

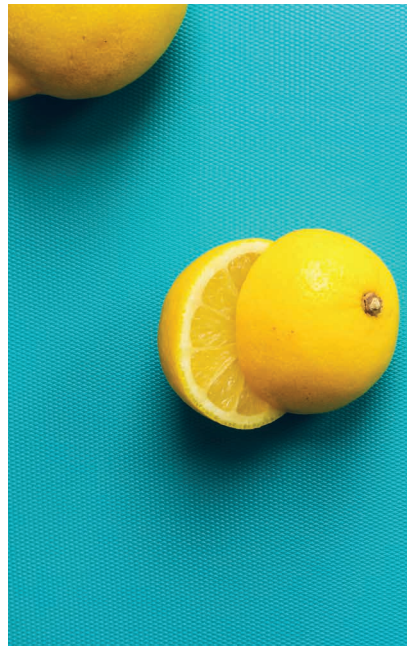
2020/2021

VISàVIS

EINZIGARTIG

IMPULS

Qualifizierte Mitarbeiter – finden und binden	04
Redesign – Karrierewebsite	06
Zahlen von 2020	14



TEAMGEIST

Auszeichnung – Digitale Kanzlei	12
Meet the team – Frank Lautenbach – Antonia Ronzani	13
Last but not least	15

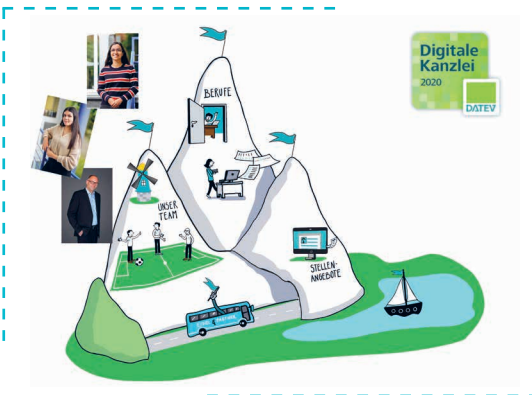


BEGEGNUNG

Karl-Heinz Renz – Arctic Fresh Seafood	08
Marco Fäth – Firstwaters	10



VORAUSBLICK



Impressum:
Herausgeber: Eidel & Partner mbB, Gestaltung: Eidel & Partner mbB, Logo visàvis: Marie Hübner (graphic telling), Fotos und Grafiken: Arctic Fresh Seafood, blickwürdig, Firstwaters, Anne Haug, Marie Hübner, Christian Koch, unsplash, Prepress/Press: TMG-DRUCK, Schiltach. Vielen Dank an alle Mitwirkenden: Arctic Fresh Seafood: Karl-Heinz Renz, Firstwaters: Marco Fäth, Hafen 17: Mirko Sansa, TMG-DRUCK: Bärbel Giehlow, Eidel & Partner: Gunnar Brandt, Katja Faulhaber, Michelle Kinstler, Frank Lautenbach, Destina Ongur, Antonia Ronzani, Lisa Schilli, Dr. Michael Strickmann. Papier: säurefrei, EU Ecolabel, FSC® zertifiziert.

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

Wie sagte einst die französische Schriftstellerin und Philosophin Simone de Beauvoir:

„Das Glück besteht darin, zu leben wie alle Welt und doch wie kein anderer zu sein.“

Uns begegnen doch immer wieder Menschen, die eine besondere Eigenschaft, eine außergewöhnliche Ausstrahlung oder eine bemerkenswerte Lebenseinstellung haben.

Auch in der Unternehmenswelt findet man immer wieder einzigartige Werbemaßnahmen. Wir kennen doch alle den Telekom-Werbe-Jingle oder die monoton sprechende (fast) nervtötende Radiowerbung der Firma Seitenbacher. Jeder kennt es, viele nervt es, doch es bleibt in unseren Köpfen hängen. Aber es gibt auch einzigartige Entstehungsgeschichten, wie beispielsweise diese hier.

Wenn ein Weltkonzern eine neue Geschmackssorte herausbringt, dann fließen Millionen und der Erfolg ist meistens garantiert. Wenn aber eine kleine, arme deutsche Dorfbrauerei eine Innovation unters Volk bringen will? Tja, dann passiert jahrelang erst einmal nichts. Innovativ sein, reicht in Deutschland meistens nicht aus, es sei denn, es handelt sich um diese einzigartige Geschichte aus der Rhön.

