Dies alles schlägt sich auch im Jahresabschluss 2020 nieder. Steuerexpertin Isabel Franzka erklärt, was Unternehmen beachten müssen.

Angesichts monatelanger Lockdowns sind im Rahmen des Jahresabschlusses vor allem Abschreibungen ein Thema. „Nehmen Sie etwa Modehändler oder Gastronomiebetriebe. Diese hatten ihre Lager gefüllt, konnten die Ware aber lange Zeit nicht absetzen oder verarbeiten. Je länger solches Umlaufvermögen liegt, desto höher ist in der Regel der Wertverlust“, erklärt Isabel Franzka. Wer unter anderem Waren abschreiben müsse dies immer nach dem „strengen Niederstwertprinzip“ tun: „Als Orientierung dient der aktuelle Wert. Komplette unbrauchbar gewordene Ware – etwa in der Gastronomie – darf hingegen auch voll abgeschrieben werden. Das erfordert allerdings entsprechende Belege wie ein Vernichtungsprotokoll“, so Franzka. Es sei generell wichtig, den angesetzten Wertverlust zu dokumentieren. So könne bei der nächsten Betriebsprüfung der Nachweis erbracht werden, wie der jeweilige Wert zustande gekommen sei.

Rückstellungen richtig bilden

Corona dürfte sich in den Jahresabschlüssen auch durch vermehrte Rückstellungen bemerkbar machen – etwa aufgrund verlängerter Garantiezeiten, die Kunden gewährt wurden. Sogenannte Drohverlustrückstellungen spielen ebenfalls eine Rolle. Franzka erklärt dies am Beispiel: „Ein Hersteller hat in 2020 einen Kaufvertrag zu einem festen Produktpreis mit einem Kunden geschlossen. Dabei hat er mit einem Herstellungsaufwand von 80 Prozent und 20 Prozent Gewinn kalkuliert. Durch die Krise hat sich der Auftrag aber verzögert und mittlerweile sind die Materialkosten gestiegen, der Mindestlohn wurde erhöht. All das führt dazu, dass der erwartete Herstellungsaufwand nun bei 110 Prozent liegt. Es drohen Verluste, die für 2020 wertmindernd berücksichtigt werden müssen. Aber Achtung: Drohverlustrückstellungen können nur in der Handelsbilanz gebildet werden. Für die Steuerbilanz müssen sie wieder

herausgerechnet werden. Verluste dürfen steuerlich erst geltend gemacht werden, wenn sie tatsächlich eingetreten sind“, so Franzka.

Auch staatliche Zuschüsse wie die Novemberhilfe sind ein Thema für den Jahresabschluss. Allerdings wurde hier noch nicht jede Frage durch den Gesetzgeber geklärt. Etwa: Dürfen Unternehmen gewährte Zuschüsse als Forderung in der Bilanz aktivieren, auch wenn diese zum Stichtag am 31. Dezember 2020 noch nicht ausgezahlt waren? Laut der Steuerexpertin wird dies wahrscheinlich der Fall sein. Ebenfalls ist noch nicht klar, ob Rückstellungen zu bilden sind, falls ein Unternehmen zu viele Hilfgelder erhalten hat. „Hier rate ich zur Vorsicht. Sobald klar ist, dass Zuschüsse nicht gebraucht werden, müssen diese umgehend freiwillig zurückgezahlt werden. Sonst können strafrechtliche Konsequenzen drohen“, sensibilisiert Franzka.

Steuererleichterungen schlagen durch

Es wirken sich auch einige steuerliche Erleichterungen auf den Jahresabschluss aus. So wurde die degressive Abschreibung für bewegliches Anlagevermögen, das zwischen Anfang Januar 2020 und

Ende Dezember 2021 angeschafft wird, wieder zugelassen. In einem Jahr lassen sich dadurch bis zu 25 Prozent eines Wirtschaftsgutes abschreiben. Der Abschreibungswert verringert sich bei der degressiven Form allerdings kontinuierlich. Das soll dabei helfen, im Krisenjahr möglichst Steuern zu sparen und mehr zu zahlen, wenn die Geschäfte wieder anlaufen. Eine weitere Erleichterung: In der Einkommen- und Körperschaftsteuer können Verluste aus 2020 bis maximal zehn Millionen Euro in das Vorjahr zurückgerechnet werden. Auch in der Gewerbesteuer gibt es eine Vergünstigung, die sich im aktuellen Jahresabschluss niederschlägt: Der Steuerfreibetrag für die Hinzurechnung von Finanzierungskosten wie Zinsen, Miete oder Leasing wurde auf 200.000 Euro erhöht.