“

„Das Glück besteht darin, zu leben wie alle Welt und doch wie kein anderer zu sein.“

"Le bonheur, c'est de vivre comme tout le monde et pourtant de n'être comme personne."

- Simone de Beauvoir -

“

Irgendwo im Niemandsland liegt Ostheim: 3000 Einwohner, 24 Gaststätten, zwei Brauereien. Eine davon ist die Peter-Brauerei mit der Marke Rhön-Pils. Doch Anfang der neunziger Jahre konnte das Bier die vierköpfige Eigentümerfamilie kaum mehr ernähren. Der Braumeister trug jahrelang eine Idee mit sich rum: „Eine Fanta ohne Chemie“. In den Jahren des Fastbankrotts tüftelte er Tag und Nacht, bis er 1995 die Bionade erfand – das erste biologische Erfrischungsgetränk. Zunächst hatte die Firma Schwierigkeiten, das Produkt zu vermarkten, aber die Werte „Nachhaltigkeit“ und „Öko“ nahmen immer mehr Platz in der deutschen Gesellschaft ein und das brachte schlussendlich auch den Erfolg von Bionade. Der Umsatz steigt seit Jahren kontinuierlich, vergangenes Jahr sogar um 10 %. Einzigartigkeit, gepaart mit Innovation, einer guten Portion Mut und einem Fünkchen Glück, kann sich also durchaus auch bezahlt machen.

Erfahren Sie in der Ausgabe, wie man durch einzigartige Maßnahmen Mitarbeiter finden und an sich binden kann, lernen Sie das Unternehmen „Arctic Fresh Seafood“ kennen und vieles mehr.

Viel Spaß beim Lesen

Ihre Lisa Schilli



QUALIFIZIERTE MITARBEITER - FINDEN UND BINDEN

Vakante Stellen mit geeigneten Kandidaten zu besetzen, stellt viele Unternehmen vor große Herausforderungen. Da gibt es auf der einen Seite den Handwerksverband, der Mitte September noch 30 000 unbesetzte Ausbildungsstellen meldet, aber auch die IT-Branche meldete im Dezember vergangenen Jahres über 12 000 unbesetzte Stellen, dieser Wert wird in jüngster Zeit eher noch gestiegen sein.

Wir haben uns im Folgenden auf die Suche nach möglichen Ursachen begeben und Infos zusammengestellt, wie man geeignete Bewerber am besten „abholen“ und für sich gewinnen kann. Ein Punkt, der nicht zu unterschätzen ist, sind die unterschiedlichen Generationen. Jede Generation bringt Merkmale, Forderungen an das Arbeitsleben bzw. den Arbeitgeber. Auch wenn man sich nicht ausschließlich auf die folgende Generationen-Übersicht verlassen kann, kann es helfen, mit dem Generationsproblem besser umzugehen.



Werte	Babyboomer 1946 - 1964	Gen X 1965 - 1979	Gen Y 1980 - 1993	Gen Z ab - 1994
Werte	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Gesundheit ➤ Idealismus ➤ Kreativität 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Unabhängigkeit ➤ Individualismus ➤ Sinnsuche 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Vernetzung ➤ Teamwork ➤ Optimismus 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Freie Entfaltung
Merkmale	<ul style="list-style-type: none"> ➤ teamorientiert ➤ karriereorientiert ➤ Arbeit hat den höchsten Stellenwert 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ pragmatisch ➤ selbstständig ➤ Streben nach hoher Lebensqualität 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 24 Stunden online ➤ Leben im hier und jetzt 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Ausgeprägtes Selbstbewusstsein
Im Arbeitsleben	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Strukturierter Arbeitsstil ➤ Regelmäßiger Austausch im Team ➤ Pflege von Beziehungen 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Zeit ist wertvoller als Geld ➤ ergebnisorientiert ➤ technisch versiert 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Arbeit muss Spaß machen, lernbereit, arbeitswillig – aber Forderung nach Privatleben sehr ausgeprägt. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Sinnhaftigkeit und Spaß an der Arbeit ➤ Klare Trennung von Arbeits- und Privatleben
Kommunikationsmedium	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Telefon 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Mail, Mobiltelefon 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Web 2.0 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Social-Media, Handy
Motivation	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Persönliches Wachstum ➤ Wertschätzung für ihre Erfahrung ➤ Gefühl, gebraucht zu werden. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Hohe Freiheitsgrade in der Arbeitsgestaltung, ➤ Work-Life-Balance 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Selbstverwirklichung, Vernetzt-sein 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Kollegiale Arbeitsatmosphäre, regelmäßiges Feedback

Neben der Generationenfrage haben wir im Folgenden weitere Tipps zur Mitarbeiterbindung zusammengestellt.

Arbeitgebermarke entwickeln

Der Schlüssel zum Erfolg ist eine gute Arbeitgebermarke. Mit Maßnahmen des klassischen Marketings und der Markenbildung wird ein ganzheitliches Bild über die Arbeitssituation beim Unternehmen entwickelt. Dieses sollte für den Bewerber so attraktiv als möglich gestaltet werden, ohne die realen Zustände zu leugnen oder zu beschönigen. Employer Branding hat im Wesentlichen das Ziel, Arbeitnehmer sowohl im Bestand als auch potenzielle Arbeitnehmer als Kunden zu verstehen.

Benefits schaffen

Die Schaffung attraktiver Benefits für Angestellte ist eine gute Möglichkeit, bestehende Mitarbeiter zu binden als auch neue Mitarbeiter anzusprechen. Die gängigsten Benefits, die in vielen großen Unternehmen mittlerweile Einzugs gehalten haben sind:

- Flexible Arbeitszeiten/Homeoffice
- Gesundheits- und Sportangebote
- Soziales Engagement

Personalmarketing über soziale Medien

Hat ein Unternehmen intern erst einmal attraktive Arbeitsbedingungen und Benefits geschaffen, gilt es, diese auch nach außen zu tragen. Da mittlerweile knapp die Hälfte der Weltbevölkerung, also etwa 3,8 Milliarden Menschen Social-Media-Kanäle verwenden, ist das, gerade für jüngere Generationen, die geeignetste Adresse. Eine gute und ansprechende Kampagne kann dabei eine Menge Follower generieren und die Botschaften über die Nutzer hinweg weitertragen. Für höhere Stellen eignen sich insbesondere Netzwerke, die berufliche Kontakte fokussieren, wie beispielsweise xing oder LinkedIn. Zusätzlich liefern soziale Netzwerke aber auch die Möglichkeit über bezahlte Werbeanzeigen zielgruppengerecht Inhalte wie Stellenausschreibungen zu verbreiten.

Karriere-Website

Social-Media-Kanäle sind zwar eine gute Möglichkeit, eine hohe Aufmerksamkeit zu erreichen, der Dreh- und Angelpunkt ist jedoch die Karriere-Website, die umfangreiche Informationen zu den Berufsbildern und den offenen Stellen bereitstellen sollte.

Printanzeigen nicht ganz vernachlässigen

Auch wenn im digitalen Zeitalter Online Stellenangebote zur Norm geworden sind, werden Zeitungen nach wie vor von 13,5 Millionen Deutschen gelesen. Durch Printwerbung wird ein standortspezifisches Targeting möglich.

Karrieremessen

Karriere- und Hochschulmessen bieten die Möglichkeit, direkt mit Bewerbern in Kontakt zu treten. Sozusagen eine Win-win-Situation; das Unternehmen kann mit einer Vielzahl potenzieller Bewerber Kontakt aufnehmen und geeignete Kandidaten für weitere Gespräche einladen. Umgekehrt haben die Besucher die Möglichkeit eine große Anzahl von Unternehmen kennenzulernen.

Onboarding

Mindestens genauso wichtig wie als attraktiver Arbeitgeber aufzutreten und geeignete Mitarbeiter für seine freien Stellen zu finden, ist der letzte Punkt essenziell, um diese nach Unterzeichnung des Arbeitsvertrags ins Unternehmen einzugliedern. Neben der fachlichen Einarbeitung in das neue Aufgabengebiet wird der Neankömmling persönlich abgeholt. Diese Eingliederungsmaßnahme wird als Onboarding bezeichnet. Bei einem Rundgang durchs Unternehmen können sich alle Mitarbeiter vorstellen und der neue Mitarbeiter sollte sich gleich willkommen fühlen.

Es gibt eine Vielzahl an Möglichkeiten, Mitarbeiter zu finden und anschließend an das Unternehmen zu binden. Der richtige Mix ist jedoch wie stets individuell.

REDESIGN KARRIEREWEBSITE

www.eidel-partner.de/karriere



Haben Sie schon unsere neue Karrierewebsite entdeckt?