Ereignisse nach Stichtag berücksichtigen

Neben Bilanz sowie Gewinn- und Verlustrechnung umfasst der Jahresabschluss von Kapitalgesellschaften auch einen Anhang und einen Lagebericht. In diesen erläuternden Dokumenten werden sich Pandemie und Rezession ebenfalls bemerkbar machen. „Hier ist zu beachten, dass sogenannte ‚Vorgänge besonderer Bedeutung nach Schluss des Geschäftsjahres‘ auch nach dem Stichtag Ende Dezember 2020 erwähnt werden müssen. Eine Friseurkette beispielsweise, die ab März 2021 wieder öffnen durfte und dadurch eine starke Belebung des Geschäfts erfahren hat, sollte das vermerken“, erklärt Franzka und fügt einen Praxistipp hinzu: „Kleine und Kleinstgesellschaften sind zwar nicht verpflichtet, solche nachträglichen Vorgänge in den Abschluss aufzunehmen. Es lohnt sich jedoch oft, dies freiwillig zu tun, um etwa Gläubigern ein positives Signal zu senden.“ Empfangene Hilfsleistungen wie Überbrückungshilfe oder Kurzarbeitergeld können als außergewöhnliche Beträge ebenfalls Einzug in Anhang und Lagebericht des Abschlusses finden. „Was als ‚außergewöhnlich‘ gilt, ist natürlich von Fall zu Fall verschieden. Generell können sich die Auswirkungen der Corona-Pandemie auf den Jahresabschluss bei jedem Unternehmen anders darstellen. Daher würde ich immer die Rücksprache mit dem Steuerberater empfehlen“, so Franzka. Sie und das Team von ABG Partner stehen für Fragen jederzeit bereit.



Wichtige Fristverlängerungen und Vereinfachungen

- **Reinvestitionsrücklagen** können ein Jahr länger in Anspruch genommen werden, wenn die Frist der Inanspruchnahme zwischen 1.3.2020 und 31.12.2020 endete.
- Investitionen, die 2020 hätten getätigt werden müssen, um **Investitionsabzugsbeträge** aus 2017 in Anspruch nehmen zu können, dürfen nun auch noch in 2021 vorgenommen werden. Hier wurde von drei auf vier Jahre verlängert. Künftig dürfen bei Investitionen zudem bis zu 50 Prozent des Anschaffungspreises geltend gemacht werden.
- Die **Steuererklärungsfristen** 2019 wurden bis zum 31.08.2021 verlängert. Der Beginn des Zinslaufs wurde ebenfalls um sechs Monate erweitert. Die Verlängerung der Frist für 2020 ist bereits im Gespräch, aber noch nicht beschlossen.
- Die Möglichkeit zu einfacheren **Stundungen** (außer Lohn-/Kapitalertragsteuer) aufgrund der Krise besteht bis zum 30.06.2021. Eine Verlängerung ist nicht ausgeschlossen.

„Bei Hilfgeldern rate ich zur Vorsicht. Sobald klar ist, dass Zuschüsse nicht gebraucht werden, müssen diese umgehend freiwillig zurückgezahlt werden. Sonst können strafrechtliche Konsequenzen drohen.“

Isabel Franzka

ABG Allgemeine Beratungs- und Treuhandgesellschaft mbH Steuerberatungsgesellschaft

IHRE ANSPRECHPARTNERIN



Isabel Franzka

Geschäftsführerin
und Steuerberaterin

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





Aus unserer Praxis: erfolgreiche Unternehmenssanierungen

Restrukturierungen und Sanierungen sind wichtige Phasen in den Lebenszyklen von Unternehmen – gerade in turbulenten Zeiten wie diesen. Doch eine Unternehmenssanierung ist viel mehr als die Meldung in der Presse oder ein Leistungsbaustein im Portfolio eines Unternehmensberaters. Hinter jeder Sanierung stecken Menschen, Teamwork und viel Herzblut, wie die folgenden Beispiele aus unserer täglichen Arbeit zeigen.