Wir haben unsere bestehende Seite www.eidel-partner.de/karriere in Design und Layout umgestaltet und neu strukturiert. Die Umsetzung ist in Zusammenarbeit mit der Grafikerin Marie Hübner sowie unserer Agentur Blickwürdig entstanden. Mit beiden verbindet uns eine jahrelange Zusammenarbeit. Bei der Karrierewebsite war uns vor allem wichtig, eine einfache Struktur zu schaffen, damit sich die Besucher schnell zurechtfinden und die gesuchten Infos finden

können. Gleichzeitig wollten wir ein besonderes Ambiente schaffen, welches trotzdem unserem Corporate Identity entspricht. Deshalb haben wir uns dazu entschlossen, einzelne Inhalte zu animieren und die Texte in reduzierter, kompakter Form abzubilden. Das Endergebnis finden Sie hier:

www.eidel-partner.de/karriere



An dieser Stelle möchten wir uns noch mal herzlich bei Marie Hübner für die Zeichnungen und das Design bedanken und bei der Agentur Blickwürdig für die Programmierung und Animation der Inhalte.



Unser Team

Hier sind alle Infos zu unserem Team, unserer Geschäftsleitung und der Eidel-Beratungsgruppe im Ganzen zu finden.

Berufe

Unter dieser Rubrik stellen wir die Ausbildung zum Steuerfachangestellten (m/w/d) und das Duale Studium vor. Hier erhalten Interessierte Infos zu Voraussetzungen, Aufgabenbereichen und Tätigkeiten, Benefits sowie zu Weiterbildungsmöglichkeiten.

Stellenangebote

Alle aktuellen Stellenangebote sowie allgemeine Infos zu Bewerbungen sind unter dem Punkt Stellenangebote zu finden.



Einzigartigkeit ist besser als perfekt. // Mieux vaut être unique que parfait.

5 Antworten

Wir sprechen mit Karl-Heinz Renz (KHR) über Genuss, Qualität und Transparenz.

LS: Würden Sie uns Artic Fresh Seafood kurz vorstellen?

KHR: Wir sind ein Import- und Großhandelsunternehmen für hochwertigen Fisch, Meeresfrüchte-, & Fleischspezialitäten.

Der Einkauf findet weltweit statt, vorzugsweise bei kleineren Unternehmen, bzw. Fischereien, mit denen wir seit Jahren Partnerschaften pflegen.

Ein Schwerpunkt ist Flugware, insbesondere aus Island, wo wir mehrere Flugankünfte in der Woche abwickeln. Dabei betreiben wir keinerlei Lagerhaltung bei Frischware, direkt nach Ankunft der Ware wird diese sofort an unsere Kunden (Großhändler, Fachgeschäfte, gehobene Gastronomie) in Deutschland, Österreich, Schweiz und Italien versendet.



LS: Wo kann man Artic Fresh Seafood überall finden?

KHR: Hier in der Schwarzwaldregion beliefern wir mehr und mehr Häuser der Top-Gastronomie. Darüber hinaus auch

an einigen guten Fischtheken des Lebensmittelhandels. Auch sehr gute Restaurants und Hotels in den Urlaubsregionen der Schweiz, Österreich und Südtirols erhalten unsere Produkte mit individueller Logistik. Seit zirka zwei Jahren betreiben wir auch einen Onlinehandel für Privatkunden, mit deutschlandweiter Zustellung.

LS: Was verbindet Sie mit Eidel & Partner?

KHR: Als junges Unternehmen ist man in der Aufbauphase mit vielen Herausforderungen konfrontiert. Es müssen erhebliche Investitionen getätigt werden, um den vielfältigen Anforderungen des Marktes gerecht zu werden. Darüber hinaus ist man als Unternehmer in dieser Phase sehr stark selbst in das Tagesgeschäft eingebunden.

Gerade deshalb ist es unglaublich wichtig, eine Kanzlei als Partner zu haben, die in der Lage ist, auf die individuellen Anforderungen eines Unternehmens einzugehen und es ganzheitlich zu begleiten. Mit Eidel & Partner haben wir mit überschaubarem Aufwand, betriebswirtschaftliche

und moderne Strukturen und Prozesse geschaffen, die es uns heute ermöglichen, sehr effizient und zukunftsorientiert uns weiterzuentwickeln.

Umfangreiche Planungstools und Soll-Ist-Vergleiche bieten uns heute zu jeder Zeit ein hohes Maß an Transparenz und erleichtern unsere Entscheidungsprozesse ungemein. Unsere gesamte Lohn- und Finanzbuchhaltung ist dort in guten Händen!

LS: Welche Trends zeichnen sich in den Kundenwünschen ab?

KHR: Da wir uns tagtäglich mit „Genuss“ beschäftigen dürfen, sehen wir natürlich Entwicklungen im Konsumverhalten. Doch der Faktor „Genuss“ ist aus meiner Sicht selbst in Deutschland regional unterschiedlich zu bewerten.

Gerade hier im badischen Raum haben gutes Essen und Trinken einen hohen Stellenwert.

Die Menschen beschäftigen sich hier mehr mit der Herkunft, Transparenz und Nachhaltigkeit von Lebensmitteln. Die Abkehr von der intensiven Massenproduktion und der Fokus auf artgerechte Tierhaltung ist bereits heute für viele Konsumenten kaufentscheidend und diese Dynamik wird sich aus meiner Sicht in den nächsten Jahren noch deutlich verstärken.



LS: Welche Projekte/neuen Produkte sind für die Zukunft geplant?

Wir möchten unser Privatkundengeschäft weiter ausbauen, da es faszinierend ist, wie schnell und qualitativ hochwertig wir heute sensible Lebensmittel wie Frischfisch, direkt nach der Verarbeitung, vom Herkunftsort zur Haustüre liefern können.

Darüber hinaus werden wir zielgerichtet unser Sortiment behutsam ausbauen, aktuell sind wir in der Planung feines Geflügel, insbesondere aus Frankreich, für die Listung vorzubereiten.

Und natürlich halten wir in vielen Ländern immer Ausschau nach schönen Produkten und kleinen Produzenten, die eine Passion für ehrliche und qualitativ hochwertige Spezialitäten haben.



Arctic Fresh Seafood GmbH
Am Waldgraben 6
79183 Waldkirch

Telefon: +49 (0) 7681 4979816
Telefax: +49 (0) 7681 4979892

E-Mail: sales@arctic-fresh-seafood.de
Internet: www.arctic-fresh-seafood.de

firstwaters

Wir sprechen mit Marco Fäth (MF) über Herausforderungen, Mitarbeiterbindung und Zukunftspläne.

LS: Würden Sie uns Firstwaters zunächst kurz vorstellen?

MF: Firstwaters ist ein Beratungshaus, das sich auf die Beratung von Unternehmen aus der Finanzindustrie spezialisiert hat. Wir arbeiten aus Überzeugung für die Finanzbranche. Der ständige Wandel der Branche treibt uns an, denn wir wissen, dass ein vitales Finanzsystem existenziell für die globale Wirtschaft und eine stabile Gesellschaft ist. Seit mehr als 20 Jahren begleiten wir Finanzunternehmen beim Management und der Umsetzung komplexer Integrations-, Transformations- und IT-Projekte. Mit ca. 50 Beratern unterstützen wir die Projektvorhaben unserer Kunden von der Definition fachlicher Anforderungen über die technologische Beratung bis zur Implementierung der Lösung in deren Systemlandschaft partnerschaftlich und unabhängig.

LS: Für was steht Firstwaters?

MF: Unsere Stärke liegt in der Kombination aus fachlicher Expertise, Technologie-Know-How und methodischer Kompetenz. Mit diesem Dreiklang verfügen wir über alle Fähigkeiten Projektvorhaben erfolgreich durchzuführen, verstehen das Geschäft unserer Kunden und beherrschen die Technologien, mit denen sie ihre Ziele erreichen. Jeder unserer Berater vereint – in individueller Gewichtung – fachliche, technologische und methodische Skills.

LS: Was würden Sie sagen: Wie haben sich die Vorgaben der Banken in den vergangenen Jahren entwickelt?

MF: Nach der letzten Finanzkrise wurden seitens der Aufsichtsbehörden eine Vielzahl regulatorischer Anforderungen erlassen, um mehr Transparenz und Stabilität im Finanzmarkt zu schaffen. Dies hat dazu geführt, dass Finanzinstitute in den letzten Jahren den Großteil ihrer Projektbudgets in regulatorisch getriebene Projekte investieren mussten. Nachdem dies umgesetzt wurde, müssen sich Banken aktuell wieder stärker auf die Konsolidierung ihrer Systemlandschaften und neue Geschäftsmodelle konzentrieren, um sinkende Margen und steigendem Kostendruck zu begegnen.