Döbelner Traditionsbäckerei gerettet

Die Erleichterung der Beteiligten war fast mit Händen greifbar, als das Amtsgericht Chemnitz im März dieses Jahres den Insolvenzplan für die Erntebrot GmbH bestätigte. Das von Insolvenzverwalter Thomas Beck von der Kanzlei Beck Rechtsanwälte eingereichte Papier wurde wenige Tage zuvor bereits von der Gläubigerversammlung mit breiter Mehrheit angenommen. Mit der Bestätigung des Plans waren die Weichen für einen Neustart und den Erhalt des Produktionsstandortes in Döbeln sowie der 21 Filialen und 130 Arbeitsplätze gestellt. Eine herausfordernde Zeit war überstanden.

Stabilität zurückgegeben

Wie bei vielen Bäckereien war die wirtschaftliche Lage für Erntebrot in den letzten Jahren angespannt. Es gibt einen starken Konkurrenzdruck und einen harten Preiskampf in der Branche. Bereits Anfang 2016 musste Erntebrot

deshalb Insolvenz anmelden. Daraufhin wurden umfassende finanz- und leistungswirtschaftliche

Restrukturierungsmaßnahmen eingeleitet, von denen jedoch aufgrund fortbestehender Herausforderungen nicht alle umgesetzt werden konnten. Im Juli 2019 kam es erneut zur Insolvenz. Seitdem war es Insolvenzverwalter Thomas Beck, der Geschäftsführerin Elke Lehmann und dem Erntebrot-Team gelungen, den Geschäftsbetrieb fortzuführen – selbst unter den später erschwerten Bedingungen der Corona-Pandemie. Täglich produzierte und verkaufte Erntebrot frische Waren, Großkunden wurden weiter beliefert. „Wir arbeiten mit Hochdruck an vielen Aufgaben gleichzeitig: Neben der weiteren Optimierung von Strukturen und Prozessen erhält auch das Controlling einen höheren Stellenwert“, erklärte Thomas Beck damals.

Parallel wurde durch die ABG Consulting-Partner ein strukturierter Investorenprozess geleitet. „Erntebrot hat einen

operativ gesunden Kern und einen soliden Stand am Markt. Dank dieser Voraussetzungen konnten wir am Ende einen Partner finden, der dem Unternehmen wieder Stabilität gibt“, erklärt Simon Leopold, Geschäftsführer der ABG Consulting-Partner GmbH & Co. KG.

Investor übernimmt das Steuer

Das Investorenteam übernahm das Unternehmen Anfang April 2021 und plant Investitionen in den Produktionsstandort und das Filialnetz. Zudem sollen neue Produkte mit Bio- und Regionalfokus das Angebot erweitern. Auf Vertrautes wird bei Erntebrot dennoch nicht verzichtet: Der Rechtsträger und die Marke „Erntebrot“ bleiben erhalten. Und auch Elke Lehmann bleibt als Geschäftsführerin an Bord. Sie erhält künftig Unterstützung von zwei weiteren operativen Geschäftsführern. „Ich freue mich, dass wir gemeinsam eine Lösung gefunden haben und Erntebrot nun in eine neue Zeit führen können“, sagt Lehmann erleichtert.

Merchandising- Spezialisten neu aufgestellt

„Wir sind bei der Sanierung von Elbenwald auf der Zielgraden, das Unternehmen und die rund 260 Arbeitsplätze bleiben erhalten“, konnte Rechtsanwalt Enrico Schwartz von der Kanzlei SCHWARTZ Consulting Ende April 2021 freudig verkünden. Er begleitet das gerichtliche Sanierungsverfahren des Merchandising-Unternehmens als Sachwalter. Kurz zuvor hatten die Gläubiger beim Erörterungs- und Abstimmungstermin über den beim Amtsgericht Cottbus eingereichten Insolvenzplan abgestimmt – und diesen mit großer Mehrheit angenommen. In den vorangegangenen Monaten hatte das Team um Sanierungsgeschäftsführer Simon Leopold mit Hochdruck an der Restrukturierung des Händlers gearbeitet. Eine Vielzahl von finanz- und leistungswirtschaftlichen Maßnahmen wurde auf den Weg gebracht. „Wir hatten unter anderem die Filialstruktur angepasst, die Vertriebsaktivitäten im Online-Bereich verstärkt und neue Märkte, insbesondere in Osteuropa, erschlossen“, so Leopold.

Zügige Restrukturierung

Elbenwald ist ein führender Anbieter für Merchandising-Produkte, Gamerkleidung und Lifestyle-Accessoires. Der Händler hat über 15.000 Artikel im Sortiment,

entwickelt aber auch eigene Designs und Produkte. Verkauft werden diese in Filialen in Deutschland und Österreich, über den eigenen Webshop und über verschiedene Onlineplattformen. Die Kunden von Elbenwald sind Fans bekannter Formate wie Star Wars, Harry Potter, oder World of Warcraft. Nach zwanzig erfolgreichen Jahren geriet das Unternehmen 2020 durch die Corona-Pandemie in die Krise. Die Geschäftsleitung hatte den Ernst der Lage jedoch früh erkannt und rechtzeitig reagiert: Es wurden ein Schutzschirmverfahren eingeleitet und erfahrene Partner aus dem Sanierungsbereich hinzugezogen. Dadurch gelang es, das Unternehmen in kürzester Zeit neu auszurichten und aufzustellen. „Elbenwald ist ein positives Beispiel für den Erfolg einer modernen gerichtlichen Sanierung“, resümierte so auch Rechtsanwalt Stefan Ettelt von der Kanzlei Kulitzscher & Ettelt. Er unterstützte die Geschäftsleitung als Generalbevollmächtigter in Sachen Insolvenzrecht. Zum Erfolg der Sanierung trug auch die umsichtige Kommunikation der Herausforderungen bei: Mitarbeiter wurden früh informiert und wichtige Stakeholder mit ins Boot geholt.

So unterstützen wir bei Unternehmenskrisen (Auszug)

- Analyse der Krisenursachen
- Erstellen Finanzstatus
- Erarbeiten der passenden Sanierungsstrategie
- Entwickeln einer Fortführungsprognose
- Erstellen und Umsetzen von Sanierungsgutachten nach IDWS6 oder Restrukturierungsplänen (StaRUG)
- Begleitung gerichtlicher Sanierungen (z.B. Schutzschirmverfahren, Eigenverwaltungsverfahren) – auch als Sanierungsgeschäftsführung
- Begleiten von Verhandlungen mit Gläubigern
- Aufstellen einer Finanz- und Liquiditätsplanung
- Führen von Gesprächen mit Finanzierungspartnern
- Aufbau oder Verbesserung des Controllings
- Erkennen und Beheben struktureller Defizite
- Beratung und Begleitung beim möglichen Verkauf des Unternehmens
- Führen der Investorenprozesse
- Monitoring eingeleiteter Maßnahmen, Abstützung bei der Umsetzung

IHR ANSPRECHPARTNER



Simon Leopold
Geschäftsführer

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



NEWS AUS DEM ABG-Beratungsverbund

Frischer Wind bei ABG – Neue Kollegen und erweiterte Kompetenzen



Sybille Höhne

Seit 01.02.2021 verstärkt Sybille Höhne als PR-Consultant die ABG Marketing GmbH in Dresden. Sie kommt von der Wirtschaftsprüfungs- und Steuerberatungsgesellschaft Schneider + Partner GmbH, bei der sie über fünf Jahre als Referentin für Marketing und Öffentlichkeitsarbeit tätig war.



Ebenso seit 01.02.2021 ist Renate Rentsch am Standort Dresden als Sachbearbeiterin Lohn angestellt. Sie blickt auf 20 Jahre Erfahrung im eigenen Unternehmen zurück.