LS: Sie kennen durch Ihr Tochterunternehmen in Österreich, beide Seiten: Deutschland und Österreich. Gibt es hier länderspezifische Unterschiede?

MF: Anfang 2018 haben wir in Österreich ein Tochterunternehmen mit Sitz in Wien gegründet. Im Rahmen der Vorbereitung und Aufnahme der Geschäftsaktivitäten unserer Tochtergesellschaft war ich überrascht, welche rechtlichen und organisatorischen Besonderheiten hierbei zu beachten sind. Ohne die fachliche Unterstützung durch E&P und ihres österreichischen Partners Leitner & Leitner wäre das Vorhaben nicht durchführbar gewesen.

LS: Was ist aus Ihrer Sicht die größte Herausforderung im Projektgeschäft?

MF: Projektvorhaben scheitern in der Regel nicht an unlösbaren fachlichen Herausforderungen oder an fehlenden technischen Möglichkeiten. Ungeeignete Projektorganisationen und fehlerhafte Kommunikation sind häufig die Ursache.

Erfolgreiche Projekte lassen sich nur in Teamarbeit verwirklichen. Wir entwickeln ein Projektumfeld, in dem interne und externe Projektmitarbeiter zu einem Team zusammenwachsen und durch die Bündelung ihrer Fähigkeiten die gemeinsamen Ziele und optimalen Ergebnisse erreichen. Wir bringen unsere Expertise, Technologien und Methoden in die Projektarbeit ein – im Interesse unserer Kunden und unseres Unternehmens.

LS: Ist es schwierig qualifiziertes Personal zu finden?

MF: Um in der Beratung erfolgreich zu sein und für den Kunden den erwarteten Mehrwert durch unsere Arbeit zu generieren, sind hochqualifizierte und engagierte Mitarbeiter zwingend erforderlich. Sicherlich haben wir in den letzten Jahren einen starken Arbeitnehmermarkt. Es ist eine Herausforderung für unser Personal & Recruiting Mitarbeiter mit Potential zu finden und an uns zu binden.

LS: Was machen Sie, um Mitarbeiter zu finden und diese an Firstwaters zu binden?

MF: Im Recruiting setzen wir hauptsächlich auf Empfehlungen aus unserem Netzwerk, Stellenanzeigen über Social Media und den Einsatz von seriösen Personalberatern. In den letzten Jahren hat Firstwaters viel Zeit und Geld in den Aufbau und die Umsetzung einer attraktiven Arbeitgebermarke investiert. Dazu gehört auch die stärkere Einbindung der Mitarbeiter in die Entscheidungsprozesse des Unternehmens und deren kontinuierliche persönliche Weiterentwicklung. Neben einer attraktiven Vergütung ist vor allem der Einsatz in innovativen und herausfordernden Projekten entscheidend. Unsere Berater wollen gefordert und gefördert werden.

LS: Was verbindet Sie mit Eidel & Partner?

MF: Unser absoluter Fokus liegt in unserer Beratungstätigkeit. Für lohnbuchhalterische und steuerrechtliche Fragen benötigen wir einen Partner, auf den wir uns

bedingungslos verlassen können und der in der Lage ist, die mit unserer Geschäftstätigkeit verbundenen spezifischen Herausforderungen in Deutschland und Österreich steuerrechtlich korrekt abzubilden. Diesen haben wir vor mehreren Jahren mit Eidel & Partner gefunden. Ich schätze die persönliche und kompetente Zusammenarbeit auf Augenhöhe. Keine Dienstleisterbeziehung, sondern eine gelebte Partnerschaft.

LS: Auf die Zukunft gerichtet: Welche Änderungen werden Ihrer Meinung nach eintreten und inwiefern wird sich dies auf die Anforderungen an Sie auswirken?

MF: Aktuell werden wir durch die Corona-Pandemie gefordert. War es bis Februar dieses Jahres noch üblich und vom Kunden gewünscht, dass wir unsere Beratungsleistungen weitestgehend in den Räumlichkeiten unserer Kunden erbringen, hat sich dies in den letzten Monaten komplett geändert. Ein Großteil unserer Beratungsleistungen erbringen wir derzeit remote. Aktuell gehe ich davon aus, dass wir auch nach dem Ende der Pandemie nicht mehr in den alten Modus zurückkehren werden. Zukünftig werden wir stärker remote für unsere Kunden arbeiten. Damit werden sich die Zusammenarbeitsmodelle mit unseren Kunden und auch die Arbeitsweisen unserer Berater weiterentwickeln. Diesem Trend müssen wir durch Einsatz neuer Projektmethoden und (Kommunikations-)Technologien begegnen. ■