André Kleinschmidt

André Kleinschmidt ist seit 01.04.2021 am Standort Dresden als Assistenz der Geschäftsführung sowie für die Verwaltung und das Sekretariat zuständig. André ist gelernter Hotelfachmann und hat zuletzt im Hilton Dresden gearbeitet. Von dort hat er auch seinen eloquenten Umgang mit Kunden sowie Gästen des Hauses mitgebracht.



Mathias Menzel

Mathias Menzel ist ebenfalls seit 01.04.2021 am Standort Dresden für die ABG tätig – in der Funktion des Prokuristen bei ABG-Partner. Dafür bringt er mehr als zehn Jahre Erfahrung mit, die er als Unternehmens- und Finanzierungsberater in einem klassischen Bankhaus gesammelt hat



Nicht neu am Standort Bayreuth, aber bald mit neuer Qualifikation ausgestattet, ist Jeanette Herold. Sie ist Auszubildende zur Steuerfachangestellten und hat gerade ihre ersten Abschlussprüfungen absolviert. Wir drücken die Daumen für ein Top-Prüfungsergebnis!

*Wir begrüßen alle
neuen Kollegen
herzlich in unserem
Beratungsverbund und
wünschen ihnen viel
Erfolg!*





Social Media Workshops

Social Media lässt sich aus Unternehmen nicht mehr wegdenken. Welche

wesentlichen Plattformen gibt es? Wo finden Unternehmer ihre Zielgruppe? Und wie lassen sich die Social-Media-Aktivitäten in die Gesamtstrategie einer Firma einbinden?

Diese und weitere Fragen beantworteten die Kollegen der ABG Marketing im Rahmen von Workshops, die sie online vor Mitgliedern des Bundesverbands Mittelständische Wirtschaft (BVMW) und des

Rückblick

Industrievereins Sachsen gehalten haben. „Schon in Vorbereitung des Workshops wurde unsere Aktivität in den Sozialen Medien von Melanie¹ unter die Lupe genommen und konstruktiv ausgewertet. Das war für uns ein großer Vorteil, denn so konnten wir direkt an unseren eigenen Beispielen arbeiten und lernen“, resümiert eine der Teilnehmerinnen.

Wenn Sie auch Interesse an einem Social-Media-Workshop haben, melden Sie sich gern bei uns: kontakt@abg-marketing.de

¹ Melanie Rausch, Junior Consultant bei der ABG Marketing

Eventankündigung



Unternehmerbarbecue: Zahlungsschwierigkeiten und drohende Insolvenz eines Vertragspartners – wie erkenne ich diese und wie handle ich rechtssicher?

Corona und die Folgen der Pandemie setzen Unternehmer auch in den nächsten Jahren noch unter Druck. Umso wichtiger ist es, sich über mögliche wirtschaftliche Probleme bei Kunden oder Partnern rechtzeitig zu informieren und die Handlungsoptionen zu kennen. Wir setzen unser erfolgreiches Unternehmerbarbecue zu diesem Thema aus

dem vergangenen Jahr fort – diesmal in Kooperation mit der Creditreform Dresden.

Wir planen das Event als Präsenzveranstaltung. Sichern Sie sich bereits jetzt Ihren Platz und melden sich per E-Mail bei Nora Körner: koerner@abg-partner.de.

Wann:

9. September, 17:00 Uhr

Wo:

Creditreform Dresden, Augsburger Straße 4, 01309 Dresden

Für das leibliche Wohl ist gesorgt.



Beratungsverbund ABG-Partner

Steuerberater

Rechtsanwälte

Unternehmensberater

Kommunikationsberater

Wirtschaftsprüfer

www.abg-partner.de

www.abg-marketing.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. Das Team von ABG-Partner umfasst rund 120 Mitarbeiter, die 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

Kooperationspartner

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

Bildnachweis

www.istockphoto.com
Unternehmensfotos
ABG Marketing GmbH
ABG Allgemeine Beratungs- und Treuhandgesellschaft mbH
Steuerberatungsgesellschaft

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.