firstwaters

Firstwaters GmbH

Dämmer Tor 3

D-63741 Aschaffenburg

Tel.: +49 6021 - 45 48 40

E-Mail: info@firstwaters.de

Internet: www.firstwaters.de

Digitale Kanzlei

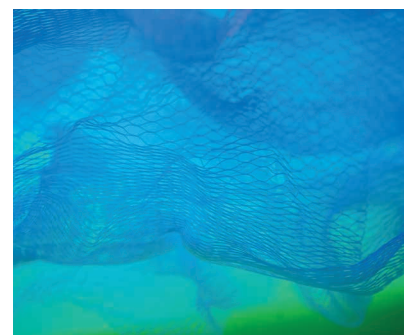
Wir freuen uns über die Auszeichnung von DATEV.

Zum zweiten Mal in Folge erhalten wir von DATEV die Auszeichnung „Digitale Kanzlei“. Jedes Jahr vergibt DATEV das Label „Digitale Kanzlei“ an Kanzleien, die über einen bestimmten Digitalisierungsgrad verfügen bzw. diesen auch leben. Die Vergabe ist jährlich an neu definierte Kriterien gebunden.

Für 2020 waren folgende Kriterien ausschlaggebend:

- Digitalisierungsquote gesamt (ab 65 Prozent)
- Digitalisierungsquote Bank (ab 70 Prozent)
- Anteil Mandanten mit digitalen Belegen (ab 40 Prozent)
- Anzahl Abrechnungen pro Stunde (mindestens 5 Abrg.)
- Digitalisierungsquote Bewegungsdaten (ab 10 Prozent)

Wir freuen uns sehr, dass wir auch dieses Jahr die Auszeichnung von DATEV eG erhalten haben. Es ist für uns ein weiterer Ansporn, die Digitalisierung unserer Prozesse weiter voranzutreiben.



Meet the team

Antonia Ronzani,

Auszubildende Steuerfachangestellte

Meine Geschichte bei Eidel & Partner fing mit meiner Ausbildung zur Steuerfachangestellten im September 2018 an.

Seit diesem Monat bin ich nun offiziell im dritten Lehrjahr und befinde mich sozusagen in der Endphase meiner Ausbildung.

Meine Berufswahl fiel damals auf die Ausbildung der Steuerfachangestellten, da meine Schwester auch in diesem Umfeld beruflich tätig und auch glücklich ist.

Bei Eidel & Partner gefällt mir besonders der Zusammenhalt, die Herzlichkeit und die Hilfsbereitschaft von allen Arbeitskollegen. Ich bin sehr glücklich und dankbar darüber, dass mir die Chance gegeben wurde, dass ich bei Eidel & Partner meine Ausbildung absolvieren darf. Dadurch konnte ich mich bereits fachlich und persönlich weiterentwickeln und einen umfassenden Eindruck des Berufsbildes gewinnen.

Ich habe die Entscheidung zu meiner Berufswahl zu keinem Zeitpunkt bereut und freue mich auf alles, was noch kommt.

Zum Ausgleich gehe ich im Sommer gerne an den See oder unternehme viel mit meiner Familie.



Frank Lautenbach,

Steuerberater | Avocat à la Cour

#analytisch

#ideenreich

#verantwortungsbewusst



Meine schulische Ausbildung war klassisch: altsprachiges Gymnasium, reine Jungenschule, unter der Leitung von Jesuiten. Danach verschlug es mich nach Frankreich, wo ich auf Universitäten in Dijon und Paris den Abschluss zum französischen Rechtsanwalt und Steuerberater erlangte. Zunächst war ich 15 Jahre in Frankreich, hauptsächlich in Paris, bei einer Big Four Gesellschaft in der Steuerberatung tätig. Anschließend hatte ich ein Arbeitsarrangement in einem großen Unternehmen in Deutschland und bin seit nunmehr sieben Jahren bei Eidel & Partner tätig.

Eidel & Partner ist eine relativ kleine Struktur, gemessen an den Big Playern auf dem WP und StB-Markt, gemessen an den lokalen Steuerberatungsgesellschaften hat es aber zugleich eine relativ große Struktur. Durch die vielfältigen Beratungsbereiche (Wirtschaftsprüfung, Steuerberatung, Vermögensberatung, Unternehmensbewertung und Nachfolgeberatung) hat Eidel & Partner viel Potential zu wachsen. Es gibt viele Freiräume und Strukturen können aufgebrochen werden, vorausgesetzt man bringt eine Menge Ausdauer mit.

An Eidel & Partner gefällt mir der Teamgeist, z. B. sprechen sämtliche Mitarbeiter sich gegenseitig persönlich Geburtstagswünsche aus. Ich arbeite für viele fachlich sehr interessante Mandate und bin relativ unabhängig in meiner Arbeit. Das schönste an meiner Arbeit ist, wenn ich Wertschätzung für meine Arbeit vom Mandanten und auch innerhalb des Hauses erhalte.

Als Ausgleich zur Arbeit versuche ich täglich eine Stunde Sport zu machen (Fahrradfahren, Joggen, Schwimmen, Tanzsport und Rudern). Gelingt mir leider nicht immer.

Weitere Vorstellungen finden Sie in unserem Blog: www.eidel-partner.de/aktuelles/blog.html



ZAHLEN VON 2020

36 % aller deutschen Beschäftigten nutzen Homeoffice.

2,7 Milliarden Menschen nutzen Facebook.

Im August 2020 gab es **49,6 Millionen** Gästeübernachtungen in Deutschland. Das sind **14,2 %** weniger als im Vorjahr.

Im Wintersemester 2020 waren **4600** der Studierenden jünger als 18 Jahre.

Die Lebenserwartung für im Jahr 2020 geborene Babys liegt bei Mädchen bei **83,4 Jahren** und bei Jungen bei **78,6 Jahren**

4,3 Millionen Deutsche besitzen ein E-Bike, die Zahl hat sich in den letzten 5 Jahren nahezu verdreifacht.

23 % der Internetnutzer verwenden Smart Watches, Fitnessarmbänder & Co.

Die Hauspreise im Euroraum sind um **5 %** zum Vorjahr gestiegen.

LAST BUT NOT LEAST ...



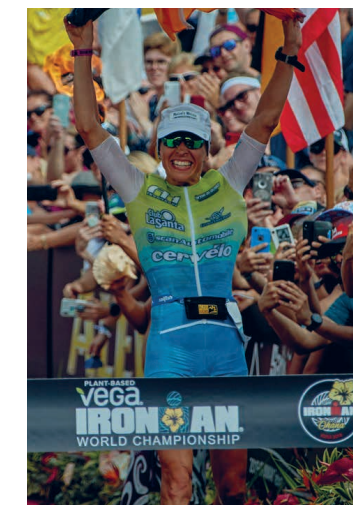
Wir begrüßen

Unser Eidel Consulting-Team hat Zuwachs durch den technischen Dipl.-Betriebswirt Gunnar Brandt bekommen.

Seit September unterstützt Michelle Kinstler die Verwaltung und Destina Ongur absolviert ihre Ausbildung zur Steuerfachangestellten bei uns.

Wir wünschen allen dreien nochmals einen guten Start und viel Freude, bei allem was kommt.

Unsere Veranstaltungen



Leider muss unser diesjähriger Themenabend mit Ironwoman Anne Haug coronabedingt verschoben werden. Wir hatten schon im Vorjahr mit den Planungen angefangen und Vorkehrungen getroffen, doch uns ist die Gesundheit von jedem Einzelnen wichtig und deshalb haben wir beschlossen, sowohl intern als auch extern komplett auf Veranstaltungen zu verzichten. Einerseits bedauern wir sehr, dass wir dieses Jahr nicht in besonderem Ambiente mit Ihnen in Austausch kommen können, andererseits sind wir davon überzeugt, dass irgendwann wieder der Tag kommen wird, wo wir alles richtig nachholen können.

Feedback

Wir freuen uns auf Ihr Feedback.

Lisa Schilli
l.schilli@eidel-partner.de



Hafen 17
HOTEL.KÜCHE.BAR



Sie haben keine Lust auf ein langweiliges Firmen Event?

Dann sind Sie bei uns genau richtig!!
Wir unterstützen Sie bei der Planung & Durchführung damit
ihre Firmensause zu einem unvergessenen Moment wird.

Hafen 17 | www.hafen17.de | Tel.07851/8986999

Eidel & Partner mbB | Berliner Straße 56 | 77694 Kehl am Rhein
Tel.: +497851/748-10 | E-Mail: ep@eidel-partner.de | www.eidel-partner.de

